

2023年6月 星期五 9日 癸卯年四月廿二

镇江周刊 ZHENJIANGDAILY 镇江报业传媒集团出版



第 605 期

Tel:0511-85010056 本报网址: http://www.jszw.com.cn

如今, AI 技术已经广泛应用到我们的社会生活中。

近期, AI 歌手火热打榜, 更是赚足了“眼球”; 一些 AI 虚拟主播直播带货, 成绩也不错, 甚至还变身“明星”。在 AI 技术给我们带来娱乐的同时, 也有不法分子利用 AI 技术制造陷阱。

专业人士提醒: 面对 AI 技术, 应该提高警惕, 谨慎对待 AI 技术, 理性使用 AI 软件。



一边是娱乐一边是陷阱 AI 技术是把“双刃剑”

本报记者 谢勇

AI 歌手 隐约可以“超越”原唱?



今年华语乐坛最热闹的事情, 可能就是“AI 孙燕姿”们火了。

今年 4 月以来, AI 歌手翻唱的各类作品开始爆发式增长, 其中, 以“AI 孙燕姿”最为抢眼, 其翻唱的作品更是以高达 200 万的播放量占据榜首, 成为 AI 歌手的“顶流”。

根据某音乐平台数据显示, 歌手孙燕姿出道 23 年来发布的作品共有 435 首。而“AI 孙燕姿”的生产力要远远超过本尊。记者在某视频网站查询“AI 孙燕姿”翻唱作品就超过 1000 首, 其中翻唱《发如雪》《爱在西元前》《半岛铁盒》等的作品, 播放量已超过百万。

记者发现, “AI 孙燕姿”的一些作品, 比如翻唱的周杰伦歌曲, 体现了不同的女声特色, 几乎达到了以假乱真的地步。

AI 主播 低成本不会“变”明星



进入深夜, 一位带着精致妆容的主播仍充满活力地展示一款口红, 一边介绍这款口红的品牌和颜色, 一边在手背上试色, 同时分享一些购买口红的小技巧。

AI 主播大幅延长在线时间, 巧和心得体会。

实际上, 如果不仔细观察, 很难发现这些主播实际上是 AI 数字人主播。她们不仅在外形上与真人相似, 而且在

声音、情感和动作方面也表现得非常逼真, 甚至还具备跳舞、唱歌等多种才艺。

近年来, 随着数字经济新业态的崛起, 直播人才缺口一直在扩大。市区一家培训机构负责人告诉记者, 近年来, 他们中心还新开设的职业技能培训项目, 就包括动画制作和电商直播员等。数据显示, 2021 年中国直播人才缺口为 800 万人, 预计在 2025 年增至 1941.5 万人。

在此背景下, AI 主播应运而生。相比真人主播, AI 主播的成本更低, 直播时长也不受限制。

同时, 记者还发现一些普通直播间, 竟有一些当红“明星”正在带货。仔细观察后才发现, 这些带货的“明星”, 实际上只是使用了 AI 实时换脸技术的普通主播。

甚至还有商家出售“AI 换脸特效插件”, 使用者购买后, 只需更换素材照片, 软件就能自己运行完成“换脸”。

很多市民也都刷到过 AI 主播带货。市民王先生表示, 自己看过一段时间的 AI 主播, 一开始感觉就是真人, 但时间长了, 也能发现语音语调的“不一样”。

从事视频直播工作的冯先生则认为, AI 主播虽然可以节约成本, 因为是预先的程序设定, 那么整个直播过程, 必然会有些机械化, AI 主播比真人主播也会死板得多, “而且, 直播过程中, 观众喜欢的即时互动、人情交流等方面, AI 主播都是做不到、做不好的……”

AI 机器人 不法用途成诈骗助手

如今, AI 技术也不仅用于娱乐、带货等正常用途, 也被一些不法分子盯上了。记者了解到, 我市警方曾办理过一个涉及全国多地的诈骗案件, 抓获 18 名犯罪嫌疑人。

这个层层分包、分工明确的诈骗团伙利用 AI 技术先后拨打了电话 1700 万个, 案件中, 犯罪团伙利用 AI 机器人拨打电话 1700 万个, 获取有效客户电话 80 多万条, 为境外诈骗团伙大量引流。

受骗人怎么也没想到, 其实在真人客服给她打电话时, 她已经和 AI 机器人冒充的客服通过电话, 并被系统分级为优质“客户”。

一名受害者表示: “我感觉挺吃惊的, 我感觉给我打电话的都是真人, 听不出是机器人。”

AI 时代 理性使用 谨慎对待

针对 AI 技术被广泛应用的背景, 专业人士指出, 人们还是应该提高警惕, 谨慎对待 AI 技术, 理性使用 AI 软件。

对于 AI 歌手, 有法律人士认为, 利用 AI 技术模仿歌手表演, 如未注明表演者的实质信息, 其实侵害了歌手本人表演者身份的权利。今年 4 月 11 日, 国家网信办就《生成式人工智能服务管理办法(征求意见稿)》公开征求意见, 生成式 AI 服务有望在不久的将来实现“有法可依”。

对于 AI 主播, 法律人士指出, 使用正规授权的 AI 虚拟主播并不涉及侵权, 但是如果真人主播利用 AI 换脸技术, 通过模仿外表和形象, “变成”明星在直播间带货, 这种行为就属于侵犯他人肖像权, 如果还使用了他人姓名, 则同时构成对姓名权的侵犯。

对于 AI 诈骗, 专业人士建议, 不要轻信网络上的投资类宣传, 接到要求打款类信息

机器人讲话。”

诈骗团伙首先通过 AI 机器人账号拨打大量电话进行初筛, 把首次拨打没有投资意愿的“客户”进行剔除, 将稍微有意向的客户电话, 通过中介团队、电话销售团队层层转包, 最终下发给客服, 由客服逐一拨打客户电话, 按照准备好的话术, 冒充证券公司客服, 谎称证券公司为回馈新老客户, 组建微信群推荐优质股票, 诱导客户加入微信群。

客服团队每天可通过 AI 拨打诈骗电话 3000 个到 5000 个, 成功拉入诈骗群可达 200 多人。客户被引流至微信群后, 诈骗团伙根据客户微信的真实性, 最终确定有效进群的客户数量, 并以一个客户 180 元至 200 元的价格向客服团队支付佣金。



应提高警惕, 及时核实, 不要轻信上当。同时, 大家对自己的个人信息, 在朋友圈、在网络上发布照片、视频等内容, 也要谨慎, 减少个人信息的泄露。



古代的高考

烟云供养

唐模, 一曲古老的徽谣

→ 10 版

→ 11 版

→ 12 版



这部综艺, 卖点其实不一般

□ 华翔

或许是因为播出平台的缘故, 一部新开的综艺节目, 虽然也取得了直播观看总人次破 4000 万的流量数据, 在大众舆论场中却没有“爆”, 但只要你看了它, 细细品味它, 某种标杆的感觉便油然而生。

综艺节目名叫《一言为定的挑战》, 是明星体验类真人秀, 号称“为明星量身打造一次最值得做的‘人生要事’任务挑战, 展现明星的 B 面人生”。节目表面上的卖点, 当然在明星, 比如首期挑战者为 Twins(蔡卓妍、钟欣潼); 当然在“任务挑战”, 比如 Twins 要以制作人身份策划并完成一场“出道 22 周年香港电车环游音乐派对”; 也当然在香港夜街景的繁华与 Twins 22 周年青春“回忆杀”的交织融会上。但真正让人惊艳的并不是这些, 而是一场由 AI 人工智能全程主导策划的全新综艺生产模式。

且看一看节目中的呈现吧。Twins 问“我想做一个行动计划”, AI 直接给出了一个可以立刻用上的行动指南。Twins 将活动地点锁定在香港特有的双层有轨电车, AI 随即抛出了电车音乐会、电车美食节、电车摄影展、电车文化体验等多个方向。当 Twins 将主题确定为电车音乐会后, 唱什么歌? 穿什么衣服? 做什么造型? 同样是 AI, 帮助 Twins 一一厘清……

看着节目, 不由得想起当年横空出世的《纸牌屋》。2013 年《纸牌屋》的爆红, 让 Netflix 盆满钵盈, 也开启了大数据在影视产业应用的成功之路。Netflix 是北美家喻户晓的在线影片租赁提供商, 他们的网站数据库包含了 3000 万用户的收视选择、400 万条评论、300 万次主题搜索、评论、暂停、回放等动作行为信息、用户评分、用户搜索数据、演员导演喜爱程度、电视节目收看行为、剧集播放设置、剧情导向选择、剧播放时间等。其海量的用户数据积累和分析, 为制作决策提供了精准的依据。于是在 2013 年, Netflix 的工程师们发现, 喜欢 BBC 剧、导演大卫·芬奇(David Fincher)和老戏骨凯文·史派西(Kevin Spacey)的用户存在交集, 一部影片如果同时满足这几个要素, 就可能大卖。然后便有了《纸牌屋》的制作。再然后, 10 个版本的预告片推荐给不同类型的用户, 一口气连推出 13 集, 这些不同寻常的做法, 都是源自于 Netflix 对用户数据的掌握。从《纸牌屋》, 一场风暴席卷——大数据改变了影视产业的发展模式, 对产业链的每个环节都产生影响。追剧时, 你固执的明星喜好, 你感受的情感波动, 你惊艳的华丽场景……所有你自以为的以为, 其实只是一场“算计”, 是从受众洞察、受众定位、受众接触到受众转化, 每一步都由精准细致高效经济的数据引导。不管你愿意还是不愿意, 这已经是时代趋势。Netflix 自此强势起飞, 逐步成为市值千亿美元的媒体巨头, 便证明了这一点。

《一言为定的挑战》显然是在告诉我们, 相较《纸牌屋》, 大数据的运用再上一个台阶, 也就是“算计”这个阶段的工作, 已然由 AI 代替了人。或许, 这就是标杆的意义。

譬如节目中, Twins 问“给我们看看 Twins 的经典造型”, AI 回答“公众和粉丝认为她们最经典的造型之一可能是在 2004 年推出的专辑《Magic》中的形象”; Twins 问“我们要参加电车派对, 建议穿什么”, AI 回答直接给出了“牛仔褲和 T 恤”“舒适的运动装”“休闲西装”三个建议, 并附理由及具体搭配。

别紧张, AI 会取代人。正如节目中的呈现一样, 现时的 AI, 还依然是辅助功能。它能算计, 但每一秒的决策还是 Twins 做出的。《智纲智库》5 月曾发表文章《被 AI 取代后, 我们会成为什么样的人?》, 文章有问: (人工智能起来后) 人类的地位将在哪里重新体现? 文章亦有答: 人类的定位将变得更接近于判断性, “关键是由人类来做决定。”更清晰的回答则在王志纲近期的一次现场问答中, 面对“如何避免被人工智能替代”的问题, 王志纲如是说: 这个世界上凡是可以无限重复, 只是处于资讯层面, 利用信息不对称, 卖经验和卖资讯的行业和个人肯定要失业了; 而做非标产品, 不可以大规模复制和克隆的东西, 是永远淘汰不了的。AI 可以淘汰你, 是靠数据、算法, 把它做到极致, 它可以做到 99%, 但那个 1% 它做不到。1% 是什么, 是辩证思维、创新思维, 是知行合一和对未来的感觉, 这就是战略, 是预见、找魂、整合。

但还是要紧张, 因为我们要思考我们该怎么办? 清华大学社会学系教授孙立平近期在回顾两本书, 托夫勒的《第三次浪潮》和奈斯比特的《大趋势》。某种程度上说, 信息革命的概念就是从这两本书来的。文中两句话或能帮助我们, 一句是“对外开放的真正含义是我们接触、认识、拥抱、融入一个新的时代”, 另一句是“你永远取得不了你认知之外的进步, 达不到你认知之外的高度”。



扫描二维码 关注公众号 镇江品读

责编 谢勇 美编 谢勇 校对 骆美霞