

下一站,迈进智能传播时代

昨天,2021中国国际智能传播论坛在我市举行。万物互联时代,智能传播正在面临哪些机遇和挑战?“人工智能+新媒体”如何重塑传媒生态?论坛上,国际组织代表、专家学者、企业家等重量级嘉宾共同探讨智能传播的未来发展前景、技术应用、产业融合、文化交流、社会责任与人文关怀等前沿议题,交流新兴智能媒体技术最新动态,打开智能传播时代的新图景。

制造业的智能化转型 要重视基础算法

■ 访谈嘉宾 谭建荣 中国工程院院士、浙江大学教授

随着数字经济时代的到来,以人工智能、大数据等为代表的数字化技术正在席卷各行各业。当下,人工智能发展得如火如荼,相应的智能产品应用也是层出不穷。那么,从智能产品到数字化转型,什么才是数字经济时代下企业的立身之本?谭建荣说,而今,许多地方政府、企业发展智能制造的积极性很高,但对智能制造的理解却存在一些偏差。许多企业家,甚至部分专家认为,智能制造就是建立自动化生产线。然而,自动化生产线只是智能制造的初级阶段。智能制造是把人工智能技术跟产品设计、制造技术等融合起来,并采用智能技术来解决制造问题的过程。

谭建荣认为,制造业要实现智能化的转型升级,需要重点关注八个关键技术,分别是:深度学习算法、增强学习算法、模式识别算法、机器视觉算法、数据挖掘方法、知识工程方法、自然语言理解以及类脑交互决策。其中,前四个算法是人工智能发展所需要的算法。当下许多地方人工智能搞得“轰轰烈烈”,但大多还停留在人工智能技术应用层面,对人工智能算法的研究还很少。然而,不研究人工智能算法就无法掌握人工智能的核心技术,所以行业需要有更多的数学家和企业来关注人工智能的算法研究。

一个城市的制造业要实现数字化转型与智能化升级,企业要增强自身的创新能力,加大对创新的投资,做好产学研的结合,还需要结合企业与所在行业的特点来提升智能化水平,用好机器人、人工智能、互联网以及大数据等技术。具体而言,可以在智能制造产业、智能金融、智能零售、智能交通、智能传媒、智能教育等产业上发力。



技术升级 推动传播迭代

■ 访谈嘉宾 简勤 中国移动副总经理

信息技术在智能传播中的作用越发受到重视。简勤介绍,近年来,以5G为代表的新基建,已成为传播产业不断向着智能化发展的重要技术推动力。新技术也进一步催生了传播新模式、新产业、新业态。5G时代的到来,媒体内容生产将更加便捷,传播形态更加多元,传播渠道大大拓宽,传播体验更加丰富。在网络技术的快速发展中,信息技术基础设施建设得到全面推进,加速了全社会数字化程度、信息技术的融合创新,推动信息技术与经济社会民生的深度融合,信息服务业努力担当起数字中国、智慧社会的主力军。

简勤透露,目前,中国移动已经在全国建设超过了40万个5G基站,占全国的70%以上。其中,江苏超过8万个,无锡超过5000个,为智能传播产业发展提供重要的技术支持和传播保障。据了解,当前,中国移动正在大力实施5G+计划,加速促进信息技术融入千行百业,服务大众。在6500米海拔上完成了5G+4K+VR云游珠峰慢直播,成立5G视音频传播中心……简勤回顾了媒体在利用技术推动智能传播方面所经历的一次次升级,进一步发挥技术和内容优势,重构媒体生产的传播手段。据悉,接下来,中国移动将持续运用5G技术,推动智能传播在内容模式不断创新。

随着5G新经济与不同行业融合,新场景、新产业还将不断涌现。简勤提出,将深化与产业链、供应链、生态链、创新链的合作,与各行业共同打造数字化应用产业新生态。同时,要加快数据中心、边缘计算等新型基础设施建设,持续打造5G超高清视频、4K、8K直播,云VR、AR,融媒体手机报等创新业务,满足全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体的泛在传播需要。

以优质内容 赢得用户,赢得受众

■ 访谈嘉宾 宫喜祥 新华社党组成员、秘书长

传播技术与创新始终交织在一起,彼此融合,相互激发。宫喜祥指出,当下,以人工智能、5G、大数据、云计算为引领的新一轮科技革命正在不断开拓媒体行业新边界,传媒竞争已经切换到智能传播的赛道上来。从这一意义而言,开创新型主流媒体的新未来,需要我们把智能传播时代的创新发展趋势。他认为,智能化改变的不仅是传媒业表面的形态和格局,更有其内在逻辑和机制。用户体验从过去的文字、音频、图片、视频等单维系统,向虚拟化、沉浸式全新体系进化。媒体已不再是单一内容提供者,正在成为兼具综合服务、汇聚多元资源的运营枢纽,“谁能把握这些趋势谁就占领了主动。”

越是浪潮汹涌,越要坚守主流媒体的职责使命和价值追求。宫喜祥说,当前,主流媒体仍要坚持以内容建设为根本,聚焦内容这个核心优势,推动新闻产品精准化生产、可视化呈现、智能化推送、互动化传播,以优质内容赢得用户,赢得受众。强化“受众在哪里,报道就拓展到哪里”的阵地意识。“要传播正能量,而不是努力争流量。”宫喜祥强调,媒体应始终坚持以导向为灵魂,可以放低身段,但不能自降格调;应当追踪热点,但不能随波逐流。智能传播时代,主流媒体更应在变中守正,始终不渝。

未来已来,未知大于已知,新型主流媒体能否将发展机遇转变为发展优势?在宫喜祥看来,这需要媒体锻造智能传播时代融合发展的能力。他举例,新华社在加快建设国际一流新型世界性通讯社的进程中,增强资源整合处理能力,组建了国家重点实验室,不断探索和研究人工智能在新闻领域的运用;推出了媒体大脑、智能化生产系统、卫星新闻等融合生产模式、5G全息异地同频访谈等创新产品。在不断重塑生产流程、创新新闻业态、重构用户关系的过程中迸发新动能,焕发新活力。



云端技术 促进影视产业升级

■ 访谈嘉宾 张文林 华为公司战略部总裁

很多人已经习惯使用云端进行数据存储,张文林说,未来在“云端”会有各种革命性服务推出。第一个就是云上生产制作,这项服务可以通过各类工具在云上进行高效调度和运作来实现。通过云上智能处理,制作过程中的大量手工内容可以实现自动化。特效制作、动漫生产的效率,可以提升一倍以上。这将是制作领域的一个巨大进步。“今年6月的上海国际电影节上,我们将和后期影视产业联盟发布云上制作的相关流程。”张文林透露,大家所熟知的云上修复,也将实现核心技术的突破,更精准的AI算法可以不断提高云上修复的质量和水平,也能够降低资源消耗。

随着几大核心技术在AI方面的突破,电影的分发方式也将彻底改变,以往的电影分发是要通过大量硬盘才能实现的,每一个分发过程都需要电影发行方制作出硬盘,然后送到每一家影院去,在数字时代这样的场景会彻底改变。“我们已经跟主流院线达成了合作,预计今年年内就可以实现云上分发。”张文林说。

在他看来,随着相关技术的日益成熟,商业模式也需要被创新。比如,影院排片非常有限,有60%甚至70%影片无法在影院实现播放。院线不妨通过打造新的家庭影院,实现第二院线大市场,通过高规格的技术,把影院级体验带给用户,用户付费的意愿是非常高的,以此来培养新的消费习惯。这样的模式在韩国已经有了样板。“可以各种技术突破,各种业务创新,各种商业模式探索,最终能够在产业界激发集群效应,这个集群效应需要落地,无锡就有这样的条件,来打造全国乃至全球领先的数字产业基地,我们也会共同投入这一事业中。”

视频化浪潮下 生活场景也会有变化

■ 访谈嘉宾 陈睿 哔哩哔哩董事长兼CEO

“视频化是未来一个巨大潮流,从中国互联网信息中心统计数据来看,截至2020年底中国视频用户已经达到了9.27亿。”根据陈睿推测,未来短则三年,慢则五年,中国视频用户会达到12亿。

届时,视频品类也会在这个大潮中发生变化,它的表现形式会远远超过电影、电视剧、综艺、动画这几个类型,“到时候我们在互联网上可以健身,可以购物,可以去各种各样的评测。”陈睿说。B站就是这样一个例子,目前B站超过90%视频来自于互联网上的创作者,也就是俗称的“UP主”,这些UP主创作各种各样视频,超过7000个品类。同时随着万物互联时代到来,视频的场景也会发生变化,过去视频场景中心是电影院和电视台,未来会拓展到家庭、交通出行等各种各样的场景。视频也会从过去单纯的内容表达,变成了未来可以作为一种服务,可以传递知识,也可以直接带货等。

“未来互联网内容主流是视频,那么未来主流媒体弘扬主旋律、正能量也可以通过视频的方式实现有效传播,通过潜移默化的方式,将正向的价值观传递到年轻人心中。”陈睿认为,视频化潮流还将推动中国文化走向世界。“过去五年我们一共出品了125部国产原创动画,有很多不仅在中国播放,也在其他国家播放。”陈睿说,中国的内容创作者们不仅在国内创作动画,还在日本等国家投资动画作品,在纪录片领域,也和多个国际厂牌合作,推动中国纪录片走向世界。



加强社交平台治理 主动承担社会责任

■ 访谈嘉宾 曹国伟 新浪董事长兼CEO、微博董事长

随着移动互联网的普及、技术的飞速发展,人们生产内容和获取信息的方式不断演进,媒体格局和舆论生态正在经历前所未有的变革。“这是一个人人可以生产内容、传播信息的时代。”论坛上,曹国伟做了“智能传播与社交媒体社会责任”的主题分享。他表示,在智能传播时代,内容生产和传播效率得到极大提升,但与此同时,智能传播带来的问题也越来越显现,主要表现在由于内容生产和传播门槛降低,造成谣言和虚假信息泛滥,尤其是社交媒体圈层化,非理性舆论的问题十分突出。此外,由于机器算法代替人工,导致内容的缺失和导向的错误。

曹国伟指出,作为社交媒体平台,一方面要在智能传播时代持续加强核心技术的突破,不断提高产品和服务升级换代。同时,也要积极探索加强平台治理,承担社会责任。曹国伟表示,事实上,微博从很早就开始就认识到社交媒体平台有许多问题,并把平台治理和社会责任放到企业发展核心位置。平台也要进一步强化主体责任,打造清朗的微博空间,积极扩大主流声音,同时做好虚假信息的辟谣工作。

据介绍,目前,新浪微博认证媒体账号有35000个,政务账号超过17万个,粉丝数都已过万,在微博上有强大的影响力和传播力。微博中的媒体政务号对新闻事件的报道,尤其是在热点事件的传播中能够第一时间发声,努力创造条件,放大传播好主流声音。同时,微博也在搜索热点等重要流量的入口,把有公信力的账号放在前面推荐,让主流权威内容覆盖更多用户,帮助净化微博信息和舆论环境。“平台要注重社会效应。”在曹国伟看来,微博覆盖几亿用户,有着强大的媒体影响力和传播力,因此,微博把弘扬主旋律和传递社会正能量作为其平台践行社会责任的一个重要组成部分。

曹国伟透露,今年初,微博完善了微博社区圈粉治理规范,主动引导青少年理性追星,同时,也发挥微公益力量,积极推荐一些热心公益的明星艺人,以榜样的力量对青少年进行正向引导,逐渐淡化盲目追星带来的负能量。