

人工智能时代播音员主持人的危机与变革

◆陈芃朴

(中国传媒大学 100024)

摘要:经济与科技的迅猛发展使得“人工智能”这个词逐渐被人们所熟知。现如今,“人工智能”可谓无孔不入,各行各业都有“人工智能”的渗透,媒体行业自然也不例外。对于播音员主持人而言,前有新媒介形态的不断涌现,后有传统媒介受众流失的现实危机,如何在人工智能时代的媒介环境中生存下去,成为了每一个播音员主持人不得不思考的问题。

关键词:人工智能;播音员主持人;危机;变革

过去的几十年是传统媒体盛行的时代,广播和电视作为人们获取信息的重要途径,是人们日常生活中不可缺少的必需品。这样的时代背景使得播音员主持人成为了当时人人敬仰的“明星”。然而随着新媒体的迅猛发展,传统媒体不再是炙手可热的“香饽饽”,尤其是智能手机、便携式平板电脑的推广和普及,使得人们更愿意在新媒体上获取第一手信息,这对传统媒体来说构成了强烈的威胁。如今步入人工智能时代,传统媒体的这种危机感便更为凸显。在后移动互联网时代,利用人工智能为移动互联网打造内容生态新引擎成为人们关注的焦点。从自媒体浪潮到网红经济,再到如火如荼的直播,均体现出“互联网内容化”的趋势。随着“内容为王”的新互联网发展的不断推进,丰富的用户画像字段、准确的画像结果,可以实现优质内容与用户的精准匹配,让每一个用户都享受到个性化的阅读体验。

一、人工智能时代播音员主持人面临的危机

在所有新兴科技的狂轰乱炸之下,真正让播音员主持人深感危机的是纪录片《创新中国》中所运用的智能语音和人工智能技术,它利用大数据搜集语音,让已逝的著名配音艺术家李易老师的声音重现荧幕,从而完成了整部纪录片的配音。这也是全球第一部全篇采用人工智能配音的纪录片。曾经在播音从业者的想象中,人工智能合成的配音是没有语流的,而《创新中国》中的智能配音从音高、音色、音强甚至吐字的完整程度上都与真人相差无几。但人工智能的“声音”与人的声音也不是完全没有区别,人工智能的“声音”缺少“人”的味道,即缺乏“语言表达”层面的感受和技巧。不过不得不承认的是,人工智能虽然无法达到语言表达层面的要求,却能完成信息传播层面的任务。试想一下作为一个普通观众,在观看纪录片的同时很有可能是一心多用的,他们绝不会以专业的眼光一字一句地去辨别和纠正人工智能的语言表达缺陷。播音员主持人由此发出恐慌:这是不是意味着如果这项技术成熟,我们就不需要配音员了呢?

许多人都曾以为人工智能技术都是科幻电影中的产物,距离我们还很遥远,但在纪录片《创新中国》中笔者才真正意识到这些技术其实就在我们身边,无人机投放快递、无人驾驶技术已经进入实验阶段,人工智能正在走进我们的日常生活。这向我们传递了这样一条信息:在未来的5-10年内,人工智能是能够大范围被普及的。加拿大原创媒介理论家麦克卢汉曾经说过:“媒介是人的延伸。”正如他所预言的那样,媒介的确将我们的五官向四面八方延伸开来。对于普通人来说,最直接的感触就是,过去我们目光所及之处顶多方圆几百米,而如今我们通过智能手机能够看到几百公里甚至几千公里以外的景色。未来,人工智能将更加拓宽我们的眼界,那时我们可能不再依靠人力劳动来完成一些常规事务,而完全通过机械来替代。所以说,人工智能的出现正改变着我们思维的逻辑起点。在传统的报刊、广播、电视等大众传播以及网络传播过程中,人类传播者负责信息的采集、写作、编辑和传播。而人工智能技术逻辑下的传媒业,将改变人为主导的信息生产方式,智能机器的作用越来越大,它可以帮助传媒从业者做大量简单重复、数量庞杂的工作,也可以做一些高附加值的工作,例如搜集素材、信源捕获、新闻采访、语音合成、语音识别、图像识别、写稿、编稿、校对、可视化处理、分发、推送等。

二、人工智能时代播音员主持人的变革

播音员主持人的出现正是广播电视刚刚兴起的时候,此时人与媒介的距离并不像现在这么近,受众需要播音员主持人来引导并告知其如何去使用媒介。现如今随着科学技术的发展,人与媒介的距离越来越远,播音员主持人的部分功能已然丧失,这是否意味着播音员主持人就不再被需要了呢?结论也许不是一定的,

但可以肯定的是,一部分播音员主持人可能真的不再被需要了。比如电视购物节目主持人,当用户想要买某个家具时戴上VR眼镜,用户的眼前就能够自动模拟出该家具放置在家里的布局;当用户想买一个冰箱时,VR就会告诉用户它的所有基本信息以及使用方法。再比如某些节目中的串联型节目主持人,比起所谓科班出身的主持人了,观众更喜欢看到记者、歌手、演员做跨界主持人,而许多传统的串联型节目主持人也早已丧失其串联节目的功能,变成了单纯地念广告之人。那么未来播音员主持人究竟会有哪些变革呢?笔者将从以下三点加以阐释。

1. 播音员主持人角色的转变

面对新媒体的崛起,播音员主持人首先要意识到的是自己身份角色的转变。在传统媒体时代,播音员主持人是单向的传播者,承担着传递信息、引导舆论、供给教育、提供娱乐的责任,他们作为“社会雷达”和“社会守望者”,肩负着告知、监测、预警等功能。而在人工智能时代,播音员主持人更多地是一个与受众双向沟通的服务型角色。其实在网络直播时代就已经出现过类似角色的主持人,比如一些利用小屏进行直播的旅游节目主持人。他们以“朋友”的身份、聊天的形式,带领观众游玩、替观众去品尝当地的美食,而这很可能是未来VR节目主持的雏形。此外,新时代的记者型主持人在进行现场报道时,通过与人工智能的合作甚至可以达到事半功倍的效果,比如未来的无人机或纳米智能传感器能够在不借助大量人力劳动的前提下第一时间飞到灾难现场,除了采访幸存者,还能扮演救援者,把它们搜集的信息快速汇总起来,再由编辑部的中心计算机进行大数据处理。而人类记者需要做的则是与机器协同进行深度采访和后续报道。

2. 播音员主持人对新媒介的适应力

播音员主持人需要有危机意识,能够迅速适应新的媒介环境。我们生活在一个媒介环境瞬息万变的时代,以前可能5-10年媒介环境会有一个大的变化,而现在2-3年媒介环境就会变一次。并不是说不退步就行,而是只要停滞不前就有可能被这个时代所淘汰。当柯达集团开始意识到人们不再需要胶片的时候,它就已经濒临破产边缘了。所以播音员主持人必须要有适应新媒介环境的觉悟。

3. 播音员主持人的创新互动意识

播音主持的平台日趋多样化,新的播音从业者作为未来播音主持行业的一员,更应该积极地融入到新媒体的发展潮流中去,充分利用新媒体态势下发展起来的广大平台为自身的发展注入新的活力,用创新的眼光,主动融入,在主持节目中充分利用新媒体,增强与观众的互动性。例如,加强节目的线上与线下互动,做到多位一体,通过微博评论转发、网络同步直播、手机参与互动活动等各大形式创新发展,增强互动性、趣味性。此外,许多电视节目在新媒体的发展下都新增加了手机扫码、摇一摇等形式的互动功能,拉近与受众的距离。

三、结语

在新媒体环境下,播音员主持人面临着许多的发展困境,但是只要积极地进行创新发展,就能找到突破瓶颈的诀窍。人工智能时代的播音从业者不仅要提升自己的文化学识和专业技巧,还要在节目的内容层面和受众层面加以关注,在人工智能时代的浪潮中不断探索,争取给社会带来更多更好的新媒体节目作品。

传统的播音主持业面临着艰巨的挑战,但机遇也随之而来。正如前文所阐述的,人工智能缺乏“人性”,播音员主持人可以在今后的节目中增加更多人文关怀,放大节目中“人”的特性,积极地应对新媒体的挑战。同时,我们还要以创新的思维模式不断打破传统的界限,推动播音主持业的发展,促进全国媒体行业的改革,营造良好的发展氛围,给受众带去全新的视听盛宴。

参考文献:

- [1]牛祿青. 人工智能时代的传媒业变革[J]. 新经济导刊, 2017(7):80-85.
- [2]王思淇. 论全媒体时代电视节目的主持形态[J]. 山西财经大学学报, 2016, 38(s1):131-132.
- [3]郭玉萍. 基于新媒体环境下播音主持的创新发展[J]. 今传媒, 2017, 25(25):111.

作者简介:陈芃朴,男,1995年11月,湖北武汉人,硕士学位,中国传媒大学,研究方向:口语传播实务。