

虚拟主播赋能国际传播：机遇与挑战

□ 吴晔 常琳

【摘要】以人工智能为引领的新一轮科技革命和产业变革深刻重塑着国际传播的生态格局。虚拟主播作为具身智能与数字内容深度融合的新型传播主体，正在成为国际传播体系中不可忽视的新力量。本文梳理了虚拟主播的形态演进脉络，分析其在符号亲和、语言适配、主体可控与算法驱动扩散等方面形成的主体性优势，同时指出其当前面临着技术限制、文化浅层、伦理安全与产业不完善等维度挑战。基于此，本文提出构建“人机协同”的生成机制、“文化IP+虚拟主播”的叙事体系、跨平台多语种运营矩阵与透明可控的治理框架，旨在为构建具有引领性和坚韧性的智能国际传播生态提供理论参照与实践路径。

【关键词】虚拟主播 国际传播 人工智能 智能传播

党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出：“完善国际传播体制机制，创新传播载体和方式，加强重点基地建设，增强主流媒体国际传播能力，全面提升国际话语权，讲好中国故事，展现可信、可爱、可敬的中国形象。”^[1]构建具有跨文化吸引力、情感亲和力与技术支撑力的表达体系成为国际传播领域亟待破解的重要课题。当前，以人工智能为引领的新一轮科技革命和产业变革加速推进，深刻重塑着国际传播的舆论生态与传播格局。把握人工智能等新技术新机遇，加强国际传播能力建设，已成为事关国家发展的重要任务。

在此背景下，虚拟主播作为具身智能与数字内容深度融合的新型传播主体，正成为全球信息竞争中的关键变量。其在技术可控性、形象可塑性与跨平台适配性等维度，有效突破了真人主播在身份、语言、时空等方面的限制，逐步成为多层次国际传播矩阵中的一支重要力量。

虚拟主播为国际传播提供了传播范式革新的

可能性：通过身份柔化与拟人化表达降低跨文化传播中的认知阻力；通过多语种生成与算法适配提升跨平台触达效率；通过符号化叙事与审美体系传播文化内涵，为国际传播的跨文化理解提供更具沉浸感的表达路径。在全球传播格局深刻调整的数智时代，虚拟主播的兴起也标志着国际传播正经历从“人际传播”向“人机传播”的逻辑转向，它不仅为“如何让世界更好地理解中国”提供了技术化的表达机制，也为中国在智能时代提升国际传播效能与增强文化影响力带来战略新机遇。

一、虚拟主播的概念厘定与形态演进

以智能技术和大数据作为支撑的虚拟主播作为数智时代的新型传播主体，不仅标志着媒介呈现方式的更新，更映射了传播体系在主体结构、技术逻辑与文化叙事表达上的系统性重构。

（一）概念厘定：从“虚拟呈现”到“智能主体”
虚拟主播的概念随着技术体系的演进不断扩

展,其核心内涵经历了由单一的“技术虚拟体”向具有表达能力的“具身智能传播主体”的本体性跨越。现有研究为这一演进路径提供了较为明确的理论框架。早期虚拟人物主要承担静态或半动态的视觉呈现任务,其传播功能依赖人工驱动、脚本制作或后期渲染。随着语音合成、自然语言处理与计算机视觉动作捕捉等技术的发展,虚拟主播逐渐具备了可视化身体和艺术价值的“具身化”创造^[2],成为内容生产链条中的活跃节点。^{[3][4]}

从传播结构的视角来看,虚拟主播是技术系统与文化符号交织的“新介质”^[5],其传播价值不仅源于技术呈现本身,更在于其通过视觉风格、情绪表达与动作设计所形成的符号化的具身表演,对人类的记忆与文化进行再编码和再传播。它的出现对于传播效率的提升与传播方式的革新具有革命性的意义。^[6]

基于技术能力的拓展与传播结构的优化,虚拟主播已转化为具备稳定表达、跨语种生产、符号化呈现与跨平台分发能力的智能传播主体。据此,本文将虚拟主播界定为:以虚拟建模、语言生成和多模态算法为支撑,具备类人化形象与智能交互能力,能够承担内容表达、参与叙事建构并在跨文化传播中发挥主体性作用的数字化传播主体。其核心特征不再局限于视觉层面的真人复制,而在于国际传播中文化表达和叙事构建的“行动能力”。

(二) 形态演进:从动作捕捉驱动到 AIGC 自主生成

虚拟主播的演进轨迹,折射出数字媒介技术在表达方式和内容生成模式上的渐进式升级,实现了从复刻现实向生成现实的逻辑转向。这一演进不仅改变了虚拟主播的表现形态,也改变了其在新闻生产与文化传播中的角色定位,使其从“虚拟形象”逐步成长为具有功能性表达能力的“智能传播主体”。^[7]

1. 动画驱动阶段

20世纪80年代,早期虚拟主播开始尝试切入现实应用场景。然而,囿于技术的限制,这一时期的虚拟主播主要依赖人工绘制角色的动作和表情,

通过真人特效与手绘的结合,创造出其2D动画形象。20世纪末,虚拟主播的现场表演开始使用提前录制的录像带播放,缺乏实时性与交互性。这类虚拟形象本质上是静态的“技术符号”,其生产遵循传统后期加工的视听产物创作流程,难以在文化传播中形成稳定的表达机制,其传播功能也受限于内容生产链条的人工属性。

2. 动作捕捉阶段

2000年4月,以“阿娜诺娃”为代表的虚拟主播掀起了第二阶段的技术变革。动作捕捉技术使虚拟主播能够实时同步真人的动作与情绪,形成接近真人的情感表达。此后,日本、美国和韩国相继推出了各自的虚拟主播形象。这一阶段,我国代表性的虚拟主播是2001年5月于天津电视台《科技周刊》节目里亮相的“言东方”,它是由当时最新传感技术与三维动画技术打造出来的虚拟形象。光头的造型和极具东方特征的面孔,让它一经推出就备受关注。“言东方”即使不能像真人主持人那么灵活自如,但脸部的表情也会随着语言节奏变化,实现高拟真度的动态呈现。此后,虚拟主播逐渐开始具备“实时互动能力”,其传播功能也从“呈现”进入“表演”维度。^[8]

3. 算法驱动阶段

随着语音合成、自动唇动匹配、语音驱动表情生成等技术日趋成熟,虚拟主播逐渐摆脱对真人动作捕捉的依赖,而深度学习算法的突破使数字人的制作过程也更加高效,虚拟主播开始进入“算法驱动”的内容生成阶段。这一时期的虚拟主播能够通过文本输入自动生成语音、表情与动作,实现从文本到视频的自动化生产,在新闻生产流程中承担部分“自动表达”功能,具备了初步互动能力,可通过社交媒体与观众交流^[9],传播效率显著提高。这一演进使虚拟主播具备规模化、低成本、多语种的表达能力,为其进入国际传播场域奠定基础。

4. AIGC 自主生成阶段

大模型与多模态生成技术的迅速发展,使虚拟主播进入第四阶段——AIGC自主生成。跨语种翻译、语义理解、情感计算等技术的发展,使虚拟主

播具备“弱自主性表达”，能够在任务场景中进行内容生成、语境适配与风格调节。这一阶段的典型代表是新华社的AI合成主播“新小微”，其通过全AI驱动从生硬的机械播报到流畅的自然表达，从僵硬的肢体到灵活自如的转身行走，实现了虚拟主持人的全新升级，标志着虚拟主播向具备情境感知与风格自适应能力的“主体化”方向演进。

二、虚拟主播赋能国际传播的内在机理与优势

随着人工智能与多模态生成技术的持续演进，虚拟主播已从新闻生产流程中的辅助性技术装置，转变为兼具叙事表达、文化符号构建与跨语境传播能力的复合型智能传播主体。这一主体性建构并非源自单一功能的线性提升，而是由视觉符号的文化亲和、语义生成的跨语言能力、身份可控的制度优势与算法驱动的规模化扩散共同形成的系统性结构。这种结构赋予了虚拟主播在全球舆论生态竞争加剧的场域中更加主动的连接者角色，使其成为国际传播体系中的新型战略资源。

（一）符号亲和机制：弱身份化表达降低跨文化传播阻力

国际传播的本质是价值观的柔性竞合。^[10]虚拟主播的视觉形象具备高度的可塑性，在跨文化传播中能够形成不受限于国家身份背景的“弱身份化”特征。研究表明，虚拟主播作为技术建构的拟人化符号，其传播效果主要由视觉特征、情绪设计与动作表现共同驱动，而非由政治身份与机构背书决定。^[11]这种技术驱动的信任路径，使虚拟主播在国际语境中具有更低的政治敏感度，同时有效降低跨文化传播的心理防御与认知抵抗性。

从符号学的视角看，虚拟主播能够将文化意涵进行美学化、人格化的方式编码并输出，可以根据目标文化设计风格、语言与行为。^[12]由魔法科技和次世文化共同打造的国风虚拟人翎（LING）的东方审美元素、浙江卫视数字推广人谷小雨的宋韵文化符号体系均说明，虚拟主播可以将中国传统文

化转译为全球通用的传播符号和审美语言，实现“柔性叙事”在国际传播中的落地^[13]，在跨文化传播中具有较高的“共情能力”。



国风虚拟人翎（LING）

（二）语言适配机制：多语种生成能力减弱文化折扣

AI驱动的语音合成、自动翻译与口型同步技术，赋予虚拟主播即时的跨语种转译能力，实现跨语言内容的即时生产。^[14]这一技术突破使虚拟主播不再局限于单一语言，而是能够面向全球范围内的多语种受众，提供个性化的新闻服务。新华社虚拟主播“新小微”已能够基于同一文本生成多语种、多机位、情境化的视频内容，实现了新闻播报的全自动化与规模化生产。在TikTok、YouTube等海外主要社交媒体平台中，这种低成本的跨语种适配能力，可以帮助促进不同国家和地区之间的交流和理解，推动世界各地的信息共享和合作，显著降低文化折扣现象并提升跨文化理解度^[15]，使新闻内容更广泛、更迅速地传达给世界各地的受众。

（三）主体可控机制：可调控的表达系统实现风险可控

在舆论安全与风险管理层面，虚拟主播相较真人具备显著优势，即虚拟主播可以规避真人主播可能出现的情绪失当、价值偏差与政治风险等隐患。研究指出，虚拟主播的语言风格、知识框架、价值立场与行为模式均可在技术层面实现参数化调控，从而为国际传播提供风险更低、稳定性更强的表达体系。《人民日报》虚拟主播“任小融”等案例表

明，在跨平台表达中保持叙事风格一致性与专业性已成为虚拟主播可控性的核心优势，使其成为推动国家形象建构与传播的高安全系数媒介。

（四）算法扩散机制：规模化生产与多平台协同打造传播矩阵

算法驱动下的规模化生产与全平台扩散能力使虚拟主播能够在极短时间内进行内容生产，显著降低生产成本并提升传播效率。研究显示，虚拟主播的生产与传播链条能够形成“内容规模化—平台同步化—传播裂变化”的显著传播优势。以哔哩哔哩虚拟主播“冷鸢”为例，其300多万粉丝社群产生的日均10万条互动数据，助力平台精准优化情感交互算法，持续完善这一传播生态闭环。在国际传播场域中，这一机制有助于虚拟主播持续进入流量算法推荐池，从而提升全球可见性与传播覆盖度。在此意义上，虚拟主播不仅是文化载体，更是国际传播格局中的“流量入口”，对构建更有效力的国际传播体系具有战略价值。

三、虚拟主播在国际传播实践中面临的挑战

虚拟主播的技术潜能为构建新型国际传播体系提供了重要契机，但其传播效能并非线性递增，该领域仍面临技术成熟度、文化表达深度、传播伦理边界与产业生态稳定性等因素的挑战，可能构成影响其持续发展的潜在约束。

（一）技术成熟度不足

虚拟主播的呈现质量仍取决于底层的技术逻辑。目前的大部分虚拟主播在表情细节、动作连贯性、复杂决策、情感理解等方面尚存明显瑕疵，尤其在高拟真场景中易触发“恐怖谷”效应，产生表情空洞、动作失真与情绪延迟等现象。这些技术短板削弱了用户的沉浸感与观看体验，使其在严肃新闻、国际事件等高可信用度场景中的应用受到限制。

与此同时，AI合成内容的大量生产加剧了用户对真实性的焦虑。虚拟主播的表达容易与“深度伪造”相关联，不仅误导公众认知、引发社会情绪

波动，更冲击着国际新闻传播“真实、客观、诚信”的传媒伦理基石。在权威性要求较高的传播领域，打造一个高精度、高保真的非特异型虚拟主播需要较长的迭代周期，因此技术成熟度与可信性之间的差距构成当前应用的核心约束。

（二）文化表达浅层化

当前虚拟主播的文化呈现多依赖表层符号的审美设计，这一审美趋向的底层逻辑是以“视觉奇观”替代“文化阐释”。这种叙事与审美虽然能够在短时间内激活所触达用户的注意力，却难以承载深层文化语境如传统文化的价值内涵，进一步导致文化的浅层表达与空心化。在国际传播场域中，文化表达的浅层化不仅难以激发价值共鸣，还可能产生新的文化误读。国际传播亟需兼具语义内涵与情感厚度的跨文化叙事体系。若虚拟主播无法突破符号堆叠的表达逻辑，其文化传播潜能将难以得到真正释放。

（三）伦理边界模糊

虚拟主播高度拟人化的交互体验虽然增强了传播亲和度，但同时也带来角色身份、表达来源与责任归属的模糊。^[16]作为类人化数字主体，虚拟主播“前台虚拟、后台真人”的运营模式，导致其行为责任主体认定复杂，容易出现监管盲区。在国际传播中，这一身份模糊往往会进一步加剧公众对议程设置的不信任感。当虚拟主体介入新闻发布或国际议题的讨论时，表达偏误、情绪偏差与文化失当均可能触发跨国舆情，但现有体系尚难以追溯其责任主体。伦理治理体系的滞后，使虚拟主播在国际传播中的制度基础仍显脆弱。

（四）产业生态不完善

虚拟主播的运转依赖建模、渲染、语音生成、动作系统、内容策划与跨平台协同等复杂的生产链条，整体成本远高于单一媒体形态。目前，虚拟主播产业尚未形成成熟的商业闭环，大多依赖项目制模式推进，缺乏长期化、体系化的内容供给机制。这导致虚拟主播在国际传播中的表达往往呈现阶段性、碎片化特征，难以形成累积性的品牌资产并产生持续的影响力。

此外，国际传播场景对多语种能力、文化适配与跨平台传播的高要求，使运营难度进一步提升。在缺乏稳定的技术、人才与资金支持的情况下，虚拟主播难以构建可持续的跨平台协同长效机制。这种产业生态的不均衡性制约了其在国际舆论竞争中的长期深度介入能力。

四、虚拟主播赋能国际传播的路径优化

虚拟主播作为智能技术推动下的新型传播主体，其国际传播中的应用潜力已获得广泛认可，但要实现从技术革新到传播主体的真正转化，仍需在技术、内容、运营与治理层面形成系统化的支撑机制，构建起多维协同的提升路径，真正将其嵌入国际传播链条，并在国际传播中形成稳定有效的传播机制。

（一）技术路径：形成“人机协同”的生成体系

技术信任是传播信任的基石。提高表情细节、动作衔接、情绪调节等自然度，是虚拟主播在国际传播中获得信任的前提。随着AIGC、多模态与实时生成技术的融合，虚拟主播可在视觉呈现与内容生成之间形成更高层次的同步性，使合成内容更接近真人主播的情绪逻辑与表现细节。同时，引入人类专家的价值把关与美学指导，形成“AI驱动+人工监督”的混合机制，有助于降低完全依赖自动生成所带来的表达偏差，使虚拟主播兼具技术效率与价值稳定。

（二）内容路径：构建“文化IP+虚拟主播”的叙事体系

内容升级的核心在于突破浅表化的呈现模式，实现从“视觉吸引”到“叙事构建”的升级。翎(LING)以“折扇+旗袍+科技银”数字化重构东方美学，融合传统服饰韵味与现代科技质感；创壹科技打造的柳夜熙以“捉妖师”为叙事核心、美妆为表达载体，用赛博朋克特效演绎国潮妆容，让传统文化元素在奇幻剧情中自然渗透，实现创造性转化。未来虚拟主播的内容创作应聚焦“全人类共同价值”与

“东方审美意蕴”等核心价值的有机融合，将文化价值融入视觉、语言与场景的设计中，通过多元形式实现文化升维，传递文化底蕴，使其不仅是内容传递者，更成为文化符号的承载者与叙事结构的建构者。

（三）运营路径：搭建跨平台、多语种、多场景的国际传播矩阵

虚拟主播的传播效能很大程度上取决于其不同平台、不同语言和不同文化场景中的运营能力。针对TikTok、YouTube等全球平台，应构建跨媒介叙事矩阵，实现“多点触达—分众传播—持续影响”的运营闭环，并依据矩阵内的各平台用户特征进行动态调整。大模型的多语种内容生成能力，可帮助虚拟主播在不同国家的舆论生态中实现并行传播；多场景内容设计则使其能够在新闻播报、文化推广、文旅营销等不同主题下切换表达风格，实现功能场景的扩展。此外，通过社群运营、互动直播等机制，虚拟主播还能够在粉丝社群中从“初级曝光”迈向“深度连接”，构建起具有高黏性的国际传播情感共同体。

（四）治理路径：建立身份透明、价值稳健与内容安全的规范体系

鉴于虚拟主播在一定程度上公共属性，需要在身份透明性、内容安全性与规范性等方面建立清晰的伦理治理制度框架。未来的虚拟主播治理需要明确虚拟身份标识，确保受众的知情权，同步建立数字内容的真实性审查体系，构建具有跨平台互认能力的合成内容标注机制，以维护国际传播的公信力和媒体的价值边界。同时，应形成统一的内容审查机制，包括敏感语义识别、文化偏差过滤及传播价值的方向把控，以防止因算法偏差或跨文化背景差异而产生的表达风险。此外，还应明确主体责任归属，为国际传播中的突发舆情提供制度化的追责与纠错机制，维护国家形象的公信力。

五、结语

在全球传播格局深度重塑与智能技术加速演

进的双重背景下，虚拟主播正在成为国际传播体系中不可忽视的新力量，同时也折射出国际传播主体结构正在发生的深刻变革：从单一的真人主播，迈向真人与虚拟形象共同构成的复合主体；从以话语输出为中心的线性传播模式，迈向以视觉符号、情感共鸣和算法分发为特征的多模态传播体系。虚拟主播不仅为讲好中国故事开辟了新的表达渠道，也为中国在全球数字平台上的叙事突破与文化传传播带来了新的战略空间。

面向未来，虚拟主播有望成为国际传播场域中重要的前沿力量，它能够以更灵活的叙事方式进入国际舆论场，以更低的成本实现跨语种传播，以更可控的形象承载国家文化内涵，并以更强的规模化能力实现内容的持续生产。

虚拟主播的价值不仅在于“传播什么”，更在于“谁在传播”以及“如何传播”。在全球叙事竞争日益激烈的当下，推进虚拟主播的发展，构建具有引领性和坚韧性的智能传播生态，才能切实提升国际传播能力和效能^[17]，在世界文明互鉴的版图中确立数字中国的新坐标，为提升中华文明传播力影响力提供新的可能。■

吴晔，北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师，计算传播学研究中心主任。

常琳，北京师范大学新闻传播学院、计算传播学研究中心硕士研究生。

【注释】

[1] 新华网·授权发布 | 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议 [EB/OL]. (2025-10-28) [2026-01-06]. <https://www.news.cn/politics/zywj/20251029/dd2144257406454ebf54142ce922b26c/c.html>.

[2] 郭建中，杨帆，李清鑫. 溯源、反思与展望：

AI 主播的技术具身 [J]. 青年记者, 2023, (04): 60-63.

[3] 荆华. AI 虚拟主播在新闻媒体转型中的应用现状与应对策略 [J]. 中国广播电视学刊, 2025, (02): 99-102.

[4] 宋宁. 论人工智能技术赋能下虚拟主播的功能演进与实践路径 [J]. 中国电视, 2024, (12): 76-83.

[5] 姚琦, 胡威. AI 新闻主播社会接受度的影响因素模型：基于扎根理论的探索性研究 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46 (9): 160-168.

[6] 梁少云. 责任主体与情感存寄：虚拟主播的应用实践与伦理规范研究 [J]. 传媒, 2025, (09): 91-93.

[7] 郭全中. 虚拟数字人发展的现状、关键与未来 [J]. 新闻与写作, 2022, (07): 56-64.

[8] 李星莹. 虚拟主播在新闻媒体中的应用与发展——以人民日报 AI 虚拟主播任小融为例 [J]. 传媒, 2025, (07): 27-29.

[9] 荆华. AI 虚拟主播在新闻媒体转型中的应用现状与应对策略 [J]. 中国广播电视学刊, 2025, (02): 99-102.

[10] 中国报业网. 重构国际传播新范式，让世界更好“读懂中国”——访中国传媒大学电视学院党委书记、博士生导师曾祥敏 [EB/OL]. (2025-11-12) [2026-01-06]. <https://www.cnpiw.cn/a/chuanmei/20251112/29016.html>.

[11] 刘娜, 李倩, 刘茜等. 人工智能主播可以替代真人主播吗?——基于受众感知与评价的实验研究 [J]. 新闻与传播研究, 2024, 31 (03): 60-74+127.

[12] 刘霞. 作为“媒介中介”的 3D 人工智能主播“在地化”传播可能性分析 [J]. 新媒体研究, 2021, 7 (18): 10-13.

[13] 闫玉荣, 王肖月. 浅议虚拟主播在全媒体传播中的作用 [J]. 新闻战线, 2024, (19): 73-75.

[14] 徐凤兰, 应中迪. 智媒时代虚拟新闻主播的传播实践与未来进路 [J]. 新闻世界, 2024, (04): 41-44.

[15] 刘宏波. 人工智能驱动下的国际传播范式创新探索 [J]. 中国传媒科技, 2025, (04): 137-140.

[16] 刘娜, 王长潇. 人工智能新闻主播的属性特征与发展进路 [J]. 中国编辑, 2023, (04): 87-91.

[17] 龙小农, 刘姜一. 新质生产力视域下的国际传播范式新变革 [J]. 对外传播, 2025, (07): 9-13.

责编：王小婷