

B

5G一秒钟下载一部电影

“5G时代将重塑TMT（科技、媒体与通讯）行业，AR将深度重构传播的每一个环节，媒体的定义将再一次被改写。”封面传媒董事长兼CEO李鹏谈到了技术对媒体的重塑。他认为，在5G时代，AR和媒体的结合必将更加深入，智媒体将是未来的发展趋势，信息传播也将由此发生巨大的变化，从媒介即信息转向万物皆信息。

联通在线信息科技有限公司数媒事业部总经理何玄则认为，5G带来的，一个是快，第二就是连。5G时代的来临意味着我们即将进入万物皆媒体，一切皆平台的新时期，互联网传播格局和媒体生态正面临着一场巨大变革。

“5G比4G快百倍，下载一部电影只要一秒钟就够了。”李鹏说，随着5G加快进入商用阶段，我们即将迎来一个智能互通、万物互联的高速移动互联网时代。那时，视频流将成为主要的信息表达方式，人人都可以对新闻场景进行视频直播，从而推动直播无处不在，无人不播。

李鹏表示，5G时代也会是VR爆发式增长的时代，VR应用的瓶颈将得到解决，虚拟现实将在2020年以后实现爆发式增长，VR将会带动社交、娱乐、旅游、教育、购物等领域的变革，带来更大的信息消费产业集聚。5G时代的更大利好还在于人工智能社会将加速到来，智能可穿戴设备、智能家居、智能机器人等将广泛进入到大众生活当中，AR将与医疗、交通、能源、教育等传统行业进行深度融合，全社会兴起机器人热潮，更重要的是，它使无人驾驶成为可能。

“5G最重要的一点是带来时延，如果时延减少到毫秒甚至微秒级，坐在汽车里就像坐在高铁上一样，可以看书、看电影、喝茶。”何玄表示，时延到微秒级，不但给无人驾驶创造了条件，也让远程医疗成为了可能。“没有微秒级的话，远程医疗就无法实现，因为动手术不能有时间差。”他说。

“5G上来后，代驾都不用了，人们可以坐在室内远程地去遥控这辆汽车，跟现在的无人机一样，这也是车联网发展的一个方向。”国际在线总裁、总编辑范建平认为，车联网有两个发展方向，一是纯粹的机器驾驶，二是远程驾驶。

“车都可以遥控的时候，人开车的乐趣都没有了。”凤凰网新媒体的副总裁邹明则指出了技术带来的负面影响。“李开复说‘智能时代人类将失去生活的意义’，我比较认同。”他表示，去医院看病，不是医生在给你看，而是人工智能在给你看。这在未来将成为现实，这还可以接受，但是如果未来孩子吃的饭都是机器人做的，或者吃的全是盒饭、外卖，未来的孩子不知道妈妈的味道，这是最可悲的。

5G时代什么时候可以到来？浙江省委宣传部副部长、省委网信办主任朱重烈致词时介绍，目前，浙江电信、浙江联通、浙江移动三大营运商已在杭州和乌镇建成了131个5G基站，浙江省5G产业联盟于今年5月在杭州成立，浙江省还出台了关于推进5G网络规模实验和应用示范的指导意见，明确2019年部分重点区域实施商用，2020年进入全省5G网络的规模部署，并实现快速商用，力争经过两至三年使浙江在5G规模实验和示范应用方面走在全国前列。

C

短视频将成为主要传播形态

随着5G时代到来，拍摄、制作、上传的门槛极大降低，短视频将迎来爆发性增长，社交小视频还有可能创造增长深化，这给传统电视媒体带来了新的压力。“智能互联时代的传播新语态”分论坛上，人民日报社新媒体中心主任丁伟认为，从可读到可视，从静态到动态，从一维到多维，这是新媒体内容演进的一个重要方向。短视频将成为主要传播形态。智能互联网时代，媒体如何在做好长视频的同时做好短视频，亦是一个新的挑战。他强调，移动端的短视频不是传统的电视视频，其要点可能在于同期声、大字幕、视频的前20秒最重要等。

在短视频风口下，许多主流媒体也开始布局。如央视网开放了短视频频道MCN矩阵，同时组建创新机制的短视频工作组，在一年内推出了35支原创微视频。

微博首席执行官王高飞介绍，微博用户每消费三到四个内容，就有一条是视频内容。他播放了两段静音的新闻短视频，来自新浪娱乐的视频播放到5秒还没有主要内容出现，而来自梨视频的视频在前3秒就把整个视频最核心的内容播放出来，并配有占据屏幕高度六分之一的高清大字幕，快速抓住了用户的视觉。

“无论是微博还是微信或者是西瓜视频，用户是在信息流里面消费视频，每个视频仅会快速浏览三到五秒钟，最多不超过十秒钟，如果十秒内他没有决定继续观看，这个视频就会被忽视，更不用说点赞、关注、传播了。”王高飞认为，一样的素材，不同的制作会带来十倍的传播力差距。央视视频要增长，生产环节没有太大问题，但是制作环节需要把图文时代、电视时代优质的内容在移动端进行重新剪辑和编排，增加移动端的特色，适应移动端的消费和传播。同时，在传播环节，比如发行环节，矩阵联动，是看到影响媒体视频传播效能的最核心要素。

D

内容如何变现？

“山东李庙村几位农妇做自媒体，人均月入7594元”，这个不久前的消息成为分论坛上热议的一个话题。澎湃新闻总裁、总编辑刘永钢认为，这说明网络时代人人都可以做内容，内容是可以作为一个产业的，但内容行业还有很大水分，内容里对知识产权的尊重和保护依旧还存在一定差距。

据了解，微信公众平台自诞生以来有6年了，共孵化出超过2000万个大大小小的公号，彻底改变了内容传播的生态格局，涌现出了咪蒙、黎贝卡、张伟、何君、六神磊磊、徐沪生等自媒体大咖。

“我们定义自己是一个平台，从来不觉得自己是一个媒体，因为95%以上的内容来自于用户自己的上传。”喜马拉雅FM总编辑殷启明表示，平台就是要让参与的所有多边主体都能获得最大化的价值。如马东团队做的《好好说话》，当天上线就有500万元收入，张其成讲《易经》，一个月的收入就达到千万级。

新榜创始人、CEO徐达内认为，今天的原生广告呈现出与过去专业媒体时代相对不一样的生产模式，而且是被用户喜闻乐见的新生模式。比如，GO实验室为宝马mini定制的长漫画形式的广告《那一夜，他伤害了他》和以HomeFacialPro为代表的内容电商，都是当前较为抢手的变现途径。

刘永钢坦言，澎湃的内容变现有四种渠道，分别是版权输出、广告分成、用户付费、平台广告，当前最大的收入来源是平台广告。

E

机器算法之“痛”

在媒体智能化中，机器推荐算法采用技术的手段抓取受众喜欢看的内容，带来了个性化的媒体时代，极大提升了内容分发和获取的效率。但机器算法也不可避免地带来的负面影响。

新浪董事长兼CEO、新浪微博董事长曹国伟作主题为《“后真相”时代的媒体责任》的演讲时表示，要防范机器推荐算法带来的所谓“后真相”时代的“舆论乱象”。这包括门槛的下降，造成假新闻泛滥。机器算法投用户所好，造成“信息茧房”效应。形成“罐头思维”，渐渐地失去了独立判断能力。

另外，面对海量的多元化资讯，人们往往倾向于吸收自己喜欢、爱看的信息，与同自己观点相近的人互动，逐渐形成特定的“部落”和“圈子”，进而形成回声效应和过滤气泡效应。他们获得相同的资讯、分享相同的观点、宣泄相同的情绪，久而久之，情绪和偏好、价值等便会凌驾于事实之上，使舆论充满了非理性的一面。

曹国伟表示，由于机器算法替代人工，“把关人”缺失造成内容导向和价值观的缺失。算法推荐能够判断流量的高低、用户兴趣匹配度，但无法判断信息的真假，更没有价值观。机器会推荐污蔑英烈的内容，因为机器判定这样的信息流量很高；算法会推荐三俗图片和视频，因为算法会迎合人性的“幽暗心理”。因此，从新闻内容的把关上，机器永远无法替代人工。