

浅析 AI 时代摄影所面临的问题

黄远梅

(龙泉市安仁镇人民政府, 浙江 丽水 323701)

摘要: AI 摄影是一种新兴的摄影技术, 它将人工智能技术与摄影技术相结合, 使用计算机程序来控制摄影过程, 从而获得更准确、更有趣的摄影效果。AI 摄影的优势也越来越突出, 它能精准地控制相机参数, 摄出的照片更加清晰、精确。人工智能的飞速发展, 既会给人类带来繁荣便利, 也伴随着危机与挑战。它对摄影艺术产品、市场、投资又造成什么样的冲击? 虽然人工智能创造大量价值, 并将我们从重复性工作中解放出来, 但它也是一种颠覆性技术, 减少了不少人工需求量, 带来一些挑战和失业风险。面临巨大的危机也迎来非常大的机遇, 摄影教育应当如何面对机遇与挑战?

关键词: AI 摄影; 问题; 信任危机; 创意应用

一、摄影艺术与人工智能时代的挑战

摄影的文化含义非常丰富, 摄影作为一种社会观察、记录和文化批评的工具, 如何在危机中寻找机遇, 挑战自动智能, 摄影创作与美术等其他造型艺术的创作有很大不同, 美术创作需要经过长期艰苦的基础手法训练才能进入创作。而摄影作为收集创作素材的方式其优点表现快捷准确的真实还原, 还可以表现多种艺术风格。摄影学习特点是要使学生在最初掌握摄影基本理论与技能技巧的同时, 就是把镜头对准社会生活, 在观察表现社会生活典型瞬间的创作实践过程中, 来加强对曝光、构图、用光、景深控制、色彩表现、影调等一系列基本理论与技能技巧的理解与掌握。在科技发展推动下, 照相机已经完全实现自动化智能化了。摄影入门的技术层面以及操作难度已大大降低。

在传播技术、传播手段和传播方式高度发达 AI 时代, 摄影作为文化表达的载体这一功能被弱化。然社会的发展从来就离不开对人文的依赖, 相比人工智能, 人类的优势在于可以有更多有创造力和人情味。如 2019 年的《开学第一课》中撒贝宁让机器人特奥和人类子航比赛弹钢琴, 弹《野蜂飞舞》机器人特奥以五十二秒速度胜了子航二秒, 但在情感和技巧上子航胜出。AI 取代人类所从事的重复性的工作, 但不能提出一些新的概念、理论、创意, 这是人类独有的能力。高校摄影教育有责任也有义务倡导人文关怀的精神, 引导学生在摄影的学习和创作中对人生存状态的关注, 而不是只强调摄影基础与手法, 培养学生操作器材的能力, 而忽视对人文精神的关注。通过人文精神独特的表现方法更多的是关注人性价值、人的尊严和人生意义, 触及到社会的深层, 倡导社会的公正与平等, 维护和尊重每一个人的权利和尊严。网络信息的传播和受众群体对图像喜好的必变, 人工智能不擅长新创意性工作, 便是人可以提出一些新的概念、理论、创意, 拓展图像信息内涵, 培养学生在创作中运用人文精神, 满足人的精神需求。让学摄影的学生的眼睛并不是机械地观看, 他会自觉的以人文关怀的目光凝视周围的世界。在观察到客观现实事物时的直觉反映, 正确的把握好这瞬间的直觉选择。图像如果没有情感就不会感染人、打动人, 而人文精神使摄影成为最具情感色彩的艺术, 它最突出的不是视觉冲击力, 而是“以情制胜”。开掘学生文化潜能与全面综合艺术修养, 为学生指明正确的发展方向, 实现理论、实践、创作这样一个互动的教学过程, 这才是现在摄影教育真正应该关注的问题。

二、大众摄影教育的冲击与挑战

摄影市场不断发展, 也使摄影教育需求日益增多, 应运而生的各种大众摄影教育对传统高等摄影教育产生一定的冲击与挑战。随着影像数字化技术的运用引发摄影的平民化, 以及全媒体时代

的到来多媒体的融合新闻摄影遇到前所未有的挑战, 摄影记者的生存危机日益凸显。早在 2013 年 5 月 30 日, 美国《芝加哥太阳时报》宣布裁撤摄影部, 该部 28 人无一保住饭碗, 其中包括 1982 年普利策奖得主 John H.White, 消息一经传出, 业界一片哗然。这对新闻摄影的从业者和新闻摄影教育不能不说是敲响了一记警钟。AI 时代的摄影为了迎合大众的口味与需求, 为了吸引眼球使大众沉浸在不动脑筋的乐和笑中, 摄影在高等教育中已不能像新闻媒体一样追求“新鲜”的时效性以及为受众、市场和生存追求视觉表现力更加丰富多彩而改变初衷。21 世纪, 全民素质的提高, 是社会发展与繁荣的基础。图像时代的来临, 图像文化已成为精英人才知识与才能的必要构成。读图时代的到来让图像承担起了文化传播的功能, 它让人类的生活状态与思维产生了巨大变革。随着科技的发展、社会需求以及教育产业化等因素, 我国高等摄影教育有了长足的发展, 全国各地开设摄影专业的高等院校呈燎原之势, 招生人数不断扩大。摄影教育中在培育学生学习和操控相机, 只是帮助学生学习技术的手段和载体, 对学生的摄影创作而言, 相机也只是他们表达思想和态度的工具。

摄影作为一门独立的视觉艺术, 有其独到的语言表达方式。摄影语言和拍摄技巧的熟练运用在摄影教学来说是很重要的。“授人以鱼不如授人以渔”, 教育关注的人文精神和审美文化, 在摄影教学过程中, 教师的主要任务是加强学生政治上的坚定性和社会观察的敏感性。培养学生的使命感, 专业使命的最高境界就是具有社会责任感, 注重培养学生良好的审美感受能力, 审美能力是从事物中发现美, 并且能把握和掌控具有美感的形态和结构的一种特殊的素质。通过摄影教育来培养、改造和提高审美能力, 是摄影作为一种文化表达的实质, 这对学生的正确成长是极为重要的。

三、新闻、纪实摄影面临的信任危机

摄影, 尤其是新闻摄影、纪实摄影, 曾为具有极强说服力的视觉证据面临着“信任危机”, 在当前市场经济条件下, 中国高等摄影教育很重要的一个方面是为社会经济发展服务, 培养适应我国经济发展需要的摄影人才。然一味地追求画面的“唯美”和视觉冲击力, 让摄影屈从于商业市场、物质利益而走向错误的极端, 出现了摄影的另一困境: 信任危机。

(一) 人们对其持有高度信任的摄影, 随着摄影后期软件人工智能的运用, 新闻、纪实摄影出现“信任危机”

长久以来, 摄影作为机器生产出的视觉媒介产物, 因其固有的技术的客观性, 而获得了人们的信任, 被广泛地用来记录社会事实。人们一度对摄影持有高度的信任。真实性是新闻摄影、纪实摄影的最基本要求之一, 这是由纪实自身的客观属性决定的,

也是社会生活的必然要求。真实事件是整个客观社会的一部分,反映这种客观的意义价值,是新闻纪实摄影的基本任务。通过摄影纪实手段反映当今社会的主要矛盾,真实反映广大普通老百姓的喜、怒、哀、乐,揭示他们的生存状况和追求,大胆无情地揭露社会种种丑恶现象,同时把社会生活中最美好的典型、现场中最有代表性的瞬间记录下来。如:纪录摄影中的科学资料作品、文献资料摄影作品,有的艺术价值很高,就可以作为艺术照片中的纪实摄影作品来看待,参加比赛,获取奖项。同时又不影响它的文献价值或科学价值。如:新闻摄影中的一些领袖活动和重大社会活动的摄影作品,很多作者最初只是为报道各种新的事实,出与记录新闻现场场景的目的,作为画面形象再现而拍摄的,但是,其中不少因为艺术价值高,成为纪实摄影的经典之作。这些纪实照片因为记录了那个不同时代最突出的事件而成为无价之宝,但这决不能说因为它得到人民的爱戴就具有艺术的特性。这里必须要搞清楚的是因为人们喜爱那些照片的文献价值,是因为它真实地再现了当时的人物与环境,具有无可辩驳的说服力。如果用图像后期软件人工智能的把照顾片中的情境内加以修饰和变动,把不同的语境及具有艺术成份的因素加进去,无疑是这些文献纪录照片将大为减色,甚至会弄巧成拙,变得毫无价值。当下摄影就是因为常常展现出背离现实的图像,使人们不得不对摄影产生质疑,由此引发“信任问题”成为当今摄影所面临的重要问题。

新闻、纪实摄影与艺术摄影都是以一定的摄影作品为载体,两者同属于艺术作品,不同的作品表现出不同的意境。创造出一定的艺术形象来反映社会中的各类生活,其中显现出生活风格的意蕴美,情感美,同时它也抨击各类社会的丑恶现象的;在艺术创作的手法中,所显现的精美形式和技巧,显现出了人类对自然规律掌握的灵巧性。摄影的分类是摄影进步的需要,是摄影不同门类之间和平相处、共同促进的需要。混淆分类或者取消分类会造成评判上的混乱,也使摄影面临着信任危机。不利于摄影的繁荣,也是一种艺术上的倒退。

(二)摄影在网络平台中的运作中,现场再现局限性更为凸显,摄影已陷入信任危机

科学是推动摄影不断发展的关键因素,同时摄影也因科学赢得了大众的信任。在科学技术的不断推动下,摄影是越发充满神奇和魅力,它可以借助光影的变幻,以其特有的表述现实的语言逻辑,成为人们认识世界的重要途径,甚至形成了人与现实之间直接接触的阻隔。同时摄影的局限性也在信息技术 2.0 式发展过程中逐渐显现,这使其对现实的“再现”与真实的“现实”之间并不相一致,人们开始对摄影产生质疑。2.0 式的摄影图像传播,早在十多年前,美国传媒专家弗雷德·里钦在其著作《摄影之后》中率先提到如今已是“摄影 2.0 时代”。摄影在网络平台中的运作,使其局限性更为凸显,引起了对摄影的群体性质疑。至此,摄影已陷入信任危机。摄影与科技的结合,毫无疑问会继续下去,摄影信任问题是在其自身发展进化的过程中逐步凸显的。在摄影因科技而被信任,又因科技而被质疑的循环中,摄影的信任能否被重新建立,目前难以下定论。只有通过对于摄影信任问题的深切研究,使人们能正确看待新闻、纪实摄影与艺术摄影创作手法的不同、理解摄影所面临的信任危机,从而为摄影的未来发展,乃至重塑摄影的信任寻找依据。

四、要适应市场需求的新创意,让广告摄影在 AI 时代占有一席之地

广告摄影有着卓越的纪实功能,它能够将企业商品完全而真实地记录下来,能够帮助消费者详细了解商品的外观等信息,有

助于在消费者心目中建立起对所宣传商品的信任感,广告摄影在市场经济宣传中有着无可比拟的优越性。因此,广告摄影有着极特殊的意义,我们应该看到广告摄影有着广阔的发展前景。

创意是广告摄影创作中的重要环节,可以说,创意是广告摄影作品的灵魂。在教学中要指导学生,调动一切创意技术手段,充分表现商品的形态、色彩、质感,创造出完美画面视觉效果,将消费者瞬间无意之中的目光吸引过来,给消费者留下深刻印象,以达到刺激购买的欲望。围棋 AI 机器人阿尔法狗一样,它可以战胜一切人类高手,却始终没有围棋艺术中的那种意境美。相声机器人同样如此,它可以利用庞大的数据库和搜索能力去替代很多中庸的相声演员,但却无法达到相声大师们那种语言艺术的魅力及那种炉火纯青的表演能力。

在新的时代下,影像的摄取和产生,包括应用和消费,越来越广泛。每个人不仅仅是图像的消费者,也是图像的生产者,图像的载体也在发生着根本性的变化;人的审美也在不断变化,审美的变化取决于社会和环境因素,诸如政治、文化等。在广告摄影教学中,要真正贯彻理论与实践相结合的教学方针,改革已往教学中教师单纯向学生传授广告摄影技能、技巧的教学模式。根据我国市场经济发展对高校广告摄影教学提出的新任务、新要求,既要重视教学基础实践研究,又要推动教学理论创新,更要注重工学结合,加强高校与企业的联系,注重高校教学科研成果的转化应用。作为一名未来的广告摄影师,学生应该掌握娴熟的广告摄影技术技巧,有扎实的摄影基本功,了解当今摄影新技术、新材料的迅速发展,特别是 AI 影像技术和计算机图像处理技术的迅速发展,使学生能进入广告摄影创意的广阔新天地。同时,要学习如何适应社会经济发展的需要。学生要有良好的语言文字表达能力,要有团队合作精神。同时要培养学生有顽强的毅力和吃苦耐劳的敬业精神。摄影教师要关注学生身心发展,注重复合型人才,使学生毕业后能够融入到社会实践中去。

摄影从机械复制到数码到基因复制时代,技术的快速更新换代。一个什么样的人工智能才能够实时感知社会总体的变迁,并且做出审美的转换?以及它变化的速度是否能够跟上人的速度?从目前摄影比较前沿的领域和趋势来看,作为艺术的摄影已经远离了所谓的“完美构图”“决定性瞬间”,或者是所谓的“好看”。如果摄影教育还在追求“某种艺术手法的规律”,发展下去,人工智能还真能替代很多水平一般和指望相机自动控制摄影,软件自动创作的摄影者。如果真能实现的话,笔者认为这对于摄影行业是好事。近些年摄影大众化,很多投机摄影者也闯入这个行业捞金,如果人工智能可以取代淘汰掉他们那还真是大功一件。现在的摄影已经开始追求另外一些东西,比如文学性,中性叙事,情绪干涉设计的容器等等。真正优秀的摄影作品需要摄影者具有较高的美学、音乐、文学、美术、哲学和自然科学、人文社会科学、历史等各方面的知识。要培养学生具备丰富的生活阅历,学生应具备强烈的主体意识和丰富的情感,敏锐的艺术感悟力。有强烈的创作欲望,力求创新,突破视觉规律。在摄影教学过程中使学生懂得,只有具备深厚艺术修养、文化修养,掌握了娴熟的摄影技术技巧和对社会生活有深刻认识的摄影家,才能创作出具有时代精神的优秀摄影艺术作品。

参考文献:

[1] 熊志华. 基于数字化时代下新闻摄影实践问题分析 [J]. 电视指南, 2017 (7).