

技术创新与应用让融媒产品破壁出圈

——以中国蓝新闻客户端《AI智能换脸 我是宋韵代言人》为例

袁爽

摘要：如今新媒体技术的发展可谓日新月异，不仅给传统媒体带来一定的冲击，在一定程度上还改变了人们的生活、工作和娱乐方式，特别是改变了获取新闻信息的方式。

新媒体报道只有深入挖掘新创意新形式，广泛使用新技术新手段，依靠业界一流的智能化生产和智慧化传播软硬件，才能制作出一批“现象级”传播产品。本文以浙江广电集团融媒体新闻中心出品制作的新媒体产品《AI智能换脸 我是宋韵代言人》为例，解析AI换脸技术在新媒体报道和传播宋韵文化中的应用。

关键词：新媒体技术 融媒产品 AI智能换脸 宋韵文化

要打造“硬核新闻”产品，就需要研究受众的需求，并在技术和形式上有所创新。2022年初，浙江广电集团融媒体新闻中心聚焦“宋韵文化”，探索科技赋能，创新推出沉浸式新闻互动类新媒体产品《AI智能换脸 我是宋韵代言人》，运用AR换脸技术，将用户上传的照片与制作精良的短视频完美融合，让用户化身成为宋代生活

场景中的男女主角，沉浸式体验宋韵文化。这是浙江广电集团传播普及宋韵文化的一次全新探索。该产品在“中国蓝新闻”客户端上线后，吸引全国各地不同年龄段的用户积极参与，并通过各大社交平台自发分享相关视频，推动宋韵文化传播更广。产品上线1小时访问量即突破10万人次，48小时突破100万。截至目前已突破500万。创下了“中国蓝新闻”客户端原创新媒体产品传播度之最。

一、贴近受众需求，守正创新制作爆款产品

沉浸式传播是以大数据和智能网络为技术支持的信息沁透模式，以人为中心、以连接各种形态的人类环境为媒介，实现无时不在、无处不在、无所不能的泛在传播。按照美国学者马克·波斯特对“媒介时代”的划分，以互联网为代表的新媒介出现之前为“第一媒介时代”，其基本特征是由少数文化精英和知识分子主导的自上而下、由一对多的单向传播；之后为“第二媒介时代”，其基本特征是一对多、多对多的双向互动传播。进而有学者认为，以沉浸式传播为基本特征的时代，可以算是第三媒介时代。区别于单

向传播和双向互动传播，沉浸式传播最主要的特征是，人与媒介实现深度融合，人成为媒介的一部分。在传播过程中，作为媒介的人，集信息制作者、传播者、使用者于一身，通过“亲自参与，置身其中”，进行多向度的交流互动，分享从中获得的归属感、参与感、认同感和美感，实现核裂变式的网络传播。

《AI智能换脸 我是宋韵代言人》满足了网友实现古风装扮的梦想，以“生活在宋朝到底是一种怎样的体验”为诉求，融入时下流行的“盲盒”概念，内置了诗韵、摔跤、茶道、航海、版权、美食、说书、服饰、治水等典型宋韵文化场景短视频，用户只需上传一张正脸照，并点击抽取文物“盲盒”，就能穿越回宋朝，成为不同片场主角。该产品秉承南宋内敛细腻的审美趣味，设计简约、画风素雅，涉及的服饰、道具、台词等均经南宋文化研究者专门指点，较为完整地还原了宋式审美，精准展示宋韵文化。如，航海场景中的罗盘道具，就是根据杭州市博物馆宋韵文化研究处工作人员的意见，参考了古籍中记载的早罗盘制作方法精心打造的。这种罗盘具有较高的稳定性，虽然在复原上需要花费更多精力，却大大还原了历史真实，使得产品的内容更加严谨考究。

二、智能科技革新视频+AI应用，有效探索宋韵文化推广路径

随着人工智能技术的发展，5G时代来临，视频与AI/VR有效结合的技术被实现。通过算法逻辑，能够实现对人脸的快速替换，从而生成图片与视频，并且算法越成熟，所生成的人脸就越逼真。AI换脸技术能够为内容消费市场提供更多新鲜有趣的产品。特别是在以往的内容消费已经逐渐无法满足网民的深层次消费需求，文化与互联网、大数据、人工智能等科技的融合，催生了丰富的文艺创新形式。

《AI智能换脸 我是宋韵代言人》综合运用各种最新科技，塑造与众不同的场景表达和耳目一新的趣味体验，让宋韵文化活起来、热起来，引发更多群体对中华优秀传统文化的情感共鸣。在场景塑造上，运用AR（现实增强）技术，最大限度活化10段各具特色的宋朝经典生活场景，让产品显得更加真实、好玩。在体验提升上，运用AI智能技术，使每一位体验者都能与宋韵文化短视频完美融合。简洁典雅的设计和具有美颜效果的面部呈现，让产品从一众平面互动案例中脱颖而出，填补了H5视频动态互动的空白。“只要

你有一颗热爱宋韵文化的心”，无门槛的互动方式，也让每一位用户都能以最简单的方式成为宋韵文化短片的主角，主动成为宋韵文化传播的响应者、执行者和推动者。

三、AI换脸技术应用用于传播领域，助力产品营销方式转型

传统的内容传播方式致力于通过自身优质内容去吸引用户的参与，但是从本质上而言，受众往往只是在被动地接收信息，无法参与到真正的产品之中，内容生产者往往对于受众处于一种“对空言说”的尴尬境况。AI换脸技术以“换脸”的形式为受众在虚拟场景中塑造了一个“拟态人物”，受众通过“虚拟自我”获取产品中的信息，并在获得趣味的同时，不知不觉中使产品获得了更为有效的传播。

《AI智能换脸 我是宋韵代言人》精准把握移动端用户个性化展示的社交需求，使人成为媒介的一部分，开通各大社交平台分享按钮，只需一键就能生成转发，人人参与，构成裂变式的强大传播动力。好玩、有趣、易传播，让众多用户主动成为宋韵文化传播的响应者、参与者与推动者，让宋韵文化成功走出历史文化圈层，融入时代生活。

《AI智能换脸 我是宋韵代言人》的用户群体涵盖了浙江、上海、北京、广东、江苏、山东等全国不同地区的不同年龄段。尤为特殊的是，与新闻类产品的一次性访问不同，该产品7日内的访问者中，多次访问用户达到了17%，人均停留时间长达7分钟，呈现出流通性强、可玩性高、用户黏性大，且具有长期维持传播热度的特点。“AI黑科技+宋韵文化”的有力碰撞，带来了意想不到的传播效果。

四、结语

在当今时代，随着新媒体技术的不断创新和应用，媒体的发展趋势也产生了相应的改变。当智能化装备成为人类感官的延伸，并感知甚至思考这个世界，通过媒体融合发展的语境，使“客观性新闻”向“浸润式新闻”转变，或会成为今后新闻生产的一个重要趋势和发展方向。因此，媒体应做到技术+创新思维常态化，通过对新科技的合理运用，推动全媒体的进一步发展及传播。接下来，浙江广电集团融媒体中心还将结合杭州亚运会、共同富裕示范区建设、数字化改革等内容，制作全新产品，以现代科技助力主题主线报道，实现更大范围的传播。

（作者单位：浙江广电集团融媒体中心）