

A Study on the Path to Improve the International Communication Capabilities of Xi'an in the Era of Intelligent Media

XinYu¹

¹*School of Media, Xijing University. Email: 286666214@qq.com*

ABSTRACT

If we want to take the road of development with Xi'an characteristics, we need to make great efforts to enhance the influence of Xi'an culture and its international communication capabilities. In recent years, shaping the popularity of Xi'an has played an important role in realizing the rapid economic development of Xi'an and promoting the construction of cities along the "One Belt And One Road" route and "central city", which is of strategic significance. Based on this, it is necessary to analyze the positive influence of innovative communication mode of intelligent media based on new technology. The paper focus on explore multiple paths to improve the international communication capabilities of Xi'an in the era of intelligent media.

Keywords: *the era of intelligent media, Xi'an, communication capabilities, new technique, path*

对外传播力是一个地区综合影响力的重要组成部分。陕西省“一带一路”建设 2020 年行动计划指出，实施文化“走出去”战略，精心打造“国风秦韵”对外交流品牌，持续宣传“丝绸之路起点·兵马俑的故乡”品牌，围绕重点国家和地区开展文化旅游宣传推介活动，全面立体展现陕西省对外新形象。西安作为陕西省省会城市，在提升知名度和对外传播力的过程中发挥着领头羊的作用。而梳理针对提升西安对外传播力所制定的一系列规划，其中大部分截止时间是 2020 年，如《文化部“一带一路”文化发展行动计划（2016-2020 年）》《全国城镇体系规划（2010-2020 年）》等。如何在新的时间阶段制定下一步发展计划？笔者认为，传播力的塑造和提升亟需适应智媒时代的变革，并进行创新性的推动。5G、大数据、区块链、AI 等新技术正日益普及，智媒时代正前所未有的席卷我们的生活。社会生活的各个领域都受到智媒技术的影响，西安作为“中心城市”提升对外传播力也不例外。因此，本文将着重探讨智媒时代提升西安对外传播力的多重路径。

一、西安对外传播迎来新的机遇和挑战

西安地处西北内陆，是中国著名的十三朝古都，有着丰富的传统文化资源，历史文物古迹，非物质文化遗产和现代化科学技术。如何在智媒时代展现西安的新形象，就需要在对外传播的过程中直面问题，把握机遇。

纵观近年来西安对外传播所采取的手段和措施不难发现，政府的宏观把控为提升西安对外传播力奠定了坚实的基础。“一带一路”是党中央根据国内外整体形势，为推动共建“人类命运共同体”所提出的促进区域经济文化发展的长远战略，旨在加强与“一带一路”沿线国家和地区的文明互鉴和心意相通，推进文化交流传播。西安作为丝绸之路经济带的重要节点与核心区域，2020 年，陕西省人民政府印发了省“一带一路”建设 2020 年行动计划，在计划中提到由省文化和旅游厅、省委宣传部、省委网信办、省外事办、省广电局负责要能够通过一系列活动全面立体展现陕西对外新形象。2018 年，国家发改委和住房城乡建设部发布《关中平原城市群发展规划》，作为关中平原城市群的核心，西安正式跻身国家中心城市行列。2019 年，西安发布《西安国家中心城市建设实施方案》，明确了西安建设国家中心城市的具体目标和方案。方案提出，要围绕西安国家中心城市建设这一目标，构建西部地区重要的经济中心、对外交往中心、丝路科创中心、丝路文化高地、内陆开放高地、国家综合交通枢纽六维战略支撑体系。种种的政策支撑，为西安的发展和对外传播创造出各种优势条件，为西安对外传播与交流打下了坚实的基础。

回顾西安在提升城市知名度,打造文化旅游名城过程中的举动,可以发现秦腔、腰鼓、民歌、剪纸、皮影等一系列的文化精品项目,《白鹿原》《平凡的世界》《那年花开月正圆》《大明宫词》等一系列影视剧作品都在不同程度提升了西安的知名度。白鹿原影视城、西安各具特色的建筑和美食都在不同程度借助媒体被传播到全国的各个角落,2018年,西安更是借助“抖音”平台,以摔碗酒等新兴的传播内容和传播形态大火。但是,微信、微博、抖音、快手等新媒体传播平台日趋多样,尤其是在智媒体时代,如何依托政策扶持,借助技术优势大幅度提升西安对外传播力值的探讨。

二、智媒时代解构传统的对外传播方式

“智媒”,即以新技术为基础,万物智联、万物皆媒,机器能够实现自我学习、自我完成内容生产、分发、交互、消费,并实现人机合一的媒体形态。在智媒体时代,社交传播改变了传统的大众传播,信息的获取从报纸、广播、电视、互联网转移到了随身携带的智能手机,而传统的信息传播方式面临的是传播渠道改变的危机,传播力受到巨大的影响。大数据、云计算、区块链技术、AI、VR等等新兴技术给媒体带来了前所未有的变革。

(一) 对外传播呈现“碎片化”趋势

智媒体时代,受众依赖各类智能设备获取信息,信息的传播扩散呈现出“碎片化”的趋势。而这种“碎片化”主要体现在完整的信息通过手机、网络等媒介经过再次编辑处理,所呈现出的块状、零散的描述形式,这些“碎片化”不仅体现出信息的碎片化,还体现出媒体和受众的碎片化。尤其是在对外传播的过程中,受众对城市初步印象的形成极有可能就是因为一张图片、一个短视频,甚至是朋友圈的一个互动信息。因此统筹这些看似“碎片化”的各类信息,整合出具有整体传播效果的聚合传播内容就尤为重要。

在“碎片化”的对外传播形态中,智媒体当中的“社交”性质被无限的放大了,受众可以借助智媒体重构城市的各类信息产品。这种“社交”的性质可以是“社交与推荐”“社交与定位”“社交与评价”“社交与兴趣”等等,受众将体验摆在了最为重要的位置。而如何借助“碎片化”的传播方式依托“社交”性质提升西安的对外传播力值的探讨。

(二) 人工智能改变传播方式

依托大数据技术制作成的全样本数据新闻,不仅能展现出有数据支撑的新闻事实,还能够展现出丰富的人文关怀。智媒时代,人工智能通过大数据抓取新闻线索,对数据进行分析清洗,然后按照选定的主体进行指令甄选有价值的新闻信息,以此为基础撰写

新闻稿件并完成编辑的工作，最后通过已经储存的用户信息进行精准推送。2015年 Dreamwriter 为腾讯写出了国内的第一篇机器人新闻，随着时间不断推移，机器人写作越来越普及，人工智能也逐步可以完成写、编、发等多个新闻生产环节，进而逐步解放资深记者。而智媒时代的 VR 技术，更是为受众还原出最为真切的新闻现场，借助信息和数字技术，创建出三维空间，虽然现场时虚拟的，但受众的体验确是强烈的真实感。

在智媒时代，各类媒体重组重塑，提升传播力要以智媒时代的大环境为依托，将新兴的技术变革作为未来变量进行重点研究。而媒体变革与城市对外传播力有着极为密切的联系，智媒体对西安对外传播力的提升具有积极作用。

三、智媒时代提升西安对外传播力路径分析

随着西安“中心城市”的确立和“一带一路”重要战略部署的阶段性成果，西安的国际知名度快速提升，那么如何在智媒时代通过人工智能新技术进一步推动西安对外传播力度？笔者认为，基于我国的 5G 等人工智能新技术均处于世界领先水平，我们亟需将新技术的成果转化在传播相关领域，具体路径如下。

（一）人工智能技术推动内容生产

在智媒时代，不同的传播媒介各具特色，智媒给传播对象，也就是受众，带来了全新的，甚至是难以想象的新景象。所以在文字展现和语言表述以及画面选取方面应该百花齐放，说到底智媒时代的西安对外传播不能只依靠新技术的支持，内容依旧是对外传播过程当中最重要的部分。创造性的将西安的文化、历史、旅游、教育、经济特色以新技术的方式进行传播，才能得到社会的广泛认可。

（二）确立正确传播定位

西安是汇聚文化、历史、创新为一体的城市，要能够将传统的传播价值引领、激励受众关注，智媒体平台能够融合不同媒介的优势，将短视频、声音、图片、文字甚至 AR、VR 等方式对西安的历史文化特色进行更为细致全面的挖掘和展现，满足受众对西安的好奇心。顺应媒介的发展趋势，准确定位传播内容和传播价值，优化传播方式并完善传播机制，有效提高西安对外传播的效果和影响力。

“碎片化”的对外传播形态使得智媒体的“社交”性质被无限放大，受众在以智媒体为媒介的获取信息过程中，重构着西安的各类信息。要通过“社交”给受众在了解西安过程中形成宏观的城市形象，需要整合新媒体的互动效应。2018年，抖音上涌现出很多与

西安城市旅游相关的短视频，西安也成为著名的“网红”城市，这正是“社交”属性发挥作用的成果，“00后”的网民在获取信息的过程中更看重信息内容之外的增值效果，“推荐”“点评”“兴趣”都成为了新兴用户更为关注的内容消费行为。所以准确定位不同媒介的传播属性，将内容与价值优势发挥到最大效应，可以达到传播力的有效提升。

（三）打造西安主流媒体“智力”

上文我们提到过，在智媒时代，对外传播呈现出“碎片化”趋势，而这种传播方式对与善于讨论和叙述宏观主题的西安主流媒体来说，如何实现智媒体的“智力”传播，打造新闻报道“智力”也就是变宏大的主题为智能微小主题，值得探讨。

智媒时代打造西安主流媒体“智力”，首先，要改变主流媒体的思维方式。将传播内容由“长篇大论”转向“简洁明了”。而这种转变要将对外传播的内容借助人工智能技术“动”起来，内容展现出动态化趋势。以受众情感为对外传播的考核标准，提升用户黏性，发挥传统主流媒体和新媒体的聚合效应将西安地区的特色信息传播出去。其次，主流媒体应该构建与受众的连接，形成共鸣。智媒时代，受众的碎片化时间被巨大的数字信息填充，传统媒体应将这些碎片化的信息聚合重组，再通过算法传播出去，从而达到精准投放，以技术提升西安的对外传播力。最后，主流媒体应该具备重新构建重大议题的能力。针对互联网无序的信息进行整合，将西安地区的信息内容区块化的进行整合，聚合注意力，满足受众的信息需求。

在西安对外传播的过程中，主流媒体要做到将内容推荐做的更加精美、细致，构建受众与内容生产者的和谐关系，引起受众关注。打造西安主流媒体“智力”可以将主流媒体的传播行为作为旗帜，引领各种自媒体，形成西安对外传播的矩阵，达到更好的传播效果。

四、结语

以融合的角度去探讨西安对外传播力的提升工作，既符合国家整体规划布局，又符合西安的未来发展。本文并未过多的将文字局限于新技术在提升西安对外传播领域的细节实践方案上，随着西安的发展步伐越来越快，西安的知名度也会迎来更大的提升。在智媒时代，越来越多的受众通过新的传播技术发现西安，了解西安，届时西安的对外传播力度也会达到一个质的飞跃。

[4] Li weihan, How to build the "micro power" of mainstream media in the Era of intelligent Media[J], *Youth Journalist*,2020 (4) :46-47.

[5] Wangping,. A Study on the Promotion Path of Shaanxi's Cultural Transmission Power[J] *Journal of Weinan Normal University*,2019(3):46-50.

REFERENCES

[1]. Liyun, A Study on Chinese culture in the age of intelligent media[J], *China Publishing Journal*, 2020, (9) :66-68.

[2] Zhangyujie, International communication of shaanxi culture under the background of "One Belt And One Road"[J], *Today's Massmedia*, 2018 (12) :51-54.

[3] DING Bo-quan News Production and Communication in the Era of Intelligent Media: Exploring the Relationship Between Technology and Humanism[J], *Editorial Friend*, 2019 (4) :46-47.

