



元宇宙的共情入口 ——虚拟技术对综艺情感传播的影响探析

文/陈乐烨(江苏省广播电视总台)

随着技术手段的迭代和世界观设定的扩大,元宇宙逐渐从一个热点“噱头”转变为真正影响综艺内容产出的重要概念。本文旨在探讨虚拟技术和数字内容对综艺节目情感表达的影响。一方面,元宇宙对综艺节目的人物、场景和交互性都产生了强有力的正向赋能,让观众获得前所未有的沉浸体验。另一方面,技术带来炫目的效果的同时,依然存在形式覆盖内容、主体过于复杂以及影响现实情感交流的问题。

关键词:元宇宙;虚拟技术;综艺情感传播

“元宇宙”起源于文学,科幻小说《雪崩》首次在文学层面描绘了元宇宙这一概念。随着元宇宙的飞速发展,综艺节目的生产不可避免地受到其影响,虚拟技术和虚拟生命大量出现在综艺节目中。作为一个以观众真实情感共鸣为土壤的行业,虚拟元素到底能不能为内容生产赋予新的可能性,虚拟技术和人类真实情感共鸣之间到底存在着什么样的相互作用,成为从业者不得不思考的新课题。

从现实增强到独立宇宙——虚拟技术在综艺应用中的发展

元宇宙在综艺节目中的应用并不是一蹴而就的,随着虚拟技术的发展,它也有着逐渐完善的过程。早在1993年,以色列就推出了虚拟演播室技术,此后,世界各地都陆续出现了自己的虚拟演播室,这一技术被大量应用到新闻、天气等播报类节目中。这个时候虚拟元素还没有作为元宇宙的概念被提出,但电视从业者们早已对相关的技术开始了探索。

此后,中国的电视从业者们也开始了对虚拟技术的重要探索,主要分成两个方向,一个是虚拟人物进入真实场景,另一个是真实人物进入虚拟场景。

2015年中央电视台春节联欢晚会推出了虚拟主持人阳阳,新华社也推出了数字记者小净。2017年,爱奇艺选秀节目《明日之子》中首次出现了虚拟参赛选手荷兹。2020年,中央电视台的《上线吧!华彩少年》中也出现了虚拟参赛选手翎。通过虚拟演播系统和虚拟摄像机模块,这些虚拟生命可以映射到现实场景中,并通过动作和表情捕捉技术完成互动。

而江苏卫视《2020跨年演唱会》、河南卫视《舞千年》等节目则是虚拟场景探索的代表。运用虚拟技术,节目组营造出宏大而富有想象力的虚拟空间,让歌者和舞者在虚拟空间中进行演出。

但真正将虚拟人物加虚拟场景的全虚拟制作运用到广播级平台中,要到2021年,随着江苏卫视《2060》为代表的虚拟综艺的出现,虚拟技术终于进化到能够构建独立宇宙的程度,元宇宙正式出现在综艺节目的内容输出中。[1](宋芾.用虚拟突破真实的边界——以《2060》为例谈电视虚拟技术的创新运用[J].视听界,2022(03):22-26.)全虚拟制作的实现,终于从虚拟人物和虚拟场景以“客体”的形式出现在真实场景中,转变成了观众沉浸式进入到“元宇宙”这个“虚拟主体”之中。

源于现实而高于现实——虚拟技术对共情需求的增强效果

从元宇宙在综艺节目中的发展脉络不难看出,早期的虚拟元素因为其自带的新颖性和超前性,本身就足够成为节目卖点。同时因为技术基础尚未完善,观众接受度也有待积累,虚拟技术在综艺使用上更偏重外观和形式的简单展现,作为一个“噱头”对传统的综艺做出看点上的补充。此时真正引发观众共情的依然是现实社会的热点话题、真实艺人的性格特征、竞技主角的命运走向等综艺内容生产逻辑中的传统元素。但随着技术和观众接受度的同步进化,综艺节目开始生产深度依托于元宇宙的内容产品,这些内容产品为了达到综艺可看性的要求,虚拟元素开始脱离简单呈现,真正开拓出了以虚拟手段为现实情感赋能的通路。

(一)人物增强:强人设和超人设微妙堆叠

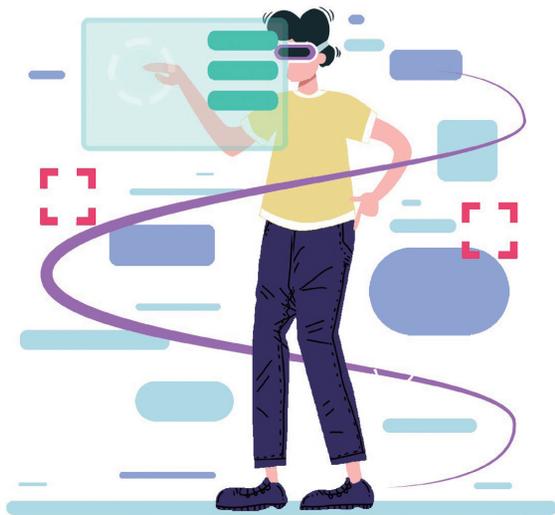
根据心理学上“共享表征”(shared representation)和“知觉-行动机制”(perception-action mechanisms)的共情理论,人们对于自己体验过的情绪会产生一个心理表征,而知觉到他人体验同样情绪的时候也会产生一个心理表征,当人们知觉到两者相重合的“共享表征”时,就会将他人的情绪转化为自己的情绪,这就是所谓的感同身受。[2](张勇锋.共情:民心相通的传播机理.中国社会科学网-社科关注[EB/OL].(2020-11-19)[2022-10-15].http://ex.cssn.cn/zx/bwyc/202011/t20201119_52188_70.shtm)根据这一理论,通过加强综艺参与角色的“人设”,使拥有相类似属性的观众,或与相类似属性的人有强烈情感联结的观众产生更大共情效果,成为了综艺内容生产的一种重要手段。

同样的,对虚拟生命的塑造也承袭了这一技巧。而比之真实生命,虚拟生命在“人设”的架构上拥有极其广阔的自由度。真实生命的人设是依托于这个人的真实性格而存在的,即此人自带的属性决定了他的人设框架,综艺人设无法也不该超出此人本身的属性,呈现过程中可以有选择的聚焦,但不能捏造。而虚拟生命在经历从无到有的创造过程时,可以在法律和道德允许的范围内任意设定其人物属性,这令虚拟生命可以成为“高共情人设”的集合体,尽可能覆盖更多人的共享表征,而不存在颠覆“综艺真实性”的风险。

同时,基于元宇宙不受现实物理局限的虚拟属性,满足大量受众幻想需求的“超人设”虽然无法出现在真实生命身上,却可以在虚拟生命身上得以实现。“超人设”的属性能够满足观众对理想自身的情感投射,让本人无法达成的理想借由虚拟生命得到补偿,从而完成屏幕内外的共情通路。比如,虚拟综艺《2060》中出现的虚拟生命浓密仙,就是基于现实社会中年轻受众的热点话题——“脱发”而产生的能够帮助生发的超能力少女。这一超越现实的人物设定反而引发了年轻观众的话题共鸣,因而为她带来了意想不到的情感传播热度。

集合更多共享表征的“强人设”和满足超现实幻想的“超人设”的堆叠,让虚拟生命在引发人物共情上拥有了意想不到的优势。原本冰冷的虚拟技术也因此创造出了能引发人类共情的基本单元——虚拟生命。

(二)场景延展:复原力和创造力交相辉映



美国传播学者约书亚·梅罗维茨(Joshua Meyrowitz)认为电子媒介对社会行为的影响在于重组了人们交往的社会环境,促使不同情境合并,形成新情境。元宇宙作为现实世界的镜像,注定无法超越现实世界为其框定的边界,但这并不妨碍他实现对现实世界的拓展,通过重组和合并现实情境,创造出更富有想象力的新情景。[3](占琦.元宇宙与数字交往:虚拟综艺《2060》流量解码[J].东南传播,2022(07):67-70.)

在现有的虚拟综艺成功范例中,受众因为场景而引发的共情主要集中在两种通路。一种以河南卫视《舞千年》《2021七夕奇妙游》等节目为代表,通过虚拟技术将中国传统文化场景在元宇宙复原,基于文化认同而形成强大的共情效应。在虚拟技术成熟之前,因为历史和地理的现实问题,传统文化中的大量审美元素往往需要受众通过想象自行补足,比如诗词、壁画、神话中所描绘的瑰丽场景、已经湮灭在时间长河中的历史事件和遗迹等等。但在元宇宙的世界中,这些散落在国人想象中的审美元素得以集合并具像化。并且不同于传统媒介“旁观”的叙事方式,基于元宇宙的审美具像拥有无与伦比的沉浸感和交互感,观众能够进入被复原的传统文化空间,获得甚至超越古人的通感体验,文化认同感被放大到过去未曾实现的维度。

在复原传统审美元素之外,虚拟技术对未来感的描绘也极大地满足了受众的审美想象。以江苏卫视《2060》和《跨年演唱会》为代表,基于现实而高于现实的未来空间让受众获得幻想被满足的愉悦感。对未来的好奇心是人类最普遍的情感之一,而受制于自我能力,大部人无法将自己心中的未来具像化为实体,更遑论在这些未来场景中与他人互动和社交。但元宇宙在综艺中的运用一定程度上满足了这种具像化,并且让人与人在未来场景社交成为可能。当演员驾驶着5米高的机械巨兽出场时,或是与飞翔在空中的鲸鱼互动时,甚至是与虚拟生命共同完成演出时,观众首次产生了“在场具身”的未来穿梭之感。

更令人兴奋的是,这些充满创造力的未来场景与充满复原力的传统审美元素还将进一步重组,最终交织成奇幻混搭的瑰丽场景,从多重维度为受众创造感官刺激。

(三)互动突破:现实与虚拟的双线叙事之美

元宇宙综艺的另一大专属特征是虚拟生命和他的制作团队之间的二元关系,这使得观众在观看这类综艺的时候,可能会获得虚拟生命和制作团队两条情感叙事逻辑。虚拟生命一部分是制作团队的自我投射,是制作团队在虚拟世界形成的数字人格集合体,另一部分则可能是制作团队通过颠覆性反差营造的全新自我,弥补了制作团队现实生活中的物理缺憾或心理缺憾,成为制作团队的理想投射。[4](喻国明,赵秀丽,谭馨.具身方式、空间方式与社交方式:元宇宙的三大入口研究——基于传播学逻辑的近期、中期和远期发展分析[J].新闻界,2022(09):4-12.)真实存在的制作团队人格成为了观众和虚拟生命之间的缓冲和桥梁,让观众经由对真实生命的共情,顺利过渡到对虚拟生命的共情中。

比如,国内顶尖的模型公司开天工作室和旗下的虚拟偶像“无限少女”,就在制作团队和虚拟生命的人格中碰撞出了动人的火花。“无限少女”的人物设定大量体现了开天工作室对于建立优质国产动画形象的愿景。这一背景故事首先引发了观众的文化自信和认同感,令他们愿意进入到“无限少女”这一虚拟生命的场景中去。于此同时,无限少女作为一个活泼可爱、有些话痨的虚拟生命,其自身的性格特质又让她作为一个独立的人物在综艺节目《2060》的竞演过程中过关斩将。她的乐观和努力又进一步令观众产生了自我价值实现的情感共鸣。这一虚拟生命身上承载的双线叙事逻辑,让观众获得了多层次的共情效果,这也是元宇宙特有的多元情感叙事逻辑。

可以看到,双线叙事逻辑除了能够让观众顺利地完从真实到虚拟的情感过度,也令人获得了双重的共鸣入口,为综艺叙事的情感共鸣营造了双重的刺激效果,人物命运的可视性也被双重放大了。

虚拟技术的叙事逻辑反思

尽管元宇宙为综艺的情感传播提供了新的可能,但作为一个新兴出现的综艺元素,元宇宙不可避免的正在经历一个不甚成熟的摸索阶段。技术手段对于情感表达到底利弊几何,更需要使用者去寻找找到关键的平衡点。

(一)形式覆盖内容的叙事偏差

对于大众来说,元宇宙依然是一个极为新鲜的概念。“新鲜”本身就是一个极易引发短期爆炸式情感传播的心理因素,但并不代表他真的触发了深层次的情感共鸣。时至今日,元宇宙在综艺内容中的呈现依旧没有跳出“新”“奇”“特”的藩篱,无论以什么故事去包装一个虚拟元素,叙事重点始终聚焦在对这一新鲜事物的解释和展示上。

但虚拟生命作为现实生命的投射,本身也继承了现实生命的人格,虚拟世界作为现实世界的镜像,也必然会对现实世界的文明有所映照和重组。去探索虚拟世界中深层次的情感关照,比如虚拟世界中的衣食住行、精神寄托、文化自信,甚至是这背后的群体性孤独和尖端科技笼罩下的实体迷茫等等,才能

真正让元宇宙成为人们精神生活的一部分。

新鲜的尖端技术在横空出世之初往往容易喧宾夺主,以其自身的吸睛能力覆盖精神内核的空虚,但这种第一眼效应终将过去,当感官刺激逐渐消退,精神输出能否跟上观众的需求呢?如果对虚拟元素的使用始终停留在技术展示层面,那情感共鸣终究是无根之木,无法开出文明之花。

(二)主体的复杂性和不稳定性

元宇宙的虚拟世界中,主体可以被隐蔽在虚拟形象之后,往往一个虚拟形象和虚拟空间背后并不是一个人,而是一个团队,甚至是一个头部的资本平台。这令元宇宙的表达主体有着过于复杂的性质,受众接触到的虚拟社交对象和这个虚拟社交对象背后物理上的映射主体,即制作与操作团队,和这个虚拟对象实际内核上的映射主体,即团队背后的雇佣者和意识决策者,可以是完全不同的许多人。在这种情况下,令受众产生深度共情的对象到底是谁呢?这个他者又在这个虚拟形象的建立中拥有多大的稳定话语权呢?如果这个共情对象出现了变化和偏移,那这个虚拟形象到底还是不是原来那个令受众共情的对象呢?

真实生命的共情特质是跟随这个真实生命而存在的,但虚拟生命的共情特质却可以轻而易举地被人为修改和删除。元宇宙主体的复杂性和不稳定性让他的共情特质也变得复杂和不稳定,这成为虚拟世界的情感传播逻辑中最急需解决的问题之一。

(三)现实情感土壤的“荒漠化”

虚拟技术的最强大之处有时可能也是他最值得戒备之处,伴随着能够产生巨大刺激的声、光、电、影的沉浸式体验,人们在元宇宙中的共情效果被拉到了一个极高的维度,这是否在另一种层面上造成了现实生活中的情感“脱敏”?一旦失去了这样的全场景刺激,人们是否还能够体察真实世界中细微的情感输出?

元宇宙带来的强烈效果让事件的主客体失去了固有的距离感,可能让体验者产生短暂而非理性的狂热。这可以令综艺内容快速实现轰动性的效果,但对于体验者来说,无疑也是落入了情绪圈套之中,最终获得了虚假的情绪体验。[5](吴飞,李佳敏.虚拟现实:共情传播的技术实现路径探析[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2021,42(07):178-184.)当回归真实世界,这种情绪体验很难再被满足的时候,真实世界的情感土壤就可能逐渐“荒漠化”。

结语:元宇宙作为一个新的概念,为综艺节目的情感传播提供了更多共情入口,让原本“旁观”的受众获得了沉浸式的主观体验。这对于综艺节目生产水平的进步和迭代有着巨大的赋能潜力,值得每一位从业者共同深度挖掘。

但这种共情体验有时并不能有效转化成正向的价值引领,甚至会异化为一种情绪骗局。因此,如何在两者中达到平衡,或许将是元宇宙综艺生产中需要不断解决的关键问题。