

网络剧的创作方式 与传播机制研究

冯宗泽 著

THE RESEARCH OF NETWORK DRAMA
ON THE MODE OF CREATION AND THE MODE OF TRANSMISSION

本书较为翔实地阐述了网络剧的发展历程和发展内外因，将网络剧独特的讲述方式和剧本创作模式进行了总结，预测了网络剧未来发展走势，为创作者和研究者勾勒出了较为清晰的网络剧创作脉络。



中国文联出版社
<http://www.clapnet.cn>

网络剧的创作方式 与传播机制研究

冯宗泽 著

THE RESEARCH OF NETWORK DRAMA
ON THE MODE OF CREATION AND THE MODE OF TRANSMISSION



中国文联出版社
<http://www.clapnet.cn>

图书在版编目 (CIP) 数据

网络剧的创作方式与传播机制研究 / 冯宗泽著 .

-- 北京 : 中国文联出版社 , 2016.12

ISBN 978-7-5190-2382-9

I . ①网… II . ①冯… III . ①互联网络—电视剧创作—研究—中国

②互联网络—电视剧—传播学—研究—中国 IV . ①J9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 298426 号

网络剧的创作方式与传播机制研究

著 者: 冯宗泽

出 版 人: 朱 庆

终 审 人: 张 山

复 审 人: 曹艺凡

责任编辑: 张 为

责任校对: 朱为中

封面设计: 马庆晓

责任印制: 陈 晨

出版发行: 中国文联出版社

地 址: 北京市朝阳区农展馆南里 10 号, 100125

电 话: 010-85923073 (咨询) 85923000 (编务) 85923020 (邮购)

传 真: 010-85923000 (总编室), 010-85923020 (发行部)

网 址: <http://www.clapnet.cn>

<http://www.claplus.cn>

E - mail: clap@clapnet.cn

zhangwei@clapnet.cn

印 刷: 中煤 (北京) 印务有限公司

装 订: 中煤 (北京) 印务有限公司

法律顾问: 北京天驰君泰律师事务所徐波律师

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 710×1000

1/16

字 数: 150 千字

印 张: 10.25

版 次: 2016 年 12 月第 1 版

印 次: 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5190-2382-9

定 价: 36.00 元

导 言

每一个时代都会将它的技术工艺、时代意象、文化心理结构与精神气质投射到那一个时代的艺术作品中，可以说，每一个时代都有属于它自己的主流艺术形式与艺术理念。当新的技术能为新的艺术样态提供技术支撑与表现手段时，时代就会迫切召唤符合这一时代审美特征的崭新艺术形式出现。在当下互联网时代，社会生活的方方面面都发生了翻天覆地的变化，而产生于数字网络化媒介生态中的“网络剧”，无论是其本体特征、文本意义，还是其创作思维范式、叙事模式与传播方式无不融入了互联网基因，它正在成为当代社会的一种典型文化样态。网络剧的盛行并非流行媒介文化现象的一时狂欢，也非传统电视剧的数字网络化改造和简单二度编码，简言之，网络剧通过博采传统艺术、网络科技以及众多传媒业之长，以新的文化身姿和美学活力，动态地吸纳整合当代社会文化、数字技术和广博的集体记忆、大众情感，彰显出一种海纳百川又特立独行的文本气质。

网络剧以其凌厉的文化力量，正在不断冲击、改变，甚至重构着传统媒介生态。它本身强调网友参与互动，并通过不断生成新的话语方式、修辞方式、叙事方式以及文本意义，正松动着固有的媒介话语壁垒。网络剧的登场所带来的不仅是对电视剧艺术本体的冲击，更饱含着对正统话语的反讽以及对民间修辞的高扬。因此，无论是创作者还是媒介把关人都有必要跟进时代，关注、了解网络剧的当下与未来，探究其创作规律及制作流程，明晰其传播方式及接受特性，引领其美学生长与文化担当，将网络剧创作提升到当代社会文化建构以及全球国家文化软实力博弈的认知高度，进而更好地指导网络剧创作，有效提升我国网络剧生产与制作水平。

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 研究缘起	3
第二节 文献综述	5
第三节 “剧”在电子媒介时代以来的历时性梳理	9
第四节 网络剧的概念、类型与特征	12
一、网络剧的概念界定：狭义与广义	12
二、网络剧的基本类型	16
三、网络剧的基本特征	21
第五节 研究框架以及方法论依托	28
第二章 网络剧的历史嬗变及其发展趋向	31
第一节 网络剧兴起的动因	33
一、数字技术的催生	33
二、互联网媒介的驱动	38
三、社会系统的变革力量	39

第二节 网络剧发展历程	45
一、依附发展期	46
二、拼贴成长期	47
三、独立成熟期	47
四、成熟发展期	48
第三节 网络剧的未来发展趋势	51
一、大数据与云计算技术所引发的网络剧内容创作 与生产方式的变革	51
二、交互叙事的强化	53
三、拟像操控的可能	53
四、观赏方式的变革	55
五、定制网络剧的潜力	55
第三章 思维范式的转型	
——网络剧的创作理念变革	57
第一节 从创作为中心到用户为中心	
——网络剧思维范式重心的偏移	59
第二节 从大众化到分众化、个性化	
——网络剧的长尾现象	64
第三节 从闭环到开放的多元创作主体	
——网络剧的用户创造内容	68
第四节 从抽样分析到全数据分析	
——网络剧的大数据思维	71
第五节 从单打独斗到多元协作	
——网络剧的平台思维	75

第四章 叙事模式的多元化

——网络剧叙事与修辞方式的变革

77

第一节 网络剧叙事话语的决定性力量

79

第二节 网络剧独有的叙事呈现

84

一、碎片化叙事

84

二、互动叙事

86

三、立体网状叙事

89

第三节 话语风格的嬗变

90

第五章 网络剧的传播机制变迁

97

第一节 传播方式：从“中心化、单向化传播” 到“碎片化、网状传播”

99

一、传统媒介的单向性传播

100

二、互联网所赋予的网状传播方式成为主流

103

第二节 传播主体：从垄断到多元

107

一、视频网站

107

二、舆论领袖

108

三、传统媒体

109

第三节 媒介受众：从被动型受众到网络用户到族群型粉丝

110

第四节 媒介终端：从单屏到多屏

111

第六章 去中心化的景观世界

——网络剧的文本意义重构

113

第一节 草根话语的强烈诉求

115

第二节 全新角色功能的建构

120

第三节	后现代主义思维的延伸	124
第四节	日常生活审美化的凸显	129
第七章	结 论	135
第一节	研究发现	137
一、	网络剧的传播机制	137
二、	网络剧点击量影响因素	139
第二节	研究启示	141
一、	网络剧已成为公众抒情达意、表达社会诉求的重要载体	141
二、	网络剧促进技术和艺术的相辅相成	142
三、	网络剧正推动媒介话语权力生态的重构	143
四、	网络剧正成为全球国家文化软实力博弈的重要载体	144
参考文献		147
后 记		154



第一章

绪 论

“我们不再是媒体的消费者，我们以另一种方式使用媒体。我们能从其他来源创作自己的媒介内容。我们不需要和别人待在一起，我们能和创造媒体的人对话，这类媒体远超过我们自己创造的数量，我们创造自己的媒体。”

——丹·吉尔默

“……所有普通与不凡之间的环节都简化了，所有向往与实现之间的可能性都扩张了……原本稀薄的得以聚合，曾经蜷曲的得以伸展；容易被忽略的得以呈现，可能被排斥的获得接纳；孤独的不再孤独，卑微的不再卑微。”

——摘自纪录片《互联网时代》

第一节 研究缘起

当英国广播公司BBC于1930年播出了世界第一部电视剧《嘴里叼花的人》之后，“电视剧”这一通俗有趣、观赏便捷的崭新艺术形态伴随着电视媒介的迅速扩张而风靡世界。原本盛行于公众夜生活的剧场文化、咖啡馆文化、茶馆文化逐渐被电视剧文化所侵占，全家人在固定的时间、固定的场所围坐在电视机前共同观赏电视剧已成为电子媒介时代的典型社会文化符号。随着互联网时代的迅速崛起，笔记本电脑、IPTV、互联网电视、智能手机、平板电脑、智能机顶盒、智能可穿戴设备、虚拟现实头盔等网络终端媒介产品不断涌现，这些具有去中心化、非线性传播以及海量内容的新媒体正不断冲击、颠覆乃至重构着传统电视媒介内容的生态体系。虽然电视台每天依然还会把丰富多彩的电视节目定点定时传送到千家万户的电视机中，但那个曾经是全家人围聚观赏的媒介终端却在移动互联网的发展浪潮中不断受到冷落。据国家新闻出版广电总局发展研究中心发布的《中国视听新媒体发展报告（2013）》调研结果显示，电视行业正在遭受前所未有的危机：“北京地区电视机开机率已从三年前的70%下降至30%……40岁以上的消费者成为收看电视的主流人群，电视观看人群的年龄结构呈现‘老龄化’趋势。”^①

但另一方面，根据德勤的《媒体民主状况》年度调查报告却显示：由于

^① 庞井君等：《中国视听新媒体发展报告（2013）》，社会科学文献出版社2013年版，第6页。

人们可以通过笔记本、平板电脑和其他移动设备观看视频内容,电视节目的整体观看量反而增加了。^①就在不断唱衰电视行业的众声喧哗中,人们其实往往忽视了电视媒介内容行业自身的生态进化能力,互联网时代其实也为其提供了巨大的发展机遇,就在媒介融合发展生态的行进中,“网络剧”这一新兴的网络时代文化样本逐渐走入了我的研究视野。

毋庸置疑,人类正经历着物质、文化、精神、价值向度的全面转型,是多元主体、碎片叙事与传统并行共存的时代,是传播方式、生产方式、思维方式转型的时代。依托网络平台传播的网络剧,其传播面积之广、传播速度之快、传播互动力度之强,紧扣着受众脉搏,影响着受众的文化品格和审美格调。然而,当下对网络剧的理论研究还处在初级阶段,市场上的网络剧发展迅猛,而理论研究却相对滞后,仅有的研究多停留在现象阐述和行业分析上,对网络剧创作方式的指导、创作脉络的梳理、传播方式的总结较少,并未形成气候。创作者往往摸着石头过河,根据经验创作,缺乏一定的理论指导,理论与创作实践之间的鸿沟较深。即使尝试网络剧创作,创作者也多是依靠传统电视剧创作经验,沿袭传统电视剧创作模式和方法,对网络剧本体属性并不明晰,对网络剧创作规律掌握甚少。

新的传播平台、接受方式,带来的是媒介话语方式和接受习惯的转变,传统的叙事方式能否适应新的传播方式?如何才能依托新媒体平台进行有效传播?怎样在新媒体平台上“讲好故事”?这些命题既关乎新媒体平台上现身的网络剧的有效送达,在宏观上又关乎舆论导向、关乎文化产业发展整体格局、关乎民族审美文化品格的提升,同时决定着文化产业如何健康发展,乃至中华气派的文化输出及国家形象的建构,直接体现着国家软实力,以及国家未来发展战略。

基于对上述问题的思索,网络剧的创作方式与传播机制这一侧重中观、较务实,并且具有现实意义的研究选题进入了我的视野,成为我的思考方向。聚焦新媒体平台,依托互联网思维,锁定网络剧的创作问题,是对当代文化特征的全盘考量,是对当下艺术文本叙事特征、传播特征、收视特征的历时梳

^① GRAEME MCMILLAN, why the internet may actually be good for the future of TV,《美国连线杂志》2013年7月, <http://www.wired.com/2013/07/cord-cutting-television/>。

理,以及对新媒体文本特征的宏观把握和对叙事学理论分支的探路。

第二节 文献综述

探讨网络剧,首先需要搞清网络剧播出的媒介载体和网络剧孕育发展的媒介生态环境,“新媒体”一词首先进入笔者的研究范畴。“新媒体”常常被认为是个相对的概念。在印刷为主要传播渠道的年代,广播相对报纸而言,可以称为“新媒体”;而电视机在广播盛行的年代又可以被称之为“新媒体”。因此,“新媒体”一词是一个运动、发展、变化的概念,在不同时期有不同指涉。“新媒体”一词的首次提出要追溯到1967年,当时美国CBS(哥伦比亚广播电视网)技术研究所所长戈尔德马克(P·Goldmark)发表了一份关于开发EVR(Electronic Video Recording)商品的计划,其中第一次提出了“新媒体”(New Media)一词。^①1998年5月联合国新闻委员会年会上首次将当时被称为“第四媒体”的互联网称为“新媒体”,其意为继报刊、广播、电视等三大传统媒体之后的第四种主要大众传播媒体,这也是“新媒体”概念首次被限定了范围。^②

张文俊的《数字新媒体概论》认为:“数字新媒体‘新’,主要体现在它的服务上。目前,数字新媒体服务形式多种多样,比如数字电视、直播卫星电视、数字有线电视、移动电视、网络电视、数字多媒体广播、手机短信、手机彩信、手机游戏、手机电视、手机报纸、网上即时通讯、虚拟社区、博客、播客、搜索引擎、电子邮箱、门户网站等。”^③尹韵公的《新媒体发展的全球视野与中国特色——2009年中国新媒体发展态势与前沿问题》中指出:新媒体到底指什么呢?一般有狭义和广义两种说法。狭义新媒体仅指区别于传统媒体的新型传媒,主要包括被称为第四媒体的互联网(以电脑为终端的计算机信息网络)和第五媒体的移动网络(以手机等移动通信工具为终端,基于移动通信技术的移动互联网服务以及电信网络增值服务等传播媒介形

① 陈刚等:《新媒体与广告》,中国轻工业出版社2002年版,第1页。

② 张文俊:《数字新媒体概论》,复旦大学出版社2009年版,第1页。

③ 张文俊:《数字新媒体概论》,复旦大学出版社2009年版,第1页。

式),这两种新媒体又可被统称为网络媒体。广义的新媒体则包括大量的新兴媒体,指依托于互联网、移动通信、数字技术等新电子信息技术而兴起的媒介形式,既包括网络媒体,也包括传统媒体运用新技术以及和新媒体融合而产生或发展出来的新媒体形式。例如电子书、电子纸、数字报、IPTV等等。^①从新媒体的范畴来看,目前各国学者普遍认可的内容包括:光纤电缆通信网、都市型双向传播有线电视网、图文电视、电子计算机通信网、大型电脑数据库通信系统、通信卫星和卫星、直播电视系统、高清晰度电视以及从20世纪90年代开始迅猛兴起的互联网(Internet)和近年来刚刚盛行的多功能媒体(Multimedia)等等。^②吴征把新媒体定义为“互动式数字化复合媒体”,认为其特征主要有四个方面:第一,它是一种以个人性为指向的分众媒体而非大众媒体,传播模式是窄播而非广播;第二,它是一种信息的发送者与信息的接收之间具有充分互动性的媒体;第三,它是一种复合媒体(多媒体),新媒体的内容呈现方式可以根据需要,在文本、视频和音频之间任意转换或兼而有之;第四,它是一种跨越国界的全球化媒体。全球的网络市场消除了国与国的界限,家庭甚至个人与跨国公司一样有机会拓展全球市场,信息以最低的成本让无数的人共享。^③

依据文献资料,笔者逐渐厘清“新媒体”概念和范畴,并将本书聚焦于依托“第四媒体”和“第五媒体”为承载媒介的文本进行研究,同时锁定“网络剧”,以“网络剧”为蓝本展开探索。既关注网络剧的新媒体呈现形式与传播方式,又关注新媒体本身对网络剧创作、产生、发展的内在影响,试图描绘出二者之间的关系。

而目前关于网络剧的学术研究较少,公开发表的论文更是少之又少。笔者搜寻CNKI,在新闻与传播学学科下,以“网络剧”为关键词的文章不过19篇,分别从传播学角度、文化视角、创作方略、美学考量探讨了当下网络剧的创作及发展症候。其中,李志明的《传播学视角下的网络剧特征探析》^④

① 尹韵公、刘瑞生:《新媒体发展的全球视野与中国特色——2009年中国新媒体发展态势与前沿问题》,《中国报业》2010年第8期。

② 陈刚等:《新媒体与广告》,中国轻工业出版社2002年版,第1页。

③ 吴征:《媒体业发展趋势与新媒体的文化使命》, <http://tech.sina.com.cn/it/t/66496.shtml>。

④ 李志明、王春英:《传播学视角下的网络剧特征探析》,《中国广播电视学刊》2011年第11期。

从传播学视角区分网络剧的本体属性,以及网络剧同其他类型视频节目的区别;周锦章、李叶的《网络互动电视剧的文化模式刍议》^①梳理了网络剧的文化模式,对当前网络剧互动特性进行文化层面的分析和考量,进而思考网络剧的发展趋势和创作理念;王春英的《大众文化语境下网络剧的传播学分析》^②《传播学视角下的网络剧特征探析》^③,立足大众文化,从传播学视角分析网络剧的创作、传播、商业化生产等方面的问题;黄燕梅、直守斌的《人文关怀包裹着的网络剧——浅析网络剧的创作倾向》^④从受众角度入手,论证网络剧背后的人文关怀和哲学意义;张名章的《网络剧的艺术生成与美学特征》^⑤,探讨了网络剧的美学特征和独特的审美品格;黄宝贤的《中国网络剧的叙事艺术研究》^⑥从叙事角度入手,深入剖析网络剧创作与其他类型视频节目的迥异,并对网络剧独有的叙事方式进行了解读;杨景然的《网络剧传播研究》^⑦探讨了主流视频网站上网络剧版块建设的问题,以及如何突破传统电视剧的壁垒,创造网络剧独有的身份价值和社会认同,进而在视频网站上拥有自己不可替代的一席;于希的《中国网络剧的内容生产与传播机制研究》^⑧,文章以大众文化理论为基础,选取网络剧作为主要研究对象,从传播学的视角,全面分析大众文化语境下网络剧在文本创作、传播模式、商业化运作等方面所呈现出的特征,由此揭示出大众文化对我国网络文化艺术的渗透及影响,进而探讨在大众文化语境下,网络剧如何趋利避害,创作出既叫好又叫座的商业模式,进而在激烈的竞争中处于骄人的位置;谢丽的《山寨网络剧的发展特点及趋势》^⑨、陈衍鸿的《网络剧的发展现状及其产业化

① 周锦章、李叶:《网络互动电视剧的文化模式刍议》,《当代电视》2009年第8期。

② 王春英:《大众文化语境下网络剧的传播学分析》,暨南大学硕士学位论文2012年4月。

③ 李志明、王春英:《传播学视角下的网络剧特征探析》,《中国广播电视学刊》2011年第11期。

④ 黄燕梅、直守斌:《人文关怀包裹着的网络剧——浅析网络剧的创作倾向》,《福建艺术》2011年第4期。

⑤ 张名章:《网络剧的艺术生成与美学特征》,《民族艺术研究》2011年第5期。

⑥ 黄宝贤:《中国网络剧的叙事艺术研究》,南京艺术学院艺术硕士论文2011年5月。

⑦ 杨景然:《网络剧传播研究》,重庆工商大学硕士论文2011年5月。

⑧ 于希:《中国网络剧的内容生产与传播机制研究》,山东大学硕士论文2013年5月。

⑨ 谢丽:《山寨网络剧的发展特点及趋势》,《媒体时代》2010年第10期。

趋势》^①、李骏的《网络剧：广电系统网站发展之利器》^②、刘媚琪的《网剧新天地》^③、李娜的《中国网络剧发展的推力脉象》《中国网络剧的形态发展初探》^④以及《从〈老男孩〉火爆看网络剧营销》^⑤等文章剖析了网络剧独特的形态及其商业模式。

上述这些文章主要研究网络剧本体属性，对当下网络剧快速发展进行学理层面的解读，集中关注大众传媒平台之上的网络剧的自身特征、叙事特征、传播特征等，并没有将网络剧出现的时代背景和互联网平台本身对网络剧的影响进行深刻剖析，并没有触碰到新媒体语境下，网络剧创作独特的后现代气质和后工业时代思维方式、思维模式的更迭对网络剧孕育、发展的影响。尽管“互联网思维”已被炒得沸沸扬扬，几乎成为当下最热词汇，渗透到各个领域，CNKI上涉及“互联网思维”的文章又多达25816篇，但纵观新媒体平台上影视作品创作模式转型，思维方式升级的文章却几乎没有。相关文献主要集中在新媒体行业动态和新媒体市场发展上，对网络剧的创作，以及依托新媒体平台，运用后工业时代思维方式进行创作的理念并未触及，在学理上尚属空白，同时关于产业升级和市场建构的文章多是表层陈述，并未提出解决症候的思路和方法。

本书立足新媒体平台，以网络剧文本为切入点，关注新的传播平台、接受方式、话语方式和接受习惯的转变，探讨传统的叙事方式能否适应新的传播方式？如何才能依托新媒体平台进行有效传播？怎样在新媒体平台上“讲好故事”？这些命题既关乎新媒体平台上现身的网络剧的有效送达，在宏观上又关乎舆论导向、文化产业发展整体格局，关乎民族审美文化品格的提升，决定着文化产业健康发展，乃至中华气派的文化输出及国家形象的建构，充分体现着国家软实力，以及国家未来发展战略，其传播意义和创作价值不容小觑。

① 陈衍鸿：《网络剧的发展现状及其产业化趋势》，《广西大学学报（哲学社会科学版）》2007年第12期。

② 李骏：《网络剧：广电系统网站发展之利器》，《东南传播》2010年第2期。

③ 刘媚琪：《网剧新天地》，<http://content.businessvalue.com.cn/post/4611.html>。

④ 李娜：《中国网络剧形态发展初探》，《中国电影市场》2011年第10期。

⑤ 灵思传播机构：《从〈老男孩〉火爆看网络剧营销》，《国际公关》2011年第6期。

第三节 “剧”在电子媒介时代以来的历时性梳理

不同时期,不同技术条件下,主流媒介话语平台上传播的文本信息形态特征各异。相对纸质媒体,真正开启媒介文化传播新篇章的是“广播剧”,它使媒介内容的表现力、感染力与传播力都得到了空前提升。借助广播,主流媒体的声音传到了世界的各个角落,快速有效传递信息,增强主流话语影响力。

根据广播的传输材料划分,广播主要分为有线广播和无线广播两种。有线广播主要是通过金属导线或光导纤维进行传输的。1893年在匈牙利布达佩斯,连接了700多条电话线,定时进行新闻广播,形成正式的有线广播。苏联于1921年6月首先采用有线广播进行传播,在近40个年头里,有线广播在苏联的普及率远远高于无线广播。^①无线广播是现代科技革命之后,随着二极管、三极管的出现,逐渐发展应用起来的。无线电广播的成功,正式开启了大众传媒的新篇章。1920年10月,美国匹兹堡市广播电台取得政府发放的营业执照,开始播音,成为世界上第一家正式广播的私营商业广播电台。^②作为无线广播主要承载载体的收音机,随着无线广播的发展,迅速得到普及。无线广播的发展和收音机的广泛应用,拉近了听众同广播者的距离,声音随着广播飞到了普通百姓家中,电子媒介的魅力也变得家喻户晓。作为电子传播时代的开端,无线广播为大众文化的形成和发展提供了可能以及必要的技术支持。广播的实效性强、传播范围广的传播优势,远远超过纸质媒介,而其承载内容为声音,进一步降低了受众接收信息的门槛,进而缩小了传播者和受众的距离。相比纸质媒介,声音传播对受众的文化水平不再要求那么高,因此具有更为巨大的受众人数,拥有更强的媒介传播效力。广播剧便是伴随着无线电科学技术的发展而兴起的一个剧种。

百度百科将广播剧定义为:“专供广播电台播送的戏剧。用对白、音乐、音响效果等艺术手段创造听觉形象,展开剧情,刻画人物。有时穿插必要的

① 有线广播, 百度百科 <http://baike.baidu.com/view/163323.htm?fr=aladdin>。

② [英] 查尔斯·辛格等主编:《技术史》(第五卷), 上海科教出版社2004年版, 第489—490页。