

从内容创造走向内容智造——

以人为核心,奏响AI畅想曲

□艺 茜

一天生产100条短视频、1分钟创作一个剧本、虚拟主播24小时直播带货……这些从前听起来有些天方夜谭的事情,如今正在从幻想走向现实。随着各人工智能公司发布的产品火爆,全球范围内正掀起一轮“AI技术革命”。一切迹象都在指向一个事实——AI正在解放人类的想象力与生产力,人工智能的星星之火已经成了燎原之势。

不仅如此,AI的影响力也逐渐渗透到了以影视、游戏、音乐等行业为代表的泛娱乐领域,AI数字人、AI翻唱、AI剧本评估系统、虚拟拍摄等应用及技术产品遍地开花,推动着泛娱乐领域从“内容创造”走向“内容智造”,毫无疑问,AI时代的到来,正在创建一个泛娱乐领域的新范式。

正视内容生产力变革

如果说,在Web1.0、Web2.0时代,UGC(用户生成内容)和PGC(专业生成内容)是内容生产的主要方式,那么,在Web3.0时代,AIGC(人工智能生成内容)所代表的智能创作变革了传统的内容生产模式。什么是AIGC?简单来说,它是通过人工智能技术来实现的内容生成方式,在AIGC时代,AI从辅助内容创作的工具走向创作的主体,它能够独立完成创意型的工作,小到文本、图像、音频、视频,大到管理流程的监控、数字生态体系的建立,都可以由AI来创作和执行。总之,AIGC将创作者由人变成了AI,其所带来的影响也不言而喻。

一方面,在提升内容生产效率上,通过语言模型的训练,AI可以大规模降低内容生产成本,让内容以标准化、规模化的方式生成,例如一天生产100条短视频;另一方面,AI通过大数据的学习和分析,其随机性可以激发人类的创意能力,以此来丰富内容生态的多样性,创作出更加高度个性化、定制化、交互性强的内容作品。正如英国作家狄更斯的那句“这是一个最好的时代,也是一个最坏的时代”,AIGC替代了人的部分创作,同时也解放了人类的生产力,它是新时代的生产力引擎,万物皆可AIGC,人人皆可AIGC。

头部平台加码抢占先机

如今,巨头们在技术上的投入正重塑底层逻辑。在全球范围内,微软、谷歌、Meta等科技巨头对于AI技术的研究及AIGC的应用已经步入“深水区”,并在文本交互、图像生成领域取得系列突破。在国内,包括百度、字节跳动、腾讯、爱奇艺、优酷等在内的互联网平台也纷纷加码AIGC赛道,以抢占先机。其中,字节跳动语言大模型团队在今年组建,将探索AI与搜索、广告等下游业务的结合;百度此前上线生成式对话产品“文心一言”,宣布做中国的“Open AI”;快手则搭建大模型,在短视频创作、广告创意、虚拟偶像、电商直播、剧本创作等场景落地了AIGC解决方案……

打个比方,如果原先是AI技术的“单兵作战”,那么现在则是由点及面、由面至体的“系统化作战”,互联网头部平台通过将AIGC引入到生产过程中,创造了生产力工具,也打通了上下游流程,构建着高效的决策系统,从而推动包括内容生产、营销与商业等在内的多重变革。

据AI绘画网站6PENART预测,未来5年内,10%—30%的图片内容将由AI参与生成。在泛娱乐领域,由于平台自带的娱乐和内容属性,图像、音频、视频等内容产品可以无边界、无限量扩容,这亦成为AIGC在C端层面增长的天然沃土。有报告称,短视频AI辅助制作比例将达40%,网络直播领域AI辅助制作比例将达35%。

三行业应用日趋深入

从影视、短视频/直播、音乐等行业维度来看,AIGC对于泛娱乐领域的影响及应用或有如下趋势:

影视行业——优化生产流程,推动工业化进程。此前,由AI公司小冰通过AI技术绘制的奈飞动画短片《犬与少年》完整场景,拉开了AIGC在动画领域应用的序幕。而从更深远来讲,AI的大数据模型可以带动影视产业链格局关系重构。比如在创作上,AIGC可以参与剧本评估与创作、角色场景选择、影视拍摄与剪辑的全流程;在宣发上,基于AI的大语言模型(LLM)通过理解海量的片源,可以为观众提供更加定制化的推荐。

目前,爱奇艺就已经构建了完整的底层技术和业务架构,今年进一步推出涵盖内容制作全周期的影视制片管理系统,变革影视生产流程,同时发布了“帧绮映画MAX”提升视听技术能力,在AI影视生产上全面发力。另外,爱奇艺还在几部作品的拍摄中,尝试了虚拟拍摄,这一套AI“组合拳”在优化生产流程的同时,也推动了影视工业化的进程。

短视频/直播行业——采用虚拟数字人,实现降本增效。线上流量红利式微、内容生产成本高、竞争激烈创作门槛低,这些都是桎梏短视频和直播领域发展的长期问题。在逐渐告别跑马圈地的大背景下,AI可以帮助短视频和直播领域实现降本增效。技术的大规模应用,在降本上实现质的突破;批量创意性内容的产出也缓解了流量焦虑。与此同时,越来越多的AI主播开始涌现,实现着“不间断直播”。除了打造虚拟主播和虚拟演播室外,将直播内容自动化生成,并通过视频智能分析用户喜好,亦是AI在短视频/直播领域的应用。

在这方面,国内的互联网巨头亦走在前列。腾讯的智影数字人、百度的智能云曦灵数字人等项目,都是集数字人生产、内容创作等为一体的平台,用户通过输入文本或音频内容,即可生成数字人播报视频、数字人像等,可以说,通过技术,人人都可以打造属于自己的数字人主播。

音乐行业——AI辅助作曲,促进

剧里剧外

《追光的日子》:向光出发,寻找人生的“解”

□本报记者 杨雯

当前,广大高中毕业生已经进入填报志愿的关键期,回首高考前的日子,是否还记得犹新?6月29日,青春励志剧《追光的日子》在中央广播电视总台综合频道(CCTV-1)和优酷开播,通过讲述一群不同寻常的高三师生克服困难、勇敢追梦的青春成长故事,带领受众一起回首那些为梦拼搏的珍贵时光。

虽然讲述的是青春故事,但折射的是人生历程。导演韩天在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示:“这部剧正如它的名字一样,讲述的是一群曾在风雨中的人追寻那道光的过程,也是曾于阴影中黯淡了的人生,寻找爱、最终被爱点燃的旅程。”

视角从“青春”打开

剧中,由郭京飞饰演的青云14班班主任郝楠,坚定地带领全体学生走向寻光之路,让同学们逐渐懂得,青春期只是人生的一部分、一段短暂的经历,在追寻梦想的旅途中,每个人都可能会感到茫然若失,但只有自己才是人生唯一的“解”,向着光芒再出发,坚定内心勇敢追梦。

从创作伊始,主创们经过数次讨论,明确了这部剧的定位:它绝不是一部传统的青春剧,而是一部人生励志剧。这样的定位,使得这部剧的视角从“青春”这个概念里打开,投向更广泛的阶层和年龄层,叙事线索也更复合。韩天表示,在这个类型定位的基础上,故事由双重视角展开:一个是由郭京飞扮演的中年教师,他所面对的人生困境,以及属于这个人生阶段的拼搏与突破;另一个视角是任敏、王源等扮演的高中生,从青春的视角,探讨着他们各自的追寻与成长,并由他们的线索延展开去,描绘了一组组原生家庭的群像。

在制片人吴志非看来,这样的定位使得这部剧是复调的、多层次的,“它将探讨跨年龄层的人生选择、原生家庭、教育、爱和友情。不仅讲述少年的成长,也表达了成年人同样需要成长;它不只治愈少年,也治愈了同样会面对困境的

成年人。”

随着创作的推进,这部剧的框架、骨肉日渐成型,“这部剧其实是一个寻找爱的过程。无论是曾遇挫折的中年教师,还是身处青春迷茫中的一众少年,以及那些想去爱,又不知如何去爱的家长,在高三这一年的旅程中,他们被爱照亮,成为彼此的光,一起寻找着人生的方向。”韩天说。

烟火气中显诗意

作为一部现实主义题材剧,《追光的日子》的真实性是不打折扣的。吴志非向记者介绍,该剧于2019年4月开始原创剧本的研发,并在各地进行大量实地采访,在经历了团队搭建、剧本创作、演员甄选等阶段,近1000天的精心筹备之后,才于2021年12月正式投入拍摄,并于2022年4月圆满杀青。

在原创剧本创作阶段,“真实性是我们的首要准则”。吴志非说,“现实题材剧目的难点在真实性上,因为它的每一寸肌理都会受众看得清清楚楚,每一个细节都逃不过受众的审视。”为此,编剧团队与现实高中师生深入交流,真实感受高中生活的多个折叠面,并将师生间面对的校园、未来、家庭、人生等诸多

问题糅合在一起,饱满且真实地体现出该剧的“励志人生”气质。

当然,仅有真实性是不够的。在真实性的基础上还必须要超越现实的艺术升华,二者经过精准的尺度拿捏之后,才能共同塑造出一部好剧。在韩天看来,《追光的日子》故事情节兼具写实感与戏剧性。一方面,剧中每个角色都面临着人生抉择、原生家庭、自我认知等现实问题;另一方面,青春时代与好友一起肆意挥洒青春、共同承担责任的那份热血与高燃也十分打动人心,饱满的情绪让人眼眶泛红。

开播剧情中,郝楠甫一登场,就让人印象深刻,一个长马尾辫子,走到哪儿,都有人喊一声“楠哥”,天天在台会馆晃来晃去。看上去,这完全就是一位江湖大哥。而实际上,他曾是一名带高三毕业班的优秀数学教师——如斯的反转与出乎意料,使得这个人物充满了戏剧性与看点。

“这部剧我们力求做到让受众能够最大程度地共情,体味到与剧中人物共通的喜怒哀乐。我相信,只有让受众感同身受,故事才会真正打动人心,也才能让受众被这份灿烂治愈。”韩天表示,“在写实的基础上,我们追求一种烟火气中蒸腾出来的诗意。”

《跑题大会》:

跑的是题目换的是角度

□本报记者 张博



“见解未必深刻,角度一定独特。醉里挑灯看不见,马后炮中听奇闻……”节目创始人兼主持人潘采夫与嘉宾在东拉西扯间,讲述着《跑题大会》的定位。

继音频、视频、短视频与直播之后,播客成为如今正快速崛起的呈现形式。《跑题大会》借由播客这一形式,通过主持人与嘉宾谈天、侃地、聊人生串联起整档节目,主持人秉持着“想哪儿聊哪儿”的宗旨,一路“跑题”的风格受到广大网友的欢迎和喜爱。上线5年来,《跑题大会》入选“喜马拉雅头条口碑榜”前十名,平均单期播放量达80万+,全平台单期最高收听量达650万的成绩。

温度与态度兼顾

随着媒介传播形式的不断丰富,音视频节目越来越富有创意,也日益贴近当下网友的需求。《跑题大会》就是在这样的环境下,把握时代脉搏,以新闻热点为主要内容,横跨社会、时事、历史、文学等多个领域,通过两个人的聊天对话,阐述自己对于读书、旅行、体育、艺术等众多日常话题的想法,让网友时而大笑、时而沉思,偶尔感动落泪。

其中,潘采夫与嘉宾聊到锤子科技创始人罗永浩的那期《说到罗永浩,两人吵了起来》非常有代表性。当然,他们并不是真的吵架,只是两人分别聊了自己认识的 and 心中的罗永浩,聊天中他们不仅引经据典,而且观点有破有立,与其说是聊天不如说是辩论,好是一番精彩,节目播出后引发网友的热烈讨论。

创新的是形式,内容永远是真正的核心。《跑题大会》在注重声量的同时,也十分注重态度。如全平台收听量达650万的《山海情照进西海固》,主持人与嘉宾对谈完《山海情》的感受,让网友感受到了这部剧的真正魅力;全平台收听量达310万的《唯有吹牛与歌单不可辜负》,主持人与嘉宾调侃他们正确率“高达”0%的英超预测,让网友看到了行业预测竟然可以如此“精准”;全平台收听量达189万的《老六★跑题:关于带娃我有六点体会》,聊聊了要不要让孩子成为一个普通人这个热门话题,让网友再次意识到教育问题的本质……纵观260多期节目可以发现,主持人与嘉宾的观点不仅不偏激、不中庸,而且有理有据、有态度。

从“读书系列 新书品鉴”到“影视音乐 艺术鉴赏”,从“朝代粉 历史解读”到“社会时评”,从“行业达人访谈录”到“地图Top 城市特色”,《跑题大会》的六大板块内容,不仅让网友找到适合自己的内容,感受到灵魂的“健思房”,也让网友在有趣的东拉西扯、插科打诨间,找到看待事情的全新角度。

风趣和深度并存

针对热门新闻事件或社会话题进行讨论,各抒己见,却又不刻意追求答案的所谓正解,而是俗人闲话,一派“多少天下事,尽付笑谈中”的随意,达到融信息传播、制造乐趣与辨析事理于一体是《跑题大会》最主要的特色。

潘采夫与嘉宾在《跑题大会》中突出了似友闲聚、谈笑风生的风格,以个性化的表达,关注时事资讯,传递民间话语,交流各自观点,诉说生活体验,分享聊天趣味。很多网友感叹:“交流也可以如此有趣。更重要的,这是一个可以带来欢乐的节目。”

《跑题大会》虽然有“活泼”“欢乐”的娱乐价值,但跟娱乐类节目有着本质的区别。尽管每期节目都是在“顽皮地对话”,但乐趣中不乏深度。网友“石心”留言说:“《跑题大会》是我每周的期待。感谢二位老师给了听众们那么多陪伴和安慰,而且让我们从中免费获得了很多知识和感悟。”网友“微光”表示:“我向来认为,不管从事什么行业和职业,丰富认知水平和学习新内容是必要的,而《跑题大会》和背后一群可爱的人就像是一个宝藏。”

《跑题大会》的题虽然“跑”了,但独特的角度和深刻的见解却让人充满了期待。也许正如《跑题大会》听众群的群主所言:故事已经开始,你我身在其中。至于这艘船到底会驶向何方、甲板上会传来怎样的歌唱、朋友们,让我们一边尽情漂流一边拭目以待吧。