

人工智能赋能媒介内容生产与传播策略探究

储亦楠, 张季屏*

浙江越秀外国语学院网络传播学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2025年2月10日; 录用日期: 2025年3月6日; 发布日期: 2025年3月13日

摘要

在数字化浪潮下, 人工智能技术深度嵌入媒介领域, 给媒介内容生产与传播带来颠覆性变革。本论文将剖析人工智能在媒介中的多元应用, 一方面, 它重塑内容生产模式, 涵盖自动化新闻写作提升效率、个性化定制满足多元需求; 另一方面, 创新传播策略, 实现智能分发精准触达受众、互动传播增强用户参与感、跨平台整合拓展传播广度。然而, 这一进程面临内容质量把控、数据隐私安全及人机协作磨合等挑战。为此, 提出技术优化升级、伦理规范构建等发展策略, 旨在推动人工智能与媒介产业深度融合, 助力媒介行业在智能时代稳健前行, 实现可持续发展。

关键词

人工智能, 媒介内容生产, 传播策略

Research on Strategies of Artificial Intelligence Empowering Media Content Production and Dissemination

Yinan Chu, Jiping Zhang*

College of Network Communication, Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing Zhejiang

Received: Feb. 10th, 2025; accepted: Mar. 6th, 2025; published: Mar. 13th, 2025

Abstract

In the wave of digitalization, artificial intelligence (AI) technology has been deeply embedded in the media field, bringing about subversive changes to media content production and dissemination. This thesis will analyze the diverse applications of AI in the media. On the one hand, it reshapes the content production model, covering automated news writing to improve efficiency and personalized

*通讯作者。

customization to meet diverse needs. On the other hand, it innovates communication strategies, achieving intelligent distribution to precisely reach the audience, interactive communication to enhance users' sense of participation, and cross-platform integration to expand the breadth of communication. However, this process faces challenges such as content quality control, data privacy and security, and the coordination of human-machine collaboration. Therefore, development strategies such as technological optimization and upgrading and the construction of ethical norms are proposed. The aim is to promote the in-depth integration of AI and the media industry, help the media industry move forward steadily in the intelligent era, and achieve sustainable development.

Keywords

Artificial Intelligence, Media Content Production, Dissemination Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在这个数字化的时代，科技不断发展。其中，人工智能技术就犹如一场巨大的风暴，席卷了各个领域，媒介领域更是这场风暴的核心地带。人工智能的身影无处不在，不仅影响着新闻采集与内容创作的形式，更在信息传播与受众互动中扮演着重要角色。这种变革不仅带来了媒介产业的升级与转型，也对传统的传播理论与实践提出了新的挑战与机遇。深入探究人工智能赋能媒介内容生产与传播策略，剖析其带来的挑战与应对，已成为当下传播学领域亟待研究的重要课题，这对于推动媒介行业的持续发展、提升传播效果具有至关重要的现实意义。

2. 媒介内容生产与传播现状

2.1. 自动化新闻写作：效率与规模的突破

智能技术是新质生产力的主要标志，其极大地释放了生产动能，短短时间内，人们就见证了媒介内容生产从专业生成内容(PGC)、用户生成内容(UGC)到人工智能生成内容(AIGC)的持续革新[1]。在媒介内容生产领域，自动化新闻写作堪称人工智能技术最具代表性的应用之一。它借助先进的自然语言处理技术与智能算法，在极短的时间内，对海量数据进行精准筛选、分析与整合，从而迅速生成了结构规范、内容准确的新闻报道。以体育赛事新闻为例，比赛结束的刹那，比分、球员表现、精彩瞬间等信息即可被快速整理成文，让球迷第一时间了解赛况。

将自动化新闻写作与传统人工写作相比，它在写作的效率和产量上展现出了压倒性优势。在传统新闻的撰写过程中，记者需要花费大量的时间收集资料、采访核实以及内容构思与撰写。然而，自动化新闻写作则能够做到同时处理多个数据源，并且在极短的时间内产出多篇稿件，从而降低了时间与劳力成本。这种优势尤其能在突发新闻的报道中凸显出来，当地震、火灾等灾害发生时，它能快速发布权威信息，满足公众对即时资讯的迫切需求，有效提升了新闻传播的时效性和重要性。

2.2. 个性化内容定制：满足多元需求

在信息爆炸的时代，受众的兴趣爱好与信息需求日益多元化，人工智能技术为实现个性化内容定制

提供了有力支撑。自从 AIGC 问世以来, 就以其出色的“拟人化”特性和“情感化”表达方式, 这种人性化的设定为当前的人机关系带来了全新的活力[2]。它可以通过对用户浏览历史、搜索记录、点赞评论等多维度数据的深度挖掘与精准分析, 人工智能能够构建起细致入微的用户画像, 精准洞察用户的兴趣偏好、行为习惯以及潜在需求。

电商平台在个性化推荐方面的运用已经达到了极高的水平。以淘宝为例, 它会依据用户过往的购物行为, 包括购买的商品品类、价格区间、品牌偏好, 以及浏览商品后的收藏、加购操作, 分析用户的消费倾向与购物需求。这种个性化内容定制模式, 让信息不再是千篇一律的广播, 而是精准触达的专属传递, 极大地提高了信息传播的针对性与有效性, 使得受众能够在海量信息中快速获取对自己有价值的内容, 进一步拉近了媒体与受众的距离。

2.3. 数据传播与版权现状: 效率与风险的博弈

在媒介传播领域, 数据传播不需要纸质媒介的印刷周期, 也不需要电子媒体的摄录编辑, 它可以真正做到零时态的形式出现。这让数据传播具备了传播速度快、容量大、范围广等优势[3]。人工智能技术的广泛应用为媒介内容的生产与传播带来了前所未有的变革。媒介平台依靠智能算法与跨平台整合等支持能够快速抓取、整合和分发数据, 极大地提高了信息传播的速度和覆盖面, 极大地提高了信息的触达率和传播效果。例如, 新闻媒体可以通过人工智能技术实时抓取社交媒体上的热点话题, 迅速生成相关报道, 满足受众对即时资讯的需求。此外, 该技术在电商平台的营销上得到广泛运用, 用户可以接收到平台精准推送的个性化内容, 极大地提升了用户体验。

然而, 随着注重数据传播效率的提升, 信息多番次、碎片化所导致的问题也逐渐体现[3]。新媒体时代传播通常会将完整的信息打碎, 分散且多次编辑之后进行传播, 在这样的传播过程中会存在严重的信息损失, 从而导致新闻、信息失真, 影响大众对信息的认知, 甚至引发舆论。除此之外, 版权问题也逐渐凸显。新媒体信息在传播过程中处于一个公开分享的状态, 在这样的状态下其通常会被其他创作者进行二次或多次再创作, 同时更会被人工智能辅助创作所运用, 此时创作主体的模糊, 使得版权界定与版权保护成为了亟待解决的问题。

3. 人工智能赋能媒介内容生产与传播所面临的挑战

3.1. 内容质量把控: 真实性与深度困境

尽管人工智能在媒介内容生产领域展现出诸多优势, 但其生成内容的质量把控却成为一大难题, 其中信息真实性与深度的问题尤为突出。一方面, 人工智能依赖海量数据学习与算法模型运算生成内容, 若数据源头存在偏差、错误或被恶意篡改, 极易导致生成的新闻、资讯等出现事实性错误。社交媒体上虚假信息泛滥, 部分人工智能在抓取、整合相关信息时, 缺乏有效甄别机制, 可能将谣言当作事实传播, 进一步加剧信息混乱。

另一方面, 人工智能为了追求快速生成与广泛传播, 其生成的内容往往流于表面, 从而缺乏深度剖析。以文化艺术领域为例, 人工智能生成的影评、书评多基于热门元素、大众评分等浅层数据, 这难以挖掘出作品的艺术内涵、文化价值, 无法满足受众对深度内容的追求。这种重效率、轻深度的倾向, 使得受众虽能快速获取大量信息, 却难以从中汲取有价值的知识养分。长此以往, 这并不利于受众媒介素养的提升与社会文化深度的沉淀。而如何在高效生产的同时确保内容质量, 将会成为人工智能时代媒介亟待攻克的难关。

3.2. 数据隐私与安全: 潜在风险隐忧

在人工智能赋能媒介的进程中, 数据隐私与安全问题如影随形, 成为不容忽视的严峻挑战。媒体为

实现精准内容推荐、个性化服务等功能,广泛收集用户的浏览历史、搜索记录、地理位置、个人偏好等海量数据,然而,这些数据在采集、存储、传输与使用的各个环节,都潜藏着隐私泄露风险。

一方面,部分媒体机构存在数据管理不善、滥用的现象。一些平台为了追求商业利益的最大化,他们经常未经用户充分授权就将用户数据共享给第三方广告商,这导致用户频繁遭受到精准推送的骚扰广告,个人生活被无端打扰。更有甚者,个别不良商家非法售卖用户数据,使消费者面临被诈骗、身份信息被盗用等重大风险,这给用户带来极大的安全隐患。另一方面,随着网络技术的发展,黑客也觅得了良机,他们对数据的攻击也变得愈发猖獗,而媒体数据库便也成为了黑客觊觎的重要目标。一旦黑客突破防线,窃取了用户的敏感信息,这不仅会对用户个人造成难以估量的损失,还会引发公众对媒体的信任危机,使媒体声誉遭受重创。

媒体行业必须将数据隐私与安全作为优先注意事项,从技术和管理两个层面构建全面的防护体系。在技术层面,强化加密、访问控制、漏洞检测等防护措施;在管理层面,需建立健全的数据合规制度,明确数据使用的边界与规范,确保用户数据在其全生命周期内得到充分保护。媒体行业只有对此有足够的认知和行动措施才能重拾公众信任,为人工智能与媒介的深度融合筑牢安全根基。

3.3. 版权问题：权益界定与保护困境

在人工智能深度融入媒介内容生产与传播的进程中,版权问题也逐渐凸显,成为一个亟待解决的重要挑战。一方面,人工智能运作的根本是数据“喂养”,它需要汲取大量的前人数据才能不断地进化和演变。在新的技术和传播环境下,这种建立在使用前人作品基础上的媒体内容生产方式屡见不鲜,也意味着版权意义上的“作品在前”将以数据形式大量存在,使用前人作品将更为普遍[4]。在这样大规模的运用下,人工智能在素材获取和内容创作过程中可能涉及侵权行为。它依赖于大量的数据资源进行学习和创作,若在数据采集阶段未获得合法授权,如从互联网上随意抓取受版权保护的图片、文字等素材,用于自身内容生成,就会侵犯原作者的版权权益。此外,在内容生成后,也可能出现未经授权的二次传播、改编等问题,进一步加剧了版权侵权风险。例如,某些基于人工智能技术的视频创作平台,可能会使用未经授权的音乐作为背景音乐,从而引发版权纠纷。

而另一方面,人工智能生成内容的版权归属是难以界定的。当人工智能通过算法模型和数据学习生成新闻稿件、艺术作品等内容时,其创作过程与传统人类创作有着本质区别。在这样的创作过程中缺乏了明确的创作主体,这就难以确定这些生成的内容究竟应归属于人工智能开发者、数据提供者,还是应被视为一种新的独立版权类型。

由此可知,媒体行业 and 相关法律部门需要共同努力,制定出明确的版权规则和判定标准,以此来清晰地界定出人工智能生成内容的版权归属。同时,我们还要加强对人工智能数据采集和使用的监管,确保其在合法合规的框架内获取素材,从源头上避免侵权行为的发生。只有这样,我们才能在推动人工智能与媒介产业融合发展的同时,切实保护创作者的合法版权权益,维护健康有序的媒介创作生态。

4. 人工智能赋能媒介内容生产与传播改进与创新

4.1. 提升内容质量

4.1.1. 优化数据管理

数据是整个人工智能时代的运行基础,而数据管理的重要性在这个时代也更为突出。目前,建立严格数据审核制度成为亟需研究的方向,以此来优化数据管理,提升内容质量。首先,在数据收集方面,数据使用者应甄别数据来源的可信度,保证数据的真实性和权威性。同时,可以建立人工审查和人工智能相结合的数据收集、多轮筛选模式。这一点在新闻、消息类写作上是极为重要的,审核机制必须保

证数据来源的真实性、客观性, 杜绝假新闻、片面新闻的出现, 让受众接收到真实可靠的信息, 以此保证新闻和新闻媒体的权威性和公信力。除此之外, 还应拓宽数据库纳入渠道。除了常见的网络平台数据, 学术数据库、产业报告等专业内容都是不可忽视的数据来源。若这些数据经审查后全面纳入数据库, 将呈现出完全不一样的业态, 也会在极大程度上避免因数据单一、片面而产生的各种问题。

4.1.2. 深度内容创作引导

随着技术时代的不断发展与变革, 大众的关注重心也从流量转变为内容, 只有深耕内容创作, 提升内容质量, 才是现代社会文化创作、传播的发展之道, 而人工智能作为顺应时代产生的新兴创作主体, 更应遵循这样的逻辑。针对这样的逻辑, 人工智能开发者应对只能植入深耕内容的程序, 创作出有深度、有内涵的文章。以艺术文化领域为例, 人工智能应该具备深度分析作品的的能力。这便要求算法不仅要做到可以分析作品流行元素、大众观点的表层信息, 更要做到多维度剖析作品艺术内涵和文化意义的深度挖掘。此外, 还应深度内容设置生成指标, 对人工智能生成的内容进行质量评价, 引导其不断优化创作, 增强内容的深度与品质, 使大众对深度内容需求得到更好的满足。

4.2. 强化数据隐私与安全保障

4.2.1. 完善数据管理体系

互联网时代, 一切信息都将透明地出现在网络之上, 这便让隐私权受到严重侵害。在人工智能内容生产的过程中, 这个问题也亟待解决。媒介需要建立健全的数据管理体系, 明确数据在收集、使用、传播过程中的隐私性。首先, 制定详细的数据管理规则, 让数据在每一个环节都能受到切实的保护。其次, 向参与到人工智能内容生产的员工提供数据安全讲座、培训等指导, 使其充分了解数据隐私保护工作的重要性和必要性。最后, 在数据共享过程中的隐私问题是最需要给予关注的。媒介要严格遵守用户授权原则, 授权内容要明确授权形式、用途与范围, 而未授权内容则不得擅自使用。同时, 建立数据共享监管制度, 监控共享数据的使用路径。将内部、外部两种措施相结合, 以双重防护的形式保障用户隐私数据不被滥用, 切实保护数据隐私安全。

4.2.2. 加强技术防护手段

在技术高度发达的时代, 也只有技术才能制衡技术, 达到平衡的状态。客观事实要求社会要加大对数据安全技术的投入。例如, 发展加密技术。采用对称加密和非对称加密相结合等先进的加密技术, 加密处理用户数据, 在兼顾数据传输和存储效率的同时, 确保数据安全[5]。再者, 建立事实漏洞监测和系统修复模块, 利用代码设置形成监测软件, 如遇黑客攻击便立即开启程序保护数据的安全。除此之外, 还可以加强访问控制, 数据接触方可以将不同层级的资料存取权限分配给不同的人员, 依据员工的工作职责和权限, 授权后的人员才能存取相应的敏感数据, 以降低数据外泄的风险。

4.3. 明确版权规则与加强监管的措施

4.3.1. 制定版权规则与标准

任何新兴事物的出现, 社会对其的规束皆从道德入手, 后续加以法律支持。目前, 人工智能介入媒介内容生产已发展到高峰, 同时产生了许多法律问题。这便要求媒体行业与法律部门密切合作, 充分考虑人工智能赋能的特殊性, 从而合理地制定人工智能内容生产与传播领域的法律法规。在数据采集与使用方面, 要切实保障受版权保护作品的合法权益不受到损害, 不断完善版权保护方面的领域, 严惩侵权行为。在人工智能辅助媒介内容生产著作权归属方面, 是目前尚未有所解决的核心问题。对于此问题, 应当结合实际, 分析创作过程中各方的贡献和所承担的角色, 来制定出合理的判定标准, 为人工智能开发者、数据提供者或者作为一个新型的独立版权类型而产生的版权界定纠纷提供一个明确的法律依据。

4.3.2. 加强版权监管力度

法律的制定从上层入手为该领域实现有法可依，但实际运用中仍需要监督机制从下层加以改进。该现实要求相关部门建立专门的版权监督机构，全程监督人工智能对数据的使用与传播。监管机构需要充分了解版权保护相关的法律法规，及时、准确地监测侵权行为，并进行有效扼制。同时，人工智能开发者也要不断提升监督意识，明确数据的来源与维护版权保护机制，从内部加强对人工智能生成内容传播与改编的监管，建立内容审核机制，防止未经授权的二次传播和改编，维护创作者的合法权益，营造健康有序的媒介创作生态。

5. 结语

综上所述，人工智能在媒介领域的应用给媒体内容生产带来了重大的变革，自动化新闻写作、个性化定制、智能分发以及跨平台传播等策略都提升了行业效率及传播效果，满足了受众的多元化需求。但不可忽视的是，它也面临内容质量把控、数据隐私与安全、版权等各方面的挑战，这些问题阻碍着行业的进一步发展。在面对这些问题的时候，提升内容质量、强化数据隐私与安全保护、明确版权规则与加强监管等改进措施尤为关键。展望未来，若能对这些挑战进行有效的应对，充分发挥人工智能的优势，那么媒介领域将迎来更高效、更安全、更具创新性的发展，为受众提供更高质量的内容服务，促进媒介行业的持续繁荣。

参考文献

“技术赋能教育教学”校级专项教改项目(2311100004)。

参考文献

- [1] 王卫明, 李婷. 向“新”而行: 传媒行业的新质生产力的培育与发展[J]. 河海传媒, 2024(5): 13-18.
- [2] 常昕远, 韩冬. 智能化时代博物馆数字展示的情感化设计策略[J]. 忻州师范学院学报, 2024(4): 123-127.
- [3] 孔洪刚. 平的世界与数字化的边界——浅论新媒体传播环境下的新闻版权保护[J]. 编辑学刊, 2011(2): 55-59.
- [4] 陈笑春, 秦赛一. 整体比对与拆分使用: 短视频二次创作的版权争议与协调——以近五年相关版权侵权诉讼为研究样本[J]. 传媒观察, 2024(4): 93-101.
- [5] 王珍. 基于混合加密和动态密钥管理的安全传输框架研究[J]. 网络空间安全, 2024, 15(3): 46-49.