



传媒
集刊

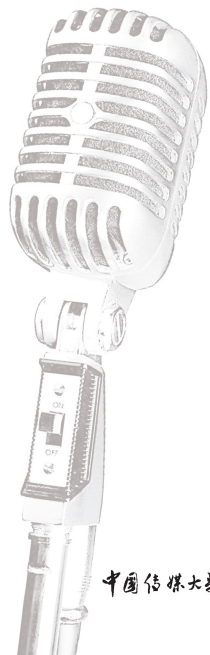
2019
总第2辑

Research on Host Communication in China

中国主持传播研究

— 技术与人 —

高贵武 杜晓红 © 主编



现实虚拟：技术发展与主持传播的人格进化

新媒体时代播音主持传播的“教”与“研”

现象学视域下体育主持人的媒介素养研究

融媒体时代播音主持创作价值论

中国传媒大学出版社



传媒
集刊

2019
总第2辑

Research on Host Communication in China

中国主持传播研究

— 技术与人 —

高贵武 杜晓红 ◎ 主编

中国传媒大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国主持传播研究:技术与人 / 高贵武,杜晓红主编.--北京:中国传媒大学出版社,2019.11
(传媒集刊)
ISBN 978-7-5657-2628-6

I. ①中… II. ①高… ②杜… III. ①主持人—语言艺术—研究—中国 ②传播学—研究—中国
IV. ①G222.2 ②G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 236854 号

中国主持传播研究:技术与人

ZHONGGUO ZHUCHI CHUANBO YANJIU:JISHU YU REN

主 编 高贵武 杜晓红
执行主编 卜晨光 王宇红 薛 翔
责任编辑 黄松毅 欧丽娜
特约编辑 张 静
封面设计 泰博瑞国际文化传媒
责任印制 阳金洲

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://cucp.cuc.edu.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 9.25
字 数 141千字
版 次 2019年11月第1版
印 次 2019年11月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2628-6/G·2628 定 价 48.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

目 录

技术与人: 新媒体时代的主持传播 栏目主持 杜晓红

现实虚拟: 技术与主持传播的人格进化 高贵武 杨 航 / 3

【特别策划】技术与人: 人工智能带来的机遇与挑战 栏目主持 曾志华

巨变的时代应该教会学生自主学习的能力 于 飞 / 19

体验式传媒应用给我们带来关于社会、政治等议题的更多思考 John Pavlik / 21

裂变传播: 阿基米德的“广播+传统实业”融合实践 王海滨 / 23

我们需要专业的播音员、职业的主持人 张树荣 / 27

自由与多元、无序与规则——新媒介时代下的有声语言艺术 曾志华 / 29

主持传播与播音主持教学研究 栏目主持 金重建

新媒体时代播音主持传播的“教”与“研” 杜晓红 / 37

新媒体时代的播音主持即兴口语教学 姜 燕 余 超 / 44

提升审美品位 夯实专业基础

——播音主持基本功教学的美学阐释 范 藻 / 58

媒介融合背景下播音与主持艺术专业人才培养的教学改革 肖 潇 安龙飞 / 68

主持传播跨学科研究**栏目主持 魏 伟**

- 现象学视域下体育主持人的媒介素养研究 魏 伟 / 79
- 存在·变革·回归：节目主持空间转向研究 李 强 / 89
- 新媒介技术嵌入“身体”实践：理解主持传播的智能主体 薛 翔 杨 航 / 104
-

播音主持史论研究**栏目主持 胡黎娜**

- 融媒体时代播音主持创作价值论 金重建 / 113
- 技术与人：新媒体时代的主持传播
——第二届中国主持传播论坛(2018)综述 李 晶 卜晨光 / 128



技术与人：新媒体时代 的主持传播

栏目主持：
杜晓红

现实虚拟：技术发展与主持传播的人格进化

◎ 高贵武 杨 航*

摘要：在媒介技术发展和媒介融合大潮的推动下，除了先前已有的虚拟主持人，由人工智能技术合成的AI主播和人工智能机器主持人开始快速进入主持传播者的行列，使主持传播中的虚拟人格不断增多。本文认为，主持传播的虚拟人格并不是对其真实人格的颠覆。在主持传播从“真人秀”到“机器人秀”的发展历程中，技术始终扮演着重要的角色，它不仅作为主持传播人格化的基础和保障而存在，而且通过不断检验和淘汰的方式促使主持传播的人格向着更人性、更完善的方向进化。

关键词：虚拟主持人 技术发展 主持传播 人格化

2018年11月，新华社在第五届世界互联网大会上发布全球首个合成新闻主播——“AI合成主播”，运用最新人工智能技术，“克隆”出与真人主播拥有同样播报能力的“分身”，在新闻领域开创了实时音视频与AI真人形象合成的先河。^①而早在2000年4月，英国报业联合会媒体公司在网络上推出了世界上首位虚拟主持人安娜诺娃（Ananova）；随后，日本又推出了虚拟主持人寺井有纪（Yuki）、美国推出了薇薇安（Vivian）、韩国推出了露西雅（Lusia），而中国首位虚拟电视节目主持人是天津电视台《科技新闻》的言东方，《930新闻直播间》的“小雪”则是我国广播界推出的第一位虚拟主持人。^②虚拟主持人或人工智能合成主播的出现并受到关注和欢迎是否意味着以人格化、真实、平民化为基本特征的主持传播的根基会发生动摇？虚拟主持人的虚拟人格是否能够取代真正主持人的人格？本文将循着主持传播诞生与发展的轨迹来为此寻找答案。

* 高贵武，中国人民大学新闻学院教授、博导，视听传播系主任。杨航，中国人民大学新闻学院2018级硕士研究生。

① 腾讯科技．全球首个“AI合成主播”在新华社上岗[EB/OL]．（2018-11-07）[2019-03-10]．<http://tech.qq.com/a/20181107/013284.htm>．

② 叶昌前．面对机器人主播——人工智能时代的主持人将向何方[J]．南方电视学刊，2018（01）：14-18．

一、人格化是主持传播的本质与关键

主持传播,即以播音员、主持人、出镜记者等人格化传播者作为传播主体而实施传播行为的一种传播样态,实际上它是一种在大众传播中实现了传播主体的人格化,并在传播过程中体现出人际性特点的大众传播方式,其中的人格化、人际性及大众传播是构成主持传播的关键,亦是主持传播的特点和优势所在。^①从人类传播的历史发展来看,在传播中突出和实现传播主体的人格化,或者说主持传播的诞生要远晚于其他类型的大众传播,特别是要晚于以大规模复制为特征的印刷传播。只有当印刷机等现代化机械被广泛运用于大众传播媒介(报纸)之后,人类社会才进入了真正的大众传播时代,而只有当传播技术进一步发展到可以将传播者的“音容笑貌”通过电波再次“还原”到受传者的耳畔和眼前,营造出一定的“面对面”交流场景时,传播主体才能在一定程度以某种“拟人化”的方式呈现在传播当中,而这也正是主持传播得以存在的基础。^②

(一) 传播技术的发展使主持传播的诞生成为可能

以技术决定论闻名的加拿大著名传播学者麦克卢汉有句名言:“媒介即讯息”,它直截了当地指出了媒介本身在传播中的意义。根据麦克卢汉的观点,只有在有了某种媒介之后,人类才有可能从事与之相适应的传播和其他社会活动。因此,在大众传播的历史发展中,只有具备了一定的历史条件(媒介技术),即前面所说的“还原”传播者的音容笑貌、实现传者与受者“面对面”的交流,主持传播者的真实人格才能呈现在大众传播的传受关系当中,主持传播也才可能出现并走上发展之路。从主持传播的诞生和发展实践来看,技术无疑在其中扮演了重要的角色。正是在技术不断发展的推动下,主持传播才能够显现其特殊的传播特性,才能为大众传播活动赋予鲜明的人际化特色。换句话说,“没有电子媒介,就没有主持人角色”。^③因此,从主持传播本身的发展来看,其特点和优势的体现不仅

① 高贵武. 主持传播学概论: 第2版 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2019: 02.

② 高贵武. 生还是死: 技术变革视野下的主持传播 [J]. 中国主持传播研究, 2018 (1): 6-13.

③ 高贵武. 主持传播学概论: 第2版 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2019: 40.

离不开技术的支持,技术变革甚至成了主持传播不断发展和进化的重要支撑。^①

(二) 技术推动为主持传播的人格化提供了保障

随着媒介技术的不断发展革新,主持传播从原来非人格化的大众传播模式逐渐向融入人际传播特性的传播模式转变。主持传播取人际传播之长,补大众传播之短,进而营造出“拟态”人际传播的氛围。而拟态人际传播及主持传播主体的人格化特征则使受众在接受传媒提供的信息和服务的同时,感觉自己面对的不再是冷冰冰的媒体,而是活生生的、可亲、可近、可信赖的,与自己“相同”的人。这样大众传媒便仿佛具有了人情味,受众也似乎能从中体味到交流与沟通的快乐了。^②

主持传播的人格化不是与生俱来的,这一点在中国媒体节目主持人发展的历程中也可以得到印证。在中国,从播音员到主持人曾经走了很长的一段路,从主持人到网络主播同样走过了很长的一段路。中央电视台主持人敬一丹在谈到主持人和播音员的区别时说:“播音员更像是一个转述者,失去独立思考和个性化的表述,而主持人是以一种近距离、活生生、个性化的方式和受众交流。主持人的出现就是为了让电视更接近人,尽量实现人与人的交流。”^③传统媒体中的主持人在人格化的突显方面较之播音员已有了很大发展,网络主播及新媒体主持人又通过媒体技术发展所提供的实时互动等手段进一步突显了传播者的人格化特色,使主持传播在“人际化”发展的道路上迈出了更大的步伐。

(二) 人格化既是主持传播的本质特征,也是它的魅力所在

1. 真实与平民化的人格是主持传播存在的基础,也是主持传播发挥效果的前提

施拉姆曾说:“传播是各种各样技能中最富人性的。”^④而主持人的传播活动无疑是大众传播活动中最具人性的。在大众传播活动中,由于其“拟态”人际传播的特点,使传播者和受众在地位和人格上都具有了平等的、人际传播的色彩,在传播过程中的传受双方可以实现一定程度的面对面交流,这使得主持人和受众之间

① 高贵武. 生还是死: 技术变革视野下的主持传播 [J]. 中国主持传播研究, 2018 (1): 6-13.

② 东亚. 主持人: 在文化超越的背后 [J]. 现代传播 - 北京广播学院学报, 1996 (2): 55-58.

③ 张安安. 主持人: 大众传播中的人际交流 [J]. 社会科学论坛 (学术研究卷), 2008 (5): 142-146.

④ 施拉姆, 波特. 传播学概论 [M]. 北京: 新华出版社, 1984: 04.

的关系也在某种程度上成了人际传播关系的一种扩大化。因为这种人际化的传播特点,对于主持传播的主体来说,在传播活动中不断放大其“主体人”的定位,在主持传播实践中采取平民视角,以真实、自然的传者主体人格出现就成了其存在基础,也是其成功的关键。只有主持传播主体以真实的人格出现,才能真正在传播中与受众建立起“人与人”“面对面”的交往关系,才能拉近传者和受众之间的距离,也才能真正提升其传播效果。正如吴郁教授所言,“主持人节目由于人格化传播而具有很强的感染力和引导作用”。^①

2. 拒绝角色扮演或表演是主持传播人格化的基本前提

由于真实的人格是主持传播存在的基础和发挥效果的前提,与之相悖的角色表演和虚假人格从主持传播诞生之初便遭到了学界和业界的质疑和批判。如针对主持人在主持过程中是否存在“表演”的争论,学者壮春雨在《论电视主持人的非角色表演》一文中明确指出:电视主持人不是演员,不是塑造角色,但节目主持人需要借鉴表演。电视节目主持人作为非角色表演,在总体上讲,是宜敛不宜纵,应控制表演分寸。^②

著名主持人、评论员白岩松在2000年参加“全国广播电视跨世纪人才充电班”时一再表示:主持人不是演员,所以主持人绝不能在观众面前表演。其实有时候老百姓对主持人的最高期望,就是希望你能够真实一点,自然一点。站在荧屏面前必须是你自己,是一个人。因为这个时代已经不是表演的时代,而是崇尚自然的时代。^③

美国电影学者詹姆斯·辛德曼也在《电视表演》中指出,“电视往往并不要求表演者去发展一个不相联系的人物或角色。作为一种信息和娱乐媒介,很多电视布局要求的是‘个性’而不是演员。一位有个性的表演者也许是个谈话节目主持人,一个新闻播音员,一个叙述人、讲演者,一个供人娱乐的人……个性表演者给人的印象是他们在摄像机上下是一个样儿,他们不是在塑造角色而是在表现真正的自我。”^④

① 吴郁. 当代广播电视播音主持: 第2版 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2008.

② 壮春雨. 试论电视节目主持人 [J]. 新闻广播电视研究, 1980 (5): 17.

③ 白岩松沪上传记: 主持人绝不是演员 [EB/OL]. (2000-05-28) [2019-03-10]. <http://ent.sina.com.cn/start/old/2349.html>.

④ 辛德曼, 等. 电视表演 [M]. 纪令仪, 译. 济南: 山东文艺出版社, 1991: 153.

二、技术发展使主持传播的虚拟人格得以实现

就在学界、业界对在主持传播实践中要保持传播主体人格的真实性和实在性基本达成一致之时，随着媒体技术的发展进步，虚拟主持人与AI主播这些在真实世界里并无实体人格存在的传播者又走入了主持传播的实践领地。起初，虚拟主持人还只是存在于二维的互联网里，依托动画形象和对真实传播主体的模拟来进行播音和主持。随着AR和VR技术的发展，具有虚拟人格的人工智能主持人开始真正走上台前。伴随着大数据、云计算、物联网等技术的急速发展与应用，人工智能（Artificial Intelligence）已经渗透到社会的各个领域。相比于人类，人工智能主持人拥有更强大的储存和计算能力，在相对简单、程式化的主持环节中，人工智能已经开始崭露头角，甚至在某些方面大有取代人类主持人之势。

（一）技术发展创造了主持传播的虚拟人格

如果说以安娜诺娃等虚拟主持人为代表的早期虚拟主持人与真正的人格化传播主体尚相距甚远，还停留在只能依照既定程度来从事简单的信息播报工作的话，由人工智能技术合成的人工智能主持人作为类传播主体在一定程度上则越来越接近于人的形象，具备了与受众进行某些交流的互动能力，已经算是具备了某些人际性的传播特征。可以说，媒介技术已凭着先进的手段创造出了现实生活中并不存在的、并非真实的主持传播人格主体，为主持传播重新创造了一个又一个虚拟的人格。

主持传播中虚拟人格的出现首先要归功于技术发展中的三维虚拟影像技术，正是由于有了此项技术的发展，才使得在现实中并不存在的虚拟形象以一种人造传播主体的方式出现在受众的“面前”。三维虚拟影像技术目前包括两类：一类是虚拟现实+裸眼3D全息投影技术；另一类是增强现实（Augmented Reality）技术。全息投影技术主要包括素材采集、模型构建、动作捕捉、虚拟合成和全息输出这五个主要环节。3D全息投影技术通过不同数量的投影机把真实影像或事先经过精心制作并具有立体效果的数字影像均匀对称地投射在成像膜上（这种成像膜是一种透明的超薄膜），经过光的衍射和折射，再现三维影像。增强现实（Augmented

Reality) 技术就是通过将虚拟仿真系统产生的图像信息合成到真实环境中,使虚拟与现实有机融合。一个完整的增强现实系统是由一组紧密联结、实时工作的硬件部件与相关的软件系统协同实现的。主要包括人脸建模、动作调试、图像识别标记和计算机综合系统合成四部分。^①

三维虚拟影像技术和增强现实 (Augmented Reality) 技术的发展使得人造传播主体,即主持传播的虚拟人格得以创造出来并逐渐朝着“类人化”的趋势不断发展。尽管受制于某些技术发展水平,受众目前所见的虚拟主持人无论在形象、气质、表情、语态还是其所发挥的主持功能上离真正的主持人尚有较大的距离,但无论如何,这些虚拟主持人都确实已在某些方面具有了人的特征,营造出了主持传播所特有的“拟态人际交流”氛围,它们不仅有自己的独特形象,甚至有某些专属的独特个性和人设,其作为一种人格化的存在已是不容置疑的事实。

如果说三维虚拟影像技术和增强现实 (Augmented Reality) 技术的发展仅是为新时代的主持传播创造了人格化的形象,或其所创造的主持传播的虚拟人格与真正的主持传播人格尚有差距,这些虚拟人格只是以某些人的形象和方式来承担某些非人际交往功能的话,大数据技术的运用则使得主持传播中的人造传播主体因为有了某些交际功能而在人格化上又迈出了更大的步伐。如微软公司于2014年推出的伴侣型AI机器人——微软“小冰”,由于集合了七亿网民对外公布的大量的文献资料,依托先进的微软大数据技术、深层次神经网络技术以及自然语义分析技术,它能够对海量语料进行精心提炼,通过系统来对语义以及语境进行识别和理解。作为一种人工智能助手,微软“小冰”不仅实现了深层的人机交流和互动,还具备通过生成模型来自创对话内容的能力,这使其对话行为更接近具有独立意识的人类。^②

在云计算、大数据、深度神经网络等技术的支持下,“小冰”目前在全球已拥有超过1亿用户,而且已经更新到了第六代。第六代微软“小冰”最大的特点是,已经从一个聊天机器人转化成一个完整的情感计算框架,再从情感计算框架转化成各种各样的产品形态,通过各个垂直领域进入到人类社会生活的方方面面,^③成了与

① 马卫. 虚拟现实技术与增强现实技术的应用[J]. 演艺科技, 2016(1): 45-48.

② 李枫, 谢鹏飞. AI机器人媒介角色的拟人化现象与思考——以微软小冰为例[J]. 现代视听, 2018(2): 60-63.

③ 陆飞. 第六代微软“小冰”正式发布[J]. 计算机与网络, 2018, 44(15): 73.

真正的主持传播主体越来越接近的虚拟人格传播主体。

(二) 主持传播虚拟人格的实际影响

2015年12月22日,东方卫视的晨间新闻《看东方》首次让机器人微软“小冰”做天气预报板块的主持人,替代传统主持人播报上海和全国的天气情况。由于播报极其准确,“小冰”的出场引起了许多媒体和观众的强烈好奇,一时间产生了巨大的社会反响。2018年3月,南方财经全媒体中心也首次推出人工智能虚拟主持人,“通过语音模拟技术,合成节目主持人殂江涛的虚拟声音进行新闻信息播报,电视媒体会配有‘殂江涛’三维人物动画形象,报纸和新媒体的文章也可以实现‘殂江涛’自动播报,让读者听新闻”。^①南方财经全媒体中心使用人工智能虚拟主持人同样在大大提升传播效率的同时引起了社会的广泛关注。

如果说“小冰”和“殂江涛”的出现并得到受众关注是因为其充满新鲜的新科技元素,满足的是观众的一部分好奇心理的话,《暴走大事件》的主持人王尼玛则是靠着其独特而鲜明的人格设定得到了受众的喜爱。在节目中,王尼玛身材矮胖,肚腩明显,脚踩帆布鞋,身穿鲜艳的卫衣或T恤,肩上斜挎着一卷卫生纸。其头戴的暴走漫画头套眼神涣散,嘴巴张开做惊呼状。节目中的王尼玛时而插科打诨,时而义正词严勇于发声,深受年轻观众喜爱,积累了大量的粉丝。截至2019年3月5日,王尼玛在新浪微博上有粉丝16 548 768人,发表微博3 606篇。

除了像王尼玛这样带着漫画头套、借助真人的形态、由传播方和受众共同想象的虚拟人格之外,完全通过虚拟影像技术制造出的虚拟人格的影响同样不可小觑。以虚拟偶像界的代表人物“初音未来”为例,作为一个本质上是代码、形式上是一个二次元动画人物的虚拟人格,“初音未来”在2007年诞生之后便广受欢迎,在被创造出来之后的5年内“初音未来”不仅发行了超过350万张唱片,而且在世界多个地方举办虚拟演唱会,并衍生出了各种相关产品,带动了音乐、动漫等多个领域产业的发展。近两年,国内的虚拟偶像也开始呈现井喷之势,在2017年因为杨幂、薛之谦等人气明星担任评委而备受关注的腾讯视频偶像选秀节目《明

^① 人民网. 南方财经全媒体指挥中心启用人工智能虚拟主持人上线 [EB/OL]. (2018-03-02) [2019-03-13]. <http://media.people.com.cn/n1/2018/0302/c40606-29842886.html>.

日之子》中,出现了一位名为“赫兹”的虚拟偶像选手,“赫兹”和真人选手一起参加比赛,拥有大量的粉丝,还在网络上有专门的粉丝社区,其粉丝支持其获得冠军的呼声甚至高过了同场竞技的真实选手。无论如何,主持传播中的虚拟人格主体及其影响已然不能忽视。

三、主持传播虚拟人格的接受心理

不管是有着7亿全球用户的机器人微软“小冰”,抑或是粉丝过千万的头套漫画人物王尼玛,还是虚拟动画人物“初音未来”,一种靠着技术手段产生、在现实中并不存在的虚拟人格何以会产生如此大的影响,它在传播中产生的实际效果是否可视作对前文所述主持传播存在基础的反证?其虚拟化的人格是否真的已经对以真实人格为基础的主持传播构成了真正的威胁?要探究这些虚拟人格被受众接受的原因,或许可以借鉴心理学的相关理论,从受众心理和情感角度来探讨人类为何会爱上或喜欢一个在实际中并不存在的虚拟人格。

心理学上有种著名的皮格马利翁效应(Pygmalion Effect)理论,是由美国著名心理学家罗森塔尔和雅各布森通过小学教学予以验证提出的。实验发现,积极的期待会产生积极的效果,而且是奇迹般的效果。^①据此心理学家们提出,人的情感和观念会不同程度地受到个人下意识的影响。人们会不自觉地接受自己喜欢、钦佩、信任和崇拜的人的影响和暗示。由此可以推断,受众在接触人工智能(AI)等虚拟主持人时心中会充满好奇和期待,当看到人工智能(AI)虚拟主持人科学高效率的工作时自然便会对其表示出喜爱。通常而言,受众会努力向着优于一般表现的方向发展,这是一个双向互动的过程,而这恰恰也可以从心理学中关于情感投射、情感替代和情感补偿的理论上得到解释和验证。

而按照弗洛伊德的理论,投射就是把自己内心存在的不为社会接受的欲望和行为归咎于他人。根据弗洛伊德的解释,人们对于现实中并不存在的虚拟人格表现出的喜爱和崇拜,实际上折射出的是人们长时期被压抑、处在知觉意识下层、不能表现出来的思想、记忆和愿望。人们将自己内心的愿望、欲求、理想和情感向

^① E·P·霍兰德. 社会心理学原理和方法[M]. 冯文倡,等,译. 广州:广东高等教育出版社,1988:126.

外投射和放大,通过社会许可的方式表现出来,其本质实际上是一种深层自我的现实化、人格化和理想化。普通心理学亦提出,当代社会人们普遍孤独,很多人有着需要陪伴的心理需求。通过相应技术手段为虚拟角色们赋予“拟人”特质,将他们塑造成了有血有肉的“人”,自然也会赢得受众的喜爱。因此,人们对主持传播中虚拟人格的接受和喜爱在很大程度上不过是在寻求一种对现实社会人际交往或者社会关系存在的某种缺憾的补偿。以微软“小冰”为例,在现实生活中,可能会有很多人因为复杂的人际关系而愁眉不展,但如果受众同微软“小冰”交流就不会觉得复杂和有压力。基于大数据技术对海量语料库的分析,微软“小冰”可以让受众感觉与她的聊天不仅更真实,更有趣,而且也绝不会出现现实社会中无话可聊的尴尬局面。

四、虚拟人格是对主持传播真实人格的补偿与超越

通过以上分析不难发现,受众喜欢和接受虚拟主持人并不是因为单纯对虚拟主持人的虚拟形象和虚拟人格心存好感,实际上在受众喜欢虚拟主持人的虚拟人格中,折射出的是人们对交往对象理想人格的期许和渴望。理想人格一般是指一定社会或阶级所倡导的道德上的完美典型,是人们普遍认为是完美人格形象,是一定社会的道德要求和道德理想的最高体现,如马克思所提出的理想人格模式就是指自由而全面发展的人。^①

利用技术手段对虚拟主持人进行外形、语言等类人化创造,再为其赋予符合社会主流价值观的近乎完美的理想人格特质,这必然会在短时间内激发受众对主持传播中的虚拟人格的兴趣和喜爱之情。而这恰好从一个侧面证明,利用技术手段实现的类人化的虚拟人格并没有颠覆和否定真实人格、平民化等主持传播的存在基础和传播优势。相反,主持传播的虚拟人格受到欢迎也再次证明:带有温度的、充满人文关怀的人性化传播依然是受众需要和看重的,依然是主持传播的核心。

以《暴走大事件》的主持人王尼玛为例。王尼玛的粉丝一直都以为王尼玛是一个鲜活的人,有血有肉有思想。王尼玛多重人设的核心实际上就是“真实”,这种真

^① 马克思. 资本论: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 1975: 530.

实既表现在解构和戏谑的话语方式和自我矮化,也体现在“苦口婆心”地为青年答疑解惑,为青年群体发声,更体现在他作为一个“媒体人”与“恶势力”作斗争的过程中。在这一点上,他承担了观众对于新闻节目主持人的期望和想象——揭露虚假,报道真实,而这也正是王尼玛在各个社交平台所呈现出来的价值观,比如在知乎问题“如何评价《暴走大事件》和暴走漫画”下,王尼玛在其知乎账号的回答中说:“我们不会虚无缥缈地抹黑谁,我们所做的一切都围绕着‘真实’”。因此,当王尼玛所倡导、观众所期待的“真实”遇上了王尼玛本人身份“虚假”的可能,就导致了本真性的危机,最终引发了王尼玛“人设”的崩塌。

因此,新媒体环境下主持传播中的虚拟人格其实是更理想或更契合受众期待的人格,是更体现受众理想主张的人格,它并不是人格的虚拟或虚无,更谈不上角色表演或人格做假,也不存在对传统主持传播主体真实、平民化、无角色、无扮演理论的颠覆。考察近年来受到关注甚至在受众中具有显著影响的虚拟主持人的人格特征亦能发现,虽然这些虚拟人格在形态和风格上存在不小差异(详见表1),但其通过节目外显或其制作者力图所要塑造和追求的“人设”,不管是洛天依的“可爱、乖巧、有礼貌,情感丰富、有些冒失、天然呆、比较内向”;小冰的“可爱、自夸、毒蛇、语速适中,多才多艺、傲娇、容易嫉妒”,还是绊爱的“明快、话多且语速快、喜欢吐槽,活泼可爱、自信心膨胀、认为自己智商高于普通人类,但实际经常掉链子”,它们恰恰是社会现实中真实主持人所缺少或没能充分展现出的理想化人格。

表1 主持传播虚拟人格的人格特征

节目名称	姓名	别名	语言风格	性格特点
江苏卫视2018年春节晚会	洛天依	洛殿、洛神、吃货大人、世界第一吃货殿下	可爱,乖巧,有礼貌	情感丰富、有些冒失、天然呆、比较内向
一唱成名	零	零酱	不爱说话,只喜欢用唱歌代替说话	外表纯净和治愈而有质感的歌声,能歌善舞,擅长多种乐器
我是未来	小冰	/	可爱、自夸、毒蛇、语速适中	多才多艺、傲娇、容易嫉妒