

驯化与对话： AIGC+主持人的人机协同进化路径

王千钧 孙 昊

摘要：智媒时代，AI人工智能技术深度融入媒体生产流程中，以ChatGPT为代表的AIGC生成式人工智能技术正改变传统的媒体采编工作。智能技术将“人”全面数字化解构，算法深度融入媒介内容生产与分发，而算力分配背后实则也是媒介社会权力的重构。本文阐释智媒背景下主持人与AI之间的角色异化和技术弥合，并从媒介社会学和进化生物学的视角，探索“人一机”“人一技”之间的双向驯化、协同进化方向和路径。

关键词：生成式人工智能 主持人 人机关系 协同进化

主持人未来是否会被AI主播所取代？AI主播能否拥有自我意识？自AI主播诞生以来，学界界对此类问题的思考和讨论就从未停止。随着生成式人工智能AIGC技术(Artificial Intelligence Generated Content)的出现，预训练模型、多模态技术、生成算法等技术的累积融合，相关议题的争论更是愈演愈烈。事实上，我们若想正确认识人机关系应该从技术决定论与社会建构论等二元对立的思想中超脱出来。^①随着技术的逐渐精密，主持人与机器的非对称性将逐渐向对称性弥合。结合进化生物学的视角，二者的共生关系也会从专性共生(Obligate Symbiosis)向内共生(Endosymbiont Hypothesis)转变，即共生双方融合成为一种更复杂的全新的生命形态。

一、全息与量化：算法背后的媒介权力重构

美国学者巴伦·李维斯和克利夫·纳斯于20世纪90年代提出了“媒体等同理论”(The Media

Equation Theory)，最早将媒介视为社会行动者和真实生命。麦克卢汉也说“媒介是人的延伸”。智能时代，人被数字化全面解构，社会行为受算法评估和引导。而这人机关系的变革背后，亦是社会权力的重构。

(一)“全息”数据化的赛博身体

与人共生的智能设备能够对人所在的空间进行改造，并让人们获得全新的存在方式，如“半在场”或“半缺席”赛博格化(Cybernetic Organism)的身体，与各种智能应用软件，共同促成了智能传播在生活中的全面进入。此时，身体数据在各类传播中的作用也在凸显。美国学者凯文·凯利和加里·沃尔夫提出了量化自我(Quantified Self)这一概念。^②赛博格化给主持人带来的一个重要变化，是量化自我活动的增加。数据主义者认为，数据取代原子、实体、物质，成为世界的新的“基质”。今天，人的“数字化生存”正在深化为“数据化生存”。人的“画像”、身体、位置、行为、情绪与心理、关系、评价、思维方式等被全面数据化。^③(图1所示)



图1 “全息”数据化的人
主持人在高度数据化下工作，AI会捕捉其

风格和需求,逐渐成为比主持人更了解自己的智能助理。一方面,这样快捷化、精准化的生成模式,弱化了主持人自身的知识积累和价值塑造,可能不利于主持人的长期发展。另一方面,AI算法能根据用户画像、思维方式等数据精准地生成内容,这样高度定制化的内容针对性强却明显单一,易让用户(主持人和受众)陷入算法驱动的信息茧房(Information Cocoons),窄化了媒介内容生产的空间,也限制了人对于知识边界的探索和思考。

(二) “量化”人生,与机器赛跑

“掌握多国语言、出口成章、24小时不间断工作……”AI主播以其快速、高效、智能等特点迅速获得市场青睐。高度数据化的AIGC赋能下,AI主播的稳定性、性价比和内容生成质量也进一步提升。使用AI在一定程度上能够比主持人更加快速、准确、高效地完成批量化内容生产。当人类直面这种“量化”评估威胁时,就会陷入“与机器赛跑”的被动竞争。就如19世纪美国工人亨利与钻机进行了一场比赛,最终虽然他赢得了比赛,却因为心脏衰竭当场倒下,^④这就是人和机器相比在体力、耐力上的局限性。近年来,AI主播工作领域从最初的新闻播报拓展到了评论节目、访谈节目、综艺节目等等,甚至开启带货直播。AI主播的入局,加剧了数字劳动者的工具化,让原本就竞争压力大、比较“内卷”的主持行业陷入“人机互卷”的漩涡。内卷(involution)这个概念出自德国哲学家康德《判断力批判》一书中,近年来在我国广泛流行,甚至有时被视为努力拼搏、积极进取的代名词。但其本意为“反向进化,内向演化”,这样的“存量竞争”显然违背了生物进化、社会发展的规则。合理的发展方向应是技术推动主持行业做生产型、创造型的工作,对新的领域持续拓展和发掘,创造增量,实现行业的进化发展。

(三) 算法即媒介的隐患

学者喻国明表示,我们正在进入一个“算法即媒介”的全新时代。算法权力研究的对象是算法与媒介生态之间的动态演化关系,涉及的核心概念是算法和媒介生态。^⑤在算法平台内,作为技术媒介的算法取代了由精英话语建

构的文本,成为主导用户的“新霸权”。新霸权背后的权力差异不再是政治精英和社会大众在解读新闻上的知识差异,而是一种“人机能力差异”,即算法推荐机制远胜于编辑的信息处理能力。^⑥AIGC技术依赖的正是大数据和算法技术,在智能化生成过程中也可能隐含“算法歧视”。即使训练数据集不具备偏见,机器学习算法也有可能通过自我学习制造偏见。机器学习算法的复杂程度之高,有时连程序员都无法理解,易形成“算法黑箱”。^⑦主持人在参与AIGC技术生产内容时,可能无法觉察和回避隐匿在技术背后的算法歧视,从而造成立场和表达的偏差,给主流媒体的意识形态传播造成挑战。

二、情感与导向:主持人异化发展的探索

有学者用“数字人文主义”(Digital Humanism)这个词来描述从人类中心视角出发的技术研究。在智能媒介发展的进程中,人类通过持续优化模型和算法等关键技术,使机器呈现“类人态”的表达,尤其是AIGC技术使AI主播能够在大数据的支撑下,实现互动交流的双向传播。但生成式人工智能技术的演绎是否能够脱离人创造艺术价值?目前看来还是存在技术桎梏的。艺术是人类经验的保存,艺术中要存有“人”:人的肉身、情感和实践,虽然这是人的局限所在,但也正是这种局限性规定了人类属性。^⑧主持人在创作过程中,要充分彰显“人性”的特征,探寻人际传播、人机传播中的异化发展路径。

(一) 情感传播与智能情感

新闻传播学强调“情感”在人际交往过程中的作用,这也是人际传播有别于人机传播的特性。主持传播中的情感元素表现为两个方面:一方面是主持人自身的情感价值的实现。马斯洛的需求层次理论(Maslow's Hierarchy of Needs)提出人最终追求的是自我实现,所以要激发主持人的个人情感元素,通过工作获得职业的荣誉感、成就感和幸福感,实现人生价值。另一方面,主持人在人际传播中,通过与嘉宾、受众的互动提升彼此的情绪价值(Emotional value),从而获得新的创作能量和艺术效果。

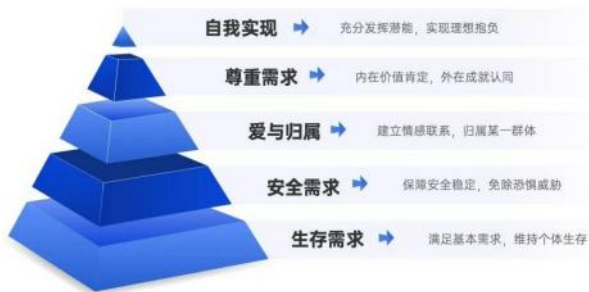


图2 马斯洛需求层次

随着机器进入人机交互领域,其情感智能(包括情感识别和情感表达)也是一项重要研究内容。为了完善“情感智能”,机器必须对目标受众——人类的情感信号(如声音、表情、动作等)进行辨识,了解其所传递的情感内容,然后根据相关模型选取合适的情感反馈,再将其以适当的形式表现出来。(图3所示)



图3 智能情感演绎框架

人类的情感表达、机器的智能情感演绎,共同构成智媒时代的情感传播系统,带给受众多维度的情感体验。同时,最大程度满足受众动态化、多元化的情感需求。通过智能识读与人机弥合,进一步增强受众与媒介的互动和黏性,从而强化主持人的人性化吸引力。

(二) 虚拟偶像与公众模范

艾媒咨询发布的《2023年中国虚拟偶像产业发展研究报告》显示,2022年中国虚拟人核心市场规模为120.8亿元,预计2025年将达到480.6亿元。虚拟主播属于虚拟数字人的重要组成部分,随着“Z时代受众”群体的逐步壮大,虚拟主播也迎来新的机遇,收获了大批以二次元用户为核心的粉丝。

虚拟主播通过搭载AIGC等关键技术,呈现出了超现实的完

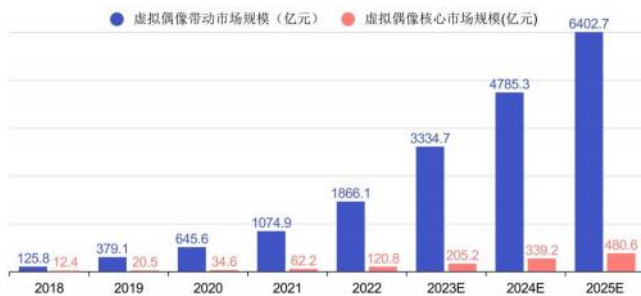


图4 中国虚拟偶像核心市场规模及预测分析

美、超全能的才能和超时空的陪伴,满足了粉丝的所有想象。显然,这样的“完美人格”,人类是无法实现的。人类费尽心思塑造“完美人设”,也很容易在信息透明的当下人设“崩塌”。主持人作为公众人物,应将德行放在首位,积极承担社会责任,自内而外塑造和展现其人格魅力和人性光辉。主持人从来不该只是偶像,而是通过渊博的知识、高雅的情操、崇高的品行,传递主流价值观,成为公众的行为模范和意见领袖,这样的人物形象才能深入人心、历久弥新。

(三) AI提示词工程师或成职业新方向

随着ChatGPT、Midjourney等AIGC工具的兴起,人机交互式传播能力成为人类的重要技能,由此也催生了一个新职业——提示词工程师(Prompt Engineer)。生成式人工智能技术整合了信息检索、聊天对话和内容生成等功能,革新传统新闻生产、新闻分发模式。主持人充当提示词工程师的角色,使用精准的提示词对话(如提示词4A指令,如图5所示),通过生成式人工智能技术获取采访对象信息、了解采访背景、撰写采访提纲、生成或润色主持文本等。

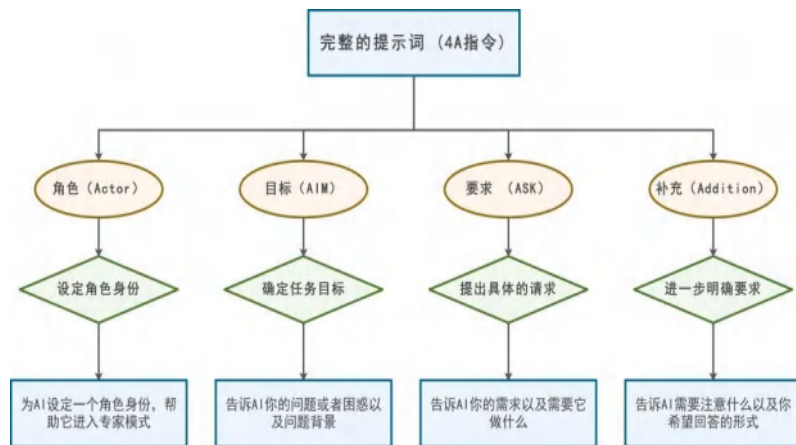


图5 AI提示词4A指令

当然,提示词工程师的应用场景却不局限于节目内容生产,而是会逐步覆盖教育、医疗、餐饮等各个行业。美国专业财经新闻门户网站Benzinga报道称,“部分提示词工程师的年薪高达37.5万美元(约合人民币267.3万元),且不需要技术背景”。主持人从人际传播的强者到人机沟通的先行者,亦或是在媒体人员饱和、节目去主持人化等现状下,破圈发展的一个职业新方向。

三、共生与再造:破圈发展的“人机”未来

进化生物学家凯文·拉兰德在《未完成的进化》中指出人类的进化可以分为三个时期:基因进化时期、基因—文化协同进化时期和文化进化时期。或许,我们已经进入了第四个时期:“合成进化时期(Synthetic Age)”。合成进化时期的人类智力用在了推动人类的共生体机器的进化上,而机器反过来也提升了人的能力,推动了人类智力的进化。



图6 人类的进化时期



图7 AI主播“向善”基因

未来主持人和AI主播的关系不是二元对立竞争,而将成为一个共同体,成为彼此的衡量尺度,和谐共生、协同进化。

(一) 双向驯化,协同进化

传播学视角认为,人对新技术存在使用与驯化(Acclimation)关系。在与人共存的过程中,人工智能技术进化将从以设计者为中心的“预驯化”阶段走向以用户为中心的“驯化”阶段。^⑨主持人作为智能媒介传播领域的核心角色,与受众共同对人工智能技术进行驯化,以提升其适应性和服务性。另一方面,传统的播音员主持人培养,主要是经验教学和实践训练,受到平台、时间、机遇等各方面影响。这也就导致了每年播音专业毕业生虽快速增长,但优秀的主持人却没有大量涌现。根据神经心理学的研究,人类的大脑皮质包含约一百四十亿个神经元,远比现在的计算机丰富、复杂、功能更强。人工智能+脑科学技术设计的科学化、系统化的训练方案,能有效

激发主持人的潜能。通过科学评估、有效训练,提升主持人的专注、观察、思维、想象、记忆、创造等素养;应用大数据平台的资源完善主持人的知识结构和体系;VR+AR的虚拟现实手段,辅助实现沉浸式的主持、现场报道训练等,全方位多维度提升主持人的脚力、眼力、脑力、笔力等综合竞争力。这也恰好契合斯蒂格勒的技术哲学论述,技术与人不是相互独立的,也不是创造与被创造的关系,技术的出现弥补了人先天的局限,二者互相赋能,共同进化。^⑩

(二) 引导科技向善,根植向善基因

人工智能在技术层面是价值中立的,但在实际应用中兼具创造性和破坏性。图灵奖得主杰弗里·辛顿认为,目前的人工智能已经可以通过学习,掌握“欺骗”人类的方式。一旦人工智能具备了“欺骗”的能力,就会有“控制”人类的可能。在生成式人工技术迅猛发

展的当下,社会各界也在呼吁引导科技“向善”。科技向善需要道德伦理、法律法规、信息管理、算法算力等多方共同支撑。AI本身没有价值观,它的价值取向和行为塑造初期来自于设计者的算法模型,后期高度依赖于训练数据。哲学家詹姆斯·穆尔(James Moor)认为,一个机器要成为“完全的道德主体”,就必须拥有意识、意图和自由意志。在目标清晰且可以形式化明确的情况下,机器在目标导向的行动方面表现出色。当前,ChatGPT能够进行多轮对话和自我修正,主持人通过对话向AI根植“向善基因”(包含中华优秀传统文化、社会主义核心价值观等内容,图7所示),驯化人工智能成为“以人为本”的强人工智能。强人工智能应该是一个可以反思自己的行为、吸取过去教训的机器,从而形成“自我意识系统”(Self-aware System)。

(三) 人机共生,构建智能增强体

根据具身认知(Embodied Cognition)观点,机器与人类其实已经开始了某种形式的“杂交”:尽管我们生物意义上的基因仍然维持原状,但我们认知上的自我却已经包含了某些机器的遗传物质。麻省理工学院的约瑟夫·利克莱德,在图灵和维纳的基础上,提出了“人机共生”(Man-Computer Symbiosis)的概念,他指出,计算机并不会取代人脑,两者之间并不是相互排斥,而是一种共存的关系。人类与机器能够协作处理一个复杂的问题。从人机协调发展的层面看,算法的“人格化”和人的“算法化”是智能化内容生产的双引擎。人工智能并非独立的智能体,而是我们人类智能的组成部分。“AI”这个名字可能不如“IA”(Intelligence Augmentation,智能增强体)贴切。随着技术和人类的深度融合进化,主持和人工智能也将形成相互依存、双向赋能的智能增强体。

四、结语

人与技术之间相互依赖形成了一种共生关系,生物学家将其称为“共生起源”,即共生双方融合成为一种更复杂的全新的生命形态。而内共生的双方一旦离开对方都将无法单独存活,这一点与程度弱于它的专性共生相同,并且共生双方已经合二为一,一方生活在另一方的组织中。

技术的中立、人性的魅力碰撞出“主持人+AIGC”协同进化的可能性。未来,智能化技术会在法制监管和道德约束下,通过驯化提升人格化、人性化的表达能力,而主持人也会在和技术相融的过程中,进一步激发潜能,丰富能力维度,强化技术控制力、智能表达力、艺术塑造力、思想号召力,成为智媒新时代的公众模范和意见领袖。

参考文献:

①喻国明,苏芳《范式重构、人机共融与技术伴随:智能传播时代理解人机关系的路径》,《湖南师范大学社会科学学报》2023年第04期,第119-125页。

②彭兰《从ChatGPT透视智能传播与人机关系的全景及前景》,《新闻大学》2023年第04期,第1-16页,第119页。

③彭兰《数据化生存:被量化、外化的人与人生》,《苏州大学学报(哲学社会科学版)》2022年第02期,第154-163页。

④[美]埃里克·布伦乔尔森,安德鲁·迈克菲《与机器赛跑》,北京电子工业出版社,2014年,第123页。

⑤喻国明《算法即媒介:如何读解这一未来传播的关键命题》,《传媒观察》2022年第04期,第29-32页。

⑥王一楠《智能媒体时代内容创作者对算法的使用立场研究》,《中国编辑》2021年第03期,第27-32页。

⑦汪靖《从人类偏见到算法偏见:偏见是否可以被消除》,《探索与争鸣》2021年第03期,第32-34页。

⑧王鑫,高源《情感与主体性:算法社会中人机关系构成及其共生进路》,《传媒观察》2023年第06期,第89-96页。

⑨周勇,郝君怡《建构与驯化:人工智能主播的技术路径与演化逻辑》,《国际新闻界》,2022年第02期,第115-132页。

⑩[法]贝尔纳·斯蒂格勒《技术与时间》,译林出版社,2012年出版。

(作者单位分别为:浙江省广播电视监测评议中心、浙江传媒学院)