



元宇宙构成与发展及对传媒业的影响分析

文/张蕾(滨州市新闻传媒中心)

本文站在元宇宙背景下,以我国传媒业作为主要研究对象,先对元宇宙的概念与特点进行简要分析,在此基础上分别阐释元宇宙为传媒业发展带来的挑战与机遇,最后提出一系列具有针对性的措施来助推传媒业的发展。目的是为传媒工作者日常工作的顺利展开提供一定的借鉴与参考。

关键词:元宇宙;传媒产业;机遇与挑战;影响分析

人机交互与虚实共生不仅是元宇宙的两大突出特点,同样也是我国传媒行业在未来发展中的主攻方向与重要抓手。元宇宙集成了人工智能技术与虚拟现实技术,为现实生活中的人类搭建了一个数字化虚拟生活空间,拓宽了人类的活动范围,对我国科学技术领域与传媒行业的发展来说具有重要意义。

元宇宙的构成与特点

(一)元宇宙概念

就目前情况来看,大部分人认为元宇宙是一个具有集体虚拟性的集成式共享空间,其中主要包含了互联网、虚拟世界与现实世界三方面。由于元宇宙是一个能够从极大程度上实现虚拟与现实相链接的平台,其构建除了要依靠闭环经济体以外,还需要六大现代化技术的支撑,这六大现代化技术分别为:人工智能技术、网络运算技术、物联网与互联网、人机交互技术、区块链技术以及电子游戏技术。

总的来说,现实生活中的人类可以借助一个“虚拟人”身份存在于元宇宙之中,这也是元宇宙融合虚拟与现实却又独立于现实世界的一个重要表现。

(二)元宇宙的发展特点

1. 时空拓展性

在元宇宙这个虚拟平台中并没有时间或空间的具体概念,它们都是由一些数据代码组成的,这种对时间和空间的新型表达方法不仅突破了现实生活中时间的线性特征和空间的有限性特征,还能对“未来”“现在”和“过去”进行重新定义,使在元宇宙

中的人们模糊掉远处与近处的概念,使整个平台呈现出时间与空间无限延展的特点,这种特点也被称为时空拓展性。现实世界的人们要想在元宇宙内生存,就必须使用虚拟人的身份,这样他们就能摆脱物理世界对其自身的束缚,在时空轮换与穿梭中体验不一样的生活。

2. 开放参与性

元宇宙在产生时期伴随着一个具有强大操作性和可拓展空间的网络协议,该协议同样也是由一系列源代码和数据参数构成的,现实生活中的人们可以操纵自己在元宇宙中的虚拟人对其自身进行创造,从而在元宇宙内打造一个具有高度自由与开放的全新生态圈。在这种开放参与性的推动下,现实世界中的任何人都可能成为该开放生态的创造者和参与者,并再次利用元宇宙实现每个生态模块之间的互通与共享。

3. 虚实相融性

元宇宙的虚实相融性主要包括四个阶段,它们分别是:数字孪生阶段、虚拟原生阶段、虚实共生阶段以及虚实联动阶段。随着时代的进步和先进技术水平的提高,虚拟现实技术与人机交互技术已经能够将元宇宙的空间进行再度扩展,从而使现实生活镜像到元宇宙当中,不断促进现实世界与虚拟世界的有效融合,使二者能够尽快以“共生交互”的状态呈现在人类面前。不仅如此,在元宇宙的强大作用下,人们的视觉与听觉、味觉与嗅觉等能够实现高强度融会贯通,这不仅为人类认识世界带来了一个全新视角,还能在一定程度上实现经济文化系统的互联互通,给用户带来沉浸式的体验。



4. 经济增值性

在区块链技术与虚拟现实技术的支撑下,目前元宇宙的建立和运行均建立在一个能够保持长期运行的独立经济系统之上,而现实生活中的人类在元宇宙内扮演的虚拟角色恰好能利用该经济系统实现自身的增值价值,这也就是元宇宙特有的经济增值性,该特点在元宇宙运行中主要体现在两个方面。一方面,元宇宙中的虚拟人能使用相关现代化技术实现对该经济系统的封闭循环,从而在这个虚拟空间中获取相应的虚拟经济收益;另一方面,由于元宇宙能够实现虚拟世界与现实世界的互通与连接,因此人们也能实现其经济收益在元宇宙和现实世界的流量变现,使虚拟收益变为现实资产,这种运行和互通模式也正是元宇宙继续运行的动力来源。

传媒行业在元宇宙背景下所面临的挑战

传媒行业在元宇宙发展下所面临的挑战有以下三方面:一是互联网时代,传统媒体的地位和作用受到巨大冲击;二是随着大数据与元宇宙时代到来,媒体与社会生活之间的关系变得更加紧密;三是随着新技术应用于传媒业,传统媒介正在逐渐被取代。从这三个层面来看,我国传媒行业将迎来变革时期,而作为其重要组成部分之一的电视产业也不例外。目前,国内电视台大多处于“内容为王”阶段,电视节目同质化现象严重,观众审美疲劳、收视率下降等问题已经成为困扰电视从业者的难题。[1](李娟.元宇宙背景下AR与VR技术在新媒体的应用及影响探析[J].中国传媒科技,2022(12):157-160.)

不仅如此,元宇宙背景下传媒行业缺少对传媒内容进行详细检查与校对的审核人员,这种人才缺失导致了内容质量无法得到保障,从而造成受众对节目产生不满情绪,不仅会进一步导致用户和高质量人才的流失,还挤压了传媒行业的发展空间。因此,如何提高新闻信息的传播效果以及提升受众满意度就成了传媒从业人员必须要面对的问题。

元宇宙为传媒业带来的发展机遇分析

(一)沉浸式传媒产业的出现与推广

元宇宙的出现和在现实生活中的推广能改变传统意义上“用户生产内容”的生产运作模式,使用户以更加积极的面貌投入到对元宇宙内容的共创与共享中来。若长期保持这种共创状态,则必定会在我国社会中兴起一种具有多元主体性的内容共创生态,从而激发传媒业的生产力。在新时期下,我国主要的内容生产模式已经拓展到用户生产、专业生产与机器生产三项合一上来,这种变动既保留了每个主体的独立性和个性化内容创作特征,又为三者之间的竞争和融合提供了一个平台。但与新媒体时代有所不同,在元宇宙时代下,内容创作的主体除了常规的传媒记者、新闻工作者以外,还囊括了虚拟人和机器等。这种创作主体范围的拓展势必会推进我国传媒行业发展网络的重新构建,利用多样化的新闻内容推动整个传媒业的发展,从而不断提高传媒业的生产与运转效率,打造一种新型的传媒生态。

相关从业者目前应着重考虑的问题是如何充分利用元宇宙这种能将现实世界与虚拟世界相联系的平台增强其创作信息与内容的趣味性与独特性,而这一发展重点正好利用了人类自身所具备的丰富情感。也就是说,如果传媒从业者能够利用虚拟场景与现实场景的自由切换来提高现实世界信息的吸引力,就一定会吸引更多用户的追随。[2](特木热.NFT元宇宙数字资产应用对传媒及相关行业影响探究[J].租售情报,2022(08):56-58.)比如在新闻传媒行业,相关工作人员就可利用虚拟现实技术等搭建VR直播矩阵,并在各大视频平台进行全方位实时转播,尽可能为用户营造一个良好的氛围,在满足用户多样化视听需求的同时拉近与用户之间的距离,带给用户身临其境之感。不仅如此,相关从业者还可以利用5G通信技术对用户获取新闻信息的渠道进行有效拓展,为用户呈现出一个能够实现沉浸式体验的平台,推动沉浸式传媒业的进一步发展。

(二)智能传媒产业的升级与优化创新

智能传媒指的是通过大数据技术和推荐算法,传媒从业者能够充分感知和了解用户的个性特征和喜爱偏好,从而为传媒机构的生产经营和信息推送提供显示数据支撑。具体来说,这种运作模式能够对人们在互联网上留下的搜索记录等痕迹进行收集和分析,并从中了解各个地区或不同年龄段人群的偏好兴趣,这也是传媒产业智能化发展的重要体现。就目前情况来看,近年来人工智能技术和AI机器人等已经开始在传媒行业中出现。对于广告传媒来说,人工智能技术与AI技术能在充分采集目标商品信息和客户需求的基础上自动生成相应的广告语,并以此来构建虚拟世界与现实世界相交融的场景,尽可能将图文融合的重要价值充分发挥出来,从而增强用户的体验感,激发用户对目标产品的消费渴望,为传媒行业获取相应的经济效益。

[3](夏德元,严锋,邓建国.虚拟性与实在性相互建构的历史、现状和未来——关于文学、艺术、传媒与元宇宙的对话[J].文化艺术研究,2022,15(02):18-33+112.)

不仅如此,短视频的兴起在社会上带动了直播带货与购物的热潮,因此各大传媒机构和其他相关企业要想尽可能扩大自己的目标客户,赢得更多潜在消费者就必须充分利用人工智能主播技术为用户打造“眼前一亮”的一站式购物场景,而元宇宙恰好为传媒行业的智能化发展提供了方便。具体来说,现有的人工智能主播还仅存在于二维空间中,比如各类智能设备的屏幕中,这种具有单向性的视听范式虽能有效满足人类用户的需求,但却会在一定程度上削减人工智能主播与人类用户进行多模态感官交互的效果。而在元宇宙与全息投影技术的支撑下,人工智能主播能够以全息全能的方式展现在用户面前,在进一步打通媒体传播市场的基础上,实现对相关技术的有效赋能,从真正意义上实现虚拟与现实的有效融合。除此之外,人工智能主播在元宇宙的未来发展中还可能会以“超媒介”的形式出现。“超媒介”指的是人工智能主播能够在各种场景和环境中使用,从某种角度来说能够摆脱空间的限制,在互联网、物联网与虚拟现实技术的多重作用下,实现数据信息、人类用户与机器之间的有效连接。由此看来,随着科学技术的不断完善与创新,人工智能主播将更具人性化色彩,它能成为具有先进思维用户的得力助手与传播者,以更加平稳和主动的姿态融入到不同平台与设备中去,从而实现相关数据信息的双向流动,从真正意义上实现人工智能与人类用户的深度互联。

(三)脑机融合传媒产业的兴起

相比传统报纸、期刊杂志等传媒方式来说,科学技术的发展和社会运转速度的加快使得人们更愿意接受内容简洁且流程较短的碎片化信息,传统媒体正在逐渐被新媒体和短视频传媒所取代,“一屏在手知天下”已成为我国新媒体传播的最显著特征。而人们在元宇宙时代的熏陶下能够尽快实现角色转变重构与人机协同,这也是脑机融合传媒产业的主要体现。

一方面,人机协同需要借助动态化交互技术的力量。该技术实现了虚拟与物理现实的双重多模态交互。具体来说,目前人类可分为实体形态与虚拟形态两种,而就目前情况来看,虚拟形态的人工智能机器人在动态化交互技术的作用下,已经能对相应人物进行扫描与虚拟生成,从而为用户展现出较为逼真的虚拟真人形象或具有鲜明个人色彩的卡通动漫形象;而对于实体形态的机器人来说,其内部配备的高清人像扫描设备能对相应人物的运动或表情变化进行追踪,并通过追踪结果自动化生成与之相对应的微表情、肢体动作及语言,从而实现对人类动作或语言的识别与准确回应。尽管在动态化交互技术的辅助下,传媒产业能够将真人转变为各种虚拟模型,但技术人员还应在使用该技术的同时注重用户观感体验,避免恐怖谷效应的出现。恐怖谷效应指的是当一件物品与人形达到高度相似但却不尽相同时,人们不但不会对该物品产生兴趣,反而会产生猎奇或害怕心理,因此技术人员还应加强对这一方面的研究,尽可能使存在于元宇宙内的人物摆脱目前这种介于真人与虚拟之间的局

面,并对其外观可能造成的传播影响进行分析和研究,从而找寻传媒行业在元宇宙下的发展出路。[4](陈巍.元宇宙技术在新闻传媒业变革中的应用及展望[J].视听,2022(03):179-181.)

另一方面,人工智能技术能够在一定程度上重构传媒产业中的各种关系,包括媒介中的社会关系或数字化时代中的人际交往关系。具体来说,在互联网与大数据技术的推动下,人类用户与人工智能、AI机器人之间的关系更具数字化与虚拟化特征,而当这种数字化发展到一定程度时,人工智能与AI机器人就会脱离人工的控制与束缚,依赖各类算法对相应的新闻报道进行审核和明确。这种方式具有更高的准确性与公平性,削弱了新闻媒体报道中的主观性,尽可能减少或降低人类主观意识与情感的影响,使得人类用户与元宇宙虚拟人的关系得到转变与重新构建。

传媒业在元宇宙背景下的发展策略

(一)遵循以用户为本的原则

传媒产业在元宇宙时代下的发展必须时刻遵循“用户为主,内容为王”的原则。具体来说,它需要做到以下三点:第一,在产品层面上,传媒机构和相关从业者不仅要有强大的媒体平台作为支撑,更重要的是能够让受众在享受信息时获得更好的体验;第二,在技术层面上,传媒人员可以通过移动互联、大数据和云计算等技术实现对海量数据进行深度挖掘与分析,并将这些数据应用于产品生产中去;第三,在营销层面上,各大传媒机构必须从用户角度出发,通过各种方式吸引用户参与到产品中来,从而达到最终的传播效果。而这一切都离不开用户思维的运用。[5](史安斌,杨晨曦.从NFT到元宇宙:前沿科技重塑新闻传媒业的路径与愿景[J].青年记者,2021(21):84-87.)

(二)对原有传媒产业的管理机制进行调整和革新

在元宇宙时代下对传媒产业原有管理机制进行调整与创新首先要做到两个方面,一方面是改变管理理念和管理模式;另一方面则是加强企业自身的文化建设。在这两方面中都有很多值得借鉴之处,一是重视员工的激励作用;二是注重组织文化的塑造;三是建立合理的薪酬制度。

(三)培养高质量传媒人才

高质量传媒人才的培养是一个长期过程,需要从宏观上规划和设计,并结合行业特点制定出一套科学合理的人才培养方案,同时还要将人才引进工作与人才培养相结合,以确保传媒事业的可持续发展。不仅如此,要想在元宇宙虚拟现实时代下尽可能提高传媒内容的质量,相关工作人员就必须以用户思维来指导自己的工作,并且要结合当前主流的技术以及市场情况制定出切实可行的策略来促进其快速健康发展。

结语:综上所述,元宇宙的出现和在现实生活中的推广应用会对我国传媒行业的发展产生一定的影响。要想尽快走出传媒行业的发展困境,传媒从业者就必须及时转变自己的传统工作思维与方式,在全方位视角与元宇宙背景下重新审视传媒行业的个性化特征,并以积极向上的心态从容应对元宇宙为该行业带来的机遇与挑战,从而推动传媒行业的发展与创新升级。