

ChatGPT推动“未来电视”发展

◎ 石云天

摘要: ChatGPT 作为一款新的生成式人工智能,开启了通用人工智能新时代。“未来电视”是广电发展新战略,这里的“电视”包括广播电视与网络视听,是视听内容、服务、技术等方面的总称。以 ChatGPT 为代表的人工智能,能够催生视听应用新场景、推动视听内容智能生成、促进视听分发精准化、提升视听多样化体验、赋权个体视听生产。对“未来电视”而言,人工智能在带来机遇的同时,也带来挑战,即一些视听工作会被取代、产生法律法规和传媒伦理新问题、“未来电视”战略对生成式人工智能部署不够等。为此,要加强顶层设计、加快产业布局、破除体制机制障碍、建立治理新规则、坚持以人为本,充分发挥人工智能的赋能作用,推进“未来电视”发展。

关键词: ChatGPT; 人工智能; 未来电视

2022年11月,美国开放人工智能公司(OpenAI)推出大语言模型ChatGPT,仅仅两个月时间用户数就突破1亿,是史上增长最快的应用程序,引起社

会广泛关注与热议。2022年7月,国家广播电视总局在全国广播电视和网络视听工作年中推进会上提出,加快推进“未来电视”战略部署。“未来电

[接上页]

对媒体采集、生产、把关、分发、接收等全流程产生更深远影响。在智能媒体时代,主流媒体应主动革新思维观念,积极探索应用路径,深度挖掘智能化技术背后的正能量潜能,以前沿技术赋能全领域创新,全面提高核心竞争力和舆论引导力。[图]

《视听界》2022年第6期。

⑥陈昌凤:《智能传播:理论、应用与治理》,第26页,中国社会科学出版社2021年版。

⑦全会、方彦蘅:《微博谣言现象的成因及对策》,《青年记者》2012年第2期。

⑧陈昌凤、徐芳依:《智能时代的“深度伪造”信息及其治理方式》,《新闻与写作》2020年第4期。

⑨转引自陈昌凤、仇筠茜《“信息茧房”在西方:似是而非的概念与算法的“破茧”求解》,《新闻大学》2020年第1期。

⑩张生:《ChatGPT:褶子、词典、逻辑与意识形态功能》,《传媒观察》2023年第3期。

⑪何天平、蒋贤成:《国际传播视野下的ChatGPT:应用场景、风险隐忧与走向省思》,《对外传播》2023年第3期。

⑫钟祥铭、方兴东、顾焯焯:《ChatGPT的治理挑战与对策研究——智能传播的“科林格里奇困境”与突破路径》,《传媒观察》2023年第3期。

⑬高奇琦:《ChatGPT的“创造性破坏”效应及其风险应对》,《中国社会科学报》2023年3月6日。

(作者系中央广播电视总台总编室团队负责人)

(责任编辑:樊丽萍)

注释:

①②习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,《人民日报》2022年10月26日。

③《国务院关于印发新一代人工智能发展规划的通知》, https://www.gov.cn/zhengce/content/2017-07/20/content_5211996.htm

④陈永伟:《超越ChatGPT:生成式AI的机遇、风险与挑战》,《山东大学学报(哲学社会科学版)》2023年第3期。

⑤本书课题组:《智能时代 媒体重塑》,第51页,新华出版社2020年版。

⑥全会:《媒体融合·资源聚合·技术驱合——中央广播电视总台央视垂类频道打造内容新生态》,

视”离不开人工智能，以ChatGPT为代表的新一代生成式人工智能能够更为有效地推动“未来电视”发展。

一、ChatGPT开启通用人工智能

ChatGPT是一款新聊天软件，全称是Chat Generative Pre-Trained Transformer，即聊天生成型预训练变换模型。与以往聊天机器人回答问题大多是预设的不同，ChatGPT能够理解人类语言，根据使用人提问进行回答，实现人机连续对话。更为重要的是，ChatGPT表面上看是与人聊天，实际上是根据指令进行智能内容生成，其工作原理是将来自互联网或其他途径的海量信息进行深度学习后快速生成智能回复。“在技术底座上，它集合了AI技术发展的积累（包括自然语言处理、深度神经网络学习、增强学习等），特别是大数据基础上的大规模语言模型所基于的GPT-3模型包含了1750亿参数，并通过情境学习、思维链训练、指令微调以及基于人类反馈的强化学习等技术实现了较好的理解、归纳和生成能力。”^①2023年3月，GPT-3.5升级为GPT-4后，其使用参数达到惊人的1.5万亿，能够输入和分析图片，使用无标注数据进行预训练，实现自然语言和其他模态之间的通用表示。

作为一个多模态大型语言模型，ChatGPT的诞生标志着人工智能从以往专注于某一具体领域的专门运用，进入到通用人工智能时代，可以满足人们多样化需求，例如聊天、资料搜索整理、故事创意、撰写文章、生成作品、进行测评、代码提示、决策参考等。对信息传播而言，ChatGPT带来传播和媒介生态的深刻改变，开启了从以往的PC互联、移动互联到智能互联的时代，“其突破点在于：它以无界的方式全面融入人类实践领域，实现了开放性”^②。还有学者认为，ChatGPT使人类的信息传播又一次站在历史性的变革节点上，“以人工智能生成的内容生产模式实现整体性的信息传播格局颠覆，第一次夺走人类对信息流的主导，使传播指向一个无限的开放系统的可能性”^③。

二、“未来电视”成为广电发展新战略

作为广电发展新战略，“未来电视”成为2022年中国广电视听十大科技关键词之一，位列第三。

2023年1月，全国广播电视工作会议提出，要把“未来电视”发展作为重要战略任务。

电视“作为人类曾经最为亲近的‘视觉机器’”^④，近年来受到互联网等新的媒介技术和媒介形态的严峻挑战，许多人对电视的未来深表忧虑，甚至出现电视消亡论。然而，数字化和智能化浪潮在给广播电视带来冲击的同时，也带来新的发展机遇，广电领域近年来大力推进的数字化、媒体融合、智慧广电、全媒体等发展战略，就是主动应对挑战、把握机遇的重大举措，这些战略从不同的角度拓展着人们对广电的理论和实践认知。美国著名电视理论家阿曼达·洛茨（Amanda Lotz）认为，应当重新对“电视”进行定义，“电视的未来并不仅仅与广播网络、无线电、频道这些概念相关……电视的故事会一直讲述下去，也一直会有人听”^⑤。

“未来电视”面向广电未来10~15年，是一个充满想象力的前沿话题，也是一项复杂的系统工程，“代表着视听的未来发展图景，也是构建现代化大视听发展格局的重要抓手和关键支撑”^⑥。这里所说的电视不再是传统的狭义电视，而是以视频为主体的音视频媒体，包括广播电视与网络视听，是视听内容、服务、技术等方面的总称。“未来电视”具有呈现方式多样化、视听体验沉浸化、应用场景全景化、服务形态智慧化、服务供给协同化、布局系统化等六大基本特征，“其精髓在于‘前沿技术+电视’，通过VR、AR、实时交互、元宇宙等技术进行内容创新、形态创新、传播创新、消费创新，要把这些新技术与广播电视台的公信力优势、新闻信息优势、主流内容优势结合起来，牢牢掌握住发展主动权”^⑦。

三、ChatGPT带给“未来电视”发展机遇

国家广播电视总局发展研究中心课题组问ChatGPT对视听产业将带来何种影响，ChatGPT的回答是：“提高内容生产效率、改善个性化推荐、提供更好的内容搜索、增加虚拟主持人、增强互动体验。”^⑧ChatGPT在回答中认为自己不会对视听产业有实际的影响，但更多的人却不认同它的这种谦卑。该课题组认为，ChatGPT引领视听传媒进入智能新时代，视听传媒加速向人工智能新生态演进。还有专家预计，“ChatGPT不仅是新一代

聊天机器人的突破，也将给信息产业带来巨大变革”^⑨。

以ChatGPT为代表的人工智能，给“未来电视”带来新的机遇，主要体现在以下五个方面。

一是催生视听应用新场景。ChatGPT是人工智能领域的一次集成式创新，建立在技术突破之上的新应用场景更能引发社会变革。互动视频、沉浸式视频、VR视频和云游戏等，在ChatGPT等人工智能的推动下，会成为“未来电视”的典型场景和形态。虚拟数字人2022年以来广泛运用于视听行业多个领域，一些电视台纷纷推出虚拟主播，如中央广播电视总台的“小小撒”、北京广播电视台的“时间小妮”、湖南广播电视台的“小漾”、东方卫视的“东方媛”、浙江卫视的“谷小雨”、陕西广电融媒体集团的“未央”等，ChatGPT可以为这些虚拟数字人构建“AI大脑”。天娱数科、蓝色光标、奥飞娱乐等上市公司表示，其虚拟数字人业务与ChatGPT技术有关联，天娱数科子公司已为虚拟数字人接入ChatGPT等模型，应用于电商直播、虚拟主播等场景。ChatGPT等人工智能与视听技术的结合，可以注入其他行业的生产要素中，催生大量新场景、新应用和新模式，为多个行业赋能。一些广电机构参与博物馆馆藏文物的数字化保护工程，推动广电文化大数据产业发展。中国广电云南昆明公司对云南陆军讲武堂历史博物馆馆藏文物进行全景数字化数据采集，转换成三维模型空间及全景后进行全息展示。华数数字电视传媒集团有限公司建立了“云平台+场景+感知终端”三位一体的智慧物联服务模式，推出“华数i家”与“橙智e养”两大家庭场景品牌，包括i娱乐、i上网、i安防、i宠物，远程一键挂号、一键医疗咨询、续方配药、应急求助等应用场景。

二是推动视听内容智能生产。ChatGPT依托极为庞大的人类知识语料数据库，通过大规模人工神经网络预训练，实现从认知到生成的功能突破，可以进行“未来电视”的人工智能内容生成。

“生成式AI技术2022年进入应用爆发期，开始运用于文字、图片、音乐、视频、游戏素材的创作和生成，在语音转写、智能写作、智能剪辑、影片修复、虚拟数字人、虚拟场景合成等环节得到应用。”^⑩AIGC（人工智能生产内容）不仅可以从事那些程序性、资料性、搜寻性的视听工作，例如

财经、体育、灾难类突发报道等，还可以“创造科学传播的新形态，改变健康、法治和科学类报道的生产模式”^⑪。这些报道具有较强的专业性，而这正是ChatGPT通过大数据训练具有优势的领域。AIGC的视频、图片生成功能可以快速实现文字的视听转化与全景性传播，以AI技术驱动内容生产的TTS（Text To Speech）、TTV（Text to Video）技术，可以将图文内容自动生成语音、视频。2022年12月，每日经济新闻推出“每经AI电视”，是全球首个全流程人工智能电视栏目，在多个平台24小时直播，其稿件撰写、视频转化、串联播出等全由AI驱动。奇树有鱼创始人兼CEO董冠杰表示，他的团队已尝试使用ChatGPT撰写电视剧本、用AI绘制概念图、批量生成电影海报等。公关营销公司蓝色光标表示，不再使用文案外包服务，改由AI技术完成相关工作。电视剧《三体》视觉导演陆贝珂认为，AIGC可以加速影视制作概念设计和分镜，提高古装造型设计效率。

三是促进视听分发精准化。在“未来电视”建设中，许多视听机构建立了基于海量数据的数智化视听内容分发体系，人工智能推荐系统利用机器学习算法，通过分析用户的交互行为，进行精准分发，为用户推荐最相关的视听内容。这种个性化推荐更具针对性和实用性，提高了用户黏性。英国广播公司、澳大利亚广播公司等将人工智能语音工具运用到个性化推送中，今日头条、一点资讯等大量新闻聚合平台使用了人工智能推荐。2022年9月，中国广电集团和歌华、东方、华数公司在北京、上海、杭州三地推出有线电视智能推荐频道试点，改变了传统电视频道的固定节目形态，通过人工智能算法推荐，根据用户喜好从海量视听库中自动编排、连续推送定制内容，实现电视大屏和手机小屏无缝切换、多屏联动，在居家、移动等多场景转换中持续收看。中国广电集团还将在全国扩大有线电视智能推荐频道试点范围。如果说以TikTok为代表的视听平台实现了内容分发自动化，以ChatGPT为代表的生成式人工智能实现了内容生产自动化，那么，越来越智能的“未来电视”将在一些领域逐步实现生产与分发全流程自动化。

四是提升视听多样化体验。视听体验沉浸化是“未来电视”的重要特征。ChatGPT实现了虚实互联、人机协作，不断丰富人们的视听体验。近年

来,随着高清晰度解码等显示技术的成熟,MR、AR和XR等高新技术的运用,宽带网、CDN等基础设施的完善,视听产品走向多维度、全感官、强沉浸,不断迭代的科技美学推动视听体验全面升级。依托5G、人机交互和可穿戴设备等,视听交互更加便捷自然,电视人机界面操控性能不断增强。通过面部表情、眼神交流、轻微肢体动作,甚至脑电波,可以实现物理世界与虚拟世界的内容融合。在5G与高清频道建设方面,中国广电5G网络服务2022年7月启航,地面数字电视700兆赫频率迁移已经完成。2022年12月,国家广播电视总局印发《5G频道技术白皮书》,提出5G频道视听新内容、新消费、新沟通、新入口等四大新的应用场景。截至2023年3月,我国已经开通1085个高清频道、8个4K频道、2个8K频道。2022年北京冬奥会期间,北京城市公共空间、高校、社区建有20块8K超高清大屏,总播出时间约3456小时,实现了8K超高清转播、云制播、VR和自由视角等。在内容制作和支持技术体系建设上,快手推出传播型、服务型、虚拟化身“数字人及XR解决方案”,湖南广电芒果幻视上线基于VR的下一代泛娱乐内容社交平台“芒果幻城”,河南台发布以元宇宙为主题的数字线上平台“大象元”,爱奇艺搭建2400平方米虚拟拍摄棚并推出中国首个XR虚拟制作剧集。在视听产品方面,通过VR系列技术实现虚拟场景与现实舞台巧妙结合,呈现出“时空穿梭”感。2022年2月,新华网推出以敦煌文化与奥林匹克融合来展现奥运精神的视频《冰雪荧煌》,该创意视频运用Milo和XR扩展现实技术,实现拍摄画面与拓展画面的实时合成。2022年11月,江苏卫视推出元宇宙原创音乐晚会《2060元音之境》,将增强现实真人舞台秀与虚拟形象舞台秀相结合。2022年6月,中央广播电视总台推出大型沉浸式数字交互空间《三星堆奇幻之旅》,采用大规模即时云渲染技术,带领观众沉浸式体验三星堆考古现场。

五是给个体的视听生产与传播赋权。ChatGPT等人工智能在推动视听专业化生产与传播的同时,也为视听的普及化带来前所未有的机会,从PGC(专家生产内容)、UGC(用户生产内容)到AIGC,个人借助ChatGPT等人工智能可以打破以

往视听内容的专业化生产与传播垄断,从而极大释放视听生产力和传播力。“生成式人工智能将更加深刻地对个体赋能赋权,促进传播权力下沉和人的数字化生存。”^⑥在人工智能工具的帮助下,个人生产和传播视听产品的成本下降,不同层级和地域的个体在视听方面的“能力沟”和“使用沟”得到弥合,个性化、多样化的视听消费需求得到满足,曾经被忽视的小众需求和边缘用户有可能回归消费主场,视听生态将更加立体,基于人工智能的公共服务将更加个性化。

四、ChatGPT对“未来电视”的挑战与应对

ChatGPT在给人们带来惊喜的同时,也引发人们的担忧甚至恐惧。2023年3月,特斯拉总裁马斯克等1000多位高科技人士呼吁,暂停比GPT-4更强大的AI系统训练至少6个月。在“未来电视”战略上,ChatGPT同样在带来机遇的同时,也带来挑战。

一是视听机构从业人员的一些工作会被取代。有观点认为,编辑、记者未来较容易被人工智能取代。的确,一般程序性的写作和视频制作容易被生成式人工智能取代。但人是有理性和感情的,具有独创性、批判性和共情性,而ChatGPT是一个基于大规模数据统计的生成模型,缺乏新闻从业者经过专业训练和长期实践形成的脚力、眼力、脑力和笔力。更为重要的是,新闻工作者深入新闻现场对事实和真相的探求与报道,是ChatGPT所不具备的。

二是视听生产与传播面临法律法规和传媒伦理新问题。ChatGPT自动生成的视听内容,应当如何署名?《科幻世界》日前表示,拒收由AI创作的科幻小说。ChatGPT的海量数据来源于网络,这些数据有没有经过授权?这引发了人们对数据安全和版权的担心。ChatGPT有时会作假,会“一本正经地胡说八道”,其真实性和有效性问题引起人们关注。更为重要的是,由于ChatGPT生产视听内容是基于大数据,数据的价值观会影响生产内容的价值观,而ChatGPT的数据主要是英文的。总之,ChatGPT可能带来视听版权、数据安全、虚假信息、系统性偏见、价值观对抗、观点霸权、刻板印象等新的问题。

三是“未来电视”战略对生成式人工智能部署

不够。ChatGPT等生成式人工智能目前还处于发展初期，对其系统的研究和全面使用刚刚起步，对这一新技术推动“未来电视”发展的理论研究和路径探索刚刚开始，“未来电视”战略也是2022年才开始启动的。

为此，我们可以从以下五个方面入手，通过ChatGPT等人工智能推进“未来电视”战略的实施。

一是加强顶层设计。将ChatGPT等人工智能纳入“未来电视”战略总体规划，将其作为推进媒体融合纵深发展、加强全媒体传播体系建设的重要内容。积极构建覆盖全产业链的“未来电视”综合标准体系。加强技术路线、发展模式研究，探索人工智能推进“未来电视”发展的实施路径，以科技赋能推动广电行业重构，努力构建大视听发展格局，为推进中国式现代化作出广电贡献。

二是加快产业布局。大力支持国产化ChatGPT研发，推进关键核心技术攻关，避免被人卡脖子和意识形态风险，为“未来电视”发展提供技术支撑。加快与百度、腾讯、阿里等人工智能企业开展深度合作，整合分散的广电视听资源，推进视听内容数据化，打破数据孤岛和垄断。建设视听智能新平台，研发视听智能新应用，培育壮大新业态新模式。

三是破除体制机制障碍。以国家战略、视听行业 and 用户需求为导向，聚焦人工智能、虚拟现实、仿真交互等重点领域，鼓励“未来电视”产业链各方开展技术、人才、资金等资源协同。深化用人、分配等机制改革，激发新型视听主流媒体内在活力和创新动力，增强“未来电视”运营能力。着力培养具有家国情怀、国际视野的能够熟练运用生成式人工智能等新工具的全媒化复合型专家型视听人才，提升视听工作者的智能内容生成素养。

四是建立治理新规则。加强人工智能安全监管，研究制定保障人工智能和“未来电视”意识形态安全、数据安全和文化安全的法规制度，完善版权和用户隐私保护。充分发挥人的专业性和能动性，加强对人工智能视听内容的审核力度，也可借助人工智能技术通过文本、图像和视频等大数据的分析来识别虚假内容。

五是坚持以人为本。人工智能和“未来电视”

的发展，是为了生产更多更优质的视听产品，提升人们的视听体验。因此，要坚守人文主义价值观，反对技术中心论和数据主义，借助人工智能更好满足人们的视听需求，将人工智能与人的能动性结合起来。“人类学习与人工智能学习都有其各自的优势和局限性，人机互相学习、优势互补，是趋利避害的最优解。”^⑩

注释：

①周葆华：《或然率资料库：作为知识新媒介的生成智能ChatGPT》，《现代出版》2023年第2期。

②喻国明：《ChatGPT浪潮下的传播革命与媒介生态重构》，《探索与争鸣》2023年第3期。

③方兴东、顾焯焯、钟祥铭：《ChatGPT的传播革命是如何发生的？——解析社交媒体主导权的终结与智能媒体的崛起》，《现代出版》2023年第2期。

④李轩：《电视的未来考古：想象形态、路径方法与史学意义》，《新闻界》2021年第3期。

⑤常江、石谷岩：《阿曼达·洛茨：未来的电视是一种非线性文化——数字时代的电视与电视研究》，《新闻界》2019年第7期。

⑥赵京文：《“未来电视”的发展观察》，国家广电智库公众号2023年4月27日。

⑦杨明品：《未来电视，从现在开始》，国家广电智库公众号2022年12月6日。

⑧国家广播电视总局发展研究中心课题组：《ChatGPT引领视听传媒进入智能新时代》，国家广电智库公众号2023年3月14日。

⑨张博：《ChatGPT来了，他们这样看》，《中国新闻出版广电报》2023年2月21日。

⑩赵京文：《视听新技术发展与应用：“未来电视”正萌发》，国家广电智库公众号2023年2月9日。

⑪崔保国、邓小院：《ChatGPT给传媒业带来机遇与挑战》，《中国社会科学报》2023年3月7日。

⑫喻国明、苏健威：《生成式人工智能浪潮下的传播革命与媒介生态——从ChatGPT到全面智能化时代的未来》，《新疆师范大学学报（哲学社会科学版）》2023年第5期。

⑬陈昌凤、张梦：《由数据决定？AIGC的价值观和伦理问题》，《新闻与写作》2023年第4期。

（作者系四川传媒学院教师。本文系四川省社会科学重点研究基地数字文化与传媒研究基地2023年度项目“ChatGTP推动‘未来电视’发展研究”的阶段性成果，项目编号：SC23DCMB013）

（责任编辑：樊丽萍）