《学术界》(月刊)
总第295期,2022.12
ACADEMICS
No.12 Dec. 2022

虚与实:元宇宙虚拟空间中国家形象的建构〔*〕

张爱军,贾　璐
(西北政法大学　新闻传播学院,陕西　西安　710063)

〔摘　要〕元宇宙是一个相对自由、独立并平行于现实世界的深度沉浸式的虚拟空间,在发展中与现实社会不断交互、融合甚至共生。人类对其探索过程中元宇宙虚拟空间不仅演变成了新的政治意识形态汇集地,更是发展成国际传播中国家形象建构的新场域。作为成长型技术的元宇宙虚拟空间也为国家形象建构的"自塑"与"他塑"过程带来了巨大挑战,使得国家形象以碎片化、刻板性的方式呈现。改变元宇宙虚拟空间中国家形象传播的窘局,实现国家形象的高质量建构,需从不断改善传播技术来塑造新虚拟形象,改善传播模式来突破单一路径,进而推动国家形象在建构中虚实结合。健全传播规范促进虚实相生,在元宇宙虚拟空间中建构国家的良好形象,实现"虚"与"实"的有机统一。

〔关键词〕元宇宙;国家形象;国际传播;模式
DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2022.12.007

元宇宙概念最早起源于赛博朋克文学流派小说《雪崩》一文中。维基百科将元宇宙定义为"通过虚拟现实的物理现实,呈现收敛性和物理持久性特征,是基于未来互联网的具有连接感知和共享特征的3D虚拟空间"。[1]由数字技术集合而成的元宇宙虚拟空间通过即时性的数字映射方式、沉浸式的数字交互手段和同频共振式的数字联动渠道,让现实世界与虚拟世界相互影响、相互联系、相互融合、相互促进。元宇宙虚拟技术使国际传播固有的传播模式发生重要改变,并成为国家形象塑造的重要场域。在元宇宙虚拟空间中,国家形象的塑造与传统意义上的智能互联网传播有所不同,其跳出手机、电脑网络的二维传播模式,以三维化的时空建构出人际交往的新场域,打造出机器生命、虚拟生命、自然生命共存的三元化、多感官体验式互联网,并创建能够实现经济发展、政治建设、文化传承的可读、可写、可拥有的价值互联网,在塑造国家形象中发挥虚实结合、虚实传播的作用。这必将促使国家与国家之间在元宇宙虚拟空间形成新的力量对比与竞争格局,并将元宇宙新场域视为国家形象的重构之地,借助元宇宙虚拟技术突破传统"智

作者简介:张爱军,政治学博士,西北政法大学新闻传播学院教授、博士生导师,网络政治传播研究中心主任,主要从事网络政治传播、民主政治研究;贾璐,西北政法大学新闻传播学院博士研究生。

〔*〕本文系国家社会科学基金重大项目"互联网发展与国家治理体系和治理能力现代化研究"(22&ZD028)的阶段性成果。

能化 + 国家形象”的呈现方式,利用互联网发展的终极形态改善现实空间固有的国家形象,实现影响人类社会新的治理秩序与政治体系的建构。

一、元宇宙虚拟空间建构国家形象的现实意义

国家形象是对国家政治、经济、文化、地理等层面的认知,是介于物质性与精神性之间的一种映像的输出。[2]元宇宙虚拟空间成为人类未来政治发展、经济交往、文化传承以及社会交往的重要场域,在国家形象塑造过程中发挥着重要的作用,成为国家软实力的外在体现与国家综合国力的重要组成部分。

(一)元宇宙虚拟空间成为政治对峙中“部落化”的发展场域

元宇宙作为一个脱胎、平行、独立于现实世界的深度沉浸式技术虚拟人造空间,其本质却具有强烈的意识形态属性。[3]国家作为国际传播的主要操控者,通过在各类活动中汇集、发酵政治意识,进而维护本国利益,并借助国际传播中历史的、具体的、生成性行为建构理想化的国家形象。政治作为一种具有公共性的社会关系,其本质就是一种运用权力建构社会秩序、统一思想认识,并进行物质生产的社会活动。[4]在政治活动中,受众在心理、意识形态、价值、理性与非理性、身份认同等诸多因素的驱使之下,强化某一族裔群体使之彻底固化为某一政党支持者的“社会—政党分类”所导致的政治框架,并进一步促成政党政治的“身份政治化”或所谓“部落化”。政治意识是驱动国际传播行为发生的重要推手,同时也是政治“部落化”发生的因素。尤其是当创建、运行于元宇宙虚拟空间的数字技术和算法技术成为政治意识形态的载体,元宇宙虚拟空间成为国际传播中意识形态蔓延的工具时,便会给我国乃至整个国际社会的运行机制带来重大隐患。为应对当前复杂多变的国际局势并塑造良好的国家形象,我国需以元宇宙虚拟技术为传播介质,将中国发展中所秉持的中国价值、中国策略、中国智慧、中国自信传达给国际受众,这不仅可避免具有特定意识形态数字技术所产生的数字利维坦现象,还可化解有可能产生的以个人为主体的意识形态同化、以资本为主体的数字劳动异化、以国家为主体的网络主义霸权,从而在国际传播中对国际受众展现真正的中国面貌,塑造良好国家形象。

(二)低耗能的仿真经济促进实体经济绿色转型

经济是良好国家形象建构的重要基础。元宇宙虚拟空间催生的新型生产关系与新业态新模式,可促进现实世界的经济变革和重塑。经济全球化的发展使得整个国际社会紧密相连,在技术加持下经济全球化使资本家改变了原先简单化的工厂迁移模式,将目光聚集在由数字孪生技术生成并对现实世界进行复刻的元宇宙虚拟空间。国家形象的塑造依托国家综合国力的发展,国家综合国力的强弱以国家经济发展为现实基础。国家经济的运行离不开广阔的市场,被视为利润的剩余价值则需要通过市场来实现。在经济发展中利润的最大化必然要求市场不断扩大。[5]元宇宙仿真经济耗能低于真实世界本身的耗能。当元宇宙仿真系统建立到一定程度时,循环耗能将大幅降低,有助于实现碳中和的发展目标和传统产业的绿色转型升级。面对新市场的元宇宙虚拟空间,各国在不断摸索阶段就已经展现出了极大的热情,并有向实体经济过渡的趋势。2021 年被称为元宇宙元年,这年美国游戏公司 Roblox 以“元宇宙概念”进行交易,使得股票市值大涨,美国社交网络企业 Facebook 更名为 Meta,即元宇宙。中国互联网公司腾讯、阿里、百度、字节跳动等各大企业也开始进军元宇宙虚拟市场,试图在尚未成熟的元宇宙虚拟空间发展阶段分一杯羹。[6]元宇宙虚拟技术的应用不仅在虚拟数字经济中占据重要地位,同时也体现在现实的经济发展中。由多项软件与硬件技术共同联合应用生成的元宇宙虚拟技术对现实空间的真实场景进行再造,这种数字孪生场景被应用在现代化工业、农业、商业发展的实验过程中,并形

成特有的数字工厂,大大提高了企业的生产效率与资源利用率。作为未来互联网全要素发展远景图的元宇宙虚拟空间与数字经济的融合必将会更加密切。在未来的中国特色社会主义经济发展中,我国需对元宇宙虚拟经济实践做好充分准备,进行精准研判,打造绿色发展路径。这不仅关乎我国经济新发展路径的选择,更是塑造良好国家形象的关键步骤与重要支撑。

(三)新文化符号的传播是国家数字文化战略发展的关键

元宇宙虚拟空间特有的文化符号促进国家文化的传承与发展。文化传播是人类特有的各类文化要素的传递、扩散、迁移、继承的社会现象,这不仅是人类发展中逐渐社会化的表现,是一个国家民族文化积累、沉淀的过程,也是民族之魂形成并传播的载体,代表着国家的形象,反映着国家的软实力。文化传播媒介以时期划分可分为口语传播时期、文字传播时期、电子传播时期。[7]元宇宙虚拟空间作为技术集成的数字空间,在继承电子传播特点的同时,突破了人类原有的感官体验,在国家形象塑造过程中可将视觉、听觉、触觉等多种感官集合,提升了元宇宙虚拟空间中的文化传播效能,成为多形态展现国家形象的传播介质。元宇宙虚拟空间的文化传播与现实社会空间中的文化传播不同,不同国家和地区的国际受众在虚拟交往传播中更加注重文化消费自由,即可能每个人进入元宇宙虚拟世界都成为一个自由生产型文化传播者,在一定程度上摆脱现实枷锁的束缚,这对传统的差序格局的社会秩序提出了挑战,尤其是打破了传统文化中所注重的儒家本位,讲究社交圈层和亲疏关系。[8]元宇宙虚拟空间作为一个相对独立的社会共同空间,其所拥有的数字再现技术以及数字区块链系统可将文化符号依据不同国际受众的需要和偏好划分成图形类文化符号、指示类文化符号、象征类文化符号,在元宇宙虚拟空间的日常活动中充分嵌入含有本国国家特色的,并被广大国际受众所能接受的“表演的文本”。依靠元宇宙虚拟空间中所表现出来的高粘度的社交化内容传播、沉浸感的动态性文化体验以及科技化的数字传播模式,紧贴国家数字文化发展战略,将历史、文化、神话故事,通过空间进行集合展示,建设元宇宙虚拟空间文化传播的“新格局”,使国际受众在文化交流中塑造细节编织国家形象。这不仅对中国国家形象外宣工作提出了更高的要求,同时也为中国国家形象在去中心化的虚拟空间进一步传播提供了一个发展契机。

(四)元宇宙虚拟空间成为社会各行业的交流空间

元宇宙虚拟空间成为人类日常生活所需的发展虚拟空间。国家形象的框架是由我国基本的国家社会制度、政策制定、政治形态、经济发展、文化底蕴等所塑造而成,并与国家内部的人文娱乐、消费文旅、教育模式、产业建设、健康医疗等人民的日常生活状态共同组成完整国家形象。元宇宙虚拟空间与现实空间不同,它是由六大技术支撑,分别为:区块链技术、交互技术、电子游戏技术、人工智能技术、网络及运算技术、物联网技术。这六大技术协同运作、交互整合形成一个数字生态系统,在一定程度上削弱地缘政治和民族差异背后的偏见,为国际受众的数字分身提供了一个平等、开放、自由的虚拟应用场景。元宇宙虚拟空间的应用场景涉及娱乐、办公、居住、产业、消费等常见工作生活基础环境,可举办中国式演唱会、举行中国传统项目比赛、模拟古今会议讲座,甚至可通过沉浸式体验感受独具东方魅力的影视文学。元宇宙虚拟空间使得国际受众在日常行为活动中就能感受之前需克服时空限制和意识差异才能接触到的真实、立体、全面、客观的中国,从而尽可能地扭转国际受众对中国国家形象的刻板印象。

二、元宇宙虚拟空间中国家形象的塑造困境

国家形象的塑造是自塑过程与他塑过程的有机结合,只有在其相互补充、相互促进、互相影响下才能形成真实、客观、立体、全面的国家形

象。自塑是国家形象塑造的发动机,[9]在国家形象塑造中占据主要部分,是国家形象建构理念的主导者,为他塑建构传播提供基础与动力。他塑是国家形象塑造的增压器。国际社会对国家形象的判定与解读通常受印象国的内部利益指向与政治诉求的影响,无论正面抑或负面的形象塑造都会为国际受众提供不同的认识视角,有助于本国根据国际舆论在自塑过程中不断进行调整和完善。元宇宙作为新的文明形态,必将在未来的世界格局中引发一场“文明之争”。元宇宙这一新的文明之争,不仅符合科技发展中时代需求的变化,更是在世界政治文明与政治格局的重塑中给国家形象的良好塑造带来了巨大的挑战。

(一)自塑建构传播中的不足与缺欠

“元宇宙体验”是人的“内部幻觉”和媒介的“外部营造”共济互补的结果。[10]元宇宙虚拟空间的亲身感受成为国家形象自塑过程的基础材料,然而面对传播场域的新变化,中国国家形象塑造过程中未能改变原有的传播思路,没能从“实”跨向“虚”,更是忽视了借“虚”传“实”的现实效果,使得空间拼凑的碎片化形象成为传播者自塑过程的来源,暴露出传播者或传播组织在未知变数的新场域中的积极应对能力欠缺,影响自塑建构中国家形象的立体展现。

第一,借“虚”传“实”的传播未落实。元宇宙虚拟空间中国家形象塑造未能真正理解虚拟世界的诞生是人类从“实”出发,迈出了“实”的界限,是对“实”的突破,并同时作用于“实”的深刻含义。在现实空间的国际传播中,中国国家形象的“自塑”过程大多还停留在语言、文字、音视频的传播阶段。在国内外大事的宣发上缺少对事件表达的灵活性与灵动性,且生涩拗口的汉语自述更是进一步加深了国际受众与中国话语之间的语境逆差,在与国际受众的日常行为交流中不能潜移默化地将我国特有的政治立场、文化内涵、思想意识进一步表达出来。元宇宙虚拟技术作为新型数字技术的集成体,其以沉浸式、数字化的虚拟再现传播为主要突出特点。在元宇宙虚拟空间中进行国家形象塑造,可以说为国际受众提供了一个零距离直观了解中国的机会。然而在元宇宙虚拟空间对国家形象塑造的实际应用中,中国国家形象外宣未能发挥元宇宙虚拟空间多种传播渠道、多元信息融合的特殊传播环境的作用,并未能改进以我为主、于我有利的叙事模式,更是忽视了元宇宙虚拟空间暗含的由“虚”到“实”的传播规律,未能让国际受众在元宇宙虚拟空间体验从“实”中进入虚,在虚中感受“实”,被包裹在“实的虚”与“虚的实”中[11]的国家形象。而在国际社会中却能看到“虚实相生”发展的国家形象案例。例如,《纽约时报》在数年的互动、模拟沉浸式等尝试的基础上,推出了第一部虚拟现实的短片《行走的纽约》,带观众在直升机上俯瞰人们行走过一幅艺术家创作在曼哈顿大街上的巨型作品的场景,[12]以虚拟再现的形式展现纽约街头的繁华与浪漫。

第二,空间拼凑的碎片化形象定位。数字媒介变得如此普遍的一个重要原因是万维网的出现。万维网成为“数字化生存”爆炸性增长的培养皿。[13]以数字技术集成的元宇宙虚拟空间正是时代发展所需的新型智能媒介,其通过对现实社会空间的一比一精准复刻,以数字技术的基底打造出了可供人以意识状态活动的虚拟场域,成为国际各国输出观念、表达态度的重要渠道。然而,中国与西方国家相比,在对元宇宙虚拟技术的实践运用中还存在一定的劣势。目前中国在元宇宙虚拟技术的发展上多将重点放在技术瓶颈的突破上,对元宇宙虚拟空间中综合人才的培养有所忽视,尤其缺乏对元宇宙虚拟空间中的专业国际传播人才的培养。国际传播中的任何小事通过发酵也可能会演变成牵引各方势力目光的大新闻。而新闻从来不是一种客观存在的静态物,而是一种对象化的动态客体。[14]元宇宙虚拟空间中国际传播人才的缺失将会使得与本国相关的新闻事件缺少专业的解读者,使原本系统化、整体性的新闻事件碎片化传播,加大国际受众对本国信息的理解难度,而元宇宙的内在机制

和技术设定正在加固一种“对传播的传播”,即以空间内数据个体为传播原点,也称为“元传播”。这种元传播在元宇宙虚拟空间中主要表现为以编码形式进行元传播。其以编码形式进行信息传递的过程中会受到现实社会空间折射到元宇宙虚拟空间的社会关系的影响,也就是信息“投递—送达”过程中所产生的偏差与焦虑。国际传播专业人才的缺失使元传播的交流短板的解决被搁置,这一定程度上拉大了传受双方通过媒介和传播来身处相同的语境,抵达共同的意义场进行有效沟通的距离,使得不同国际受众对同一件事件中所包含的意义产生不同理解,造成元宇宙虚拟空间受众的内部认同不统一、众说纷纭,人们在行为交往中以碎片化信息作为观点、印象的支撑点,从而塑造出碎片化且具有偏见性的国家形象。

第三,未知变数的新场域应对能力不足。依据媒介延伸理论,未来媒介的发展主要集中在三个方面:延伸人的生命、延伸人类创造的媒介,以及延伸人类生存的真实世界。[15]元宇宙虚拟空间的出现正是智能时代媒介发展理论所阐述的未来发展格局和未来场景,人以虚拟分身为载体并在其中保留自己的意识,进而重构元宇宙虚拟空间认可的生命体态。地缘限制的消失更加便于、利于国际受众之间的交互往来,且在技术的加持下国际传播呈现出复合化特征,即要在传播中将现实、传统互联网、元宇宙等渠道并存考虑,形成跨体系的数字传播效果。[16]但由于元宇宙虚拟技术在现阶段仍然是发展中的应用技术,各国对其进行具体使用或操作处在不断开拓的变化阶段,元宇宙虚拟空间中国家形象的塑造与现实空间相比缺少确定性,尤其是在一些未开发项目上,未成熟技术的应用可能会给国家特定话题的交流带来风险,盲目将现实空间的国际传播规则应用在充满变数的元宇宙虚拟空间或许会发生与期望相违背的状况,从而产生无法挽回的负面影响。正因为存在类似的担忧,在元宇宙虚拟空间中,中国国家形象的塑造相对于国际社会其他国家缺少积极性与主动性,在元宇宙虚拟空间中的国际事件的参与度与存在感低,使得国际受众在纷杂的元宇宙虚拟空间中难以看到真实、立体、全面、客观的中国国家形象,从而映射到现实空间,影响我国国家形象全面自我塑造的过程。

(二)他塑视角的局限与臆想

他塑中国形象是西方世界理解中国的基本法则。然而在他塑过程中,除形象国之外的其他国家会依据自身国家利益和意识形态的需求,并在整个国际社会的具体力量对比变化中,将自身的态度观点附着在形象传播的过程中,从而营造对自身发展有利的政治舆论环境。[17]元宇宙虚拟空间作为现实社会的延伸,其国家形象的建构思想也必将以现实国家利益为基准。我国作为正在发展中的大国,面对并不是十分友好的部分西方国家进行国家形象塑造将会存在一定的挑战,国家形象他塑视角传播存在局限性。

第一,西强中弱的国际政治舆论格局。当前国际局势在疫情的催化下愈发紧张和复杂,身处百年未有之大变局的中国,在国家形象塑造过程中也将面临更加严峻的考验。舆论在国家形象建构中起到至关重要的作用,持有不同立场、不同态度的个体、地区、国家都在纷杂的国际舆论环境中进行着或理性、或感性、或中立、或偏激的话语主权争夺与对抗,以达成特定的政治目的。全球性互联网看似是一个公平发展的传播渠道,但也未能从真正意义上改变西方技术垄断的旧秩序格局。在元宇宙虚拟技术的发展中,尤其是在部分元宇宙高、精、尖技术的控制与创造上中国失去了优先发展领跑权。自 2021 年以来,以美国为主的西方国家正在全面布局元宇宙战略,在即将到来的元宇宙新文明阶段企图抢占理论建构先发优势进而垄断话语权,牢牢掌握元宇宙产业链控制权和主动权。[18]在瞬息万变的国际格局下,元宇宙虚拟空间也就自然而然地成为了国际话语争夺与舆论操控的新场域,而由人工干预下的算法控制程序与数字组合成的元宇宙虚拟空间已被融入创造者所具有的情感意识。元

宇宙技术的实操者作为空间信息的传播者可能会在有意识或无意识状态下违背传播新闻最重要的客观传达原则,以沉浸式新闻驱动国际受众的共情体验,以虚拟现实技术调动并强化了用户的自我感知,在潜移默化中调动用户的记忆,甚至是刻板印象。世界各国在元宇宙新空间中的技术实力对比、话语权力地位、涉及的势力范围也必然会影响现实社会空间中国家政治舆论格局和国家形象的塑造,甚至会在元宇宙虚拟技术的作用下进行国际舆论的重组重构,进而推出新型全球舆论治理秩序和政治体系。

第二,形象定位不明确下的国际认同缺失。国家形象符号是指能够代表中国文化且有广泛认知度的形象表征系统。[19]元宇宙虚拟空间作为伴随着技术发展不断革新的成长性空间,其空间规则的建构、文化符号的塑造、价值体系的创建也处于未成熟的发展阶段。元宇宙虚拟空间中“人云亦云”的信息洪流将中国清晰、简单、差异化的印象感知淹没,[20]中国国家形象传播的他塑过程存在形象定位不明确的短板。且与现实社会空间的国际媒体传播不同,元宇宙虚拟空间中的国际传播更是放大了人与人之间的本位连接,互动、参与、共创成为元宇宙体系内个体受众间的信息交互方式。元宇宙的去中心化、参与者个人主义、自由主义和挑战威权主义价值观对国家认同、文化认同、民族认同和集体认同带来挑战,[21]造成对中国国家形象定位的缺失,很难从根本上改观国际受众以往视角中“东方主义视域下的中国”印象,很难让他们将具有悠久历史底蕴的传统中国文化形象与现当代独具中国特色的社会主义国家形象相结合,也无法借助独具特色的文化符号进一步在元宇宙虚拟空间建构起中国国家形象的身份定位。中国国家形象在国际受众心目中的刻板印象映射到现实社会空间,难以扭转部分国际受众的形象认知。在这种形象定位认同缺失下的情况下,在国家形象塑造信息传播中必会引发自说自话的意见环境,不利于他塑视角的国家形象塑造。

第三,无限制自由意识下的利己行为。国际受众个体在国家形象的他塑传播过程中,通常以最小分子的形式存在,拥有不同意识形态的异质化个体在圈层交往或“趣缘”因素的作用下对同一事件形成相同看法,达成一致认同,进而形成相对稳定的印象,从而扩大推广传播。元宇宙虚拟空间中使得原本属于物理人的个体摆脱了来自肉身的限制,以精神的形态自由地在虚拟空间活动,受众以数字赋能的方式进行选择和判断活动,并成为现实空间认识的基础。在国家形象塑造中公民的身份通常是一种向心力,将个人团结在所属的国家或者团体。技术革新推动物理世界与数字世界的深度融合,数字空间为人类提供了另一个实践公民身份的平台。[22]随着数字公民身份的诞生,人们能够借此挣脱枷锁,将所有思想、团体、身份的桎梏摧毁,并超越外在的形体束缚。[23]突破束缚的新数字化身处于无约束的自由状态,可在元宇宙虚拟空间拥有数字建构的“第二人生”,可弥补人在现实空间所错过的选择以及因未参与某行为活动而留下的遗憾,实现受众个体内心深处最迫切的一切行为。当受众拥有这种二次选择的机会时,必然会以自身想法、自身利益为第一意愿,在长期以自我为中心的状态下会诱发人“性本恶”的一面。国际受众个体间若都以利己视角为行为活动的出发点,必将引发一系列的消极影响,不利于元宇宙虚拟空间内以他人视角进行国家形象传播,从而影响国家形象的良好建构。

三、元宇宙虚拟空间中国家形象建构的新路径

元宇宙世界的形成将促进生产者、服务者、消费者融合或者一体化,并与现实世界的经济系统、社交系统、身份系统密切融合,从而构成一个“虚实相融”的新型社会形态。[24]其不断赋权的结果就是让人尝试着创造出一个个类似乌托邦的虚拟世界,这样的生态型媒介平台上还可以继续搭建虚拟平台,并定制相应的法律规则、发行通行货币、追求一定的价值理念等。[25]在技术赋

权的元宇宙虚拟空间建构良好的国家形象,需要借助数字技术改变原有的传播模式,塑造元宇宙虚拟空间的国家新形象,还要与现实空间相结合注重共情传播,发挥议程设置的优势,引导受众改观旧有的国家印象,同时还需要健全元宇宙虚拟空间中的法律法规,从国家的法治、社会的共治和个人的自治等治理逻辑入手,将元宇宙虚拟空间与现实空间相结合,共同开辟国家形象建构的新路径。

(一)提升传播技术形塑“虚拟形象”

以技术提升数字传播效能。国家形象的刻画与塑造有着固定的传播机制,由于传播者、传播渠道、传播方式、传播平台的不同,目前主流的传播机制可以分为四大类:大众媒体传播、网络媒体传播、社交媒体传播以及智能媒体传播。[26]现代新兴数字技术与算法系统加持下创生的音画同步、实时输送的智能媒体传播成为国际社会交往中最受欢迎的传播机制,成为国家形象塑造的重要渠道。而由数字技术集合形成的元宇宙虚拟空间更是智能媒体发展的可能性终极形态,其作为多重技术组合,形成新的自上而下、分布式、开放性、多对多的双向度传播,从而促进国家形象在元宇宙虚拟空间打造超预期效果。但与国际上其他国家相比,我国元宇宙虚拟技术的研发、应用仍存在明显差距,尤其是在国际事件的阐述上。国际受众对我国国家相关事件的接收习惯与理解程度与本国信息传播之间存在差异,只有在现有基础上对我国元宇宙数字技术音画呈现效果进行革新,将不同国际受众的接收模式融合,提升其智能属性,在对不同受众进行自动提取、识别交流特点后采用数字记忆进行模式存储,以便在国际受众交流中使用,利用技术改善元宇宙虚拟空间中国家形象塑造。元宇宙虚拟技术塑造国家形象过程中也需要考虑国际受众的多语言传播方式。在传播流程中考虑国际受众的理解风格,在传播方式中考虑国际受众的观看习惯,将各国通用的容易理解的数字技术作为元宇宙虚拟空间中各国受众的交流媒介,以数字技术实现中国国家形象的故事化再现,将中国故事所蕴含的人文内涵、精神价值通过数字技术转化传播给国际受众。在元宇宙虚拟空间中整合、发挥“数字 +”的传播优势,在元宇宙虚拟空间中以故事形式塑造可亲、可爱、可敬的中国国家新形象。

以技术增强声景传播形塑效果。视线之外的世界能给我们留下更加深刻的印象。声音作为一种媒介,它是连接人与人、人与物、人与环境的介质,既是人感受周围世界的一种尺度,也是人涉入世界的一种方式。[27]与现实社会空间不同,在元宇宙虚拟空间中,各国受众所特有的民族和地域特点被统一的数字程序与数字文化重构,国际地域间无差别的视觉呈现是对国家本土化形象传播的削弱,而声音天生所具有的辨识传播,会对视觉性的思维习惯产生对抗效果。元宇宙虚拟空间中国家形象的塑造还需要通过提升物质技术状况和元宇宙虚拟空间的权利关系来形塑声景效应。受众的自主感知力、行为的交互性、环境的沉浸感是声景传播形塑的基础,并通常以自由意识的状态在虚拟空间接收信息,完成特定行为。在此过程中,受众早已不满足于简单的表层内容需求,他们更需要通过周遭声景来分辨能够引起直觉的符号集群,而这种感知力主要来源于受众个体将以往的固有经验和当前新的有效信息进行综合进而形成的基础判断。在元宇宙虚拟空间中对国际受众传播具体事件时,将中国本土的理解方式、思考方式嵌入虚拟空间的日常行为交往中,重塑声景叙事逻辑,把声音携带着的显著的时间信息和空间信息以技术手段形成三维立体效果,在交互式声景、陪伴式声景、沉浸式声景中传播国家形象,形成以听觉为中心的具身性感官体验。在元宇宙虚拟技术的加持下,无限放大的具身感受弥补了视觉认知过程所缺乏的亲切感,促进拥有不同意识观点的受众间的交流互动,达成新社群身份的构建,从中获得参与感与归属感,同时可将国际受众的目光由线性叙事逻辑转向时空叙事逻辑,[28]使国家形象

在以技术打造为基础的声景开放空间中获得共识和认同,让国际受众在沉浸式体验中刷新和改变对中国国家的固有印象。

(二)贯通现实空间推动“虚实相融”

利用共情模式改善形象建构。真实、立体、全面、客观的国家形象不仅依靠国家政治、经济、军事、文化的宏观现实发展的建构,同样也需要兼顾情感、认知、信仰等意识的填充。拥有独立意识并与现实肉体短暂脱离的个体在元宇宙虚拟空间中依靠过往经验驱动数字工具,形成认知轨道,以满足探索欲望和现实回馈,并以数字化身的形式在元宇宙虚拟空间中与其他数字个体进行意识交流,从而填补现实空间认识空白或改观原有共识。各国种族之间存在的外在形象差异被数字分身解构,灵活多变的数字分身模式规避了外貌、种族冲突,使得共情效果在相对平等与匿名的场域发挥作用,促使元宇宙虚拟空间成为传播者塑造本国国家形象的交流平台,借以最基础的人际传播提升了对外传播的效能。共情作为复杂的心理过程,包括情感共情和认知共情。[29]而由于元宇宙虚拟空间中的受众来自于拥有不同社会文化、民族精神、经济结构以及风俗习惯的国家,难以形成统一的意识认知和现实认同。在元宇宙虚拟空间中,我国应借助数字技术的发展,将中国价值、中国自信、中国态度与科技相结合,给予国际受众最直观的沉浸式体验,以相同的体验感受相同的情感,引导拥有不同意识形态的国际受众作出回应,在不同中寻找共识,促进情感共情,结合以往历史经验和实时变化理性地判断国际受众对我国国家形象的态度走向,对正负情感进行研判分析,结合国际受众在元宇宙虚拟空间的具体处境推断其特定的心理趋向,并通过他人视角及时作出调整策略,使国际受众更深刻地领悟我国国家的精神内涵、发展道路以及外交策略,并作用于实际,从而打破现实社会国际受众对我国原有的刻板印象,形成新的认知共识,使得国家形象的塑造深入人心,而非过眼云烟。

借助议程设置参与话语发声。福柯认为,话语具有建构功能,并体现了一种话语权力关系。在国际交往中完整的话语权成为话语权利、话语权力和话语能力共同建构成的有机整体,[30]同时担任着国家形象建构中的解说与辩护职能。由网络编织成的具有自由、平等、多元特性的元宇宙虚拟空间成为国际社会有效话语权的重要场域,尤其是给在现实国际空间中话语权占据劣势地位的发展中国家提供了机会。元宇宙虚拟空间虽是现实社会空间的真实复刻,其独特的空间性质改变了现实空间中由国家综合国力全权决定国际话语的规则范式,给予发展中国家发声并设置议题的机会。尤其是通过仿真面对面的交流形式,将不同国家的受众个体聚集进而引导形成群体,通过元宇宙虚拟空间的数字表达传输话语意义、抢占话语先机,在表达、宣传本国事件过程中利用本国突出的传播特点和鲜明的意识形态、价值观等完成表达和诉求,善于借助并发挥数字传播的无情感特征,占据数字话语和数字接触的主导性态势,将议程设置的话语含义以潜移默化的方式印刻在国际受众的意识中,并在自由活动行为中加以深化,最终完成本国话语体系综合性与系统性的表达。[31]这种目的性强的话语议题建构促使世界各国人民对该国国家形象的改变,以异质独立的个体信息传播介质,将分散的符号、杂乱的数字通过现代智能技术进行归整、融合成为议题建构的完整蓝图,作为参与者的国际受众变成辛勤劳动的耕耘者,进而推动国家议题在元宇宙虚拟空间传播成为一种习惯而逐渐被接受,从而将该国的现实的国家形象与元宇宙虚拟空间中的国家形象相统一、相融合、相补充。

(三)健全传播规范实现“虚实相生”

打造中国特色元宇宙发展体系。元宇宙虚拟空间与现实社会空间都属于人类发展的行为活动空间,元宇宙虚拟空间独有的特点,使得现实空间的国家治理规范与法治约束在元宇宙虚拟空间并不完全适用。因此,国家以法治规范的

形式明确划分出元宇宙中现实世界与虚拟世界连接的底线与边界,并建立符合元宇宙虚拟空间特征的法律道德约束,使得国家形象传播者能够在元宇宙虚拟空间发展与塑造国家形象的过程中,“牢牢掌握党对意识形态工作领导权,全面落实意识形态工作责任制,巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论”。[32]同时加快建构由中国特色元宇宙理论体系、核心技术体系、产业链体系、创作者经济体系与新型治理模式体系构成的中国特色元宇宙体系,推动中华文明的自主发展演化升级,[33]坚守中华文化立场,提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓,加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。[34]加强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能。

规范虚拟空间运行规则与个人行为道德。这不仅是使得元宇宙虚拟空间逐步走向正轨和规范的有效途径,也是在虚实相生中为国家形象的真实塑造打造良好的社会环境。作为由数字技术集合形成的元宇宙虚拟空间,其发展需要注入大量的资本,由资本促成的虚拟空间也就直接将资本推上主导地位。应发挥元宇宙虚拟空间受众的整体功能,发挥其社会空间治理的政治功能,避免数字资本在元宇宙虚拟空间中无节制地压榨劳工获取利润,营造一个民主、自由、多元、平等、开放表象,解决或削弱元宇宙虚拟空间内资本对数字劳动的异化、剥削、算法控制、互联网霸权、网络主权侵犯和技术乌托邦等一系列问题。国家良好的形象塑造不仅需要国家、社会的积极规范,更需要社会中每一个公民从自身做起传播与国家相关的正能量,这种以身作则的方式不仅应在现实社会中践行,更需要体现在元宇宙虚拟空间。元宇宙虚拟空间中人的思想意识获得了前所未有的解放,通过提升受众个人的自身道德素质、文化素质、政治素质等,并在一定程度上激发出人内在的社交潜能,作用于元宇宙虚拟空间中与国际受众日常的行为交往上,在元宇宙虚拟空间中所感知的包含国家形象新特征的数字记忆也将快速转变成符号文本,并通过记忆的形式向物理世界的身体输送,将所感受的中国国家形象在现实空间具体化,从而促进国家良好形象的建构。

国家形象塑造与传播是一个多层次、多主体的复杂交流互动过程,需要系统规划和长期建设。[35]元宇宙虚拟空间的诞生,作为社会不断深化智能革命的具体表现,不仅预示着互联网发展的新趋势、技术研究的新业态、文明拓展的新方向、人类发展的新走向,更是对人类现实世界的政治博弈、经济变革、文化传播、社会交流产生重要影响,在发展中与现实不断融合、不断促进,形成虚实一体的未来发展新生态。与现实社会空间相同,元宇宙虚拟空间内的国际受众个体也会基于自身意识形态、文化价值、思想观念、风俗习惯等生存背景的不同,从而影响对中国国家形象的客观、真实的评价。元宇宙虚拟空间作为数字集成的新行为空间,其特有的空间特点使得国家形象的自塑与他塑过程面临巨大挑战。需要对元宇宙虚拟空间中国国家形象的建构制定针对性的发展措施,优化传播模式,借助共情传播改变国际受众固有印象,提升传播技术,利用声景传播效果刻画中国国家形象,健全法律法规,形成国家法治、社会共治、个人自治的规范逻辑,为国家形象的建构开辟新的可行性路径,为国际受众提供一个可以认识真实中国的交互平台,通过这种“由虚生实”“虚实结合”“虚实相生”的具体路径,使得真实、全面、客观、立体的中国国家形象得以成功塑造。

注释:

〔1〕朱嘉明:《“元宇宙”和“后人类社会”》,《经济观察报》2021 年 6 月 21 日。

〔2〕李红:《图像中的国家形象:基于视觉框架的考察》,《新闻大学》2022 年第 3 期。

〔3〕胡乐乐:《元宇宙与意识形态、国家安全:技术、挑战、治理》,《云南民族大学学报(哲学社会科学版)》2022 年第 5 期。

〔4〕荆学民:《论新时期国际传播的政治维度》,《新闻大学》2022 年第 5 期。

〔5〕吴宁、刘金凤:《元宇宙的资本逻辑批判和规制》,《北京行政学院学报》2022 年第 4 期。

〔6〕白太辉:《整合与赋能:元宇宙促进数字经济发展的路径探索——从元宇宙与数字经济之间的关系说起》,《新疆社会科学》2022 年第 5 期。

〔7〕董晓晨、吕丹:《元宇宙视角下媒介变革对多元文化传播的影响》,《中国广播电视学刊》2022 年第 6 期。

〔8〕蒋建国:《元宇宙:同质化体验与文化幻象》,《阅江学刊》2022 年第 1 期。

〔9〕邢丽菊、鄢传若斓:《中国国家形象的塑造模式研究》,《东北亚论坛》2022 年第 6 期。

〔10〕邓建国:《元元媒介与数字孪生:元宇宙的媒介理论透视》,《新闻大学》2022 年第 6 期。

〔11〕余乃忠:《元宇宙:至“暗”时刻的元共识》,《学术界》2022 年第 8 期。

〔12〕陈昌凤、黄家圣:《“新闻”的再定义:元宇宙技术在媒体中的应用》,《新闻界》2022 年第 1 期。

〔13〕胡泳、刘纯懿:《元宇宙作为媒介:传播的“复得”与“复失”》,《新闻界》2022 年第 1 期。

〔14〕窦光华、王雪莲:《新时代国家形象视域下“中国制造”海外报道隐喻分析》,《新闻大学》2022 年第 5 期。

〔15〕梁颐:《理解媒介环境学》,北京:北京大学出版社,2020 年,第 188 页。

〔16〕李彪、曹时雨:《从秩序到策略:元宇宙与国际传播的未来演进》,《对外传播》2022 年第 4 期。

〔17〕戴永红、付乐:《基于国家、城市、企业的中国形象国际传播赋能结构与模式》,《深圳大学学报(人文社会科学版)》2022 年第 4 期。

〔18〕〔33〕臧志彭、解学芳:《中国特色元宇宙体系建设:理论构建与路径选择》,《南京社会科学》2022 年第 10 期。

〔19〕程曼丽:《中国国家形象符号的拓展与更新》,《新闻与写作》2022 年第 5 期。

〔20〕范红、苏筱:《国家形象与文化符号体系的战略传播——基于日本文化符号传播实践的考察》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2022 年第 6 期。

〔21〕向勇:《元宇宙文化治理的逻辑与路径》,《人民论坛》2022 年第 7 期。

〔22〕周维栋:《元宇宙时代的数字公民身份:认同困境、实践逻辑与理论证成》,《电子政务》2022 年第 10 期。

〔23〕〔美〕尼古拉斯·卡尔:《数字乌托邦:一部数字时代的尖锐反思史》,姜忠伟译,北京:中信出版社,2018 年,第 3 页。

〔24〕闫佳琦、陈瑞清、陈辉、沈阳:《元宇宙产业发展及其对传媒行业影响分析》,《新闻与写作》2022 年第 1 期。

〔25〕冶进海:《元宇宙时代的媒介图景、技术实践与风险认知》,《理论月刊》2022 年第 8 期。

〔26〕史小今、吴金希:《智能传播时代如何塑造中国国际形象——以 2022 年北京冬奥会国际传播为视角》,《中共中央党校(国家行政学院)学报》2022 年第 4 期。

〔27〕季凌霄:《从“声景”思考传播:声音、空间与听觉感官文化》,《国际新闻界》2019 年第 3 期。

〔28〕李亚铭、李波:《声景变迁与听觉演绎:网络音频播音创作的范式创新》,《传媒》2022 年第 8 期。

〔29〕李克、朱虹宇:《共情修辞视域下的国家外部认同建构》,《华东师范大学学报(哲学社会科学版)》2022 年第 2 期。

〔30〕史姗姗、骆郁廷:《国际话语权的生成逻辑》,《马克思主义与现实》2017 年第 5 期。

〔31〕陈婷婷:《话语场域·议程设置·国家形象——全球治理中的中国话语谱系及其构建》,《苏州大学学报(哲学社会科学版)》2022 年第 3 期。

〔32〕〔34〕习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告》,北京:人民出版社,2022 年,第 43、46 页。

〔35〕王珏:《新时代国家形象的多元建构》,《新闻与写作》2022 年第 5 期。

〔责任编辑:刘姝媛〕