

## 观察深一度

打破信息桎梏  
突破国际传播舆论困局

□程曼丽

大数据与人工智能一方面有助于提高传播效能,为国际传播带来诸多机遇;同时,人工智能算法所具有的先天气赋,不可避免地带来一系列问题与挑战,如虚假信息的传播、舆论极化、平台垄断、算法偏见、数据滥用以及由此引发的各种安全问题。

从国际传播的角度看,人工智能技术开发的“先行者优势”及其所具有的意识形态属性,将会深刻影响全球信息传播的公平性与安全性。

首先,在大数据和人工智能技术的开发和使用权方面,西方国家在一定程度上拥有“先行者优势”和话语主导权,由此形成对发展中国家信息传播强势(数字霸权),使得发展中国家和发达国家的数字鸿沟进一步加深,国际传播中的信息不平衡状态进一步加剧。

其次,人工智能所具有的意识形态属性,具体体现在设计、制造人工智能的人类主体的价值选择和价值判断方面。如果将此类带有意识形态色彩的文本作为标准答案推送,必然会在思想文化领域造成差异性和多样性,形成话语上的支配性与排他性。

如何打破信息桎梏,突破舆论困局,重塑公平合理的国际传播秩序?这是当下国际传播理论研究需要面对并予以解答的重要问题。

事实上,早在20世纪60年代末至70年代初,针对世界新闻传播领域长期存在的不均衡、不合理状态,发展中国家就通过联合国教科文组织提出建立世界新闻传播新秩序的口号。

为了打破西方大国在新闻传播领域中一统天下的局面,形成自己的话语优势,中国媒体一直在努力。近年来,适应新媒体移动化、社交化、可视化的特点和需求,我国媒体不断推出创新内容,扩大传播范围,积极抢占新媒体时代国际传播的制高点。与此同时,一系列新的传播现象接踵而至——大量美国“TikTok难民”涌入小红书、DeepSeek大模型走红网络、《哪吒之魔童闹海》登顶全球动画电影票房榜……这些现象或机遇为我国国际传播开辟了更为广阔的空间,同时促使我们思考国际传播的未来走向,以及中国应当如何利用新技术手段打破舆论壁垒,建立话语优势,改变信息不均衡状态。

总之,世界传播格局的变化,要求我们在理论上给予阐释,在实践中进行创新探索。

〔本文选自《新闻战线》2025年4月(上),作者系北京大学教授、中央民族大学特聘教授〕

## 科学家精神传播策略应对

□王浩楠

科学家精神的传承与弘扬并非一蹴而就,其传播效果在很大程度上取决于传播方式与策略的科学性与有效性。随着人工智能技术的飞速发展,传播领域正经历着深刻的变革。通过新质生产力传播手段的“新质传播”应运而生,为科学家精神的传播提供了新的思路与方法。

一是利用新媒体技术与多模态传播。一方面,利用新媒体技术,借助VR和AR技术,开发科学家精神的虚拟展览、在线互动课程等,为学生提供沉浸式体验,增强传播的吸引力和感染力;利用人工智能技术生成科学家故事的短视频、图文等内容,提升内容生产的效率和个性化;整合文字、图片、音频、视频等多种形式,打造多模态的科学家精神传播产品,满足不同受众的需求。另一方面,开展跨学科教学,通过故事讲述、影视创作等形式,将科学家精神与文学、艺术相结合,让科学家精神的传播更具感染力;将科学家精神融入高校的思政课程,通过案例教学、专题讲座等方式,增强学生的认同感。

二是挖掘哲学内涵与时代价值。一方面,挖掘科学家精神的哲学内涵,深入探讨科学家精神中蕴含的科学伦理、创新方法等内容。另一方面,结合时代背景与现实需求,将科学家精神与国家重大战略需求相结合,展示科学家在国家发展中的重要贡献;通过讲述科学家的成长故事,引导学生将科学家精神与个人发展相结合,激发他们的科学热情。

三是搭建国际平台与传播交流。一方面,积极搭建国际传播平台,提升中国科学家精神在国际上的影响力。另一方面,广泛开展国际交流活动,制定针对不同国家和地区的传播策略,通过多语言、多文化的形式,讲述中国科学家故事;围绕构建人类命运共同体,传播中国科学家的责任与担当,树立中国科技界的国际形象。

四是拓展青年视角与共情共鸣。一方面,以青年视角讲好故事,通过可视化表达和沉浸式体验,展示科学家的个性和生活侧面,吸引更多青少年加入科技报国的行列。另一方面,激发受众共情与共鸣,挖掘并讲述科学家在面临人生重大选择时的心路历程,以及如何面对挫折和困境等共性问题,提升传播的实效性。

(本文选自《中国社会科学网》,作者系南京工业大学与中国药学院学科建设办公室主任、副研究员)

## 传媒思想汇

## 以全媒体思维全媒体方式推进变革

□陈麟

党的二十届三中全会提出:“构建适应全媒体生产传播工作机制和评价体系,推进主流媒体系统性变革。”推进主流媒体系统性变革,是深入贯彻习近平文化思想、建设文化强国的重大政治任务,也是宣传思想文化战线守正创新的重大历史使命。深入领会文化体制改革精神,以全媒体思维观照、打造、评价主流媒体,是推进主流媒体系统性变革的实践选择。

## 以全媒体思维认识主流媒体

全媒体,是以数据平台为基础,以融合为手段,以技术为支撑的媒体形态。主流媒体,是宣传党的理论、路线、方针、政策,传播社会主义核心价值观,引导群众、凝聚共识的权威媒体。深化对媒体类别、状态、功能认识,理解各类媒体的关系,把握互联网这个“关键变量”给我们带来的挑战和机遇,有助于系统性推进主流媒体变革。

一是类别的“全”。媒体经历近现代报纸、期刊、广播、电影、电视的发展,经历当代互联网30多年的进步,各种形态“各美其美”,经过10年的媒体融合,又逐渐向互联网集中、催生各种场景,互联网成为媒体的同时,也成为“媒体的媒体”,展现出“美美与共”的状态。需要明白的是,如同报刊出现并没有替代图书、电视的出现并没有替代广播一样,互联网与各种媒体形成了相生相融的迭代关系,不是替代关系。

二是状态的“全”。无网络不传播,无用户(订户)不媒体。互联网从PC到移动的不断演进,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,通过微信、微博、客户端,通过算法进行用户画像、智能推送,实现人与人、人与机、端到端的互动交流,将人们的经济生活、政治生活、社会生活、文化生活、生态生活置于无处不在的网络信息空间之中,须臾不分,全球某个村、某个社区发生的事情,都可能占据头条、

登上热搜,当今世界已经处在一个互联网空间之中。

三是功能的“全”。没有互联网,我们不知道用户在哪里,而没有宣传服务,用户不知道我们是谁、能干什么。互联网不仅承载和传输资讯,提供各种场景服务,成为商业、金融、教育、医疗、文化生活的载体和介质,将政务服务、商业服务、生产生活服务等用户需求从线下汇集到线上,又从线上分流到线下,更好地满足人民群众生产生活的需要。

## 以全媒体方式建构主流媒体

群众在哪里,宣传工作就要延伸到哪里。推进主流媒体系统性变革,既要坚守守正,巩固主流舆论阵地,又要勇于创新,打造新型平台,满足群众需求,增强引导群众和服务群众的能力。

巩固阵地,夯实业务基座。以党报、党刊、党台为代表的主流媒体及其所属党网,承担传播阐释党和政府的决策部署、正面引导社会舆论、传播社会主义核心价值观、反映主流民意职责,其信息来源的准确性、内容生产的专业性,赋予其权威性和公信力,这是主流媒体之所以成为“主流”媒体的重要因素,因此,必须做强主流媒体,提升其传播力、引导力、影响力、公信力。

整合资源,打造“新闻+政务服务商务”数字基础平台。以主流媒体为主体,整合市、县级融媒体中心,强化省级媒体承上启下的功能,以算力算法、生成式人工智能等新技术作为支撑,融内容、技术、政务服务、民生服务、商务服务,分领域、分类别研发业务场景、开展垂直服务,增强获客能力和用户黏性,在引导群众中服务群众,在服务群众中引导群众。

深化商业平台合作,形成联动发展。互联网商业平台通过互联网技术和相关的信息系统,将供求双方聚集起来,提供产品或服务,实现供需双方的交互,由于多元化的商业模式、

强大的信息处理能力、开放共享的生态系统,虽然不具备新闻资质,但其海量信息使这些平台具备了媒体的属性。积极开展下沉服务、本地化服务,加强与商业信息平台合作,既向商业媒体提供权威内容,又借助商业媒体的技术能力、生产方式、运营模式改造主流媒体,提升主流媒体的覆盖能力。

## 以全媒体机制变革主流媒体

作品的生产、发布,关系建强意识形态主阵地、关系提升媒体“四力”、关系用户体验和传播效果及考核评价、关系主流媒体使命任务、关系激励队伍深入践行“四力”。

在生产机制上下功夫。首先,梳理主办媒体报、刊、网、端、频、号内容需求,明确一定阶段的专栏、专题、板块、频道,对与之相匹配的类别、体裁进行划分。其次,明确每个媒体刊播数量、更新频次、跟帖节奏,并在此基础上对文字类、视听类、融合类产品如消息、通讯、评论、视频、图片等字数、时长、尺寸大小作出规定,注重头版、首页、首屏、头条(推荐)视听阅读体验。再次,对理论阐释、新闻报道、信息采集中自采(原创)、转载(转发)、抓取、用户生产、人工智能生成第一落点、第二落点、第三落点的载体、范围、边界进行明确。最后,将新技术新管理方式贯穿到“策采编审发监”各个环节,增强统筹指挥和执行效果。

在传播机制上下功夫。首先,加强省际媒体横向合作,建立全网联动机制,深化市县融媒体中心合作,强化与央媒联动,在内容、技术能力、产品服务上实现共创共享。其次,梳理地方、区域、国内、国际用户数据,分领域、年龄、行业、圈层进行画像,利用算法推送精准提供作品、产品服务。再次,关注民情民意和社会思潮,关注文化精神生活需要,监测抓取热点信息,分析阶段性走势,及时为决策提供参考,并通过跟进宣传引流,提高引导效果。最后,注重发行效果,提高覆盖面和到达率;跟踪头部商业平台直播、电竞、微短剧投

流运营,研究底层逻辑,借鉴推荐模式,提高端到端推广运营水平。

在考核评价体系上下功夫。首先,建立党的创新理论宣传评价制度。优化版面、专栏、专题、频道结构,精心策划选题,用心撰写稿件、倾力打造作品,深入解读习近平新时代中国特色社会主义思想蕴含的道理、原理、哲理;结合本地区贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神的实践,以鲜活的小故事反映大主题;运用短评、短视频、海报等轻量化表达方式,让党的创新理论入耳、入脑、入心。其次,建立分类考核评价体系。紧紧抓住作品政治导向、内容质量、技术应用、运营方式、传播效果,细化考核内容、分解工作责任、明确考核措施、制定奖惩办法,树立鲜明的业务导向。再次,强化技术应用的考核评价。树立全媒体观念,切实解决不重视技术、技术业务两张皮、技术路径依赖的问题,推动主流媒体提高核心竞争力。最后,无论是评价作品,还是考核考核“主力军”,主力军发挥的作用如何,取决于队伍的知识结构、专业素养、学习能力。因此,建立采编、设计、技术、运营和发行考核体系,制定量化标准,增强考核效果。分类开展专业培训,让从业人员深入了解工作对象职能职责、工作进展和工作成效,在宣传报道中有话可说,说到点子上。在强化队伍思想建设、作风建设的同时,注重提升文学、美术、音乐、舞蹈、电影电视等艺术门类涵养,使创新创意渗透到作品中,转文风、美画风,增强感染力和感召力。

总之,波澜壮阔的中国式现代化伟大实践,给主流媒体提供了广阔的空间和舞台,又迫切呼唤媒体顺应时代潮流承担起新时代的使命任务。主流媒体要增强变革的使命感 and 责任感,准确识变、科学应变、主动求变,突破思想认识上的藩篱,打破技术上的壁垒,消除体制机制上的障碍,在系统性变革中脱胎换骨,迎接新挑战、担当新使命、书写新篇章。

(作者系贵州日报报社社长、贵州日报当代融媒体集团董事长)

## 区县融媒

## 黑龙江省齐齐哈尔市富裕县融媒体中心探索融媒改革

## 注重身边人和事 提升“自产”播和效

□本报记者 张席贵

“有哪吒、敖丙,这些动画电影里的人物竟然画在了自己家的外墙上,不时引来附近的群众欣赏。”近日,黑龙江省齐齐哈尔市富裕县融媒体中心副主任、记者张子茜在刷抖音时,无意间发现了这样一条线索,于是她立即在后台给作者留言,作者也回复了她。这样,就促成了一个《铁西小巷“哪吒墙”成为网红打卡点》的新闻专题。富裕县融媒体中心在常规报道的同时,编采人员主动发现新闻线索,通过报道身边人、身边事,创新新闻传播方式,同时不断对融媒体中心的人员强化培训学习与实战,探索新时代的融媒改革。

## 镜头对准全县“大事小情”

“在县委、县政府的重视下,当然还有我们自身的不断努力,早在2019年的时候,9个媒体平台协同发力,实现一次性采编,多端发布的工作格局。”富裕县融媒体中心主任罗凤英告诉《中国新闻出版广电报》记者,他们中心的“走进富裕”APP一下粉丝就增加了4万多,现在的9个媒体平台一共有粉丝16万,这对于一个人口不多的县城来说是一件很不容易的事。

“我们的编辑、记者新媒体意识强,主动挖掘题材,创作短视频、编辑文案,呈现了一批高水平的新媒体作品,官方视频号、抖音号、快手号等全面开花。”张子茜告诉记者,他们的《齐齐哈尔又添新机场,端午节飞来实现“和牛自由”》《家门口就能体验“玫瑰同款飞行”》《一生大方向亮的东北人,临时组队、现场码人儿,三伏天拔河,南方的宝子们敢想吗》短视频在省级三大平台播放量突破百万。他们发布的《单产提升夺丰收》视频,还在央视《焦点访谈》年终特别节目《信心·2024》中播出,实现央视综合、新闻频道齐发,也实现了上



富裕县融媒体中心接到黑龙江广电总台约稿《快乐“乡约”》,主播出镜介绍富县特产内容。富裕县融媒体中心 供图

## 走出请进来助力地方经济

“我们在传播形式及传播内容上精准发力,紧紧抓住‘尔滨热’,与广西平乐县融媒体中心联动,组织开展‘老铁老家一家亲,平乐富裕心连心’融媒共创联动活动。”张子茜向记者

介绍,他们双方互聘体验官,在融媒体平台上互相推送,互相宣传,互相体验。

曾在富裕县媒体工作的邓世亮在20多年前到了广西平乐县的媒体工作,但他念念不忘在富裕县工作的日子,并一直与那里的同事保持着互动和联系。

平乐县有柿饼、盐菜、石崖茶等土特产,而富裕县则有灵芝、大米、酸浆、豆包等土特产。邓世亮和吕晓杰分别向各自的领导进行了汇报,两地融媒通过多次互动直播带货,为两县的农产品走出去作出了重要贡献。

通过富裕和平乐媒体之间的互动和交流,让更多的群众了解到南北两地的文化旅游资源、产品特色、美食文化和自然风光,增进了两地群众对南北方的了解和认知,从而促进两地各方面的进一步合作发展。

日前,富裕县融媒体中心原创发稿量比历史同期提高30%,自建号以来,抖音、快手单条播放量首次达10

万+,推送的短视频有3条在省级三大平台播放量达百万+。

## 强化县域媒体融合发展

富裕县融媒体中心在发展的过程中也面临一些问题。如融媒体中心面临人力、物力、财力资源匮乏,专业人才短缺,技术更新缓慢,动画、海报、新媒体技术人才不足,严重影响了传统媒体与新媒体的深度融合,内容生产、传播流程存在脱节现象,难以形成强大合力。

针对这样的情况,罗凤英介绍,富裕县融媒体中心积极通过各类选聘的方式,选齐配强技术人才。同时,强化培训学习与实战,打破传统媒体与新媒体融合壁垒,除发布环节外,实现全媒体运行模式,真正实现一次性采集,多端编辑的深度融合。

罗凤英说,富裕县融媒体中心不断强化指挥调度中框建设,争取专项资金用于融媒体中心硬件升级,制定完善中心工作规范和流程指南,明确各岗位在选题策划、生产管理、传播分析等环节的职责,定期组织培训与考核,提升工作人员业务能力。深入了解受众需求和兴趣点建立内容创新激励机制,对创作优秀专题报道和原创短视频的团队和个人给予适当奖励,激发创作热情。

罗凤英还向记者介绍,他们积极推动传统媒体与新媒体深度融合,利用先进技术,实现内容生产、分发、反馈的智能化、精准化。同时,加强与中央、省市媒体及第三方平台的合作,主动与上级媒体建立常态化沟通机制,每月至少进行一次业务交流,每季度开展一次联合新闻策划,共同打造有影响力的新闻报道。安排专人对接省级新媒体平台,根据平台特点和需求,定制推送本土特色内容,每月至少有一条内容被省级平台采用,以此拓宽传播渠道,提升“自产”内容的传播效果。