

To Explore the Impact of Artificial Intelligence on the Field of Media Production

Fang Zhao

Beijing Broadcasting and Television Station, Beijing, 100020, China

Abstract

This paper discusses the rapid development and application of AI technology in the media industry, focusing on the transformation of media production mode and Relations of production by generative AI technology represented by ChatGPT. Finally, the paper proposes suggestions and inspirations for the media industry, especially financial media, to address the development of artificial intelligence technology, including strengthening data analysis and technology application capabilities, interdisciplinary cooperation and research, and strengthening intellectual property and user privacy protection.

Keywords

artificial intelligence; ChatGPT; generative artificial intelligence; media industry

探析人工智能对传媒生产领域的影响

赵芳

北京广播电视台, 中国·北京 100020

摘要

论文探讨了人工智能技术在传媒行业中的快速发展和应用, 重点关注以ChatGPT为代表的生成式人工智能技术对传媒生产方式和生产关系的变革。介绍了人工智能大模型在传媒行业中的应用, 包括文娱内容生产效率的提升、互联网业态和场景入口的颠覆以及个性化推荐和智能客服等方面的影响。提出了传媒行业特别是财经媒体应对人工智能技术发展的建议和启示, 包括加强数据分析和科技应用能力、跨学科合作与研究、加强知识产权和用户隐私保护等方面。

关键词

人工智能; ChatGPT; 生成式人工智能; 传媒行业

1 引言

随着人工智能技术的快速发展, 生成式人工智能技术如 ChatGPT 等开始在传媒行业中得到广泛应用。生成式人工智能技术通过深度学习和自然语言处理技术, 能够自动地生成高质量的文本内容。这种技术的出现对传媒生产方式和生产关系带来了深刻的影响。

论文采用文献综述和案例分析的方法, 结合相关理论框架, 对生成式人工智能技术在传媒生产中的应用进行了全面调查和分析。首先, 通过收集和分析相关文献, 探讨了生成式人工智能技术的基本原理和特点。然后, 选择了几个典型案例, 包括新闻报道、内容生成和社交媒体管理等领域, 对生成式人工智能技术在传媒生产中的具体应用进行了深入研究。最后, 通过整理和分析实证结果, 总结了生成式人工智能技术对传媒生产方式和生产关系的变革特点和影响。

【作者简介】赵芳(1982-), 女, 中国北京人, 硕士, 主任编辑, 从事新闻与传播研究。

2 ChatGPT 加持甚至改变传媒行业生态

首先, 人工智能将显著提升媒体生产内容、生产效率, 从而降低成本。最初人工智能只能辅助生产较容易或者有标准模板的内容, 如人工智能自动写新闻稿、数字人播报天气等。在人工智能大模型加持下, 已经可以实现人工智能定制文案撰写(如美国独角兽公司 Jasper.ai)人工智能生成游戏原画(目前国内游戏厂商积极应用人工智能绘画技术)、人工智能撰写剧本(仅凭一段大纲可以自动生成完整剧本的产品 Dramatron)等^[1], 后续伴随音乐生成、动画视频生成等 AIGC 技术的持续突破, 人工智能大模型将显著缩短内容生产周期、降低制作成本。其次, 人工智能将彻底改变互联网已有模式及交互入口。近期来看, 传统的搜索引擎服务已经被类似 ChatGPT 的对话式信息搜索服务所取代, 因为 ChatGPT 具备更高的个性化搜索体验和搜索素养成式的交互体验; 同时传统搜索引擎的商业模式, 比如说搜索广告排名的获利, 也将随着搜索引擎的个性化从而迎来严峻的挑战, 未来的广告将会是根据大数据的更有效推送。中长期看, 其他的传媒衍生平台, 如信息整合分发平台、社交社群大社

区、网上购物平台等目前流行的大流量入口都将有被人工智能大模型改变的可能性。

3 生成式人工智能技术能够根据用户的需求和偏好生成定制化的内容

传媒机构可以通过分析用户数据和行为，利用生成式人工智能技术提供个性化的新闻报道、推荐和定制化服务，增强用户体验和满意度。AI技术可以分析用户的行为和喜好，预测用户的兴趣和需求，为用户提供个性化的推荐服务。例如，在视频和音乐平台上，用户可以通过AI推荐看到自己感兴趣的内容，提高了用户的使用体验和满意度。

AI技术可以通过自然语言处理和机器学习，实现智能客服，让用户能够更快地获得准确的回答。智能客服可以对用户提出的问题进行快速识别，并给出标准的答案或解决方案。通过AI技术，企业可以提高客服效率，让用户获得更好的体验。

AI技术可以通过图像识别技术，识别出图片中的物体或场景，并快速搜索相关的内容。例如，在电商平台上，用户可以通过拍照或上传图片，找到与之相似或相关的商品，提高了用户购物的效率和便捷性。

4 信息真实性和可信度的挑战

生成式人工智能技术虽然能够生成高质量的文本内容，但也面临着信息真实性和可信度的挑战。由于生成式人工智能技术缺乏判断和理解的能力，存在着被误导和误用的风险，可能影响传媒行业的信息传播和可信度。

创造虚假新闻报道。以ChatGPT为例，此类AI可以根据特定关键词制造出表面看似真实的虚构新闻。这种技术可以全面自动化地制作新闻的各个部分，从标题到正文甚至评论。举个例子，如果输入“美国领导人”和“外交危机”这样的关键词，并设定字数限制不超过500字，ChatGPT能够生成一篇某上市公司更换掌门的新闻文章。

诈骗有了新手段。类似ChatGPT大模型这样的技术，可以根据人类办公的标准模式，去做网络诈骗的事。比如说，它可以根据指令，模仿制作某些电子单据的表格，用来进行财务欺诈，甚至制作虚假的公众号文章与官方的公众号进行混淆，达到以假乱真的程度。某些骗子利用大数据分析某类官方文件的模式进行模仿，闹出乌龙。

模仿某些名人的风格。ChatGPT大模型接收到足够多的信息，通过训练，能够做到在某种特定环境下，模仿具有明确标识的内容。比如某个领域的名人、受关注事件的当事人等有较大发言权的人，他们在语言风格或者态度上往往很重要，人工智能模仿特定的语言风格进行内容生产，其话语结构、用词特点等与真人高度相似，容易对受众产生误导。

总之，人工智能的普及程度和大数据的不断完善，扩大的人工智能的使用范围。它能够一次性处理包括内容搜索、文本类型、批量生产等多种模式的生成，只要生成条件

设置得越具体，它生产的内容越接近于诉求。这个过程中出现虚假信息的情况也将更加难以筛选，对未来的信息内容治理提出了进一步挑战。

5 生产关系的重新定义

生成式人工智能技术的引入重新定义了传媒生产的关系和角色。传媒从业者需要与生成式人工智能技术进行合作，共同完成内容生成和编辑的任务。这种合作关系需要传媒从业者具备一定的技术能力和创意能力，与人工智能技术共同推动传媒生产的发展。

自动化内容生成：ChatGPT们可以自动生成文本内容，包括新闻稿、脚本、剧本等。在视听传媒中，这意味着可以更快地产生大量的文本内容，减少对人工创作的依赖。这可以提高生产效率，并在一定程度上降低制作成本。

个性化推荐和内容定制：ChatGPT们可以通过分析用户的喜好、兴趣和行为数据，提供个性化的推荐和定制内容。这使得视听传媒可以更好地满足用户的需求，增强用户体验，并提高内容传递的效果。

虚拟角色和虚拟主持人：ChatGPT们可以被用于创造虚拟角色和虚拟主持人，这些角色可以与观众进行互动并提供信息和娱乐。这将在视听传媒中引入全新的形式和体验，打破传统角色的限制，并丰富内容呈现方式。

智能辅助工具：ChatGPT们可以被用作智能辅助工具，协助制片人、编辑和创作者进行内容创作和编辑。它们可以提供创意灵感、辅助编辑决策，并提供实时反馈和建议，以提高生产效率和质量。

内容自动翻译和本地化：ChatGPT们可以用于自动翻译和本地化视听内容，使内容能够更快速地传播到全球各地的不同语言和文化环境。这有助于推广和扩大视听传媒的国际影响力。

6 大数据内容生成的治理与监督

谁来为大数据生成的内容负责，在网络空间内容治理方面，明晰的责任制度是建设清朗网络空间的基础。针对ChatGPT等新一代人工智能生产应用，应该延续我国现有的内容责任制度，将《互联网信息服务管理办法》《互联网跟帖评论服务管理规定》等延续至人工智能生产领域，落实谁生成，谁生产，谁负责，多方共同承担治理责任。对于AI模型产生的虚假信息问题，开发这些模型的团队应承担起相应责任。同时，提供这类技术的平台和使用大数据生成内容进行传播的媒体也应承担起内容审核的责任，确保杜绝虚假信息被广泛传播的可能。政府应该制定有关网络信息传播的监管法规，为确保信息真实性和准确性建立机制，对虚假信息提供者进行惩罚^[2]。

采用大数据检查大数据生成的内容：创建AI生成内容的监测和处理机制。在AI内容产生的背景下，采取AI对抗AI的策略成为必要。这涉及到根据各种大数据平台的特

点进行养成,并开发出相应的监控系统。比如,最近正火的 ChatGPT,它生成的文本有可能明显语法不通,语意也有翻译的错误,这就是它的局限性,可以根据以此来设置检查模式。另外,大模型在处理新任务时会表现得明显迟钝,因为缺乏大量的数据支撑,它们也缺乏前后文的勾连能力,并且高度依赖输入的指令,这个时候最容易发生错误。这些可总结的问题指向了现阶段大模型内容生产的关键弱点。因此,我们在开发专门的监测工具,可以从语法、逻辑和语义等方面分析生成内容,特别是答案与问题的关联性是很有必要的。

当前,市场上已出现多种人工智能大数据语言模型,例如谷歌的 BERT、阿里巴巴的 PLUG 模型以及清华大学计算机系开发的中文诗歌生成系统“九歌”,这些模型包括了能够模拟人类对话的 Character.AI(角色 AI)在内的各类系统。然而,相较于这些模型,ChatGPT 展示了更加先进的能力,体现了在人工智能领域中“优胜劣汰”的发展趋势。ChatGPT 主要通过使用人类反馈强化学习(RLHF)针对对话进行优化,这是一种使用人类演示来指导模型实现所需行为的方法,其参数量从最初的 1.17 亿增加到 1750 亿,预训练数据量从 5GB 增加到 45TB,其中 GPT-3 训练一次的费用约为 460 万美元,总训练成本达 1200 万美元^[1]。流行的人工智能语言模型在人们的使用中不断获得信息反馈,不断被养成,最终成为一家独大。这提示我们应该加强自主可控的自然语言生成式模型的研发投入与推广应用,最终通过市场手段促进中国人工智能发展^[2]。

7 对于传媒行业,面对信息服务的高度聚焦,以下是一些建议

提供多维度的深度报道和分析:媒体需要在信息服务中提供多维度的深度报道和分析。除了及时发布新闻,还应该关注行业趋势、市场分析、投资策略等方面的内容。通过提供有深度、有价值的分析,吸引用户并建立起信任和专业形象。

强化原创内容和专业性:媒体应该注重原创内容的创作和发布,加强自身的专业性。通过深入调研和研究,提供独特的观点和见解,从而吸引用户并增加其价值感。同时,与专业机构、分析师等建立合作关系,获取专业意见和信息源,进一步提高内容质量和可信用度。

打造多平台多渠道传播:除了传统的纸媒和电视媒体,还要积极拓展移动互联网、社交媒体等新兴平台的应用。通过多渠道传播,扩大信息覆盖范围,增加用户的获取途径和

便利性。

注重用户互动和参与:注重用户互动和参与,建立起与用户的良好沟通和互动机制。通过用户反馈、评论和讨论等方式,了解用户需求和意见,进一步提升服务质量,并根据用户的反馈调整和优化内容。

8 结语

论文系统地研究了人工智能对传媒生产领域的影响,并就其影响的不同方面进行了深入讨论。

首先,人工智能技术在传媒生产领域发挥了重要作用,对传媒生产方式和生产关系带来了深刻的变革。生成式人工智能技术如 ChatGPT 等的出现,使得传媒内容的自动生成和编辑成为可能,极大地提高了传媒生产的效率和效果。传媒从业者可以利用生成式人工智能技术自动化地生成高质量的文本内容,减少了人力成本和时间成本,为传媒机构带来了巨大的经济效益。

然而,人工智能技术在传媒生产领域的应用也面临着一些挑战和伦理问题。首先,生成式人工智能技术在信息真实性和可信用度方面存在一定的风险。由于缺乏判断和理解能力,生成式人工智能技术可能会误导用户或被恶意使用,对传媒行业的信息传播和可信用度产生负面影响。传媒机构应加强质量控制和监管,确保生成的内容准确、可靠。

人工智能技术的引入重新定义了传媒生产的关系和角色。传媒从业者需要与人工智能技术进行合作,共同完成内容生成和编辑的任务。这要求传媒从业者具备一定的技术能力和创意能力,与人工智能技术共同推动传媒生产的发展。同时,传媒机构也需要思考如何合理分配人工智能技术的应用,避免人工智能技术取代人类工作的问题,保障人类的就业和社会稳定。

综上所述,人工智能技术对传媒生产领域的影响是深远而广泛的。生成式人工智能技术的引入使得传媒生产更加高效、个性化,但也带来了一些伦理问题和调整的需求。传媒行业应充分利用人工智能技术的优势,同时重视其潜在的问题和挑战,以推动传媒生产的可持续发展,更好地满足用户的需求,促进社会进步。

参考文献

- [1] 斯蒂芬·沃尔弗拉姆.这就是ChatGPT[M].北京:人民邮电出版社,2022.
- [2] 斯蒂芬·卢奇.人工智能在新闻媒体中的应用[M].人民邮电出版社,2023.
- [3] 龙志勇,黄雯.大模型时代[M].北京:中译出版社,2023.