

## 观点速览

## “一键换声”绝不可任性

过去,人们总是笃信自己亲眼看到的、亲耳听到的信息。但这些年,“有图有真相”这一判断标准一再受到冲击,你以为的事实很可能是由AI生成的。随手打开一个短视频平台,并以“AI声音克隆”为关键词检索发现,明星翻唱、新闻播报、吐槽点评等大量视频涉及AI声音,混淆公众认知。越来越多的年轻人借着AI模拟名人声音招摇撞骗,逼真程度堪比真人、叫人难以招架。

技术在狂飙,风险也在加剧。用张宏成的话说,这些假的AI合成信息,就像漫天飞过来的“蝗虫”一样害人。今天可以模仿名人逗你一笑,或是借网红明星之口引流带货,明天就有可能用你的声音“移花接木”,为网络诈骗埋雷。这并非危言耸听。在泛滥的“一键换声”面前,每个人都可能成为“受害者”。技术滥用对普通人造成的安全隐患和威胁,绝对不容小觑。

以上种种也表明,对AI声音进行规范管理,必要且紧迫。近年来,有关主管部门出台《人工智能生成合成内容标识办法(征求意见稿)》等规定,一定程度上给AI技术使用画定了红线。然而,落脚到现实操作中,对于AI声音应用涉及的造谣侵权、道德伦理等问题,如何形成具体细化的规则,还有待进一步思考。此外,短视频平台对AI内容审核机制滞后,部分侵权内容在投诉后仍反复出现。这需要相关部门继续加大对滥用AI声音侵权的打击力度,形成更完善的常态化治理机制,也需要平台“用魔法打败魔法”、不断升级更新审核检测技术,以应对层出不穷的AI仿声骗局。

(2月14日《广州日报》付迎红)

## 从“哪吒登顶”看文化自信

近日,《哪吒之魔童闹海》登顶全球影史单一市场票房榜,并不断迈上新台阶。同时,哪吒的形象还出海,闪耀纽约时代广场大屏,吸引世人目光。从“三岁小儿”到“百亿影帝”,这部演绎神话也创造神话的中国动漫电影,让我们看到了什么?

哪吒“魔童降世”,“黑悟空”横空出世,“唐宫夜宴”舞动云端……如今,越来越多“古老的”正在成为“新生的”。文化软实力与现实生产力的转化路径不断拓宽,生动印证着中华优秀传统文化是取之不尽的文化宝藏。越来越多“新生的”也日渐变为“经典的”,持续充盈着文化宝库,深刻昭示“两创”的巨大空间。我们的文化在循环往复中绵延不绝、在螺旋上升中生生不息,一份踏实感油然而生。文化自信莫过于此。

当前,文化与经济交融已成大势:看电影成为新年俗,不少观众变旅客,循着踪迹去旅游、品美食,流动的中国消费活力涌现;申遗成功后的第一个春节,外国人乐享新春“中国游”,蛇年春节假期,银联、网联共处理境外来华人员支付交易笔数较去年同期增长124.54%,交易金额增长90.49%，“世界的中国”引力强大。文化,成为撬动高质量发展的重要支点,我们的信心在此、底气在此。

小小身躯,悠悠文脉;葱葱产业,蔚蔚蓝海。乘势而上、精耕细作,期待更多“魔童”现世,“闹”出经济新增长,“搅”动发展新浪潮。

(2月17日《人民日报》崔妍)

## 图书编辑AI技术使用的探索与实践

□罗路略

在传统的出版流程中,编辑通常依靠项目管理策略和工具来实现对各个出版环节的精细化管理,从而提高出版效率。然而,随着人工智能技术的发展,AI正逐步成为培育出版业新质生产力的关键驱动力,引领行业向更加智能化、高效化的方向发展,编辑工作的效率提升迎来了新的机遇。

## 传统图书编辑面临的效率困境

生命周期理论起源于生物学,描述生物体从出生到死亡的整个过程,后被广泛应用于心理学、企业管理、产品创新、技术发展等领域,用以解释和理解不同系统或实体在其生命周期内所经历的关键阶段及每个阶段的特点和挑战。图书的生命周期可笼统地分为以下阶段:选题策划→签订合同→组稿→审稿→印制→销售。因出版合同往往具有时限性,从签订合同之日起,图书的生命周期就逐渐衰减。以一本版权时限为5年的文学图书为例,若组稿阶段和出版流程阶段耗费1年,则待该书正式上市销售时,其实际的生命周期只余4年。

因此,对于把控出版流程的图书编辑来说,应当通过综合运用多种手段和技术,在保证内容质量的前提下,有效缩短图书生产阶段的时间长度。在传统的编辑实践中,提高生产效率的手段多限于将串行工作流程转变为并行工作流程,以及将编辑加工形式从以纸质文稿为基础转变为以电子文稿为基础等。随着人工智能时代的到来,图书编辑除了采用这些传统手段,AI编辑工具的应用具有颠覆性意义。

## AI编辑工作室在图书出版各阶段发挥重要作用

2024年6月,笔者所在的中国华侨出版社引进了数传集团旗下AI编辑工作室系统,其在图书出版各阶段可发挥重要作用。以下分别论述AI编辑工作室如何在审稿、组稿、新媒体编辑和有声书四个方面助力图书编辑。

**AI审稿**  
基于大模型的AI编辑工作室在审稿方面有以下优点:第一,在字词错误检查方面表现出高效、准确,能够快速识别出常见的错别字、词语搭配不当等问题。第二,比起传统的校对软件,AI审稿能结合时事、紧跟主旋律的各类文献、名词等给出精准的修改意见,同时能更好地理解上下文语境,能够提示前后文逻辑不连贯的地方,帮助编辑更好地梳理内容。第三,面对新稿件时,可以使用AI审稿进行高效初审,如一本10多万字的稿子,它能在15分钟左右识别出文本中的政治敏感性问题及潜在违规内容,帮助编辑判断稿件是否满足基本的出版标准,从而加快决策过程。通过这种人机协作的模式,图书编辑能够进一步提升稿件审核质量,并极大地提升了工作效率。

**注意事项与应对策略:**首先,AI工具的确能够在用词方面为编辑提供思路,但编辑要注意保持全文的语言风格一致。其次,AI工具在理解人类情感方面存在

## 核心阅读

图书的生命周期可笼统地分为以下阶段:选题策划→签订合同→组稿→审稿→印制→销售。因出版合同往往具有时限性,从签订合同之日起,图书的生命周期就逐渐衰减。以一本版权时限为5年的文学图书为例,若组稿阶段和出版流程阶段耗费1年,则待该书正式上市销售时,其实际的生命周期只余4年。

对于把控出版流程的图书编辑来说,应当通过综合运用多种手段和技术,在保证内容质量的前提下,有效缩短图书生产阶段的时间长度。在传统的编辑实践中,提高生产效率的手段多限于将串行工作流程转变为并行工作流程,以及将编辑加工形式从以纸质文稿为基础转变为以电子文稿为基础等。随着人工智能时代的到来,图书编辑除了采用这些传统手段,AI编辑工具的应用具有颠覆性意义。

一定的局限性,如在处理一些主观性较强的书稿时,AI工具可能会出现修改不当的情况,也无法替代人类的创造力和判断力。最后,AI审稿过于“上纲上线”,无法识别书稿主题、体裁、语言风格,甚至具体的语境,只根据段落、语句的“违规”表述进行风险提示,有着“宁杀错不放过”的风格,使得编辑需要一一人工甄别,这说明AI的成长与完善在中文语境下仍有很大空间。总之,就目前来说,AI审稿不能完全代替人工,最终的质量控制环节仍需人工介入。

## AI组稿

AI组稿主要在图书封面设计、书中插图、营销推广图三个方面助力图书编辑。首先,在封面设计师缺乏灵感的情况下,AI组稿成为图书编辑的得力助手。在《留一个机场给你》一书的封面设计过程中,笔者尝试使用AI组稿进行绘制,通过“封面风格”“画面描述”“上传参考图”等功能,对AI组稿提出了详细的绘画要求,并在多种风格之间进行了多次尝试与调整。AI组稿设计生成封面的过程中,笔者前后修改了10多种风格才最终确定了主题和色调,选定了具体图片,并使用“局部重绘”和“无痕消除”功能进行了细致调整与修改,最终得到满意的封面图片。图书正式出版发行后,其封面设计受到了读者的一致好评。

其次,使用AI组稿可以大幅压缩一本图书的插图绘制时长并节省插图成本。以一本50幅插图的图书为例,如果采用AI组稿进行绘制,那么绘图时长可以从10天缩短为5小时左右,效率直接提升97.92%;假设人工绘图以100元/幅的常规标准收取绘图费用,那么整本书的绘图费用为5000元(50幅×100元),而使用AI组稿能节约不少插图费用。

就书中插图而言,AI组稿在图片无损放大和风格转换方面的功能也是图书编辑经常用到的。在《淮县西方侨民集中营:1943—1945年》这本书中,作者提供了200多幅黑白老照片,但大多数照片的分辨率较低,无法达到印刷要求。为了提高这些照片的质量以满足图书内文排版和接受方式,还拉近了考古学者和大众之间的距离,更让读者通过人物个性记住贵州考古,进而感受地方文化底蕴,增强地方文化的传播力。

对于知识型漫画来说,漫画是表现手段,知识是关键核心。《一起考个古》抓住了读者对考古的“知识痛点”,用“掰开了、揉碎了、聊明白了”的形式打捞古人智慧,让读者对不同的考古项目历程、历史意义的理解更加深刻,并为当下生活提神提气。同时,还在书中绘制了大量的遗址遗迹、出土文物纹饰图案等,让读者对文物的出土情况、墓葬结构、遗迹分布情况有个大致的印象和了解。在穿插考古地层学、类型学知识的同时,用漫画的形式将晦涩难懂的内容脉络化、图像化、娱乐化,一定程度上满足了受众博古赏新、学习研究的需求。

## 二、“公众考古+文博热”,推动公众读起来

虽然我国在公众参与考古方面屡出探索新招,但面向大众讲清楚“考古与盗墓的区别”,用考古成果和出土文物讲好地方故事的精品出版物较为少见。该书紧扣“文博热”,积极探索讲“活”考古文化、让文物“说话”的有效路径的成功案例。

面向大众传播讲好贵州考古故事。考古学本身就与大众具有互动性,但“考古好玩,报告难懂”。作为公众考古科普读物,该书通过观察分析静态考古材料,“软化”现有考古学成果硬知识,再翻译成动态的过去生活场景,绘制成通俗易懂的漫画。这种“草根式”科普叙事方式和视觉文化体验,一边以年轻视角让考古“活”起来、学术成果“灵动”起来,用最简单、最有趣的方式让大众了解考古;另一边,主创也沉下心,回归学术研究、推动成果转化,真正深化“公众考古”理念。这在全国公众考古界都是创新之举,也成为大众读者认识“脚下土地”、理解贵州“地下历史”的好方式、好抓手。

面向时代命题讲好贵州考古故事。如何让文物“活”起来,是公众考古和图书出版都需要回应的时代命题。《一起考个古》不仅是公众考古、艺术创作方式上的创新,更是让考古学成果以更丰富的形态、更新颖的方式走进大众。该书的可爱之处在于它的温度,让专业知识变得触手可及。由此,这本从“初探”到“深耕”,加速考古成果转化所

损放大的照片质量得到了显著提升,可以直接用于图书的内文排版中。

最后,AI组稿还被用于图书宣传图的生成。以前为了拍摄精美的图书照片,需要准备各种背景材料,如背景纸、花草、茶具等。现在有了AI组稿的商品图设计功能,只需上传立体封并选择不同风格即可生成高颜值的图书产品图,非常方便高效。这些图片自然、吸睛,可被用于视频或者图书详情页中的实物展示中。

**注意事项与应对策略:**在采用AI组稿进行绘图时,AI组稿对有些提示词的理解能力欠佳,无法准确理解一些指令的含义。举例来说,对于一幅非洲草原上一群动物图,若想把长颈鹿去掉,在输入指令“去掉长颈鹿”时,结果长颈鹿去掉了,但会留下一片白色区域,这样整体画面就不协调。若输入“让长颈鹿消失”,就能达到比较理想的效果,原来长颈鹿所在区域能与周围的背景融为一体。因此,用AI组稿进行绘图时,输入指令的准确性很重要。必要时,可多尝试几种指令,并与AI组稿研发专家沟通,进一步提高绘图质量。

## AI有声书编辑

AI有声书编辑能帮助图书编辑在图书书评、广告语、小红书脚本生成等方面提高工作效率。首先,使用AI有声书编辑生成图书书评功能极为便捷,整体体验非常出色。在《天赐》一书的书评生成过程中,笔者根据简单指引,输入书名、内容简介、作者简介、书评模板信息,并上传书籍的PDF文档,短短5分钟内就生成了一篇质量上乘的书评。在使用过程中,笔者分别使用了豆瓣书评等书评模板来生成书评,并从中选择了符合该书风格的书评,进行简单整理,发表到微信公众号上。

其次,笔者在日常工作中常借助AI有声书编辑来生成相关的广告语和编辑推荐语,这些内容不仅能够为图书亮点、编辑推荐等征订资料的撰写提供有价值的参考,而且极大地提升了整理新书征订资料工作的效率。这一做法具有显著的便利性,既方便又迅速,有效地节省了时间成本。

第三,笔者常使用AI有声书编辑来生成文学图书、社科图书的小红书文案,最大的感受是模板生成文案十分便利,对

工作帮助很大。

**注意事项与应对策略:**尽管AI有声书编辑在内容创作中展现出诸多优势,但其生成的内容仍然无法完全取代人类创作者的思维深度和情感表达。AI有声书编辑在处理复杂情感和深层主题时存在局限,无法与读者建立深层的情感连接。另外,AI书评也会存在重复啰嗦等机械式语言,需要编辑注意整理。因此,在实际应用中,AI有声书编辑只是作为辅助工具。

## AI有声书

随着人工智能技术的不断进步,AI开始能够模仿和生成人类声音,使得有声书的配音也可以通过AI来完成,这既降低了成本,又实现了多样化的配音效果。

在使用AI有声书编辑生成了《天赐》一书的书评之后,笔者打开了AI有声书的功能,将之前的书评文件导入系统中。根据提示,可以对即将生成的有声书进行多种个性化设置,包括选择朗读者的性别、年龄和语种等。此外,还可以从多位主播的声音样本中挑选出最符合预期的那一个,并为音频添加背景音乐以增强氛围感。

整个转换过程非常高效,一篇约1000字的文本,在不到20秒内就被成功转换成高质量的有声内容。最终生成的有声书格式文件支持无缝嵌入多个平台,如微信公众号、喜马拉雅FM、懒人听书、蜻蜓FM等,极大地方便了内容的分发与传播。

**注意事项与应对策略:**然而,AI有声书仍然面临着一些挑战和限制。一方面,尽管AI有声书在模仿人类声音方面取得了很大进步,但有时生成的声音可能听起来不够自然或缺乏情感,因此要关注声音自然度和情感表达,适时调整设置优化听觉体验。另一方面,对于有声书制作人和听众来说,选择是否使用AI配音,关键还是在于追求什么样的声音质量和体验,只有在满足市场需求的情况下,有声书AI配音才能真正体现自身的潜力。

在当前这个AI技术日新月异的时代,图书编辑必须要积极拥抱并善用新技术,主动探索并发现AI技术在出版领域的应用场景。通过慧眼识珠的能力,识别出哪些技术能够真正推动行业发展,并将其融入日常工作中。

(作者单位:中国华侨出版社)

## 严谨的考古知识在漫画叙事中的抵达

## ——考古科普漫画书《一起考个古》评介

□齐东方

《一起考个古》以科普漫画之“壳”巧装考古文化之“瓤”,将贵州的8个“全国十大考古新发现”的考古学术知识点进行“软萌”翻译,厘清贵州史前至晚明30余万年的历史脉络,巧用漫画方式让“剧情线索”和“幽默对话”交替出现,让读者轻松走进故事,在“哈哈哈哈哈”里感受贵州的考古成绩和考古温度。

巧破惯常思维让考古知识活灵活现。《一起考个古》“脑洞”清奇,打破惯常思维模式说考古,纠正人们对考古的“偏见”,用青少年喜欢的话语,帮助他们归纳总结考古知识点。比如,用“叠中叠”比喻考古学上的墓葬打破关系,用“它不是违章建筑”形容文献记载的“土司无城”,用“暴走族”比喻史前时期的人类迁徙……而这种大众化的表达,既让读者克服理解考古专业术语的困难而增长知识,也形象生动地了解贵州独特的地域文化,还不耽误“阅读门槛不高、知识含量不低”式的“哈哈哈哈哈”。

巧设漫画形象让考古学者栩栩如生。《一起考个古》的考古人物呈现颇具匠心,把考古学者周必素、张合荣、张兴龙、李飞、付永旭等画成生动鲜活、极具亲和力的Q版人物,以更平易近人的方式打造考古学者的“个性标签”。同时,还以各个考

古发掘项目领队为主讲人,以倒叙方式返回“考古现场”,让一项项考古成果变得立体而生动。这种方式,既适应了新的传播和接受方式,还拉近了考古学者和大众之间的距离,更让读者通过人物个性记住贵州考古,进而感受地方文化底蕴,增强地方文化的传播力。

对于知识型漫画来说,漫画是表现手段,知识是关键核心。《一起考个古》抓住了读者对考古的“知识痛点”,用“掰开了、揉碎了、聊明白了”的形式打捞古人智慧,让读者对不同的考古项目历程、历史意义的理解更加深刻,并为当下生活提神提气。同时,还在书中绘制了大量的遗址遗迹、出土文物纹饰图案等,让读者对文物的出土情况、墓葬结构、遗迹分布情况有个大致的印象和了解。在穿插考古地层学、类型学知识的同时,用漫画的形式将晦涩难懂的内容脉络化、图像化、娱乐化,一定程度上满足了受众博古赏新、学习研究的需求。

## 二、“公众考古+文博热”,推动公众读起来

虽然我国在公众参与考古方面屡出探索新招,但面向大众讲清楚“考古与盗墓

的区别”,用考古成果和出土文物讲好地方故事的精品出版物较为少见。该书紧扣“文博热”,积极探索讲“活”考古文化、让文物“说话”的有效路径的成功案例。

面向大众传播讲好贵州考古故事。考古学本身就与大众具有互动性,但“考古好玩,报告难懂”。作为公众考古科普读物,该书通过观察分析静态考古材料,“软化”现有考古学成果硬知识,再翻译成动态的过去生活场景,绘制成通俗易懂的漫画。这种“草根式”科普叙事方式和视觉文化体验,一边以年轻视角让考古“活”起来、学术成果“灵动”起来,用最简单、最有趣的方式让大众了解考古;另一边,主创也沉下心,回归学术研究、推动成果转化,真正深化“公众考古”理念。这在全国公众考古界都是创新之举,也成为大众读者认识“脚下土地”、理解贵州“地下历史”的好方式、好抓手。

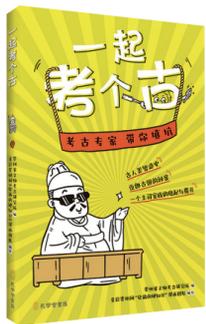
面向时代命题讲好贵州考古故事。如何让文物“活”起来,是公众考古和图书出版都需要回应的时代命题。《一起考个古》不仅是公众考古、艺术创作方式上的创新,更是让考古学成果以更丰富的形态、更新颖的方式走进大众。该书的可爱之处在于它的温度,让专业知识变得触手可及。由此,这本从“初探”到“深耕”,加速考古成果转化所

体现的“深度”和“广度”的漫画书,成为一本契合时代发展、符合大众阅读习惯的精品图书。该书的出版,正是公众考古和图书出版回应时代命题而讲好贵州考古故事实践探索的智慧结晶。

面向读者群体讲好贵州考古故事。笔者认为,《一起考个古》的受众群体,一个是对外,一个是对内。“对外”主要是指对贵州以外的读者,能通过这本书来比较全面地了解贵州的考古成绩、贵州的通史脉络;但更重要的是这本书是“对内”的,是给贵州人尤其是贵州小朋友们的,从漫画的角度引导贵州读者了解贵州的考古成果,并通过这些成果真正去了解自己脚下的这片土地。

笔者曾比喻考古为读书,讲的是“地下”这本大多没有文字的大书。讲好考古故事,或用考古材料讲好故事,并非一己之贵、一省之功。一定程度上,公众考古的意图不仅是向公众传播知识,还要让更多的人民共同参与遗址诠释、文物解读。这本可爱有趣的漫画书,就是一本能让大众去了解考古的桥梁书。希望在《一起考个古》的陪伴与引导下,你能不断走近考古、了解考古、科普考古。

(作者系四川大学历史文博学院教授,曾任职于北京大学考古文博学院,现任中国考古学会三国至隋唐考古专业委员会主任)



孔学堂书局出版

什么是考古?就像回答“什么是语文、数学”一样,看似容易,却又很难。那么,普通人如何“亲近”考古呢?

由贵州省文物考古研究所编、多彩贵州网“软萌的硬知识”漫画团队编绘、孔学堂书局出版的《一起考个古》,就抓住了考古的“知识痛点”,以独特的漫画形式向读者展示了公众考古的全新话语方式。这既是考古传播的跨界融合,也是时代发展的必然选择。

## 一、“软化”学术硬知识,让公众和考古更亲近

当前,文博界正在攻坚如何“让文物活起来”“用文物和文化遗产讲好中国故事”等考古课题。《一起考个古》就巧妙运用贵州的考古成果来讲当地的历史故事,特别是年轻人爱看的贵州故事。

巧用漫画形式让考古文物焕发生机。