

人工智能视域下国家形象传播的算法嵌入与优化

范建刚, 崔维维

(陕西师范大学 马克思主义学院, 陕西 西安 710119)

[摘要]人工智能的技术核心算法正影响国内外政治传播生态,为国家形象传播带来机遇与挑战。国家在数据收集、储存、挖掘、控制、使用上拥有巨大能力,进而转换为国家形象传播的话语权力。算法世界遮蔽部分客观世界,带有算法设计者的意图,隐藏黑箱和垄断。我们应该强化算法对国家形象的正向影响,消解算法偏见、算法偏向、算法“反伦理”对国家形象的伤害。优化算法嵌入国家形象传播的路径,通过建构国家形象传播算法模型、培育算法意识形态伦理感知能力、拓展国家形象算法嵌入的情感维度,深度发展算法与国家形象传播融合,依托算法技术推动文明大国形象传播。

[关键词]算法;国家形象;优化

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2021.08.010

算法已经渗透到政治、经济、社会、文化发展的各个领域,以显性或隐性的方式制约影响着全球、国家、个体的发展,引发“百年未有之大变局”。学界分别从传播学、政治学、法学等多学科角度阐释算法的工具性、权力性、正当性,以及对社会的影响。算法是强化国家治理的工具,“推动国家权力往更广泛、更角落空间渗透”。^[1]算法对共同体的形成与促进显而易见,“算法作为一种中介,构建了一种数据化界面,重塑了人们对世界的认知方式……强化既有共同体的边界,或推动新的共同体的形成”。^[2]同时,算法技术发展也隐藏着社会风险。算法主导的新型传播格局对公共空间带来冲击,重构传播中权力关系,从

新闻生产、新闻消费、国家政治权力及伦理道德等维度带来传媒公共性问题;^[3]算法对人的理性认知具有双重作用,一方面提升人的理性,另一方面理性又受到算法的限制,使人的理性向非理性转化。“人的认知、判断与决策可能会受制于算法,人的社会位置也会因算法偏见、歧视以及其他原因受到禁锢”;^[4]从意识形态安全角度看,算法权力排斥政治价值权威,非主流媒体算法会造成算法歧视、价值分化,影响主流意识形态安全。^[5]进而影响国家政治安全、主流政治舆论和国家形象。

国家形象作为国家软实力的重要表征和国家的名片,是一国参与国际事务、治理国家的“声

作者简介:范建刚,陕西师范大学马克思主义学院教授、博士生导师,主要研究方向:网络思想政治教育;崔维维,陕西师范大学马克思主义学院博士研究生,主要研究方向:网络思想政治教育。

誉”与“名望”。习近平总书记在全国宣传思想工作会议上提出：“展形象，就是要推进国际传播能力建设，讲好中国故事、传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力和中华文化影响力。”^[6]算法为国家形象传播带来新的机遇与挑战，算法实现国家形象传播的智能化、个性化、精准化，为国家形象传播带来正向力量。算法偏见、算法偏向、算法“反伦理”性伤害国家形象的正面传播。应优化算法与国家形象的关系。算法嵌入国家形象传播的目的是推动文明大国形象的构建。

一、算法为国家形象传播带来正向影响

算法是一种重要的政治权力。作为重要权力组成部分，算法具有引导性权力。习近平总书记指出：“探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中，用主流价值导向驾驭‘算法’，全面提高舆论引导力。”^[7]算法技术从价值引导、权力汇聚、智能推荐等层面推动国家形象传播，构建国家形象传播的文明维度。

(一) 算法价值引导国家形象传播

算法是将信息转化为数字，利用数据终端等多种渠道获得数字信息，结合传播对象的特点、特性，利用情境化传播进行推送、发布。算法改变传统媒体时代的价值观念，从工具理性价值、技术中立价值、平台价值等多重维度推动国家形象的传播。

第一，算法工具理性价值推动国家形象传播目的性。算法技术重构着传播生态，也引导国家形象传播技术创新发展。国家形象传播依托算法智能分发，可以在海量信息中，凸显国家形象信息的价值。通过智能推送，增强国家形象的正向传播，减少国家形象的负面传播。马克斯·韦伯根据“合理性”范畴提出，现代资本主义发展使人的行为、社会发展趋向合理化发展。工具理性行为实质是“目的取向”行为。^[8]算法是在明确目的的规定下，按照一定程序、规范推送信息，具有工具理性特征。技术成为获得目的效果

及利益的手段与工具。国家形象传播的目的是为了在国内外民众中形成积极、正面的形象，算法的工具理性重构国家形象传播的过程，使传播过程符合传播目的。国家形象评估也可以运用算法变得可量化、可控化，提升传播效果。

第二，算法以技术中立价值重塑国家形象生产的文化价值。算法塑造内容生产新的价值标准。算法依托数学公式，遵循机器程序，价值判断更加客观中立。国家形象跨文化传播中，不同文化之间的差异造成信息误读，引发信任危机。算法改变传播新闻生产机制，用客观性矫正记者编辑因主观性造成的信息信任危机，国家形象传播以客观、公正取得不同文化背景下受众的信任。算法以技术中立价值提高国家形象传播的客观性和准确性。

第三，算法平台价值为国家形象传播构建平台。算法依托平台，是平台的技术核心。算法重塑传播价值，算法改变传受关系，信息推送符合受众的需求。算法改变传统新闻价值观念，依据场景、用户关系、用户兴趣、用户偏好、使用时间等因素筛选信息，对用户进行推送，用户的需求成为衡量新闻的价值标准。算法改变了信息传播的渠道，推动聚合类平台媒体的崛起，形成以“人民网为代表的党媒、以都市报为代表的市场化媒体、以新浪和网易等为代表的门户网站、以今日头条为代表的聚合类平台媒体、以腾讯和阿里巴巴等为代表互联网大企业五类行动主体”。^[9]从国家形象传播类型看，算法进场拓宽国家形象传播的渠道，形成主流媒体、社交媒体、平台媒体三大类传播渠道。平台媒体依托算法技术，回应受众个性化需求，实现国家形象传播与受众需求匹配性。

(二) 算法权力强化国家形象传播话语权力

算法对话语权力的强化与保障。算法是对内容分发的社会性把控，因此是一种重要的软性权力。“不仅具有社会建构的作用，更是建构组织正当性重要的介质资源”。^[10]算法依托数据，国家在数据收集、储存、挖掘、控制、使用上拥有

巨大能力,这种能力可以转换为国家形象传播的话语权力。

第一,算法重塑“拟态环境”。传播学者李普曼提出“拟态环境”这一重要概念。他认为,人们通过媒体接触到的环境并不是客观环境,而是大众媒体对现实环境的一种“镜子式”重构。算法以“用户本位”的理念,建构出符合用户偏好的“拟态环境”。算法逻辑是基于大数据进行的信息匹配和分发的过程,决定哪些信息可以到达受众。算法已经成为线下信息分发的主要形式,在国内资讯信息分发市场上,算法推送的内容已超过50%。^[11]算法改变社会信息传播模式和信息传播结构,重塑媒介环境,为国家形象传播提供全新的“拟态环境”。算法塑造的“拟态环境”有独特属性:算法本质是一种权力的环境。这些权力可以通过调整算法参数来执行,塑造着人们的认知行为、控制着对世界的看法和主张;算法造成“拟态环境”全球化。算法塑造的“拟态环境”可以形成国家形象信息同温层,有利于凝聚社会价值共识。受众自觉凝聚爱国情,并从行动上以爱国行动自觉维护国家形象。

第二,算法建构主流意识形态传播阵地。算法改变了新闻生产的机制、内容、环节,影响主流意识形态的生产生态。一方面,算法增强主流意识形态传播的互动性。算法基于用户数据分析,代表着用户需求,从用户主体出发构建话语体系,而不是从上向下让用户接受。算法可以传播主流意识形态和主流价值观,形成公民对国家的热爱。算法基于内容推荐,分享受众行为,提取受众信息爱好,描绘出受众的话语表达和接受习惯,根据其爱好推荐符合其话语习惯的国家形象信息。另一方面,算法构建主流意识形态传播的场景性。算法构建受众交流信息的“在场”,算法通过用户注册信息、行为数据,深度数据挖掘,勾画用户画像。受众因此会将将自己的利益诉求转化为数据,不断更新渗入到算法机制中,通过交流个体化信息表现出“在场”。受众也参与到主流意识形态形成、传播过程。

第三,算法打破话语霸权。算法与国家形象具有亲缘性,为国家形象传播提供“配置性资源”“权威性资源”。算法根据用户的个性与需求进行推送,这样实质上是用户自己在进行议程设置。算法推荐的新闻具有差异性,由受众分享后,在社会上形成多种声音共存的生态,颠覆少数者话语霸权。从国际传播角度看,算法构成了新的动力,助力国家形象传播。“技术在现代社会兴起和发展过程中起到了巨大作用,更是重构了社会”。^[12]国家加大算法技术的研发,依靠算法在国际社会发出最强音。因此,算法成为国家形象跨文化传播中,打破传播话语垄断的重要技术力量。

(三)算法推荐实现国家形象传播精准性

算法形成“国家形象—用户需求”匹配的精准分发。算法要解决的核心问题是信息产品海量与用户需求有限之间的矛盾。从用户角度出发,算法可以帮助用户寻找并发现与自己适配的信息或产品。从生产者角度出发,是按照受众需求生产推送,实现信息生产、分配与受众需求之间的适配。算法成为信息产品实现供给侧结构性改革的技术动力。算法引入到国家形象传播过程,可以破解当前传播中存在的三大困境:国家形象内容生产困境、国家形象传播渠道困境、国家形象传播信息反馈困境。

第一,国家形象内容生产精准化。算法改变了“以传者为中心”的传播模式,以用户需求为中心,为受众量身制造喜欢的内容,实现信息生产的精准化。内容生产的精准化包括层次精准化和定位精准化。算法实现国家形象传播多层次性,满足整体性内容需求和个体性内容需求。整体性需求体现为以主流意识形态为主导,体现国家对人类命运的关切,符合国家发展利益的内容。个体性需求选取现代社会发展或者传统文化的视角,以与传播对象的兴趣爱好契合,体现深层次价值关怀,塑造充满生命活力的国家形象。国家形象传播的定位精准化是指将个体需求和群体偏好结合,运用算法针对不同传播对象

定性生产传播内容。既可以根据受众信息库,勾划出某类群体的信息偏好;也可以通过用户画像描绘个体的兴趣和需求,为其生产符合喜好的信息内容,满足个体需求。算法规制国家形象内容生产,可具体分为四个部分:全球性传播内容、区域性传播内容、特定群体传播内容、个体性传播内容。

第二,国家形象推送精准化。算法注入到国家形象信息分发环节,通过对信息的个性化推送,实现国家形象精准化推送。从宏观层面看,算法改变国家形象信息分发格局变革。信息传播硬件设备的发展和各类社交媒体平台的涌现,推动传播进入到信息传播个人化时代。算法搜集用户的每个行为反映到数据库,按照用户需求精准推送信息。算法将“人找信息”的传播方式,优化为“信息找人”的新方式。“算法不仅可以利用用户画像与内容分发评级快速通过计算将信息精准分发到每一个用户的屏幕上,还可以通过机器的学习进一步把握用户的偏好,实现信息与人之间更好的桥接与适配”。^[13]算法带来分发模式精准化。传播算法依靠庞大的用户基数和精确的算法,控制互联网信息发布的主动权。算法成为新的媒介推送技术和媒介发布渠道,实现信息分发的点对点模式。算法分发可以让国家形象信息从互联网海量信息中脱颖而出,也可以把国家形象信息分类化、标签化、评级化,传播过程按照用户的偏好,主动推送符合用户要求的内容。从而过滤掉无关信息,提高信息传播的效率,实现“国家形象传播内容—受众”的精准匹配。

第三,国家形象反馈精准化。算法有利于提高信息反馈的效率,通过受众评论及时获取用户反馈,了解各国受众意见,把握国家形象海外传播的态势。习近平总书记强调新闻舆论工作要增强时、度、效。互联网平台中存在的评论内容繁多,依靠人力来筛选有关国家形象评价,除去人工成本、经济成本高外,还难以挑选出适配性高的评价信息。智能算法可以高效率地筛选出

有利于国家形象建构的积极信息,同时屏蔽有可能形成负面评价的消极信息。算法解决信息反馈不及时、不准确的问题,使信息反馈更有效;算法优化信息的处置效率。传统媒体时代,信息的反馈渠道窄化,主要通过留言、书信等形式。信息处置具有滞后性,负面消息从发现到处置,具有时间区隔,这些时间区隔就会造成负面消息大范围的流通和删除的不彻底性。涉及到国家形象传播方面,一些抹黑、反对的言论和信息,会影响国内外受众对国家的印象。算法提高信息反馈的效率、形象化信息反馈的评价标准。算法通过用户的评论、转发、分享,描摹出受众对国家形象信息的评价,对于负面的评论通过删帖等形式来消除影响。算法信息的处置具有预判性,及时发现和屏蔽不利于国家形象的言论、传播内容,避免流通到受众中。

二、算法带来国家形象传播负向影响

算法的技术“乌托邦”性质影响国家形象传播的准确性、真实性、正面性。现代技术是一种展现,技术的统治将一切存在者都带入计算行为中,遮蔽了人之人性和物之物性。^[14]算法在展现的同时,形成的算法世界遮蔽了部分客观世界,带有算法设计者的意图,隐藏黑箱和垄断。算法偏见、算法偏向、算法“反伦理”性会影响国家形象塑造。

(一) 算法偏见影响国家形象全面认知

“算法偏见”是算法程序在信息生产与分发过程中失去客观中立的立场,造成片面或者与客观实际不符的信息、观念的生产与传播,影响公众对信息的客观全面认知。^[15]算法的偏见来源于两个方面,算法设计本身,以及算法运行所依赖的大数据。算法中含有“民族歧视”,处理其他民族信息时,将偏见隐藏到程序设计、数据挖掘中,会失去独立、客观、中立的立场,带来种族歧视、他国歧视,影响国家形象全面认知。

第一,算法“把关”偏见形成认知茧房。算法形成新型的“把关”方式。算法把关分为“替

代式把关话语”“协同式把关话语”两类。前者是设计者把逻辑程序输入到算法中,算法包含设计者的偏见。后者是“人工编辑+算法”的协同,也难脱离主观性影响。互联网时代,为了在海量信息中抓住受众眼球,传播者会使用算法推荐技术根据受众的标签化信息进行投放。长期推荐一类信息,会产生信息茧房效应。受众的认知、态度、行为都是对接受的某类信息的反应,信息茧房的存在会固化受众偏见,限制受众去接触、理解茧房外的信息。国家形象跨国传播中,不同文化、不同语境下,要想打破对象国受众存在的信息茧房,传播国家形象的信息,会遭遇算法偏见的影响。国际关系是影响国家形象认同的重要变量,处于敌对地位的国家,在本国民众信息传播过程中,算法会屏蔽掉对方国家的优点,传播推送对方国家的负面消息。算法强势推荐下,受众会形成并巩固、强化对方国家负面形象,形成“信息茧房”,对他国印象刻板化。

第二,算法推荐偏见造成认知圈层化。从数据层面看,数据中带有圈层化偏见。算法个性化推荐包括“基于内容的推荐、基于知识的推荐、协同过滤推荐、基于标签的推荐、社会化推荐、基于深度学习的推荐、基于知识的推荐、基于网络结构的推荐、混合推荐等”。^[16] 尽管算法推荐种类多样,但本质都是基于数据进行的标签化分类推荐,基于对人们历史数据的追踪,带有明显的圈层化偏见。数据挖掘的时候把人群进行不同分类,按照圈层分类进行推荐。算法“圈层化”将受众归为某类群体,其所接受的信息都在圈层范围内,所有的信息按照受众的群体进行投放。社会学者 Blonsky 认为这种行为是人为地为每个个体划定边界。信息分层会影响受众的交往,导致受众只选择圈层内与自己观点相近的人交流。与算法设计者处于不同圈层的人群,会受到算法歧视。国家形象跨国传播的渠道多数是依赖对象国的媒体,这些媒体基于算法的推荐,会自动屏蔽与本国文化不相符的内容,对于“他者”的国家形象也是基于本国利益的考虑。算法推荐

圈层化会影响人们对其他群体的认知,禁锢人们的思维,算法会连接相似文化背景的群体,也会区隔不同文化背景的人群,将人们困于特定“圈层”中,影响国家形象跨文化传播。

第三,算法“滤泡”强化认知的回音室效应。算法本身是由人类编写设计的,体现着人类的差异和偏见思维。“人类文化是存在偏见的,作为与人类社会同构的大数据,也必然包含着根深蒂固的偏见。而大数据算法仅仅是把这种歧视文化归纳出来而已。”^[17] 算法自身偏见和歧视会过滤那些与算法自身价值相抵触的信息,形成国家形象的信息“滤泡”。算法“滤泡”从知、意、行多个层面强化国家形象认知偏见,形成回音室效应。从认知层面看,算法“滤泡”涉及相关内容识别、甄选、标记多个环节,最终会造成受众产生信息依赖。受众接受国家形象的信息同质化,对“滤泡”内传递国家信息认同,对“滤泡”外信息内容排斥,对一个国家的形象认知局限于“滤泡”范围内。从态度、行为层面看,受众接受到的信息经过重重过滤,形成信息接受的窄化,影响受众对国家公共事务的判断和行为。“使其被情绪化的片面信息影响,对整体社会和公共议题的判断可能会有失平衡或理性。此外,还可能会逐渐降低用户对公共议题的关注度,降低他们参与公共事务讨论和行为的意愿”。^[18] 算法“滤泡”受到意识形态主导,造成事实偏差。如果算法“滤泡”是对他国的负面、虚假信息的传递,持续的信息流,将会造成对他国形象偏见歧视的放大。而受众困于“滤泡”中,在认知、判断、行为层次上受制于“滤泡”,最终形成思想、行为固化,造成国家形象信息传播的回音室效应。

(二) 算法偏向消解国家正面形象传播

算法偏向削弱主流意识形态、价值观的传播,消解国家形象正面塑造和积极影响。算法运行处在黑箱中隐秘不见,资本的介入、意识形态的操纵,技术壁垒会带来他国形象建构的不平衡、不平等,算法工具价值和国家形象公共价值之间存在矛盾,推送的信息会忽视国家利益、公

共利益。

第一,资本偏向消解国家主流形象传播。算法作为新技术,受到政治、经济多重元素制约,成为镶嵌在新型资本主义生产体系中的新权力。马克斯·韦伯曾指出“权力意味着在一种社会关系里,哪怕是遇到反对也能贯彻自己意志的任何机会,不管这种机会是建立在什么基础上”。^[19]算法成为新兴的“非制度性”权力,以自身逻辑影响社会运行。算法权力运行逻辑是以特定利益为运行出发点和落脚点,资本是算法中的把控者。一定程度的算法赋权等同于资本赋权。摩根(Morgan)认为,虽然算法可以呈现多种不同的文化内涵,但它们最终仍然与定义和部署它们的人、机构以及它们所嵌入的权力关系紧密联系在一起。科技界作为新集权制度成员之一,取得赫赫成就的同时也构成一种威胁。^[20]换句话说,算法作为信息商品“已经变成当代资本在世界市场体系内、为了世界市场体系而进行扩张的必要条件”。^[21]算法为了实现利益追求,受到资本的操纵,有目的地制造具有偏见的信息,用来影响公众客观现实的认知,从而操纵舆论,影响民众对他国的评价判断、情感认知。算法被资本控制,影响政治权力运行。经济基础雄厚的主体把控算法运算,用自己的意识形态规制算法,资本将自己的利益、意识形态注入到算法中,利用技术的中立性实现自己的政治、经济诉求。为获得经济效益推送内容低俗、虚假信息,侵害国家形象的公共性和真实性。

第二,政治偏向影响国家形象传播的公正性。算法中会嵌入政治属性,“在‘客观性’的背后也隐藏着某些主观的政治偏好或意识形态。”^[22]兰登·温纳(Langdon Winner)认为技术在双重维度上具有政治性:一是新的技术或设计内嵌了某种政治属性,为“给定政治体系”提供确立或巩固权力、威望的技术手段;二是政治对技术的需求与生俱来,而技术也在某种意义上回应着它们的需求。^[23]算法并不是脱离政治属性控制的纯粹的工具,其反映政治需求、政治目的,

且难以逃脱政治权力控制。国家形象对外传播中,算法的政治属性通过双重路径表现出来。意识形态内嵌使算法成为统治的工具。西方政治利益集团会通过算法操纵国内外舆论,抨击不同意见者,以维护权威统治。政治偏向渗透到数据库,加固政治偏向。数据具有“排他性”,如谷歌的图像识别训练数据库 Image Net 中,有近四分之三的图像来自欧美国家,而占世界人口三分之一的中国和印度,在 Image Net 里的数据量加起来只有百分之三。这就导致 Image Net 训练的智能算法在识别第三世界图像时,总会“选择性失明”。^[24]数据采集的政治偏向会加剧国家形象认知偏见,造成对一国形象的偏见、歧视。算法大范围推送,最终会侵害我国主流意识形态传播。国内受众容易受到西方视角影响,对国家形象形成消极的、不公平评价。

第三,流量偏向淡化国家形象传播。算法以流量为价值导向,对国家形象相关传播内容造成流量偏见。算法会根据点击率、转发率对话题进行排行并优先推送。但是流量并不科学,公共性话题一般比较严肃,受众面窄影响热度。流量可以造假,算法被虚假流量欺骗,导致“热门信息”热度高,“冷门信息”关注少,造成信息的马太效应。流量统计以受众的需求爱好为参考点,以简单的“鼠标投票”机制渠道取代新闻传播的专业性,容易忽略信息公共性价值。算法的价值逻辑以追求市场效应为导向,侵害媒体社会公器功能。国家形象的内容传播强调国家利益、公共性,其中个性化内容较少,容易被算法忽视。算法造成国家形象传播的长远利益和眼前利益、公共利益和商业利益、共同利益和个体利益的博弈竞争。在唯流量至上商业逻辑导向下,算法会忽视国家形象的内容推送,造成地图空缺,相反,对于一些负面的危害国家形象的言论、信息,因为可以获得高的点击率,满足受众猎奇心理,算法反而会推送,扩大其受众范围和社会影响。

(三)算法“反伦理”伤害国家形象安全

算法具有双向性,如果使用不当也会影响国

家形象正面传播。“算法监狱”、算法越位、算法垄断等“反伦理”性,会造成国家信息泄漏,形成国家形象认知鸿沟,危害国家安全。

第一,“算法监狱”侵犯国家隐私。福柯的“全景监狱”象征着无所不在的凝视与监控。算法依托大数据,渗透到个人、社会、国家生活的组成细胞中,搭建以算法为瞭望塔的“算法监狱”。“算法监狱”具有不同于“全景监狱”的特点,以算法技术为圆心构建的监控体系,监控范围广泛,监控方式也由前台转移到“后台”。用户个体暴露于数字化的全景监狱,算法背后的技术与资本完成了对个人的监视、规训与剥削。^[25]算法从个体到国家层面,通过数据采集,加固“算法监狱”。算法是基于数据采集进行的运算,数据采集既包括人们主动提供的数据,也包括强制采集的数据。通过各类传感器、可穿戴设备、人脸识别等被动收集的数据,其中涉及到个人隐私数据和国家机密。数据的泄漏隐藏着巨大风险,带来个人隐私风险和国家形象危机。国际政治、经济组织利用移动设备、互联网采集全球用户信息,甚至用不当手段获取其他国家的机密文件、未公开的方针政策,并通过互联网公开他国的负面消息,形成国际社会对该国的负面认知。尤其是一些机密文件的公开,不仅会侵犯国家的隐私权,还会颠覆国际社会对该国的正面评价,形成国家形象危机。

第二,算法越位造成国家形象“极化”。算法具有强制性,一旦形成,就会自动按照预定的设置,程序化运行。算法强制性会形成算法越位,超越作为工具的属性,反作用于使用者,影响、控制个人生活、国家治理。算法越位对国家形象造成的不利影响可具体到三个层面:算法越位破坏国际传播环境。国际关系中的平等、互利等外交原则被算法程序取代,政治、经济利益取代公平、平等的交往原则,传播环境变得利己化、排异性;算法越位扩大非主流意识形态与主流意识形态对抗性。意识形态是影响国家形象的重要变量,主流意识形态强化正面国家形象,非主

流意识形态则会破坏国家形象。设计者通过在程序中注入非主流意识形态的因子,向受众推荐分发此类内容,巩固扩大非主流意识形态阵地;算法越位会造成形象造假。算法运行缺乏透明性,脱离受众监控,存在“技术黑箱”。随着技术发展,甚至会出现人为性或技术性的造假,篡改数据和信息。算法对一国形象进行的极端、不公平处置,会操纵受众意识,形成对该国的极端、非理性认知,造成国家形象“极化”现象。

第三,算法寡头垄断形成国家形象认知“鸿沟”。算法会强化国际权力结构,造成受众与我国国家形象认知鸿沟。算法作为一种权力,在国际社会并不是均衡分配。人工智能时代,数据的挖掘和搜集门槛在提高,西方资本主义国家及一些跨国的互联网公司可以在全球搜集大量的网民信息。这意味着,极容易发生“算法即权力”的垄断结果。^[26]算法把现实社会中的不平衡移植到信息社会,形成算法场域。在这个权力场中,欧美等资本主义国家处于技术领先地位,国际传播中,强化西方中心主义和资本主义优势,钳制我国国家形象正面传播。这些国家还会利用技术优势渗透到我国国内传播中,算法技术的优势主体压倒处于劣势地位的主体,挑战主流传播媒体,影响我国民众的认知和判断。此外,算法形成政治寡头、经济寡头共谋的中介,循环、加固偏见,对于数据中的边缘群体会形成负面的、反向的形象。算法影响西方主流舆论对中国形象认知,强化西方声音,弱化中国声音,形成中国国际形象负面刻板印象。总之,算法垄断带来传播形象的不均衡、不平等、差异性,形成国家形象认知的鸿沟。

三、算法与国家形象传播的优化路径

算法技术在国家形象传播中既有优势也有不足,如何发挥优势,转化不足,是理论与实践上都需要考虑的问题。正如海德格尔所说,“如果我们把技术当作某种中性的东西,我们就最恶劣地听任技术摆布了”。^[27]应发挥人的主体性,通

过建构国家形象传播算法模型、强化算法意识形态伦理、拓展国家形象算法嵌入的情感维度,加快算法与国家形象传播的深度融合,从而“讲好中国故事”“传播好中国声音”。

第一,建构国家形象传播算法模型。以算法为技术核心,聚合国家形象信息,建立算法模型。算法设计者要有传播国家形象的意识,既要考虑到国家形象构成因素、影响因子、传播特征,还要考虑到受众的民族、国家、文化、年龄、性别差异。并把相关信息分类、打包、贴标签。算法模型不仅要传播当前内容,还要有预判性。根据国际形势变化,适时进行传播内容、方式的调整。

多元算法技术推动国家形象。国家加大算法技术的研发,国内避免商业平台算法技术凌驾于国家利益之上,以商业利益取代国家利益。国际中,通过收编平台算法技术,强化数据共享、技术融合,形成国家主流价值观主导的算法平台,传播国家正面形象,对抗国际反华舆论和抹黑中国形象的行为。算法技术要做到主导性和多样性的同一,以国家利益为核心,算法为国家正面形象建构服务,同时使用不同算法技术,挖掘受众内容消费潜能,以做到算法在各国形象传播中公平、公正、平等、透明。

制造国家形象传播的社交机器人。技术是一种手段,人类具有选择使用技术造福或作恶的能力,“技术是人类的孩子”。^[28]人类既可以规制技术,也可以让技术发挥更大作用。国家形象传播中,通过指令编写,让机器人具有多语言聊天功能。国家形象对外传播面临语言障碍,社交机器人使用全球语言在不同国家宣传时,采用本土化语言。同时,机器人也可以从形象上消除受众的排斥感,人种的差异会造成形象认知固化,但是机器人具备无国界性,传播中拉近受众距离。社交机器人设计还应包括议题全面性、议题表达方式的多元性。

第二,强化算法意识形态伦理。凯文·凯利(Kevin Kelly)认为,“技术有一个道德维度”,把道德观念设计到技术系统里,管制技术的道德取

向,“强大的技术需要责任心,我们应该有目的地培养我们的机器人孩子做个好公民。为他们灌输价值观”。^[29]技术不应该脱离人类治理,因此,一方面,把马克思主义思想融入算法,规制非主流意识形态倾向。另一方面,算法价值中加大主流意识认知、感知能力,优先推荐此类信息,收编非主流意识形态信息。

培育算法舆论处置能力。算法具有一定的自主性,道德规范演化为逻辑程序嵌入算法,以对算法的价值和伦理进行调适。如可以通过不同情景模拟,算法识别网络上存在的负面消息、不当言论,并对舆论进行实时处置。“围绕重大突发事件进行的新闻传播,基于人工智能的技术优势,能快速地生成报道、推送和分发,这样可极大地提高‘网络辟谣、阻击谣言、披露真相’的效率,从而避免因不实消息的传播所导致的情绪割裂和意识形态激化等问题”。^[30]算法技术加入社会责任感、爱国情感、人文关怀等正面情感识别度,优化算法推送的结构,增加算法正向功能。

凸显主体伦理责任。算法设计者、控制者和使用者,应强化人类共同体意识和共同利益。避免因国际关系复杂、文化差异,使用算法加固、诋毁他国形象。算法设计时秉持公正、公平、客观的专业主义精神,尊重文化多样性。同时,算法中突出正确价值引领,以对算法“工具理性”的价值纠偏。国家形象算法程序设计中,传播符合社会主流价值观的信息,坚持正确舆论导向,塑造文化大国形象,获得受众热爱和拥护。

第三,拓展国家形象算法嵌入的情感维度。算法的技术逻辑的客观性与国家形象传播的情感性共存,算法缺少有温度的“人文情怀”,而情感是国家形象唤起民众认同,是民众自豪感、凝聚力的动力。应强化人机协同,培养算法的情感识别力、情感引导力。

丰富算法“社交手势”(social gestures)。算法会通过“社交手势”推测用户的情感倾向。算法机制对受众偏好的判定,主要通过捕获用户的“社交手势”(查询历史、搜索内容、点赞、收藏、

转发、评论等)。^[31]但是这种“社交手势”简化人类情感,只是对表层信息的判断,因此难以描绘出用户丰富“情感画像”。算法机制中,一方面通过加入分析汇总受众在网络上发表的评论、转发分享的内容进行话语情感分析。特别是涉及到国家形象传播的突发事件中,抽取受众的相关评论,并进行情感识别、话语分析。另一方面加入图像情感语义分析技术,通过受众在国家形象相关传播中发表的图像评论进行情感识别,判断受众对事件的态度,受众对国家形象的情感方向。通过以上途径,丰富“社交手势”内涵,对受众偏向评价从片面的认知,拓展为包含深层次情感识别的多重维度。

“算法+情感”优化信息排序方式。算法在海量信息用户需求匹配上具有人类无可比拟的超强能力,但是价值判断、人情味上则无法替代人类。按照人工智能发展的三阶段——专门化、通用化、情感化,目前算法属于人工智能中的弱智能,未来发展趋势,将通过程序注入、场景模拟等多种技术,使算法具有人情味。从国家形象信息的采集、制造、分发等流程体现国家形象的情感维度。通过人机协作,形成精准化、情感化、个性化的国家形象传播模式。

全球政治、经济、技术的一体化发展,推动国家形象传播的范围、内容深度发展。算法与国家形象传播关系密切,应优化两者融合路径,以算法推动国家形象的全面性、客观性,建构热爱人民、关心人类命运的真实、立体、全面的文明大国形象。

注释:

- [1][22]袁光锋:《政治算法、“幻影公众”与大数据的政治逻辑》,《学海》2015年第4期。
- [2]彭兰:《生存、认知、关系:算法将如何改变我们》,《新闻界》2021年第3期。
- [3][13]喻国明、陈艳明等:《智能算法与公共性:问题的误读与解题的关键》,《中国编辑》2020年第5期。
- [4][16]彭兰:《算法社会的“囚徒”风险》,《全球传媒学

刊》2021年第1期。

[5]张爱军:《“算法利维坦”的风险及其规制》,《探索与争鸣》2021年第1期。

[6]习近平:《举旗帜聚民心育新人兴文化展形象 更好完成新形势下宣传思想工作使命任务》,《人民日报》2018年8月23日。

[7]习近平:《加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局》,《求是》2019年第6期。

[8][19][德]马克斯·韦伯:《经济与社会》上卷,林荣远译,北京:商务印书馆,1997年,第54-56、81页。

[9]张志安、周嘉琳:《基于算法正当性的话语建构与传播权力重构研究》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2019年第1期。

[10]彭长桂、吕源:《组织正当性的话语建构:谷歌和苹果框架策略的案例分析》,《管理世界》2014年第2期。

[11]方师师:《算法如何重塑新闻业:现状、问题与规制》,《新闻与写作》2018年第9期。

[12]吴飞:《新闻传播研究的未来面向:人的主体性与技术的自主性》,《社会科学战线》2017年第1期。

[14][德]海德格尔:《林中路》,孙周兴译,上海:上海译文出版社,2014年,第281-293页。

[15][23][31]郭小平、秦艺轩:《解构智能传播的数据神话:算法偏见的成因与风险治理路径》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2019年第9期。

[17]张玉宏、秦志光、肖乐:《大数据算法的歧视本质》,《自然辩证法研究》2017年第5期。

[18]张志安、李霁莹:《2017年中国新闻业年度发展报告》,《新闻界》2018年第1期。

[20][美]刘易斯·芒福德:《机器神话》(下),宋俊岭译,上海:上海三联书店,2017年,第189页。

[21][美]丹·席勒:《信息拜物教:批判与解构》,邢立军、方军祥、凌金良译,北京:社会科学文献出版社,2008年,第16-17页。

[24]《当 AI 学会性别歧视》,虎嗅网,https://www.huxiu.com/article/258405.html。

[25]尚帅:《传播的兴趣偏向和浑然不觉的符号暴力——基于〈今日头条〉的算法控制研究》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2018年第10期。

[26]喻国明、杨莹莹、闫巧妹:《算法即权力:算法范式在新闻传播中的权力革命》,《编辑之友》2018年第5期。

[27]陈昌凤、翟雨嘉:《信息偏向与纠正:寻求智能化时代的价值理性》,《青年记者》2018年第13期。

[28][29][美]凯文·凯利:《技术元素》,张行舟等译,北京:电子工业出版社,2012年,第36、272页。

[30]张志安:《人工智能对新闻舆论及意识形态工作的影响》,《人民论坛·学术前沿》2018年第8期。

[责任编辑:李本红]