

# 新技术赋能：人工智能参与综艺节目创新

◎ 刘叶子

**摘要：**2017年到2018年，人工智能被两次写入政府工作报告，这一技术已上升至国家战略层面。在人工智能技术的驱动下，综艺节目从选题策划、形式呈现、内容解构三个层面进行创新。同时，这类综艺节目存在着节目主体间互动性弱、智能终端个性单一、综艺场景奇观化的问题。综艺节目在人工智能技术上应用的主要发展方向有：兼具科学性与人文性；技术赋能综艺各环节；人机协同合作新模式。

**关键词：**人工智能；综艺节目；智能媒体

## 一、研究背景

2016年，迎来人工智能60周年，被称为“智能元年”。随着AlphaGo与韩国围棋选手李世石的世纪之战，“人工智能”开始进入主流文化视野，这一概念或成为此次人机大战的最终受益者<sup>①</sup>。2017年7月，国务院发布《新一代人工智能发展规划》，规划提出人工智能在中国“三步走”的战略目标，宣布将举全国之力在2030年抢占人工智能全球制高点。2018年3月，人工智能再次被写进政府工作报告，人工智能上升至国家战略层面，为人工智能从技术发展到产业落地营造了良好生态环境。

### 1. 人工智能与传媒生态

近年来，人工智能技术开始向新闻传播领域全面渗透，媒体呈现智能化的发展趋势，“智能媒体”时代到来：在新闻的信息采集环节、编辑制作环节、认知体验环节，传感器技术、智能机器人、VR/AR技术的注入使得新闻信息为用户而生，人工智能重塑新闻产业的业务链<sup>②</sup>；在出版行业，借助人工智能可以优化出版流程、进行选题策划、提供内容、降低人工成本<sup>③</sup>。作为基础设施的物联网、构成生产要素的大数据、优化资源匹配的移动计算、加速智能进化的机器学习等全新技术集群构成了智能媒体生态系统所赖以存在的技术基础，泛媒介化、注意力解放、内容产销者崛起等趋势重构媒介产业的产品模式和产业生态<sup>④</sup>。英国传播学家丹尼斯·麦奎尔说过：“真正的‘传播革命’所要求的，不只是信息传播方式的改变，或者是受众注意力在不同媒介之间的时间分布上的变迁，其最直接的驱动力一如既往，是技术。”智能媒体就是“媒体+人工智能技术”，人工智能技术对传媒业的驱动是颠覆式的，媒体的意义和边界都将重构。

### 2. 人工智能与电视行业

人工智能技术对电视行业的变革主要体现在人工智

能电视（硬件）和电视节目（内容）两方面。一方面国内很多传统电视厂商和互联网电视品牌如创维、TCL、小米等都推出人工智能电视，智能电视其实是家庭物联网的中心，通过人工智能技术与其他智能设备相连构建家庭物联网。在《2017年人工智能电视白皮书》中，人工智能电视的定义是：通过传感器接收用户指令，依靠基础应用和基础数据平台识别并理解用户目的，做出反馈和处理。同时依托完善的技术逻辑和大数据运营，结合深度学习算法，分析用户使用习惯，掌握用户偏好和行为逻辑，以实现更精准的交互及个性化内容推荐。

人工智能最早于2014年进军综艺界，当时湖南卫视在第27届中国电视金鹰节颁奖晚会上引入“萌萌哒”机器人小罗。人工智能与综艺节目的融合为其带来收视热潮：《加油！向未来》第二季首播在全国的收视率最高达到了1.17<sup>⑤</sup>。人工智能在综艺节目中的应用从从属元素转变为主角，尤其是人机大战和机器人格斗的新兴节目模式为综艺节目添加新的爆点。以下对现有的应用人工智能技术的综艺节目进行案例分析，探究在人工智能视阈下综艺节目的创新、问题、策略及发展。

## 二、人工智能技术驱动下的综艺节目创新

纵观当前人工智能技术驱动下的综艺节目，人工智能主要从节目选题、节目内容、节目形式三个方面进行解构与重构，人工智能实现了从节目的从属元素到节目核心的转化。

### 1. 节目选题策划：探讨人工智能

这类节目将人工智能技术作为节目的主要谈论话题出现，以访谈类和辩论类节目为主，分为人工智能贯穿始终和短暂出现两种节目类型。《杨澜访谈录—开启人工智能时代》整期节目围绕人工智能，通过与全球顶尖企业及其相关专家对话，对人工智能技术进行全面、系统、深入的科普。另外在《奇葩说》和《非正式会谈》

两档节目中,都曾出现如“爱上人工智能算不算爱情”和“你会接受机器人女朋友吗”等聚焦于科技对人类社会伦理与道德冲击的哲学问题。随着人工智能技术的长足发展,物质层面的变化渗透到观念伦理等精神层面的变化,这引发对人与科技关系的反思。综艺节目的选题策划根据社会热点进行调整,这是人工智能技术驱动下产生的综艺节目选题。

### 2. 节目形式呈现:人工智能元素

人工智能作为从属元素首先出现在比赛的预测和嘉宾的判别中:如湖南卫视的《我是歌手》总决赛中,阿里云人工智能程序小艾通过分析海量带数据对比赛结果进行预测;在河北卫视的《主播爱上广场舞》中,机器人跳跳通过语音识别功能分析现场观众的掌声、欢呼声的频次、频率等,为评委打分提供参考;在江苏卫视的《蒙面唱将猜猜猜》中,机器人小V辨音识别,与猜评团进行互动。其次是担任综艺节目的助手:在《我是未来》中,微软小冰与著名节目主持人张绍刚搭档,发布新歌并作诗;在《加油!向未来》中,人工智能与主持人互动,自动模仿人脑来识别头像、声音与文本;在《超次元偶像》中,它测试嘉宾颜值,运用大数据生成最帅人像。再次是科技感炫酷呈现:在《我是未来》中,节目采用了“冰屏”,并运用全息投影、VR、AR等最新技术,营造出虚拟与现实完美融合的超次元空间;《机智过人》的舞台设计也极具未来感,借鉴科幻电影《星球大战》和《第五元素》里的科技元素,创造性地为观众设计出例如悬浮座观众席、360°全息屏等高科技的舞台<sup>⑥</sup>;《明日之子》中以AR+实时动作捕捉+3D实时渲染技术推出二次元虚拟偶像“荷兹”。人工智能技术已应用在节目呈现、环节设置、节目互动等方面,但是依然未实现综艺节目与人工智能的无缝衔接,人工智能技术未触及节目内容核心,仅仅为综艺节目包裹上“有趣的外衣”。

### 3. 节目内容解构:人机大战比拼

人机大战的新型节目模式对过去以“人”为中心的综艺节目进行解构,再重构为以“人+机器人”的人机大战节目。这类综艺节目以两种不同节目形态存在:一是不同机器人之间的格斗战争(以下简称“机器人格斗”),人是领队者,机器人是格斗的主角;二是人与机器人之间的智商大战(以下简称“人机智商比拼”),人与机器是节目的双主角。机器人格斗运动起源于美国,早在20世纪90年代,英国的《BattleBots》和美国的《Robot Wars》两档国外机器人格斗节目便收获极高的收视率,一度掀起格斗机器人的热潮,我国在2000年左右引进译制版权<sup>⑦</sup>。2018年,以《铁甲雄心》《这!就是铁甲》《机器人争霸》为代表的机器人格斗比赛引发热议,《这!就是铁甲》单平台播放量超17

亿,口碑、收视、关注度等持续霸占实时综艺榜前列。人工智能技术使攻击性的格斗以非常规的方式得以展现,机器人“非人类又类人化”的设定使其攻击性得以软化,同时又能带来强烈的冲突和感官刺激,从技术上消解暴力的恐怖性和残酷性。第二类节目模式——“人工智能能否超越人类”从来都是观众的关注热点,《机智过人》《最强大脑》《一战到底》引入了“人机智商比拼”,传统的常规答题挑战模式转变为与机器人的比拼,人工智能在综艺舞台上同样表现出对人类的碾压,甚至是全中国范围内角逐出的“最强大脑”,也难敌人工智能技术依托下的答题机器人。机器人之间或人机之间的比拼因其强大的冲突和悬念,未来将会继续运用于综艺节目,人工智能从“从属元素”转变为综艺节目不可缺少的“核心和主角”。

## 三、人工智能参与综艺节目的问题及策略

现存的综艺节目中,存在着节目主体间互动性弱、智能终端个性单一、综艺场景奇观化的问题,针对以上问题,提出以下策略:

### 1. 提升互动性:节目过程娱乐化

综艺节目中的互动性体现在主持人、嘉宾、现场观众、场外观众不同主体之间的互动和节目现场主体的内部互动。人工智能技术下的综艺节目的互动主要体现在与主持人和与嘉宾的互动上,主要方式是对话,互动方式单一导致节目看点不足。现场观众和场外观众几乎没有互动,现场观众的反应是营造节目氛围的主要途径之一,场外观众的反应是检验节目效果的重要环节。综艺节目的互动性必不可少,机器人的加入更需要节目增强互动性以深度融入综艺节目,主体间的互动也是节目娱乐过程的来源。值得注意的是,并不是“有互动就有娱乐”,娱乐化在于互动形式的创新:一是针对不同主体的个性化互动;二是互动形式多样化。主持人和嘉宾可视为同一类主体,因这类主体一般是明星,自带个性、话题和热点,可利用人工智能技术使机器人了解这类主体,在此基础上进行互动,在互动过程中紧扣这类主体的特点和话题。现场观众和场外观众的区别在于是否在场,针对现场观众,可通过语言、表情和动作来进行互动,而场外观众不同于现场观众,互动性会因时空隔离而削弱,可采取抽奖、竞猜、答题等形式进行娱乐性互动,增强“在场感”和“参与感”。

### 2. 增强个性:智能终端人格化

机器人是综艺节目中使用的最主要的智能终端,是人工智能技术在产品层面的落地与实践。作为主持人助手出现的机器人相比人机大战中的机器人表情、语言、神态要丰富一些,但远不及人类。在综艺节目中,“综艺感”是综艺嘉宾的必备要素,指的是善于制造节

目效果来推动节目发展,常见的提升综艺感的手段有自黑、搞笑、搞怪,综艺节目的看点很依赖明星自身的综艺感。人工智能技术下的机器人与综艺感的融合显得十分生硬和严肃,“机器人代替明星”的说法显得言之过早,千篇一律的机器人如何增加节目的看点和记忆点成为技术公司和节目制作公司共同的难点。智能终端的人格化已在综艺节目中初见端倪:在《这!就是铁甲》中通过解说和字幕给予机器人个性鲜明的人设;人在综艺节目中,相对于机器人,其在行为和意识的主动性和能动性上完胜,机器人的表情、语言、行为都是由人为触发后响应的。综艺节目中的机器人应转被动回应为主动挑起话题,变单纯的“萌”为更加多元多层次的个性,使形态、表情、行为等展现丰富的人格。

### 3. 警惕奇观化:情感体验价值化

“奇观”一词被美国著名学者道格拉斯·凯勒引入到媒体领域,是指:“媒体奇观是那些能体现现代社会基本价值观、引导个人适应现代生活方式,并将当代社会中冲突和解决方式戏剧化的媒体文化现象。”<sup>⑧</sup>“人工智能+综艺节目”往往充分运用各类先进人工智能技术和设备,试图将综艺场景壮观化,利用造价昂贵的人工智能设备营造虚拟与现实融合的高科技氛围,“高大上”成为观众的首要感受。人工智能技术使得综艺节目的形式、包装和场景以“奇观化”呈现,但是这种“综艺奇观”所带来的感官刺激和新鲜的形式剥夺了观众的注意力,经过选择性注意—选择性理解—选择性记忆的层层选择,综艺节目的真正想传达的内容和价值所剩无几。人工智能参与的时代,更应该是“内容为王”的时代,综艺节目不是短暂的视听消费,而是情感体验的价值化,传递给观众长久的价值意义、感染与认同。

## 四、泛人工智能:综艺节目的下一个风口

人工智能在新闻传播领域的运用从理念层面波及实践层面,改变着整个媒体传播生态,综艺节目的下一风口必定与人工智能技术息息相关。兼具科学性与人文性,内容深度融合、人机协同的节目模式将成为综艺节目与人工智能结合的发展趋势。

### 1. 天然基因联结:兼具科学性与人文性

综艺节目的人文性和人工智能的科学性两者密不可分,综艺节目尤其是科普类节目在人工智能时代将焕发新的活力。在人工智能技术的应用下,综艺节目抛弃了过度娱乐化的套路,科学也放弃了枯燥的知识讲解,娱乐大众与科学普及功能达到平衡,兼具科学的内涵和人文的温度。电视媒体作为大众传播的主要媒介之一,其传播形式是一对多,向社会大多数成员传达消息、知识,从文化层面来说一定程度上形成了“大众文化”,所以电视综艺节目是科技知识普及和大众传播的有效途径。

### 2. 产业深度融合:技术赋能综艺各环节

如今的综艺节目与人工智能技术的融合主要体现在选题策划、呈现方式、节目模式三个方面,本质来说仅仅基于内容层面。未来人工智能技术将使综艺节目的整个产业链发生变化。综艺节目在节目策划环节(包括选题、呈现、模式等方面)、节目传播环节、传播效果测量中都将应用人工智能技术。如同人工智能技术让新闻业产生的变革一样,通过大数据的用户画像等技术,综艺节目也可以实现个人定制的“我的综艺节目”,精准传播和效果测量成为可能。同时,具体综艺节目内容的深度融合需要人工智能技术的长足发展,人工智能需要经历运算智能、感知智能、认知智能三个阶段,高级的人工智能技术能更好地融入综艺节目。

### 3. 节目模式创新:人机协同合作成可能

现有的综艺节目模式以人机大战和机器人格斗两种方式为主,节目模式出现同质化倾向。在这些综艺节目中,无论是人机智力比拼,还是机器人之间的格斗,人类和机器人皆处于抗争的关系。而人与人工智能的关系并不是一种对抗和敌意的关系,而是合作的关系。并且无论人工智能技术如何发展,人依然是综艺节目甚至整个传媒内容生产中的核心要素。在新闻行业中,机器人和人可以合作写稿,综艺节目可以发展出一种“人机协同合作”的模式,人与机器人在综艺节目中一同完成任务,人工智能则作为人类的助手、同伴和朋友。<sup>⑨</sup>

### 注释:

①《人机大战第二局收视率破10% 直播电视台收入涨5倍》, <http://china.ajunews.com/view/20160311104610855>

②喻国明、兰美娜、李玮:《智能化:未来传播模式创新的核心逻辑——兼论“人工智能+媒体”的基本运作范式》,《新闻与写作》2017年第3期。

③匡文波:《人工智能时代出版业的变革之道》,《出版广角》2018年第1期。

④刘庆振:《媒介融合新业态:智能媒体时代的媒介产业重构》,《编辑之友》2017年第2期。

⑤曾明:《2017年科技类综艺大盘点:从严肃到有趣,这条路还要走多远?》, <http://wemedia.ifeng.com/49718537/wemedia.shtml>

⑥李劫刚:《科技类综艺的崛起及现实传播意义》,《当代电视》2018年第3期。

⑦杨智帆:《〈铁甲雄心〉播出三期,国内机器人格斗真人秀的探索才刚刚开始》, <https://baike.baidu.com/tashuo/browse/content?id=d49633ff2435ba96d0354e7f&lemmaId=&fromLemmaModule=pcBottom>

⑧[美]道格拉斯·凯勒:《媒体奇观——当代美国社会文化透视》,史安斌译,第2~5页,清华大学出版社2003年版。

(作者系中国传媒大学互联网信息研究院硕士研究生)

(责任编辑:江骅瑜)