

生成式 AI (AIGC) 与媒体+的人机协同模式研究

冯宝瑞

1101*****3750

摘要: 随着人工智能技术的不断发展,生成式 AI (AIGC) 在媒体行业的应用得到了快速发展,并逐渐渗透到内容生产、内容分发、内容消费等媒体生产的各个环节。生成式 AI 的技术特征和媒体行业的业务流程决定了其在媒体行业人机协同中扮演着重要角色,具有高度自动化和智能化的特点。因此,本文将从人机协同模式出发,结合生成式 AI 的发展现状和媒体行业人机协同的典型应用场景,以典型案例为例,探讨 AIGC 在人机协同模式中的角色与功能,构建 AIGC 驱动下的媒体人机协同模式,并通过案例分析探讨其在应用中存在的问题与挑战,进而提出优化和改进建议。

关键词: 生成式 AI (AIGC); 媒体; 人机协同模式

DOI: 10. 64216/3080-1508. 25. 09. 095

引言

随着人工智能技术的不断发展,媒体行业正在经历一场前所未有的变革,传统媒体与新兴媒体正在深度融合,同时催生了许多新的业态和模式。而随着技术的不断进步,人工智能(AI)、大数据、云计算等新兴技术正在媒体领域发挥着重要作用。生成式 AI (AIGC) 作为一种新型的人工智能技术,与传统媒体一样也经历了从技术萌芽到商业应用的过程,其在媒体行业中的应用也逐渐从简单的文字生成走向内容生产、内容分发等全流程。因此,本文以 AIGC 为例,以人机协同模式为切入点,分析其在媒体行业中的应用现状、特点与挑战。

1 生成式 AI 的基本概念与发展历程

AIGC 是指通过机器学习、深度学习等技术,利用已有数据对文本、图像等内容进行自动生成的一种人工智能技术,具有高度自动化和智能化的特点。它的出现,改变了传统的内容生产流程,推动了内容生产由人力密集型向自动化转变,使得内容生产更为高效便捷。生成式 AI 技术的发展经历了以下三个阶段:第一阶段是从技术萌芽到商业应用;第二阶段是从商业应用到技术升级;第三阶段是从技术升级到人机协同。生成式 AI 技术在媒体行业中的应用经历了从文本内容生成到多模态融合、从浅层互动到深度交互的发展过程,逐步实现了人机协同、人机共生^[1]。

2 AIGC 在媒体领域的应用现状

根据中国人工智能发展白皮书,生成式 AI 在媒体领域的应用主要有三种方式:第一种是文本生成,通过训练模型对大量的文本内容进行自动生成;第二种是图像生成,通过对海量图像内容进行学习,从而生成新的

图像;第三种是语音合成,通过语音合成技术对文本内容进行处理并生成声音。AIGC 在媒体行业应用主要体现在三个方面:第一是内容生产方面,包括智能文本生产、智能视频生产和智能图片生产;第二是内容分发方面,包括智能社交媒体、智能语音助手和智能文本信息服务;第三是内容消费方面,包括智能视频消费、智能音频消费和智能文字信息服务^[2]。

3 “媒体+”背景下的人机协同模式

3.1 “媒体+”的内涵与发展

随着媒体行业的不断发展,“媒体+”也逐渐从最初的“媒体+宣传”“媒体+商务”等延伸至“媒体+产业”“媒体+城市”等领域。随着互联网和新一代信息技术的快速发展,传统媒体与新兴媒体正在融合,人机协同成为新时期下的新常态。人机协同模式是指在人工智能技术的驱动下,人类与机器之间建立一种合作、协商与协调的关系,使人类的创造力和机器的生产力充分结合,从而实现人机之间优势互补、协同配合,共同完成任务。人机协同模式充分发挥了人工智能技术和人类智慧的优势,有效解决了人与机器之间存在的效率低下、数据安全等问题。

3.2 人机协同的理论基础

人机协同是以人类为中心的,以人为主导、以机器为辅助,实现人机之间优势互补、协同配合,共同完成任务的一种新型的人机关系。在人机协同模式下,人类与机器共同参与到工作任务中来,通过分工与协作提高工作效率。目前,许多研究者对人机协同模式的研究主要集中在如何实现人机协作的问题上,而对其内涵、特

征、运行机制和作用等方面的研究相对较少。因此,本文认为人机协同模式是人工智能技术和人类智慧融合发展的产物,它既包含了人与机器之间的合作关系,又包含了人与机器之间的分工与协作关系。而 AIGC 作为一种典型的人机协同模式,其在水机协同中扮演着重要角色^[3]。

3.3 人机协同模式的分类与特征

人机协同模式可以分为三种,即合作、协作与对抗模式。合作模式是指人机合作完成工作任务的模式,主要体现在人与机器之间的协作关系,如机器人协助人类完成日常生活中的各种任务等;协作模式是指人与机器通过相互配合完成工作任务的模式,主要体现在人与机器之间的分工协作关系,如机器人协助人类进行日常生活中的各种工作任务等;对抗模式是指人与机器之间通过对抗与竞争完成工作任务的模式,主要体现在人与机器之间的矛盾冲突关系,如人与机器人之间的竞争关系等。

3.4 媒体行业人机协同的典型应用场景

“媒体+”背景下,人机协同的典型应用场景主要有 4 类:一是媒体行业的内容生产,如 AI 生成内容、AI 写作、AI 审稿等;二是媒体行业的用户运营,如 AI 智能客服、智能推荐等;三是媒体行业的数据服务,如智能数据采集、智能分析等;四是媒体行业的品牌服务,如智能语音客服、智能营销服务等。

4 生成式 AI 驱动下的媒体人机协同模式构建

4.1 媒体内容生产流程分析

从内容生产流程来看,主要包括 4 个阶段:1) 数据采集阶段:包括媒体平台中的基础数据采集,如音频、视频、图片等内容数据的采集;2) 数据清洗阶段:通过对原始数据进行清洗和处理,将原始数据转化为可以用于分析和使用的信息;3) 分析阶段:通过对数据进行清洗和分析,建立文本分析模型、情感分析模型等,进行文本挖掘,生成新闻报道;4) 效果评估阶段:对生成的新闻报道进行效果评估,如准确率、传播效果等,并根据评估结果优化传播策略。在媒体行业中, AIGC 也能够将上述流程进行自动化、智能化处理,以提供更加优质的内容和服务^[4]。

4.2 AIGC 在水机协同中的角色与功能

在水机协同模式下, AIGC 在水机协同过程中,既是内容生产者,又是内容生产者的有效辅助者,它在水

机协同中起到了“助手”和“帮手”的作用。AIGC 作为一种人工智能技术,它的工作方式、工作内容、工作方法都是为了提高人类工作效率。它作为一种工具,在水与机器之间建立联系,从而形成水与机器之间的协同合作关系。水机协同模式中, AIGC 主要由数据采集、数据清洗、情感分析、文本挖掘、效果评估等功能模块组成。其中, AIGC 通过数据采集功能,将数据信息转换为信息数据;通过情感分析功能,对信息数据进行分析和处理;通过文本挖掘功能,获取文本中的有效信息。

4.3 水机协同流程设计(如任务分配、交互界面、评价反馈机制等)

从水机协同的基本原理来看,水机协同模式的主要流程包括数据采集、数据清洗、情感分析、文本挖掘和效果评估五个环节。其中,数据采集是水机协同的基础,数据清洗是水机协同的关键,情感分析是水机协同的核心,文本挖掘是水机协同的结果,效果评估是水机协同的保障。在具体实现中,基于任务分配、交互界面和评价反馈三个环节可将其分为四个子流程:①数据采集:通过对原始数据进行采集,形成相关数据;②数据清洗:对原始数据进行清洗,减少或消除无效信息;③情感分析:通过文本分析技术,对输入的文本信息进行情感分析,挖掘有效信息;④效果评估:对生成的内容进行效果评估。

4.4 协同模式创新案例及实践分析

通过对 AIGC 与媒体行业结合的实践案例进行分析,发现基于 AIGC 的水机协同模式能够有效地解决媒体行业中所面临的一些问题,如内容生产效率低下、用户体验较差等。从实践效果来看, AIGC 与媒体结合可以通过以下四个方面实现水机协同:①用户需求分析: AIGC 能够针对不同用户群体进行定制化内容生产,提供定制化内容;②用户体验提升:通过 AIGC 的不断发展和完善,可以进一步提升用户的使用体验,让用户产生更强的参与感;③数据处理效率提高:通过 AIGC 生成的内容可以有效提高数据处理效率;④实现智能化生产:通过 AIGC 的不断发展和完善,实现水机协同生产^[5]。

5 模式优化与效果评估

5.1 协同效率与内容质量评价指标

从实践效果来看,水机协同模式下的内容质量普遍较高,但仍存在一定的不足,如信息错误、语言不准确等问题。因此,有必要针对水机协同模式中存在的问题

提出一些优化措施。首先,可以采用自然语言处理技术,如 NLP、机器翻译、语音识别等,提高文本的处理效率和准确性。其次,可以采用信息抽取技术,如信息抽取、关键词提取等技术对新闻文本进行信息抽取和处理。最后,可以采用人工智能技术进行辅助优化,如对文本进行情感分析、主题分析、受众分析等。此外,还可以采用人工审核方式对生成的内容进行审核与把关。

5.2 成效评估方法与实验设计

评估方法的选择主要考虑以下三个方面:一是评价方法本身的可靠性,即其是否能够反映媒体在生产过程中的实际情况。二是评价方法与实际情况是否相符,即其能否较好地反映出媒体在生产过程中的真实情况。三是评价方法是否符合当前媒体的发展趋势。基于上述两点,本文采用层次分析法来确定媒体在生产过程中的成效指标。其中,第一层为影响因素,第二层为影响程度,第三层为影响水平,第四层为影响权重,第五层为权重结果。根据上述评价方法和指标,本文设计了一个以评价内容质量和协同效率为目标的实验,以验证评估方法与实际情况是否相符。

5.3 用户满意度与接受度调研

基于对 AIGC 在媒体行业中的人机协同模式的实践调研,本文以用户满意度与接受度为研究对象,对相关用户进行了问卷调查。调查结果表明,用户对于基于 AIGC 的人机协同模式有一定的接受度,但仍有部分用户认为人机协同模式会降低工作效率。因此,本文认为,一方面,需要加强对用户的宣传与引导工作;另一方面,需要继续开发更加适合 AIGC 与媒体行业结合的应用场景。此外,未来还应继续探索将 AIGC 引入媒体行业中的可行性方案,以提升媒体行业中人机协同模式的效率与效果。此外,还可以将 AIGC 引入媒体行业中的营销领域中,以增强人机协同模式的市场竞争力。

6 挑战、风险与对策建议

6.1 技术、伦理与管理挑战

生成式 AI 作为一种新兴的技术,其技术优势主要体现在数据、算法和算力三个方面。然而,其在媒体行业的应用也面临着技术、伦理与管理上的挑战。首先,在数据层面,生成式 AI 在数据使用方面还存在数据隐私保护问题,不合理的使用导致隐私泄露、个人信息滥

用等问题;其次,在伦理层面上,生成式 AI 还存在一定的道德风险和责任归属问题,可能会引发对人类主体地位和价值的质疑;最后,在管理层面上,由于生成式 AI 技术本身并不具备完全独立的人格和理性思考能力,因此其在应用过程中可能会产生诸多潜在风险和隐患,需要从制度、政策等方面进行管控。

6.2 数据安全与版权保护

AIGC 平台主要以算法推荐、人工智能等技术为核心,内容创作者则以内容生成、编辑等业务为核心。基于用户与内容生产者的匹配关系, AIGC 平台可以通过用户画像、用户行为等方式精准获取用户需求,并以此为基础进行内容的个性化生产。对于生成式 AI 技术来说,其对数据隐私和版权保护方面的挑战是显而易见的。因此,如何在合理使用数据进行创作的同时保障其版权与安全问题也是现阶段必须要考虑的问题。

7 结语

近年来,随着我国人工智能技术的不断发展, AIGC 与媒体的结合正成为一个值得关注的趋势,并展现出了巨大的潜力和前景。然而,尽管 AIGC 已经成为新闻生产的一种新范式,但在实践中仍面临着诸多挑战。因此,我们需要高度重视 AIGC 与媒体融合存在的问题,并在实践中积极探索相应的解决方案。只有这样,才能充分发挥人工智能技术的优势,提高媒体生产效率、优化内容分发路径、创新新闻传播方式等,进一步推动媒体融合向纵深发展。

参考文献

- [1] 王国栋. 生成式 AI (AIGC) 助力钢铁行业转型升级[J]. 科技导报, 2025, 43 (13): 1-2.
- [2] 赵宇翔, 景雨田, 宋士杰, 等. AIGC 赋能的提示素养: 生成式 AI 时代的人智交互能力重构[J]. 情报资料工作, 2025, 46 (03): 14-25.
- [3] 刘绍龙, 段佳鑫. 生成式 AI 驱动的电影技术创新——SIGGRAPH 2024 AIGC 相关研究综述[J]. 现代电影技术, 2024, (10): 21-28.
- [4] 王丽敏. 生成式 AI (AIGC) 对纪录片创作的影响[J]. 家庭影院技术, 2024, (12): 98-100.
- [5] 宋伟锋. 生成式 AI 传播范式: AI 生成内容版权风险与规制建构——以全球首例 AIGC 侵权案为缘由[J]. 新闻界, 2023, (10): 87-96.