

技术理性与价值理性的审视

——智媒时代下AI主播的价值与伦理辨析

盛厚华

运城学院中文系, 山西 运城

收稿日期: 2023年7月26日; 录用日期: 2023年8月28日; 发布日期: 2023年9月7日

摘要

在智媒时代, 人工智能进入新闻传播行业。在此背景下, 人工智能与虚拟图像技术促成了AI主播的产生。随着AI主播在新闻传播领域的应用, 引发了AI主播在新闻传播领域伦理问题的追问。本文通过工具理性对AI主播进行价值辨析, 进一步对AI主播进行伦理审视, 对于AI主播在新闻传播领域中所导致的主体性缺失问题、受众认识问题、报道责任界定问题进行讨论。以期能够避免由工具带来的技术恐慌, 营造人文与技术和谐共存的媒体环境。

关键词

人工智能, 技术理性, 价值理性, AI主播, 伦理

Technical Rationality and Value Rationality Review

—The Value and Ethical Analysis of AI Anchors in the Era of Intellectual Media

Houhua Sheng

Department of Chinese, Yuncheng University, Yuncheng Shanxi

Received: Jul. 26th, 2023; accepted: Aug. 28th, 2023; published: Sep. 7th, 2023

Abstract

In the era of intelligent media, artificial intelligence has entered the news and communication industry. In this context, artificial intelligence and virtual image technology contribute to the generation of AI anchors. With the application of AI anchors in the field of news communication, AI anc-

hors have raised ethical questions in the field of news communication. This paper starts the value analysis of AI anchors through tool rationality, further conducts the ethical review of AI anchors, and discusses the lack of subjectivity, audience awareness and definition of reporting responsibility caused by AI anchors in the field of news communication. In order to avoid the technical panic brought by the tools and create a media environment of harmonious coexistence of humanity and technology.

Keywords

Artificial Intelligence, Technical Rationality, Value Rationality, AI Anchors, Ethics

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着人工智能在传媒行业的进一步运用，人们也见证着万物皆媒、人机共生、自我进化的智媒时代的基本特征，这份特征也表征传统传媒行业在时代背景下的重新建构。在此建构下，传统传媒行业的行业环境与规则产生了巨大改变，都是对传媒从业者的巨大挑战。

“AI 主播”以大数据与人机交互等为基础技术，在众多媒介担负着主持与播报的任务。AI 主播作为智能化在传播行业的体现，相比于传统播音员，具备稳定性、时效性等诸多优势。“机器对人工的取代”作为工业革命后的一大现象，也在智媒时代下引发公众发起了“AI 主播”是否会取代播音员的追问。

对 AI 主播进入荧幕的历史进行回顾，从 2001 年世界上第一个虚拟主持人阿娜诺娃(Ananova)在英国出现，给全世界传媒行业从业者带来了震撼。继而，第一代 AI 主播在世界各国都开始了发展与进一步精进。但因为技术桎梏，第一代 AI 主播仍与真人主播在外形上具有极大差距。2018 年 11 月，在世界第五届互联网大会上，新华社与搜狗联合打造了以新华社男主播为原型的 AI 合成主播“新小浩”，在新科技背景突破下，已经突破第一代一眼“假”的视觉观感，此时 AI 主播已经可以通过技术支持进行微表情的抓取以及进一步应用诸如唇形、表情动作等。同年五月，科大讯飞与相芯科技联合利用虚拟形象生成技术(PTA)所打造的 AI 主播“康晓辉”更在直播现场与听众进行了线上交互。在 2019 年央视网络春晚中推出的 AI 撒贝宁，与两会期间 AI 记者助理“小白”、AI 主播“新小萌”，都在应用中取得极大成功。而随着 AI 技术进程进一步加快，AI 主播迭代速度也大幅缩短，而 AI 主播的快速迭代与应用也给整个行业的生态带来了新的变化。

2. 工具理性视角下“AI 主播”的价值辨析

AI 主播作为工具，其出现主要是为了解决人类主播无法解决的问题，例如 24 小时不间断的播报、跨语言播报等。因此，AI 主播在传媒行业中的应用，可以被视为一种工具理性的体现，即技术可以帮助人类解决问题，提高工作效率和准确度。然而，我们也需要看到 AI 主播在实际应用中所带来的问题。例如，AI 主播缺乏情感和个性化，无法传递人类主播所具备的主观能动性和认知能力。

在这种情况下，我们需要对 AI 主播的优缺点进行评估和平衡，充分考虑其工具理性的应用效果及合理性。同时，也需要在使用过程中加强对其伦理问题的监督和管理，确保 AI 主播的应用不会对新闻报道产生负面影响。

2.1. 综合理性模式：工具理性与价值理性的整合

德国社会学家马克斯·韦伯在《新教伦理与资本主义精神》一书中，从现代性的视角对理性进行了工具理性与价值理性的划分。韦伯的理性二分法理论是现代哲学理论体系的重要基石之一，他认为现代社会的特征是工具理性全面压倒价值理性。韦伯将工具理性与价值理性区分为手段与目的的关系。工具理性是指根据所从事事务的手段进行理性分析，寻找出达到目的的最优路径。工具理性背后的价值观念同时受到技术崇拜与功能主义的影响。而价值理性则是指从目的本身的意义进行推论，从伦理与道德层面给出事物的终极解释。

工具理性也存在一定的局限性和问题。例如，它可能忽视人类的情感需求、道德价值和环境保护等非实用性的目标。此外，过度追求效率和利益可能导致社会的剥削和不公，甚至对人类自身的生存和发展造成危害。工具理性还将社会变成一个竞争和利益的市场，使得人们失去了对社会公平和正义的追求和维护。最后，工具理性造成了价值观念的混乱和缺失，导致了道德危机和文化危机。工具理性将价值观念归结为实用性、效率、利益等可量化和可交换的标准，使得人们失去了对绝对真善美的认同和追求。工具理性也将价值观念视为相对而非绝对的，使得人们失去了对普遍道德原则和文化传统的尊重和继承。工具理性还将价值观念视为可被操纵和改变的，使得人们失去了对价值观念的批判和反思。

价值理性认为科学和技术不仅是人类探索真理和改善生活的手段，也是人类表达自我和实现自由的目的。价值理性强调以人类整体福祉为导向，追求公正、美好、和谐等价值目标。

因此，在运用工具理性解决问题时，需要考虑到伦理、社会和环境等多方面的因素，以达到更加全面、可持续和有益的解决方案。这就需要借助于价值理性来弥补和制约工具理性。

2.2. AI 主播的优势

1) AI 主播突破生理性桎梏

AI 主播本质上是利用语音合成技术，模仿新闻主播的声音，根据文本自动生成新闻语音，再捕捉新闻主播的形体、动作和神态结合图像技术进行合成，让虚拟的“AI 分身模型”进行新闻报道[1]。在播报活动中，AI 主播的应用与传统播音员的有声语言创作模式存在巨大差异。

AI 主播作为编程语言在交互过程中的体现，作为技术应用，不具有任何生理性的桎梏。在交互过程中，AI 主播通过编程的管理可以在没有任何风险的前提下完成播音任务，且极具稳定性，不受任何生理性的限制，诸如在口播、长时间直播等对播音员要求极高的播报任务。

AI 主播可实现全天候、及时即时的内容输出，生产效率优于真人主播，赋能媒介内容的“全时传播”[1]。AI 主播的应用可使信息传播准确度与传媒工作的生产效率提高，同时大幅降低传播成本。

2) AI 主播降低时间成本

传统播音员能力训练具有极长的周期性。其在进行播音活动之前，需进行长时间段练习并逐年坚持，才能达到理想的播音状态，并确保播报任务顺利完成。且在播报任务中，主持人的个人能力将直接影响着节目质量，即便作为富有经验的播音员，在面临高难度的播报任务时，也难免会因为诸多因素，影响到节目播报的效果，面临着极高风险。而 AI 主播的应用能轻松突破传统播音员培养周期长与播报不确定性的问题。随着人工智能技术的快速发展与 AI 主播的快速迭代，AI 主播制作成本大幅降低。

3) AI 主播具备深度学习能力

AI 主播的深度学习能力是指其能够通过深度神经网络学习并掌握语音、图像、文字等多种数据表达方式的能力。深度学习是一种基于人工神经网络的机器学习方法，通过多层次的神经元相互连接构成的神经网络结构，实现对大量数据的自动分析和学习。

AI 主播的行为逻辑是基于其本身数据库的深度学习，AI 主播具有强大的知识储备和数据处理能力，

在语义识别、语义分析、语音合成、语音翻译等智能技术的加持下，多语种智能主播走进一线，在各语种之间灵活切换，突破语言传播障碍，给受众带来崭新的体验。AI 主播具有强大的知识储备和数据处理能力，在语义识别、语义分析、语音合成、语音翻译等智能技术的加持下，多语种智能主播走进一线，在各语种之间灵活切换，突破语言传播障碍，给受众带来崭新的体验[2]。此学习逻辑使得 AI 主播可以利用其深度学习能力，其相较于真人播音员没有知识边界的限制，且 AI 主播在播报的实践表现中更具多样性。

2.3. AI 主播的价值辨析

随着 AI 主播的兴起，其所带来的价值也越来越受到广泛的关注。从技术角度来看，AI 主播可以实现无人化、高效化的播报，提高了媒体的工作效率，提高了播报的一致性和准确性。这种技术价值被广泛认可，并在现实中得到了广泛的应用。

然而，AI 主播的发展也带来了一些伦理规范和价值观念的挑战。首先，由于 AI 主播的虚拟性质，人格认定和道德评价变得困难，难以确定其真实的社会角色。其次，AI 主播的全自动化新闻生产线对真人主播的就业也产生了冲击，这种商业价值与社会责任之间的平衡问题，也需要进行深入的讨论。针对这些问题，我们需要在技术创新的同时，注重伦理审视和价值观念的引导，以确保 AI 主播的可持续发展和更好地服务社会。

AI 主播是工具理性在传媒领域的典型体现。工具理性是指以实用性为核心的理性模式。在这种模式下，问题的解决取决于使用的工具、技术和方法，通过科学知识和技术手段，分析问题、量化问题，制定目标并实施方案，从而达到预期的效果。AI 主播就是利用人工智能技术作为工具，根据文本生成语音和图像，并进行同步匹配和优化处理，从而实现新闻报道的目标。AI 主播认为科学和技术是现代社会发展的主要动力和源泉，强调以人类自身的利益为导向，追求效率、效益、便利等实用性的目标。

然而，在追求工具理性目标时，也需要考虑到价值理性目标。价值理性是指以价值观念为核心的理性模式。在这种模式下，问题的解决不仅要考虑实用性，还要考虑符合道德、法律、文化等价值观念。AI 主播作为一种新兴媒介形式，在传递信息时也要遵循传媒伦理规范，并尊重受众、社会和自身的权利和义务。AI 主播应该保持客观、公正、真实、负责等传媒职业道德，并尊重受众和被报道对象的隐私、尊严和多元化需求。AI 主播也应该避免制造或传播虚假、误导、有害或不良信息，并及时纠正错误或不当信息。

3. “AI 主播”的伦理审视

AI 主播在播音活动的应用过程中，其背后的技术使用者与活动中作为客体的观众都会受到影响。在智媒时代背景下，AI 主播作为时代产物，看似能够享受由其所带来的时代红利，然而如若沉溺技术理性的视角，或是面对诸如 AI 主播所代表的新技术时使用不当，则更可能是被技术异化甚至支配，遭遇伦理风险。

3.1. 受众认知风险问题

AI 主播的身份和形象都是由程序员设计和开发，其外表和声音等方面都是通过技术手段制造出来的，与现实中的个体并不完全一致。因此，AI 主播的虚拟性在一定程度上反映了其与现实世界的脱离和异化。其次，在言行方面，AI 主播可能会模仿人类的言行举止，但其语言表达和行为动作往往也会存在一定的不真实性和机械性，难以完全模拟人类的自然表达和情感交流，这也进一步强化了 AI 主播的虚拟性。

传统传媒行业中的主体为机构和其从业者，其工作环境不会形成 AI 主播应用产生的虚拟性。在此背景下，受众在虚拟世界与现实世界的认知上不会产生模糊性。但在 AI 主播的参与播报活动后，其作为编程语言为内核但具有人类样态的传播工具，同时具备人所带来的真实感与编程语言内核所带来的虚拟性，

而此时以 AI 主播为主体的新闻传播活动便会使得观众具有对虚拟世界与现实世界边界的认知风险。此种由主体性缺失最终导致的认知风险问题，引发的便是公众对于身份安全的信任危机。

3.2. 报道责任界定问题

AI 主播是通过程序控制的虚拟存在，其虽能突破生理性桎梏进行长时间报道，但报道活动中所涉及到的信息真实性、客观性和准确性等方面都存在一定的风险。因此，面对 AI 主播在参与播报活动产生错误的责任界定问题便陷入了困境。

在智媒时代，人工智能技术大幅参与传播领域，但如今的法律法规对 AI 参与生产过程的相关规定却是一片空白。在新闻传播活动中，传播主体异化成 AI 主播，此时新闻责任的主体应该如何明晰？是应该由 AI 主播的原型负责？还是其编程人员？AI 主播虽然在交互过程中相较播音员有更高的准确性，但仍无法避免错误。此种行为主体模糊的现状便会导致最后的责任界定的困难，无法订正 AI 主播与相关人员的关系与共处的法则，在面对播出事故时，便会遭遇相应的伦理困境。

3.3. 人主体性的丧失

AI 主播是由人类程序员设计和开发的，其行为和表现完全由程序控制和决定，不存在自主意识和自由意志。因此，AI 主播不具备个体性和主体性，也不应该被视为具有人格特征的存在。然而，从实际操作和社会意义上考虑，AI 主播却在某种程度上具备“人格”属性。它们可以通过深度学习等技术学习和模仿人类言行举止，具有模拟人类行为的能力，也能够产生某种程度的情感共鸣。在 AI 主播参与生产与听众进行交互时，其行为可能对受众基本生活与价值观产生影响。因此，如何对其行为进行监管与规范，以确保不对人类产生负面影响便陷入了困境。

正如鲍德里亚的“拟真 - 仿像理论”就曾经提到过现代电子媒介技术和数字模拟技术几乎割裂了虚拟形象和真实物体之间的联系，虚拟形象自身成为具有真实性的客体，虚拟的仿像占据了日常生活，复制取代了模仿，假的比真的更真实^[3]。现如今，AI 主播在技术飞速发展所引发的快速更迭下，其外貌设计与真人主播并无过大差距。同时，其生产效率的大幅度提高更使得真人主播在主播播报活动中不占据优势。当 AI 主播更进一步被应用，未来的受众便不会在播报活动中注重分辨 AI 主播与真人主播。同时，在传媒领域岗位选择中，面对生产效率极高的 AI 主播，可以全时段投入生产，节约了大量时间成本，甚至可搭建完整的新闻自动化生产线，真人主播也不具备任何优势。

从鲍德里亚的“拟像 - 仿像理论”来看，AI 主播是一种超真实的拟像，在模拟人类行为时并没有一个真实、可以归属于自己的原型或本源。它们只是通过数字代码生成并运行于媒介系统中的虚拟形象。它们既不反映也不表现任何真实存在或意义。它们只是通过复制、模仿、替代等方式创造出一种超越真实或取代真实的幻象。这种幻象可能会误导受众对于真实世界和真实事件的认知，并影响他们对于自身身份和价值取向的判断。因此，在人工智能应用于信息传播产业时，不仅要充分发挥其技术优势和价值，也要注意其伦理风险和挑战，并在工具理性和价值理性之间寻求平衡与协调。同时，在拟像社会中，应保持清醒地辨别真假与善恶，并抵抗超真实拟像对于个体意识和社会秩序所造成的混淆与瓦解。

4. AI 主播伦理困境的对策建议

在 AI 主播的技术应用中，我们不能陷入到工具理性的一元论中。采用批判的视角，在技术应用中，同时兼顾人文性的统一，综合的考虑，才能营造出人文与技术和谐共存的媒体环境。具体对策建议如下：

4.1. 受众提高媒介素养

面对人工智能自动化生产的新闻，受众必须提升自己的信息素养，即辨别信息真伪、发掘有用信息、

利用有效信息的能力,才能够更好地避免隐藏在 AI 主播所报道的新闻中的“算法歧视”[4]。随着 AI 主播进入新闻传媒领域,产生新的新闻传播生产方式,受众需提高自身的媒介素养。使得自身在 AI 主播应用所产生的虚拟性与现实性的共同作用下,不受其影响。在受众进一步提高媒介素养后,明晰智媒时代 AI 主播应用背后的伦理困境所带来的风险,营造出良好的媒体环境。

4.2. 新闻主播提高核心竞争力

面对 AI 主播应用所导致的真人主播在新闻传播活动中主体性缺失的情况,真人主播更应提高基本的业务能力水准来应对该挑战。在具体的播音实践活动中,保持播音员主体性地位,强化情感表达能力,提升业务水平能力,提高随机应变等能力,这些能力需要持久的训练与知识的不断拓展与更新。面对 AI 主播的到来,真人主播更应调整心态,将 AI 主播进入传播活动当作一场业务水平的良性竞争,面对 AI 主播进入播报活动,真人主播更应在原本基础上对自身采取更高水准的磨练。

4.3. AI 主播应用精细化

第一位被 AI 主播模仿的主持人邱浩在面对是否担心自己的岗位被 AI 主播替代的问题时回应说:“人工智能可以报道战争,但无法感知和平的意义;人工智能可以深入灾难现场,但无法体会人间大爱;人工智能可以描述发展进步,但无法知晓劳动者的辛苦……”[5]。AI 主播在应用中相较于真人主播可以突破真人主播的生理性桎梏,然而对于充满人文情怀与社会价值的相关报道,AI 主播却无法产生相关共情,并在播报活动中突出其内涵。

在播报过程所产生的交互活动中,受众面对真人主播时更能对社会事件产生共情。在播报活动中,AI 主播虽然具备更优秀的生产效率,然而其编码内核的虚拟性仍将与现实世界的真实性相矛盾,受众能从真人主播的情感运动、情感表达中产生共情,而这种共情在与没有情感的 AI 主播之间是很难产生的。因此,在将来应用中,我们可以把 AI 主播放置在大量数据处理、生产稿件、简易播报岗位上,而在极具宣传意义的播报上则选用真人播音员。

5. 结语

AI 主播在传媒行业的应用提高了生产效率,同时也给人们带来了伦理困境。AI 主播作为技术应用,可以解放生产力,然而在实际应用中所带来的人主体性缺失、虚拟现实边界模糊性的问题更应该引起人们的重视与思考。不应该得益于技术应用的高效,而忽视了播报活动本身的人文性内核。“美好生活”的状态必须被视为“存在更多”(成功的、有吸引力的和有价值的),而不是“拥有更多”(物质商品、收入和财富),反映了“人类的上升”,而不是在发达国家经常观察到的物质商品的过度消费[6]。面对 AI 主播进入传媒领域,我们应该具备思想清明,而不是一味沉溺于技术应用无限制增长状态。营造出人文与技术和谐共存的环境,才是技术应用的向善之道。

参考文献

- [1] 栾轶玫. AI 主播的媒介应用及伦理风险[J]. 视听界, 2022(2): 126.
- [2] 贺萌. 广播电视中的人工智能主播发展现状思考——以 AI 主播小冰为例[J]. 新闻前哨, 2021(12): 36-37.
- [3] 周宪. 反思视觉文化[J]. 江苏社会科学, 2001(5): 71-74.
- [4] 张莎莎. 人工智能时代 AI 主播的伦理审视和风险规避[J]. 当代电视, 2022(5): 84-87.
- [5] 邱浩. 我是全球第一个被 AI “克隆”的中文主播[J]. 青年记者, 2019(10): 29-30.
- [6] Marangos, J., Astronlakis, N. and Triarchi, E. (2019) The Philosophical Roots of Development Ethics. *International Journal of Social Economics*, 46, 523-531. <https://doi.org/10.1108/IJSE-05-2018-0279>