

人工智能在新闻媒体中的应用与发展

□ 岁正阳

人工智能简称AI,最早是由计算机科学理论奠基人图灵提出的概念,主要依靠计算机和算法程序来实现类似人类大脑的一种理念方式。人工智能拓展了新闻传播学的视域,对新闻生产也有着跨学科的影响。中国人民大学新闻学院教授彭兰指出,人工智能将是未来传媒业变革的重要方向,伴随人工智能理念的不断深化,大数据、机器人、算法推荐系统等技术都将被更加完美地呈现出来。

人工智能给新闻媒体带来的机遇

新闻生产角度
新闻采集:时空双重维度的延伸

一方面,人工智能可以使新闻采集更加迅速、时效性极大提高。在2017年九寨沟地震发生时,“地震信息播报机器人”自动编发的稿件不仅内容丰富,而且在25秒的时间内就采集到了速报参数、震中地形、热力人口、周边村镇、周边县区等10余项数据,人工智能与新闻报道的结合,增强了新闻采集的时效性。

另一方面,人工智能还可拓展新闻报道的空间范围。贝鲁特港爆炸事故中,无人机的拍摄能够进入到危险区域收集信息,通过智能选择路线、计算周围环境等智能方式,能够第一时间准确采集到更大范围、更多视角的信息资料,这大大延伸了新闻报道活动的触角范围。

新闻生产:智能写作加快生产效率

主张技术决定论的麦克卢汉认为“媒介是人的延伸”。广播延伸了我们的听觉,电视延伸了我们的视觉,而机器人写作的本质是在延伸人类的写作知觉。在新闻生产环节,机器人记者不仅能够快速地从信息材料中抓取文字,并且能够利用大数据网络智能抓取相应图片,使得新闻写作更加高效,减少了人工的报道差错。

新闻呈现:临场化体验感得到加强

人工智能的加入,使得3D新闻、VR新闻、AR新闻等都能够呈现出一种临场化体验感,如“今日俄罗斯”就把演播室虚拟成军事战争地,“美国气象台”利用3D技术报道弗洛伦撒飓风,都让观众超越时空界限能够身临其境感受到“新闻正在发生”。

新闻生产模式
生产模式:对话式模式出现
人工智能进入到新闻生产领域中,传统的、线性的新闻生产模式被消解,对话式的新闻生产模式逐渐出现。2016年,百度“度秘”机器人解说完上线后,同步实况解说奥运会篮球赛事,打造出了私人化的观赛体验,这种点对点的实时直播的对话式专属服务颠覆了传统的生产模式,是一种对话式的生产模式。

把关模式:信息识别精准优化
人工智能引入到新闻审查模式,信息识别技术更加精准优化,不仅可以实现对“关键词”的识别,还可以对“情绪”“舆论”进行识别。例如,微信中“辟谣助手小程序”,可以对个人传输信息与数据库中信息进行比对,将错误信息核实报道传递给误信谣言的人,帮助甄别其信息的真伪。

生产理念:人机结合的理念

革新

无人机、传感器的应用扩大了新闻信息源,机器人写作提高了新闻生产的速度,大数据、云计算实现新闻可视化呈现,算法分发有利于新闻信息抵达最广泛的受众。这种人机结合的新闻生产理念成为一种新趋势。例如,2019年国庆大阅兵直播中,利用无人机360度全方位拍摄,再利用智能剪辑,还原新闻事件的全景全貌,使广大受众“云参与”国庆阅兵。在此背景下,智能设备不再是“被动”的传播媒介,可以针对传者的“意图”和收者的需求,对信息符号和内容进行修改调整,成为新的编码者。

新闻产业结构
重构格局:媒体机构多面融合
首先,媒体组织内部各部门之间进行深层次的融合,大数据采集、智能生成都将打破壁垒,实现资源之间的深层面融合,提高媒介资源利用率;其次,媒介机构与其他行业进行跨行业合作。

传媒经营:促进资本与技术的双向互动

在技术驱动下,智慧媒体的发展是未来趋势。一些媒体顺应这一趋势,开始了智能化的布局,将人工智能、虚拟现实等技术运用到内容生产和传播的各个环节。比如,腾讯、百度、凤凰网等公司都在研发自动写稿的机器人,如今,机器人写稿已应用到财经、体育或数据等相关领域。

人工智能给新闻媒体带来的挑战

内容同质化,适用题材有限
由于智能机器人是按照事先设置好的模板进行信息的嵌套,内容呈现出同质化、模式化倾

向。机器人并不具备新闻编辑的主观能动性,写作内容缺乏人文关怀的感性因素。同时,机器人写作并不能完成深度报道,也并不适用于所有题材的写作,目前只适用于财经、体育、突发事故类报道。

新闻媒体成为信息茧房的“背锅者”

算法推荐虽然实现了个性化与定制化,但也容易形成信息茧房与信息孤岛的问题。在当下这种现象并不少见,而当自己陷入信息茧房当中时,用户往往习惯性责怪媒体,并不会责怪算法推荐本身和自身的选择性接触。因此,新闻媒体成了负面效应的“背锅者”。

技术裹挟使得把关难度加大
人工智能技术带来多样态新闻呈现的同时,也加大了新闻媒体对信息的审查难度。与以往的文字识别不同,面对视频动画、虚拟视像等新闻产品,新闻媒体的把关将更加难识别。

唯“人工智能”论,模糊了新闻报道的焦点

不可否认,人工智能技术作为一项新兴技术,将会为新闻业注入新血液,增强其核心竞争力。但是,过分注重技术的使用,忽视内容的精耕和价值的坚守,主流媒体可能会陷入“炫耀镜头而忘记挖地”的窘境,进一步丧失核心竞争力。如《光明日报》的“钢铁侠”报道神器在两会报道中就曾被质疑“过分炫技”,最终没有新闻产品的输出,令媒体本身陷入争议。

人工智能在新闻媒体中的应用思考

智能采写定制化新闻

智能新闻的信息采集与编辑更加精准,给新闻记者与编辑提供了更多信息反馈渠道。2018年初,新华社发布了我国首个媒体人工智能平台。该平台仅仅用时10秒钟就生产了一条两分钟的视频新闻,该平台通过摄像头、传感器获取视频与图片信息,继而对这些信息进行处理和判断,利用大数据与算法将这些信息内容进行分析与整合,通过信息重新检索和排序形成最终的智能新闻。

实现新闻内容的个性化推荐
未来人工智能技术在新闻媒体行业的应用,可以向着打造用户沉淀平台去努力,为用户打造特别的新闻阅读体验,提高用户的参与度与满意度。如“今日头条”就以智能技术为壁垒,以海量数据为依托,通过机器学习感知、理解、判断用户的行为特征,通过在App的滑动、搜索、查询、点击、收藏、评论、分享等动作,综合用户具体的环境特征与社交属性判断用户的兴趣爱好,推荐个性化的新闻资讯,塑造千人千面的阅读场景。

结语

综上所述,人工智能在新闻媒体中的应用带来了诸多挑战和机遇。人工智能的应用提升了信息采集的效率和利用率,能够满足新闻受众的不同需求。随着人工智能技术的发展,万物相连并全面数据化,人们在享受由科技带来的智能便捷的同时,也要辩证地看待技术发展带来的问题。对于人工智能的“入侵”,新闻从业者必须把握其发展方向,坚守人的价值,从实际出发,努力创新以应对全新的媒介生态环境。

融媒融心 锤炼“四力”

——融媒体时代下新闻工作者践行“四力”的思考

□ 吴 限

随着微信、微博、抖音、头条,再到VLOG的兴起,我们已然进入了一个全新的媒体时代,新闻媒体行业随之也发生了前所未有的变局。这对新闻工作者而言,既是机遇也是挑战,新闻工作者怎样才能解决“本领恐慌”?习近平总书记提出的“增强脚力、眼力、脑力、笔力”,无疑为广大新闻工作者应对融媒体时代的传媒变局指明了方向,笔者认为,广大新闻记者要将践行“四力”要求融入新闻采写全过程,从而写出更多有思想、有深度、有温度的新闻精品,在新的发展机遇下进一步做好新闻宣传工作。

融媒体时代践行“四力”的重要性

早在2016年2月19日,习近平总书记在主持召开党的新闻舆论工作座谈会上就提出:“好的新闻报道,要靠好的作风文风来完成,靠好的脚力、眼力、脑力、笔力得来。”2018年,在全国宣传思想工作会议上,习近平总书记进一步指出,“四力”要求对整个宣传思想战线都是适用的,要不断增强脚力、眼力、脑力、笔力,努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的宣传思想工作队伍。

融媒体的出现使传播新闻学、大众传播学的传播方式及环境发生了巨大变化,以互联网为基础的新闻内容传递、受众交互得以实现,新媒体平台的出现也打破了新闻记者对新闻采写的绝对话语权,所以践行“四力”对新闻记者来说十分重要。在融媒体时代下,人们更希望能够接收到具有时效性、深度性、新颖性的新闻产品,这也需要新闻记者能够落实“四力”,深入基层一线的脚步、敏锐发现新闻价值的眼力、主动思考的脑力以及善于“说话”的笔力,凸显新闻传播的深度和底蕴,为受众创作出温度与深度兼具的新闻产品。

融媒体时代新闻工作者锤炼“四力”的具体措施

如何在融媒体时代增强新闻舆论“四力”,充分发挥传统媒体固有的优势,实现融合发展呢?可将“四力”融入新闻采写全过程,从而写出更多有思想、有深度、有温度的新闻精品。

“脚下有泥土”:深入基层,关心民意
“文生于情,情生于身之所历。”好的新闻报道,绝对不是坐在办公室里查资料就能写出来的。融媒体时代,传播手段、表现方式发生改变,但是,受众对于“真实”的追求并没有改变。正所谓“脚下有泥,心中有光”,记者唯有沉下心、俯下身,深入基层一线,同群众一起,与人民心连心、体会他们的感受,才能感知时代的脉搏,发现最动人的身影,听见最真实的声音。

“慧眼识真金”:独特视角,敏锐捕捉
融媒体下,信息资讯与话语言论的传播渠道不再单一。面对纷繁复杂的资讯,敏锐观察、善于发现身边典型人和事的独特点,聚焦有价值的亮点,则需要一双“慧眼”。记者通过“脚力”走到了新闻采访的一线,只是“身至”还是不够的,更重要的是要“心至”“既见人之所见,亦见人之所未见”。面对同一地点、同一采访对象,要善于在“共性”中寻找“特性”,运用“不走直路”的方法,才能真正在新闻一线发现最独特的元素,为读者呈现最具新闻性和最有价值的新闻作品。

“用脑多思考”:把握方向,深思审阅
互联网时代,脑力是媒体更为珍贵的思考力,也是更深层次的核心竞争力。作为一名新闻工作者,在采访前期要做足功课,充分了解采访内容,有充足的思想准备和理论准备。在采访中,多动脑、多分析、多思考,对采访中获取的第一手资料仔细辨识和研判。此外,深度选题策划的能力,同样也是非常“烧脑”,它需要具备较强的新闻业务能力,更需要扎实的专业知识和理解分析能力。要让自己的新闻作品有深度、经得起时间的推敲,就势必要养成多思考的习惯,养成随时随地学习的能力。

“妙笔著文章”:见字如面,直抵心灵
脚力丈量了支点,眼力确认过焦点,脑力生发了灵感,笔力流淌出神采。互联网时代,内容的表达要求我们追求“最优质”,既要创新,更要融合。笔力,其实就是语言文字的表现力,它要求新闻工作者改进文风,跳出僵化的套路和模式化倾向,用精练、准确的语言增强作品的生命力,以灵活多样的技法来组织材料、表现主旨。“妙手著文章”是记者必备的硬功夫,记者要通过笔触将自己的所见、所闻、所思、所感传达给读者,做好时代的记录者、观察者、传播者。

结语

习近平总书记关于“脚力、眼力、脑力、笔力”的要求,不仅是提高新闻工作者业务能力的方法,也是马克思主义世界观和方法论在新闻工作中的具体体现,更是实践观点在马克思主义新闻观中的具体体现。融媒体时代的到来,广大新闻工作者只有锤炼“四力”,才能写出“沾泥土”“带露珠”“有温度”的力作。只有践行“四力”,才能在媒体融合时代与时俱进,谱写出光彩的新闻篇章,从而进一步提升传播力、引导力、影响力、公信力。

新媒体环境下新闻摄影记者发展现状及转变方向

□ 文 帝

前言

在新媒体兴起的时代,美国是出版强国,传统媒体依然无法摆脱低迷的经营状况。近年来,美国关闭的日报总数有所增加,许多报业经营不景气。以往美国销量排名靠前的时报也被迫裁员。在新媒体盛行的时代,专业的新闻记者的正常生活也无法得到保障,解决此问题刻不容缓。同时,如今已经进入“全民摄影”时期,每个人随身携带的电子产品都能满足拍摄的需求。在资源稀缺的时代,相机基本上是记者工作的必备用品,是其身份的代表。现在,这条与普通人的区别线,似乎受到了新媒体极大的冲击。

新媒体背景下专业新闻摄影记者的发展现状

专业摄影记者大量裁员,就业形势严峻

近年来,新媒体的发展趋势给传统媒体带来了很大的冲击。很多传统媒体都遇到了广告商被挖走、读者减少等情况。据相关调查表明,2014年《纽约每日新闻》大量裁减员工,其中就有五名摄影记者被裁退。更受人们关注的是在这些被裁退的人中还包括年龄超过50岁的大卫·汉斯。他做了27年的新闻记者,且在报道“9·11事件”时遇到突发情况腿部受伤。在2013年,芝加哥一所较为有名的报社也进行了大量裁员,被裁掉人员的数量达到了28名。其

中,获得普利策奖的罗伯特也没能幸免。

此外,中国记者也遇到了类似的情况。由于现在传统媒体市场存在的竞争关系较为激烈,传统媒体对人员做了极大的调整,对新闻记者的需求量也大大减少。很多有着多年纪实摄影工作经验的记者纷纷离职或投身其他领域,更不用说近些年选择新闻摄影类专业的大学生了。

摄影记者面临着创作和资金的问题

一些国际知名摄影大赛设立了长期项目奖。因为一套好新闻报道摄影图片或者一个好新闻专题拍摄需要花费很多时间,即使它不是一个图片组或一个话题。讲座拍摄时,新闻记者也必须尽可能保留好新闻报道摄影图片,以便现场纪实摄影。如今,常用的传统媒体要与互联网媒体市场竞争,存在“等不起”的情况。

新闻摄影也必须有足够的财力来保障其正常运行。一方面,相机设备及其机械是纪实摄影中非常特殊且至关重要的部分。比如,在体育摄影中,照片的质量与拍摄设备的质量存在较大的关系。在举世瞩目的体育盛会中,并不是所有的新闻记者都能拥有好的拍摄条件。他们必须拥有专业的超远距离摄像头才能拍摄清晰的即时照片。另一方面,新闻记者到去外面拍摄新闻照片时也需要一定的资金保障。比如,2015年天津滨海新区爆炸事故,在发生这个事件后,很多群众都想第一时间掌握爆炸区的情况,

来自世界各地的记者立即蜂拥而至。相对于新闻记者而言,如果在发生突发事件时能够第一时间到达现场,就能够立刻拍摄出现场照片进行发布一手新闻。

然而,近年来,传统媒体的资金相对来说是较为缺乏,仅在广告及其版面设计和推广上花费大量费用。因此,摄影部门的资金就被分割出去了一部分。还有一些资金相对不足的报刊由于自身条件不足,无法第一时间赶到现场,这也导致无法对突发事件现场进行及时拍摄。

职业摄影记者与“全民摄影”的博弈

新华社副总编王瑶在接受相关采访时,根据当前社会新闻记者的实际情况提出了一个问题:“在这个每个人都能拍照的时代,专业的摄影记者应怎么适应社会发展?”随着科学技术的发展,电子产品多的让人眼花缭乱,各种媒体也是蓬勃发展,很多的人都能够利用自己的便捷设备拍摄照片,这也让新闻摄影记者与普通人的距离越来越小,相应的新闻摄影记者的身份也逐渐淡化。

在新媒体环境下,人人都在“拍摄”,每个人都可以成为记者。新闻记者获取独家代理新闻图片越来越难。比如前几年,一些街头突发新闻的图片都是由普通大众拍摄。

由于新媒体技术及新媒体平台的进步,新闻记者的身份受到了一定程度的冲击。更何况,如今,人们对于新闻的阅读需求更倾向于碎片化,作为一个技术专

业的新闻记者,必须花大量时间拍照、选照片,从这方面来看他们难以达到普通人即拍即传的时效性。

新媒体环境下专业新闻摄影记者的转变方向

提高业务素养,强化作品风格
新闻摄影记者同其他拍摄人员存在区别的地方就是其必须对新闻工作有一定程度的认识。虽然现阶段很多人都可以拍摄照片,但如果想要成为一名技术水平较高且专业素质过硬的摄影工作者,必须具备全方位多层次的把握照片实效的能力。当遇到突发事件时,很多普通记者简单地拍摄一些照片后就会撤离,但是,如果想要了解事件的后续进展,还是需要对相关的人员进行近距离的跟踪报道。

同时,专业新闻记者拍摄的新闻图片必须加强自身的设计风格。只有具有深刻的现实意义,才算是好的新闻报道摄影图片。例如,中国著名新闻记者贺延光拍摄的《小平,您好!》,到目前为止仍广受好评。

贺延光在接受相关采访时说道:“好的作品应该能够深入读者的神经,能够触动公众。”

与时俱进,向全能型新闻摄影记者转型

传统媒体时代,新闻报道和摄影部门职责分工复杂,造成过度消耗专业人才。王瑶提出摄影记者与编辑共同培养的想法。这样做能够很好地简化工作人员,且还能够最大程度地发挥出他们的专业技能,使其能够

多方面融合,成为专业素质高的摄影记者。

新闻记者 in 拍摄新闻图片时,要选择自己的视角。这就要求记者的逻辑思维需要更敏锐,所涉及的范围也需要更广泛。

抓住好新媒体下图片产业发展的机遇

作为互联网时代的专业记者,掌握照片发展趋势的关键环节,可以为自己打造良好的发展前景。如今,受众要求内容和方式融合度较高的新闻图片。作为整个图片产业链中比较核心的一个步骤,新闻记者应该能够为新闻媒体提供高质量的新闻报道图片。所以,新闻记者应该帮助新闻媒体创建独家图片库。

处于不同区域的新媒体工作者在创建图片库时需要结合当地的实际情况。新闻记者李赫表示,新闻图片应当与当地情况紧密相连。下一步,照片的使用将不再局限于某些地区,而是被应用在全国各地甚至全球。带有地方特点的图片具有很大的传播价值和科研使用价值。因此,新闻记者在创建图片库时应充分利用好这一点。

总结

未来拍摄服务平台的发展趋势可能更注重宣传者与观众的双重互动,更注重大量人的参与。专业的记者不仅要看到当前的发展趋势,还要意识到新媒体给该领域记者带来的考验和机遇,掌握新时代的关键环节,运用发展的逻辑思维,努力成为专业素质较高的新闻摄影记者。