

人工智能背景下 主持人应对举措浅议

聂湘蓉

摘要：近几年，关于人工智能与新闻主播、主持人的跨界合作频频出现。全国多家传统媒体电视台、电台都在积极打造“超仿真主播平台”，在新闻、娱乐等节目中尝试加入人工智能主持人的元素和设计。随着不断的研发和相关技术的推进，人工智能主持人逐渐拉近和传统主持人的差距，给传统媒体主持人行业带来挑战与思考。要想不被人工智能主持人取代，传统媒体主持人需强化内功，在提高共情力、创作力、人文情怀方面下功夫，做不可取代的优秀主持人。

关键词：人工智能 主持人

一、人工智能主持人的优势与短板

今年全国两会期间，人民日报推出的AI数字主播“任小融”正式“上岗”，通过一个自我介绍视频和一个互动H5与网友见面。“上岗”3小时内，相关话题登上微博热搜榜第一，话题阅读量7000多万，获得广泛关注。2022年，央视频推出中央广播电视总台首个拥有超自然语音、超自然表情的超仿真主持人“AI王冠”，与其原型、来自央视总台的财经主持人王冠，播报新闻的神态、声音真假难辨。

近几年来，从央媒到地方媒体，人工智能主持层出不穷，其优势与短板也浅显易见。

（一）人工智能主持人的优势

首先，人工智能主持人因技术演进的推动，在外观形象方面大幅改进，仿真效果已明显提升。很大程度上已消除信息传播的视觉失真弊端。

其次，人工智能有着极强的信息抓取与整合能力，实现海量信息的快速生产，能更快速地得

出所需要的信息和链接。人工智能主持人较强的学习能力，也使其能够胜任临时和复杂的任务，对于新闻播报等仅需见字发声简单播报类的任务，能达到更快的识稿度，且准确率更高；无需熟悉稿件，播报语音速度均可调整，并可驾驭多种地方方言、外语语种，满足丰富立体的表达需要；可以达到24小时不间断的工作；可应用于多领域多场景，解决真人劳动力劳动时间有限的问题，实现更高效的节目呈现。

（二）人工智能主持人的优势明显，短板也显而易见

首先，人工智能主持人无法建立情感连接。主持人最高级的表达就是用情发声。情感是播音主持的灵魂，主持人和播音员对文字的理解能力与情感把握，甚至停顿、语气、重音强弱，会赋予内容不同的语言面貌。而人工智能本质是算法演算，无法进行自由的发挥和渗透理解，因为情感上的缺失，向受众传递的内容精神内核会大大降低。

其次，人工智能主持人无法完成灵活的交互，缺乏对象感。对象感是主持人做好内容传递的重要前提，要清楚说给谁听，才能决定用什么状态说，从而建立良性的交互。良好的交互是灵活的、互相激发的、气氛热烈的。主持人与受众的关系早已不再是“我说你听”，而是“共同的内容生产者”。杭州电台西湖之声提出一个口号“听众是最好的主持人”，用来形容当下的受众与媒体的关系最为贴切。听众从一个被动的“聆听者”到主动供给内容的“生产者”，为节目提供了有趣、有用、有益的内容，主持人合理利用好每一条与受众的互动，激发更多智慧、幽默的大脑参与节目互动，使得节目更具传播价值，由此

形成良性循环。要想让节目的优质内容频出，精彩好听，节目主持人的穿针引线尤为重要。人工智能主持人显然没有真实主持人所拥有的灵活与多变。以湖南卫视娱乐节目《你好，星期六》为例，为了营造科技感，贴合年轻人对于二次元的喜爱，节目中引入AI人工智能主持人“小漾”的形象，虽然它外表甜美可爱，非常具有现代感，但是站在一众主持人当中的“小漾”显得非常的违和，与其他主持人的对话也略显生硬。语言不生动，接不住梗，缺乏幽默感，没有很好地完成与主持人间的对话，显然，“小漾”较为生硬，缺乏灵魂。

再次，人工智能主持人对信息的深度解读和贴近性的观点表达仍无法与真实主持人相较。目前阶段，人工智能主持人满足的仅是信息的基本播报，还无法做到声情并茂，也无法根据信息对不同的受众调整其表达方式。单一的语调表达，让信息不能因符合表达的需求而进行语音语调上的转换；缺乏情感理解和把控，会让信息失去生机和色彩。这都是人工智能主持人明显的短板。

二、强化内功，做不可取代的主持人

（一）具备共情力

在播音主持领域，情感共鸣仍是目前AI技术无法做到的，无论是广播电视还是短视频，无论是新闻播报还是文艺综艺，情感共鸣都是优秀主持人的利器。对内容理解到位，才会萌发情感，从而去调动受众的情绪共振。而达到共情，需要主持人要有鲜活的生活体悟和观察。如何把话说得好听、表达恰如其分，恰恰是考验主持人业务的重要因素，也是把控语言表达的必修课。

（二）拥有创作力

新媒体环境下，节目内容的选材来源虽然便捷，但很多会出现雷同。热点内容被多次选用，信息重复的情况也较为常见，这就要求主持人要有较深的内容编排再创作的功力。广播工作的性质决定主持人常常是“采、编、播”一体，如何将雷同的“食材”再造成不同的“美味”，考验的是主持人以把握受

众心理为基础的二次创作和取舍拿捏能力，精致的再创作能够赋予传播内容更高的立意。

创作的核心是改变和重塑，播音创作是将文字稿件改变为有声语言传递给受众。节目的创作是借助音频、文字、视频等素材进行有机的整合，形成完整的新思想表达。前期的采访创作是凝练人物或事件蕴含的价值，提升精神内核。所有的二次创作需要的却是主持人的敏感发现和智慧积累。

主持人要具备“看见”的能力，看见普通人看不见的层次，触发更高层级的思辨，创作让人豁然开朗的作品。以杭州电台西湖之声娱乐节目《YEAH 委会》为例，这档针对25-30岁年轻人群的节目，打造元宇宙虚拟社区的概念。主持人化身为广播虚拟社区的物业管家与保安，通过沉浸式主持的方式，带动听众以听觉感受沉浸式角色扮演。大家都是住在同一座大厦的一员，共同讨论生活中的各方面内容。节目设计网感突出，打造新听觉、新体验。元宇宙是这两年的互联网新概念，沉浸式主持也是一种新样态的主持设计。这种新形式的概念融合进娱乐节目，基于主持人对参与节目互动受众的特点揣摩、细分创作产生的新形式，是人工智能算法算不出的。

（三）塑造个性品牌

树立个性品牌，从专业角度来看是主持人积累一定的工作经验后，需要思考和完成的课题。不图谋使自己成为一个品牌主持人，没有明确的努力方向，是意识上的缺乏和能力的缺失。从商业角度讲，主持人树立品牌形象有助于节目影响力的提升，在同类型节目中脱颖而出，产生经济效益。因此，在受众面前，画好自己的“脸谱”，挖掘自身的个性特点，是打造主持人个人品牌的第一步。从外在形象的打造到语言特色的挖掘，再到主持风格上个性化表达等多方面，都需要做好分析与深耕，将自己打造成有辨识度，有受众黏合度，有社会责任感和影响力的品牌主持人。这份需要极强个人色彩构建的品牌形象，是人工智能主持人较难达到的。人工

智能主持人可以有无数的新皮肤，可以不眠不休，但以目前的技术还难以实现鲜明的AI个性意识。

（四）拥有人文情怀

人文情怀是主持人温度和深度的体现，更是价值导向。汶川地震之时，主持人播报各地区遇难人数时，几度哽咽。这是最为典型的对人类生命的尊重、维系共同命运的关切。这令人动容一幕的背后是主持人的悲悯之心与大多数人的心灵共振。主持人要做一个沾着烟火气的生活家，更要做有高尚情操、宽广胸怀、善意暖意的精神引领者，这是媒体从业者追求的精神内核。真正打动人心的内容靠的是心灵的触达，而这份温度的传递，是按部就班基于大数据模拟捕捉而发声的人工智能主持人所无法取代的。

三、结语

在飞速发展的时代，人工智能主持人的出现，的确给播音主持岗位带来一定冲击，但人工智能主持人不会也不可能完全取代真正优秀的主持人。在传媒领域，情感共鸣与心灵共振，始终是主持艺术的魅力所在，这正是人工智能主持人所欠缺的。

人工智能可以提升新闻从业人员采编工作的效率，承担一些新闻工作中简单、重复性的劳动，也可以从一定程度上解决劳动力不足的问题，让主持人有更充足的时间和精力投入到富于创造性的工作中。人工智能主持人是我们的业务助手，我们要学习如何更大效应地发挥其功效，用好这个智能化的新工具，做好媒体的辅助工作。

（作者单位：杭州文化广播电视集团）

