

卷首语

PREFACE

人工智能时代的传播创新

人工智能技术的浪涛正拍打着各个行业、各个领域，“智能传播”将迎来新的机遇与挑战。对此，传播创新研究必须积极面对并重点关注。

智能时代的传播创新要充分利用技术优势。利用互联网技术、通信技术，发挥人工智能技术的多模态、高通量、即时性、广覆盖、低门槛等特性，深度挖掘和运用大数据资源，以实现文图音视等多模态内容的采制与播报、背景和知识资料的精准配制、个性化定制化推送分发、多媒体远程采集和直播传输、即时性送达与反馈互动、阅读行为画像和知识图谱建立、增强现实与虚拟现实应用等。智能传播不仅影响传播内容的生产、提升传播效能，还将推动形成新的产品形态、新的媒介业态。以行政关系和资产为纽带的媒体集团，可能会向以平台为中心的组织方式转变，传播创新研究要关注传播领域生产关系的变化。

智能时代的传播创新要突出人的主体地位。智能传播虽然有很多无限发散式、海量链接式的创意，但它代替不了人的灵感和情感；虽然它可以让人摆脱繁重的、烦琐的、重复性、高危性的劳动，可以无限度地趋近人的创造、最大限度地满足人的需求，但智能不是全能、万能，人的差异性的文化感知、复杂的情感表达，机器难以穷尽。即使是具有感官功能、直接接触现实的“智能机器人”“世界模型”，也取代不了人的灵感、感悟。智能技术是由人设计、受人支配、为人服务的，人与机器的关系是传播创新研究要关注的课题。

智能时代的传播创新要选准发展路径。内容为王、智能为先、受众为重是发展理念，平台化、智能化、生态化是创新路径，也是媒体创新的生长点和着力点，是传媒产业形成新质生产力的新赛道。要在采集、生成、制作、分发和终端技术上占据制高点，在数据共享、后台集成、多格式输出、多端呈现、精准投送、用户融合上下功夫，规划发展聚合式、大规模、高品质、广覆盖、跨域界的智能媒体平台，减少分散式、小规模、低水平、各自为战的重复建设。有条件的可以“造高铁”，没有条件的可以“坐高铁”。尤为重要的是，要倚重智能技术设计流量收益和分配模式，通过高质内容资源获得充足的服务回报和发展资本。

智能时代的传播创新要坚持正确的价值观。智能技术是双刃剑，传播创新必须遵规则、守边界，不碰红线、不越雷池；要防止谣言秽言、虚假信息传播，防范利用换脸变声、深度伪造技术进行假冒、“魔改”、恶搞的行为；要重视数据安全、隐私保护、风险预警，打击网络犯罪和智能犯罪，用好政策、技术、管理、法律、伦理道德等工具，确保传播领域的健康发展。传播学要会同哲学、法学、伦理学、政治学、社会学等学科，深入研究这个问题。

媒体平台如何用好人工智能技术有两个关键点。一是建立知识体系。知识体系是话语体系的重要内容，要掌握话语权必须先掌握内容的提供权。要利用人工智能技术对跨学科知识聚合、生成的能力极强的优势，加强信息甄选，提高知识质量，建立具有时代特征、中国特色、平台特点的知识体系，开发免费与付费、线上与线下相结合的互利式、智能型知识服务模式。二是增强服务功能。走出“唯信息服务”老路，推动智慧城市、数字政府、行政管理、民生服务、社会教育上平台，助力智能金融、智能教育、智能医疗、智能艺术、智能购物、智能出行、智能家电、智能养老、智能社区建设的发展。这两个关键点，是传播创新研究需要开拓的领域。

智能技术的浪潮汹涌澎湃，传播领域的创新风潮涌动，迎接风浪，再上潮头，新时代的媒体人和研究者责无旁贷。

刘汉俊

武汉大学新闻与传播学院教授