

# 韩国数字化表演艺术的新实践与新探索

——以元宇宙 ( Metaverse ) 的运用为例

常笑笑  
( 韩国祥明大学,03016 )

**摘要:** 从第四次工业革命出现以来,由于技术的快速发展,我们的社会也在迅速发展。在现当代特殊时期,国内外的表演艺术市场开始增加表演艺术数字化的实施与加强,数字化表演是大部分年轻人的首选,由于工作压力以及时间成本,很多人选择在家中观看线上演出或者直播。于是表演艺术界试图运用各种在线技术制作内容,许多表演艺术家和内容创作者们通过沉浸式的虚拟现实环境等技术来实验和实践。“元宇宙”借助了5G网络技术的图像技术和显示装置提供了投入感极高的虚拟体验,因此被应用于多个领域。在这个虚拟世界当中,我们可以与现实世界相连,可以工作、购物、欣赏音乐会等。韩国数字化表演艺术行业中,许多以在线表演这种方式的元宇宙被召唤了出来。文章通过对韩国数字化表演艺术的现状调查,通过分析元宇宙在韩国的运用事例,从而得到对我国表演艺术行业的启示。

**关键词:** 元宇宙;表演艺术;韩国

中图分类号: G206

文献标识码: A

文章编号: 1007-5828(2021)21-0225-02

2020年初,全球人民开始实施对特殊时期进行一系列非面对面的措施,人们逐渐开始适应这种“保持物理距离”的生活方式,很多人开始在家里使用各种会议软件进行工作、学习以及活动。于是元宇宙就以各种形式发展起来,其中包括虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术的发展。随着网络技术及设备技术的突飞猛进,跨越式通信时代正在拉开帷幕。<sup>[1]</sup>大约在20年前,元宇宙主要是指游戏领域,但是近期元宇宙正在全方位快速的扩展市场营销、表演艺术、医疗、时装等领域的范围。目前,在特殊时期的表演艺术领域当中,元宇宙充分发挥了其“方便”“节约”等优势,最大限度地活用表演艺术特有的长处,使表演艺术更好地在这个“非面对面时代”扎根。

## 一、韩国数字化表演艺术的发展现状

韩国在1997年遭遇金融危机后,通过尖端产业实现了经济的快速发展。因此自然而然地提高了韩国国民文化、艺术等多方面的审美和知识水平。对韩国的现代社会生活来说,表演艺术占据了韩国国民生活中重要的领域。<sup>[2]</sup>据韩国公演艺术综合电算网统计,2019年总2405亿韩元的销售额到2020年总销售额急剧下降到1715亿韩元,产生了690亿韩元的巨大损失。于是因特殊时期受到巨大打击的公演艺术业界,也以非面对面、在线公演全面代替。

元宇宙脱离时空的限制,提供让人期待的虚拟体验,在韩国,曾在游戏空间中进行试验性呈现的元宇宙,目前正与各种娱乐内容相结合。观众在虚拟空间中观看喜爱的艺术家表演,参加粉丝签名活动并拍照,以打电话的方式与通过人工智能语音合成技术再现的歌手声音对话,并且可以给偶

像组合成员穿上观众想要的衣服、给他们的化身编舞等。根据目前这种表演艺术方式的改变,表演艺术大部分营销也从传统的线下方式转变为基于现代技术运用的数字化模式。因此,2021被称为元宇宙的元年。

## 二、元宇宙的概念以及各个领域中的运用现状

Metaverse(元宇宙)是Meta(虚拟)和Universe(世界)的复合词,指的是一个三维的虚拟世界,是现实和非现实可以共存的世界,也被称为“虚拟世界、元宇宙、元界”,以下称为元宇宙。元宇宙是1992年美国科幻作家尼尔·斯蒂芬森(Neal Stephenson)的小说《雪崩》最早出现的概念,如前所述,小说中元宇宙指的是可以穿越的虚拟世界。2003年Linden Lab(软件开发公司)推出了基于三维虚拟现实的游戏“第二人生”大受欢迎,元宇宙才得以普及。虚拟现实(VR)作为最先进的技术,可以让人们在计算机创建的虚拟世界中身临其境的体验,元宇宙是比虚拟现实更进一步发展的概念,它的特点是能够使用虚拟化身进行,主要分为生活型元宇宙和游戏型元宇宙,是指人和内容在三维的虚拟世界中像现实一样聚集和交流的空间,类似于现实生活的社会和文化活动,而不仅仅是享受游戏。

目前元宇宙作为所有人都可以从事社会、经济、文化活动的世界被广泛使用,韩国导航(SNS Naver Map)、谷歌地球(Google Earth)、精灵宝可梦手游(Pokemon Go)等软件也已经在全球各个国家应用。迄今为止,元宇宙的元界平台中最具代表性的是美国上市不久的罗布乐思(Roblox,大型多人游戏创建平台)以及韩国著名的元宇宙游戏ZEPETO(捏脸游戏)。不仅如此,很多人用现实世界的钱来购买虚

拟世界中的虚拟土地；在元宇宙中参加大学的入学典礼和毕业典礼；特殊时期无法举办公演的演出者，因为元宇宙的空间中没有人数量限制而赚取了巨额入场费；韩国的企业和机构还成立了元宇宙协会。

<sup>[3]</sup>现阶段在表演艺术领域中，元宇宙是一种数字表演艺术形式，表演艺术工作者通过将现实世界与虚拟世界连接起来的数字界面及视频投影再现精致的视觉幻象，使舞台空间实体化。2020年至2021年美国著名音乐人在元宇宙平台创建的音乐厅中举办了数场虚拟音乐会，音乐会的特殊形式和添加了面部识别技术等使得观众反响热烈，因此音乐会得到了巨大的销售额。

### 三、元宇宙在韩国表演艺术领域中的运用

1. 2018年在韩国推出的作为亚洲最大的元宇宙平台“ZEPETO”，是一个可以使用户根据真实面孔创建自己的虚拟形象并享受各种和现实生活相似的虚拟的地方，在这个平台上，用户可以做很多现实中无法实现的事情，可以结识明星，结交朋友等，据统计，全球目前有2亿人在ZEPETO中享受着自己的世界。许多韩国艺术家通过运用元宇宙平台举办音乐会的方式以及原创的音乐内容，成功地拓展了与全球粉丝的沟通渠道，并且提升了韩国各类音乐在全球的地位。不仅如此，ZEPETO也可以在虚拟音乐会的项目中收获更多的新用户，并且开放额外的特殊商品以及虚拟标志来吸引新用户的加入。

2. 2021年5月韩国举办了第23届“2021首尔鼓节”，这个首尔的代表性节日有来自世界各地的顶尖音乐节家参与其中，它是一个全民参与的专业表演艺术节。节日以线上和线下的方式举行，线上是使用元宇宙平台ZEPETO举办的，参与者运行ZEPETO应用程序进入“世界地图”即可参与元宇宙中的首尔鼓节，参与者还可以在元宇宙中游览节日现场，与流行鼓手一起参加粉丝见面会，以及照片区活动等。由于元宇宙的空间不受人数限制，可以使更多的鼓乐爱好者能够参与其中，并传递韩国节日的能量。在节日参加期间，以元宇宙的节日空间为背景让自己的化身拍照留念，还可以得到现实中的炸鸡优惠券和便利店商品卷，这种特殊的营销方式使得更多人对元宇宙艺术节产生浓厚的兴趣，从而为鼓节创造更大的收益。

### 四、元宇宙对表演艺术行业的影响及对我国的启示

首先运用“元宇宙”方式的表演艺术为我们带来的就是方便，由于时代的变化，使得我们追求更加方便的生活，基于元宇宙的表演艺术平台，只要有智能手机和网络的地方，无论在哪里都可以观看，不用提前预订，不用乘坐汽车或公共交通去剧场，不受礼仪的限制，不用在意服装，虽然和现场观看的感受不能完全相同，但在元宇宙中可以看到高画质的公演细节影像和精彩片段也是会更容易获得演出的信息。

其次，在演出时间、空间上发挥了优势。<sup>[4]</sup>美国政治家、作家本杰明·富兰克林（Benjamin Franklin 1706-1790）在100美元纸币上画有“时间就是金钱”的字样，在繁忙的社会中，时间和金钱一样重要，因此，缩短时间成本能够带来更大的效益。而空间的缩短则意味着演出导演和表

演者的空间被缩短，表演艺术中最重要的则是需要演出场这个空间，表演需要一个舞台以及容纳观众的观众席。在元宇宙中，只要有供表演者演出的舞台即可进行，因为在这个空间中，观众可以在各自希望的地方观看演出，所以对于运营者来说，就不会发生无法借用演出场所而导致演出无法正常进行的事情。

最后，就是在经济上的节约，演出门票是在演出供应者和演出消费者之间连接演出这个商品的媒介，演出门票的价格受成本、其他竞争产品的价格比较、观众对演出产品的价值评价、演出制作目标等因素的影响。对于观众来说，入场券相比线下价格更加低廉，再加上更多和实体演唱会一样出售的MD产品（海报、T恤、助威棒等），激发了观众的购买欲，并且节约了观众往返剧场所花费的路费及住宿费用等。在运营者的角度来看，首先元宇宙可以节省很多演出的制作费用，其次在演出现场没有人数的限制，运营者可以通过运用AR/VR等尖端技术创造生动的舞台，预告片和精彩片段的制作可以让观众感受公演的特征和美丽，再加上艺术家和观众的实时视频对话，从而吸引更多的消费者。

特殊时期改变了我们生活的许多方面，如衣食、消费以及休闲等领域。近年来，新技术的出现对表演艺术主题和艺术的创作创造了新的方法，表演艺术在吸收数字技术过程中，随着各种技术的特性也相应地出现了表演的新样式，同时新技术的引入也改变了观众在面对表演时对表演作品的认识和观感。如果说数字化表演最大的局限性是艺术家与观众之间缺乏沟通，那么如今通过实时沟通聊天窗口和蓝牙、视频链接，这些局限也在一点点的消除。虽然元宇宙满足了人们渴望数字技术新世界和非面对面日常生活的需求，并在全球进行了大规模的传播，但因为有很多版权制度安全性不足以及缺乏艺术严肃性等问题，所以还是需要完善该制度，从而支持元宇宙新平台的发展，目前表演艺术领域进行了很多新实践和新探索，希望我国未来能够发展更加直观优质的数字化演出方式。

### 参考文献：

- [1] A Study on the Change of Form and Development Trend of Performing Arts in the Untact Era [D]. Hanyang University, 2021(8).
- [2] Augmented Reality Performance: The New Paradigm of Digital Performing Arts [D]. Soongsil University, 2016(12).
- [3] 马明, 黄润景. 剧院管理视角的数字化演出: 困境与机遇 [J]. 北京: 艺术管理, 2020(3).
- [4] A Study on Marketing of Performing Arts using the 'Untact' technique - Performing Arts Marketing using Online-based media - [D]. Sangmyung University, 2020(8).

### 作者简介：

常笑笑（1993.01-），女，汉族，籍贯：山西，硕士，单位：韩国祥明大学，研究方向：表演艺术经营。