

算法权力视角下中国国家形象对外传播研究

张爱军, 刘虹麟

(西北政法大学 新闻传播学院, 陕西 西安 710122)

[摘要] 智能传播时代, 算法已逐渐演进为一种新的权力形态并介入国家形象对外传播之中。在该过程中, 受众的权力让渡、社交平台的空间性、用户数据的基础性及国际博弈的内驱力是算法权力生成的基本条件。由此产生了凝聚主流意识形态、引领积极情感导向、把控国际舆论场域、精准掌握受众偏好等正向作用, 也产生了政治偏见歧视、伪造与操纵不利舆论、危害国家数据安全、垄断国际传播秩序等负面作用。基于此, 可从国家、平台及受众三个层面予以规制, 以期更好地向外界传播真实、客观的中国国家形象。

[关键词] 算法权力; 国家形象; 对外传播

[中图分类号] G 21

[文献标识码] A

[文章编号] 1008-889X (2023) 05-0080-09

一、引言

中国国家形象是我国对外传播的一张“名片”, 向外部受众传递一个良好的国家形象, 有利于提升我国的国际话语权和影响力, 更好地抢占国际舆论高地。习近平总书记在党的二十大报告中指出: “要加快构建中国话语和中国叙事体系, 讲好中国故事、传播好中国声音, 展现可信、可爱、可敬的中国形象。”^[1]从传播效果上看, 外部受众对中国国家形象的认知很大程度上取决于其自身的信息获取情况。2022年, 美国皮尤研究中心做了一项关于中国国家形象的调查, 结果显示, 约有68%的外部受众借助其本国的媒体获取中国相关信息。外部受众的信息获取习惯给中国国家形象对外传播造成了一定的阻碍。由于受意识形态、价值偏向、利益竞争等多方面因素影响, 外部受众在其本国媒体传达的信息中所接收到的中国国家形象并不一定与中国真实的国家形象一致, 外部受众对中国国家形象的认知被局限于本国媒体所建造的“信息茧房”之中。尤其是如今世界正处于百年未有之大变局, 中国不断向世界的舞台走近, 迅猛的崛起速

度、日益显现的国际影响力招致一些西方国家警惕与抹黑, 以至于“中国威胁论”的说法在国际舆论场上弥漫。因此, 中国国家形象对外传播是一项十分值得关注的战略性议题。

智能传播时代, 算法是支撑传播运行的媒介。“我们正在进入一个‘算法即媒介’的全新时代, 算法作为全部人类关系的连接者和智能化的整合匹配者正在越来越广泛地渗透到我们生活的方方面面, 并扮演着越来越重要的角色”^[2]。已有研究表明, “人的认知、判断与决策可能会受制于算法”^[3]。由此可见, 算法在中国国家形象的对外传播过程中发挥着连接与匹配的中介作用, 算法的介入会影响受众对信息传播的接收效果。

国家形象对外传播是国际传播研究领域的重要内容。在既有研究中, 已经有不少学者注意到算法对国际传播所带来的变革, 有学者从传播基本要素在算法时代的嬗变出发, 认为“算法是平台发挥数据力量的基本规则, 是重塑关系的中介, 改变了国际传播的渠道、主体、内容和效果等要素”^[4]。有学者从算法的应用和特征入手, 认为算法是我国国际传播的助力器, “智媒时代的算法形塑了平台传播的分发机制, 推动国际传

[收稿日期] 2023-05-23

[基金项目] 国家社会科学基金后期资助暨优秀博士论文项目 (22FZZB018)

[作者简介] 张爱军 (1962—), 男, 辽宁建平人, 教授, 博士, 主要从事网络政治传播研究。

播行为样态的转变, 成为我国国际传播的重要技术手段”^[5]。还有学者在对中美平台网络话语竞争的效应研究中发现, “算法技术在中国国际传播工作中存在多元的影响效应”^[6], 进一步说, 如今“国家形象的建构和国际话语权的争夺已经逐渐发展成为各国之间的算法技术博弈”^[7]。算法技术的介入, 已经改变了以往的国家形象对外传播格局, 并带来了颠覆性的重要影响。

“权力”是社会学研究领域的重要概念。有学者认为“凡是特定主体拥有的足以支配他人或影响他人的资源均可称之为权力”^[8]。算法是各国对外传播竞争的重要软实力, 在国家形象构建与国家话语博弈的过程中能够起到支配性作用。犹如福柯提出的“无所不在”的现代权力范式, 算法在国家形象对外传播中, 已经不仅仅是充当传播工具的“中介”, 而是一种技术权力, 这就必然导致在智能传播新格局之下, 国家间利用多种权力与利益相互博弈的策略性操作发生。然而, 当前从算法权力视角来切入国家形象对外传播的研究还比较少, 更多的是在对算法技术之于国际传播要素、格局、方式重构的探讨中顺带提到一些。基于此, 本研究将系统地分析算法权力在中国国家形象对外传播的生成条件、正负面作用以及规制路径, 这具有一定的理论价值与实践价值。

二、生成条件: 算法权力在中国国家形象对外传播过程中的形成

在国家形象对外传播过程中, 结合对外传播的基本要素和情况考虑, 算法之所以可以生成为权力的形态并介入其中, 是因为用户的让渡行为为算法权力生成提供了前提条件, 互联网社交平台为算法权力生成提供了运行空间, 用户数据为算法权力生成提供了基础性资源。同时, 国际博弈是算法对国家形象对外传播这项活动所产生的影响, 是算法权力生成的内在驱动力。

(一) 受众的权力让渡

权力让渡是算法权力在国家形象对外传播中得以生成的前提条件。以算法为支撑的互联网平台因其拥有较低的使用门槛以及较高的受众互动性, 成为国家形象对外传播中效果更为明显、受

众更为全面、反馈更为及时的首选阵地。受众在注册互联网平台账户前必须同意使用条款, 允许互联网平台收集受众个人数据信息, 否则就无法注册以及正常使用。这份注册使用前的条款就犹如一份受众与算法之间的“权力让渡”合约书, 使得想要在互联网平台正常使用的受众不得不服从于算法为其制定的条条框框里, 从而很大程度上丧失了对平台信息自主选择的权力, 这是受众并非自愿却无可奈何的权力让渡。在受制于算法的互联网平台上, 算法权力的掌握者会以自身的利益需求来规范受众的行为, 受众对国家形象信息的接收并不是全面的, 而是权力主体经过筛选而推送出满足自身政治立场所偏向的内容。算法的执行过程并非透明的, 受众和算法之间处于一个不对等的关系, 受众被动的被算法输送信息, 这也导致在国家形象对外传播过程中, 权力主体有意推送的国家形象传播内容往往能够左右受众的价值认知与取向。

(二) 社交平台的空间性

社交媒体平台是算法权力在国家形象对外传播中得以生成的运行空间。随着传播媒介技术的迭代升级, 除去一些如孔子学院、艺术巡演等线下国际交流活动, 国家形象对外传播在大部分情况下是在互联网社交媒体平台上进行的。同样, 国际舆论话语争夺的主战场也是在互联网社交媒体平台上。“当下, 国际社交媒体主要被以美国为首的互联网科技公司掌控: 全球最受欢迎的社交媒体前十名中, 七款来自美国; 排名前四的社交媒体平台中, 三款归脸谱 (Meta) 拥有”^[9]。可见, 国家形象对外传播最终主导权仍由以美国为首的西方互联网巨头把控, 而依赖于社交媒体运行的对外传播活动实则被互联网平台背后的算法权力掌握者所控制。算法权力的运行需要一个特定的空间, 社交媒体平台为算法运行提供了生成的空间。就当前的中国国家形象对外传播所依赖的媒体平台而言, 有国内国外2种类型: (1) 以国外网络支撑为主的社交媒体平台, 例如Twitter、YouTube、Facebook等, 其背后掌控算法的权力主体大概率带有西方价值偏向、政治站位及资本利益; (2) 中国本身的社交媒体平台, 例如抖音国际版、微博国际版、人民日报客户端国际版等, 权力主体可以利用平台算法生产、筛

选、分发一些有利于中国国家形象对外传播的内容。

(三) 用户数据的基础性

用户数据是算法权力在国家形象对外传播中得以生成的基础性资源。这其中所关联的用户数据资源主要可以从传受双方进行考虑:(1) 国家形象信息的生产者和传播者,这又分为我国以《人民日报》、新华社为主要代表的官方主流媒体以及常驻于微博、抖音、快手、B站等社交平台的民间自媒体。他们在进行国家形象对外传播内容的生产与传播行为时,会让处在平台背后的算法获取相应的数据资源。官方主流媒体发布传播内容的数据信息,往往具有重要的公共社会价值,有时甚至会涉及一些国家机密信息,不能随意公开。而民间自媒体用户在采集、存储、发布国家形象素材时,在互联网平台的使用痕迹和所有素材数据信息也随之暴露于算法的监视之下。(2) 国家形象信息的接受者,对外传播的主要受众是外部用户群体,其中既包括外籍受众,也包括IP地址在海外的本国受众,算法权力掌握了他们在社交平台上的准入注册数据、使用习惯数据、社交往来数据等。因此,当平台背后的算法全方位无死角地掌握了所有用户的相关数据之后,算法也在国家形象对外传播过程中拥有了绝对的支配权与控制力,用户数据成为算法权力发挥作用的基础资源。

(四) 国际博弈的内驱力

国际博弈是算法权力在国家形象对外传播中得以生成的内在驱动力。博弈论是指在竞赛或是游戏中,如果博弈方想要获得胜利,就必须根据竞方的行动使用计谋来采取行动。国际博弈是指不同的国家之间在国际交往活动中根据竞方的行为决定自身应对策略,并且影响对方策略抉择的互动过程。国家形象对外传播是国家之间国际话语权的竞争,在这个意义上,国家形象对外传播可以看作是一场有关话语权的国际博弈,对传播效果发挥作用的任何行为或载体都可以看作是双方为取得博弈胜利的策略。策略是国际博弈的核心部分。算法权力介入国家形象传播过程从而影响国际传播效果,实际上就是一种借助科技外力进行博弈的策略。策略需要一个周密的、事先决定一系列行动逻辑的计划。制定策略计划时,需

要考虑竞方的潜在行为,并考虑既定的时局形势、战略范围等情况。算法能够对国家形象对外传播过程中的各项信息资源进行整合、剖析,从而实现传播过程的控制。信息是博弈者对竞方的策略所了解的程度。对手信息的完善度、准确性将会直接影响博弈者的决策。算法介入国家形象对外传播过程中,在后台搜集、掌握用户数据,促成了算法权力主体对受众个人乃至国家信息资源的博弈,由此,国际博弈层层递进的逻辑关系正是算法介入国家形象对外传播活动所产生的影响,也是算法权力生成的内在驱动力。

三、正向作用:算法权力对中国国家形象对外传播的助力

随着人工智能技术的强势崛起,算法已经成为国际话语争夺战场的有力武器。算法权力是能够在中国国家形象对外传播过程发挥作用的中介力量,权力主体有效利用算法,能够对中国国家形象对外传播带来凝聚主流意识形态、引领积极情感导向、把控国际舆论场域、精准掌握受众偏好等正向助力。

(一) 有利于凝聚主流意识形态

国家形象对外传播是一个基于国家间意识形态交锋的动态过程。不同的意识形态会对事物产生不同的判断、理解与认知。意识形态影响中国国家形象对外传播效果,主流意识形态能起到正向的助力作用,非主流意识形态则是反向的阻碍作用。“美西方政客及部分媒体秉持意识形态偏见诋毁中国形象、抹黑中国形象早已成为有组织、系统化的国家行为”^[10]。西方长期的、带有浓厚意识形态偏见的污名化行动,将会使单方面接收本国媒体信息的外部受众对中国产生根深蒂固的误解与偏见,不利于我国向世界展现全面、真实、客观的国家形象。由此可见,国家形象对外传播不仅是国际话语权的纷争,更是国家之间意识形态差异的切磋。

算法是一个凝聚受众主流意识形态的有力工具。西方资本主义国家主张寡头政治,有严重的阶级观念,实行资本对民众的统治,这与中国的意识形态相悖。从中国对外传播的角度出发,社会主义意识形态是主流意识形态,而资本主义意

识形态是非主流意识形态。权力主体可以收编算法话语,“通过主流话语训诫,使算法话语的主导权力掌握在主流政治群体手中,在算法价值传播层面强化主流政治话语引导力”^[11]。同时在中国国家形象对外传播内容生成时或是在我国的互联网社交平台传播时,权力主体可以在算法程序中增添倾向于我国意识形态的内容,向外部受众推荐、分发这类内容,可以通过调整算法参数来凝聚受众的价值认知,实现主流意识形态话语的有效传播,从而更好地巩固主流意识形态话语阵地,促使外部受众凝聚主流意识形态。

(二) 有利于引领积极情感导向

国家形象对外传播是一个基于情感认知的动态过程。在智能传播时代,国家形象信息传播受技术支配,导致这样的社会现状显而易见:国际事务在网络上传播乃至发酵,而在事实真相尚未判定之前,各种情感宣泄已经在社交平台上蔓延,公众情绪裹挟舆论;国际之间的跨文化交流尚未展开,文化偏好与刻板成见激发出来的民族情绪已经决定了交流的成功与否;在国际间的个体交往中,还未彼此了解,双方已经从民族情感上放弃了想要继续了解的态度。可见,理性大于感性的受众仍是目前国际舆论传播环境的一种理想状态,而受情绪裹挟而盲从的“乌合之众”以及国际舆论情绪传播中产生的“搭车”效应才是常态现象。情感能够改变受众的认知、态度与观念,对于大部分外部受众来说,情感往往能够左右其对于中国国家形象的看法。

情感话语传播是国家形象对外传播中的一种策略与模式。算法是情感话语传播的重要影响因素。如果算法使用得当,可以促成情感的正向传递,舒缓国际舆情风险。“他国民众对中国形象的感知与中国主动构建的形象或有不符,其原因便在于中国传递形象中的部分维度未能成功使受众共情”^[12]。算法权力能对集体情绪和价值认同发挥正向的引导作用,并且对部分未能成功共情的维度起补充作用,以此成功达到共情效果。权力主体可以通过算法后台的数据分析对外部受众的政治情感倾向进行判断与分类,利用算法的精准推荐有针对地介入国家形象的主流话语与信息,由此提升中国国家形象对外传播的精准性,从而实现对外部受众认知的积极情感引导。

(三) 有利于把控国际舆论场域

国家形象对外传播是一个基于国际舆论场域话语权争夺的动态过程。目前,西方媒体在国际舆论场上的话语权、影响力远远超过中国媒体,这也导致中国国家形象对外传播屡屡遭遇瓶颈,究其原因,主要有:(1)西方的技术封锁,我国对外传播呈现的平台多是西方互联网社交平台,然而部分西方互联网社交平台对IP属地为中国的注册用户发布的信息采取限流、屏蔽甚至封禁等一系列操作,干扰中国国家形象传播信息的正常输出,从而操纵国际舆论导向。(2)中国在西方互联网社交平台上信息传播的开发、利用以及反馈程度不足,造成了传播渠道相对闭塞、内容触达率较低等困境,同时无法把握外部受众的需求,造成外部受众黏性不高的窘境。

算法是互联网社交平台得以运行的底层逻辑,是国际舆论场域话语权竞争的重要软实力。“全球网络舆论场是最开放、最活跃、最敏感的舆论场域,是中国形象传播需要布局的重点”^[13]。尤其是在后真相时代,网络舆论场经常出现情绪化、谣言化、碎片化甚至是病毒化的传播现象。一方面,权力主体能够把关国家形象对外传播的内容,规避一些损害中国国家形象的传播内容流出。算法降权是一种可靠的把关方式,在互联网社交平台上,通过算法抓取功能来管理一些网络上出现的不良内容,通过对用户的违规级别评定来减少内容推送范围,严重者将彻底做封号处理。另一方面,权力主体也可以利用算法对相关内容关键词的监测与屏蔽功能,有效地降低负面舆论信息对中国国家形象对外传播的不良影响,从而更好地把控国际舆论场域。

(四) 有利于精准掌握受众偏好

国家形象对外传播过程是一个致力于精准掌握受众偏好以便对症下药的过程。“我国是高语境社会,对外传播的编码度较低,加之缺乏分众意识,缺乏对不同民族文化、思维、习惯的充分了解,长期以来在国际传播的信息流中处于逆差地位”^[14]。信息流进出的“逆差”问题是当前中国国家形象对外传播面临的重要问题。解决“逆差”问题的关键突破口在于国家形象信息传播过程中要有分众化意识,精准掌握传播受众的偏好,以便输出最适宜的话语素材。

算法能够实现对受众偏好的精准匹配,从而解决对外传播中缺乏分众化传播的问题。权力主体能够利用算法精准掌握受众偏好,实现分众化精准推送,改变中国国家形象对外传播的逆差困境。“算法不仅可以根​​据用户画像与内容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”^[15]。权力主体通过算法掌握传播受众的需求,为传播受众量身制造偏好的内容,针对不同需求的受众,推送不同题材和创意的中国国家形象信息。同时,权力主体在后台掌握着海量的用户数据,意味着其掌握了信息发布的主导权,立足于信息点对点分发模式,实现中国国家形象信息的分类化、标签化、评级化,并且分析受众的兴趣偏好,主动推送符合受众喜好的中国国家形象内容。

四、负向作用:算法权力对中国国家形象对外传播的钳制

在国际社会,算法权力并不是均衡分配的,处于技术水平领先地位的是以欧美为主的西方资本主义国家。中国国家形象对外传播过程中,由于主要的传播空间是国外媒体平台,他们在后台对全球范围的受众数据进行挖掘、搜集与掌控。这将导致“算法即权力”垄断结果的产生,从而强化西方中心主义和资本主义优势,产生政治歧视偏见、伪造并操纵不利舆论、危害国家数据安全、垄断国际传播秩序等负面作用,以此来钳制中国国家形象对外传播的正向效果。

(一) 产生政治偏见与歧视

算法偏见会使外部受众对中国国家形象产生政治歧视与偏见。算法偏见是指“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、观念生产与传播”^[16]。算法介入对外传播中,权力主体的主观意识形态或政治偏向会影响算法的程序设定,给国家形象造成歧视与偏见。算法自身设计是算法偏见的第一来源。西方互联网平台在前期设计时,算法设计者自身就可能带有“种族歧视”“国家歧视”等方面的偏见,并把其偏见隐藏在

程序设计、数据挖掘的过程中,精准分发给受众,受众在对中国国家形象信息接收时,会失去独立、客观、中立的立场,产生狭隘的政治看法。而这种狭隘的政治看法会被有心群体利用并煽动,危害国际交往秩序甚至刺激出诸如反智主义、民粹主义、民族主义群体在网络舆论场泛滥,最终造成了一种政治极化现象。

算法黑箱也会使外部受众对中国国家形象产生政治歧视与偏见。所谓“算法黑箱”,是对算法技术控制能力的一种隐喻,一般情况下,受众无法从表面或是外部观察出算法内部系统所涉及的繁杂玄机,受众在使用算法支撑的智能媒介时,实则是被动且无法抗拒地被算法控制。隐蔽在黑箱之中的算法程序在推送中国国家形象传播信息的时候,会受到西方政治、资本的介入以及非主流意识形态话语的操纵。当算法工具价值与国家形象公共价值之间发生碰撞,信息推送将会忽视公平公正。以西方资本主义为主的权力主体为了实现利益追求,将会有目的地制造具有偏见的政治信息,侵害中国国家形象对外传播的客观性和真实性。同样,中西国家之间算法的技术壁垒也会造成中国国家形象传播的不均衡与不对等性。

(二) 伪造并操纵不利舆论

算法伪造国际舆论致使外部受众对中国真实局势的判断遭到干扰。计算宣传是以算法对受众数据的监控为基础,对受众用户画像的精准把握来制造相应的宣传内容,并利用社交机器人通过算法程序自动控制社交平台账户,对人类的表达进行模仿,在社交平台上跟帖、评论进行大规模、自动化精准分发的新型宣传行为。计算宣传作为有组织的政治宣传行为,藏匿于社交平台背后,所生成的信息智能化程度高,真假难辨,具有欺骗性、煽动性等特点,容易混淆受众视听、煽动极端情绪甚至带来不可控的舆论局面。

计算宣传的内容往往是权力主体利用算法进行带有干预受众意识形态立场目的的“伪造与操纵”。由于算法决策是在社交媒体平台这个既定的空间运行的,而在对外传播中借助的平台,大多是由他国的IT公司或者商业公司主导开发的。算法技术的主导权掌握在他国的政治与资本

手中, 导致在面对不同的意识形态立场的传播内容时, 我国国家形象对外传播将会面临被干预的风险。例如, 在北京冬奥会期间, 部分国家在 Twitter 平台上利用社交机器人生产一些反华的标签与话题, 以此恶意抹黑中国国家形象, 企图达到外交抵制北京冬奥会的目的。可见, 以西方国家为代表的权力主体在利用计算宣传参与操纵涉华议题时, 多以传播中国国家负面形象为主, 利用算法操纵与伪造不利舆论, 以此来干预外部受众对中国国家形象的判断力。

(三) 危害国家数据安全

“算法监狱”是智能媒体传播时代不可避免的产物, 也是国家形象对外传播时信息数据无法抗拒的牢笼。“技术化存在的人时刻处于算法监控可见范围之内, 人们在互联网上贡献的数据反过来会成为统涉人们自身物质生活、精神生活的‘原罪’, 成为数字化‘圆形监狱’中的‘数字难民’”^[17]。算法把受众在互联网平台的所有行为数据记录下来, 对受众进行监视, 在这个意义上, 算法也形成了一个“算法监狱”, 受众成为处于监狱里的“难民”, 算法背后的技术、资本全天候地对受众的一举一动实行监视。而在国家形象对外传播中, 引领传播平台运行发展过程的主体大概率是西方资本主义国家的科技巨头。因此, “算法监狱”现象的发生是不可避免且无法抗拒的。

“算法监狱”将可能危害对外传播中的国家数据安全。算法运算的基础是对受众的数据采集, 数据采集既有受众主动向平台提供的数据, 也有平台强制性向受众采集的数据。受众在使用可穿戴智能设备、人脸识别系统等形式的以算法为驱动的应用时会产生大量表征数据, “算法监狱”把受众在各应用平台的所有表征数据记录下来, 在这个全程跟踪与液态监视的过程中, 算法权力主体很可能将挖掘到个人隐私数据甚至是国家机密。数据被算法平台挖掘, 将会使个人隐私遭受被泄露的风险, 甚至使国家形象面临安全危机。一旦西方资本主义国际政治、经济组织滥用算法权力采集受众信息, 或是用不正当手段获取中国国家机密, 这将形成不可估量的国家形象对外传播的重大危机。

(四) 垄断国际传播秩序

算法技术可能利用数字依附制造“数字霸权”。算法技术是智能媒体时代平台运行与信息传播的基础, 这为西方资本向国际传播领域的扩张提供了前所未有的契机。西方资本以算法权力的新形态来占有受众的资料和数据, 并且利用对算法技术掌握的优势来加大别国对其的数字依附性, 以此制造数字霸权, 致使国与国之间的传播能力的差距拉大。同时, 对外传播所依附的平台属性稳固了算法技术的主导地位, “前沿核心技术与控制文化的底层逻辑, 以及西方技术民族主义思潮的抬头, 使得地缘政治、国家安全等成为新技术赋能的综合考量因素”^[18]。在这种形势下, 算法权力造成了信息偏见与话语垄断的新对外传播格局。

算法技术还可能拉大国家形象传播的“数字鸿沟”。“数字鸿沟”是智能传播时代全球各国传播竞争中不容忽视的问题, 是指“在数字化进程中, 不同国家、地区、行业、企业、社区之间, 由于对信息、网络技术的拥有程度、应用程度以及创新能力的差别而造成的信息落差及贫富进一步分化的趋势”^[19]。被算法权力控制与支配的对外传播格局, 呈现出“强者愈强, 弱者愈弱”的分化趋势, 这就意味着对算法技术掌握相对弱势的国家会与技术发达的西方国家产生很大的“数字鸿沟”。并且由于“西强东弱”的既有传播格局, 即使是算法逻辑的再结构化, 也无法让弱势国家有传播话语的主动权, 国际信息流的流向和流量经过算法权力的巩固之后, 仍然掌握在技术领先的西方国家手中, 国际信息秩序在算法逻辑下只能是再次被固化。因此, 当算法成为智能媒体时代下支配国家形象对外传播效果的权力机关, 国际传播秩序已然被垄断。

五、规制之策: 如何防范算法权力作用下中国国家形象对外传播的风险

面对算法权力带来的中国国家形象对外传播格局的变革, 可从宏观、中观、微观3个层面着手对算法的滥用进行规制, 国家需要重视算法研究与人才培养, 全面提升我国驾驭算法的实力,

平台与媒体需要互相配合,要有社会责任意识,发挥传播的喉舌作用,同时,受众也需要提升算法与政治的双重素养,关心全球局势,关心国家大事。通过3个层面的共同作用才能理性、客观、公正地去认知中国国家形象。

(一) 国家重视算法研究与人才培养

国家应重视算法研究,为中国国家形象对外传播加注新筹码。数字技术的基础建设已经成为智能传播时代国际话语权竞争的重要筹码。提升人工智能算法科技的研发力才能更好地提升中国国家形象对外传播硬实力,我国要加强算法技术建设,就应紧跟世界人工智能研发的浪潮和脚步,打造出专为“传播中国声音”服务的人工智能产品。以近期话题度大热的 ChatGPT 为例,ChatGPT 是美国 OpenAI 公司开发的聊天软件,它的算法价值逻辑大概率受到西方资本主义文化影响,西方权力主体为争夺国际话语权,在 ChatGPT 中注入有失偏颇的算法价值逻辑是很有可能发生的。因此,我国应加大对算法产品的研究投入,研发出以我国核心利益为中心,以构建传播我国正面国家形象为宗旨的人工智能产品。

国家重视人才培养,为中国国家形象对外传播增添硬实力。习近平总书记指出:“我们要增强紧迫感和使命感,推动关键核心技术自主创新不断实现突破,探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接受、反馈中,用主流价值导向驾驭‘算法’,全面提高舆论引导能力。”^[20]因此,我国不仅需要培养能够推动算法核心技术自主创新的科研人才,也要培养能够擅长人工智能应用、熟练驾驭算法的新闻传播人才。对于已经在岗就业的新闻团队,要不断与时俱进学习最前沿的智能传播技术知识理论;对于仍处于高校学习的后备新闻宣传团队,高校可以增设算法技术与新闻理论交叉的相关课程对其进行培养。同时,国家也可以引进优秀的算法科研团队,充实利于中国国家形象对外传播的专业技术人才。

(二) 平台与媒体巧用算法齐发力

平台要有社会责任意识,为国家形象传播的媒体助力。(1) 平台做好算法舆情监测。平台在国家核验与授权之后,建立用户活动平台数据库,搭建国家形象对外传播算法研判与治理体系,以便官方主流媒体能够及时做好把关、核查

与舆情回应。(2) 平台要修复自身算法技术漏洞,保护媒体算法数据。平台要及时进行检修,提防网络黑客对平台用户数据的盗取,保护在平台上进行国家形象对外传播活动的个人与媒体数据安全。(3) 平台完善受众画像,助力媒体做好算法智能化内容分发。平台在算法的辅助下,剖析受众特征,完善受众画像,促使媒体所生产的不同的中国国家形象对外传播内容可以做到精准性分发与分层次分发。(4) 平台做好国家形象传播效果反馈工作,平台能够利用算法掌握到受众对于某个国家形象传播内容“喜欢与否”的态度,平台利用算法生成的受众兴趣数据榜单,便于媒体对后续的传播内容做及时的调整,平台所反馈的受众喜恶数据是媒体优化中国国家形象对外传播内容和策略的可靠依据。

媒体要善用平台传播,发挥传播喉舌作用。一方面,媒体可以利用算法技术在平台上对相关有利于国家形象传播的民间素材信息进行智能采集与汇编,使传播话语不仅仅停留在官方叙事层面,也有民间叙事参与,以此来丰富中国国家形象对外传播素材采集的视野和范围。另一方面,媒体可以利用算法技术实现中国国家形象对外传播内容智能且自动地生产,机器生产可以填补人工在内容生产过程中表现出来的局限性,加快人工的生产效率,实现对国家形象素材的高效收集、编排和输出,并以平台为舞台向受众展现出来。

(三) 受众提升算法与政治双重素养

受众需要提升算法素养。算法素养培养是“帮助人们认识算法可能带来的风险,提高防范、对抗风险的能力”^[21]。一方面,受众需要树立算法意识。受众作为被动接受者,要有意识地自行判断算法权力作用下所营造的国家形象“拟态环境”是否为客观事实,同时在外网平台浏览中国国家形象信息时需要加大对个人数据和信息保护的力度,对算法黑箱、算法监狱、算法机器人等陷阱都要有清醒的认知,谨防被权力主体操纵、利用和煽动。另一方面,受众需要克服对算法的盲目依赖。算法是为受众与信息之间提供便利的媒介,算法促成了受众与信息的匹配,提升了受众获取信息的效率。久而久之,算法拥有了绝对的受众黏性,受众对算法的使用形成了

习惯性的依赖。一旦算法被注入带有政治偏向或是损害中国国家形象的内容,受众对我国的认知将被算法左右,形成“算法信息茧房”。受众克服对算法的一味依赖是突破算法信息茧房的重要方式,这样才能客观全面接收中国国家形象信息。

受众还需要提升政治素养。国家形象对外传播是有关国家政治信息博弈的传播过程,培养政治素养能够让受众坚守正确的政治方向和政治信仰。受众在面对互联网社交平台的信息轰炸时,很难在复杂的局势中保持理性判断,同时海量网络信息也加大了官方主流媒体的核实把关辟谣难度,一旦被西方权力主体利用,很可能成为抹黑中国国家形象的傀儡。只有敦促受众自身树立终身学习与进步的理念,关注全球局势,关心国家大事,不断提高政治素质和是非辨别能力,才能在纷繁杂乱的国际舆论迷局之中确保其坚定的立场,避免成为缺失理性和公正的“乌合之众”。

如今正逢世界百年未有之大变局,良好的中国国家形象是中国走向世界舞台的一张“名片”。智能媒体传播时代下,算法已经逐渐成为一种权力,理性认识算法权力对国际传播格局产生的正负两面作用,我国才能更好地对症下药,提升对外传播能力与素养,向外界传播真实、客观的中国国家形象。当然,以算法为底层逻辑的智能技术仍处在高速发展的阶段,在未来,它还将对国家形象对外传播带来怎样的机遇与挑战,仍值得持续关注与研究。

[参考文献]

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗: 在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告 [M]. 北京: 人民出版社, 2022: 46.
- [2] 喻国明. 算法即媒介: 如何读解这一未来传播的关键命题 [J]. 传媒观察, 2022 (4): 29-32.
- [3] 彭兰. 算法社会的“囚徒”风险 [J]. 全球传媒学刊, 2021, 8 (1): 3-18.
- [4] 朱鸿军, 郑雨珂. 数字时代算法对国际传播的格局重构 [J]. 对外传播, 2022 (11): 9-12.
- [5] 匡文波, 秦瀚杰. 算法: 我国国际传播的助力器 [J]. 对外传播, 2022 (10): 12-15.
- [6] 张志安, 唐嘉仪. 中美平台竞争格局下的算法治理与中国国际传播能力的提升路径 [J]. 对外传播, 2022 (10): 4-7.
- [7] 赖凤, 郑欣. 人工智能算法与精准国际传播的实现路径 [J]. 阅江学刊, 2021, 13 (6): 77-87.
- [8] 尤尔根·哈贝马斯. 作为“意识形态”的技术和科学 [M]. 李黎, 郭官, 译, 上海: 学林出版社, 1999: 6.
- [9] 相德宝, 曹春晓. 国际社交媒体平台算法对涉华国际舆论的价值偏见及其治理 [J]. 对外传播, 2022 (10): 8-11.
- [10] 曲莹璞. 新形势下构建中国战略传播体系的思考 [J]. 对外传播, 2022 (6): 9-13.
- [11] 张爱军. 算法权力及其政治建构 [J]. 阅江学刊, 2021, 13 (1): 26-35.
- [12] 钟新, 蒋贤成, 王雅墨. 国家形象的跨文化共情传播: 北京冬奥会国际传播策略及效果分析 [J]. 新闻与写作, 2022 (5): 25-34.
- [13] 刘瑞生. 全球网络舆论场与中国形象“巧”传播 [J]. 理论导报, 2017 (6): 27-29.
- [14] 郭晓科, 刘俊, 王瑾. 全球话语竞争下的中国对外话语体系建构新思维 [J]. 对外传播, 2023 (5): 27-31.
- [15] 范建刚, 崔维维. 人工智能视域下国家形象传播的算法嵌入与优化 [J]. 学术界, 2021 (8): 99-107.
- [16] 许向东, 王怡溪. 智能传播中算法偏见的成因、影响与对策 [J]. 国际新闻界, 2020, 42 (10): 69-85.
- [17] 郝喜. 数字化“圆形监狱”: 算法监控的规训与惩罚 [J]. 昆明理工大学学报 (社会科学版), 2021, 21 (6): 39-45.
- [18] 喻国明, 杨雅, 颜世健. 舆论战的数字孪生: 国际传播格局的新模式、新特征与新策略: 以俄乌冲突中的舆论战为例 [J]. 对外传播, 2022 (7): 8-12.
- [19] 庞金友. 数字秩序的“阿喀琉斯之踵”: 当代数据治理的迷思与困境 [J]. 广西师范大学学报 (哲学社会科学版), 2022 (9): 11-20.
- [20] 习近平. 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局 [J]. 求是, 2019 (6): 4-8.
- [21] 彭兰. 如何实现“与算法共存”: 算法社会中的算法素养及其两大面向 [J]. 探索与争鸣, 2021 (3): 13-15.

On the External Communication of China’s National Image from the Perspective of Algorithmic Power

ZHANG Aijun, LIU Honglin

(School of Journalism and Communication, Northwest University of Political Science and Law, Xi’an 710122, China)

Abstract: In the era of intelligent communication, algorithms have gradually evolved into a new form of power and intervened in the external communication of national image. In this process, the transfer of power from the audience, the spatiality of social platforms, the fundamentality of user data and the internal driving force of international games are the basic conditions for the generation of algorithmic power. It generates positive effects such as cohesion of mainstream ideology, leading positive emotional orientation, controlling international public opinion field, and accurately grasping audience preferences, as well as negative effects such as political bias and discrimination, falsification and manipulation of unfavourable public opinion, endangering national data security, and monopolizing the international communication order. Based on this, it can be regulated at the levels of the state, the platform and the audience, in order to better disseminate a true and objective image of our country to the outside world.

Key words: algorithmic power; national image; external communication

(责任编辑 张永汀)

《集美大学学报（哲学社会科学版）》2023 年总目次

马克思主义理论与实践研究

“两个结合”的理论范式、哲学基础与建构原则	陈鸿儒（第 1 期）
《共产党宣言》对中国道路的理论镜鉴与现实关照	向 红（第 2 期）
中国式现代化视域下数字中国建设的价值意蕴	王玉珏，李演航（第 3 期）
马克思主义国际主义理论的发展历程与价值提升	薛美芳，陈晓晓（第 4 期）
全媒体时代高校网络舆论引导的困境与出路	吴智军（第 4 期）
从市场逻辑到生活逻辑的历史必然性	张艳涛，庄键安（第 5 期）
“四个不容易”视角下苏共未能跳出历史周期率研究	赵福浩（第 5 期）
从“窑洞对”到自我革命：马克思主义建党学说的丰富和发展	陈碧钦，郭文芬（第 6 期）