



FOCUS

專題報導

● 作者/Devin Thorne ● 譯者/王建基 ● 審者/洪琬婷

中共下一代 思想管理與人工智慧

AI-Powered Propaganda and the CCP's Plans for Next-Generation "Thought Management"

取材/2020年5月15日美國詹姆斯頓基金會網站專文(*China Brief*, May 15/2020)

中共為改善現有架構並強化對網路輿論的箝制，開始發展下一代思想管理，將人工智慧視為輿論戰的新式武器，全面提高輿論引導能力。

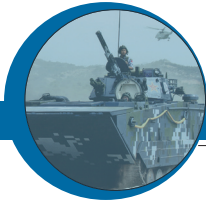
前言

中共的宣傳機器最近可真是忙得不可開交。為了反擊各國對其引發新型冠狀病毒(COVID-19，以下簡稱新冠肺炎)大流行的交相指責，中共外交人員與官方媒體，無不在網路上大力放送北京觀點。例如，2020年4月中共中央對外聯絡部，就在推特(Twitter)發布以5國語言錄製而成的一系列新冠肺炎預防指南影片，強力放送中共的正向疫情管理策略(「中央對外聯絡部」推特，2020年4月17日)。中共宣傳人員同時也試圖將各界對中共的怒火與指責，導向其他國家。例如，中共官媒環球電視網與外交部發言人趙立堅，都揚言新冠肺炎源自於美國。(「中央對外聯絡部」推特，2020年3月12日；Youtube網站，中共環球電視網，2020年3月17日)

然而，中共為維護形象，企圖影響輿論並操弄話語之手段，與其近期所發展的公關系統專案，也就是人工智慧(Artificial Intelligence，以下簡稱AI)宣傳比起來，簡直是小巫見大巫。2019年，中共領導人習近平發言敦促「探索將人工智慧運用在新聞採集、生產、分發……全面提高輿論引導能力。」(中共「國家行政學院」演講內容，2019年1月25日)AI宣傳這套由中共分析人員與傳播理論學家所構思出的系統，其設計理念可在中國大陸內外通用，可早期預警社會動盪前徵兆，協助新聞從業人員產出有效新聞報導，在經過審核後傳送給目標群閱聽眾。一旦成功建置該系統，AI勢必會提高中共聲量，並且強化輿論影響力道。

中共對下一代思想管理的企圖

依據2019年的發展狀況顯示，中共已對其社會設定新的宣傳與意識形態重點(美國詹姆斯頓基金會[China Brief]，2019年4月24日、10月10日、12月31日、2020年4月13日)。從歷次官方聲明、出版品與媒體的評論，及學術分析報告等，可看出中共宣傳與思想管理機器的運作趨勢，特別是其主宰電子媒體的企



圖。中共認為「網路已成為輿論鬥爭最前線」(中共「互聯網信息辦公室」,2019年12月17日),也認為其政權對大眾所關切各種議題的控制力道正不斷減弱,以致無法即時有效回應這些議題,此現象已削弱其對網路輿論的影響力。(中共「互聯網信息辦公室」,2019年12月17日;人民網,2010年11月19日)

如遇危機時期,眾多網路聲量以及在網路上快速演變的輿論,乃是中共思想管理問題核心所在。(中共「互聯網信息辦公室」,2016年12月29日)傳播理論學者特別強調,確有必要改良共黨宣傳內容的形式(如文字、影片等)與細膩度,並提高其傳播速度。這些學者認為,

如此作為能在引導網路輿論方面,提高中共宣傳的速度與效益。(求是網,2020年4月21日;中共「互聯網信息辦公室」,2019年12月17日;人民網,2019年8月15日)

中共為改正所發現的缺失、強化對網路輿論的箝制,開始將AI視為輿論戰的新武器。為了落實這個構想,2019年8月中共「中央宣傳部」與數個部會,共同頒布《關於促進文化和科技深度融合的指導意見》。其中要求「探索將人工智能運用於新聞採集、生產、分發、接收、反饋中,全面提高輿論引導能力,讓個性化定製……智能化推送服務於正面宣傳。」(新京報,2019年8月26日)

北京當局對於下一代「思想管理」所採取的辦法,主要分為三方面:早期預警、產製有效內容以及目標傳播,詳述如後:

● 早期預警

中共未來各類AI系統的首要目標,是掌握所欲影響社群的脈動。為能創造出有效的宣傳內容,官方媒體須先釐清「不正確」思想的範圍,並找出立即潛在危機。因此,中共分析師認為AI是一種手段,可「持續監控網路、論壇、部落格、微博、平面媒體、微信,以及其他訊息,對輿論與情緒趨勢……[達成]即時、全面且精準認識。」(中共「互聯網信息辦公室」,2016年12月29日)AI能夠透過大數據,建構並精準解讀閱聽人「思想行為的整體圖像」、「拉出思想困惑」清單,並且支持「個性化信息服務」的發展。(中共電子科技大學黨委宣傳部,2018年4月27日)中共研究人員期望透過自然語言處理與機器學習,能使官方提前找出國內外潛在爭議,以避免當爭議事件露出時,中共不及審查相關說法。(中共「互聯網信息辦公室」,2016年



圖為中共大報《人民日報》「中央廚房」的電子螢幕。新華社形容該中心為「創新聞產品的生產、加工和傳播模式,是中央各新聞單位加速推進融合媒體建設的有力工具」。(Source: Xinhua)

12月29日；中共社會科學網2017年1月4日)

● 產製有效內容

中共第二個AI目標，是協助宣傳人員產製影響力強且意識形態正確的內容。只要AI順利協助官方媒體找出即將發生的動亂，就能提高其輿論管理所需文宣內容的品質與產製速度。AI也將協助規劃文宣內容、識別線索、數據蒐集、數據視覺化、文字撰擬與影片產製等作業。(人民網，2019年4月18日；中共「互聯網信息辦公室」，2018年8月2日)AI還能進一步幫助中共官媒編輯人員，評估其文章影響程度，強化產製文章之演算法。(參考網，2019年9月16日)針對境外閱聽人，AI可協助中共記者找出關注事件主軸之關鍵字，以使其在進行外宣時運用相對正確的詞彙，從而加重讀者之注意與迴響。(中共社會科學網，2017年1月4日)與AI之影響相似，機器翻譯也將拓展中共在全世界訊息傳遞的觸角。(人民網，2019年4月18日)

● 目標傳播

傳播能產生最大影響力的文宣內容，是中共AI系統的第三個目標。在找出大量閱聽人使用行為數據後，中共官媒人員便希望能針對個人需求，量身打造出文宣內容的傳播方式。(也就是提供正確的「因應措施」，來「引導」反動分子回歸中共路線)AI會根據個人「側寫」所分析得到的「興趣標籤」來進行目標傳播。(人民網，2019年4月18日；參考網，2019年6月18日)未來，AI能使官媒依據各種變數，如民眾看多久新聞、幾點上網、看哪種新聞內容，以及其他許多因素，量身打造各

種文宣內容。(人民網，2019年5月24日；中共電子科技大學黨委宣傳部，2018年4月27日)

中共也特意使用AI來即時傳播，進一步提升宣傳時效，以便引導民眾對事件的個人觀感。(參考網，2019年9月16日)中共宣傳單位只要不觸碰特定「意識形態混亂」的內容，也可以製作傳播軟性文宣內容，因其不常公然顯現其政治目的，宣傳內容大多屬於經濟、文化與社會性質，相關業管單位也儘量以寓教於樂的模式為之。¹同理可證，中共針對境外閱聽人所產製的文宣內容，就會在中國大陸文化、歷史、經濟，以及積極參與全球事務等正向訊息方面多加著墨。(人民網，2019年2月22日)

將AI作為宣傳管理的新基礎

中共如欲將AI作為宣傳工具，必須將其導入當前政策，即統整全境內外各種傳播管道散布訊息的作法。自2014年起，習近平要求官方對既有與新興傳播管道進行「媒體融合」，以強化其全面進行「輿論引導」的能力。(人民網，2014年8月18日；中共「國家行政學院」，2019年8月24日)為落實此指導，中共各大新聞媒體，無不積極在整個「媒體矩陣」中，擴大其訊息傳播範圍。所謂媒體矩陣，係由報紙、網站、線上互動及手機應用程式、官方與個人社交媒體，以及第三方代理人等建構而成。(新華社，2017年4月7日；人民網，2018年9月3日)²

中共當代的宣傳基礎是整合境內外思想管理作為，其所尋求的是「有效擴大(中共在國際舞臺的)正面聲音，堅定不移維護中共利益與形象」。



2018年9月，中共新華社副社長劉思揚在中國大陸網路媒體論壇提出「人是主導、機是輔助」原則，主張在網路時代提升官方媒體內容成效。(Source: CCTV)

(中共「互聯網信息辦公室」，2019年12月17日)中共理論學者敦促官方媒體體認並善加運用境內報導可對境外產生影響，同時國際間話語也會影響境內民眾觀感的事實。(人民網，2019年12月11日)因此，中共官方機構、外交與媒體人員，無一不向全球社群媒體對話。³除了運用社群媒體，中共各大新聞媒體，也大幅擴展與境外傳統媒體管道的交流，相關作為包括在外國出版品付費刊登文章，以及成立新的國際新聞社等。(中共環球電視網，日期未註明)

最後，中共為運用AI，勢必需要極大量數據以產製各種觀

點。所需資料會從中共所謂「媒體矩陣」中探得，而此矩陣是由諸如微博等公開資源以及微信等「選擇加入」性質的應用程式，或者由官方媒體發展的手機應用程式共同建構而成。(人民網，2019年8月15日；中共「互聯網信息辦公室」，2016年12月29日)中共並未明說，但其所需境外數據資料，很可能從各新聞網站、推特、臉書及其他網路平臺獲得。由中共官方企業直接或間接所提供的服務項目，諸如機器翻譯等，也可能會蒐集使用者數據，以協助其「形塑、管理與控制全球網路環境。」(澳洲智庫「澳洲戰略政策研究所」[Australian Strategic Policy Institute]，2019年10月14日)

當然，中共朝向AI發展思想管理之路不會一帆風順。其研究人員所提出之資訊蒐集、建構與整合作為所涉及的規模極大、挑戰性甚高，很可能要動用高級電腦應用程式才能做到。故這些作為，勢必將納入中共意欲建立工業基地以主宰大數據之大框架來觀察。(中共官方網站，2015年8月31日)就執行

層面而言，仰賴AI播送以民眾個人興趣為核心的內容，可能會使編輯人員的工作重點，轉向關注哪些內容會有人讀取、哪些又會引起社會響應，或甚至因宣傳無關政治主題內容，導致民眾意識形態模糊。(人民網，2019年5月24日；宣講家網，2019年7月16日；法制網，2019年11月8日)鑑於上述與其他種種挑戰，新華社副社長劉思揚於2018年中國大陸網路媒體論壇，提醒與會人士「人是主導、機是輔助」之原則。(中共中央電視臺，2018年9月6日)

結論

縱使中共嚴厲的審查制度，能禁止人民討論某些議題，但卻無法積極主動地發揚共黨價值。如欲為之，則其必須長期在網路上維持聲量，並且能對各種意見主動回應。中共研究宣傳與傳播理論的學者，都認為AI是維持聲量、主動回應的好方法。假使中共克服上述各種挑戰，實現以AI進行宣傳的目標，那麼新一代的AI宣傳，將會呼應霍夫曼(Samantha Hoffman)博士所言之中共「自律神



如仰賴AI播送以民眾個人興趣為核心的內容，編輯人員可能會轉向關注哪些內容會有人讀取或引起社會響應。

(Source: AP/達志)

經系統」(Autonomic Nervous System)，進而保障中共黨國體制免遭危機。(德國智庫「墨卡托中共研究中心」[MERICS]，2017年12月12日)新一代的AI，能提前偵測出輿論中隱然浮現的危機並加以應處，在未經審查的網路說法傳開之前就推出中共相關訊息，並且對個別讀者與閱聽人傳播個人化的文宣內容。中共認為，電腦處理器與運算法，即將成為下一代「思想工作」的基礎，如同歷次「傳播革命」一樣，宣傳手段也將會與時俱進。

作者簡介

Devin Thorne係美國智庫華盛頓高級國防研究中心(Center for Advanced Defense Studies, C4ADS)資深研究員。

Reprint from *The Jamestown Foundation* with permission.

註釋

1. Anne-Marie Brady, “Conclusion: The Velvet Fist in the Velvet Glove: Political and Social Control in Contemporary China,” in *China’s Thought Management*, ed. Anne-Marie Brady (Oxford: Routledge, 2012), 193-194.
2. 在中共官方媒體的架構中，所謂「媒體矩陣」是由「紙媒、網站、客戶端、官微、自媒體以及代運營」等項目所組成。
3. 與中共有關的推特帳號詳細列表，請參閱「漢米爾頓2.0儀表板」(Hamilton 2.0 Dashboard)計畫。(Alliance for Securing Democracy, undated)