

浅析元宇宙时代省级广电媒体如何入局

王汐

河南大象融媒体集团有限公司

[摘要]元宇宙是在新的社会发展形势和高新技术进步的背景下产生的概念，是借助智能技术实现的虚拟平行世界。元宇宙是依托金融、计算、通信等多个领域搭建而成的，是深化人们对世界认知的新工具。省级广电媒体是主流传播媒体，是加快数字产业化、实现舆论引导、帮助人们认识世界的重要渠道。随着元宇宙时代的到来，省级广电媒体面临着新的发展机遇和挑战，在这样的环境中及时抓住机遇入局才能适应飞速发展的社会需求，促进媒体融合，强化媒体传播能力。本文从元宇宙的基本内涵、整体架构和核心技术三个方面介绍了元宇宙的概念，分析了省级广电媒体在元宇宙时代将会面临的挑战和机遇，并探索了元宇宙时代省级广电媒体入局的策略。

[关键词]元宇宙；省级广电媒体；入局

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.12.880

前言

省级广电媒体是传统的主流媒体，近年来随着信息技术和互联网的广泛应用，新媒体成为人们生活中接触的主要媒体形式，省级广电媒体的地位和作用逐渐弱化。元宇宙是近几年随着高新技术快速发展出现的新概念，也是将来社会发展的新趋势，是帮助人们加深世界认知的新工具。省级广电媒体等主流媒体需要抓住元宇宙带来的新的挑战和机遇，及时转变发展理念，加强内容质量和互联网运营思维，深化全媒体融合，在元宇宙时代到来的关键时期抓紧时机尽快入局，才能实现高质量发展。

一、元宇宙的概念

（一）元宇宙的基本内涵

元宇宙是借助智能技术形成的虚拟平行世界，英文名称Metaverse由Meta（超越）和Verse（宇宙）构成，英文含义是超越宇宙，也就代表了元宇宙能够突破我们对当前生活的世界的认识，通过虚拟空间拓展认知和实践操作。但是由于虚拟空间不能被完全定义因此目前的元宇宙也没有完整定义，当前的社会研究中通常认为元宇宙具备的主要特性是身份、社交、沉浸感、低延迟、多元化、随时随地、经济系统和文明。元宇宙是依托于经济、金融、硬件、软件、通信、计算机等多种领域构成的体系。在元宇宙这个不同于现实世界的虚拟平行世界中，人们可以创建不同的虚拟身份，在虚拟世界中使用虚拟身份进行社交，能够让人感受到元宇宙世界的沉浸感，以先进的智能技术形成的元宇宙可以为人们提供低延迟的网络信息服务，让人们突破时间空间的限制随时随地接触更加广阔的世界，在元宇宙中还可以形成独特的虚拟经济系统和文明，为人们拓展认知和视野提供最大的空间。

（二）元宇宙的整体架构

元宇宙的整体架构主要由支撑技术、交互机制和虚拟架构三个部分组成，三大核心架构能够支撑起元宇宙用户对虚拟空间和现实世界的体验。虚拟架构是现实事物在虚拟平行空间中的投射、利用智能技术搭建的虚拟空间场景等基本设置；交互机制依靠交互设备和交互系统实现，是人们在虚拟空间中进行

社交、感知等行动的集中体现；元宇宙的支撑技术主要是电子通信、人工智能技术、拓展现实和区块链等，这些先进的高新技术能够为元宇宙的形成和运行提供支持。

（三）元宇宙的核心技术

元宇宙的主要核心技术是人工智能、扩展现实和区块链，这些核心技术的交织促成了元宇宙的诞生。人工智能技术也就是AI技术，能够促使内容的规模化形成，在元宇宙时代，随着人工智能技术的快速发展，媒体内容生产不断降低门槛，促使社会各界资源的融入，使媒体信息传播的范围更加广泛，在人工智能技术发展的环境中，每个人都可以生产属于自己的媒体内容，从而深化媒体内容传播的影响；扩展现实技术一般指VR、AR、MR等新型的虚拟交互技术，能够加强元宇宙中的交互感和用户的沉浸感，深入体验更加丰富的场景，最大程度上拓展人们对世界的认知和感受；区块链则可以将丰富多样的元宇宙运行信息记录下来，为人们解决虚拟空间中遇到的问题提供依据。

二、元宇宙时代省级广电媒体面临的挑战和机遇

（一）元宇宙时代省级广电媒体面临的挑战

省级广电媒体是传统主流媒体，近年来随着信息技术背景下的新媒体崛起不断受到冲击。而在元宇宙时代即将到来的阶段，省级广电媒体需要面对的是比新媒体时代更大的挑战。省级广电媒体既要在元宇宙时代中适应社会发展和社会需求，及时转变发展理念，加强内容质量，也要充分承担起舆论导向的责任。

1. 发展思维模式僵化

全媒体融合是适应元宇宙时代对媒体要求的发展趋势，省级广电媒体需要从根本思维模式上实现转变，不仅要传统媒体形式与新媒体相结合，更要创造属于自己的新型发展思维，深度加强全媒体融合。

2. 媒体创收能力有限

在新媒体发展的背景下，省级广电媒体的创收能力也受到一定的冲击。近几年传统媒体的盈利逐年下滑，盈利降低更加不利于创新发展。部分省级广电媒体开始意识到应用新媒体

的重要性，但是当前的重点仍然是提升新媒体的影响力和覆盖范围，对于新媒体的创收能力没有采取有效的推动措施。为了得到更好的支持，省级广电媒体需要在元宇宙时代加强创收能力，深度思考提升自身价值的途径。

3. 人才转型难度较高

省级广电媒体想要在元宇宙时代入局首先要解决的就是人才引入和转型的问题，适应元宇宙发展概念和形式的高新技术人才是推动省级广电媒体创新发展的关键。传统的媒体从业人员通常具备的是传统媒体从业需要的能力，随着高新技术在媒体行业中的发展，从业人员需要综合掌握更加先进的技术能力，才能适应元宇宙时代对媒体内容和媒体传播速度的高要求。

4. 内容资源质量落后

在新媒体冲击的发展环境中，省级广电媒体的内容质量突围的关键。新媒体内容传播的优势是渠道广泛和个性化，用户可以在不同的渠道接收到自己感兴趣的信息。元宇宙时代，用户的个性化将更加突出，在这样的环境下，省级广电媒体需要充分了解用户需求，加强自身内容建设，吸引媒体用户的兴趣。

5. 无法适应互动需求

省级广电媒体等传统媒体是向用户直接输出内容的媒体，而随着新媒体的发展和元宇宙概念的形成，互动交流逐渐成为人们广泛需要的媒体发展新形势。用户对互动功能的需要成为传统省级广电媒体在内容制作和全媒体融合过程中面临的重要挑战。

6. 媒体内容成本增加

传统的省级广电媒体内容制作通常需要大量的人力物力来实现，而新媒体往往只需要有限的人力甚至独立制作吸引大众目光的内容，在元宇宙时代传统媒体如何节省资源是重要的挑战之一。

（二）元宇宙时代省级广电媒体面对的机遇

1. 形成新型传播模式

元宇宙是结合5G、大数据、物联网等先进信息技术形成的虚拟世界，人们能够在元宇宙中利用交互机制和人工智能技术实现自由穿梭，从而获得更加沉浸式的体验。在元宇宙时代，媒体能够依靠技术实现跨维度的传播以及用户的互动，最终能够实现新型的传播模式，推动现实世界与元宇宙的联动。

2. 推动媒体深度融合

传统的省级广电媒体转型过程中，受到固有的发展思维影响一直没有获得更好的创新效果，并且相对于发展速度更快更自由的新媒体，传统媒体的发展受到制约。而在元宇宙时代，跨维度的媒体传播模式能够突破新媒体的制约，引导省级广电媒体适应不断发展的社会形势，在数字经济升级和人类社会生态优化的背景下推动深度的全媒体融合。

3. 拓展媒体传播方式

无论是省级广电媒体还是新媒体形式，内容传播方式通常都是语音、图文、视频、多媒体的形式，信息传播的形式随着信息技术发展而不断革新。随着元宇宙时代的到来，人工智能技术和交互机制能够进一步拓展媒体传播方式，媒体内容传播方式可以借助VR、AR、XR等多种技术拓展视觉、触觉、味觉等多个维度，加强用户的沉浸感和体验感。

4. 坚持主流价值导向

随着AI算法和大数据在生活中的广泛应用，人们对这些技术的推荐功能的依赖程度越来越深。在这样的发展形势下，媒体内容不规范、不良信息传播、群体认知畸形等社会问题也不断出现。元宇宙时代，省级广电媒体作为主流宣传渠道，仍然可以充分发挥主流价值导向的作用，积极传播正能量。

三、元宇宙时代省级广电媒体入局的策略

（一）加强数字化媒体融合

在信息技术发展和社会经济发展的共同推动下，数字化服务是省级广电媒体转型发展的重要突破口。元宇宙中的人工智能技术和交互技术共同制造丰富多样的虚拟场景，为数字化服务奠定了良好的基础，为广电媒体的发展提供了优势。

元宇宙中虚拟空间的建设是结合传统媒体或新媒体中展现给人们的多种场景而搭建成的，随着互联网、分析技术、拓展现实等技术的快速发展和应用，元宇宙中的虚拟世界能够获得更大程度的拓展，将人们对平行世界的想象和设计充分展示出来。而省级广电媒体能够借助数字化服务展现更加丰富、充实的现实世界，为元宇宙虚拟空间的建设打下基础。

首先，越来越多的虚拟主播被创造出来，用于播报新闻、采访、与观众互动等。2021年11月，央视新闻重磅推出了AI手语主播，“她”可以和人们正常交谈，沟通无障碍并做出正确反馈。还有湖南卫视的主持人小漾、济南电视台主持人小沫儿、北京卫视时间小妮、新华社小净、人民日报的果果……未来随着网络通信速度和计算机算力的进一步提升，虚拟主播在新闻业将有更多的用武之地。其次，省级广电媒体可以创作沉浸式新闻，借助虚拟现实设备给观众带来真实体验。重大突发事件、公共安全危机、自然生态，以及军事、体育、重大会议等现场感较强的题材，比较适合创作沉浸式新闻。借助虚拟现实技术，使受众可以瞬间“抵达”新闻现场，用第一视角体验新闻，并进行360°全景审视，减少报道过程中不可避免的“信息衰减”，进而放大新闻事件对用户的影响力。

（二）加强媒体内容质量

元宇宙背景下，内容生产传播内涵不断发展拓新，生产传播质量和效率显著提升，正在迈向内容生产传播3.0时代。省级广电媒体需要抓紧内容这个主要因素，在提升内容质量的前提下建设全媒体融合，了解受众群体的特点以及需求，根据大数据和云计算的结果进行内容的优化和整合，深度融合传统媒

体形式和新媒体,实现全方位的创新。

(三) 改进人才引入模式

元宇宙时代的到来对媒体行业的人才提出了更高的要求。省级广电媒体要对相关从业人员展开全面的培训,在加强基本媒体人能力例如拍摄、剪辑、采访等的同时,培养运用智能技术、交互技术等新科技的能力,推动人才的发展和转型。此外,省级广电媒体还要积极引入新鲜血液,在信息技术发展的时代中成长起来的年轻人能为传统媒体的发展提供活力,推动传统媒体不断适应社会经济和科学的发展。省级广电媒体想要在元宇宙时代入局需要依靠众多人才支持,因此媒体需要改进人才引入模式,积极采用新人、培训“老人”,保障自身的发展。

(四) 引导主流价值导向

近些年来,智能算法和新媒体应用逐渐崛起,几乎取代传统媒体成为社会生活中的主要媒介。但是信息传播速度随着互联网的发展不断加快,这样的形势也造成了虚假信息广泛传播、不良信息泛滥等负面情况。传统的省级广电媒体需要力挽狂澜,继续发挥自身的主流价值引导作用,利用元宇宙的主要核心技术创新媒体内容,打造精品内容,再利用新技术进行广泛传播,以此来实现舆论引导的作用。

省级广电媒体需要结合当前社会发展的需求和变化,不受电视、广播、报纸等传统媒体的限制,利用丰富多样的新媒体传播形式打造精品内容,也可以将元宇宙中的核心技术联系起来,加强与受众的交流互动,强化用户的沉浸感和体验感,在优质内容的基础上满足用户的需要,最终以用户的兴趣为导向实现主流价值导向的作用。

(五) 结合数据加强体验

元宇宙的发展依靠智能技术,同时也推动了技术发展。省级广电媒体在发展过程中可以结合大数据、云计算、智能算法等技术收集、整理并分析数据,从中了解用户的需求和感受,从而制定新的发展战略,加强所有用户体验。

省级广电媒体可以结合对用户数据的分析创新节目形式和内容,针对性地创新数字化服务。另外还可以结合用户数据体现的用户偏好,联合相关广告商进行广告投放,从而实现创收能力的提升。最后,省级广电媒体还可以利用交互技术构建交流平台,例如在直播时开放微信、微博、短信等互动渠道,及时了解用户的意见和感受,构建完善的网络沟通体验平台。

(六) 全面完善媒体平台

在元宇宙时代,省级广电媒体需要积极推动全媒体的融合,搭建全面的媒体平台。第一,加强全媒体的联动合作,通过资源共享、统一调度的形式实现全媒体平台的联动,推动全媒体的资源整合;第二,全面运用高新技术,建设完整的媒体平台,打造高效的数字化服务;第三,在全媒体范围内打造精品内容,结合省级广电媒体的主流价值导向作用制作积极向上

的内容,利用新媒体和新技术进行内容传播,以碎片化、沉浸式、体验式的内容吸引用户的兴趣,实现媒体传播的功能;第四,培养全媒体人才,推动人才成长发展的转型,适应新时代的媒体形势发展,促进省级广电媒体的发展;第五,在元宇宙时代发展趋势下推行相关政策,保障全媒体的融合发展,以合理的奖惩机制和发展机制推动省级广电媒体的发展。

(七) 推动相关产业发展

在元宇宙时代,传统媒体面对更加丰富多样的发展方式,在这样的发展形势下,省级广电媒体可以积极推动相关产业发展,实现自身创收能力和影响力的提升。首先,省级广电媒体可以利用大数据和智能算法了解用户偏好和需求,以此来进行广告招商,实现媒体和企业的共同发展;其次,省级广电媒体可以突破传统媒体传播形式的限制,利用网络平台,将主流媒体内容与新媒体形式相结合,为传统媒体内容进行引流宣传,加强媒体影响力,推动流量变现;最后还需要充分挖掘产业发展潜力,结合优质项目创新优质内容,为元宇宙时代中省级广电媒体的发展奠定基础。

其中,数字藏品凭借支撑技术相对简单,市场需求凸显等优势,率先落地内容生产传播元宇宙,释放出大量商业价值,正逐渐成为我国媒体深度融合转型发展过程中的新业务增长点。2021年以来随着元宇宙概念的大火,国内媒体纷纷试水数字藏品。新华社、人民网、川观新闻、上海证券报等先后发行了多款数字藏品,普遍一上线便被迅速抢空,用户反响热烈,其中更不乏获得近百万营收的爆款。

结束语

随着社会经济发展和信息技术的广泛应用,元宇宙成为将来人们生活生产中的重要概念,能够推动多渠道多角度的技术融合,加深人们对世界的认知。在元宇宙概念形成和发展的时代中,以省级广电媒体为代表的传统媒体需要及时转变发展理念,抓住转型的关键时机,争取走在时代发展的前端,及时入局顺应元宇宙的发展趋势,实现自身的创新发展。

参考文献:

- [1]张磊,张英培.深度融合趋势下省级广播电视媒体的新业态研究[J].教育传媒研究,2019(04):64-67.
- [2]高会萍.广电媒体信息技术变革与管理变革关系研究[J].传媒论坛,2021,4(22):68-70.
- [3]王玲,张之其.省级广电媒体融合传播方式创新研究[J].南昌工程学院学报,2021,40(05):59-63.
- [4]蔡健.省级广电媒体融合传播矩阵建设初探——以广西广播电视台为例[J].新闻战线,2021(18):111-114.
- [5]罗维睿,沈斌.省级广电媒体融合发展的破局之路:区域性定位与全域性定位的两难抉择[J].西部广播电视,2021,42(21):37-39.