

构建广电“真人+虚拟” 主播协同服务新生态

陈建飞 徐璐科

摘要：虚拟主播AI（人工智能）化已然势不可挡。作为AI技术在播音主持行业应用的一种新形态，虚拟主播已越来越广泛地应用于广播电视媒体。虚拟主播和广电主播（本文指广电真人主播）的关系不是谁取代谁的关系，而是优势互补、此长彼长的竞合关系。广电“真人+虚拟”主播相互融合的智能化服务，不但能创造更高的效率和价值，还能推动党媒不断提升传播力和影响力。广电真人主播要积极拥抱虚拟主播，主动更新观念、重新定位职能，练好内功、提升素质，塑造自身鲜明特征和独特优势，与虚拟主播一起携手创新与打造更多的精品力作，共建广电节目新生态，共创服务用户新格局。

关键词：广电媒体 真人主播 虚拟主播 节目生态

2021年10月20日，国家广播电视总局发布的《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》明确提出：加快推进制播体系技术升级，推动虚拟主播、动画手语广泛应用于新闻播报、天气预报、综艺科教等节目生产，创新节目形态，提高制播效率和智能化水平。

可以预见，虚拟主播作为AI（人工智能）技术在播音主持行业应用的一种新形态，将越来越广泛地应用于广播电视媒体。未来，广播电视将整合真人主播和虚拟主播最大优势进行节目生产、提供内容服务，而作为广电媒体核心竞争力的主播团队也必将由真人主播和虚拟主播共同组建而成。

一、媒体机构使用虚拟主播的现状

新一代虚拟主播（AI主播）是通过语音合

成、唇形合成、表情合成以及深度学习、图像处理、机器翻译等人工智能技术，可实现多语言的内容播报，并可一键完成从文本到视（音）频的自动生产输出。目前应用于媒体的虚拟主播基本上以“科技公司+媒介机构”合作为主要创制模式。

（一）虚拟主播使用领域日趋扩大

新一代虚拟主播大规模应用于各类媒体，可以说肇始于2018年11月在浙江省乌镇举行的第五届世界互联网大会。在这次大会上，新华社与搜狗合作开发了全球第一个全仿真AI合成主播——“新小浩”。自此，从央媒、省媒到数量众多的市、县级媒体，从广电、报刊到形式多样的社交媒体，越来越多的媒体机构引进了虚拟主播，出现规模化应用落地。2020年，全国“两会”有新华社“新小微”、央视“小智”、人民网“小晴”等多个央媒虚拟主播跃然屏幕。2021年全国“两会”，则有江西、甘肃、河南等一大批省级媒体虚拟主播全线出击。特别是进入2021年以来，虚拟主播上线突飞猛进，仅今年10月就有两家省级媒体推出虚拟主播首秀，一家是《羊城晚报》联合网易互娱人工智能实验室、科大讯飞公司共同推出由真人形象定制而成的虚拟主播——羊小晚（女）和羊小派（男），另一家是湖南卫视官宣的首位虚拟主播——小漾。据称“小漾”目前定位是实习主持人，后续她将在湖南卫视的各类综艺、晚会中出现。

（二）虚拟主播运行场景日趋宽泛

拥有多种分身载体、具备复合功能的虚拟主播呈现“多栖”发展特色。它们既活跃在不同类型的媒介平台上，又融入到不同场景的报

道节目中。虚拟主播不仅播报体育、天气、财经等新闻资讯，还参与现场主持访谈、“串连”解说配音、创作综艺节目。如2019年的央视网络春晚上，“小小撒”“朱小迅”“高小博”“龙小洋”四位3D虚拟主播首次亮相，通过“专业主持人+虚拟主播”这种协同形式完成对全场节目的串连，被不少观众奉为“最时髦春晚”。同一年的12月27日，国内首档由虚拟主播主持的新闻类节目《东方硅谷 合肥高新》在合肥广播电视台上线。

（三）虚拟主播智能水平日趋精进

随着自然语言处理和计算机视觉生成等AI技术的发展，虚拟主播更新迭代十分迅速，特别是在声音和图像两大引擎上有了很多的优化与突破。从早期运用TTS（从文本到语音）技术生硬机械的发声到目前使用AI技术生动流畅的播报，虚拟主播的表情唇形、肢体动作和语言表达越来越契合，越来越接近真人。其中，3D版的虚拟主播高度还原真人发肤，在立体感、灵活度、可塑性、交互能力和应用空间等方面，较2D版的虚拟主播有了大幅跃升，有的可以通过全息投影、VR、AR等设备在现实世界中“动起来”，有的可以根据场景的切换随时变换发型、服饰等满足各类节目的需要，使用户的视听体验感进一步增强。

2021年全国“两会”期间，新华社再次与搜狗公司联合推出升级版的AI虚拟主播“雅妮”，并带来跨场景沉浸式报道。通过新华社“新立方”智能化演播室，虚拟主播实现“自由穿越”“一步跨进”采访场景，能与多地嘉宾同时连线、实时互动，还适配中文、英文、日文等多种语言。这个升级后的虚拟主播在完成微笑、点头、挥手、点赞等动作时，不仅更为智能，而且更加人性化，表现力获得全面提升。

（四）虚拟主播设计形态日趋丰富

虚拟主播的应用功能不断细分，其设计类型亦不断增多，越来越匹配于十分具体的播音主持场景或节目。从性别年龄上看，既有男性又有女性，既有儿童版又有青年版。如2019年3月3日，新华社联合搜狗公司发布全新升级的全球首个AI合成虚拟女主播。从呈现种类上

看，既有单一声音版的，又有视频版的，还有VR版的。从画面形象看，既有卡通版的，又有拟人版的，还有仿真版的。如虚拟主播“康晓辉”的外型复制央视主持人康辉，虚拟主播“果果”的原型为人民日报社主持人果欣禹。从姿态表现上看，已从过去的坐着播新闻升级成结合肢体动作的站立式播报，并且越来越注重使用眼神、表情、体态、服饰等副语言来传递信息、表现内容。当前，最新潮的虚拟主播当属一种基于播音主持功能而设计打造的虚拟偶像。这种以特定目的打造、本身不以实体形式存在的虚拟偶像人物，通过荧屏上的虚拟存在可以和现实产生交互，并开展类似真人偶像的活动。

（五）虚拟主播受众群体日趋多元

虚拟主播在广电媒体中的应用是对传统播音主持形式的补充和拓展，丰富了传统广播电视的节目呈现形式，也增强了与用户交流互动的新鲜体验。当前，不少媒体充分利用AI技术赋能内容产业，通过虚拟主播这一载体，打造视听新场景，提供沉浸式的新体验，从而更有效地吸引受众。如蜻蜓FM面向年轻群体打造新评书、泛播客这一类新的音频品类，借助虚拟主播积极尝试有声内容形式和品类的创新。2021年7月，世界人工智能大会期间，B站虚拟主播“冷鸢”和微软“小冰”等一众虚拟主播给大会增添了不少亮色，让高科技以平易近人的方式步入人们的生活，在有趣的互动中展现技术进步为人类社会带来的改变，也吸引了大批00后的叫好和关注。

二、提升广电主播核心能力的对策

当前，虚拟主播虽然还有很多缺点和不足，但无论是在日常报道中快速生成新闻视（音）频，提高报道时效和质量，还是在综艺节目中提升生产效率，降低节目制作成本，其在不同的节目场景运用中都有着不可限量的未来。

面对虚拟主播这个有史以来最强大的竞争对手来“抢饭碗”，广电主播是否会被取代，又如何不被取代？要让“人工智能取代不了人的嗓子”，广电主播需要更加重视挖掘、发挥“人”的特性，解决虚拟主播所不能处理或处理

不好的问题，在虚拟主播不能替代的地方做优做强，打造自己的新阵地，筑牢自己的“护城河”。

（一）广电主播要创作有思想态度的声音

内容是有导向的，声音是有态度的。传播内容的选择决定了社会价值观的导向。广电主播作为党媒公信力的重要组成部分而存在。在来势汹汹的科技变革面前，广电主播更应坚定思想立场、严守价值态度。虚拟主播没有自己的主体意识，没有自己的价值取向，缺乏基本的新闻素养，不会深入基层掌握实情、不会深入群众了解民意、不会深入实际发现问题。Ta们只是见字发声，按设定的程序机械地复读、被动地输出，无法表达出特定语境下除语言文字以外的精神内涵。

习近平总书记指出：“新闻舆论工作各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向。”^①新闻舆论工作是有方向、有立场、有原则的。广电主播上岗的首要条件就是思想政治上要过硬。广电主播必须牢固树立马克思主义新闻观，恪守新闻工作的党性原则，始终成为党和人民的喉舌；必须把坚持正确政治方向摆在第一位，做到坚定政治信仰、站稳政治立场、保持政治定力、把牢政治方向；必须珍惜手中的话筒，把讲导向落实到一字一句、一举一动中，一顿一挫之间可谓失之毫厘谬以千里。

2021年11月11日，《中国共产党第十九届中央委员会第六次全体会议公报》发布。公报全文当晚在《新闻联播》播出，由主播康辉进行宣读式直播配音。全程32分11秒的公报内容准确连贯、无一差错，声音沉稳大气、庄重有力，节奏、韵律、音色俱佳，很好地彰显了党媒的政治立场和主播的语言态度，让观众大为惊叹。

（二）广电主播要创作有个性风度的声音

风度是指具有个人特色的言谈、举止、仪容、姿态。广电主播并不是简单地说话、串串词。播音主持本质上是一门极其讲究语言艺术的工作，对“人”的要求很高，一则新闻播得好不好，一档节目主持得行不行，很大程度上依靠于主播的个人功底。优秀的主播作为一

个活生生的人，是有鲜明个性和独特魅力的。这些彰显主播差异性的个人特质，能够服务于节目核心，为节目提亮增色，也是虚拟主播难以替代的。

广电主播历来是演绎精品节目IP的重要环节。作为连接受众和节目的重要纽带，广电主播除了要有扎实的基本功外，还要通过打造个人独特的风度特色，形成自己鲜明的个性风格，以自己的人格魅力赋予节目独特的样态，从而吸引受众，甚至影响受众。当前，一些广电主播还停留在照本宣科念稿子的浅层播读阶段，没有交流感和对象感，声音机械、风格固化、表情僵硬，很容易被虚拟主播所取代。一档节目的优秀主播往往会成为一个台的标识，会成为一档节目的名片，甚至一座城市的符号。受众收看这档新闻节目，很多时候是由于喜爱这个主播。曾以一句“地球不炸我们不放假，宇宙不重启我们不休息”押韵口播成功出圈的央视主播朱广权，2020年4月在售卖湖北商品的首场公益直播活动中，妙语连珠，金句不断，段子频出，把整个直播间气氛调节得十分欢乐，被誉为是一场“软实力惊艳四座的文化盛宴”，展现出让人刮目相看的学识底蕴和综合素养。

（三）广电主播要创作有情感温度的声音

“用心吐字、用爱归音”，被很多广电主播奉为圭臬的这八个字，主要是指播音主持的情感。当下的技术发展已经使虚拟主播的声音仿真程度非常高，甚至与真人主播难辨真假。但总体而言，现阶段的虚拟主播对于情感的表达力仍然非常弱，还不能像真人声音一样充满情绪起伏、感情变化，更不可能在表达中体现人文关怀。

语言是带有感情的，是最能与受众产生共鸣的。播音与主持艺术是用极富个性化的语言和情感向人们传达内容。作为广电主播必须领悟节目文稿所带来的情绪、所蕴含的情感，并在播音主持的过程中与这种情绪相呼应、与这种情感相融合。优秀的广电主播必须发挥人类独有的情感优势，强化自身在不同场景中恰当地使用音色、语态、语调等的的能力，更加用心用情地与访谈对象进行人性化的交流和情感上的

互动。只有这种有温度的传播，才是虚拟主播无法取代的疆域。如果广电主播不能理解内容所要传递的真正内涵，那便与虚拟主播一样，没有立场、没有态度、没有温度、没有情感，这样的真人主播势必会被虚拟主播取代。

2017年9月央视播出《开学第一课》，在采访翻译界泰斗许渊冲老先生时，因为许老腿脚不便坐在轮椅上，主持人董卿选择半跪在舞台上与老先生交谈。如果站在舞台上的是虚拟主播，恐怕很难做出如此“最有涵养的跪地”。这种由人性的光芒带给观众的温暖正是当下很多广电主播需要重点打造的核心竞争力之一。

（四）广电主播要创作有表达角度的声音

播音主持工作应该是一项富有创造力的工作。广电主播对于节目的创新和创作，也是虚拟主播无法取代的。新时代广电主播应该具备“善表达、懂策划、会运营”的融媒体综合能力，应当是“以播为主、一专多能”的全能型复合人才。优秀的广电主播往往是直接参与到广播电视节目采、编、制、播全流程当中，具有对一篇报道、一档节目的价值取向、节奏走向的把舵定向能力。

广电主播要实现与节目创作的深度融合，必须不断提高综合驾驭多媒体跨界播出的内容编辑能力、实时信息的处理能力、突发事件的点评能力和突破媒介形态限制的播音主持业务的综合掌控能力。可以借助虚拟主播对大数据的分析和用户画像作为参考，主动在节目的主题选择、话题设置、流程编排等环节发挥能动作用。这样可以让自己对节目内容的理解更透彻、更全面，表达起来更准确、更贴合，从而使节目的视觉传播与口语传播达到进一步统一，也可以让广播电视节目具有更好的用户黏性。

（五）广电主播要创作有专业深度的声音

“人工智能就像小孩子，通过不断地训练、调整、培养，‘智商’才会越来越高。”^②虚拟主播是通过提取真人主播的声音、唇形、表情动作等特征，运用AI等技术联合建模训练而成。虚拟主播的大规模应用会帮助其更快地迭代和

优化。当前，虚拟主播依然需要专业人士持续不断地提供最新的训练语料，优秀的广电主播仍然是虚拟主播的学习对象。广电主播也要以虚拟主播为坐标，对播音主持这个专业进行审视：虚拟主播有什么优点又有什么不足，广电主播要补齐什么短板又要拉伸什么长板？

虚拟主播的短板就是广电主播应该努力的方向。广电主播一方面要强化在话筒前的表达艺术，不断地夯实自己的业务根基，养成深厚的文化底蕴，提升自身的内在修养，做深做强专业厚度。如谈话类节目主持人如何调动嘉宾情绪，练就急中生智的反应能力、恰如其分的沟通能力？有哪些问题是需要打破沙锅问到底，哪些问题又是受众没注意到的细节而要加以放大的？另一方面在节目创作中需要更多的责任感，随时改进不足问题，及时处理突发情况，做一个节目质量的把关人，让节目优质、安全、有效传播。如面对各种不可控因素和突发情况，主播应该如何应对，怎样发挥好节目流程中“安全阀”的重要作用？这些都是广电主播需要经过多年实战经验才能练就的真本事，也是虚拟主播难以学习掌握的真功夫。

总之，面对AI主播的日益普及，广电主播既要主动更新观念，积极革新创变，不断提升自己的综合素质，增强自身的不可替代性，又要做好和虚拟主播携手工作的准备，把“对手”转变为“助手”，双方取长补短，相互合作、彼此协同，共同优质、高效地完成工作，促进广电播音主持事业多元发展，让广电大舞台更加丰富多彩、绚丽夺目。

参考文献：

① 习近平《习近平谈治国理政（第二卷）》，北京外文出版社，2017年出版，第332页。

② 张千千《人工智能“训练员”，让AI更聪明》，2020年8月1日，http://m.xinhuanet.com/2020-08/01/c_1126312670.htm。

（作者单位：金华市广播电视台）