

ChatGPT 新思考：AIGC 模式下新闻内容生产的机遇、挑战及规制策略

文 / 曾晓

【摘要】2022年底，一款名为 ChatGPT 的生成式人工智能技术应用风靡全球，甚至被视为通用人工智能发展的奇点和强人工智能即将到来的拐点，在众多行业和领域掀起了新一轮产业革命。文章以 ChatGPT 为切入点，指出 AIGC 模式下生成式人工智能在获得内容生产力、影响力、服务力不断提升的同时，面临新闻真实性难以保障、新闻创造力逐步消解、新闻价值观出现偏差等挑战。对此，国家及行业相关部门应加快出台法律规范和行业监管措施，新闻媒体及相关平台应强化新闻伦理规范和行业技术自律，技术供应商及用户应完善技术解决方案和社会监督体系建设，以推动新闻传媒业的高质量发展和智慧升级。

【关键词】ChatGPT；生成式人工智能；AIGC；新闻传媒业；内容生产

【作者单位】曾晓，华中科技大学新闻与信息传播学院。

【中图分类号】G210.7

【文献标识码】A

【DOI】10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2023.07.010

2022年11月30日，由美国人工智能研究实验室 OpenAI 发布的一款人工智能技术驱动的自然语言处理工具——ChatGPT 风靡全球，仅上线5天注册用户数就超过100万人，运行2个月用户总量突破亿级大关，是人类科技史上增长速度最快的消费者应用程序。ChatGPT 出圈的背后，实则是在 AIGC（人工智能生成内容）为代表的生成式人工智能技术的重要突破和广泛应用，满足了不同用户的内容需求和实时互动。一时间，利用 ChatGPT 强大的内容生成功能做作业、写新闻、创作剧本、敲代码等成为全民热潮，接连登上热搜。然而，有关 ChatGPT 及其代表的生成式人工智能技术应用对新闻出版等传统内容行业可能造成的危机挑战也引发了学界和业界关于 AIGC 模式的思考和热议例如，2023年2月15日，在中国新闻出版传媒集团主办的《高低音会客厅》节目中，几位学界、业界的专家就 ChatGPT 及以 AIGC 为代表的生成式人工智能在新闻出版内容生产领域可能出现的相关问题进行了交流与分享。

未来，随着越来越多的技术壁垒被攻破，生成式人工智能必将在更广泛的内容生产领域发挥自身的强大作用。在此背景下，作为内容产业突出代表、社会信息传播主体之一的新闻媒体既要看到智能技术的生产赋能优势，也要警惕技术操纵下的行业发展危机，及时趋利避害，这样才能实现 AIGC 与 PGC（专业生产内容）的完美融合。

一、ChatGPT 的出圈：AIGC 在内容领域的强势崛起和广泛应用

1. 从 ChatGPT 看 AIGC 在内容领域的强势崛起

ChatGPT 的出圈，得益于自然语言处理等新一代 AIGC 技术的迅猛发展和强势赋能。复旦大学计算机科学技术学院副院长彭鑫认为，通过技术创新，ChatGPT 将人类在互联网上积累的海量文本，包括各种语言和代码，进行了一定程度的消化、吸收，然后进一步形成关联，最终在交互中自动生成内容产品^[1]。从这个角度看，ChatGPT 之所以能够得到

全球用户的高度青睐，主要是因为AIGC模式在传统内容领域的强势崛起为用户提供了前所未有的信息服务和内容体验。具体来看，在Web1.0和Web2.0时代，由于技术限囿，传统人工或专业机构作为内容领域的生产主体，拥有绝对的主导权，人工智能及相关技术作为辅助人工生产或决策的参考性工具，仅具备推理、搜集、查找、判断等协同作用。因此，在这个阶段，PGC和UGC（用户内容生产）是内容生产系统的主力军。当前，随着人工智能、区块链、物联网、云计算等新兴技术获得了突破性进展，Web3.0时代正在来临。在Web3.0时代，由于机器学习、大算力等技术达到了新高度，生成式人工智能应用得以实现，AIGC模式初步完善，其不仅实现了从辅助人工生产到自动生成内容的转变，甚至能够借助ToC模式进一步理解人类语言的模糊性，满足用户的个性化内容需求，用户的体验感和获得感更强，这也是ChatGPT备受青睐的原因所在。

ChatGPT仅是目前以AIGC为核心的生成式人工智能技术应用的一种，类似产品还有百度即将推出的“文心一言”、科大讯飞计划打造的AI学习机等。因此，我们需要关注的并非产品本身，而是其背后运用的AIGC技术在传统内容领域掀起的新一轮生产革命。

2. 从ChatGPT看AIGC在内容领域的广泛应用

自ChatGPT上线并以ToC模式与社会大众进行深度实时交互后，写论文、敲代码、撰写稿件和行业报告等一系列网络新景观接连登上热搜。在ChatGPT的牵引作用下，谷歌、微软等国外科技巨头和百度、科大讯飞等国内技术企业也纷纷行动，打响了新一轮人工智能领域的争夺战。不难发现，在ChatGPT出圈的背后，以AIGC为核心的生成式人工智能已经在诸多行业广泛应用，其中既有新闻出版传媒等传统内容领域，也有互联网金融、IT等新兴内容领域。在以新闻出版为代表的传统内容领域，利用AIGC模式自动创作新闻稿或图书出版物，逐渐成为生成式人工智能在行业内容生产过程中的新常态。早在2018年，新华社打造的“媒体大脑”便利用AIGC模式在短短15秒的时间内根据5亿条网页信息创作了首条视频新闻；2022年ChatGPT发布后，

国内外部分媒体成功利用其强大的AIGC模式撰写了相关新闻稿件。此外，韩国出版商Snowfox Books计划利用ChatGPT自主创作并翻译一本名为*45 Ways to Find the Purpose of Life*的图书。随着技术不断进步，未来，以ChatGPT为代表的生成式人工智能应用程序将借助AIGC模式深度嵌入新闻出版等传统内容领域的生产全过程，为行业转型升级和降本增效发挥前所未有的作用。在以互联网、IT为代表的新兴内容领域，利用AIGC模式撰写简单的数据报告或编程任务也已成为现实。目前，已经有大量网友测试了ChatGPT的编程能力并给予肯定。此外，包括微软在内的多家高科技企业也表示，他们将在产品中全面接入ChatGPT技术，利用AIGC布局未来赛道，让生成式人工智能在智能销售、智慧教育等更多行业落地应用。

华东师范大学课程与教学系副主任杨晓哲教授认为，如今各行各业与人工智能的结合都更加深入，学会与AI合作，将是今后每个人必备的能力，也是未来的大势所趋^[1]。随着越来越多的生成式人工智能产品逐渐渗入各行各业，AIGC必将成为内容生产领域的主流新模式。当然，在AIGC推动行业智慧升级的同时，我们也必须厘清技术的双重影响，从而建立危机意识，防患于未然。

二、ChatGPT 背后的“冷思考”：AIGC 模式下新闻内容生产的机遇和挑战

1. AIGC模式下新闻内容生产的重要机遇

（1）降本增效，充分释放内容生产力

当以AIGC为核心机制的生成式人工智能应用于新闻内容生产领域，将实现媒体从新闻采集到内容创作等各环节的一站式自动生成目标，在降本增效的同时，充分释放新闻内容生产力。目前，得益于生成式人工智能与生俱来的人工书写难以匹敌的信息生产能效，已有多家国内外媒体将其引入新闻内容生产领域。例如，ChatGPT自诞生以来已经被英国最大报业集团Reach、美国科技新闻网站Cnet、我国《每日经济新闻》等权威媒体纳入战略布局中，这些媒体机构旨在充分利用生成式人工智能的AIGC模式达到降本增效的目的。有专业人士指出，以

ChatGPT为代表的生成式人工智能应用于新闻传媒业，不仅可以通过精准化采集、智能化分析和自动化生成大大提升新闻生产效率，还能有效帮助新闻传媒业降低昂贵的人力资源开销，倒逼从业人员将更多精力和时间用在新的工作环节中，从而进一步释放新闻内容生产力和创造力^[2]。自ChatGPT蹿红后，越来越多的生成式人工智能产品陆续面世，并被一众新闻媒体视为抢占新赛道的有效举措。自百度2023年3月推出“中国版ChatGPT”——“文心一言”后，湖北广电融媒体新闻中心、河南广播电视台大象新闻、贵州广播电视台等十多家国内新闻媒体纷纷表示将第一时间接入该产品，利用百度领先的智能技术成果打造人工智能全系产品及服务，以此重塑行业内容生态。

(2) 人机共融，不断扩大内容影响力

当以AIGC为核心机制的生成式人工智能应用于新闻内容生产领域，将进一步完善人机共融的内容生产机制，促使以“用户精准画像”为基准的新闻个性化生产模式得到广泛应用并取得显著效果，从而不断扩大内容影响力。与以往分析式人工智能不同的是，以ChatGPT为代表的生成式人工智能由于AIGC功能属性的显著提升，拥有更为拟人化的互动感，能利用实时对话精准、动态地对接用户信息需求，这是一种“天然亲近用户”的能力。当ChatGPT接入新闻内容生产环节，其能通过“一对一”人机服务模式不断完善用户画像，为用户实时生成内容信息，实现精准传播目标。有学者指出，与算法推荐根据用户行为进行数据画像、向用户提供内容服务的方式相比，媒体对ChatGPT的使用是在用户自我寻求驱使下的主动行为^[3]。从这个角度延伸来看，若其将以ChatGPT为代表的生成式人工智能技术应用于新闻内容生产环节，AIGC根据实时互动描绘的用户精准画像将成为个性化新闻内容生产的核心风向标。届时，新闻媒体提供的内容产品都将被用户认为是“我想要的”“我认可的”，而不是“让我看的”“我质疑的”。可见，随着AIGC模式的不断完善，生成式人工智能推出的新闻产品将在日益精准的用户画像上不断增强用户黏性，提升内容影响力，强化智能时代的媒体公信力和品牌权威。

(3) 多元呈现，全面提升内容服务力

当以AIGC为核心机制的生成式人工智能应用于新闻内容生产领域，强势的技术赋能将打破传统内容生产的时空偏向，以多元的呈现形式和丰富的内容形态实现深度融合目标，从而全面提升内容服务力，给予用户前所未有的传播体验。哈罗德·伊尼斯曾在《传播的偏向》一书中指出，在社会文化变迁以及人类组织生产活动开展的过程中，媒介起到至关重要的作用，并且传统媒介对时间维度、空间维度都存在一定的偏向性^[4]。ChatGPT的问世，意味着以AIGC为核心机制的生成式人工智能技术有了重大进步。当这种内容生产模式作用于新闻传媒业，依托于生成式人工智能技术的新闻内容生产将囊括多种媒介形式，如文字、图像、音频及视频等，甚至会创造出全新的智能新闻形态，如沉浸式新闻、提问式新闻等。在一定情境下，以AIGC为核心机制的生成式人工智能可以自主整合新闻资源，并根据用户的内容需求向其提供实时服务。正如广州大学新闻与传播学院教授邹军所言：“ChatGPT与现有搜索引擎最大的不同是，能够提供灵感，提供有创意的生成，这是对整个传播学信息搜集方式的改变。”^[5]随着不同媒介形式的深度融合和一站式服务机制的建立健全，新闻内容的呈现形式将根据不同受众的实时反馈和全面互动产生根本性变化，甚至能依据不同场景提供人性化的内容服务，从而给予用户最优体验，实现内容生产的理想目标。

2. AIGC模式下新闻内容生产的风险挑战

(1) 内容风险：新闻真实性难以保障

尽管以AIGC为核心机制的生成式人工智能表现惊艳、功能强大，但其生成内容的真实性与准确性仍待强化，一旦其应用于新闻内容生产领域，极有可能成为虚假信息的“内容滋生场”和“超级传播者”，在消解新闻媒体的专业性和权威性的同时造成社会危害。2023年2月16日，浙江杭州某小区业主尝试使用ChatGPT，撰写了一篇“杭州3月1日取消限行”的不实新闻稿，该虚假新闻稿迅速登上微博热搜，引发大众热议。不仅如此，2023年1月，美国著名新闻可信度评估机构News Guard对ChatGPT进行了实验，结果显示，ChatGPT对80%的内容给出了

明确的诱导性的甚至是错误的回答,其中充斥着大量谣言、流言和危言耸听的内容^[6]。由此,倘若以ChatGPT为代表的生成式人工智能应用于新闻内容生产领域,其生产的新闻的真实性可能得不到有效保障,甚至会被恶意行为者利用,以前所未有的规模制造和传播虚假新闻,这将对新闻媒体、大众舆论以及社会发展造成严重损失。此外,当日益强大的AIGC成为新闻内容生产主体,其内容版权(文字、图片、音视频等)归属及出现问题如何确责也将成为有待探讨和解决的现实问题。

(2) 技术风险:新闻创造力逐步消解

以AIGC为核心机制的生成式人工智能具有强大的数据分析能力和内容创作能力,其技术优势在为新闻生产从业人员和广大受众群体带来高效、便捷的服务的同时,也可能在一定程度上导致人的技术依赖,从而不断消解新闻创造力。互联网公开信息显示,目前美国科技新闻网站Cnet已经借助ChatGPT生成了数10篇新闻报道稿件,由于过度依赖人工智能技术,这些稿件内容漏洞百出,甚至引发了“新闻灾难”。对新闻生产从业人员而言,以ChatGPT为代表的生成式人工智能凭借AIGC强大的技术特性,可以代替人完成简单重复性劳动,如新闻信息采集、分析和热点提炼等,但现阶段其暂不具备新闻专业领域的推演能力。若过分崇拜和依赖AIGC自动生成新闻内容而不进行独立思考和价值判断,那么人将变成技术的附庸,永远止步不前。对新闻受众群体而言,结合桑斯坦的观点来看,如果以AIGC为核心机制的生成式人工智能技术在新闻内容生产领域被广泛应用,那么受众群体的思考、阅读形式会逐渐趋向“个人日报”状态,即受众只能看到自己感兴趣的新闻类型,难以接触到其他类型的新闻内容。这对受众的认知和思考将产生负面影响,甚至形成信息茧房。此外,由于AIGC的不断完善,生成式人工智能在新闻内容生产过程中更易获得用户数据信息,这也加重了个人隐私泄露的风险。

(3) 认知风险:新闻价值观出现偏差

现阶段,以AIGC为核心机制的生成式人工智能在不良信息过滤方面还存在一定漏洞,一旦应用于新闻内容生产领域,极有可能生成偏见性信息,导

致现有的新闻价值观念分崩离析。以ChatGPT为代表的生成式人工智能之所以能够与用户实时交互,并根据用户需求生成内容产品,是因为其主要依赖于先进的深度神经网络和大规模文本训练技术。然而,当下的互联网中充斥着海量的未经过滤、包含偏见的内容信息,当这些信息经由AIGC自动生成新闻资讯,极有可能影响大众认知,甚至造成用户偏见,与主流价值观背道而驰,导致新闻的作用和影响消失殆尽。例如,美国新闻可信度评估机构News Guard发现,如果对ChatGPT提出充斥阴谋论和误导性叙述的问题,它能迅速改变内容偏向,提供大量令人信服而又无法明确信源的新闻资讯。尽管现阶段相关领域已经意识到生成式人工智能的弊端,但受技术限囿,以ChatGPT为代表的应用程序还未能实现对AIGC模式的全方位干预和有效过滤,因此制造偏见和遏制偏见将成为生成式人工智能时代新闻媒体内容生产与传播的常态。

三、从 ChatGPT 看媒体“科学进路”: AIGC 模式下新闻内容生产的规制策略

1. 国家及行业相关部门:加快出台法律规范和行业监管措施

国家立法部门应加快出台相应的法律规范,确保以AIGC为核心机制的生成式人工智能技术不被恶意滥用,并就内容版权保护和相应责任主体做出明确规定。例如,国家立法部门既可以在已有法律规范的基础上进一步完善关于人工智能技术应用的内容,如在新著作权法中加入AIGC内容版权规定和责任主体,为人工智能智能时代的新闻内容生产保驾护航,也可以通过立新法进一步满足人工智能时代新闻内容生产的多样化规制需求,如欧盟于2023年3月底就《人工智能法案》在欧洲议会进行投票表决,这可为我国出台相应法律规范和技术应用措施起到重要的参考作用。

第二,行业监管部门应出台相应的监管措施,确保以AIGC为核心机制的生成式人工智能技术在新闻内容生产领域的规范使用。例如,行业相关部门既要出台相应指导意见,为新闻传媒业加速新技术落地提供政策背书,也要进一步完善技术应用规范,

针对生成式人工智能应用于新闻内容生产领域的场景、范畴以及版权归属和追责机制出台相关措施,尽可能预防技术带来的内容风险和媒体危机,避免其造成更大的社会负面影响^[7]。当然,无论是国家立法部门,还是行业监管部门,都要在推动技术应用的基础上建立技术规范,这样才能最大限度地释放技术活力,助力新闻内容生产乃至媒体转型升级向善、向好发展。

2. 新闻媒体及相关平台:强化新闻伦理规范和行业技术自律

新闻媒体及相关平台应进行前瞻性、全角度思考,尽可能地强化新闻伦理规范和行业技术自律,确保以AIGC为核心机制的生成式人工智能更好地服务行业发展和媒体建设,造福人民和社会。

一方面,新闻媒体在利用生成式人工智能技术实现AIGC内容生产目标的过程中,要遵循新闻伦理和价值规范,谨防出现主体责任缺失、产权界定模糊、虚假新闻传播等问题。媒体机构要加快提升从业人员的技术素养,在确保技术规范应用的同时,充分发挥人的思考力、创造力和决策力,以“人的智慧”牵引“人工智能”,更好地服务于新闻内容生产需要,在进一步释放新闻内容生产力的同时,保障新闻内容的质量与水准。


另一方面,平台尤其是网络媒体平台在利用生成式人工智能技术提高AIGC新闻生产效率的同时,要加强监督管理。例如,在用户隐私保护层面,要不断加强技术管理手段,确保个人信息不被非法盗取和恶意滥用;在内容生产主体层面,平台应实行“实名制”管理模式,要求注明人工智能生成内容并为其可能造成的社会影响承担相应的法律责任,有效避免技术滥用。此外,平台在收集、分析用户个人信息以实现新闻内容精准化生产目标的同时,要做好用户信息保护工作,确保用户的隐私安全,以免被恶意盗取,引发信任危机。

3. 技术供应商及用户:完善技术解决方案和社会监督体系建设

作为生成式人工智能技术应用的研发主体和服务对象,技术供应商和一般受众也应积极履行自身责任,为AIGC模式下的新闻内容生产提供有效保障。

对技术供应商而言,要不断完善技术解决方案,即在向新闻媒体机构提供生成式人工智能技术应用的同时,开发相应的对新闻事实更加敏感的语言过滤模型,尽可能减少AIGC模式下的误导性、虚假性内容,避免新闻偏见,为媒体提供科学、高效的技术解决方案。此外,技术供应商还应定期对生成式人工智能产品进行系统升级和技术维护,避免出现技术迟滞于新闻生产秩序和社会价值规范等现象。

一般受众应积极并合理地行使自身的监督权利,发现虚假性、错误性新闻报道之后不仅要保持理性,不传谣不造谣,更要在第一时间向媒体或相关部门反馈,避免造成严重的社会舆论影响。值得一提的是,在人工智能时代,受众群体不能完全沉溺于技术狂欢之中,应基于“技术是工具”的思维逻辑,主动认识和理性看待生成式人工智能新闻,避免“让技术遮蔽了意义”,要将更多注意力放在新闻内容价值层面,而不是深陷于技术构建的信息茧房中难以自拔。

总之,以AIGC为核心机制的生成式人工智能应用于新闻内容生产领域,要兼顾多方群体利益,也要发挥多主体监管作用,以此汇聚社会生产系统中的不同力量,建立健全风险管理体系,推动新闻传媒业的高质量发展。

参考文献

- [1] 储舒婷. ChatGPT火热“出圈”,我们如何应对新挑战[N]. 文汇报, 2023-02-05.
- [2] 陆小华. ChatGPT等智能内容生成与新闻出版业面临的智能变革[J]. 中国出版, 2023(5): 8-15.
- [3] 崔保国, 邓小院. ChatGPT给传媒业带来机遇与挑战[N]. 中国社会科学报, 2023-03-07.
- [4] 哈罗德·伊尼斯. 传播的偏向[M]. 何道宽, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2018.
- [5] 刘越. 以人为本推动人工智能技术有序发展[N]. 中国社会科学报, 2023-02-22.
- [6] 频频写出假新闻! 谁来制止ChatGPT造假?[EB/OL]. (2023-02-21)[2023-03-12]. <https://export.shobserver.com/baijiahao/html/584925.html>.
- [7] 杨士民. 人工智能时代算法新闻的著作权保护[J]. 出版广角, 2022(4): 77-81.