

人工智能技术在新闻传播领域的应用

史露雪

鄆城县融媒体中心(鄆城县广播电视台) 山东 菏泽 274600

[摘要]本文运用新闻传播和人工智能等相关理论知识,围绕人工智能在新闻传播行业中的应用,从人工智能的萌芽发展、在新闻传播中的应用、优缺点以及规范使用人工智能进行论证阐述,得出人机结合才能最好地发挥人工智能的作用。未来的新闻传播行业,人工智能一定占据着重要地位,规范使用人工智能,必能为行业的发展助力。

[关键词]人工智能;新闻传播;伦理弊端;规范使用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.680

引言

随着科学家钻研的不断深入,人工智能逐渐从理论走向实际。从20世纪90年代中期开始,随着网络技术的发展,在科学研究方面有了巨大的应用,使得人工智能技术进一步走向实用化,真正服务于人类社会。21世纪以来,大数据、云计算、互联网等技术的日益稳定,人工智能理论与应用之间的距离大大缩小,使得人工智能真正在应用领域站稳了脚跟。

1. 人工智能在新闻传播中的应用

科学技术进步一直都是媒体改革的强大动力,作为我国官方主流媒体的新华社也走在了前面,持续构造智能化新闻生产平台就是其改革的步骤之一。近年来,新华社不断改革创新,探索人工智能如何更好地为新闻传播行业服务。“媒体大脑”是新华智云自主研发的国内首个媒体人工智能平台,它的出现旨在改变传统媒体的新闻生产方式,大大提高了工作效率。“媒体大脑”融合了当下多项技术,改变了人们的传统思想,让人们逐渐接受新闻也可以智能化生产,并且使传统媒体的工作模式也因此而改变,更加有利于促进媒体融合发展。如今的“媒体大脑”的服务包括新闻的自动搜集生产、提高新闻生产效能、智能识别语音转换、识别人物形象、检测出版行为、基于用户喜好的新闻分发系统等,使得传统媒体与人工智能得以融合,完成一系列新闻收发工作。早在2018年,新华社就推出过全球首位人工智能(ArtificialIntelligence, AI)主播。2020年,新华社又推出首位3D版AI合成主播“新小微”,让人不禁眼前一亮。据了解,“新小微”的原型就是新华社的一名女记者,从外形上看,“新小微”就是通过对原型女记者的还原,包括最细微的皮肤和头发,都做了大量的工作,才让“新小微”达到了逼真的效果。工作方面,新闻工作者只要在机器上输入特定的文字内容,“新小微”就可以开始工作,完成设定的新闻播报任务。在我们人类看来,它的各种动作、眼神、声音等各方面都与真人极为相似。但在当前技术条件下,要做到24小时不间断播报还有些困难,不过随着5G技术的不断进步,大数据平台的搭建完善,就能够让AI主播更加立体真实,播报时更具有真情实感,给观众完美呈现节目。对于观众来说,也可以根据自己的喜好定制不同的AI主播为自己服务,就不必等着真人主播出境才能看到节目。这一点不仅会

打破传统电视媒体的运营方式,甚至会颠覆整个播音主持行业。不仅是国家级媒体重视人工智能的建设,一些互联网科技公司也在人工智能方面做了大量的投入与研发工作,并且取得了一定的成果。作为我国互联网公司的代表,百度公司建立了“百度大脑”智能化平台中心,它可以模拟人脑的工作机制,在新闻传播行业中发挥着巨大作用。例如,在各类运动比赛的新闻播报中,“百度大脑”所提供的机器人可以记录下运动员比赛的精彩瞬间,并且对这些时刻进行数据分析和画面回顾,既帮助观众回顾了精彩瞬间,同时也帮助新闻工作者大幅度提高了播报效率。目前,我们正处于新媒体时代,短视频内容层出不穷,由于它易于拍摄,并且都是人民群众喜闻乐见的内容,所以一经推出就迅速占领市场,但又将产生不易监管的问题。传统媒体时代,编辑人员只是对文字进行校对处理,认真仔细最重要。但面对浩如烟海的短视频内容,则显得有些无能为力,人工审核不仅费时费力,且容易出错。“百度大脑”可以提供图像与视频的审核技术,这对于审核人员来说是个福音,这项技术在网络直播、短视频运营、社交媒体等多方面应用,能够精准识别其中的不和谐因素,包括黄色图片、暴力场景、政治敏感等问题。这样不仅提高了精确度,还能减少编辑人员的工作量,避免了业务出错的风险,也给用户提供了一个纯净的网络环境。

2. 人工智能对于新闻传播产生的积极影响

近年来,随着人工智能在新闻传播领域的不断研究和应用,人工智能逐渐成为媒介的延伸,加上各种新兴技术的运用,共同输出信息,引起了信息爆炸,人们逐渐看到了人工智能对于新闻采编的帮助,它可以代替编辑人员完成一些初级工作,从而让编辑可以从事一些更有深度的社会问题调查。从国际上看,美国新闻业已大规模引入人工智能技术并形成独特的市场格局,人工智能技术越来越重要。

2.1 新闻生产前期

传统媒体时代,采集新闻的方式主要依靠记者深入基层,获取信息。如今,随着人工智能技术的不断发展,极大丰富了新闻源。人工智能机器人从宏观的角度搜集一切有用的新闻素材,并且做到高效、准确。借助人工智能,可以梳理事件脉络、分析事件舆情导向、指出传播路径,能有效缩短新闻生产时间,提高新闻的时效性。从生产数量来说,生产新闻数量远多于人工,并且还会根据新闻模板进行加工润

色，在几秒钟之内完成一篇新闻稿件的创作，这是人工所不能比拟的。新闻稿件完成后，人工智能会和大数据、云计算等相结合，精确掌握用户的需求，真正做到精准投送，更好地推动媒体融合发展。

2.2 个性化新闻推送

传统媒体时代，形成了单一的新闻推送途径，新闻内容的聚合和分发都在统一的平台，而个性化的新闻推送则打破了这种常规方式。在互联网时代背景下，掌握受众的需求成为媒体工作的重中之重，媒体与受众应形成双向的呼应关系。人工智能会通过内在的运算逻辑实现二者的互联互通。这种方式既可以将受众大量的行为数据打包反馈给媒体，也可以在这些行为数据的基础上提取相似的新闻信息，并将之推给受众。可见，构建人工智能平台旨在为受众带来个性化的服务。

2.3 让新闻内容动起来

目前，沉浸式新闻逐渐活跃在人们的视线中。其中，虚拟现实（Virtual Reality, VR）技术的应用进一步拓展了新闻传播的渠道，打破了传统的新闻传播模式，让受众获得新的体验。VR拥有更高的维度，它具备360度全景画面，用户可以身临其境，通过声音感受现场氛围。国外媒体也争相应用，如美国利用AMD Radeon图形技术，打造了一个逼真的新闻场景，让受众可以身临其境，从而摆脱传统新闻的叙事结构。VR能够构建出虚拟的世界，调动受众听觉、视觉、感觉上的感官体验，让其沉浸在新闻内容之中，使得新闻报道方式得以重塑。

3. 人工智能在新闻传播业态中应用的弊端

3.1 新闻真实性有待确定

由于人工智能是从宏观角度对所有新闻素材的搜集，而素材的来源渠道多种多样，其中不乏存在着素材真假难辨的问题，也许会有一些披着合法外衣的虚假新闻混入其中，从而迷惑人工智能，也就导致机器创作出来的稿件的真实性大打折扣。一旦传播了虚假新闻，不仅会影响新闻行业的稳定发展，更会影响社会和谐，后果是无法想象的。

3.2 新闻缺乏创新性

人工智能机器人在写稿件时，首先会从智能平台的大数据库中搜寻符合新闻的素材，其次进行结构化处理，把素材进行有机组合，再次根据提前设定好的模板形成新闻，这样就完成了新闻的创作。在这种情况下产生的新闻就存在被固化的问题，在短时间内是可以这样操作，但从长远角度来看，机器没有主观能动性，无法改变自身的创作模式，是无法适应新闻报道的改变。

3.3 新闻创作缺乏情感交流

读者面对一篇新闻稿件，不仅是读者与信息之间的交流，更是读者与创作者之间的交流。现在出现的AI主播，虽然播报准确无误，但是它所表达的是冷冰冰的文字，缺乏人文关怀，无法像真人主播那样传达的是一种情感。AI主播本

身有时还会产生身体不协调、眼神空洞、表情僵硬、整个形象与周围环境格格不入等问题。例如，在一些灾难报道中，AI主播只是对着稿子准确无误地输出新闻内容，并不能表现出任何悲痛的表情，不能感同身受，也就无法顾及观众的感受，导致当事人受到二次伤害，这与新闻报道的理念是相悖的。

3.4 形成“信息茧房”

桑斯坦在《信息乌托邦：众人如何生产知识》中提出“信息茧房”理论，认为每个人的需求并非全方面的，受众只会注意自己喜欢的领域，长此以往，就会将自己桎梏于“茧房”中。当前的人工智能通过一定的逻辑算法分析出用户的爱好，并且进行加工整理，会为用户推送他们喜欢的新闻内容。但长此以往，将会导致用户喜欢的信息类型被无限制地推送，而除此领域以外的信息却接收不到，对外界信息一无所知，让受众身处“信息茧房”中，成为与世隔绝的孤立者，造成知识匮乏，影响社会的健康有序发展。

3.5 收集数据可能侵犯用户隐私

利用人工智能收集新闻信息可以达到事半功倍的效果，并且素材多而广，但同时也应重视侵犯用户隐私的问题。人工智能通过大数据等技术抓取用户每日信息，包括上网痕迹、浏览网页信息等。更有甚者，还会对用户进行24小时“监视”，对用户的个人空间造成侵犯，严重的还会造成用户信息泄露，给不法分子有可乘之机，后果不堪设想。我们不能为了人工智能的发展而牺牲隐私权，收集信息要经过用户的授权，人工智能时代要兼顾智能化与隐私安全。

结语

今后，随着人工智能的不断发展，新闻行业将会迎来新的发展机遇。人工智能化会给新闻行业赋能，但它也是一把双刃剑，目前存在一些伦理弊端，这就需要新闻工作者在工作实践中探索解决的方法，充分发挥人的主观能动性，将人工智能作为辅助自己工作的工具，避免人工智能喧宾夺主，将其功能发挥最大化，这样才能给社会大众带来更优质的新闻报道。

参考文献

- [1] 梁凯, 张莉. 萌芽、发展及新视角: 人工智能在新闻传播业的应用[J]. 采写编, 2020(4): 12-14.
- [2] 翁光阳. 人工智能在新闻行业的应用分析[J]. 声屏世界, 2020(8): 22-23.
- [3] 胡晓巧. 人工智能技术在新闻传播业中的场景应用: 以百度大脑为例[J]. 新媒体研究, 2020(11): 23-24.
- [4] 王昊宇, 丛红艳. VR技术在新闻传播领域的应用研究[J]. 信息与电脑(理论版), 2021(14): 20-22.
- [5] 封婉仪. 人工智能时代新闻伦理的解构与重塑[J]. 新闻世界, 2021(1): 76-78.
- [6] 杨俊波. 探究人工智能在新闻传播领域的应用[J]. 新闻传播, 2021(14): 22-23.