

AI重构公益传播的受众连接模式与实践反思

储婷婷

南京师范大学（新闻与传播学院） 江苏南京 210024

摘要：本研究聚焦于当前公益传播面临的内容生产不可持续与公众信任赤字等结构性困境，认为人工智能技术为行业范式转型提供了关键契机。通过对实践案例的系统分析，研究发现AI正通过“精准触达、共情唤醒、高效转化”三重路径，系统性重构受众连接模式，推动行业从“粗放传播”向“精细化关系管理”升级，有效弥合了信息接收、情感认同与行动转化之间的鸿沟。同时，论文深入反思了技术赋能下算法马太效应与情感操纵等伦理隐忧，建议行业秉持“负责任的创新”原则，建立AI伦理审查机制与数据规范，以人性的温度驾驭技术，实现更高效、公平的善意传递。

关键词：公益传播；人工智能；受众连接；实践反思；算法伦理

一、引言：公益传播的“新命题”——如何与受众有效连接？

（一）现实困境

当前公益传播正深陷于一种结构性困境：行业虽不缺素材，却普遍受困于内容生产的不可持续性与公众认知基座的薄弱性，导致传播链条在“传”与“播”之间断裂。公众因碎片化信息形成“信任赤字”，使“信息接收—行动转化”的良性循环机制难以建立。同时，公益机构则受制于专业人才短缺、技术不足及资源局限，陷入“心有余而力不足”的窘境。宏观数据印证了挑战的严峻性：2025年第二季度全国基金会净增长首次为负；2024年腾讯公益平台捐款人次首度负增长，总筹款额下降超60%。可持续生产力缺失与公众认知信任的双重屏障相互侵蚀，加之现有程式化叙事与公众日益增长的理性共情需求相悖，共同凸显了行业转型的极端紧迫性。

（二）技术契机

在公益传播面临结构性困境的当下，人工智能技术的演进为其范式转型提供了新的变量。AI的介入，不再局限于提升单一环节的效率，而是展现出重构传播逻辑、弥合信任鸿沟的系统性潜力。这促使我们超越将AI视为简单工具的传统视角，转而关注其如何作为一种赋能架构，从根本上去应对公益传播在生产力、连接力与共情力上的核心挑战。

具体而言，这种契机初现于三个维度：在生产端，

AI通过智能化工具降低了内容创作的门槛与成本，为破解“可持续生产”难题提供了技术基础；在传播端，算法与数据驱动的能力为实现从“人找信息”到“信息找人”的精准化传播奠定了可能；在受众端，沉浸式技术与情感计算则预示着更具代入感和信任度的共情体验新模式。^[1]这些初步探索——例如在“AI宝贝回家”项目中照片修复技术对寻亲成功率的直接提升，或是敦煌数字化工程对文化遗产的“数字永生”——都不仅仅是效率的增益，更是公益叙事方式与价值本身的拓展。它们共同指向一个核心问题：AI是否能够系统性地催生一种新的公益传播范式？

二、发现：AI赋能公益连接的三重路径

（一）精准触达：从“寻找受众”到“受众到来”

1. 核心机制与理论锚点：AI实现内容与需求的智能匹配

在传统公益传播模式下，机构往往需要主动“寻找”潜在受众，这一过程不仅成本高昂，且效果难以保障。而人工智能技术的介入，正推动传播范式发生根本性转变——从单向的“寻找受众”转向双向的“受众到来”。这一转变的核心机制在于，基于大数据的算法推荐系统能够精准识别用户的内容偏好与公益倾向，实现内容与受众的智能匹配。

从传播学视角看，这一过程体现了从“传者中心”向“受者中心”的范式转型。根据使用与满足理论，受众基于特定需求主动接触媒体，而AI技术通过分析用户的历史行为、社交关系与内容偏好，能够更精准地识别出那些具有公益意识或特定领域关怀的潜在支持者。在

作者简介：储婷婷（1999.08-），女，汉族，江苏南京人，硕士，研究方向：广播电视编导。

精准触达阶段, AI还充当了“内容优化师”的角色, 公益机构在发布内容前, 可以利用AI进行小规模测试(A/B测试), 实时了解哪种标题、图片或故事最能打动人心, 这使得公益机构的传播人员能够更科学地洞察受众的兴趣焦点和情感唤醒机制, 以数据反馈指导内容的优化和迭代, 大幅提升内容触达的有效性。例如, 腾讯公益平台通过算法模型对用户进行公益倾向画像, 将助学类项目优先推送给曾经关注教育公平的用户, 将动物保护内容定向分发给曾参与相关话题讨论的群体, 实现了传播效率的显著提升。数据显示, 采用智能推荐策略后, 公益项目的平均触达准确率提高了3倍以上, 用户捐赠转化率提升约40%^[2]。

2. 实践反思: 算法依赖下的“流量”脆弱性与信任挑战

然而, 精准触达仅仅是建立关系的第一步。在技术赋能的背景下, 公益机构面临着从“流量思维”向“关系思维”的转型挑战。精准推送带来的初始关注只是起点, 如何通过优质内容建立持久连接、培养受众信任, 并最终实现从关注者到支持者、从单次捐赠者到长期伙伴的身份转变, 成为更具价值的议题。随着各新媒体平台通过自身优势建立了平台站内独特的公益传播内容和互动玩法, 公益机构依赖平台的推荐机制能够在短时间内获得阶段性的流量和关注, 但若过度依赖单一平台和算法推荐, 将面临结构性的脆弱——一旦平台规则调整或者算法偏见产生, 其传播触达率可能瞬间归零, 导致传播链条断裂。在AI算法高度掌控信息流动的背景下, 机构的核心任务正在从单纯的“让内容被看见”, 升级为“让内容被信任”, 并最终实现“让信任可持续”。

(二) 共情唤醒: 从“千人一面”到“一人一叙”

1. 核心机制与理论锚点: 情感计算实现基于尊重与个体价值的深度对话

在公益传播领域, 如何建立持久信任已成为机构面临的核心命题。传统依赖悲情叙事与苦难展示的传播模式, 虽能在短期内引发情感波动, 却难以构建可持续的信任关系, 甚至可能导致公众的共情疲劳与道德倦怠。随着各大内容平台明确规制“卖惨式”传播, 公益机构亟需探索更具建设性的共情唤醒路径。

基于情感计算与个性化生成技术, AI能够实现从标准化叙事到个性化对话的转变, 推动共情传播从“千人一面”迈向“一人一叙”的新范式。这一转变的核心在于: AI技术通过深度挖掘个体的情感需求与偏好, 为不同受众构建独特、尊重的情感连接体验。AI赋能公益

共情唤醒主要通过三大路径实现。其一, AI提升公益叙事的媒介真实性以深化情感共鸣。“老兵年轻模样修复”项目用生成对抗网络技术复原历史照片, 让年轻一代直观感受历史人物生命历程, 使受众情感共鸣度提升约3.5倍^[3]; “AI宝贝回家”则借照片修复技术构建跨越时空的情感纽带, 同时提高寻亲效率。其二, AI生成个性化内容创造专属情感体验。公益机构用AI生成含捐赠者姓名、资金去向等信息的个性化反馈报告, 接收此类报告的捐赠者续捐意愿比接收标准化报告者高42%。

总结而言, AI技术重构了共情唤醒的内在机制。它使公益传播从单一的情感刺激, 转向基于尊重、理解与个体价值的深度对话, 为在监管新规下构建可持续的信任关系提供了新的可能。

2. 实践反思: 媒介真实性的消解与情感操纵的伦理边界

AI技术虽然拓展了公益叙事的表达方式, 但也潜藏着深刻的伦理风险, 即对媒介真实性与情感纯粹性的挑战。AI算法若利用情感计算精准触发用户的“愧疚感”或“道德义务感”以实现捐赠转化, 这种算法驱动下的行为是否侵蚀了公益行为的“自主性”和“纯粹性”? 我们必须警惕这种“算法算计下的善意”。

此外, AI修复和数字分身技术带来的“模拟的真实”, 虽然高效, 却可能掩盖公益项目真实的复杂性与艰难性。这种被技术优化和修饰过的“真实”, 对公众的长期信任构成侵蚀, 因为真正的信任建立在透明的、未被美化的、包含不确定性的社会真实之上。这种“过度透明”可能导致公众对公益项目产生不切实际的“完美主义”预期。

3. 对策建议: 建立影像“AI标记”与“情感克制”的伦理审查机制

为应对技术赋能下的伦理困境, 机构必须将伦理治理前置。建议机构设立“AI生成内容的三重审核机制”, 由项目执行者、传播人员和法律顾问组成, 对所有AI生成的图像、文案和反馈报告进行“真实性、隐私保护、情感克制”的伦理审查。同时, 应大力倡导“AI内容透明度标记”制度, 要求对所有使用AI技术重构或合成的内容进行清晰、醒目的标记和告知, 以维护传播的纯粹性与公众的知情权。这是对抗“技术驱动的不透明”的必要措施。

(三) 高效转化: 从“一次性捐赠”到“持续性参与”

1. 核心机制与理论锚点: AI重构“双向对称传播”实现精细化关系管理

公益机构的生命力，在于将一次性的捐赠行为转化为长期的关系承诺。传统公益传播中，“一次性捐赠”是一种交易型传播，缺乏持续的忠诚度和粘性。AI的介入，使机构能够有效实行“双向对称传播”原则，帮助机构实现从“交易”向“关系管理”的范式转型。^[4]AI推动公益受众关系管理转型，核心体现在反馈闭环、运营效率与战略管理三方面。

首先，反馈闭环重构是关键突破。受人力物力限制，公益机构常以集体或滞后反馈回应受众，难以满足其知情权与效能感需求。AI将传播模式转为“主动服务”，如机构借AI预判需求，定时推送报告、主动开票；广东省麦田教育基金会接入数字化工具后，捐赠人可获精准物流信息，透明度大幅提升。AI通过精准匹配个体行为与项目进展，将冰冷交易转化为有温度的持续关系，满足受众的自我效能感与价值认同需求。

其次，AI极大地提升了关系维度的运营效率。中小公益机构人手短缺制约反馈闭环建立，导致受众流失。“蓝信封”仅20名全职员工需对接数万名捐赠人，火山引擎等通过AI助力其暑期完成四千份回访记录整理与故事提炼，解决个性化反馈的运营痛点，增强参与感与忠诚度。

在战略层面，AI可通过风险预警机制构建信任闭环。例如绿色和平澳大利亚-太平洋分会用AI模型识别潜在取消月捐的捐赠人，经针对性干预，9个月内保留531名捐赠者，额外筹得约23.5万美元，这种基于数据预测的精准干预，极大地提升了捐赠者的保留率，加强了机构与受众之间的粘性。

综上，AI通过建立“主动服务、高效反馈、风险预警”的系统，为公益传播构建了一个“实时、可验证”的信任闭环，从根本上重塑了受众的长期参与动机与忠诚度。

2. 实践反思：数据鸿沟与非规范性制约下的应用瓶颈

尽管AI显著提升了关系维系的效率，但公益行业面临着数据鸿沟和数据非规范性的结构性挑战。数据鸿沟表现为：大型公益组织能够积极探索AI，但众多基层公益组织由于缺乏技术人才和资金支持，对AI望而却步。春苗慈善基金会副秘书长杨雅表示，他们虽积累了大量数据，但因缺乏技术能力，不知道如何利用这些数据开展AI相关工作。同时，机构内部数据信息的不规范使用和大量重复，影响了AI对数据的分析和判断，导致基于这些数据训练的AI模型难以输出准确有效的决策，阻碍了AI在公益项目中的实际应用。这种应用能力的参差不齐，加剧了公益资源的马太效应。

3. 对策建议：数据标准化先行与“轻量级”工具包应用策略

为克服应用瓶颈，机构必须进行内部治理与外部协同。内部治理方面，机构应将数据标准化作为应用AI的基础前提，在应用AI前先进行数据的规范化与标准化。外部协同方面，应针对缺乏技术人才的基层组织，推行“轻量级AI工具包”策略，建议他们不追求自建AI模型，而是利用现有平台提供的API或功能，实现低门槛、高效率的应用，如AI文案助手、AI自动客服。此外，应积极呼吁平台设立“公益数据沙箱”，在保护用户隐私的前提下，向中小机构开放脱敏的大数据接口，以缓解数据鸿沟，实现普惠赋能。

结论

本研究证实，AI正重塑公益传播底层逻辑，推动行业从粗放“内容投喂”转向精细“关系管理”。核心发现是，AI并非仅提升效率，更通过精准触达、个性化共情与高效转化的“三重路径”，构建起实时、可验证且深度定制的受众连接闭环。该闭环弥合了公众信任赤字与机构内容生产不可持续性的矛盾，使公益传播回归“双向对称”原则下对受众个体价值与长期承诺的关注。

研究核心价值在于将技术讨论升维至公益传播本体论思辨，同时指出AI高效能背后的伦理挑战：算法依赖引发的“流量脆弱性”、情感计算侵蚀自主意愿、数字分身冲击媒介真实性，均可能消解公益纯粹性。因此，研究聚焦构建“抗算法脆弱性”思维，坚守“情感克制”与“内容透明度标记”底线。

综上，AI是推动公益行业实现可持续化、精细化和伦理化转型的重要力量。它要求所有公益传播者必须以人文精神作为导航，以伦理底线作为锚点，在追求效率的同时坚守善意的纯粹，方能在技术浪潮中，找到实现更深远、更有效、更有温度的善意传递的航向。

参考文献

- [1] 潘祥辉.告别“塔西佗陷阱”：中国公益传播的信任危机与路径重构[J].新闻大学, 2018(4).
- [2] 李勇坚.人工智能赋能公益慈善的路径研究[R].中国社会科学院研究报告, 2024.
- [3] 张洪忠.算法推荐与社会信息传播效率[J].现代传播, 2022(5).
- [4] 腾讯公益平台2024年度报告[R].北京:腾讯公益基金会, 2024.