

研究类型：DAO，dMedia

创作者：eudemonia cc @ thubaresearchcore [xy 002] [xy 001] 审核员：DAOctor，DAOctor

视频链接：[xy 002] [xy 001] https://www.bilibili.com/video/bv1qg411h7ce/?SPM_id_from=333.999.0.0

[xy 001] 引言 [xy 002]

媒体是Web3.0时代不可缺少的生态平台。通过将媒体生态的定义一般化，在媒体不属于任何一个赛道的现在和未来，媒体与任何一条赛道都有关系由于其普遍性，分析媒体在从Web2.0迁移到Web3.0中所处位置的研究报告很少。如果缩小媒体生态，将其视为内容生态的子集，则不同形式的媒体是内容生产的原子，诞生于加密世界的内容有可能跳出Web2.0的窠臼，利用“拥有性”引爆，让用户进入Web3.0的新世界吗？

所有这些问题都有待于探索和想象，本文将研究对象提到的“媒体”作为信息和知识内容规模化可持续生产的链上媒体平台、链上媒体和媒体Dao (decentralized autonomous organization)。

根据整体媒体市场规模的转移，2022年全球媒体产业产值约为2.3万亿美元，但这并不完全转移到Web3.0世界，Web3.0媒体将成为其重要的扩展和子集如果将Web3.0信息媒体的比例低估为10%，将达到约2300亿美元的市场规模。2022年中国的泛媒体APP用户规模在网络新闻中约为7亿8800万人，网民使用率为75% (工信部，CNNIC数据)。

。 ，网络信息媒体从Web2.0向Web3.0转移的中国潜在用户相当多。

Web3.0时代的媒体定义

为了便于理解，定义并区分相关的三种媒体形态。首先是链条上的媒体平台。基于区块链技术构建的内容生产平台，切实发挥作用、跟踪作用，通过令牌机制促进内容生产例如UGC的Mirror、PUGC的新闻生产平台Civil和分布式网络(dnn)，更加强调了作为平台的生产和发布展示的特性。

连锁媒体主要是个人或小组依赖连锁媒体平台进行内容自生产和连锁确权。例如，在Mirror中打开专栏或进行内容众包的Mirror用户。媒体道是比较新鲜的实验性存在在对内容生产个人进行组织化、中心化、不需要采编权的前提下进行内容生产社区共建，强调其作为内容生产组织形式的特性，如PubDAO和一些DAO的媒体SubDAO等。事实上，三者的发展是相互交织的没有特别强的隔板。

例如，Mirror实际上是Mirror DAO的DAO tool，Mirror DAO也将内容发布到Mirror。

媒体技术变革下的媒体：cheaper or more expensive [xy 002] [xy001]事实上，从网络时代开始，从Web1.0到Web2.0，媒体以降价和免费的形式越来越贵降价和免费是大众获取信息的渠道，越来越贵的是信息所覆盖的信息差距之外的整体价值。之所以实现这种转变，是因为广告这一价值转换器贪图信息的价值，作为渠道的媒体将作为中介接收信息的大人们进行了打包销售给广告广告在价值信息中也很混乱。对于使用媒体的个人来说，他们在接收拥挤广告的价值信息的过程中并不是因为破坏获取信息的良好体验而获利，而是在消费时支付转嫁的广告成本或者说，他们自己也成了媒体通过信息吸引、分类销售的广告商品。Web3.0时代为了通过用令牌机制来促进媒体内容的制作和发布，而不是通过广告中介来打破上述“受众商品论” (达拉斯梅兹)1977)提供了可能性。

目前，这种可能性还在实验中，Mirror是迄今为止最成功的试验品，将内容保存在链条上而不是中央数据库中。这款加密原生产品在推特上有近8万粉丝，付费用户近2万是Web3.0世界上最主流的链式媒体平台。当然，我们可以看到，与Web2.0媒体平台相比，这是小而非主流的，Web3.0媒体发展还处于非常初期的种子阶段，还没有形成竞争格局大家都以自己的形式偏安。

目前驱动链上媒体发展的，是内容的确权和令牌的激励吸引，以及加密原生身份。但实际上，在内容确实在链条上发挥作用后，还没有合理的应用场景、媒体内容生产获得的激励令牌价值有限，大用户仍然处于“互联网全免费”的广告介入消费观念的训练中，尤其是对新闻资讯来说，“新生命”。加密原生产品的“加密元老”身份是现阶段用户分裂的重要驱动因素，例如在Mirror上线初期需要\$WRITE令牌才能试用的情况下很多早期加密探索者为了使用Mirror探索了获取令牌的途径，并在推特上自发宣传。

现在的链条阻碍了媒体的发展，当然不仅仅是因为用户没有养成付费的习惯。从宏观上看、加密货币的总用户数也限制了线上的媒体用户数，由于用户身份与用户生产内容的强相关性，使得线上媒体普遍聚焦于加密相关信息内容的生产，形成相对稳定的生产小循环，进入下一个阶段。Civil、DNN这样的链上新闻媒体平台，生产的新闻信息更具时效性，需要强调规模的传播价值，在这个阶段更为突出。

此外，在中文国家，进入加密世界需要翻墙、链接数字钱包或进行充电对于链上的媒体平台来说使用门槛太高，转化率正在下降。微观上看，产品功能有待完善，Mirror作为链条上的媒体平台没有阅读量显示、推荐展示甚至聚合信息的搜索渠道，请注意，其他用户只能使用插件生成订阅源，或者将插件集成到newsletter中并将其发送到邮箱。

对于使用Web2.0领先厂商产品后的用户来说，这是一种近乎返祖的体验。产品功能上，名为Mirror的头部玩家似乎还在蛮荒之地勤奋开垦中。

蛮荒之地自媒体开荒：个人、平台与组织的纠缠

人是任何社会活动的最小单位，Web3.0去中心化赋予了生产媒体内容的每个人最大的自主参与权，确保了个人内容生产的劳动利益，不仅需要头部媒体人，还需要腰部和长尾部分的内容生产者，从而实现盈利。这一愿景的实现需要人与人的互动体系，平台在整个互联网时代都是重要的集合产品，而去中心化的自治团体在Web 3.0时代通过智能合约实现非中心监管，是决定规则的新

前面提到的Mirror、MVP版本诞生于2021年1月，并于同年10月开始开放使用。实际上，它被定位为Sadao的社区基础架构之一，但它可能不会在产品内部嵌入内容推荐和社会共享等功能而是联合采购、NFT发布等功能上线的原因。由Mirror DAO内的成员和对Mirror感兴趣的全体人员组成的社区成员希望在现有Mirror产品的基础上进行新产品开发或合作开发因此Mirror的主要数据也保存在Arweave中，完全开放，便于开发者使用和链接。Mirror搜索、订阅关注、政策展推荐、最新文章和众包追踪等功能插件以社区共创的形式诞生和使用但是对用户来说，功能的分散确实不是那么方便。

如何去广告化的媒体平台？Mirror的营收实际上从众筹和铸造NFT拍卖等配套功能平台中获利2.5%，22年4月Mirror有将近100万美元的收入进入国库。但由于熊市到来，ETH货币价格跌幅超过70%，活跃度回落，Mirror国库以ETH本位增速减少，以u本位大幅下降。

Mirror国库还鼓励和支持达沃的贡献者承担项目的悬赏任务。所有悬赏和刁难的工资金额都由刁难投票决定，对刁难贡献者的额外奖励也通过成员的相互评估换算，国库支出主要是USDT，而不是变动多端的ETH或治理令牌\$WRITE。[xy 002] [xy001]在mirror上活跃着很多加密用户，其中也有在Twitter等平台上有一定粉丝数量和影响力的用户不过，Twitter等Web2.0社交媒体的篇幅有限，不适合发布长篇大论、有深度价值的内容。

这些内容非常适合于上链可靠性，迁移到Mirror可以说是合理的。

他们也很乐意通过使用Web3.0加密原生媒体产品(如Mirror)沉淀输出，深化加密身份，打造个人品牌，成为连锁媒体。当前链上的介质与加密密切相关、行情分析、项目研报、日报信息、投资增长、加密科普等主题内容被链上媒体热情输出。优秀的内容可以通过拍卖获得收益，也有机会获得Mirror治理令牌的报酬作为像DAO这样强大的粉丝和参与者，Shawn通过在Mirror上记录参加各种DAO的感想和经历，成为了Mirror DAO的成员。

与

Mirror相似但侧重于新闻生产的Civil和DNN实际上是比较mirror更早的链媒体平台，进行了新闻链生产的尝试。Civil于2016年开始运营，旨在打造全由公众拥有和运营的去中心化可信新闻媒体，从2018年开始正式发行基于以太坊链上功能令牌的CVL，新闻制作人(包括newsmaker、生产者和审计者)市民读者(citizens)用CVL购买新闻。

BBC、美联社、《卫报》等新闻机构加入Civil需要经委员会(Civil Council)审查，经由平台注册处(Civil Registry)花费一定的CVL，在《平台公约》(Civil Constitution)签署后，登录新闻工作室(Newsroom)进行新闻议题和内容的发布

市民读者和专业记者可以承担事实核查任务并享受奖励，如有不实或劣质消息，经公民投票认定后，由委员会公开审查处理，不良工作室的CVL奖励核查和投票者。所有用户在Civil上进行新闻发布、阅读、投票等行为，链条上都打上了时间戳，是公开透明的。其中的良性行为都将获得代币奖励，但消费代币的机制不完善，大量读者不会为了消费CVL阅读新闻而购物最终Civil宣布2020年经济持续运行失败。

去中心化规模化新闻产业链上的媒体平台实验宣告失败，2022年出现了小规模新闻DAO——JournDAO以去中心化自治组织的形式进行新闻生产为目标，从4月至今一直没有突破冷启动的关口，参与人数不足，半年内没有生产新闻。之后的发展有待观察。作为JournDAO的创始人之一，Clinamenic也是目前专注于媒体内容生产的PubDAO这一媒体DAO的核心贡献者。

PubDAO成立于2021年10月，Web3.0媒体Decrypt和其他道行的贡献者如FWB道等帮助孵化，召集了100多名在“Web3.0 impact media”路口工作的早期贡献者进行特别执笔。

成员可以在DAO内接收写作任务，并获得美元报酬。文章任务可能来自其他项目方，如与Meme.Market合作探索模因型感染概念的文章项目，300-500字报酬150 U。

但是，目前、Pub DAO至今活跃度不高，特别是进入熊市后，即使收到帖子产量也很有限，1月的更新约2-3篇，被评为“开花”；生产力也很分散这可以从推特发布的文章分为不同的平台链接来比较直观地表达。

荒地为什么变成荒地，该如何开出第一朵花？

总体上，当今Web3.0时代的媒体可以用“未完成的气候”来评价。

首先从参与者和生产者的角度出发，进入Web3.0的门槛太高，接触线上媒体的用户规模不够，同样媒体内容的生产者也不够，同时用户付费意识不强，连锁。

对于内容，这种规模的内容生产者和观众无法支持高时效性新闻的持续生产，而对于与加密市场相关的专业性媒体内容，参与者和用户的兴趣将会结合在一起

从

频道看网络2.0专业媒体，如英语国家的Coin Desk、CoinTelegraph等，华语圈的Foresight News、Odaily、Panews等的存在严重割裂了加密新闻信息接入用户的渠道市场，而Web3.0的媒体内容生产没有聚集性强的平台产品，用户接入，链条上的媒体在Web3.0时代沉淀个人品牌似乎还是依靠Web2.0产品。另外，目前的产品还是比较早期的，没有整合共创功能，不符合用户使用习惯、收益激励不强、工作效率不高等，尚未解决用户的核心痛点。

除了以上三个方面，市场熊牛转换的宏观周期在一定程度上扼杀了支撑媒体试验性发展的可能性。虽说是熊市Build但是，真的有很多人留在熊市保持热情吗？真的有人会对媒体进行逆向投资和消费吗？22年的熊市，对Web3.0时代的媒体开垦来说无疑是雪上加霜。

在没有变成气候的蛮荒之地越是荒芜就越充满可能性。毕竟气候不是一个人能改变的，也不是一朝一夕就能看到的。无论是Mirror的内容生态共建尝试、Civil的新闻内容链生产模式尝试，还是PubDAO的媒体内容生产组织尝试，目前正在进行的这些实验在一定程度上勾勒了Web3.0时代媒体生态的交错景象，即使遇到障碍和失败也是勇敢而成功的。[xy 002] [xy001]需要明确的是，web3.0时代的媒体是web3.0生态的辅助设施不是基础设施。在开垦的道路上独自前行确实很困难，在共识的世界里，人永远是价值品，Infra生态不完善，Web3.0准入门槛依然很高，难以打破圈子获得大用户的情况下，这里依然没有水也没有肥。放眼脚下，Mirror的共建生态也能给我们一些启发。去中心化，组装开发一个个功能模块，也可能是种花的途径。在下一个周期中等待人员和资金的流入来组装完成的产品，优化用户体验。

还有需要扩大未加密内容的圈子。例如，Mirror的电影拍摄通过合作采购，在吸纳电影产业的长尾部分进入Web3.0时代，连锁媒体可以与实体经济有更多的联系，需要找到合适的场景展示了链上的确权和数据个人身份的优点。

荒地上第一朵花开放的时候，我相信花填满田野也不会太远。

谢谢

去中心化媒体和研究组织DAOrayaki公开支持THUBADAO的独立课题研究，进行公开成果的共享。研究主题主要集中在Web3、DAO等相关领域的内容。

本文是补助金成果的第一次共享。

DAOrayaki是一个表达社区意愿、功能齐全的去中心化媒体平台和研究组织。目的是链接创作者、资助者和读者，提供Bounty、Grant、市场预测等各种治理工具鼓励社区自由研究、政策展、报道多类话题。 [xy 002] [xy001]

THUBA道是由清华大学区块链协会(thu ba)成员发起的去中心化组织。 THUBA DAO致力于为所有学生提供Web3世界成为连接国内外区块链社区的桥梁，培养最优秀的新一代网络青年和先锋。

参考文献

[1]林丹菁，何扬鸣.基于区块链技术的公民新闻发展——基于——civil的案例研究[J].青年记者，

2022(04) :36-38.doi :10.15997/j.cn ki.qnjz.2022.04.052.[xy 002]

[2]谭小荷.基于区块链的新闻业：模式、影响与约束——以——civil为中心的考察[J].现代传播，2018(04) :91-96.

[3]史安斌，杨朝晟. Web3.0时代的国际传播与公共外交：趋势与愿景[J].青年记者，

2022(15) :93-97.doi :10.15997/j.cn ki.qnjz.2022.15.030.[xy 002]

[4]杭敏，续雪. 2021年全球传媒产业发展报告[J].传媒，2022(16) :16-21.

[5]泷君.真正的Web3是？从Mirror的创作者生态到[EB/ol].https://MP.weixin.qq.com/s/irymln 7f _ SD3eycrsjqyxa [xy 002]

[6]CTR洞察.内容创新与经营破局：2022中国传媒市场趋势|芒种报告[EB/ol].https://MP.weixin.qq.com/s/glgr7hksrvqwjfl8fkrlow ,

[7]刘忠波.“区块链”新闻平台的规模化程度是多少？|德外推荐阅读[EB/OL].

[xy 001] 3359 MP.weixin.qq.com/s/t _ if43 jpm glt 8ie 2d _ cb0g [xy 002]

[xy 001] [8] Shawn.Shuming Hao 123 @ QQ[xy 001] 3359

Shawn.mirror.XYZ/sly qz 4t7fkcsvy 5q r0 vk ea C1 r-y3i 7j6imnjmvvfeok [xy 002]

正文链接：<https://www.8BTC.com/article/6792102> [xy 002] [xy 001]
]转载请注明文章出处