

人工智能技术在媒体信息生产与传播中的应用

金晓磊

上海闵行职业技术学院

DOI:10.12238/acair.v2i3.8630

[摘要] 本研究深入剖析了人工智能技术在媒体信息生产与传播中的应用,特别聚焦于它在提升生产效率、优化用户体验和优化资源分配中的优势。然而,文章同时也揭示了人工智能在跨语言处理挑战、道德伦理框架、传统媒体的转型困境以及用户互动与信赖度问题上的复杂性。针对这些议题,文章通过翔实的实例,提出了解决方案,如强化算法的多元文化和语言适应能力,强化道德法律规制,推动传统媒体与先进技术的深度融合,并致力于提升用户的满意度与信任度。结果显示,人工智能技术应用有力地推动了媒体信息生产与传播的质效提升,为媒体行业创新注入了强大的动力。

[关键词] 人工智能; 媒体信息生产; 信息传播; 多语言处理; 传统媒体转型

中图分类号: TP316.5 **文献标识码:** A

The application of artificial intelligence technology in media information production and dissemination

Xiaolei Jin

Shanghai Minhang Vocational and Technical College

[Abstract] This study deeply analyzes the innovative role of artificial intelligence in the field of media information, with a particular focus on its key role in improving production efficiency, optimizing user experience, and optimizing resource allocation. However, the paper also reveals the complexity of AI in terms of cross-language processing challenges, ethical frameworks, the transformation dilemma of traditional media, and user interaction and trust. In response to these issues, we propose solutions through detailed examples, such as strengthening the multicultural and linguistic adaptability of algorithms, strengthening ethical and legal regulations, promoting the deep integration of traditional media and advanced technology, and striving to improve user satisfaction and trust. The results show that the wise use of intelligent technology has effectively promoted the quality and efficiency of media information generation and dissemination, and injected a strong impetus into the innovation of the media industry.

[Key words] artificial intelligence; media information production; information dissemination; multilingual processing; Transformation of traditional media

引言

随着媒介融合化、智慧化发展的进程,以人工智能(Artificial Intelligence, AI)技术为代表的计算机技术的应用也更加娴熟,尤其在信息生产和传播领域, AI技术的应用不断取得新的突破。在“互联网+”时代高速发展的背景下,以“人工智能技术”为核心的技术浪潮席卷各个领域,语音文字识别、智能搜索、大数据推送等人工智能技术正在改变信息生产和传播的方式,且在原有信息生产和传播方式的基础上,加快了信息采集、制作、推广的速度,也进一步拓宽了信息的传播频道。

1 人工智能技术概述

1.1 人工智能的定义与发展

人工智能(Artificial Intelligence, AI)是一门致力于复刻与拓展人类智慧的学科,涉及理论、策略、技术和应用系统的研发。AI的概念始于1956年约翰·麦卡锡的构想,自那时起,该领域经历了多轮技术创新和实践拓展。初期的研究工作侧重于基于符号逻辑的专家系统,依赖规则和知识库进行推理操作。随着计算性能的增强和海量数据的涌现,机器学习和深度学习成为AI研究的核心驱动力,催生了AI在众多行业的广泛实践。时至今日,人工智能正与大数据、云计算以及物联网(IoT)深度融合,跨越理论与实践的鸿沟,引领自动驾驶、智能家居、智能医疗等新兴行业的繁荣进步。

1.2 人工智能的核心技术

AI技术的多元架构主要包括智能决策、语言智能解析(LIP)、视觉洞察力和自适应学习模块。智能决策作为AI的基石,通过精密的计算机机制,使机器系统具备从经验中学习和优化的能力。

语言智能解析(LIP),即自然语言处理的深化,赋予了计算机解析、创作和互动人类语言的能力,它在语音转录、翻译、情感解析以及交互式对话系统等领域发挥着关键作用。视觉洞察力则是AI领域的一个重要分支,它解锁了计算机解读图像和视频信息的秘密,核心技术包括对象识别、目标定位、区域分割以及动态影像解析等。

自适应学习模块,尤其是深度学习,这是一种建立在多层次人工神经网络之上的高级学习方式。它能自动挖掘海量数据中的隐性特征,并对复杂的模式进行精准识别。

2 人工智能技术在媒体信息生产与传播中的应用优势

2.1 提高生产效率

人工智能技术在媒体内容创作领域展现出强大的效能提升潜力。传统的新闻报道撰写、视频编辑及内容策划往往依赖大量人力,流程繁琐且耗时。然而,利用AI技术,众多步骤得以自动化。比如,智能新闻写作程序能在短时间内自动生成新闻稿件,数据分析工具则能高效地编排和发布文本内容。媒体行业还运用机器学习和自然语言处理技术,实现了内容审核和校对的自动化,既提升了工作速度,也保证了准确度。

2.2 增强用户体验

AI在媒体信息的传递中犹如一股革新力量,它以创新的方式重塑了用户接触和互动的模式。AI驱动的智能引擎不再局限于单一的信息推送,而是深入挖掘用户的个性化需求,通过精细的数据分析和精准的预测,实现了内容的深度定制。比如,视频分享平台巧妙地运用AI,洞察用户的浏览足迹和喜好,精心编织出一个个性化的视频库,让每个用户仿佛置身于自家私人影院。社交媒体的动态更新机制也因AI而变得智能化,它如一位贴心的编辑,根据用户的兴趣偏好,精挑细选出最吸引眼球的内容,无缝融入用户的视线。

它们能迅速捕捉并解读用户的情绪波动,帮助媒体机构实时调整内容策略,确保提供的内容和服务始终贴合用户的心声,从而创造出前所未有的满意体验。

2.3 优化资源配置

媒体领域引入人工智能技术,如同革新引擎,推动着信息生产和传播的效能提升。AI的应用巧妙地整合了资源配置,实现了前所未有的业务效能。借助于先进的数据分析和智能算法,媒体机构得以洞察受众需求的微妙变化,确保每一份投入都能产生最大的价值。在广告策略上,AI技术犹如一位精准的营销大师,根据用户的个性特征和行为模式,实施定向广告投放,显著提升广告的触及率和转化效果,避免了传统方式下的资源浪费。

在创作环节,AI技术则像是一位高效的助手,自动筛选并归类海量素材,简化了管理流程,让创作者能更专注于创新。AI技

术还能充当预警灯塔,通过复杂的算法识别潜在的风险,如虚假信息或违规内容,从而维护信息的真实性和公信力。

人工智能技术在媒体领域的应用,不仅显著提高了资源的使用效率,而且显著提升了整体运营的效率和盈利能力,展现了其无可替代的价值。

3 人工智能技术在媒体信息生产与传播中应用存在的主要问题

3.1 多语言处理与文化差异

尽管人工智能技术在语言处理领域取得了显著的突破,但它在应对多语言和文化差异的复杂性上依然面临严峻考验。尽管自然语言理解技术看似游刃有余,但在实际操作中,特别是在机器翻译和深层次语义解析上,依然存在诸多瓶颈。每种语言的独特语法构造、微妙的语义表达以及深植其中的文化内涵,都使AI在处理这些多元化任务时陷入困境,时常导致误解或错误的翻译。文化的多样性进一步加剧了这一挑战,因为同一种表述在不同的文化语境下可能具有截然不同的含义。这不仅对自动内容生成和传播提出了极高的精准度要求,也对AI系统的文化敏感性和适应性提出了新的挑战。

3.2 道德与法律问题

AI在媒体领域的广泛应用引发了密集的道德和法律议题探讨。一方面,AI的广泛运用似乎无意间触碰了公平与公正的边界。虽然算法的初衷可能是提升效率,但它们基于历史数据的学习机制有可能无意中引入并扩大固有偏见,对新闻推荐和信息分配的公正性构成挑战。另一方面,数据隐私的界限变得模糊不清。AI的进步依赖于海量用户数据,如何在追求技术优化与尊重个人隐私之间找到平衡,成为亟待破解的复杂问题。

另一个焦点在于AI生成内容的真实性及其伦理考量。自动内容创作工具的普及,使得伪造新闻和误导公众的可能性增大,对信息的真实性和透明度构成了潜在威胁。

3.3 传统媒体的转型

当传统媒体引入人工智能技术,其转型之路充满了艰巨性。首要难题在于,AI技术的运用对媒体机构的技术实力和硬件设施提出了高标准,这对技术基础相对薄弱的传统媒体构成了严峻考验。再者,人工智能颠覆了内容创作和分发的方式,迫使传统媒体必须重新定义自身角色,并调整业务模式以适应变化的市场格局。比如,如何借助AI提高内容制作的效能,如何在多元化的传播平台上立足,成为亟待解答的课题。同时,媒体从业者需不断学习新技能,以应对行业的持续演变。这种转型不仅是技术层面和设备更新的升级,更需要在管理思想和经营策略上实现深远变革。

3.4 用户体验与信任问题

尽管人工智能技术在传媒领域的应用极大地提升了用户体验,然而它所引发的议题同样不容忽视。尽管个性化推荐策略提升了用户参与度,但其潜在的副作用是可能形成信息孤岛,限制用户接触多元观点,从而影响他们对世界的全面理解。关于用户数据的透明度和控制权问题引发了深深的疑虑。用户对于个人

行为数据的收集和使用存在忧虑,如何在这两者之间建立有效的平衡,以赢得用户的信任,成为亟待破解的难题。AI生成的内容真实性成了一个新挑战。自动新闻创作和内容生成的准确性和公正性问题,使得用户面临辨别AI作品与人工制作的艰巨任务,如何确保信息的真实可靠,成为媒体行业亟待提升的专业素养。

4 人工智能技术在媒体信息生产与传播中的应用策略

4.1 增强算法的多语言和文化适应性

为了克服人工智能技术在应对多语言和文化多样性方面的难题,媒体行业应当着重提升算法的包容性和文化敏感性。推动技术创新,增加训练数据的广度和深度,以涵盖全球各种语言和文化环境,借此提升AI在语言处理上的精密度。例如,一家全球性的新闻机构通过联手全球语言学专家团队,搜集并标记海量多语种文本资料,以此优化其机器翻译引擎,显著提升了跨语言沟通的质量。结合人工审核和文化适应策略,确保AI产出的内容在不同文化背景下既准确又得体。同时,借助跨文化语义解析技术,增强AI系统解读复杂文化语境的能力,防止由于文化差异引发的混淆或误会。通过这些举措,媒体机构能够显著提升AI在处理多元语言和文化信息时的表现,确保信息传递的精确性和可接纳性。

4.2 加强道德与法律规范

面对人工智能技术在媒体领域引发的伦理与法务挑战,亟须强化相应的规制框架。首要任务是强化数据权益保护,确保个人信息的尊严与安全。借鉴国际标准如美国的《加州消费者隐私法》(CCPA),要求企业获取用户数据前需明确告知并确保数据处理的安全性。媒体机构需严格遵守,如同对待珍贵的宝石,守护用户的数字隐私。构建严谨的内容审查和事实核实体系,杜绝假信息和误导性内容的滋生。比如,某个社交媒体采用AI智能检测与人工审核相结合的方式,实施动态内容筛查,即时纠偏虚假信息的误导。倡导公正与透明的算法设计,避免信息选择性呈现带来的偏见和歧视。一家新闻机构主动公开其推荐算法的工作原理,接受第三方的公正评估,以此提升公众对算法公正性的信心。

4.3 加强传统媒体与新技术的融合

当人工智能技术革新世界之际,传统媒体应当主动拥抱变革,通过深度融合新技术寻求稳健转型与创新突破。首要任务是强化技术和设施基础,构建适应新时代的智能内容创作与传播生态系统。比如,某知名期刊引入AI驱动的新闻创作平台,不仅革新了内容生成流程,还成功升级为全国数字化媒体典范。媒体应积极发掘AI在内容创作、编辑和分发领域的潜力,如借助AI技术实现自动化新闻撰写、个性化内容推送和精准受众匹配。

例如,一家电视台运用AI技术,深入洞察观众的观看习惯,从而提供定制化的节目推荐,显著增强了用户满意度和用户粘性。

传统媒体还需打破行业壁垒,与前沿科技企业展开深度合作,推动跨界技术创新。例如,一家广播电台联手AI技术公司,研发出基于语音识别和语义理解的智能播报系统,传统媒体得以顺应技术潮流,提升自身的竞争优势和影响力。

4.4 增强用户体验与信任

为了优化用户感受并强化公众信任,媒体机构应实施一套创新的方法。首要任务是打破信息的局限性和可控性,打破所谓的“信息茧房”。例如,某视频分享平台巧妙地整合了多元性元素,调整推荐算法,确保观众能接触到多元的主题和观点,从而拓宽他们的知识视野。强调数据使用的公开性和用户选择权,让公众明确知晓他们的数据如何被运用,并给予他们管理的自主权。比如,某个新闻应用设计了细致的隐私设置,用户可以自由查看和管理自己的数据处理情况,甚至有权关闭个性化的推送服务。媒体机构应积极构建AI生成内容的信任框架,确保其真实性和可信度。例如,某新闻机构在其AI创作的文章旁边明确标注信息来源和审核流程,并设立公开的反馈通道,鼓励公众参与内容的核实和修正。

5 结语

人工智能技术在信息生产和传播的领域内已显示出显著的潜能和实用性。尽管遭遇了跨语言沟通的难题、伦理法律问题、媒体转型的困扰以及用户互动体验的改善等挑战,但通过优化算法以增强其灵活性,建立健全的法规框架,推动技术间的整合,并加强用户的信任感,这些困难都有可能被妥善应对。随着技术的持续演进和行业动态发展,人工智能预计将在媒体行业中扮演更关键的角色,驱动信息生产和传播方式的革新,提高效率,同时也为媒体产业创造新的可能性和挑战。

【参考文献】

- [1]孙昊.人工智能技术在媒体信息生产与传播中的应用研究[J].信息与电脑:理论版,2022(5):153-155.
- [2]殷俊.试析人工智能技术在媒体信息生产与传播中的相关运用[J].传播力研究,2023,7(31):154-156.
- [3]林静.AI绘图技术对新媒体传播的影响及应用分析[J].传播与版权,2024(006):000.
- [4]司姣姣,黄迎新.人工智能视角下新闻生产的伦理失范与规制对策[J].新闻传播科学,2024,12(1):7.
- [5]史昆,岳彦慧.浅析“AI合成主播”在新闻传播中的应用与发展[J].中国广播电视学刊,2023(9):72-74.

作者简介:

金晓磊(1980--),女,汉族,上海人,硕士研究生,副教授,研究方向:数字媒体设计,视觉传达设计,品牌策划及设计推广。