

智媒时代传媒人才

“双创”教育多维融合路径研究

ZHIMEI SHIDAI CHUANMEI RENCAI
“SHUANGCHUANG” JIAOYU DUOWEI RONGHE LUJING YANJIU

王雪梅 许志强 郝雯婧 陈锦宣◎著

非
外
借



重庆大学出版社

智媒时代传媒人才

“双创”教育多维融合路径研究

ZHIMEI SHIDAI CHUANMEI RENCAI
“SHUANGCHUANG” JIAOYU DUOWEI RONGHE LUJING YANJIU

王雪梅 许志强 郝雯婧 陈锦宣◎著

重庆大学出版社

智媒时代传媒人才

“双创”教育多维融合路径研究

ZHIMEI SHIDAI CHUANMEI RENCAI
“SHUANGCHUANG” JIAOYU DUOWEI RONGHE LUJING YANJIU

王雪梅 许志强 郝雯婧 陈锦宣◎著

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

智媒时代传媒人才“双创”教育多维融合路径研究/
王雪梅等著. -- 重庆: 重庆大学出版社, 2021.3

ISBN 978-7-5689-2618-8

I. ①智… II. ①王… III. ①传播媒介—人才培养—
研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 051964 号

智媒时代传媒人才“双创”教育多维融合路径研究

王雪梅 许志强 郝雯婧 陈锦宣 著

责任编辑:谭 敏 黄菊香 版式设计:谭 敏

责任校对:刘志刚 责任印制:邱 瑶

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:饶帮华

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆华林天美印务有限公司印刷

*

开本:787mm × 1092mm 1/16 印张:13.5 字数:280 千

2021 年 3 月第 1 版 2021 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5689-2618-8 定价:55.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

前 言

教育强则国家强,人才兴则民族兴。高等教育现代化是实现国家意志与国家战略的先行引领与重要支撑。传媒高等教育是服务国家经济社会和传媒行业发展的高等教育。在新形势下,交叉、跨界、融合和创新成为传媒高等教育发展的鲜明特点。

在以“云大物移智区加”等新兴科技为代表的智能技术集群的驱动下,知识与信息以智能化形态向传媒聚集,正加速改造传统媒体与新媒体之间的聚合,影响着传媒业的生产、传播、消费、产品、模式和生态,引导其朝着多渠道、多维度、多平台的方向转型和升级,从而形成人人皆媒、万物亦媒、媒介泛在的趋势,构成高度灵活的智能内容生产、传播与消费模式的新传播格局,正开启一个全新的传播范式——智能传播。

智媒时代,无论是智能技术带来的信息采集力、加工力与分发力的增强,还是智能传播带来的开放式的传播结构、用户信息解码偏差与全面“数据化”,均会挑战现有传媒伦理规范,颠覆现有的传媒理论体系,这自然要求传媒高等教育者从不同维度深刻洞察传媒产业的当下及未来,必将对传媒高等教育产生更多正向的影响。

技术创新是一切媒介发展的根本动力。虽然新一代智能技术集群更多局限于技术操作层面,而从技术概念上升到思维的广度、深度、高度和远度,还需要一定的时间和梯度才能完成,但未来,“智能+”技术的内在逻辑与思维必将助推传媒生态、用户行为、商业模式的重塑。作为媒介形态与传媒业态嬗变的一种应然状态,传媒产业呼唤传媒高等教育尽快适应传媒行业的快速变化,为传媒高等教育带来了机遇与挑战,也期待通过传媒高等教育与研究去规范引领传媒业态发展。

智媒时代,传媒高等教育与创新创业教育的多维融合,是人才培养供给侧和社会产业需求的共同需求。客观地说,传媒高等教育是面向传媒产业发展的人才需求,而创新创业教育也是面对传媒产业发展的创新人才需求,构建两大教育融合是具备理论基础和现实条件的。从教育发展的历史进程来看,教育经历了最初的混沌不分的“合”,然后逐渐到学科的分化,再向现在的融合转变。教育本身就是一个复杂、开放的子系统,并受其他子系统,比如经济、文化、政治等的影响,且进一步发生相互关系。从知识生产视域看,传媒高等教育与创新创

业教育共同构成了传媒人才培养的知识传播体系;从能力培养视域看,传媒高等教育与创新创业教育都是创新传媒人才培养的主要途径;从传媒行业视域来看,传媒高等教育与创新创业教育融合可促进创新型传媒人才培养,适应传媒行业的裂变,构建良性健康的可持续行业发展态势。

本书分为六章,第1章智能媒介与传媒高等教育的使命,第2章创新创业教育的发展历程、价值意义与基本特征,第3章创新创业教育与传媒教育的多维融合,第4章教育融合的现状、可行性与必然性,第5章教育融合的生态体系构建,第6章教育融合的协同机制与供给侧改革路径。

本书不仅深刻阐释了传媒高等教育与创新创业教育的多维融合,而且站在时代发展、行业需求、立德树人、人才培养、能力体现等角度在内容上进行了创新规划。我们相信,本书能让读者收获所需相关知识,从而帮助读者思索智媒时代传媒高等教育创新创业能力培养的要义。

本书能够顺利出版,要感谢很多支持并帮助我们的朋友,是你们的支持与鼓励让我们一直有动力完成这本书。谢谢!

著 者

2020年10月

目 录

| | |
|--|-----|
| 第 1 章 智能媒介与传媒高等教育的使命 | 1 |
| 1.1 媒介融合与智能媒介 | 1 |
| 1.2 智能媒介是“智能+”技术发展的必然趋势 | 8 |
| 1.3 被智能重新定义的媒介及其产业边界 | 13 |
| 1.4 数据价值与人工智能的双轮驱动 | 21 |
| 1.5 智能媒介对人类能力的延伸 | 24 |
| 1.6 智能媒介的时代背景 | 27 |
| 1.7 智媒崛起,传媒产业发展新动向 | 32 |
| 1.8 智媒时代,传媒高等教育亟待“再定位” | 37 |
| 1.9 “新文科”建设对卓越传媒人才的需求 | 42 |
| 第 2 章 创新创业教育的发展历程、价值意义与基本特征 | 47 |
| 2.1 创新创业教育的发展历程 | 47 |
| 2.2 创新创业教育的价值意义 | 75 |
| 2.3 创新创业教育的基本特征 | 81 |
| 第 3 章 创新创业教育与传媒教育的多维融合 | 83 |
| 3.1 高等教育理念 | 83 |
| 3.2 创新创业教育理念 | 89 |
| 3.3 传媒教育理念 | 93 |
| 3.4 教育融合 | 100 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 第4章 教育融合的现状、可行性与必然性 | 107 |
| 4.1 教育融合的现状 | 107 |
| 4.2 教育融合的可行性 | 118 |
| 4.3 教育融合的必然性 | 123 |
| 第5章 教育融合的生态体系构建 | 131 |
| 5.1 教育融合的辩证统一关系 | 132 |
| 5.2 教育融合的原则 | 137 |
| 5.3 教育融合的实践目标 | 141 |
| 5.4 教育融合的多元思维 | 150 |
| 第6章 教育融合的协同机制与供给侧改革路径 | 158 |
| 6.1 协同机制的特征 | 159 |
| 6.2 教育融合的供给侧改革路径 | 163 |
| 参考文献 | 199 |

第 1 章 智能媒介与传媒高等教育的使命

当今世界由两个重要的关键词构成:技术革命与全球化。基于“云大物移智区加”(云计算、大数据、物联网、移动互联网、人工智能、区块链、“互联网+”)等高新技术为代表的智能技术集群的信息传播,正以令世人瞩目的迅猛之势改写着人类历史,重新构建着人、连接信息与社会要素的关系,改变着人类的生活状态、思维方式和连接形式。从 Web1.0 到 Web2.0 再到 Web3.0,数字媒体走过了从“内容媒体”到“关系媒体”再到“服务媒体”的转变,媒介融合也经过了一个与之对应的阶段,并正在经历从 1.0 全媒体(2012 年之前,广播电视播出+新媒体发布)、2.0 融合媒体(2012—2017 年,媒介融合生产与运营)到 3.0 智能媒介(2017 年之后,数据挖掘+场景感知+精准推送+智能匹配)的转变。

随着新媒体形态迅速崛起与智媒时代的到来,传媒产业遭遇前所未有的转型与变局,媒介形态的革新与聚变对传媒人才能力结构提出新的要求,并持续影响着传媒高等人才培养的目标、理念、方向、规格、类型、层次、能力等。我国的传媒高等教育应培养什么样的人才?培养对策为何?他们应具备哪些核心专业能力与媒介素养?学校应该教什么,怎么教?这些都是传媒高等教育不可回避的重大现实问题。

1.1 媒介融合与智能媒介

得益于新一轮智能技术集群的进步和“新基建”的逐步细化,信息传播正在以前所未有的广度和深度散布、融透在社会肌体的每一个角落,将重新定义人与信息、人与商品、人与服务以及人与人的连接方式,并创造出一个从人与人的连接到万物互联、万物智能的全球化信息生产与流动的智能传播景观。

1.1.1 媒介融合

2013年11月,党的十八届三中全会提出,要整合新闻媒体资源,推动传统媒体和新兴媒体融合发展。2014年8月,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,强调:应强化互联网思维,坚持优势互补,加快传统媒体和新兴媒体的深度融合发展,构建立体多样与融合发展并重的现代传播体系。2016年7月,国家新闻出版广电总局印发《关于进一步加快广播电视媒体与新兴媒体融合发展的意见》(新广电发[2016]124号)指出,要在坚持正确导向、坚持社会效益优先的前提下,大力推动传统广电媒体与新兴媒体深度融合、一体共生,尽快实现广播电视媒体与互联网从简单相加“迈向深度相“融”的根本性转变。2019年1月,习近平总书记主持中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习时强调,“推动媒体融合发展,是要做大做强主流舆论,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础”,“全媒体不断发展,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体,信息无处不在、无所不及、无人不用,导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化,新闻舆论工作面临新的挑战”。2020年9月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》,强调:推动媒体融合向纵深发展,要深化主流媒体体制机制改革,加大全媒体人才培养力度,打造一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体,加快构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局,建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系,牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

“媒介融合”(Media Convergence)最早由美国麻省理工学院教授伊契尔·索勒·浦尔(Ithiel de Sola Pool)提出,他认为媒介融合是指各种媒介呈现多功能一体化的趋势。其概念应该包括狭义和广义两种:狭义的概念是指将不同的媒体形态“融合”在一起,会随之产生“质变”,形成一种新的媒介形态,如电子杂志、博客新闻等等;而广义的媒介融合则范围很广,包含媒介类型及相关层面等一切媒介及其有关要素的结合、汇聚甚至融合,不仅包括媒介内容的融合,还包括媒介形态、媒介功能、传播渠道、传播手段、所有权及组织结构等要素的融合。也就是说,媒介融合是信息传输通道的多元化下的新作业模式,是把以报刊为代表的平面媒体、以电台为代表的音频媒体和以电视台为代表的视频媒体等传统媒体,与互联网、手机、移动智能终端等新兴媒体传播通道有效地结合起来,资源共享、集中处理,衍生出不同形式的信息产品,然后根据用户个性化的需求通过不同的平台进行传播。媒介融合是媒体增加新闻和信息平台的数量,使稀缺的媒体资源得到最优配置。媒介融合模式的典型特征是一个传媒集团拥有多个媒介平台,实现内容的多平台出口,实现媒体资源效益与传播



能力的最大化。2003年,美国学者里奇·戈登(Rich Gordon)在分析和研究的基础上,总结出媒介融合五个基本类型,即所有权融合、策略性融合、结构性融合、信息采集融合和新闻表达融合。由此,媒介融合衍变为覆盖从媒介组织行为到传播具体实务的大融合。

在国际传媒业媒介融合的大背景下,最近几年,尤其是从2013年开始,中国媒介融合发展也从被动融合、做新如新、点线带动、借船出海的初级整合阶段(主要是形式、内容、网络、移动、个体、各自等领域的融合),步入主动作为、做旧如新、全面突破、造船出海的深度融合阶段(主要是体制、机制、区域、市场、整体等领域的融合),并呈现出技术化与全能化、内容融合与渠道融合、跨界合作与反向融合、集约生产与全民写作四大特点和趋势。当然,中国媒介融合步入深度融合阶段有着自身的逻辑路线和动力系统,其中创新是其逻辑主线,也是媒体深度融合的源初动力。除此之外,技术、资本、政府、市场等要素组成的多元联动动力系统成为我国媒体深度融合强大的动力支撑,其中市场与技术属于内生动力,政府和资本属于外生动力。

随着传统媒体与新媒体的合作创新,传统新闻媒体进入以大数据为内核、向多产业延伸、枢纽式的融媒体时代。例如,中央电视台的“台网融合模式”及人民日报的“中央厨房模式”引发了信息供给侧改革,实现了新媒体与传统媒体、线上和线下、母媒和子媒、国内媒体和国外媒体的联动。具体以中央电视台为例,其重磅打造了原创系列时政微视频《初心》,这是央视首次制作习近平总书记的人物专题片,也是央视首次将党和国家最高领导人人物专题片的首发平台从传统电视端移至新媒体平台。《初心》系列时政微视频由央视新闻客户端首发,全网总转发阅读量超过12亿,打造现象级产品的同时,实现了一次从电视端到新媒体平台的嬗变。而其在《候鸟迁徙》直播特别节目中,选择搭建了以手机用户为核心的“融媒体”演播室,实现了电视、新媒体和现场“三合一”高质量交互直播,这也使得该节目的互动用户超过2000万,总阅读量超过1.1亿。

过去10年,媒介融合经历了从全媒体到融媒体到智媒体的转变。全媒体是媒介融合初期的产物,其在发展伊始主要追求媒介内容、种类、形态、时空的“全”,可将其视为一种物理层面的变化;融媒体是媒介融合当下的产物,努力通过新一轮信息技术将各种要素与资源重新嫁接与创新并形成合力,可将其视为一种化学层面的变化;但从未来来看,自然智能与人工智能始终无缝融合于智能化的媒介生态中,而信息传播又被置于数字化生存和媒介融合的双向互动中,实现了从“功能”型向“智能”型、“智慧”型的转变,成就了智媒体,可将其视为一种基因层面的深度变化。

1.1.2 人工智能

人工智能(Artificial Intelligence, AI)是指让计算机具备能够像人一样拥有感知、认知、决策及执行等方面的能力,是一个多学科互相交叉、互相渗透的系统科学与工程,其目的是建立一个智能机器体。

人工智能的概念形成于20世纪50年代,其发展阶段经历了三次大的浪潮。第一次是20世纪50—60年代,是注重逻辑推理的机器翻译时代;第二次是20世纪70—80年代,是依托知识积累构建模型的专家系统时代;第三次始于2006年,是重视数据、自主学习的认知智能时代。人工智能的发展历程,如图1-1所示。

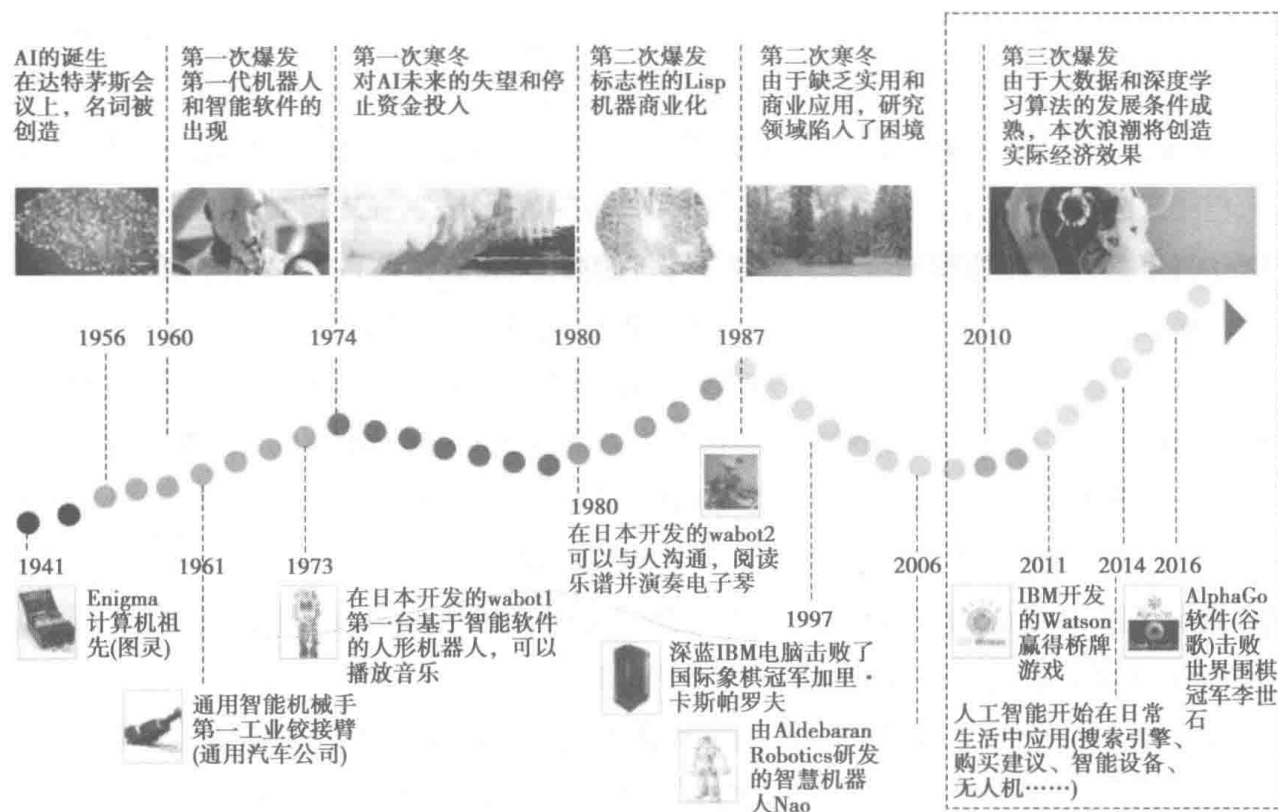


图 1-1 人工智能的发展历程

资料来源:案头研究;中国人工智能学会;罗兰贝格分析

在人类与人工智能的对决中,继1996年IBM“深蓝”战胜国际象棋冠军加里·卡斯帕罗夫(Garry Kasparov)、2016年谷歌AlphaGo战胜世界围棋冠军李世石之后,2019年,IBM再度推出人工智能辩手 Debater,在与人类辩手的交锋中,Debater一胜一负。近年来,随着国务院《新一代人工智能发展规划》(2017年)、国家发展改革委等《“互联网+”人工智能三年行动实施方案》(2016年)、教育部《教育信息化“十三五”规划》(2016年)、《高等学校人工智能创新行动计划》(2018年)、中国工程院重大战略咨询项目“人工智能2.0发展战略研究”

(2015年)等一系列产业政策和措施的出台,为我国人工智能理论和技术创新及产业发展提供了强大支撑。

当前,AI通过深度神经网络(如 10^{11} 个训练样本、 10^7 个参数且每个参数可更新 10^9 次等)、全脑模拟(如美国“大脑活动图谱计划”、欧盟“人类大脑项目”、中国“中国脑计划”等)以及智能动力学(Intelligence Dynamic,类似飞行之关键的空气动力学)等领域的不断进步,已促使机器具备了感知智能(能听会说、能看会认)、认知智能(能理解、会思考)、运算智能(能存会算)以及运动智能(能抓会握、能走会跑)等领域的的能力。人工智能已经从深度汲取人类经验,发展到了“平地起高楼”的自我学习阶段,人工智能将成为引领发展的第一动力。AI发展过程中具有社会意义的重要事件,如图1-2所示。

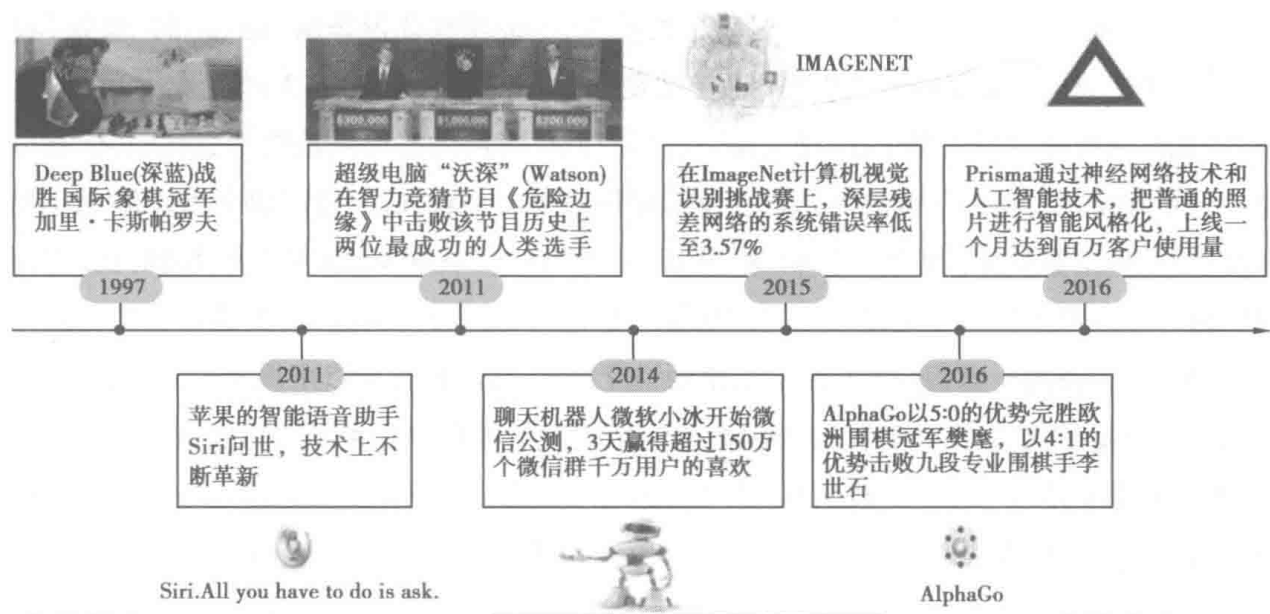


图 1-2 AI 发展过程中具有社会意义的重要事件

2019年5月16日,国际人工智能与教育大会在北京召开,国家主席习近平向大会致贺信。习近平指出,人工智能是引领新一轮科技革命和产业变革的重要驱动力,正深刻改变着人们的生产、生活、学习方式,推动人类社会迎来人机协同、跨界融合、共创分享的智能时代。把握全球人工智能发展态势,找准突破口和主攻方向,培养大批具有创新能力和合作精神的人工智能高端人才,是教育的重要使命。习近平强调,中国高度重视人工智能对教育的深刻影响,积极推动人工智能和教育深度融合,促进教育变革创新,充分发挥人工智能优势,加快发展伴随每个人一生的教育、平等面向每个人的教育、适合每个人的教育、更加开放灵活的教育。

1.1.3 智能媒介

媒介作为一种连接关系、缔结网络的特殊介质,在人类的历史进程中起着非常关键的作用。而在媒介形态演变史上,不断更新的传播技术催生了新的媒介形态、媒介功能,形成了新的智能化“传播生态环境”,进而对人类社会的发展进程产生了极其深远的影响。从媒介角度来看,媒介融合理念、科学性与价值认同逐步深化,其通过技术层面的产品影响着社会层面的人类行为。新一代智能化、跨媒体、泛内容技术,将加速内容生产、传播与消费的智能化、体验化与个性化,把地球裹挟在知识与信息越来越致密的互联网络之中,使得比特持续占据媒介领域并将推动更为广泛、更有价值的重混,正促使媒介形态从“融媒”向“智媒”转变,为传媒产业向高质量转型升级提供强有力的支撑。

目前,国内外对智能媒介这一概念的认识和理解多种多样,尚未最终达成共识,但基本是从技术和用户视角进行认知的。站在技术视角的维度来看,认为智能媒介由媒体、AI(人工智能)、IT(信息技术)和 DATA(数据)构成,其在“内容”无限和“渠道”无限的时代,有内容依附的介质未来都可以是媒体。大数据技术是走向智能媒介的基础,大数据将重构媒体生产、展示、传播的全链条。站在用户视角的维度来看,智能媒介是以用户为中心,服务于用户的时空和场景,智能媒介随着用户场景的不同,时刻掌握用户的需求进行服务推送。笔者认为,智能媒介是人工智能等技术和媒体转型升级的产物,是一种人工智能与人类智能协同的在线社会信息传播系统,其依靠技术效应正在从“感知”走向“认知”,使媒体系统逐步具备类似于人类的感知能力、记忆和思维能力、学习能力、自适应能力和行为决策能力,大大拓展了以往由人所主导的媒体空间,正在重塑传媒生态的基本范式,并表现在渠道、生产与连接三个方面。在渠道上,传感器、互联网、物联网等技术重构信息渠道,传媒空间边界逐渐扩张;在生产上,大数据、人工智能、AR/VR 等技术正在升级生产运营模式;在连接上,移动互联网、智能算法、电子支付等更加能够实现匹配连接,激活个性化内容消费市场,重塑用户生态与商业形态。学者李大椿认为:“现实技术或活动总是物化技术因素与智能技术因素的有机联动。”由此可见,媒介“智能”仅是一种类比说法,智能媒介的“智能”不等于人类智能,在当前语境下更多是指新一代信息技术加持下的媒介,经由符号主义、连接主义或行动主义等不同策略,模仿人类的智能。

从传播技术演进的轨迹来看,传播技术正处于一个重要的“突变期”:从“数字域”(数字技术集群)向“智能域”(智能技术集群)升级、突变的关键时期。而从媒介智能化演进的轨迹来看,人类通过劳动和实践创造了智能技术,同时使用、研究与创造智能技术也成就了真正的人类。而“媒介对意识的延伸”实际上意味着媒介技术对包括感觉器官、传导神经网络、

思维器官、效应器官在内的人的主要信息器官的碰撞与延伸。这四个单元的器官与信息处理能力的有机关联“使它能够执行一种整体性的高级功能,即认识世界和改造世界过程中的智力功能”。由此“媒介对意识的延伸”意味着媒介对人类信息处理(如记录、交互、生产等)及智力(如批判、思考等)能力的拓展与提升。因此,可将信息网络及在其基础上发展起来的能够延伸人类智能的媒介统称为智能媒介,而媒介对人类智能延伸的趋向则可概括为“媒介的智能化”。为更好地连接人、物与世界,带来媒介融合的深化与人类认知的革新,中国传媒产业应以智能技术为基石,利用互联网技术在云端以 AI 的方式处理大数据,打开过去供应链的封闭结构,从而形成完善的生态系统。

目前,智能化的新闻模式在内容采集、生产、传播与消费等领域已越来越普遍,如通过区块链、生物识别、计算机视觉、知识图谱、服务机器人等技术生产的机器新闻、传感器新闻、场景化新闻等,正在助力媒体行业沿着平台化、智能化与类人化的逻辑继续进化。例如:在过去的几年中,包括人民日报“中央厨房”的“小融”“小端”、新华社的“i 思”“小新”、光明日报的“小明 AI 两会”、深圳特区报的“读特”、人民网-阿里云的 ET 机器人等 13 种外形新颖、功能独特的智能机器人亮相会场内外,参与写作、播报、分发等多种工作,这些智能机器人的功能更加个性化、人性化、实用化,吸引了大量目光;各大央媒各出“奇”招,新华社“媒体大脑”,采用 MGC(机器生产内容)方式在数秒内生成大数据新闻视频,将 AI 在新闻报道领域的应用推向深入,人民日报“中央厨房”采用信息整合与分发、多平台互联互通的方式,提升传播效率,实现了精准投递,中央电视台“央视快评”,注重时效性,以“快、精、准、深”为标准,在瞬时内的新媒体舆论场形成了强大的冲击波。再如,上海报业集团通过调研梳理出 8 类引领媒体变革的新技术,把 8 类技术作为行元素,把内容的采集、生产、分发、接收和反馈 5 大流程作为列元素,衍生出包括 20 个智媒体单元(智能硬件,智能融媒体中心,自媒体聚合平台,机器新闻,机器翻译,智能金融数据平台,政务新媒体平台,新闻内容可视化与视频化,AI 娱乐,用户平台与智能分发系统,互联网新媒体内容标签系统,新媒体内容智能审核、认证、分发、交易平台,国际传播平台,沉浸式新闻体验,VR 娱乐,纸媒有“声”化,虚拟主播与互动式新闻,智能营销,内容的新触达空间,以及舆情监测系统与新媒体传播力指数)的“智能媒体矩阵”。具体以新华社“媒体大脑”为例:从 1.0 信息智能化采集(通过摄像头、无人机等智能传感设备采集数据并实时监测、探测新闻线索)到 2.0 短视频智能化生产(对信息进行数据分析、视频剪辑等一系列处理,以产出大批量短视频报道)再到 3.0 智慧融媒体(以区块链和 AI 内容风控为特征,为媒体人提供“策、采、编、发、审、存”全流程赋能),已构建起一套从信息采集到内容采编的智能化生产模式。

1.2 智能媒介是“智能+”技术发展的必然趋势

站在历史的视角来看,大规模经济转型都出现在人类发现新能源并建立新兴通信媒介之时。能源和通信媒体的融合建立了重组时空动态性的矩阵,从而使更多的人走到了一起,在复杂的、互相关联的社会组织中凝聚在一起。目前,虽然新一代“智能+”更多局限于技术操作层面,而从技术概念上升到思维的广度、深度、高度和远度,还需要一定的时间和梯度才能够完成,但未来,“智能+”技术的内在逻辑与思维必将实现对传媒生态、用户行为、商业模式的重塑,并带来传媒高等教育的大变革。智能媒介:“智能+”技术的综合运用,如图 1-3 所示。

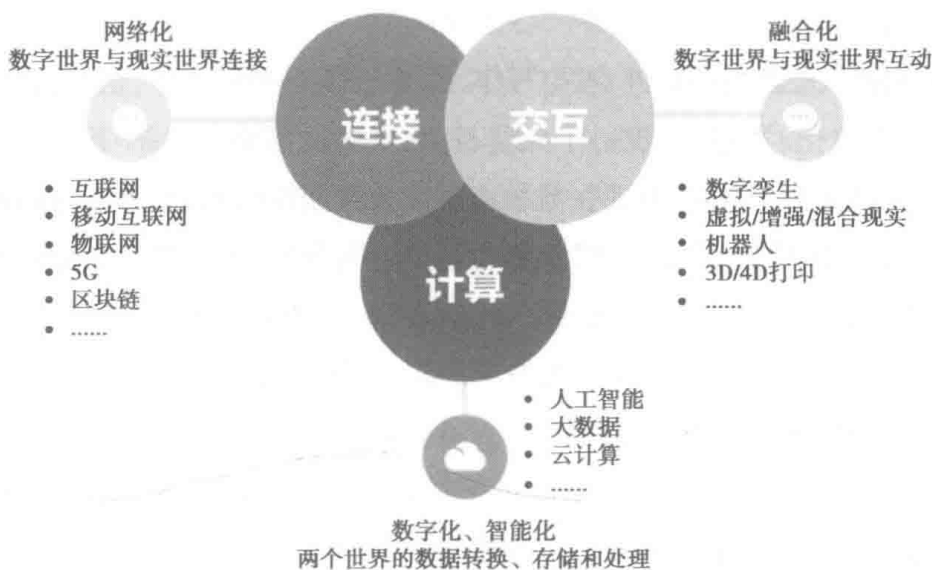


图 1-3 智能媒介:“智能+”技术的综合运用

1.2.1 新一代新兴技术成熟度曲线

2020年7月,全球信息技术研究机构Gartner(高德纳)从1700多种技术筛选了大约30个最具代表性和最值得关注的技术,并发布了《2020年中国新兴技术成熟度曲线》,深层次揭示了七大新兴技术趋势,包括边缘计算、工作流协作、电商直播、数据中台、中台架构、云安全技术、区块链技术,它们将模糊人与机器之间的界限。

边缘计算描述了一种分布式计算拓扑,用于将流量和处理保持在网络边缘,而不是集中

的云或数据中心。多接入边缘计算基础设施计划与5G核心一起建设,引发了新一轮5G和边缘计算的市场炒作。此外,新冠肺炎的爆发是推动企业采用边缘计算的另一个催化剂,因为它们需要进一步将边缘的业务操作(如分支机构和/或现场操作等)数字化。

workflow协作集成了通信、协作、业务流程和知识管理等技术,其相应的工具则为用户提供了自助服务和横跨整个平台的开箱即用体验。在新冠肺炎疫情期间,workflow协作成为支持企业机构日常沟通、会议和其他业务运营的关键能力。因保持社交距离的需要,钉钉、华为云 WeLink 和腾讯会议等workflow协作工具在中国得到广泛采用,用于维系企业业务的连续性。

电商直播在新冠肺炎疫情之前已经迅速崛起,而在疫情期间,众多企业被迫采用电商渠道,直播电商凭借可快速启动和无须太多技术基础而广受青睐,中国直播电商行业也随之迎来井喷式发展。随着日活跃用户累计接近10亿,抖音、快手等领先的中国电商直播平台已成为重要的流量来源。

数据中台是一种组织策略,可以帮助企业机构有效地赋能前端的流数据和交易数据用户,使其可以单一和一致的角度使用后端部门生成的数据做出决策。搭建数据中台最简单的思路是考虑企业如何管理可编组和可复用的数据与分析能力,这些功能可提供独特的数据业务,并通过其技术堆栈将数据业务贯穿到整条价值链。

自阿里巴巴集团于2015年推出“中台”概念后,腾讯、百度、字节跳动、滴滴出行等互联网大企业也纷纷推出自己的中台项目。中台架构,是将企业的核心能力随着业务不断发展以数字化形式沉淀到平台,形成以服务为中心,由业务中台和数据中台构建起数据闭环运转的运营体系,供企业更高效地进行业务探索和创新,实现以数字化资产的形态构建企业核心差异化竞争力。

云安全技术覆盖面很广,包含从人、流程到技术的核心概念,具体技术包括云安全架构、云访问安全代理(CASB)、云工作负载保护平台(CWPP)、云安全态势管理(CSPM)和安全访问服务边缘(SASE)等。云安全是中国企业公有云转型中的主要障碍之一,如果一开始缺乏布局,往往会拖累整体迁徙的进程。

在中央政府的大力支持下,中国区块链取得的进展领先于其他国家和地区。虽然区块链完整解决方案目前并未广泛推出,但是有业务价值的区块链用例正在中国市场兴起。这些用例通过在供应链金融、贸易融资、保险等领域创造全新的业务模式提供了业务价值。

不难发现,技术成熟度曲线中的七大新兴技术均与数字传播有关,并且其中一些技术(比如虚拟助手和深度神经网络)将在今后两到五年内进入主流采用阶段,而这个类别的其他新兴技术(比如AI-PaaS或智能机器人)也正在成熟度曲线上迅速逼近顶峰,很快就会越过顶峰。中国2020年新兴技术成熟度曲线,如图1-4所示。