

认知失调理论下新华社 AI 主播在国际传播中的社会关注分析

贺一然

北京外国语大学国际新闻与传播学院, 北京, 中国

【摘要】随着人工智能技术的不断进步, AI 主播作为智能技术与新闻行业融合的重要成果, 逐渐成为新闻传播领域的创新力量。自 2018 年中国新华社与搜狗联合发布全球首个全仿真 AI 主播以来, AI 主播在新闻领域的应用引起了广泛关注。尽管 AI 主播能够提供 24 小时不间断、高效的新闻播报, 其背后蕴含的情感表达和真实性问题引发了公众的认知失调。本文旨在分析国际社会对新华社 AI 主播的关注, 探讨海外受众的情感态度及其背后影响因素, 及其对 AI 主播的认知与情感变化。通过对 2018 年以来海外社交媒体上关于新华社 AI 主播的报道与评论进行数据分析, 通过高频词分析、情感分析及语义网络分析, 本研究发现, 尽管 AI 主播在技术上日益成熟, 仍面临关于真实性、社会影响及技术突破的质疑。本文不仅揭示了海外公众对 AI 主播的情感态度, 还为智能媒体技术在新闻传播中的国际传播效果及其未来发展提供了有价值的见解。

【关键词】AI 主播; 新华社; 认知失调; 国际传播; 技术进步

1. 引言

随着社会的发展和科技水平的不断提高, 人工智能已然成为当今国际社会的重要发展导向。AI 主播作为人工智能技术与新闻行业共同发展中的一个重要纽带, 自发布以来, 获得了国内外大众的广泛关注, 其出现表明人工智能已经在新闻传媒领域取得了巨大的突破与变革。当前 AI 主播新闻报道正在由低水平应用向高质量应用转变, 对于新闻主播行业的变革和发展, 它能够很好地推进新闻传播行业高效率、高稳定、高持续的发展。

中国最早的 AI 主播发布于 2018 年 11 月 7 日的第五届世界互联网大会上, 由搜狗与新华社联合发布, 采用拟定建模技术, 依照现实生活中的主持人原型打造, 是全球首个全仿真智能 AI 主持人。新华社最早的全仿真智能合成主持人与男性站立式合成主播“新小浩”皆采于真人主播邱浩的声音与外形, 首个 AI 合成女主播“新小明”的语料来源于主播屈明, 而英文主播的素材来源于主播张朝[1]。此前, 依托搜狗、科大讯飞等公司的人工智能技术, 新华社已推出许多各具特色的 AI 合成主播, 如新小萌、新小浩、Lisa 等, 吹响了智媒时代新闻播报变革的号角[2]。

这些 AI 主播一经发布, 便引起了国内外用户的激烈讨论。随着技术的进步, AI 主播的智能化发展正逐步突破传统界限, 达到了近乎真人的播报效果。并且还在追求更加细

腻、深邃的情感表达, 注重认知理解, 开始尝试模拟人类的“微表情”与“微神态”[3]。然而, AI 主播的发展给全球受众造成了很大程度上的认知失调现象, 一方面公众认为传统真人主播的真实感和亲和力, 认为主播是有血有肉、有情感有个性的人, 并且对传统媒体和真人主播所传递的信息通常有一定的信任基础; 另一方面, 用户认为 AI 主播虽然在形象和语言表达上不断进步, 但本质上是由程序和数据驱动的虚拟存在, 无法将其视为真实主播, 也无法对其播报内容产生足够信任, 与其以往对获取准确信息的认知期望不符。因此, 两种认知相矛盾而引发的认知失调现象在用户心中愈演愈烈, 从而引发公众的一系列担忧和焦虑心理。

在当前传媒领域, AI 主播技术飞速进步, 然而公众对于 AI 主播存在诸多质疑。针对这一情况, 本文将以国际社会对于新华社发布并投入使用的 AI 主播家族的相关报道作为研究对象, 通过报道内容及用户评论, 探究国际受众对 AI 主播的整体情感态度倾向, 并挖掘其背后所蕴含的意义与影响。

2. 文献综述

2.1 AI 主播的相关概念界定

AI 主播是指通过人脸关键点检测、人脸特征提取、人脸重构、唇语识别、情感迁移等多项前沿技术, 并结合语音、图像等多模态信息进行联合建模训练后, 生成真人主播

的 AI 分身模型,可播报新闻、天气预报等信息[4]。相较于传统主播, AI 主播具有 24 小时不间断工作、可快速生成内容、成本相对较低等特点,但在情感互动和灵活性方面存在一定局限。

2.2 AI 主播的研究现状

从技术层面研究来看,部分学者关注到 AI 主播技术的先进性与进步性,李强调 AI 主播能够通过机器学习和自然语言处理技术,自动化地进行新闻播报和内容生成[4]。向认为 AI 主播的应用丰富了节目形态、提高了节目制作效率、重塑内容生产业务链[5]。AI 主播是对传统主播的一种有效补偿,王和史从现象层面解释媒介补偿机制,探讨补偿的边界条件、补偿的发生过程等[6]。

另有一部分研究者关注 AI 主播发展技术层面的反思。刘认为,当前的 AI 主播越来越多的被主流媒体采用意味着主流意识形态的话语权开始让渡于技术主体与算法, AIGC 开始逐渐构成 AI 主播话语内容[7]。喻对于技术革命下身体的媒介化范式进行技术反思,认为未来媒介技术的发展逻辑会沿着身体媒介化的逻辑进行迭代与创新,而人的主体性将面临被身体性取代的趋向,甚至有可能成为技术浸润的赛博人[8]。张认为 AI 主播存在技术伦理、法律责任、职业冲击等现实问题,应当建立完善的算法和数据监管机制、明确 AI 主播的报道边界以规避 AI 主播所带来的伦理风险[9]。

在传播效果方面,学者普遍关注到, AI 主播作为虚拟技术发展的产物,具有高效性及实时性。李指出 AI 主播能够与受众进行实时互动,增强受众的参与感和体验感[4]。在电商领域,秦观察到直播电商利用虚拟面对面技术实现了高社会互动,有效促进消费者购买商品,近年来成为电子商务的主流模式之一[10]。虚拟主播的信息质量是提升用户信任和购买意愿的关键,比娱乐性影响更显著,商家应根据目标客户精准选择虚拟主播形象。Jinhui 和 Tarofderb 总结了影响 AI 虚拟主播互动效果的五大主要因素(个性化的互动体验、趣味性、实时性、高效的内容输出、形象真实性)影响顾客的社交存在感,进而影响消费者的购买意愿[11]。

在播音主持领域,胡认为 AI 主播具备高效、准确的新闻播报和节目主持能力,并能全天不间断工作,降低人力成本、提高效率。其可定制化特性满足不同受众需求。但在情

感表达、互动性和真实感方面仍有不足,无法完全替代传统播音员的情感联结。罗指出人机互动、人机协同有助于各媒体甚至是各物质之间和谐共生,形成信息传播新的生态循环系统[12]。

从社会影响角度来看, AI 主播作为新闻播报的“准主体”,一方面可以提高传播效率,另一方面也可能造成信任危机。AI 主播不具备自我意识,因而不具备作为公民承担责任的能力。AI 主播客观上已经成为公众人物,享受着公众人物的权利,但却不得不承认其主观社会责任感的缺失[13]。高认为, AI 主播的拟人外表下,实则暗藏虚拟人格的言说困境,产生了虚假交往、情感空洞等一系列负面影响,也带来了人的主体性危机,存在着“异化”的可能性[14]。孙指出,作为智能体的 AI 主播,虽广泛运用于新闻传播领域,具有拟人化特质,但由于自主意识的缺失以及自由身份的难以获得,很难具有主体性,即人工智能产品可以被视为主体,但这种主体地位仍然是人类赋予它们的[15]。

3. 研究设计与方法

3.1 数据样本的选择

自 2018 年新华社与搜狗联合推出全球首个 AI 主播以来,这一创新技术在国内外引发了广泛关注与讨论。其中,第一代 AI 主播(包括中文主播新小浩和以英文主播“张朝”为原型的 AI 主播)成为舆论讨论的焦点,公众对其技术特点和应用场景展开了热烈的讨论。随后,新华社推出了第二代 AI 主播,包括升级版的新小浩以及女性形象 AI 主播新小萌。然而,与第一代 AI 主播相比,第二代 AI 主播在海外社交媒体平台上的关注度有所下降,但讨论热度仍然较高。

近年来,关于中国主流媒体 AI 主播的海外讨论逐渐减少,主流媒体中 AI 主播参与播报的栏目数量也显著减少。这种变化为研究公众对 AI 主播的认知与情感态度提供了独特的切入点。

本研究通过系统收集 2018 年以来海外社交媒体上关于新华社 AI 主播的报道与讨论数据,分析公众对 AI 主播的整体认知与情感态度。在此基础上,重点探讨了用户对第一代与第二代 AI 主播的情感变化趋势。此外,鉴于后续海外社交媒体对新华社 AI 主播的讨论逐渐减少,本研究进一步分析了公众对 AI 主播情感态度的演变轨迹,并试图揭示海外受众对中国 AI 主播关注度减弱的潜在原

因以及 AI 主播的发展现状及未来发展方向。通过以上分析,本研究为 AI 技术在新闻传播领域的国际传播效果及其可持续性提供了有价值的见解。

本研究搜集了来自 Youtube 平台的 10 篇报道(如图 1),其中针对第一代 AI 主播的报道 6 篇,有效评论共 1553 条;针对第二代 AI 主播的报道 4 篇,有效评论数量 375 条。

3.2 数据收集

序号	标题	链接	评论数量	报道归类
1	China reveals world's first AI anchor	https://www.youtube.com/watch?v=Cjn_ZJQ-e0Y	133	第一代AI主播
2	China's AI news anchor	https://www.youtube.com/watch?v=bmqd9nYH5Fw	326	
3	Xinhua's first English AI anchor makes debut	https://www.youtube.com/watch?v=GafiATTQufk	760	
4	A Chinese News Agency Unveiled Two AI Anchors, but They Aren't Very Good Yet	https://www.youtube.com/watch?v=a-txRPqo8Mk	46	
5	Xinhua AI anchor presents CIIIE news reports	https://www.youtube.com/watch?v=eB29ZVDOFfU	145	
6	World's first AI news anchor debuts in China	https://www.youtube.com/watch?v=MHP1IuH9I1U	145	
7	Xinhua unveils world's first female AI news anchor	https://www.youtube.com/watch?v=5iZuffHPDAw	270	第二代AI主播
8	Xinhua's AI anchor broadcasts news in standing position	https://www.youtube.com/watch?v=RsdQIrrj3fNs	30	
9	Xinhua debuts world's first AI female news anchor	https://www.youtube.com/watch?v=RLyzQPZUahI	38	
10	World's first female AI anchor starts presenting news	https://www.youtube.com/watch?v=X8d_BiCLUh8	37	

图 1.研究选用的海外社交媒体评论中关于新华社 AI 主播的报道

3.3 研究方法说明

1. 词频分析

(1)研究目标:挖掘公众对 AI 主播的主要关注点和热点话题。

(2)分析步骤:首先,提取每条视频下评论内容并汇总,对采集的文本数据进行分词和停用词过滤。其次,统计高频词,提取公众在此类视频下讨论的关键主题词。最后,绘制图表进行统计,并对高频词进行词义分类。

(3)预期结果:通过“进步”和“怀疑”相关词汇的频次及其变化趋势,探究用户对于 AI 主播的不同情感及情感分类。

2. 情感分析

(1)研究目标:识别公众对中国 AI 主播的情感倾向,并分析情感的分布及影响因素。

(2)分析步骤:首先,使用 ROST 对文本进行分类:正面、负面、中性。其次,构建情感词典,提取情感强度较高的词汇,如“信任”“威胁”“惊人”等。最后,量化情感倾向,统计正负情感占比。

(3)预期结果:呈现公众对 AI 主播情感的两极化现象及其对不同 AI 主播在不同时间段的表现。

3. 语义网络分析

(1)研究目标:分析 AI 主播相关舆论的传播网络和语义关系网络。

(2)分析步骤:构建基于关键词的语义网络,并根据语义网络所呈现的中心及节点信息分析识别“进步”与“怀疑”两个核心语义群体的关键词及其关系。

(3)预期结果:分析舆论传播网络中的意见分化群体及其影响力并探索“技术进步”与“伦理怀疑”语义网络的对比及其动态演变。

4. 分析与发现

4.1 词频分析结果

本研究共梳理 10 篇报道中的共约 1900 条评论,为了使研究结果更具科学性和实际意义,下表主要列出评论中使用频率较高、且能独立显示意义的实词,介词、冠词、系动词、情态动词等虚词(如 the、or、and 等)或者需要联系语境才能产生实际意义的单词(如 its、they、said 等)不计入统计结果,并且意义相同的两个单词(scary 与 scared)中累计总数后显示。

从图 2 的高频词可以看出,公众对 AI 主播的态度呈现出复杂甚至是矛盾的情感和观点。这些情感和观点可以分为几个主要主题,包括图 3 中技术变革、AI 主播特征、未来发展、用户态度、风险与隐私等方面。

序号	高频词	次数	中文翻译
1	human+people+person	195	人类
2	AI	169	人工智能
3	news	124	新闻
4	robot	113	机器人
5	like	93	喜欢
6	real	85	真实的
7	job+work	74	工作
8	great+nice+good	72	很好
9	creepy+scary+scared	63	恐怖的
10	fake	52	假的
11	voice	50	声音
12	China	43	中国
13	mouth	33	嘴
14	world	30	世界
15	time	27	时间
16	better	26	更好的
17	future	25	未来
18	skynet	25	天网
19	replace	24	取代
20	Chinese	24	中国人
21	CNN	23	CNN
22	first	21	第一
23	right	21	权利
24	technology	20	科技
25	text	20	文本
26	new	19	新的
27	end	19	结束
28	sound	15	声音
29	amazing	12	令人惊叹的
30	face	12	脸
31	lip	12	嘴唇
32	teeth	12	牙齿

图 2.海外社交媒体评论中关于新华社 AI 主播讨论的高频词

1.技术变革与 AI 主播的崛起

分类	高频词
技术变革	人工智能；机器人；人类
AI主播特征	嘴；脸；嘴唇；牙齿；声音；科技；文本；新闻
未来发展	天网；未来；世界；CNN；权利；
用户态度	更好的；很好；令人惊叹的；第一；喜欢；真实的；新的；
风险与隐私	恐怖的；结束；取代；假的；工作
其他	时间；中国；中国人

图 3.海外社交媒体评论中关于新华社 AI 主播讨论的高频词分类汇总

3.未来发展与技术的社会影响

对于未来发展，评论中出现了“天网”、“未来”和“世界”等词汇，显示出公众对 AI 主播技术的长远影响充满了好奇与担忧。“天网”(Skynet)这一词汇尤其具有象征意义，它不仅是科幻电影中的概念，也是对人工智能失控的恐惧隐喻，表明一些评论者对于 AI 技术过度发展所可能带来的伦理、社会及安全问题有所忧虑。同时，“未来”和“世界”这些词语则反映了公众对这一技术的广阔前景和潜在应用的高度关注。AI 主播技术的普及可能推动新闻传播方式的全球化，并影响信息传递的效率与质量。

4.用户态度与对技术的感知

部分用户对 AI 主播技术的态度呈现出

从高频词中可以明显看到技术变革的主题，特别是词汇如“人工智能”、“机器人”和“人类”。这些词语表明，公众意识到 AI 主播是人工智能技术进步的产物，并且这一技术正在快速发展。AI 主播不仅是传统媒体播报员的替代者，还是人工智能在新闻传播和信息获取领域应用的一个重要实例。随着人工智能技术逐渐渗透到新闻行业，AI 主播的出现代表了一个重要的技术突破，标志着新闻传播领域的自动化和智能化发展。

2. AI 主播的特征与表现形式

在对 AI 主播特征的讨论中，评论中的高频词“嘴”、“脸”、“嘴唇”、“牙齿”和“声音”反映了公众对 AI 主播外观和声音的关注。这些词语表明，AI 主播不仅仅被视为一项技术创新，更是具有“人类特征”的数字化存在。这种人类化的特征可能增强了 AI 主播的亲合力，使其在形式上与传统主播有较为接近的效果。不仅如此，公众关注到不同角度 AI 主播与真人主播的差距并做出评价，从而对 AI 主播的未来发展进行积极预测和猜想。此外，“科技”和“文本”这类词汇则突出表现了 AI 主播在科技背景下生成新闻文本的能力，这种生成过程不仅是技术的体现，还涉及到对新闻内容的自动化处理和表达方式。

积极的倾向，尤其是通过高频词如“更好的”、“很好”、“令人惊叹的”、“第一”和“喜欢”等词汇来看，公众对 AI 主播的技术表现出相当高的认可度。“真实的”和“新的”则进一步说明了用户对 AI 主播能带来不同于传统媒体的新闻传播体验持开放态度。这些词汇反映了公众对于技术进步的欣赏，并且从情感层面上表示出对这种新技术的喜爱和接纳。

5.风险与隐私：伦理与社会挑战

与上述乐观态度相对，评论中也充满了对 AI 主播技术的伦理和社会风险的关注。词汇如“恐怖的”、“结束”、“取代”和“假的”揭示了公众对 AI 主播可能带来的负面影响的担忧。例如，AI 主播可能取代传统的新闻工作者，这不仅可能导致失业问题，还可能引发

关于人工智能是否能够准确、客观地传递信息的疑虑。“假的”一词突出了人们对于 AI 主播内容的真实性、可信度的质疑，尤其是在新闻领域，虚假信息的传播可能带来严重的社会后果。此外，隐私问题也通过词汇“取代”和“工作”反映出来，AI 主播能够自动生成新闻内容，但这一过程中可能涉及到数据隐私、信息收集及个人数据的使用，这引发了对技术滥用的担忧。

从高频词的分析中可以看出，AI 主播作为人工智能技术在新闻传播领域的应用，既充满了广阔的前景，也伴随着不少的伦理、社会和技术挑战。尽管公众对 AI 主播技术的创新性和高效性表现出积极态度，但关于技术的透明性、隐私问题及其对社会结构的潜在影响也引发了广泛的讨论。未来，如何在推动技术进步的同时解决相关的伦理与隐私问题，将是 AI 主播技术广泛应用的关键。

4.2 情感分析结果

对于 32 个高频词的情感分析结果显示，积极情感主要由“人工智能”、“喜欢”、“真实的”、“更好的”、“很好”和“新的”构成，这些词汇展示了受众对 AI 主播的认可与期待。然而，“假的”、“恐怖的”、“结束”和“令人惊叹的”等负面情感词汇则表明部分评论者对 AI 主播的真实性、社会影响及技术进步持有负面看法。

积极情绪 (5,+∞):	36条	33.96%
中性情绪 [5,5]:	0条	0.00%
消极情绪 (-∞,5):	70条	66.04%

其中，积极情绪分段统计结果如下：

一般: (5,15]:	1条	0.94%
中度: (15,25]:	0条	0.00%
高度: (25,+∞):	35条	33.02%

其中，消极情绪分段统计结果如下：

一般: [-15,5):	0条	0.00%
中度: [-25,-15):	0条	0.00%
高度: (-∞,-25):	12条	11.32%

图 4.海外社交媒体评论中关于新华社 AI 主播讨论的整体情感倾向

图 4 可以看出，在新华社的 AI 主播推出早期，评论情感总体呈现出消极倾向。在关于新华社 AI 主播的评论中，66.04% 的评论呈现消极情绪，33.96% 呈现积极情绪。而在情感强度分布中，33.02% 的评论表现为高度积极情绪，但 11.32% 的评论则表现为高度消极情绪，表明尽管存在一定的技术认可，但总

体上受众对这一技术的接受度仍有限，且情感反馈的极端反应较为显著。

积极情绪 (5,+∞):	205条	23.67%
中性情绪 [5,5]:	19条	2.19%
消极情绪 (-∞,5):	642条	74.13%

其中，积极情绪分段统计结果如下：

一般: (5,15]:	159条	18.36%
中度: (15,25]:	38条	4.39%
高度: (25,+∞):	8条	0.92%

其中，消极情绪分段统计结果如下：

一般: [-15,5):	153条	17.67%
中度: [-25,-15):	21条	2.42%
高度: (-∞,-25):	2条	0.23%

图 5.海外社交媒体评论中关于新华社第一代 AI 主播讨论的情感反馈

如图 5，2018 年，新华社首代 AI 主播的情感反馈中，积极情绪和消极情绪的分布显得较为极端。在 205 条积极情绪评论中，18.36% 的评论显示为一般积极情绪，4.39% 为中度积极情绪，然而 33.02% 的评论显示出高度的积极情绪，体现出受众对其技术的较高认可。

然而，与此同时，有 642 条消极情绪评论，其中 17.67% 为一般消极情绪，2.42% 为中度消极情绪，11.32% 为高度消极情绪。这表明，尽管部分海外受众对新华社第一代 AI 主播表现出高度的赞赏，但同时也有不少受众对其可信度、技术透明度以及其对传统新闻行业的潜在影响表现出强烈的反感和担忧。

积极情绪 (5,+∞):	54条	29.35%
中性情绪 [5,5]:	10条	5.43%
消极情绪 (-∞,5):	120条	65.22%

其中，积极情绪分段统计结果如下：

一般: (5,15]:	47条	25.54%
中度: (15,25]:	2条	1.09%
高度: (25,+∞):	5条	2.72%

其中，消极情绪分段统计结果如下：

一般: [-15,5):	18条	9.78%
中度: [-25,-15):	0条	0.00%
高度: (-∞,-25):	1条	0.54%

图 6.海外社交媒体评论中关于新华社第二代 AI 主播讨论的情感反馈

如图 6，第二代 AI 主播的情感反馈则相对更加平衡。在 54 条积极情绪的评论中，25.54% 为一般积极情绪，1.09% 为中度积极情绪，2.72% 为高度积极情绪。同时，120 条消极情绪的评论中，9.78% 为一般消极情绪，0.54% 为高度消极情绪。

总体来看,第一代 AI 主播的评论呈现出明显的两极化,虽然有 33.02%的评论表现出高度的积极情绪,但同时也有 11.32%的评论表现为高度消极情绪。这表明公众对第一代 AI 主播的情感反应较为极端,可能因为其技术尚处于较为初期的阶段,公众对其信任度较低,部分受众对其可能带来的风险、虚假信息传播以及对传统媒体工作的冲击感到担忧。

其次,两代 AI 主播的消极情绪都占据了较大比例,尤其是第一代 AI 主播的消极情绪(74.13%)远高于第二代(65.22%)。尽管第二代 AI 主播在技术上有所改进,但公众对 AI 主播的负面情感仍然相当强烈,尤其是在真实性、技术透明度和社会影响等问题上,

二代 AI 主播似乎并未能显著减轻公众的担忧。

因此,虽然第二代 AI 主播在技术上有所进步,但公众的情感反馈仍然显示出对技术的谨慎态度,尤其是对其可能带来的伦理风险和社会影响的深刻担忧。第一代 AI 主播的负面情绪更多来自于其技术的不成熟,而第二代则主要面临公众对 AI 主播在社会中的定位、透明度及其潜在滥用的焦虑。可以推测,随着 AI 主播技术的不断发展,公众的情感反应可能会从初期的极端反应逐渐趋于理性,但对技术的伦理审视和社会影响的担忧仍会是未来长期存在的议题。

4.3 语义网络分析结果

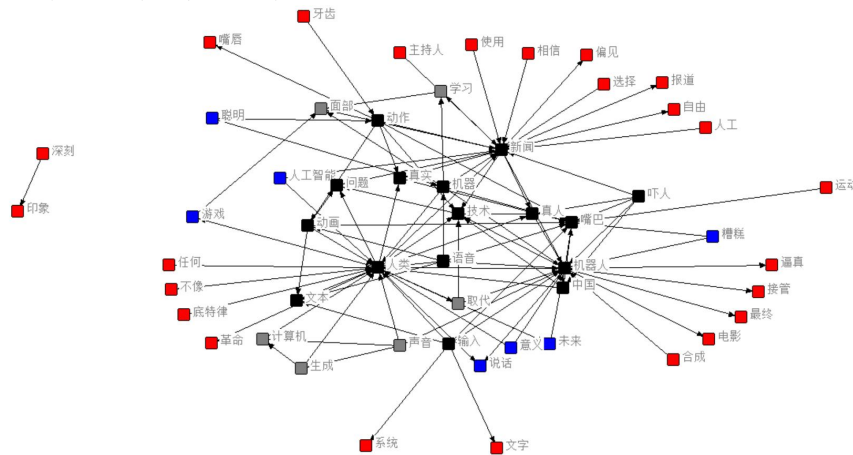


图 7.海外社交媒体评论中关于新华社 AI 主播讨论的语义网络

根据图 7 的语义网络不难看出,“新闻”、“机器人”、“人类”、“技术”等节点处于网络中心位置,且与其他节点的连线较多,表明这些概念是海外受众在讨论新华社 AI 主播时关注的核心内容。这说明海外受众主要将 AI 主播视为一种结合了新闻传播和人工智能技术的新型事物,并且会将其与人类进行比较和关联。例如,“人工智能”、“动画”、“文本”、“声音”等与技术相关的节点紧密围绕在核心概念周围,反映出海外受众对 AI 主播背后技术层面的关注,包括其生成内容的方式、呈现形式等。“印象”、“深刻”等节点虽然相对边缘,但也显示出 AI 主播给海外受众留下了一定的印象,引起了他们的关注。

红色节点(如“偏见”、“不像”、“底特律”等)和蓝色节点(如“聪明”、“未来”、“游戏”等)的分布较为分散,且没有明显的集中趋势,这表明海外受众对新华社 AI 主播的情感态度较为复杂,既有正面的期待和好奇(如

对未来技术发展的憧憬、认为 AI 主播聪明等),也存在一些负面的看法和质疑(如认为 AI 主播不像真人、存在偏见等)。

如图 8,针对第一代 AI 主播讨论的语义网络与整体语义网络类似,“新闻”、“机器人”、“人类”等依然是核心节点,但“时间”、“真实”、“现代”等节点的出现频率和连接强度更加明显。这可能意味着海外受众在讨论第一代 AI 主播时,更加关注其在时间维度上的表现,以及与真实人类主播相比的现代感和真实性。例如,评论中可能涉及到第一代 AI 主播在播报新闻的及时性、流畅性方面的表现,以及其外观和声音是否足够真实,能否给人带来现代科技的体验等内容。“游戏”、“革命”、“计算机”等节点的存在,进一步表明海外受众将 AI 主播的出现视为一种具有创新性和变革性的技术应用,类似于游戏行业的发展或计算机技术的革命,可能会对新闻传播领域产生深远影响。

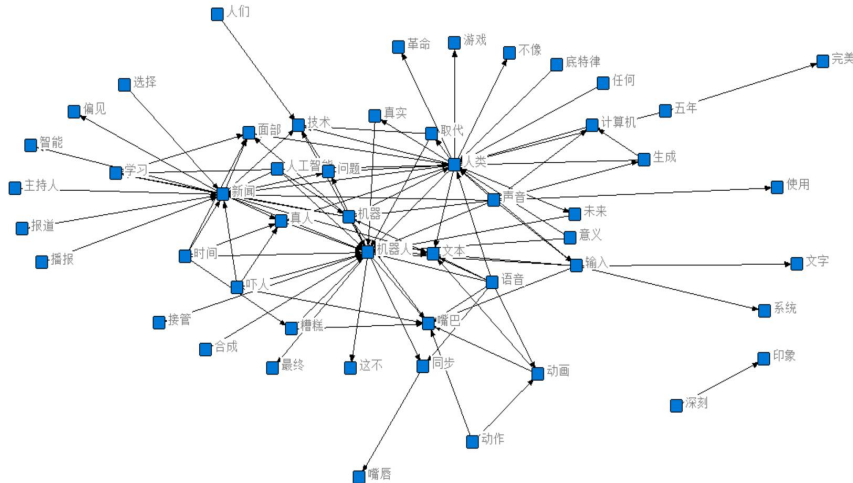


图 8.海外社交媒体评论中关于新华社第一代 AI 主播讨论的语义网络

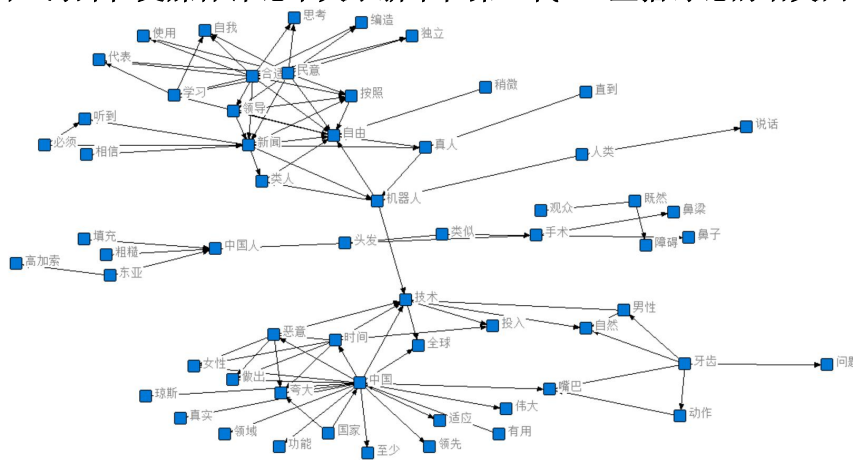


图 9.海外社交媒体评论中关于新华社第二代 AI 主播讨论的语义网络

如图 9 语义网络图所示，除了“新闻”、“机器人”、“人类”、“技术”等常见核心节点外，“中国”、“国家”、“全球”、“领先”等节点的突出显示，表明海外受众在讨论第二代 AI 主播时，更多地将其与中国这个国家联系起来，关注中国 AI 主播技术的发展以及在全球范围内的地位和影响力。例如，评论可能涉及到中国 AI 主播技术的先进性，是否代表了中国在人工智能领域的领先地位，以及这种技术对全球新闻传播行业的影响等方面。“自由”、“独立”、“思考”等节点的出现，反映出海外受众开始从更深入的层面思考 AI 主播所带来的影响，不仅仅局限于技术和新闻传播本身，还涉及到对信息传播自由、AI 的自主性等问题的关注和讨论。

总之，从技术角度来看，第一代 AI 主播的讨论中呈现出“技术”相关节点，但相对分散，说明海外受众对第一代 AI 主播的技术层面有一定关注，但认知较为宽泛和初步，主要停留在技术构成要素的层面，对技术的具体细节和优势感知不深。而随着 AI 主播的

发展和进步，用户意识到中国在 AI 主播技术上的进步和优势，“技术”相关节点与核心概念的连接更加紧密和集中，表明海外受众对第二代 AI 主播所代表的技术有了更深入的认识，不仅知道是技术应用，还认可其技术的先进性和领先性。

从情感倾向角度看，用户对首代 AI 主播整体情感倾向有积极但倾向质疑和保留，受众对第一代 AI 主播的态度处于初步接受但仍有顾虑的阶段。用户对第二代 AI 主播的正面评价节点数量增多且连接更紧密，集中在与“中国”相关概念周围，如“伟大”、“有用”、“领先”等，负面节点数量减少且分散，显示出海外受众对第二代 AI 主播的情感倾向明显向积极方向转变，对中国 AI 技术的发展和 AI 主播的表现给予了更高的评价和认可，负面评价的影响力减弱。

从与国家关联度的角度看，用户讨论第一代 AI 主播时，语义网络中的“中国”相关节点不突出，海外受众更多地将注意力放在 AI 主播本身的属性和表现上，对其与中国国家

层面的联系感知较弱。而在讨论第二代 AI 主播时，语义网络中“中国”成为重要节点，且与其他核心概念紧密相连，说明海外受众在看待第二代 AI 主播时，更多地将其与中国这个国家联系起来，关注中国在 AI 技术领域的发展以及在全球范围内的地位和影响力，认为第二代 AI 主播代表了中国在该领域的成就和实力。

最后从用户思考角度来看，对于第一代 AI 主播的评论主要集中在技术应用和基础表现方面，如播报的及时性、外观的真实性等，思考深度和广度有限，多为对表面现象的直观感受和评价。而针对第二代 AI 主播的语义网络出现了“自由”、“独立”、“思考”等节点，反映出海外受众开始从更深入的层面思考 AI 主播所带来的影响，包括对信息传播自由、AI 的自主性等问题的关注，说明受众对 AI 主播的认知和思考不再局限于技术和新闻传播本身，而是拓展到了更广泛的社会、文化和伦理等领域，思考的深度和广度都有所增加。

5. 结论与不足

5.1 研究结论

本研究对新华社 AI 主播的技术特征以及国际观众对 AI 主播的情感态度进行了深度分析，通过词频分析、情感分析和语义网络分析，我们揭示了公众在海外社交媒体上对 AI 主播的多元化看法。从中可以看出，公众对 AI 主播技术的认可度逐渐提高，但也存在明显的担忧和质疑。

首先，技术进步是推动 AI 主播发展的主要动力，公众普遍认同人工智能在新闻传播领域的应用潜力，尤其是 AI 主播作为自动化新闻播报员的崭新形态，标志着新闻传播领域向智能化转型。AI 主播的外观和声音设计逐步趋向“人类化”，使其更容易被受众接受和亲近。然而，随着技术的进步，公众对其未来影响的想法也趋于两极化。部分受众对于 AI 主播可能带来的伦理、社会风险表示忧虑，尤其是其对新闻真实性、隐私保护以及传统新闻行业的冲击。

其次，情感分析结果表明，尽管 AI 主播受到一些受众的高度评价，但总体情感倾向仍然呈现较为消极的态度，尤其是对第一代 AI 主播的认知较为保留。第二代 AI 主播则表现出相对平衡的情感反馈，这表明随着技术的逐步完善，受众对 AI 主播的接受度有了显著提升。然而，负面情绪仍未完全消除，

主要集中在对 AI 主播真实感、技术透明度及其可能带来的负面社会影响的担忧。

从语义网络分析来看，受众对 AI 主播的关注从初期的技术层面转向了更深层次的社会、文化和伦理议题。尤其是第二代 AI 主播的讨论中，“中国”相关节点的突出显示，反映出公众在评价这一技术时，不仅关注其技术进步，还关注到中国在全球人工智能领域的领先地位。这种关联显示了 AI 技术背后国家层面的文化与政治因素，以及全球视野下的技术竞争与合作。

5.2 预测与展望

展望未来，随着 AI 主播技术的进一步发展，AI 主播有望在更广泛的新闻传播场景中发挥作用，包括实时新闻报道、个性化新闻推荐以及多语种播报等。主持人应该认识到人机协作、相互交流的重要性，通过人机交互实现人类智能与人工智能的结合，弥补现有 AI 主播技术的不足，继续发挥人类在播音主持领域的积极作用，形成良性循环。这种人机交互过程是必然趋势，也是主持人即将面临的重要课题。然而，尽管技术前景广阔，如何平衡技术创新与伦理风险、隐私保护仍将是这一领域亟待解决的重要问题。

在未来的发展中，公众的情感反应可能逐步趋于理性，随着 AI 主播的普及和技术的成熟，受众对其的接受度和信任度有望进一步提高。与此同时，AI 主播的社会影响力将不断扩展，可能会对全球新闻传播的格局、信息的传播方式以及人类对技术的依赖产生深远影响。因此，技术的透明性、伦理规范和法律框架将成为 AI 主播能否广泛应用的关键所在。

近年来，AI 主播的使用门槛大幅降低，许多自媒体主播及电商直播行业开始大量引入 AI 主播的使用，从而提高工作效率，降低运营成本。同时，为保持新闻播报的真实性及正确性，主流媒体较少将 AI 主播应用于严肃且严谨的播报场合，而是更多应用于一些轻松的互动场合或具有固定模式的简单新闻播报中。

总之，AI 主播作为智能新闻传播的一项突破性技术，尽管面临公众情感的分化与技术挑战，但其未来的发展潜力巨大，值得在社会、技术和政策层面持续关注与研究。

5.3 研究局限性与不足

1. 样本局限性

本研究的样本来源主要依赖于海外社交

媒体上的评论,虽然这些评论能够反映出一定范围内的公众意见,但由于社交媒体用户群体的特殊性,评论的代表性可能存在偏差。例如,社交媒体的使用者多为年轻人和技术接受度较高的群体,可能导致对AI主播的认同度偏高。若样本能够包括更广泛的年龄层和社会群体,结果可能更加全面和具有代表性。

2. 局限于新华社AI主播的案例分析

虽然本研究通过新华社AI主播的案例提供了较为丰富的实证数据,但其结论可能存在一定的局限性。新华社AI主播作为一个特定的案例,其背后所涉及的技术、政策、文化等因素可能不具备广泛的普适性。未来的研究应将更多的AI主播应用案例纳入分析范围,从而使结论具有更强的外部效度和普遍性。

3. AI主播的发展现状及成因有待进一步探讨

尽管本研究指出了AI主播可能带来的伦理、社会风险和隐私问题,但对于这些问题的探讨较为表面。随着AI技术的日益成熟,如何平衡技术创新与伦理审查、如何保障数据隐私、如何防范技术滥用等问题需要更深入的思考。未来的研究应更加关注AI主播在实际应用中可能面临的具体伦理挑战,并从技术、法律和社会层面提出更具建设性的解决方案。

参考文献

- [1]朱兰欣.人工智能语境下播音主持前景分析——以新华社“AI合成主播”为例[J].新闻传播,2022,(13):39-41.
- [2]宋国澳,麦梦佳.智媒时代新闻播报的新特征与发展困境——基于新华社AI合成主播家族的研究[J].青年记者,2020,(32):67-68.
- [3]邬建中,杨帆,黎慧澜.动力、情境与认知:对AI主播“具身性”的反思[J].传播与版权,2024,(19):33-35.
- [4]李红.AI主播与传统电视主播基于全媒体环境的变革——《2024中国·AI盛典》引

- 发的思考[J].中国广播电视学刊,2025,(01):97-100.
- [5]向子旭.AI主播在新闻领域的应用价值及现实问题[J].北方传媒研究,2023,(02):54-58.
- [6]王可欣,史蒙苏.媒介补偿:理论溯源与研究路径[J].全球传媒学刊,2021,8(06):69-84.
- [7]刘娜,王若宇,田由甲.AI主播在我国主流媒体中的话语权力、伦理责任与全球共治[J].中国编辑,2024,(11):81-88.
- [8]喻国明,徐子涵,李梓宾.“人体的延伸”:技术革命下身体的媒介化范式——基于补偿性媒介理论的思考[J].新闻爱好者,2021,(08):11-13.
- [9]张莎莎.人工智能时代AI主播的伦理审视和风险规避[J].当代电视,2022,(05):84-87.
- [10]秦芬,郭海玲.AI虚拟主播对消费者购买意愿的影响研究[J/OL].企业经济,2025,(01):89-98.
- [11]Jinhui K, Tarofderb A K. Research on the Impact of AI Virtual anchors Interaction Effects on Consumer Purchase Intentions in E-commerce Live Streaming Scenes [J]. International Journal of Multidisciplinary Research and Publications ((IJMRAP)), 2024, 6(9): 31-36.
- [12]罗自文,熊庾彤,马娅萌.智能媒体的概念、特征、发展阶段与未来走向:一种媒介分析的视角.新闻与传播研究,2021(S1):59-75.
- [13]Wang X. AI anchors' development status and the prospect of traditional hosts in the era of artificial intelligence [J]. The Frontiers of Society, Science and Technology, 2023, 5(1): 30-34.
- [14]高贵武.进化中的异化:AI合成主播的言说之困[J].中国主持传播研究,2023,(01):20-24.
- [15]孙伟平,戴益斌.关于人工智能主体地位的哲学思考[J].社会科学战线,2018,(07):16-22.