

2022年

跨域教學聯合系列活動

內容：人工智慧社會影響力評估
授課老師：劉凱琳 助理教授

課程目標

近年在永續發展議題上，已導入高科技、大數據、與AI人工智慧，期望用更科學，更有效率且規模化地解決全球的社會議題。AI充斥在現代生活中，舉凡交通、娛樂、醫療等都與其密切相關。「社會影響力評估」是近年備受關注的議題，衡量一個專案或組織對社會整體產生的真正價值，其價值包含社會、經濟、與環境三大主要面向，而「社會投資報酬」(Social Return on Investment, SROI)方法是主流的評估工具。目前國內外已將「社會投資報酬」SROI應用於公部門、企業、社會企業、公益團體等各領域。本課程嘗試結合社會影響力評估與AI人工智慧，了解各種AI人工智慧技術與應用並探討對社會整體產生什麼改變。期望讓學生了解人工智慧在國內外的實際應用、AI如何與SDG議題結合、並且進一步深入了解AI與社會影響力評估基本理論與操作、人工智慧的社會影響評估面向、與專題實作。

課程綱要

- SROI社會影響力評估：原則、步驟
- SROI：分析範圍、利害關係人、投入與產出
- SROI社會影響力評估理論與操作：事件鏈
- SROI社會影響力評估：指標、成果
- SROI社會影響力評估：財務代理指數
- SROI：成果與財務代理指數實作案例練習
- 實務演講：人工智慧與社會應用
- 人工智慧社會影響力評估國內外案例介紹
- 人工智慧社會影響力評估：分組案例討論

學生成果

課程培育成果

1. 增加學生對社會影響力的理解
2. 深化學生對AI議題全面性的理解
3. 研究AI議題須具備學習換位思考的能力
4. 體會AI領域跨域合作重要性
5. 對AI與社會議題多元分析能力
6. 提升學生對AI社會影響力分析就業興趣

05 事件鏈與成果

NHK電視台

產出/活動：用AI技術製作舞台和歌曲

事件鏈：媒體報導 → 增加曝光率 → 更多人訂閱 → 提升收益

成果：知名聲大響、與於森美術館合作展覽、授權給唱片公司

粉絲

產出/活動：再次見到偶像

事件鏈：正向心情 → 提升對AI應用的認識

成果：負向心情、對公司和AI技術產生負面印象

哥倫比亞唱片公司

產出/活動：獲得授權並發行歌曲

事件鏈：大眾口碑好 → 發售實體CD → 提升收益

成果：協助蒐集聲音訓練檔案、了解相關企劃進行所需、獲得與AI相關產業合作的經驗

06 指標

粉絲

和企劃之前相比，對AI產業態度的變化

- 持正面：願意使用或投資AI相關產品
- 持負面：不願意使用或投資AI相關產品

粉絲

再次見到美空雲雀而得到心靈滿足

- 和企劃之前相比，與偶像的連結感提升
- 年輕人也能更加認識美空雲雀

NHK電視台

曝光率提升

- 有關此事件的報導篇數是否大於一定數量
- 節目(2019紅白歌合戰)收視率與前一年對比的提升率

07 財務代理指數

成果	指標	財務代理指數	計算價值
曝光率提升	1. 有關此事件的報導篇數	1. 日經新聞彩色全國版1/3版面廣告費	1. 288萬台幣
	2. 節目(2019紅白歌合戰)收視率	2. 受NHK委託廣播，以日本民衆電視台TBS台之刊登率廣告費之費用計	2. 25萬台幣/單筆廣告

成果	財務代理指數	計算價值
對AI產業抱有信心	投資AI相關產業	275萬台幣
獲得收益	唱片公司的財務報表	322萬台幣
增加AI技術應用合作的經驗	AI相關企業的規劃應用	540萬台幣