

元宇宙赋能体育传媒行业新形态与新发展

沈颜秀洁

北京联合大学应用文理学院, 北京

收稿日期: 2024年3月14日; 录用日期: 2024年5月7日; 发布日期: 2024年5月20日

摘要

元宇宙被视为下一代互联网形态, 作为一种融合多种新技术而呈现出的虚实交织的互联网应用, 其强调强社交性、深沉浸感, 这与体育活动的群体性以及体育场景追求的沉浸式体验十分契合, 从这点看, 体育传媒行业与元宇宙的结合将蕴含巨大的潜能。在元宇宙技术的加持下, 体育传媒行业出现新形态, 从讲求深度沉浸的观赛体验到强化媒体用户的社交联动, 互联网技术的创新与体育行业的革新推动体育传媒行业在新闻报道、人才培养以及场景应用上的优化升级, 这些都将为体育传媒行业注入新动能, 带来新发展。可以说, 元宇宙与体育行业相结合的新趋势、新潮流将深度影响体育传媒行业未来的变化与发展。

关键词

元宇宙, 体育, 传媒行业

Metaverse Empowers the New form and New Development of Sports Media Industry

Yanxiujie Shen

College of Applied Arts and Science, Beijing Union University, Beijing

Received: Mar. 14th, 2024; accepted: May 7th, 2024; published: May 20th, 2024

Abstract

Metaverse is regarded as the next generation of Internet. As a kind of Internet application with virtual and real intermingled by the integration of various new technologies. It emphasizes strong sociability and deep immersion, which is very much in line with the groupment of sports activities and the immersive experience pursued by sports scenes. From this point of view, the combination of sports media industry and metaverse will contain huge potential. With the support of meta-verse technology, the sports media industry will emerge a new form. From the deeply immersed

spectator experience to the enhanced social interaction of media users, the innovation of Internet technology and the innovation of the sports industry have promoted the optimization and upgrading of the sports media industry in news reporting, talent cultivation and scene application. All these will inject new momentum and bring new development to the sports media industry. It can be said that the new trend of the combination of the metaverse and the sports industry will deeply affect the future changes and development of the sports media industry.

Keywords

Metaverse, Sports, Media Industry

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

当前新一轮的科技革命与产业变革正在向纵深演进，科技成为世界竞争格局的关键变量，百年未有之大变局与世纪疫情交织，机遇与挑战并存，创新在此期间孕育，虚拟技术下的体育传媒迎来新发展。2021年是元宇宙元年，元宇宙由一系列的增强现实(AR)、虚拟现实(VR)和互联网所组成，构建一个与现实世界平行且始终存在的人造虚拟世界，电影《头号玩家》就描绘了元宇宙的样子，哈利迪和莫罗创建的社交游戏公司向人们展现了待在原地不动就能周游世界，哈利迪将未来打造出来，命名为绿洲，其实绿洲就是借助设备所达到的虚拟世界。整合各种新技术的元宇宙，被视为下一代互联网新类型、新形态，背靠数字经济时代，加之疫情下空间距离受限等因素，体育传媒产业的数字化发展愈发迅猛，2021年国家体育总局发布的《“十四五”体育发展规划》中明确加快数字化，建设数字体育的创新思路，通过数字化技术，带动体育行业结构优化、升级转型，实现高质量发展体育事业和体育产业的目标[1]。这也从政策上为元宇宙进入体育传媒产业指明方向、提供支撑。如今元宇宙在体育传媒产业中的应用触角在积极探索中不断深入延展，电子竞技、智慧健身、模拟运动等新兴业态让体育在时空条件、运动方式、效果体验上得到极大的丰富，突破以往传统体育存在的局限，大大提升大众参与体育运动的普及度与便利性。

2. 元宇宙技术打造体育传媒产业新形态

元宇宙的两大核心要素，即虚拟与社交。在5G技术的支持下，AR/VR、云计算、AI等新兴互联网技术飞速发展并日趋成熟，再加上疫情因素，元宇宙与体育产业的结合在全面推进，用户的观赛体验、交互方式、个性化体验都得到不同程度的优化升级。

2.1. 技术升级实现体育赛事深度沉浸体验

随着5G技术的落地，其高清、实时、多路信号直播将重塑“在场”，多个摄像头采集到的画面将实现同时高速传输，不在场的人将获得与在场的人几乎同样的感受，“遥在”将成为在场的另外一种方式。随着技术的演进，背靠5G的元宇宙将进一步承载VR、AR、MR等虚拟现实技术，对与现实世界平行的虚拟世界进行全景全息呈现，加上可穿戴设备的研制发布，两者叠加下是现实与虚拟的交织，实现并优化人机交互给体育用户在观看体育赛事时所带来的沉浸感，比如用户可以穿戴上VR、AR设备，身临其境地置身于体育赛事现场，获得全方位沉浸式的观看体验，正如麦克卢汉所说的“媒介是人体的

延伸” [2]，而在元宇宙时代，虚拟技术将赋予延伸全新的意义。

2022年北京冬奥会如约而至，作为2022北京冬奥会官方持权转播商，移动咪咕将人工智能、5G、全息虚拟影像、8K等新兴高科技完美融入这场冰雪盛会，助力“科技冬奥”走近大众，面对精彩纷呈的赛事，用户沉浸式观赛的体验感直接拉满。为了达到理想的沉浸效果，咪咕公司将其关键技术研发项目“5G云XR”的成果——6DoF场景下多屏同看技术应用于冬奥会的赛事直播，Inside-out定位技术与Nreal AR眼镜结合，为用户提供六自由度的赛事体验场景，同时通过5G+XR技术打造虚实交互的多赛同看三维直播空间。可以说咪咕以特色赛事内容为立足点，借助新兴互联网技术，贴合体育用户体验需求，打造沉浸式观赛体验，构建体育赛事新场景。除了冬奥会，2022年国际足联世界杯在卡塔尔开赛，咪咕借助世界杯再次向元宇宙发力，与网达软件基于最新VR技术，研发VR运营平台、VR能力平台、VR客户端，通过5G+4K/8K、5G+VR/AR等新兴互联网技术，让受众完全身临其境地直击64场精彩赛事直播。与此同时，网达软件还搭建了MR多屏观赛空间，球迷可以通过Nreal分体式眼镜体验超高清球赛直播，语言弹幕实现实时互动，不仅如此，球迷还可以根据自己的偏好设置观看球赛的场景，自家客厅、热闹酒吧甚至是球赛现场都可供选择，不论处于哪种场景都能与朋友一块看球聊天，营造轻松愉悦的看球空间。

2.2. 交互属性强化体育媒体用户社交联动

体育活动具有竞争性、速度性，还有一个鲜明特点，即群体性，这点与元宇宙所强调的强社交性、分享性等特点十分契合。萨马兰奇曾说过，人类有五种通用语言：金钱、战争、艺术、性和体育，而体育能把前四者融合在一起。体育作为人类第五种语言，能跨越语言、地域、种族的障碍，热血、励志、健康向上化作桥梁连通各形各色的人，这是体育的独特魅力，有效连接人的情感、关系、信息，从这点出发，元宇宙进入体育行业则会更加关注社交性、交互性，以技术为支撑不断强化体育媒体的社交属性。

视频聊天服务Houseparty联合创始人希玛·西斯塔尼曾提到：“如果说上一代社交是关于分享的，那么下一代社交将是关于参与的。”从传统媒体到社交媒体再到元宇宙所强调的强社交性，社交已经不局限于受众之间的点赞、评论、转发以及信息交流共享，元宇宙中的社交将人的触觉、声音等感官体验纳入重点观察对象中。在元宇宙中，用户可以通过交互设备和交互界面，打破空间束缚，与远距离朋友进行一场线上足球比赛，并且与以往不同的是，元宇宙技术让设备连接用户的视觉、触觉、声音、姿势等感官，真实体验与虚拟空间立体化多维度的结合，打造与现实近乎相似的足球比赛。作为卡塔尔世界杯足球赛的持权转播商，中国移动打造首个世界杯“元宇宙”，为用户带来“5G+全体育”的全景沉浸式观赛体验。为此，中国移动还打造了首款以世界杯为主题的云原生社交互动观赛平台——星际广场，这里如同史蒂文·斯皮尔伯格在电影《头号玩家》中创造的虚拟世界般，用户可以通过专属的虚拟形象分身进入星际广场，开启自己的元宇宙世界杯之旅。在星际广场你可以与万人同屏观看世界杯赛事，与众人一同呐喊助威，一同感受热血足球文化，用户还可以在世界杯云上商城购买心仪的是世界杯周边产品。中国移动还上线5G云包厢，用户可以邀请自己的好友进入同一包厢，包厢中还提供5G云呐喊、5G云打call等互动功能，让用户体验新颖的云社交方式，通过云社交营造更加沉浸式、愉悦性的世界杯氛围。

3. 元宇宙技术推动体育传媒产业新发展

随着元宇宙在体育传媒产业的不断深入应用，这种新兴技术为体育传媒产业带来全新发展，新闻报道、人才输出以及应用场景面临的新诉求自然使其产生新变化，同时这些又在转变中进一步得到优化升级。

3.1. 虚实交互重构体育新闻报道的传播意义

麦克卢汉认为“媒介即讯息，真正有意义的讯息并不是各个时代的媒介所提示的内容，而是媒介本身。”大众传播时代，从报刊媒介到视听媒介，随着第三次科技革命的演进，信息技术实现重大突破，人类迎来网络媒介的发展和普及，打破传统媒体的传播方式，随着互联网不断深入发展，人类信息传播范式已经发生根本性改变，数字化智能化传播成为人类社会主导性的传播新范式。近年来“数据新闻”、“算法新闻”、“区块链新闻”、“机器人写作”等新兴媒体报道方式层出不穷，新媒体技术持续迅猛发展，为元宇宙媒介的出现打下坚实基础[3]。后疫情时代，新冠肺炎冲击人类社会方方面面，传媒行业也不例外，不论是广播电视媒体还是网络媒体都面临不同程度的生存困境，节目制作、资金投放都在不断调整以适应疫情大环境而避免更大的损失，在这个过程中被视为下一代互联网形态的元宇宙则得到更多的关注，传媒行业包括体育传媒行业开始部署元宇宙的应用，体育新闻从生产、分发再到消费都将借助这种虚实交织的互联网新技术重构体育新闻报道的传播意义。在过去体育新闻受众面对屏幕接收体育资讯，通过视觉和听觉“间接体验”体育现场，“片面感知”体育事件，但技术的革新推动人们对自我存在感的追求，人们不在满足于作为体育新闻事件的间接接受者，开始强调“在场感”，元宇宙就是融合 VR、AR、MR 等新技术呈现出虚拟与现实相融合的虚拟空间，根植于现实，同时又与现实相互平行、相互影响，通过技术从视觉、听觉、触觉等感官多维度地使人与体育新闻现场产生连接，获得全方位的“在场感”，甚至佩戴 VR 设备“进入”体育新闻现场，获得与在场受众一样的感受，“遥在”将成为在场的另一种方式。在这种技术的加持下，新闻媒体会将新闻生产进一步全感官地由第三人称的“原画复现”向第一人称的“沉浸 + 参与”转变[4]。

2022 卡塔尔世界杯 11 月正式开幕，作为元宇宙 UFC 特派员的移动咪咕“数智天团”成员尤子希这次解锁自己的新身份——世界杯数智竞技达人，在世界杯演播室中为受众带来沉浸感的观赛新体验，尤子希充满趣味的播报背后是移动咪咕运用光学运动捕捉、3D/4D 重建等数智人技术，以此保障尤子希在卡塔尔世界杯期间为大众带来精彩纷呈的体育赛事报道，可以说体育数智人尤子希的出现，为体育赛事报道注入趣味与情感，拉近受众与世界杯的心理距离。在元宇宙技术的加持下，体育赛事报道从注重资讯传送到注重资讯与体验双重分享，更好地通过体育新闻报道弘扬体育精神，乃至讲好体育故事，在虚实交织的空间中重构体育新闻的传播意义。

3.2. 技术更迭培育体育传媒行业的新兴人才

相较于传统体育媒体产业人才的相对饱和，作为新兴互联网技术的元宇宙与体育传媒产业开启融合之路，元宇宙自身融合多种新媒体技术且随着互联网技术的不断更迭，对复合型体育传媒人才的诉求也在不断提高，同时元宇宙产业发展已经成为全球竞相布局的新风口，不仅仅是体育传媒产业，各行各业都在争先抢占发展先机、抢夺专业技术人才，因此元宇宙技术下的体育传媒产业则面临巨大的人才缺口。从广义上来看，与元宇宙产业相关的人才都可以看作是元宇宙人才，如果细分，元宇宙人才可分为技术型人才和内容型人才。从技术上看，元宇宙本身就是融合多种新媒体技术的互联网应用，那元宇宙技术下的体育传媒产业人才自然需要具备人工智能技术、交互技术、区块链技术、物联网技术、网络及运算技术，才能维护与更迭元宇宙的底层科技与核心技术，例如 VR、AR、区块链、人工智能等[5]。元宇宙在体育传媒行业的应用离不开坚实的技术支持，同时也离不开大量的内容创作和品牌运营，内容型人才的作用就在于此。2022 年 11 月中超联赛有限责任公司联合元宇宙及数字藏品平台 Geetaversa 在安卓、苹果端共同推出中超元宇宙概念版 APP，并首次发行中超数字球衣限定藏品，这就是元宇宙条件下的内容创作。玩家可以在中超元宇宙中构建自己的空间，可以根据自己的喜好购买中超限定数字球衣藏品以及布置自己的个人藏品室，赋予玩家在中超联赛中的个性化价值表达。对于中超来说，作为实体赛事进入

元宇宙数字空间后，品牌运营上更加富有科技感和灵活性，由此创造出新的内容价值与品牌价值。

从媒体融合所需的融媒体人才再到如今元宇宙站在全球技术发展风口所需的元宇宙人才，技术更迭的背后是人才的支撑，伴随着技术的不断升级，对人才的要求也在显著提高，元宇宙与体育传媒行业的结合，既为体育传媒人才提供新的发展机遇，同时又不断推动体育传媒人才技能的培育和提高，以适应元宇宙条件下的体育媒体工作，确保体育传媒行业稳定健康持续发展。

3.3. 资本变现催生体育传媒应用的多元场景

随着元宇宙在体育传媒行业的不断深入，体育传媒产业在元宇宙数字空间中的拓展成为新的价值增量，资本变现能力愈发迅猛，这为体育传媒资本的逐利布局提供新思路、新方向。元宇宙在体育传媒行业的应用已经不再局限于体育新闻报道，其触角在不断摸索中延伸至更广泛的领域，创造出更强的新技术变现能力[6]。

19年耐克与Roblox合作推出虚拟物品包，同年5月耐克又与堡垒之夜合作，通过让游戏角色穿上耐克经典的Air Jordan 1来推广耐克品牌。近年来耐克稳步持续地与元宇宙对接，展开合作，2021年耐克与天猫合作推出会员进阶计划，首次将3D虚拟人形象融入会员系统，会员可以根据自己的喜好和风格打造专属的虚拟人形象，如“运动家”、“弄潮儿”等。日前，耐克又再次宣布与元宇宙平台Roblox合作，推出虚拟世界Nikeland，在Nikeland中，进入其中的玩家可以为自己的虚拟形象穿上Air Max运动鞋等数字版本的耐克产品，还可以在其中进行真实的活动，吸引超过670万的全球游客[7]。

在体育媒体行业与元宇宙融合中，NFT因其低成本而成为体育俱乐部、赛事主办方、体育品牌等进入元宇宙后率先选择的合作切入口，发行NFT就是他们进入元宇宙虚拟数字空间最常见的手段。早在2020年，NBA与区块链技术公司Dapper Labs共同推出平台NBA Top Shot，用户可以在平台上自行购买、交易NFT星球卡或者是以明星球员招牌动作作为内容的NFT，该平台上线后的八个月内，用户数量达到百万，交易额超七亿美元[7]。除此之外，利物浦、AC米兰、巴塞罗那等欧洲足球俱乐部也都在通过不同方式加入NFT市场，如合作发行NFT、搭建NFT交易平台等。早期体育联赛、俱乐部。球员的收入来源主要依靠广告、赞助、售票等，而随着体育NFT的交易销售，为其带来全新的收入来源。根据德勤年初的报告研究显示，2022年体育媒体行业的NFT将产生超过20亿美元的交易，大概是2021年的两倍，截止到2022年底，全球预计将有400~500万体育爱好者购买或者获得体育NFT。

由此可见，元宇宙站在全球技术发展新风口时，体育传媒行业与其达成的合作让体育传媒资本获得丰厚的利益回报，促使越来越多的体育传媒行业大力寻求、拓展与元宇宙开展合作的多元场景，激发更强的新技术资本变现能力。

4. 小结

体育与元宇宙的碰撞迸发出新的生长活力，不论是对体育媒体来说，还是对元宇宙技术本身，元宇宙的升级需要新场景、新平台，体育媒体的发展需要新技术的支撑以此应对多变性、多元化的数字传媒市场，当数字化趋势不可逆时，两者的相遇、融合刚好可以满足各自的发展需求[8]。在元宇宙技术的加持下，体育传媒行业实现观赛体验深度沉浸，让受众获得身临其境的“在场感”，利用技术进一步加强体育媒体用户间的交互性，这种社交不同于大众传播时代的交流互动，而是一种感官体验深度连接同频的社交互动，换句话说，元宇宙时代交流传递的不仅限于新闻资讯，也更注重感受的共享。伴随着技术进步，新技术变现能力得以加强，资本的大力投入使得元宇宙在体育传媒行业的应用愈发多元化，在应用触角延伸的过程中，体育新闻报道、人才需求以及应用场景都迎来现象级新变化，为体育传媒行业注入新鲜能量，带来可喜发展。但网络是把双刃剑，网络技术自然亦是，新发展激发了体育行业对元宇宙

新技术的大力探索，同时仍然需要警惕新互联网技术给体育传媒行业带来的风险与挑战，元宇宙的出现的确可以帮助我们更好地描绘体育世界，生动讲好体育故事，但对体育精神[9]。体育文化的解读依旧依赖于人，人决定技术，修补技术漏洞，所以面对元宇宙新技术，我们仍需坚定人的主体性，避免技术入侵而消解人的主体性的局面产生。相信未来元宇宙将会与体育传媒行业开拓出更迷人的新蓝图，期待体育传媒行业走上健康稳定持续发展之路。

参考文献

- [1] 陈雯雯, 黄海燕. 元宇宙视域下的体育产业: 诉求、变革与展望[J]. 西安体育学院学报, 2022, 39(4): 396-402.
- [2] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 何道宽, 译. 北京: 商务印书馆, 2019: 118.
- [3] 方立明. 元宇宙背景下传媒业发展的机遇与挑战[J]. 传媒, 2022(19): 25-27.
- [4] 喻国明. 未来媒介的进化逻辑: “人的连接”的迭代、重组与升维——从“场景时代”到“元宇宙”再到“心世界”的未来[J]. 新闻界, 2021(10): 54-60.
- [5] 李彤, 李德兵. 5G、元宇宙背景下广播电视媒体技术演进与方向研究[J]. 电视技术, 2022, 46(10): 127-129.
- [6] 程志理, 易剑东, 路云亭, 张震, 段伟文, 吕乃基, 徐英瑾, 王俊. “元宇宙与体育的未来”笔谈[J]. 上海体育学院学报, 2022, 46(5): 1-18.
- [7] 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.
- [8] 罗瑞. 元宇宙赋能体育新闻传播的未来图景[J]. 视听, 2022(4): 10-13.
- [9] 王维. 元宇宙对新闻业的解构与重塑[J]. 视听, 2022(10): 22-25.