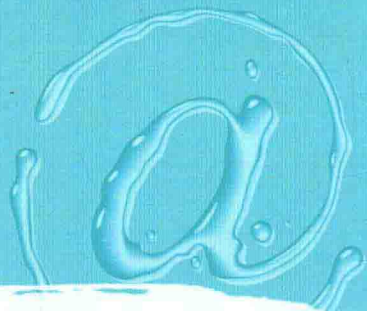


教育部社会科学研究青年基金项目研究成果



基于三网融合环境下的 手机电视艺术研究

李雨生 周勇 / 著



中国书籍出版社
China Book Press

基于三网融合环境下的 手机电视艺术研究

李雨生 周勇 / 著



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

基于三网融合环境下的手机电视艺术研究 / 李雨生, 周勇著. — 北京: 中国书籍出版社, 2015. 12
ISBN 978 - 7 - 5068 - 5279 - 1

I. ①基… II. ①李… ②周… III. ①移动电话机 - 数字电视 - 传播媒介 - 研究 IV. ①TN949.199 ②G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 269154 号

基于三网融合环境下的手机电视艺术研究

李雨生 周勇 著

策划编辑	李立云
责任编辑	李立云
责任印制	孙马飞 马 芝
封面设计	文人雅士
出版发行	中国书籍出版社
地 址	北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)
电 话	(010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)
电子邮箱	yywhbjb@126.com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京厚诚则铭印刷科技有限公司
开 本	710 毫米 × 1000 毫米 1/16
字 数	220 千字
印 张	15.25
版 次	2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5068 - 5279 - 1
定 价	46.00 元

版权所有 翻印必究

序

近20年来,随着移动通信技术的迅猛发展及其广泛应用,特别是“三网融合”时代的到来,手机已经从简单的移动语音通信工具演化成集通信信息、各种文化信息服务、娱乐等为一体的大众传播工具,人们不仅可以利用手机进行语音通话,还可以从中欣赏小说、音乐、电影、电视及动漫等艺术作品。电视艺术通过手机悄然跃入我们的手掌,电视节目就装在我们的口袋中。于是,手机媒体不再仅仅作为电视艺术的一种传播途径而存在,一种新的电视艺术形态——“手机电视”应运而生。在这个背景下,重庆邮电大学传媒艺术学院副教授李雨生同志抓住研究热点,运用研究传统电视艺术的方法对手机电视的本体及艺术现象进行了全方位观照。一方面,借鉴传统电视艺术的已有研究成果,将手机电视呈现出来的艺术特质置放于传统电视艺术的研究平台上予以多维审视与全息把握;另一方面,从手机电视新媒体艺术出发,将传统电视投射于新媒体电视的发展视野,不仅探讨了手机电视赋予传统电视的全新命题,还对其即将引发的传统电视艺术现象的变化转型进行敏感把握。手机电视是手机传播移动技术与现代电视艺术相结合的产物。现代电视艺术是一种建立在科学技术基础上的艺术样式,其生存和发展的基础大多取决于技术的开发与应用,每一次科技革新都会对电视艺术产生重要影响。手机的传播移动革命使得电视艺术的审美时空得以重构,主要表现在:其一,在时间节奏上,手机电视占据受众碎片化的日常时间,而非仪式化的节日时间,这是手机电视追求内容短小精悍的原因;其二,在空间结构上,手机电视只需近距离的掌面

空间，而非远距离的墙体式空间，这是手机电视追求形式简洁清晰的原因；其三，在欣赏状态上，手机电视适合漫不经心的把玩式欣赏，而非沉浸式的深度投入，这是手机电视具有新型目标受众的前提。

手机电视审美方式的多维面改变，导致了传统电视的本体变化。手机媒体不仅在传播方式上对传统电视进行了移动革命，还在电视艺术的本体层面、视听语言、叙事方式、内容形态、审美时空、文化观照等多方面进行了全面革新。著作从形而下的“物理”层面入手，对手机电视现象的发生、演化进程进行了多维审视，进而上升到形而上的层面，对手机电视艺术的本体特性、视听语言、叙事特点及叙事方式、节目形态等进行了全面深入探查。在本体论的研究基础上，本著作还通过广泛深入的调查研究，分析了手机电视受众群体的人口结构特征，剖析了审美接受心理，揭示了受众的审美需求与消费动机。最后还探讨了我国手机电视文化和产业在发展中存在的问题及引导对策。

通过研究，本著作较为准确地勾勒出了手机电视的生存态势，厘定了手机电视的本体维度，初步建构了手机电视艺术论的体系框架。

是为序！

重庆邮电大学传媒艺术学院 执行院长 夏光富

2015 年 11 月

目 录

序	1
第一章 绪论	1
第一节 研究背景与缘起	2
一、手机电视发展方兴未艾	2
二、“三网融合”的发展必然	5
第二节 研究意义与价值	8
一、有利于手机电视节目的大众化创作	8
二、有利于手机文化生态健康的发展	10
三、有利于带动小微文化产业的发展	12
四、有利于电视艺术学科(专业)的建设与发展	14
第三节 文献研究综述	15
一、关于手机电视发展的研究	20
二、关于手机电视运营模式的研究	21
三、关于手机电视技术方面的研究	22
第四节 研究思路和基本框架	24
一、研究思路与方法	24
二、研究内容的结构与框架	27
第二章 手机电视艺术概述	33
第一节 手机电视艺术的界定	34
一、电视	34
二、手机电视	35
三、手机电视的发展	38

第二节	手机电视的艺术属性	43
一、手机电视艺术的普遍属性		44
二、手机电视的本体属性		48
第三节	手机电视艺术的美学特质	52
一、审美受众群体大众化		52
二、审美时空与方式变化		54
三、审美对象的文本构筑方式变化		57
第四节	手机电视艺术的演进历程	61
一、移动信息与“三网融合”技术的发展		61
二、吸引消费群体的附属娱乐形式		63
三、移动通信附加增值业务		64
四、新形态的电视艺术类型		66
第三章	手机电视艺术的语言	69
第一节	手机电视艺术语言	70
一、艺术语言		70
二、电视艺术语言		71
三、手机电视艺术语言		76
第二节	手机电视艺术的视觉语言	79
一、手机电视视觉语言的载体性质		79
二、手机电视视觉语言的艺术特征		85
第三节	手机电视的听觉艺术语言	89
一、手机媒体的声音格式		90
二、手机电视的有声语言		94
三、手机电视的音乐		96
四、手机电视的音效		97
第四节	手机电视的剪辑艺术语言	98
一、影像组接		99
二、音影对位		100
三、剪辑艺术		101

第四章 手机电视的叙事方式	105
第一节 手机电视艺术叙事的普遍特征	107
一、能指大于所指	108
二、视觉修辞叙事	110
三、碎片化叙事	111
四、消费性叙事	112
五、时空错乱叙事	114
第二节 手机电视的叙事类型	116
一、语言文字辅助叙事	116
二、影像主体叙事	119
第五章 手机电视艺术的节目形态	129
第一节 电视节目形态概论	130
第二节 手机电视的节目形态和媒介特征	134
第三节 主要的传统电视节目形态	135
一、电视新闻类节目	135
二、电视纪录片	137
三、电视文艺与娱乐节目	138
四、电视剧	139
五、综艺节目	139
第四节 手机电视新闻类形态	140
一、手机电视新闻节目形态的定义	140
二、手机电视新闻节目形态的元素	142
第五节 手机电视综艺节目形态	145
一、从分众化现象看手机电视节目的发展	146
二、手机电视综艺节目的分类	147
三、手机电视综艺类节目的分众化传播	147
四、手机电视综艺节目收视特点	149
第六节 手机电视剧情类节目形态	150

一、手机电视短片的艺术特征	150
二、经典手机电视剧评析	152
第七节 UGC 节目形态	158
一、手机电视 UGC 形态产生的动因	158
二、UGC 形态, 电视艺术彰显生命的“草根”历程	161
三、手机电视 UGC 内容的具体形式	163
四、手机电视节目 UGC 形态的内容面临的问题与对策	172
第六章 三网融合背景下手机电视艺术的传播生态	177
第一节 手机电视的传播特点	178
一、分众传播	179
二、互动传播	180
三、“补偿”传播	182
第二节 手机电视受众的结构与特点	184
一、手机电视受众的结构	184
二、手机电视受众结构的特点	188
第三节 手机电视受众群体的审美心理	192
一、手机电视受众的心理趋向	192
二、手机电视受众的审美心理	196
第七章 手机电视艺术的文化与产业	203
第一节 手机电视文化	204
一、手机电视与文化	204
二、手机电视属于大众文化	208
三、手机电视文化的建设策略	217
第二节 手机电视	219
一、手机媒体对电视产业的影响	219
二、我国手机电视发展现状	223
三、我国手机电视发展策略	229

第一章 | 绪论

第一节 研究背景与缘起

手机成为继报纸、广播、电视、网络后的全球第五大媒体已是大势所趋。手机电视,作为“第五媒体”的典型应用,从2003年至今在我国发展已有9个年头,借助2004年雅典奥运会、2008年北京奥运会等重大事件有过迅猛发展,但大事件过后又出现大幅度下滑,恢复到先前水平,总体上呈现出在波动中艰难前行的趋势。2010年1月,国务院常务会议提出改革规划,就重点加快推进互联网、电信网以及广播电视网的网络融合,并明确提出了着重就电信业务和广播电视进行双向深入广泛的试点工作,三网融合预示着手机电视将面临一次新的发展契机。随着资费的下调、3G的普及、CMMB、手机终端技术的发展,以及“广电和电信业务双向进入”三网融合政策的出台,手机电视已经走出了资费、技术、终端、政策、标准的瓶颈,当今的手机电视竞争是“内容为主,形式优先”,手机电视的发展是内容竞争拓展和形式创新的相互作用,手机电视的全方位研究俨然已经成为手机电视发展重要的研究课题。

一、手机电视发展方兴未艾

2003年11月期间,在博鳌亚洲论坛开幕前期,海南广播电视台的电视新闻综合频道、公共频道开始反复播放“海南广播电视台掌上频道(手机电视)”的宣传片,这一举动意味着我国首家手机电视业务的正式启动。

2004年年初,联通在全国范围内推出“视讯新干线”的新业务,并依托CDMA网络,发展手机电视。而移动则依靠GPRS网络,在5月将手机

电视作为数据业务品牌“银色干线”的时尚业务正式推出，中国电信业中两大巨头正以手机电视预演着 3G 大战。“手机电视”也被业内人士认为 2004 年最热门的无线应用之一。

2005 年，上海文广集团获得了我国颁发的第一张手机电视运营牌照，并以此为契机，组建了第一家全网运营的手机电视公司。而东方龙移动通信有限公司则成功的投资制作了我国第一部手机短剧《新年星事》以及第一部手机互动情景剧《白骨精外传》，并在社会上引起了强烈的反响。此时的手机电视主要是基于 2.5G 移动通信网络的流媒体传播模式，但是由于 GPRS 的实际带宽只有 40KBPS，CDMA 实际带宽只有 70KBPS，手机电视的效果根本无法与传统电视比，从而影响到用户收看的兴趣。于是，各地开始纷纷进行手机电视相关试验。

2006 年，作为我国手机电视的起步增长年，我国手机电视付费用户达到 28 万人之多。4 月的时候，国家广电总局叫停移动电视各地实验。2006 年 10 月 24 日国家广电总局正式公布了移动多媒体广播行业标准——CM-MB 标准，并于 11 月 1 日起开始正式施行。2006 年 9 月 5 日，在北京召开的中国无线技术大会上，国家广电总局科技司副司长王联透露，我国将以坚持自主创新、统一全国标准、促进三网融合、带动民族工业发展作为移动多媒体广播的发展的基本原则。意味着我国手机电视标准将坚持自主创新并出台统一标准以促进三网融合。截至 2007 年上半年，依靠 2.5G 和 2.75G 网络技术，我国手机电视用户已经超过 90 万。作为被业界普遍称做未来最具潜力的移动增值业务爆发点的手机电视业务，已经逐渐的渗透到我们生活的各个角落。

随着北京奥运会的到来，2008 年被视为手机电视发展的机遇年。从中国移动公司公开的数据中获悉，截至 2008 年 8 月 19 日，已有 100 多万中国移动手机电视用户观看奥运视频，点击率超过 700 万，总时长 30 多万小时。奥运会开幕当天，中国移动手机电视奥运专区用户量近 20 万。在奥运圣火即将被点燃的这段时间中，手机电视为不能在电视机前观看的奥运会的人群提供了一个观看的途径，并藉此吸引了大批的受众，但随着奥运结

束曲的响起,手机电视用户出现指数型的快速下降。10月过后,手机电视数据费用与奥运前持平。2008年CNNIC(中国互联网络信息中心)发布《中国手机媒体研究报告》称:“手机电视普及率在手机媒体业务普及率中最低,在发达城市仅为3.8%。2008年年底,广电总局表示,将筹集百亿元资金,到2010年使CMMB标准的手机电视用户从120万提高到5000万。”2009年1月,3G正式发牌投入商用,带宽得到了显著改善,各运营商纷纷下调手机上网资费,上海东方龙新媒体有限公司推出首个3G手机电视频道“高尔夫频道”,手机电视正式迈入3G时代,业界、学界都对“掌中电视看中国”给予了美好的想象。但是正如著名的行业研究机构Instat China副总裁弗兰克·迪克森在2009年8月所说:手机电视产品集合了电视和手机两种功能,几乎所有人都看电视,几乎所有人都有手机,所以业内人士就理所当然地认为,将二者结合之后的市场会非常巨大。事实上,手机电视的发展相当缓慢,它的市场规模并不及预期。2009年3月,中国移动与中广移动就手机电视合作,在新上市的TD手机中加入CMMB功能,使用户能够同时使用手机的3G网络与手持电视服务,电信与广电融合进入商用阶段正式开始。

2010年1月,国务院常务会议提出改革规划,重点加快推进互联网、电信网以及广播电视网的网络融合,并明确提出将在2010—2012年期间,广播电视和电信业务进行双向深入广泛的试点工作。中国社会科学院发布的新媒体蓝皮书——《中国新媒体发展报告(2010)》中指出:中国手机电视是有巨大发展潜力的新兴产业,是我国未来手机业务发展的重要着力方向。蓝皮书同时提到,到目前为止,我国手机电视用户约为400万,然而仅仅到2010年10月,中国移动手机视频总收入就达到了6亿元,提前3个月完成全年创收指标。从2010年11月25日在京举行的“2010TD网络创新研讨会”上我们了解到:该年年底我国TD基站总数将达到约22万个,网络覆盖全部县城。同时,截至2010年11月,CMMB标准已经在全国346个城市开通,现已开通地级城市330个,县级城市9个,以及7个暂未完成开通地级市,城区覆盖率达90%。

在看到手机电视曲折前行、走向繁荣的同时，我们依然可以从某些端倪中预见手机电视在未来发展中的各种困难。因为，虽然 CMMB 地面城市覆盖率已达 90%，但 CMMB 是参照韩国的卫星加地面补点覆盖的广播网络 SDMB 模式，融入我国独有的技术标准形成的。其最终目的是实现“天地一体”，因此虽然地面覆盖成熟，但“只有卫星升空，才能真正实现‘天地一体’的覆盖模式”。目前因为发射方面的一些技术原因（苏联的火箭发射），卫星还不能按照计划中的 2008 年下半年升空，并且在 2008 年的新媒体高峰论坛上，国家广电总局规划院姜文波院长曾说道：广电总局暂不考虑卫星的发射计划。目前只靠地面覆盖支持的 CMMB，被《纽约时报》戏称为“一条腿走路”。同时，为三网融合做准备的广电双向网络建设，“目前有线用户 1.6 亿中未完成双向网络改造依然有 90% 以上（近 1.5 亿），这离全国 2012 年年底广电双向改造 80% 以上覆盖的目标，还相当遥远”。现今广电网络根本无法实现双向互动。

二、“三网融合”的发展必然

随着三网融合进程的加速，手机电视遇到的困难和瓶颈，将在三网融合的背景下得以突破。“三网融合是指电信网、广播电视网、互联网在向宽带通信网、数字电视网、下一代互联网演进过程中，其技术功能趋于一致，业务范围趋于相同，网络互联互通，资源共享，能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务。”总体而言，三网融合能带动手机电视实现技术上的融合和革新、产业上的融合和革新以及内容上的融合和革新，能给处于曲折前行中的手机电视带来新的发展机遇。具体表现为以下三个方面。

（1）三网融合能实现手机电视发展中技术的融合和革新。其一，三网融合推进了有线电视网络双向化和数字化升级改造，推动了电信网宽带工程建设，从而提高了手机电视的接收画质、观看的流畅度，扩大了手机电

视接收范围,也增加了深度互动性。其二,三网融合明确加强了网络统筹规划和共建、共享,充分利用了现有的信息基础设施,能积极发挥三种网络的长处和传输方式的长处,避免了重复性建设,能高效利用网络等资源。制定适合三网融合网络、信息服务、业务的国家标准,建立科学完善的技术标准体系,统一标准有利于手机电视走出标准之争的混乱,实现手机电视各运营主体技术优势强强联合。例如,三网融合后,电信网与有线电视网融合,推出了TD-MD业务,使手机电视实现了直播和点播两种播放方式的共存,同时,随着三网融合的不断深入,手机电视还实现了个人的定制和多种方式的深入互动。其三,就前面两点:网络基础建设加强和基础资源共享、标准逐步统一,打消了手机电视生产链下游生产商的疑虑,在极大程度上推动了手机电视终端的研发以及集成电路、软件和关键元器件等基础产品的研发,使互动更加智能化,使观看更加清晰、流畅、舒适,使待机时间更长久等。

(2) 三网融合能实现手机电视发展中内容的融合和革新,三网融合推动了电信、广电业务双向进入以及内容资源的互通互用,满足国民经济和社会信息化的需要,实现内容的大丰富和大繁荣。对于手机电视而言,其集成播控业务由广电部门负责,由宣传部门指导。符合条件的国有电信企业在有关部门的监管下,可从事除时政类节目之外的广播电视节目生产制作、互联网视听节目信号传输、时政类新闻视听节目转播服务,以及除广播电台电视台形态以外的公共互联网音视频节目服务和IPTV传输服务、手机电视分发服务。使得手机电视的内容提供商也由以前单一的广电部门变为了广电和电信一定程度上的共同提供;同时,由于三网融合环境下电信的可控性对手机电视内容政策的影响,在一定程度上放开了手机电视内容生产的准入,手机电视产业链上游的内容生产商也因此变得活跃起来,专门的手机电视制作单位、互联网视频生产商、普通个人等也都纷纷加入到了手机电视内容生产者的行列中来。

(3) 三网融合能实现手机电视发展中产业的融合和革新;明确各自的业务范围。“三网融合文件明确提出鼓励广电、电信企业及其他内容服务、

增值服务企业，充分利用三网融合有利条件，大力创新产业形态和市场推广模式，推动移动多媒体广播电视、IPTV、手机电视、数字电视宽带上网等三网统合相关业务的应用，促进文化产业、信息内容产业、信息服务业和其他现代服务业快速发展。”在三网融合背景下，手机电视生产链上的各个部分都在向自己的上下游延伸和聚合，如富年科技。同时，通过三网融合试点，一些先进的发展模式被引入到了手机电视发展中来，如2005年作为第一家取得手机电视牌照的上海文广成立了专门的手机电视业务公司——东方龙，它也是第一家专门为手机电视制作节目的公司。随着三网融合地开展，2009年年底东方龙与上海文广旗下同为新媒体公司的东方宽频网络电视台、百事通IPTV在3G业务上逐步实现三屏融合，“通过网络连接，形成视听内容的传递和互补。三块屏幕成为彼此的延伸，构建虚拟社区互动平台。用户可以通过手机、电脑和电视机中的任何一种终端，向好友推荐分享内容，而对方则可以通过三种设备中的任何一种第一时间看到听到推荐的内容”。

“三屏融合”战略开始从“概念运作”步入“内容合作”的实质阶段，并带领着手机电视朝着海量有效、获取便捷的方向发展。另外，东方龙战略合作部总监张中阳表示：“节目的内容和来源极大丰富，才能真正体现出手机电视的个性化特色，推动手机电视业务的大规模普及，从而拉动整个手机电视的内容产品产业链，实现良性循环和规模运营，用户才能得到实惠。”在运营模式上，东方龙也摒弃了原有的粗放照搬模式，聚焦专业化，逐渐走出了买断节目、分成合作聚合内容和自我制作节目三条路子，这些都让东方龙在众多手机电视媒体中独占鳌头。

第二节 研究意义与价值

无论从性能还是功用,手机电视都将超越传统电视艺术的生存模式,呈现出一种全新的面孔,并深刻地影响着人们的生活。本研究通过借鉴传统电视艺术甚至涉及影视艺术的研究方法与理论成果,对手机电视生发的电视本体性变革及其对传统电视外延的拓展进行一次深刻探索。本研究旨在将手机电视这种“亚艺术”现象纳入艺术范畴及文化视野予以观照,力求准确地勾勒出手机电视的生存现状与发展态势。具体而言,本研究意在密切关注手机电视现象的演进过程,同时,思量其对电视本体理论产生的变革性影响,并初步建构能促进手机电视艺术与产业健康发展的理论体系,也对全面而深入地研究手机电视艺术具有重要的理论意义与现实价值。

一、有利于手机电视节目的大众化创作

手机电视作为电视形态的一种延伸形态,是近年来随着移动通信技术发展而出现的一种亚艺术产物。人们对手机电视的理性认知与学理把握远远滞后于现象和概念的“热闹”,由此导致“概念大于实质”、理论严重滞后于创作实践、创作实践严重“偏航”的不利局面,严重影响了手机电视艺术现象的生态发展。目前对手机电视的定义大多从产业性出发,多作为一种移动增值“业务”予以界定,这种界定在本质上忽视了其文化功用,从而否定了其艺术性质。这些认识对手机电视的创作实践极其不利,普遍认为手机电视就是将传统电视更改格式,能在手机上进行传播即可。

手机电视首先改变了受众的观赏习惯,把受众从固定的欣赏模式中解