

浅析人工智能与国际传播

Phaneendra Puppala

Asia Pacific International University 亚洲太平洋国际大学

摘要: 最近几年,中国对外交往频率加快,对外传播机构日益增加,人员规模不断壮大。但是,量变并未转化为传播效果的质变,中国形象建构和国外受众的中国认知依然效果不彰。究其原因,除了传播机制、传播方法等需要创新外,新传播技术阙如,尤其是基于大数据和算法技术的智能技术的匮乏,也是关键因素。传播有效度的获得依赖受众传播行为的调查,以大数据技术和算法技术为基础的人工智能,不但能够获得足够的全样本数据,而且也能够在微观层面上了解受众的情感倾向,在传播有效性上,“人工智能是精准传播技术的核心”,人工智能为对外精准传播提供了机会。

关键词: 人工智能;国际传播;重要作用

A brief analysis of artificial intelligence and international communication

Phaneendra Puppala

Asia Pacific International University Asia Pacific International University

Abstract: In recent years, the frequency of China's foreign exchanges has accelerated, the number of foreign communication agencies has increased, and the scale of personnel has continued to grow. However, the quantitative change has not been transformed into a qualitative change in the communication effect, and the construction of China's image and the perception of China by foreign audiences are still ineffective. The reason is that in addition to the need for innovation in communication mechanisms and methods, the lack of new communication technologies, especially the lack of intelligent technologies based on big data and algorithm technology, is also a key factor. The acquisition of communication effectiveness depends on the investigation of the audience's communication behavior. Artificial intelligence based on big data technology and algorithm technology can not only obtain sufficient full-sample data, but also understand the audience's emotional tendencies at the micro level. In terms of nature, "artificial intelligence is the core of precision communication technology", and artificial intelligence provides opportunities for external precision communication.

Key words: artificial intelligence; international communication; important role

随着综合国力的不断增强和国际地位的稳步提升,中国受到国际社会和国际舆论的关注程度也不断增长。在新的国际形势下,中国媒体肩负着重要的使命,一方面要向世界全面讲好中国故事、传播好中国声音,另一方面要有力有效地与西方国家媒体开展舆论斗争。与此同时,当前全球传媒环境处在深度变革之中,中国媒体的国际传播面临着全新的发展要求、竞争格局、技术条件和市场环境,需要以新理念、新模式、新路径来全力推进国际传播能力建设。其中,效果评估通过指标引领、目标设定和效果导向,正在成为媒体国际传播能力建设的重要抓手和推手,但囿于评估模式、方法、手段和技术等方面的因素也存在不少难点。基于此,本文就人工智能对国际传播的重要作用进行了分析和探究。

一、人工智能与精准传播

人工智能是基于大数据、算法和云计算三项技术基础,开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的新技术,是制造智能机器、可学习计算程序和需要人类智慧解决问题的科学和工程。对于传媒业来说,“人工智能对传媒业的影响是从内容生产到传播渠道、从用户营销到传播效果、从传媒生态到宣传格局全链条的”。喻国明认为传媒人工智能主要是指在原有传播媒介的基础上融合数字化技术而衍生的,以高效快捷的线上信息传播为目的,以数字化、智能化、信息化为特征的

一系列传播活动。目前,国际上的研究热点主要集中在传播学界和信息科学界两大领域,研究成果多集中在传媒产业机器人技术、人机交互技术、传媒产业中互联网应用、信息传播机制与应用等方面。张志安认为,“通过大数据分析和人工智能推送机制,主流媒体可针对关注公共议题的特定人群进行更加智能化、有针对性的时政内容推送,从而提高舆论引导的针对性和精准性。另一方面,大数据分析方法和人工智能技术的运用可以捕捉分析网民的瞬间情绪、追踪研判新闻内容的传播规律进而对网民的态度改变和行为倾向做出预判。用这些新数据、新工作和新方法来指导新闻舆论和意识形态领域的工作实践,可提升舆情监测和意识研判中国政法大学新闻学院讲师樊彦芳北京市科学技术情报研究所助理研究员形态引导的效果”。对于国际传播而言,随着结构化国际传播环境的形成和成熟,国际传播的人工智能化趋势越来越明显。栾轶玫认为,人工智能不但能改善国际传播中的“文化折扣”现象,而且还可助力国际传播的语言翻译,改变国际传播受众的认知心理。

二、传媒与人工智能应用

在实践层面,2009年,美国的职业棒球大联盟季后赛结束30秒后,一款名为“Stats Monkey”的人工软件发出了世界上第一篇机器稿件。2011年,为更好地解释伦敦骚乱事件,

《卫报》利用大数据进行处理与分析,从而发现了只有科学研究才能够得出的科学结论,深受欢迎。随后,路透社等都开展了人工智能实践。另外,智能推送已经成为受众获取新闻最主要的手段。日本的 Smart News 和我国今日头条等均是智能推送的新媒体。除此之外,虚拟人 Amazing Me 的出现,让人工智能进一步高端化。Amazing Me 采用“AI 自适应整容”方案,通过人工智能算法能够更加逼真地模拟真人。目前一些大型跨国公司已经开始利用虚拟人进行客服服务工作。

三、利用人工智能进行国际传播的策略

(一) 充分发挥人工智能算法的优势,构建点态国际传播模式

一般而言,对国际传播空间关系的描述,主要有点、线、面、体等维度,对国际传播空间关系的观察和认知模式主要有点态、线态、面态、体态等向度,相应地,在类型学上,对国际传播模式的描述可以分为点态国际传播模式、线态国际传播模式、面态国际传播模式和体态国际传播模式等类型。基于人工智能算法在国际传播中的技术正当性和绩效正当性,构建点态国际传播模式,对于实现精准国际传播具有重要的现实意义。点态国际传播是从点的维度出发,以点为中心,注重点的具体性,强调国际传播的针对性,照顾国际传播受众整体性的国际传播模式。这是一种从国际传播过程具体化的向度实现精准国际传播的微观模式,但这一微观模式包含了宏观取向。点态国际传播的基本要求有二:一是强调从国际传播受众的点切入,准确把握国际传播受众的点内现状和点际动态;二是强调对点传播,注重增强国际传播受众的点际共情效应,最终实现由点到面、以点带面。需要特别指出的是,这里所说的“点”,是指在国际传播中具有典型性和代表性的具体受众,可以是国际传播受众个体,也可以是国际传播受众中的某一类群体。无论个体还是群体,无论人数多还是少,点态国际传播的根本要义在于精准,成功的关键也在于精准。而人工智能算法在这方面具有显著的技术和绩效正当性,只有充分发挥人工智能算法的优势,点态国际传播模式才能真正建构并有效运作起来。

1. 运用人工智能算法精准识别国际传播受众的点

分清敌友是精准国际传播的首要问题。在国际传播日趋激烈的斗争中,分不清谁是敌人谁是友人是一个致命的问题。精准识别国际传播受众的点,就是要精准剔除国际敌对势力和敌对分子,精准锁定国际友人和保持中立的第三方。虽然在国际交往中,利益才是永恒的,敌人和友人的划分是相对的,在一定条件下是可以相互转化的,但是,在一个确定的时间区间和空间框架内,利益是基本确定的,关系是基本稳定的,因此,有必要也有可能分清敌友,进而解决国际传播受众点的瞄准问题,提高国际传播对象识别的精准程度。尤其是在人工智能时代,人工智能算法基于国际传播大数据,可以实现国际传播受众点的精准画像,最大限度地剔除国际敌对势力和敌对分子,从而能够最大限度地面向国际友人和那些对中国没有主观恶意的第三方开展点态国际传播。

2. 运用人工智能算法精准开展点态国际传播

点态国际传播从国际传播受众点的维度出发,以国际传播受众点为切入点,根据国际传播受众点的实际情况和整体状态,设定国际传播的内容、方法和手段。作为国际传播受众点的个体或者特定群体,由于性别年龄、家庭环境、生活阅历、教育经历、价值观念的差异,在接受国际传播内容的出发点和期望值等方面会各不相同。这需要运用人工智能算法,全面、准确、客观地掌握“点”的形态、质态、体态、情态等一切相关状态,全面、准确、客观地了解“点”的各方面需要及其发生学逻辑,全面、准确、客观地刻画“点”接受传播内容的结构逻辑。当然,人的需要极其广泛复杂,把握起来绝非易事。“人以其需要的无限性和广泛性区别于其他一切动物”。只有坚持问题导向,才能真正深入把握“点”的各方面状态和需要。

(二) 坚持内容为王,精准提升国际传播效能点态

国际传播模式能够有效解决国际传播“瞄得准”的问题。有效的国际传播不仅需要“瞄得准”,更需要“投得准”。坚持内容为王,精准提升国际传播效能,就是在大力提升优质内容供给能力的基础上,运用人工智能算法,采用精准传播方式,实现中国声音和中国故事的分众化表达,增强国际传播的实效性。坚持内容为王、精准提升国际传播效能的维度有很多,此处基于人工智能算法的独特优势,侧重从中国话语、中华文化和中国主张三个方面具体展开:一要讲好当代中国故事,增强中国话语说服力;二要推介中华优秀传统文化,提升中华文化感召力;三要阐释当代中国主张,提高中国形象亲和力。

四、结语

综上所述,综合人工智能的优势和对外传播的特性,人工智能在对外传播中主要有两种维度。一是计算维度,即利用人工智能提升对外传播的精确度,并根据结合大数据用 AI 技术计算出符合国际传播规律的内容。二是情感维度,利用人工智能技术给目标用户情感赋能,让不同的用户产生独特的情感连接与个人化的情感依赖,给情感传播提供策略支持。但是,智能推送易造成信息茧房,大数据调查易使受众的隐私泄露,高智能的传播技术也可能使传播者和受众知识能力不匹配而造成效果不彰,未来这些问题还需要进一步研究。

参考文献:

- [1] 张志安、周嘉琳:《基于算法正当性的话语建构与传播权力重构研究》,《现代传播(中国传媒大学学报)》,2019年第1期,第33页。
- [2] 《炙手可热的“数据红利”如何获取?》,《华西都市报》,2017年7月4日。
- [3] 赖风:《互联网平台的自我规制及其再规制》,《南京邮电大学学报(社会科学版)》,2021年第2期,第83—92页。