

观察深一度

媒体系统性变革 学界不能置身局外

□张涛甫

传媒业界与学界，就像左手与右手，长在一个生命体上，离开彼此，都是残缺的。但是，长期在一起，因为熟悉，又显得陌生。传媒业曾经光芒万丈，可以照亮整个世界，世界之光似乎都来自传媒人手中的“火炬”。相比之下，新闻传播学界就成了弱存在，他们负责在路边送花、喝彩。其在智识上的贡献和声援，所得的正向反馈也不多，得不到多少褒奖与回馈。于是乎，学界只在自己的世界里浅吟低唱，声量时大时小，存在感也不强。

后来，新闻传播学界把精力和兴致投注于“学”，恶补“无学”之憾。这期间，对新闻传播学贡献最大的当数传播学。传媒学者在新闻学周边迅速扩张传播学版图，将新闻传播学的知识半径空前延长，知识疆域大面积延展。这种知识疆域的扩张，不仅是外延意义上的，更是内涵意义上的，它改变了新闻学的基因排序。

新闻传播学界的这种“好学”之风，在相当程度上，打破了新闻学自闭的知识生产定式，大量新知的涌入，打开了新闻学的理论想象力，其原本简陋的理论工具箱得到了改善。

只不过，新闻传播学界的“好学”之风狂飙突进，导致海量异质性知识的倒灌，新闻传播学的知识生产与实践之间尚未形成强关联，没能与新闻学原先的知识逻辑深度勾连起来，不能感应传媒业一线的重与、大、痛与乐。学者们忙于知识的内循环，沉醉于知识的孤芳自赏，与热气腾腾的传媒实践的联系并不紧密，甚至失去了介入生动实践的能力。对此，若不觉知，任其惯性使然，新闻传播学就有被业界抛弃的危险。

时下，正值传媒业转型的非常时期，对于处在转型阵痛期的主流媒体而言，可谓生死攸关，命悬一线。主流媒体融合转型，遭遇各种艰难险阻，伴随各种急难愁盼。如今，转型改革进入深水区，系统性变革处于攻坚阶段，一线改革者承压几近极限，体能、意志和智慧都绷到极大值。这个时候，主流媒体处在全方位的待哺状态，急需外援的加持，更需系统性的抱团取暖。

至此时节，新闻传播学界面临前所未有的考验。考验不仅来自传媒业一线的拷问，还来自理论自身的破茧突围。有没有勇气直面应对？有没有能力应对？极限挑战考验新闻传播学界的勇气和智慧。面对水深火热的改革一线，没有理由作壁上观，也不能以局外人身份隔岸观火。面对系统性变革，学界显然不能置身于系统之外，应为这场系统性变革输送动力和智慧。

传媒业火热的改革实践是一个巨型开放实验室，这里没有标准答案，需要我们学界全心思置身室内，保持在场状态，深度介入，于实践中出真知，借此，检验我们的理论解释力。构建中国新闻传播学自主知识体系，不是在书斋中玩造词和智力游戏，而是要坚持深度在场，朝着“枪炮声”最密集的方向出击，往激流深处奋楫，在极限压力下锻造知识的硬度，在全真场景中检验理论的成色。回归新闻传播学的“实学”传统，知行合一，把知识的根系深深地扎在实践大地上。

（文章摘选自《新闻大学》2025年第10期）

构建“人工智能+宏观预警”体系 夯实高质量发展的安全基础

□黄乃静 洪永森

推动“人工智能+宏观预警”体系构建，是在新一轮科技革命和产业变革背景下统筹发展与安全的必然选择。它不仅是技术创新的重要体现，更是国家治理能力提升的关键抓手。我们必须牢牢把握人工智能发展的历史机遇，依托大数据和大模型技术，加快构建覆盖全局的宏观预警体系，有效防范和化解重大经济金融风险，夯实高质量发展的安全基础，为全面推进中国式现代化提供有力支撑。

在构建“人工智能+宏观预警”体系过程中，不可避免面临诸多挑战。宏观经济预警体系涉及经济、金融、产业等多领域数据，关联重大政策决策，对信息的时效性、模型的准确性和结果的可解释性都有着极高的要求。必须看到，当前的数据质量与标准化仍存在一些突出问题。第一，不同部门、行业 and 地区之间的数据壁垒尚未打通，数据孤岛现象依然突出；第二，大模型训练高度依赖高质量的数据标注，在宏观预警或知识高专业性领域（如医疗领域），对标注人员的认知背景和理解能力要求更高，专业化标注能力不足会影响数据质量；第三，部分领域的数据在不同程度上存在噪声、失真甚至操纵等问题；第四，人工智能模型的“黑箱”特征也使其可解释性成为重要挑战。可解释性对于经济政策制定尤为重要，因为政策决策不仅需要准确的预测，更需要理解背后的因果关系和影响路径，以确保政策工具的针对性和有效性。大模型虽然在预测精度上具有优势，但模型参数众多，缺乏透明的因果链条，在揭示经济作用机制方面还存在诸多局限。

面对上述问题，必须从制度、技术与治理层面协同发力，统筹推进“人工智能+宏观预警”体系的建设。一是完善制度体系，夯实宏观经济预警的制度基础。完善宏观数据治理的顶层设计，健全统一规范、权责明晰的数据制度体系，打破部门、行业、地区之间的数据壁垒，破解数据孤岛问题。健全人工智能治理与伦理监管制度，加强数据安全和隐私保护，防范算法歧视、技术滥用等风险，从制度层面保障“人工智能+宏观预警”体系的数据质量。二是加快算力体系建设，夯实人工智能发展的底座。重点推进高性能计算中心和智能算力网络建设，提升算力调度效率与绿色化水平，强化算力对数据挖掘和模型训练的支撑，为智能化宏观预警体系提供坚实保障。三是大力推进政产学研协同创新，形成政府引导、科研支撑、企业参与的多层协作格局，加强制度供给与政策协调，推动模型算法与方法创新，依托数据积累、技术开发和场景应用优势，推动科研成果落地转化。

（文章摘选自《光明日报》11月11日第11版）

深度微视

“人工智能+”下如何建设传媒产业？

□郭全中

当前，人工智能技术尤其是大模型技术进入规模化应用与垂直化深耕的协同演进期，成为重塑产业形态的核心力量。党的二十届四中全会将“建设现代化产业体系”作为重要战略任务，提出“优化提升传统产业，培育壮大新兴产业和未来产业”的发展导向，为传媒产业转型锚定方向。国务院《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》明确将文化传播纳入重点领域，要求推动生成式人工智能、大模型等技术在内容生产、传播分发等环节的深度应用。在政策效应的叠加下，基于人工智能的现代化传媒体系将快速构建与演进。

从双重赋能到双向赋能

所谓现代化传媒产业，是指以技术创新为驱动、以内容价值为核心、以用户需求为导向，融合“内容生产—传播分发—用户连接—商业变现”全链路的复合型产业形态，具有技术融合性、传播精准性、生态开放性三大特征。

互联网产业与大模型对传媒的双重赋能。一是互联网算力与数据支撑大模型的传媒应用。我国互联网产业经过30余年发展，已形成全球领先的算力基础设施、海量用户数据资源与分布式存储架构。这些技术基础为大模型在传媒领域的落地提供了关键支撑。二是互联网平台成为传媒智能化的“操作系统”。互联网平台通过开放API接口、提供AI工具包，将大模型能力嵌入传媒生产与传播的全流程。例如，在生产端，平台开放AI辅助工具，降低中小媒体的技术门槛；在传播端，平台通过算法推荐与场景适配，实现内容的精准分发。

互联网产业、大模型与传媒产业的双向赋能循环。互联网产业、大模型与传媒产业形成“技术反哺—价值共创”的协同生态。一是互联网企业与大模型赋能传媒。通过技术输出，数据共

享与生态整合，帮助传媒机构提升效率与影响力。二是传媒机构反哺互联网产业与大模型。优质传媒内容为互联网平台和大模型提供高价值流量和AI高质量语料，驱动平台用户增长与商业变现以及大模型性能提升。

四方面问题影响转型升级速度

主流媒体正在积极通过智能化转型探索实现系统性变革。面对“人工智能+”与大模型尤其是生成式AI的浪潮，主流媒体积极布局，推动生产流程、传播模式与组织架构的系统性变革。

一是在生产智能化方面实现从“人工主导”到“人机协同”。主流媒体通过引入生成式AI工具，实现“策采编发”全流程效率提升：新华社“媒体大脑”基于全网舆情数据与用户搜索热词，自动生成每日选题清单。在内容生成方面，南方报业传媒集团“南方智媒云”运用多模态生成模型，自动生成体育赛事简讯、财经数据新闻等标准化内容。在审核分发方面，人民网舆情监测系统结合NLP与计算机视觉技术，实现敏感信息的自动识别与拦截；浙江传播大脑平台通过AI算法为浙江省内11市89县融媒体中心提供数据聚合和客户端数据分发能力。

二是在传播精准化方面实现从“大众传播”到“精准服务”。互联网平台的用户洞察与生成式AI的场景适配能力推动传媒传播逻辑从“覆盖”转向“连接”：在用户精准服务方面，湖南广电芒果TV通过AI分析用户观看时长、互动行为与兴趣标签，为用户定制个性化内容推荐。

三是在生态开放化方面实现从“封闭运营”到“跨界协同”。主流媒体与互联网企业、技术服务商共建开放生态，拓展传媒产业边界，山东数字文化集团与技术公司合作打造了齐鲁文化大模型、山东文化数据库、孔

子数智大模型等多个数字经济“新基建”项目。

传媒产业现代化转型仍面临多重严峻挑战。一是在技术层面自主创新不足与算力依赖。主流媒体普遍依赖第三方AI工具，底层大模型与核心算力的自主研发能力薄弱。二是在内容层面同质化与价值弱化。生成式AI虽提升效率，但易陷入“模板化”陷阱。部分媒体为追求流量，过度使用AI生成标题党、低俗化内容，导致传媒公信力受损。三是组织层面人才结构与管理模式滞后。传统媒体的科层制管理与AI驱动的敏捷生产需求不匹配。既懂传媒业务又懂AI技术的复合型人才短缺。据中国记协调研，全国广电机构中“AI+传媒”复合型人才占比不足5%，且内容生产流程仍以“部门制”为主，难以适应AI时代的“小团队、快响应”模式。四是治理层面伦理风险与监管滞后。生成式AI带来内容真实性难追溯、用户隐私泄露、版权边界模糊等问题。

需构建有效协同产业体系

目前，OpenAI与谷歌作为全球大模型技术的领军者，已构建起覆盖底层算力、核心模型、应用工具及行业解决方案的全栈式服务生态。两大企业的服务已渗透至新闻生产、广告营销、内容分发等传媒核心领域。国内的大模型企业和互联网平台也正在借鉴其先进经验，结合我国的实际情况，推出相应的产品和服务。我国可以出台相关支持政策，支持大模型和互联网平台作为现代化传媒业建设的技术底座，驱动现代化传媒产业体系建设。

党的二十届四中全会提出，要加强原始创新和关键核心技术攻关，推动科技创新和产业创新深度融合。具体到现代化传媒产业，则是重点突破大模型的传媒场景应用技术。一是支持主流媒体联合高校、科技企业共建传媒领域专用大模型，优化其在事实

核查、多模态内容生成、用户意图理解等方面的性能。二是推动传媒AI工具的开源共享，降低中小媒体技术使用成本。

推进系统性变革，重塑传媒生产与传播逻辑。以“人工智能+”为契机，推动主流媒体从“技术应用”向“生态重构”升级。在生产流程再造方面，通过AI等新技术的强制内嵌，构建一体化协同的新型采编流程；在传播能力升级方面，基于AI的用户洞察与场景适配，打造“泛在传播”矩阵。在组织架构转型方面，打破传统科层制，建立“小前台、大中台”的敏捷型组织。

深化产业协同，培育传媒发展新动能。一是鼓励传媒企业与大模型企业、高校、科研机构共建联合实验室，聚焦传媒AI关键技术攻关。二是在合规前提下，推动媒体数据的开放共享与价值挖掘。三是推动传媒与政务、教育、文旅等领域的AI应用协同。

完善治理体系，防范技术风险与伦理挑战。一是制定传媒AI应用的伦理指南，明确“真实优先”“透明可溯”“用户知情”等原则。二是加快《生成式人工智能服务管理暂行办法》的落地实施，明确AI内容的责任主体，建立版权登记与侵权追溯机制；提高算法透明度，要求平台公开推荐算法的基本逻辑，保障用户的信息选择权。

“人工智能+”行动与大模型产业的发展，为现代化传媒产业建设提供了历史性机遇。互联网产业通过算力、数据与平台支撑，大模型通过内容生产的智能化与传播方式的自然化，共同驱动传媒产业向“生态智能化”方向演进。未来，需以技术自主、生态协同、治理创新为核心，推动主流媒体的系统性变革，实现从“工具智能化”到“生态智能化”的跃迁。

（作者为中央民族大学新闻与传播学院教授、互联网平台企业发展与治理研究中心主任）

第八届中国国际进口博览会报道——

讲进博之新 展开放之态

□本报记者 朱小苗

“进博之约”如期而至，世界目光再次聚焦中国。11月5日至10日，第八届中国国际进口博览会（以下简称进博会）在国家会展中心（上海）举办。作为世界上第一个以进口为主题的国家级展会，进博会自创办以来，就受到社会各界的广泛关注。各媒体纷纷将镜头与笔触聚焦于此，以多元报道形式，全方位、生动鲜活地呈现这场盛会的种种细节，深度解读其背后所蕴含的深远意义。

用小文章讲好大故事

作为吸引了155个国家、地区和国际组织参与，4108家境外企业参展的国家级展会，其释放出的海量信息，绝非简单的文字所能尽数勾勒。不少新闻媒体独具慧眼，选择以小切口为突破口，将深度思考与独到见解凝练成特写、观察、评论等文章形式，以轻盈灵动的文字体量，娓娓道来国际合作背后的宏大叙事。

《人民日报》在特别报道中推出了《编辑观察》栏目，其中的《以“进博之新”，答世界之问》一文，以简洁凝练之笔，深度剖析“进博之新”，“新”在更强大的包容性、更便利的联通性和更舒适的体验性，字里行间尽显中国扩大高水平对外开放的决心；《看进博会不断上演好故事》则是聚焦进博会上的合作普惠细节，从一个个典型的暖心故事中，体现了举办进博会的人心所向、大势所趋。

新华社刊发文章《第八届进博会 | 特写：“宠”出来的商机》，将敏锐目光精准聚焦于本届进博会上首次设立的宠物主题展区。文章以一只身着深蓝色机长服的猫咪“小手办”为切入点，讲述它被主人抱上进博会宠物产业展团的临时舞台后引起全场关注。随后，文章顺势对展会现场以及参展的各种产品进行细致的描述。多位参展商结合自身展品，共同讲述了当前多元化的宠物消费新场景，让人真切感受到本届进博会处处洋溢的创新气息和火热氛围。

《解放日报》的《解放论坛》栏目在进博会期间推出了多篇评论文章，为读者带来更多思考，如《从开放的进博会，理解今日之中国》一文，从上海地铁2号线上的外国友人明显多了起来这一细节入手，展现了世界经济流动与交汇的川流不息；《“中国创造”后，下一步是什么》一文，从观察到的一个明显趋势写起，即回顾历届进博会，跨国企业带来的国产化创新产品越来越多，写到了对将来不仅能看到更多“中国制造”“中国创造”，还能看到更多“中国标准”的美好憧憬。

深入报道打开全球视野

除了那些短小精悍、灵动鲜活的小文章，众多媒体也在报道深度上持续深耕，以更为开阔的全球视野，挖掘并讲述本届进博会中别具一格的故事，为读者带来更多维的观察视角。

《跨国公司在中国》是《经济日报》设立的栏目，为读者深度解读了多家全球知名跨国公司与中国深度合作。通过这些合作案例的解剖，生动展现出中国市场在全球经济格局中的重要地位，彰显出中国作为世界经济引擎的巨大吸引力与影响力。

《中国青年报》于头版开设了“相约进博，共享未来”专栏，该专栏以现场采访为基石，通过记者与众多参展商及相关人员深度对话的方式，让读者站在更全面的视角上看待进博会给生活带来的改变。如在《首发首秀 首选进博》这篇报道中，中青报·中青网的记者就许多外企喜欢在进博会上“憋大招”这一发现采访了多位外企负责人，记录了他们对于中国市场未来发展的看法，展现了进博会“溢出效应”所带来的诸多益处。

在《新民晚报》的第八届进博会特刊中，《开馆记》栏目的设置也为读者提供了一个进入观察进博会的窗口。汽车及智慧出行展区、农食品展区、创新孵化专区……对特色展区

的深入介绍，让这些展区对于读者而言不再只是一个停留在纸面上的抽象符号，而是化作一个可触手可及的场景。中外企业和尖端技术在此处共同荟萃，世界各国的科技、文化、理念在此互鉴交流，共同为读者勾勒出又一全球交流互助的和谐画面。

现场直击让读者身临其境

为了让读者更加迅速地感受到现场氛围，创新报道形式，多种新媒体手段的熟练运用已然成为媒体的必备技能。

中国新闻网在进博会上开启了多场直播，记者重点关注了汽车、消费品等人气展区的特色展品，以生动的语言对这些特色展品进行了细致的介绍。展区的工作人员也直接通过镜头给观众带来了信息量极大的专业介绍，无论是汽车展区里关于车辆细节和各类技术的深入剖析，还是消费品展区里对产品材质、设计理念的精彩解读，都为直播带来了与平时新闻报道截然不同的鲜活感，让未能亲临现场的观众也能“云游”进博，领略这场盛会的风采。

上观新闻推出了AI动画视频专



上观新闻推出的AI动画视频专题“霸气顾总的进博新发现”。