

多模态 AI 引领国际文化传播模式创新*

□文 | 丁颖 喻国明

[摘要] 随着 Sora、GPT-4o、GPT-4o mini 的相继问世，全新的场景体验前景呈现于世人面前。沉浸式场景体验不仅可以提升人们的生活质量，更为人类信息传播带来重大机遇，或让“个性化定制+精准传播”的理论构想从一纸蓝图变为现实。通过多模态 AI，用户个性化需求能够被充分挖掘和整理，并尽可能享受到媒介环境所营造的体验；多模态 AI 通过搭建虚拟社交平台激活弱关系，从而助力增加用户黏性；在视觉、听觉通道之外，多模态 AI 可以充分调动用户的嗅觉、味觉、触觉，以丰富的感官体验充分赋能国际文化传播。

[关键词] 多模态 AI 场景体验时代 精准传播 国际传播

中华文化承载着 5000 年深厚的历史底蕴，其独特性与丰富性在全球范围内独树一帜。不过就传播效果而言，中华文化在国际舞台上的传播广度和国际认同度尚显不足，主要面临的挑战包括：“传者本位”的传播模式，信息触达率低；叙事方面过于注重宏观层面，缺乏关注微观具体层面的文化需求；议题传播不均衡，有些议题因缺乏创意，无法引起外国民众的情感共鸣，导致国际传播效能较低；优秀传统文化传播方式呆板生硬、传播渠道过于单一等。^[1]

从索拉 (Sora) 到生成式预训练转换器 4 (GPT-4o)，再到生成式预训练转换器 4 迷你版 (GPT-4o mini)，多模态人工智能 (以下简称“多模态 AI”) 正改变着国际传播的生态、路径和方式。相较于以往的单一数据模态系统，多模态 AI 具备同时整合并处理来自不同渠道的数据输入 (如文本、图像、音频等) 的能力，以此生成更为精确且复杂的输出结果，这种技术通过融合多种信息源，显著提升了 AI 系统的全面性和智能化水平。

AI 与媒体的深度融合推动了国际传播向更加数字化、智能化、精准化、个性化的方向发展，它不仅改变了信息传播的渠道和速度，还重塑了国际舆论的形成和传播机制。在智能时代，万物皆媒、

人机共生、算法推送已成为常态，社交机器人等新型传播主体在公共议题讨论中发挥着越来越重要的作用。这种生态的变化使得国际传播主体更加复杂多元，为国际传播开辟了新的传播路径。AI 通过算法推荐和个性化分发，使得信息能够更精准地触达目标受众，满足不同受众群体的需求；通过计算机视觉、智能语音合成和自然语言处理等技术，国际传播可以实现场景化、沉浸式、具身性的互动与传播，为受众提供更加真实、生动的体验；机器写作、智能编辑等技术的应用使得新闻报道更加快速、准确、丰富。本文拟探讨多模态 AI 技术的革新给国际传播带来的巨大变革。

一、多模态 AI 全面嵌入： 场景体验时代的国际传播模式创新

信息是基于用户的需求而出现的，不是基于传播者的供应而推动的。^[2] 多模态 AI 为虚拟社会实践提供了可供应用和想象的空间，在虚拟社会实践中传播者以极低的成本从“传者本位”的“编码—传递”转变为真正用户视角的“感觉和响应”，可依据用户的个性化需求来制作信息，因而通过大规模定制，即“需求—响应”的信息传播模式，从根

* 本文系 2021 年度国家社会科学基金重大项目“百年未有之大变局下中国共产党形象全球传播与认同研究” (21&ZD315) 阶段性成果

本上有别于传统信息传播范式中“预测—传播”的模式，信息和服务的价值也不是针对群体，而是针对特定用户。此外，多模态 AI 还注重与个体的情感连接，通过构建具有情感共鸣的场景，激发个体的情感反应。当个体在多模态 AI 创造的场景中体验到愉悦、兴奋等情感时，会对场景中的信息产生更强烈的认同感和归属感。这种情感化的连接方式让个体更加主动深入地了解信息，也更容易被信息所吸引，从而成为潜在的用户。

多模态 AI 还通过社交分享等功能，让个体能够主动将自己的体验和感受分享给朋友和亲人。这种社交化的传播方式不仅提高了信息的曝光度，还增强了信息的口碑效应。当个体在社交平台上分享自己的体验时，往往会引发更多人的关注和讨论。例如，抖音国际版（TikTok）的中国博主“汉服小仙子”，在她的视频中不仅展示了各种精美的汉服款式，还结合中国传统节日、古诗词等元素讲述汉服背后的文化故事，吸引了来自世界各地的粉丝。其视频制作精良、配乐考究，每一帧都充满了古典美感和文化韵味。通过平台算法推荐，她的视频迅速走红，吸引了大量海外用户的关注和喜爱。许多外国网友在评论区留言表示被汉服的美所震撼，并纷纷转发，希望更多的人了解关于中国的传统文化。可以想象，借助于多模态 AI 的加持，这位博主可以根据网友们的评论构建出更具情感共鸣的虚拟场景，带领网友们一同穿越到古代，体验中国古人的衣食住行……多模态 AI 通过其强大的场景构建和个性化推荐能力，用户的主体意识被充分唤醒与尊重，在一种非常惬意舒适又浑然不觉的状态中，完成文化的传播。

二、多模态 AI 精准聚焦： 把握需求引领国际传播叙事创新

国际传播往往倾向于采用宏大叙事手法，聚焦于国家层面的成就、历史事件或全球性问题，展现壮阔的历史画卷与时代风貌，却容易忽略受众的多元化与个性化需求。随着多模态 AI 技术的应用，国际传播开始转向更加细腻、多维度的叙事技巧，力求在宏大主题之下，挖掘并展现更多贴近人心、触动人心的故事与细节。通过智能

分析大数据，多模态 AI 能够深入理解不同国家和地区受众的文化背景、兴趣偏好、价值观念乃至情感倾向，从而定制出高度个性化的传播内容与形式。

1. 数字叙事助力跨文化传播

数字叙事是借助数字媒体生态系统来呈现故事的一种新型表达模式。它涵盖了广泛扩展的故事构成元素、叙述技巧以及传播手段。数字叙事不仅指代那些以数字形式存在的故事内容，同时也涵盖了通过数字化手段进行的故事叙述活动，它在概念上超越了传统多媒体叙事的范畴。多模态 AI 能够自动识别并转换不同语言与文化中的符号与意象，使传播内容在保持原有意图的同时，更加贴近目标受众的文化语境与审美习惯，从而创新跨文化交流的数字叙事。这种精准的文化适配，不仅有助于减少误解与隔阂，还将极大地增强国际传播的有效性与影响力。例如，TikTok 已经成为全球范围内传播多元文化、促进跨文化交流的重要平台之一。TikTok 在推广中国传统节日春节的内容时，其多模态 AI 系统会根据不同国家和地区的文化背景和审美习惯，对春节相关的图像、音乐和文本进行一系列叙事策略调整。对于那些对春节不太了解的受众，AI 系统会推荐更多关于春节起源、习俗和庆祝方式的数字素材，帮助他们更好地理解 and 体验这一节日。

2. 人机交互式叙事构建个性化世界图景

随着物联网普及，AI 深度融入生活，多模态 AI 凭借庞大知识库和广泛信息汲取能力，迅速回答各种问题并提供详尽知识。其强大的模拟功能深入解析用户问题，提炼恰当回答，以人机交互的叙事模式，构建符合个体期望的世界图景。通过迭代改进和自我学习，多模态 AI 不断优化性能，适应新情境与挑战，提供实时、动态、精准、高效服务。在多模态 AI 所引领的全新场景体验时代，个体的感知与互动方式发生了深刻变革。当用户通过图像、视频等数字素材表达疑问或需求时，多模态 AI 能够深入分析其内容，捕捉其中的关键元素和细节，进而理解用户的意图和偏好。例如，如果用户上传了一张风景图并询问相关信息，多模态 AI 不仅能够识别出图片中的自然景观，还能根据用户的提问和上下文信息，推断出用户可能对该国的历史、文



化或旅游信息感兴趣。通过深度学习和自然语言处理技术，多模态 AI 能够不断地学习和优化对用户需求的捕捉与理解，基于历史对话记录、行为模式和偏好设置，逐渐建立起对用户个性化需求的精准把握。这使得多模态 AI 能够为用户提供更加贴心、符合个人喜好的服务，满足用户在不同场景下的多样化需求。

3. 视听化叙事推动社会信息平权

随着数字媒体生态的不断演进，视听化和感官化已成为其发展的必然趋势，这也意味着众多数字叙事项目的成功高度依赖于对视听符号系统的充分利用，并致力于触动目标受众的感官体验。以奈飞 (Netflix) 为代表的国际流媒体平台已在互动节目的开发上投入了大量精力，并积累了宝贵的实践经验。近年来，一些具备基本互动要素且主要以视听形式呈现的新闻叙事形式已取得了显著发展，例如，视频日志 (Vlog) 叙事模式逐渐成熟——由主流媒体记者或国际传播中的其他关键主体 (如在中国生活的外籍人士) 制作的个性化、日记式的故事视频，正成为“讲述中国精彩故事”的重要渠道。多模态 AI 对于多模态信息的理解、处理以及物理世界般超真实的呈现功能，有助于推动社会信息平权，为语言文字阅读、理解、输出有障碍的人群提供了极大便利。多模态 AI 将沉淀更庞大的用户数据，通过深入挖掘用户需求，尤其是那些沉默的需求，以及边缘群体乃至个体的长尾需求，然后对用户需求作出富有想象力的响应，从而创造性地并以前所未有的高效率采取针对用户需求的叙事技巧。很多技术乐观人士预测：不久的将来极有可能会出现一个融合了虚拟现实、增强现实以及 AI 等前沿技术的超级应用。^[1] 这个平台不仅能够模拟出现实世界的各种场景和情境，让不同国家的人民可以在虚拟环境中进行各种体验和学习，还能够根据每个人的需求和喜好，为他们量身定制个性化的模拟体验。在这样的现实模拟应用中，人们可以体验到不同文化中，各种职业角色作为叙事主体参与叙事，甚至可以模拟出历史事件和未来世界。这不仅能够丰富与满足人们生活、娱乐等多重体验和需求，还能帮助传播者精准细致地体察、了解用户需求，为用户提供应对现实生活挑战和问题的场景空间。

三、多模态 AI 差异化思维： 赋能国际传播方式与传播渠道创新

在信息传播竞争激烈的今天，国际传播若想抓人眼球，一定要在差异化方面多做文章。以文创产品为例，其传播重点不能仅限于产品本身，而应转移到“流程”——广告、包装、文化内涵、心理接近性等体验感的差异化，这些差异化背后是建立在系统性认知基础上的差异化传播管理思维。这些差异化思维，以及差异化的外在手段和方式都可以借助多模态 AI 系统，以逼近自然的方式呈现出来。

1. 诉诸多感官体验，营造身临其境新体验

《品牌洗脑》的作者马丁·林斯特龙 (Martin Lindstrom) 基于大量的个案研究和长达 5 年市场调研，在其著作中提出“感官品牌营销理论”，他认为大部分品牌现有的营销存在的缺陷是只考虑了视觉和听觉两种感官，而对触觉、嗅觉、味觉这 3 种感官很少涉及，传递过程也是强制推送，并没有充分利用各种感官信息，让消费者自己体验。^[4] 他认为品牌营销应该照顾到 5 种感官，创造更多与感官相连接的接触点，以立体的感官体验取代简单的信息推送，让用户得到全面的感官体验和情感体验，这样就更容易在其心中建立稳固的地位。囿于营销技术的匮乏，这一理论在实践中常常耽于幻想。

多模态 AI 强大的模拟现实能力，通过感官的全方位触达，为信息接受者创造立体的感官体验，从而增强影响力，为传播方式的差异化创新带来前所未有的可能性。无论是细节展示、故事呈现还是互动场景，多模态 AI 都能以细腻的画面和声音，将接受者带入一个沉浸式的感官世界。这种体验远胜于传统的平面广告或视频，能够更直接、更深刻地触动接受者的情感。多模态 AI 的嗅觉、味觉和触觉模拟功能，更是将感官传播提升到了新的高度，通过模拟出特定的气味、口感和触感，能够让用户更加全面地感受信息。比如一家专注于推广中国传统茶艺文化的国际组织，利用多模态 AI 强大的模拟能力，为全球茶文化爱好者模拟出中国传统茶室的精致布局与氛围，还巧妙地运用了虚拟现实中的气味模拟技术，让用户在佩戴特定设备后能够“嗅到”来自不同产地的茶叶所散发的独特香气——无



论是龙井的清新高雅，还是正山小种的浓郁甘醇，都得以在虚拟空间中还原。多模态 AI 还允许用户“亲手”体验泡茶的全过程，从挑选茶叶、控制水温到掌握冲泡技巧，并配合高清的视觉画面和逼真的音效设计，如水流潺潺、炉火微鸣以及轻柔的音乐，共同营造出一种宁静致远的茶道意境。这种全方位的感官体验，不仅让全球茶文化爱好者跨越地理界线，近距离感受中国茶文化的独特魅力，还大大增强了他们对中国文化的兴趣与认同。对于许多未曾有机会亲身体验的茶文化爱好者而言，这无疑是一次心灵上的洗礼和文化的深度交流。通过这样的方式，国际文化传播不再囿于文字和图片的展示，而是成为了一场生动、立体、多感官的文化盛宴。

多模态 AI 赋能体现在其对受传者记忆的深刻触动。通过模拟出曾经熟悉的感官体验，多模态 AI 能够唤起受传者潜意识中的记忆或体验，从而影响他们的决策过程。这种情感化的传播方式能够让受传者受到感性驱使，比单纯的信息推送更加有效。多模态 AI 的赋能还体现在其数据分析和智能推荐功能上，通过对用户行为的深度分析，精准地了解用户的需求和偏好，从而为他们提供更加个性化的感官体验。这种精准传播不仅提高了效率，还增强了用户与信息之间的情感连接。

2. 构筑虚拟社交平台，拓展国际传播渠道

借助多模态 AI 搭建虚拟社交平台，传播者可以低成本地实践自己的传播创意，通过虚拟互动空间，建立有梯度的转换路径，拓展弱关系人群，优化用户体验，从而在多模态 AI 平台上建立起强大的社交影响力，吸引更多的用户支持和参与。

从弱关系到强关系是拓客的有效路径，可以采用强关系滚雪球的模式。这个模式的逻辑很简单，例如公益机构有自己的粉丝，捐赠的企业、曾经的受益人、志愿者等，粉丝又有自己的粉丝，即便是一个很平常的受益人也会有几个密友粉丝。有一家公益机构就搭建了一个平台，让公益机构、项目和他们的粉丝以及粉丝的粉丝互动起来，在公益机构、项目和广大的弱关系捐赠人群之间建起了有梯度的转换路径，使得大量弱关系转化为强关系。最终，项目大获成功，迅速从公益机构中崛起。这一成功案例充分展示了搭建一个有效的互动平台对于拓客

的重要性。未来完全可以借助多模态 AI 搭建虚拟社交平台，通过多模态 AI 的虚拟现实功能，在虚拟空间展示内容、成果和愿景，粉丝则可以在这个虚拟空间中浏览、参与互动，甚至与运营主体进行实时交流；多模态 AI 还可以帮助运营主体与粉丝建立有梯度的转换路径，通过多模态 AI 的智能媒介功能，分析粉丝的兴趣、偏好和行为，从而推送更加精准的内容和信息，并通过设置一些互动任务、挑战或活动，吸引粉丝参与并分享，进一步提高粉丝的参与度和黏性。借助多模态 AI 的数据分析和智能推荐功能，运营主体可以更好地了解粉丝的需求和反馈，优化平台内容和互动方式，进一步提升用户体验和满意度，这将有助于其在虚拟社交平台上建立起良好的口碑和形象，吸引更多的用户关注和参与。

四、多模态 AI 的创造力： 以优质创意内容提升国际传播效能

在国际文化传播中，最重要也最为艰难的环节之一就是利用优秀的创意打动目标用户，并运用最低成本，吸引并留住目标客户。多模态 AI 不仅具备强大的用户控制能力，还通过迭代改进和自我学习的方法，^[5]不断优化自身性能和表现，从而在内容创新方面可圈可点。它可以根据用户的反馈和需求，不断调整和优化生成的内容，使其更加符合用户的期望和喜好。这种持续进化的能力，使得多模态 AI 能够不断创造出新颖、有趣、有价值的创意内容，为用户带来全新的体验。

1. 多模态技术加持下的故事化沉浸式传播

在国际传播过程中，中国文化的很多议题处于不均衡传播。例如乡村振兴、生态环境保护等议题未能得到有效传播，在国际上整体关注度偏低。面对这样的困境，最简单、低成本的国际传播方式就是通过输出具有强感染力的创意内容，激发人们关注、讨论和分享，提高相关议题的曝光度和用户的沟通效率。多模态 AI 强大的文生视频、图生视频、视频生视频功能，有望最大限度地创意内容变为画面细节逼真、情节扣人心弦的视频，并且能够不断调整和优化，直至生产出符合用户期待的优质内容。

传统的国际传播方式需要传播者费尽心机去吸引目标受众，而强内容因具有足够吸引力促使用户主动来找信息。好故事就是一种强内容，是一种大家公认的强大传播武器，纪录片《舌尖上的中国》便是一个通过讲述中国美食故事而成功走向世界的典型案例，通过精美的画面和生动的故事叙述展示了中国丰富的饮食文化和深厚的人文底蕴，在国际上赢得了极高的赞誉和关注度，有效地提升了中国文化软实力和国际影响力。心理学研究表明，人类更倾向于接受形象、具体可感的信息，尤其像故事一类的IP中，好的主旨通过极具画面感的情节、引人入胜的细节作用于人的情感，视频的讲述形式就比文字形式更具魅力与传播力。丰富、优质的创意内容在多模态AI强大技术加持下，让用户在交互中感受到前所未有的震撼与愉悦，用户自然而然地对于这样的智能媒体连同它所承载的优质内容趋之若鹜，而且，用户还会通过自己的社交账号争相转发，从而引发不同圈层间一轮又一轮的转发、评论、话题讨论，这样的优质内容连同背后的品牌、价值观念一并获得病毒式传播的红利。

2. 多模态AI赋能体验式传播拉满情绪价值

除了故事化，强内容有时也体现在信息或服务带给用户的极致体验。在国际文化传播领域，强内容同样应通过创造极致体验来深化情感连接，跨越文化界限和地域界线。一家致力于推广中国传统文化的国际艺术机构利用虚拟现实技术，将中国古老的园林、书法、绘画、戏曲等文化瑰宝以三维立体的形式重现于虚拟世界中，让全球观众无需亲临现场，就能“穿越”至千年前的文化盛景，感受那份独特的韵味与魅力。同时，通过增强现实技术，观众可以在自己的手机或平板电脑上与虚拟的文物互

动，如亲手“触摸”青花瓷的细腻纹理，或是“参与”一场京剧表演，体验变脸艺术的神奇。通过精心策划的营销活动，如“云游中国”系列直播、文化挑战赛等，吸引全球网友参与和分享，不仅增强了文化传播的针对性和有效性，也进一步拉近了不同文化背景下人们之间的情感距离。因此，多模态AI不仅带来了全新的传播手段，更开启了一个全新的体验场景，让信息能够以前所未有的方式触达并影响受传者，从而提供更多情绪价值。

五、结语

多模态AI利用先进的信息技术，将虚拟与现实无缝融合，打破了传统场景的限制，为人们带来了全新体验。无论是购物、娱乐还是社交，多模态AI都能创造出极具个性化的场景，使用户能够身临其境地感受其中的乐趣和价值。这种全新的场景体验在传播模式、叙事技巧、传播方式、创意内容等层面为国际传播带来了多维变革。多模态AI通过其强大的场景构建、个性化推荐、情感连接和社交分享等功能，极大地增强客户的主体意识，成功完成传播中的“种草”任务，让用户主动享受学习与探索乐趣的同时，潜移默化地被信息所吸引。未来，国际传播在多模态AI的赋能下，通过其多模态支持和强大的语境理解能力，能够精准地捕捉和理解用户的个性化需求，从而为用户提供更加优质、个性化的定制服务。对于国际传播来说，借助多模态AI进行系统赋能将会是一个极具潜力和前景的战略选择。

（作者单位：兰州城市学院传媒学院 北京师范大学新闻传播学院）

参考文献：

- [1] 匡文波, 张晓妍, 匡岳. 变局中的中华文化国际传播及其数字化路径分析 [J]. 对外传播, 2023(4): 63-64.
- [2] 于建原, 李清政, 李永强. 管理营销悖论与营销范式转变——从管理营销、关系营销到反应营销 [J]. 中国软科学, 2007(9): 80-87.
- [3] 陈昌凤. 智能平台兴起与智能体涌现：大模型将变革社会与文明 [J]. 新闻界, 2024(2): 15-24.
- [4] 马丁·林斯特龙. 感官品牌：隐藏在购买背后的感官秘密 [M]. 赵萌萌, 译. 北京：中国财政经济出版社, 2016: 20.
- [5] 黄欣荣. 从ChatGPT到Sora：生成逻辑、哲学本质及世界图景 [J]. 新疆师范大学学报（哲学社会科学版）, 2024(6): 72-80.