



Craftsmanship as the Foundation, AI as the Application

www.8tvnews.my

【庄迪澎】匠心为体，AI为用

4-5 minutes

回顾数百年来新闻事业的发展与进步，经常受惠于资讯与传播科技的变革。资讯与传播科技的每一次新发明，可说都成了新闻事业发展的助力，虽然也伴随着冲击与挑战。

追溯历史，报业和出版业者不得不感恩于古腾堡（Johannes Gutenberg）在15世纪发明了活字印刷术，使得印刷多份副本的速率大增，也大大降低印刷品价格，不仅为现代印刷业奠定了基础，也有助于提高识字率、缩小知识落差，以及权力的不平等。

科技变革促进新闻事业

1811年，在古腾堡发明手动印刷机的360年后，德国工程师科尼希（Friedrich Koenig）与鲍尔（Andreas Bauer）共同研制的新型蒸汽驱动双滚筒印刷机问世，并于1814年首次在伦敦成功印刷《泰晤士报》。此创举标志着印刷业从手工操作迈入工业化生产时代。到了1830年，蒸汽动力印刷机每小时可生产四千份，印刷人人人都能负担得起的廉价报纸。此一沿革，无疑促成了报业蓬勃成长，欣欣向荣。

1844年，摩斯（Samuel F.B. Morse）发明了电报，它利用电力通过电线几乎瞬间地远距离发送讯息，大大缩短了前线记者传递新闻稿到后方编辑部的时间，使得“新闻”是名副其实在第一时间让读者知悉的“新闻”，不再是隔了若干时日的“旧闻”。

1887年，赫兹（Heinrich Hertz）发现了无线电波，马可尼（Guglielmo Marconi）则制造了无线通讯装置。从此，媒体产业加入了新的业者：广播电台。人们除了能从报纸的文字报道得知天下事，亦能从电台听DJ播报新闻。阅读报纸需要识字能力，无线电波的发现和广播电台的设立，使得识字能力较低的人们能够用听新闻的方式跟上时事脉动。1927年，法恩斯沃斯（Philo Farnsworth）和兹沃雷

金（Vladimir Zworykin）发明了电视机。从此，新闻不仅有文字、有图片、有声音，还有了影像。1950年代，彩色电视机问世，电视新闻的影音震撼力，更胜从前！

19世纪和20世纪初的这些传播科技的沿革，催生了新媒体，出乎意料的是，新媒体的出现并没有造成旧媒体的消亡。广播电台没有消灭报纸，电视没有消灭广播电台；报纸、广播电台与电视并存，互补阅听人的不同需求，也推进新闻的呈现精益求精。

互联网挑战传统新闻业

然而，20世纪末叶开始出现的互联网，似乎别有一番景象。英国传播学者科伦和西顿（Curran & Seaton, 2003）将互联网的发展划分为四个主要阶段：

第一阶段始于1970年代，当时的科学家用来分享昂贵的电脑资源、交换研究资料及通过电邮回覆，是科技精英的研究工具。第二阶段是

1980年代早期和中期，广义定义的互联网进入次文化与原商业（proto-commercial）阶段；电脑网络的扩散且更加多样化，扩大了电脑的使用。

第三阶段是1980年代后期至1990年代中期，这是一个过渡时期，互联网作为研究工具和次文化游乐场（subcultural playground）逐步让路给商业用途。

第四阶段是从1990年代中期迄2000年代初期（2003年），标志着网络空间（cyberspace）的商业化。互联网自1990年代进入商业化阶

段并普及至寻常百姓家之后，对新闻事业的影响甚巨，甚至可能威胁传统媒体的存活。互联网普及之

初，以互联网为平台的原生新闻网站亦应运而生，而且多为免费平台。新闻网站的诞生至焕发，无疑是对报业的一种挑战，甚至是一种威胁：报纸的发行量逐年下跌、电视节目的收视率每况愈下，更别说广告收益大幅度流向互联网媒体，特别是社交媒体平台。回顾马

来西亚互联网媒体25年来的发展轨迹，在网络新闻业发轫的第一个十年（1998年至2008年），传统媒体特别是报业对原生新闻网站抱着抗拒甚至敌视的态度，第二个十年（2008-2018）开始，传统媒体已不得不融入互联网、挹注资源经营网络业务。

新闻事业与互联网技术的交汇，已然走上一条不归路。新闻事业和阅听人，皆无可能自绝于互联网。反之，如何善用新兴互联网技术带来的机遇，以作为报纸可能终有一天将要消失的新出路，乃报业汲汲营营之事，而且刻不容缓。

慎防迷信科技轻忽匠心

然而，对于各种新兴的资讯与传播科技在新闻事业的应用，无论是较早时的“数据新闻”（data journalism），或是晚近方兴未艾的人工智能（AI），我们都应该慎防掉入“科技决定论”或“科技拜物教”之桎梏，迷信于科技主宰一切，只要挹注尽可能多的资本和资源，竭尽

所能应用时下最流行的互联网技术，特别是人工智能，必能保障甚至优化新闻产品，挽回流失的阅听人。

科技决定论观点最重要的缺点，是它倾向于以低估其他因素的影响力来夸大传播的决定性影响力。诚如英国文化研究大师威廉斯（Raymond Williams）强调了人对科技的应用具有自主性，科技本身并不能决定效果，它本身是特定社会体系的效果，因为在社会发展的整个过程有许多冲突因素，也许可能让我们借力，以新的方法运用某些或全部的新科技，达到与现行社会秩序相当不同的目标；我们实际上会有哪些选择，会把科技充作什么用途，再怎么讲，都是社会发展、社会成长与社会抗争这整个大过程的一环。易言之，面对新兴传播科技，我们得时时自我提醒：人役物，而非物役人。自19世纪迄今，传播科技确实成了新闻事业长足发展的助力，但是无论科技如何便利、高效，以内容产制为业务的新闻事业，始终不可轻忽“匠心”的重要性。

人工智能生成的产品，品质如何，取决于我们有没有能力向人工智能提问（prompting）尖锐到位、紧扣在地脉络、体现人文关怀的问题。—照片：法新社

“精华在笔端，咫尺匠心难”

何谓“匠心”？这是指勤勉磨练本身的知识与技艺，力求极致的态度，以及对所从事的事业具有追求卓越、精益求精的热情。

唐代诗人张祜点评王维画作的一首诗《题王右丞山水障二首》，第一句“精华在笔端，咫尺匠心难”，意指画作中凝聚的精华都集中在笔端，但是要在小小的画幅中呈现出广阔天地，却极其困难，这需要高超的技艺和巧思。

新闻事业何尝不应力求独具匠心？记者将新闻材料收集完毕，得精准捉对新闻要点，让阅听人“知其然，亦知其所以然”。评论作者针砭时弊，得洞悉全局、一针见血，让民意得以伸张。摄影记者相机在手，将新闻现场定格为温情又有感染力的影像。出色的新闻工作者能做到这一切，无不经历深自砥砺、勤勉磨练技艺，并在日常工作中慧心巧思，力求精彩。套一句俗语，正是“台上一分钟，台下十年功”。

正是这种“匠心”的体现，我们得以从一篇文情并茂的文章感受作者的仗义执言，得以从一副照片感受摄影记者的悲天悯人。匠心独运的作品，可见其灵魂，作者的身影亦跃然纸上。

如今，我们展开双臂拥抱人工智能之际，务必慎防的就是“科技决定论”和“科技拜物教”思维和态度，侵蚀了人所应有的“匠心”，陷入动辄让人工智能代劳的惰性——凡事便宜行事，让人工智能生成缺乏企图心、风格单调，甚至含有明显且低级错误的产品。

这么说并不是走向另一个极端，否定人工智能的助力，而是我们得自我提醒，在拥抱人工智能之际，应当谨记“匠心为体，AI为用”——“匠心”才是根本，AI只是施展匠心的工具，诚如从前芬兰手机大厂诺基亚（Nokia）有一句中文广告词：“科技以人为本”，说得到位，科技本来应由人来驾驭。

匠心领航振兴新闻事业

以“数据新闻”为例，2009年英国《卫报》（The Guardian）推出数据博客（Datablog），被视为主要新闻机构使用“数据新闻”之滥觞，往后十余年，许多新闻机构纷纷仿效。“数据新闻”借助互联网技术与设施分析与筛选大数据，再以多媒体形式制作一目了然的新闻内容，冀望挽回网络时代阅听人对重大课题的关注，堪称在新闻事业的困境中另辟蹊径。然而，如何判断新闻题材、定义问题和锁定角度，决定应该检索和分析哪些数据，乃至后续的叙事如何体现人性与温度，仍然取决于新闻工作者是否独具匠心。

同理，处于时下方兴未艾的人工智能浪潮中，人们固然可以轻敲键盘，让人工智能代劳生成产品，省时省力。然而，人工智能生成的产品，品质如何，取决于我们有没有能力向人工智能提问（prompting）尖锐到位、紧扣在地脉络、体现人文关怀的问题。这些问题又取决于提问者的脑袋有多强大。倘若提问者知识平庸、视野狭隘、急于思考、马虎提问，恐怕只能以人工智能生成平庸之作。

如何判断新闻题材、定义问题和锁定角度，决定应该检索和分析哪些数据，乃至后续的叙事如何体现人性与温度，仍然取决于新闻工作者是否独具匠心。—照片：法新社

职是之故，我们也不得不慎防，在人工智能大行其道之际，对传统大学教育与学术训练的误解，以为有了人工智能的助力，正统的求知路径不再重要、庸才亦可当人才使用。若放任此趋势，恐怕我们日后都将悲叹匠心之阙如。易言之，珍视匠心、培养人才，仍然是保障新闻事业浴火重生的重中之重。科技巨擘微软（Microsoft）2023年发布其开发的人工智能助手，取名为Copilot（副机师），恰恰在

提醒我们：人工智能只是副机师，领航者依然应是具有“匠心”的匠人！

科技巨擘微软（Microsoft）2023年发布其开发的人工智能助手，取名为Copilot（副机师），恰恰在提醒我们：人工智能只是副机师，领航者依然应是具有“匠心”的匠人！—照片：法新社

庄迪澎博士现任拉曼理工大学（TAR UMT）传播与创意产业学院副教授，研究旨趣为传播政治经济学，长期观察马来西亚的传播法规、新闻自由、中文媒体和互联网媒体变迁。