

Chinese Network Art & Literature
Criticism Series

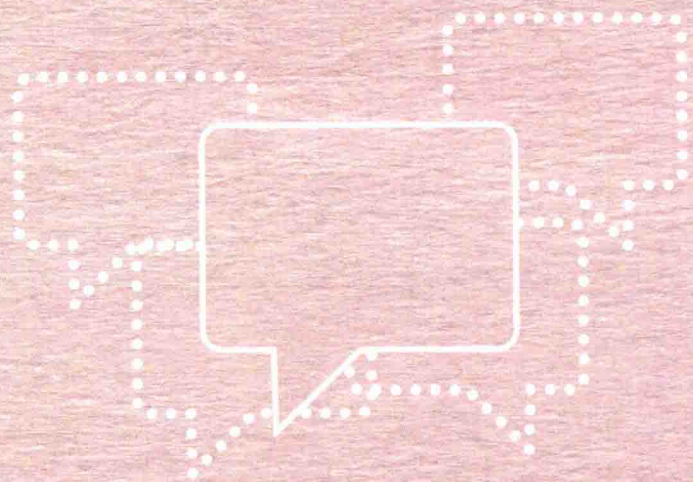
中国网络文艺批评丛书

2017年度国家艺术基金艺术人才培养资助项目
“网络文艺批评人才培养”结项成果

网络剧与 网络综艺批评

范周◎主 编

王青亦◎执行主编



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

海外借

Chinese Network Art & Literature
Criticism Series

中国网络文艺批评丛书

网络剧与 网络综艺批评

范周◎主编

王青亦◎执行主编



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

网络剧与网络综艺批评 / 范周主编. —北京: 知识产权出版社, 2019.1
ISBN 978-7-5130-5123-1

I. ①网… II. ①范… III. ①互联网络—影视艺术—研究—中国②互联网络—
电视节目—研究—中国 IV. ①J9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 264469 号

内容提要

本书梳理了网络剧和网络综艺节目的现状, 从创作传播的视角、大众文化的背景
和产业发展的方向等角度, 对网络剧与网络综艺的发展趋势和审美走向进行了解读。
本书不仅呈现了网络剧和网络综艺节目的综合景观, 还针对创作生产和传播实践中的
问题和瓶颈提出了创新性策略。本书的出版, 不仅对业界有指导作用, 同时也丰富了
网络文艺研究的资源库。

责任编辑: 李石华

责任印制: 孙婷婷

网络剧与网络综艺批评

WANGLUOJU YU WANGLUOZONGYI PIPING

范周 主 编

王青亦 执行主编

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

电 话: 010-82004826

社 址: 北京市海淀区气象路 50 号院

责编电话: 010-82000860 转 8072

发行电话: 010-82000860 转 8101

印 刷: 北京中献拓方科技发展有限公司

开 本: 720mm × 1000mm 1/16

版 次: 2019 年 1 月第 1 版

字 数: 180 千字

网 址: <http://www.ipph.cn>

<http://www.laichushu.com>

邮 编: 100081

责编邮箱: lishihua@cnipr.com

发行传真: 010-82000893

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

印 张: 14

印 次: 2019 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

ISBN 978-7-5130-5123-1

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

◎ 序 言

随着互联网和信息技术的深入发展，党和政府对于网络文艺的关注和重视，网络文艺的发展呈现出新的特征。第一，网络文艺消费的规模不断扩大，网络已经成为人们文艺欣赏和消费的主要途径。根据 2017 年经济数据，我国的国内生产总值已经突破了 80 万亿元的大关，文化产业作为国民经济的支柱性产业的总额，已稳稳站在了 4 万亿元的上方。而在这 4 万亿元的体量中，2189.6 亿元的网络游戏则直接占据了 5% 的份额，而以网络游戏、网络动漫、网络视听为主的网络文艺，更是以 5000 亿元左右的规模占据了我国整个文化产业当中高达 13% 左右的比例。第二，网络文艺与其他文化产业的融合发展迅速。以网络文学为例，一些广受好评的文艺作品如《微微一笑很倾城》《三生三世十里桃花》等，都成功地带动了出版、影视、动漫、游戏等相关产业的发展，引领了创作与产业融合、传统与当下融合的新模式。第三，网络文艺 IP 开发成为热点，粉丝经济助力 IP 全产业链开发。2017 年网络文艺各领域的优质 IP 呈现爆发之势，从文学 IP《微微一笑很倾城》、音乐 IP《同桌的你》，到游戏 IP《王者荣耀》、动漫 IP《秦时明月》，优质 IP 保



证了粉丝黏性，为IP在不同维度、不同产业的运作奠定了基础。第四，网络文艺促进了商业“生态圈”的构建。近日，腾讯音乐赴美递交招股书受到业界的广泛关注，作为一个“一站式”音乐娱乐平台，打破了国外在线音乐平台以“会员付费和数字专辑”为主的盈利模式，打通会员付费+数字专辑+直播打赏+音乐社交的多维度的变现渠道，不断地重塑着音乐生态圈。

但是与网络文艺的繁荣发展相比，网络文艺批评的发展却相对薄弱，处于碎片和杂乱状态，缺少优质的批评，有质量的批评也没有得到广泛的认同，这些都导致了网络文艺作品泥沙俱下，缺乏优质和经典之作，甚至出现没有底线、弘扬错误价值观的低俗作品。究其原因，首先，我认为与互联网逐利、嘈杂、纷乱的环境有关。这是批评集体的功利性心态。比如，微博、微信等新媒体平台上的电影评论背后都有追逐经济利益的动机，大量网络水军甚至专业影评推手的存在对舆论和票房有着强大的影响，这值得我们警惕和反思。其次，信息爆炸，淹没了理性的声音。网络文艺批评主体的大众化导致批评的感性化，缺乏理性精神。大多数文艺批评者凭着自己的喜好任意地、片面地进行评判，使得文艺批评水平参差不齐、良莠不一。而网友随意的跟帖式批评也让理性的中肯批评意见淹没在众多感性认识之中。再次，缺乏良好的网络文艺批评环境。网络时代，批评变得更加简单，却也更加情绪化，缺少理性的讨论和批评，网络环境的嘈杂不再适合传统的批评。同时，批评者们大多充满戾气，这是整个社会浮躁的环境所致。这些乱象可能和网络出现的时间比较短还没有建立一个成熟的讨论环境和机制有关。批评需要一个客观和理性的环境，营造这样的环境并不容易。环境最终导致批评无法继续，这对网络文艺创作者和受众来说都会产生负面影响。文艺缺少客观

的批评，缺少理念的争锋和交融，就难以形成共识，形成一个普遍的标准，对于文艺创作来说就无法提供更好的引导。

当然，网络文艺与传统文艺相比，具有许多新的特征，这就要求批评家、评论员们走出学术的“象牙塔”，深入了解互联网技术、互联网思维、互联网话语体系以及互联网用户，从而进行网络文艺批评。一要坚持文本上的技术美学和生活美学并重。许多著名文艺批评家在学术和理论上根基扎实，但是在面对网络文艺批评这一新兴问题时显得力不从心，文本也无法吸引人们的关注，最根本的原因是他们没有意识到网络文艺作品与传统文艺作品之间存在的差异。网络文艺相比于传统文艺具有技术美学和生活美学双重属性，因此在形成文艺批评的文本时要从这两个方面出发。二要关注叙事模式的变化，从学术理论到互联网话语的转变。现在针对网络文艺作品的批评还依然集中在各大纸质媒体上。一方面，由于传播渠道的问题，与互联网受众之间存在信息壁垒，所以停留在“自说自话”的阶段。另一方面，因为传统的文艺批评学理性较强，文字相对晦涩难懂，不符合“网生一代”的阅读习惯，这些都导致了网络文艺批评无法实现真正的大众化。可见，相比于传统的文艺批评，网络文艺批评的叙事模式发生了局部变异，这也要求网络批评家和评论员对这样的变化及其内在规律要有深刻的认知。三要关注受众的变化，全面走近“网生一代”。网络文艺批评的受众主要是广大的网民，因此要求批评家们全面走近互联网一族，了解他们的生存状况、消费习惯、消费心理以及信息传播和接收方式，尤其是要了解“90后”和“00后”这些“网生一代”，他们是目前和未来的网络文艺作品的主要受众和消费者。最后要注重专业网络文艺批评人才的培养。目前，我国网络文艺批评的人才队伍呈现“小、少、散、杂”的特点，没有能够培养和集聚



一批专业的网络文艺批评专家，因此无法建立健全完善的相关话语体系和理论体系。一方面，主要是因为人才队伍的锻造和培养方面没有给予足够的重视和支持。另一方面，我们不缺少文艺批评家，但缺少有互联网基因的文艺批评家。网络文艺与传统文艺存在较大差异，网络文艺批评需要借鉴传统批评理论但不照搬照抄。需要在对网络文艺现象进行深刻理解后，在传统文艺批评理论的基础上形成自己独特的理论体系。比如，传统的文艺批评的相关理论主要来源于哲学、美学、伦理学等领域。但是相比于传统文艺，网络文艺的题材和内容十分丰富，如近年来出现并引起广泛关注的玄幻、科幻、悬疑等文艺作品题材，单纯依靠原有的理论和思维方式无法产生优质的批评，这也要求网络文艺批评要根据现实情况形成自己的理论体系。

今天的文艺批评不缺少赞美的声音，缺少的是有价值、有针对性的高质量批评。批评界说好话唱赞歌的人太多，而有责任、有担当的批评却少之又少。如果只有赞美没有挑剔，就谈不上真正的批评，批评就注定不能讨好。如果只做讨好的事，那批评就变成了一种广告，好的批评可以成为宣传的途径，但现在的批评却大多是为了宣传而批评，真正提出问题的批评寥寥可数。诚实和真诚是批评家在从事批评实践时所应当具备的基本素质，失去了这样的素质，就会颠倒是非黑白，失掉底线。

“文艺批评是文艺创作的一面镜子、一剂良药，是引导创作、多出精品、提高审美、引领风尚的重要力量。”习近平总书记这一深刻阐述和精辟论述有力地揭示了文艺批评所要承担的时代责任。网络文艺批评将迎来持续发展的浪潮，作为新时代的网络文艺评论家，应该既有传统的文艺批评理论基础，又有互联网的基因。既像一个活泼的网络原住民，

敏锐捕捉兴起于网络的审美新风尚，又像一个严谨的理论学者，揭示网络文艺作品背后的问题和本质，从而为网络文艺的健康发展打开一片更广阔的空间。

是为序。

龙周

中国传媒大学文化发展研究院院长

2018年11月



目

录

第一章 现实的虚化与聚焦：网络剧创作传播中的双重景观·····	1
一、网络剧的发展概述·····	2
二、虚化：“距离”的消失与意义的重写·····	9
三、聚焦：民间视角与传播语境的合力·····	15
四、结语·····	23
第二章 国产网络剧的题材选择与类型探寻分析·····	25
一、何为“网络剧”？·····	25
二、国产网络剧的缘起与发展历程·····	29
三、网络剧与传统电视剧的比较·····	33
四、网络剧的国内外比较·····	38
五、国产网络剧的题材选择与“类型”探寻·····	40
六、“类型”之后：媒介融合背景下的网络剧所遇瓶颈与对策···	51
七、结语·····	52
第三章 当下网络自制剧的问题及应对策略·····	55
一、网络自制剧发展现状·····	55



二、当前网络自制剧发展中存在的问题	56
三、网络自制剧的自身发展优势	58
四、网络自制剧的发展对策	60
五、预测网络自制剧的前景	61
六、结语	63
第四章 网络综艺节目过度娱乐化：问题、成因与对策	65
一、问题表现：价值取向、内容话题、形式表达	66
二、成因分析：资本逐利、趣味迎合、监管滞后	68
三、解决对策：严格自律、加强把关、同标监管	69
四、结语	71
第五章 新媒体语境下网络剧的超文本叙事研究	73
一、网络剧：新媒介技术语境下的超文本	74
二、网络剧的超文本叙事形式	79
三、结语	93
第六章 从《创造 101》看互联网生态下文艺内容的审美倾向	95
一、引言	96
二、视频平台扎堆发展 S+ 网综，《创造 101》高居榜首	97
三、一场时空高度集中的互联网社会实验	100
四、“粉丝”到创始人：土创狂欢下的价值失衡	112
五、召唤理性回归方能“向阳而生”	120
六、结语	122
第七章 如何增强国产惊悚悬疑类与玄幻类网络剧创作中的现实	
关照与人文关怀	123
一、国产惊悚悬疑类网络剧创作的研究	124
二、玄幻类网络剧类型化创作模式	141

三、如何增加中国网络剧创作中的现实关照	146
四、结语	156
第八章 《延禧攻略》的影像造型中的传统文化传承分析	157
一、古装宫廷剧成为荧屏热宠	158
二、影像里的东方美学	160
三、器物里的文化风雅	181
四、网剧走出去，文化走出去	184
五、结语	185
第九章 “慢综艺”真人秀节目的诗意表达——以《中餐厅》 为例	187
一、“慢综艺”的“前世今生”	188
二、“慢综艺”节目的美学风格	192
三、“慢综艺”真人秀节目的发展及诗意存在	197
四、“慢综艺”真人秀节目《中餐厅》的诗意表达	201
五、结语	209
后记	211

第一章 现实的虚化与聚焦：网络剧创作传播中的双重景观

河北省石家庄市文联 王文静

随着媒介融合的日趋成熟，互联网技术的迅猛发展、视频网站的技术更新和制作主体的原创推动，网络剧在泛娱乐化的传播环境下蓬勃发展。逐年递增的原创剧集与逐年攀升的播放量成为网络剧强劲势头的主要表征，超过半数的观众选择手机作为观剧终端，单剧播放量跨入“十亿时代”。这不仅满足了受众对于视频和剧集的跨屏收看的需求，网络剧的创作传播也在电视台、互联网、视频网站、影视制作公司以及电视机生产商的联合推动下更加多元和成熟。与此同时，“社会生活的发展使某种艺术体裁的表现力相形见绌，一种更新的艺术体裁将这种体裁进行分解，同时综合它的优势因素，并逐步代替它的中心地位。”^①于是，

^① 刘隆民. 电视美学：电视艺术的美及其审美活动 [M]. 北京：文化艺术出版社，1990.



网络剧不再仅仅是一种文化现象，同时也成为一种大众认可、形式稳定的文艺创作样式。从起步发展到深耕精作，网络剧在资本、市场、观众以及自身内容和制作的试验和博弈中不断完善，其剧作内容、审美表达和制作水平也在不断探索、过滤和淘汰中日趋规范。从文化背景上，它的发展壮大是后现代主义和青年亚文化在参与社会文化的过程中对“意义”的出离；在传播视阈下，网络剧改变着传统电视剧创作的传播格局，却无法逃避其对技术现实和市场回报的依赖。

一、网络剧的发展概述

1. 网络剧的概念

(1) 网络剧的内涵。尽管受到网民的认可追捧，互联网和视频网站也共同见证了网络剧从草创、山寨进而走向“井喷式”爆发的快车道，然而学界依然没有对网络剧的内涵做出权威的界定和命名。普遍认为，2000年由5名在校大学生自编自导、拍摄资金仅2000元的心理题材网络剧《原色》因专门为网络播放而制作，成为毫无争议的“中国第一部网络剧”。^①而作为“网络剧”概念最早的提出者，青年学者刘扬的观点似乎也证实了它的合法性：“网络剧是利用摄影机、摄像机、录音机和其他视频摄制设备拍摄录制的，模仿电视剧或电影的一般本体美学特征，以视听元素和剧作手段为其形式，以展现故事和塑造人物为其内容，以网络作为首要传播渠道，符合网络的传播方式和受众

^① 国内首部在互联网上播放的网剧《原色》播出 [EB/OL]. (2000-03-20). [2018-09-21]. <http://tech.sina.com.cn/news/internet-china/2000-03-20/20477.shtml>.



的观看方式的特定视听节目形态。”^①同时，互联网的技术红利带来的即时点播、实时互动、跨屏阅读等优势把台播的传统电视剧同时引入互联网，使之具备了台播不具备的便携、即时等特性。因此，我们不妨对网络剧的内涵做出如下概括：一是由视频网站或影视公司独立投资拍摄，专门针对网络平台制作，并主要在互联网播放的剧集和视频作品，又称“自制剧”。二是利用网络平台在视频网站播出的传统电视剧集，把网络作为电视信号的替代技术，使受众能够在计算机、手机、Pad等智能电子终端上任意购买和点播的传统电视剧。

网络自制剧又分为三种类型：第一类是视频网站独立制作或与影视公司联合制作的“内容自制剧”，从IP开发、剧本创意、角色选择到制作营销都由视频网站按照相对成熟的方案计划具体实施。如爱奇艺与工夫影业联合制作的《河神》、搜狐视频出品的《屌丝男士》；第二类是视频网站立足于互联网的传播特征，以高点击量和商业回报为目的，为客户量身定做的“广告自制剧”；第三类是由网民自由创作、自愿上传至视频网站进行传播的“原创网络剧”。其中第一类是本文的分析研究对象。

（2）网络剧发展的重要节点。在网络剧从2000年以来的18年发展过程中，这一新兴的艺术样态从娱乐化、商业化到专业化、规范化的进程，有3个不能忽略的重要节点：第一个节点是2010年。从互联网实验室提供的数据来看，^②从这一年开始，国内排名前十位的视频网站半数以上都开始制作出品自己的网络剧。从制作方进行集体创作转向的

① 刘扬.新媒体语境下的网络影视剧传播与本体美学特征[J].民族艺术研究,2013(5).

② 互联网实验室.2010年9月中国视频网站市场份额统计报告[R].2010-09.



角度,网络剧从角落向中心位移,从创作自发到制作自觉,是网络剧标志性意义的一年。因此,媒体把2010年作为“网络剧元年”的命名是有道理的。^①第二个节点是2014年。看到了网络剧“蛋糕”并受到市场鼓励的各大知名视频网站,开始制定网络自制剧的战略发展计划,并明显加大了对网络剧制作的资金投入。其中爱奇艺在当年宣布单集投资500万元制作《盗墓笔记》,引发网剧市场付费浪潮,因此2014年又被称为“网络自制剧元年”。这一年,爱奇艺、腾讯视频、搜狐视频、乐视、优酷等视频网站先后制作播出了《废柴兄弟》《探灵档案》《匆匆那年》等剧集。第三个节点是2016年。国家新闻出版广电总局在这一年召开中广联合会电视制片委员会2016年度大会暨第十一届全国电视制片业十佳颁奖大会,首次对电视剧、网络视频行业引导和管理的相关工作进行了通报和部署,处理了150多部内容违规的网络影视作品,^②表明了官方加大对互联网视频节目的整治力度的决心,也成为网络剧从野蛮生长向专业化、规范化制作发展的重要拐点。

2. 网络剧迅速发展的主要成因

(1) 互联网技术的高速发展。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》^③,截至2017年12月,以手机为中心的智能设备成为“万物互联”的基础,移动终端

① 国内网络剧的SWOT分析[EB/OL].(2015-06-27)[2018-09-21].<http://www.vccoo.com/v/24ee42>.

② 广电总局.2016年有150多部自制网剧、网络电影受处理[EB/OL].(2017-02-21)[2018-09-21].http://cnews.chinadaily.com.cn/2017-02/21/content_28290532.htm.

③ 中国互联网络信息中心.第41次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL].(2018-03-05)[2018-09-21].<http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxyzbg/hlwtjbg/201803/P020180305409870339136.pdf>.



规模加速提升、移动数据量持续扩大，为网络剧的传播创造了更大的空间。与此同时，技术发展催生了受众人群的激增，全国网民规模达7.72亿，手机网民规模达7.53亿，在对于大众性、娱乐化的剧集和视频的需求上，形成了巨大的消费缺口。

(2) 受众的接受需求。在海量信息呈碎片化涌入当代人生活，社会压力加大、工作节奏加快的前提下，青年人作为移动互联终端的使用主体，被网络剧“草根化”主题、“平民化”讲述、时尚搞笑的语言和曲折离奇的情节吸引。网络剧作为大众文化背景下艺术和技术的结合体，凭借它轻松、自由、即时、互动等强娱乐性和强交互性等特点满足了受众娱乐消遣的接受动机。

(3) 心理机制的驱动。根据马斯洛的需要层次理论，人的5个需要层次分别是生理需要、安全需要、爱和归属感需要、尊重需要、自我实现需要。而且低级别的需要没有被满足时，高级别需要不会出现；低级需要一旦满足，代之而起的就是高级需要。^①然而，网络受众的巨大人口基数和网络文艺的多元化、细分化特点又必然导致每个级别需要的人群都客观存在，而低级别需要不会被完全满足。这样就形成了一个以“低级别需要”为圆心的市场漩涡，高一级别需要产生了症候或者趋势的时候，又必然被一批新涌入的低层次需要所裹挟和覆盖。因此，在网络剧的草创和初级发展阶段，无论作品内容还是艺术表达都尚且稚嫩的网络剧，因受众的心理需求始终在较低层次徘徊，造成了网络剧创作的低门槛、低标准、低品质，这种来自行业内部的“劣币驱逐良币”式的“自调节”和“低准入”也催生了大量的网络剧集和视频。

(4) 文化产业政策的影响。网络剧作为近年来新兴的网络文艺样

^① MASLOW A. A theory of Human Motivation[J]. Psychological Review, 1943 (50).



态,显示了它作为文艺产业链环的整体性。^①因此,在资本的参与下,版权出售、广告收益、付费盈利以及游戏等衍生品和周边的开发,都使网络剧成为文化产业系统中的重要组成。2014年,国家新闻出版广电总局召开全国电视剧播出工作会议,推出了“一剧两星”的播出规定,即同一部电视剧每晚黄金时段联播的综合频道不得超过两家,同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过两集。此举的效果并不仅仅在优化频道资源、丰富电视屏幕方面,影响最深远的则是增加了卫视对于电视剧的购买成本。电视剧制作单位全新洗牌的空当,恰恰为视频网站推出网络剧营造了绝佳的契机。2017年,国家又先后出台《推进互联网协议第六版(IPv6)规模部署行动计划》《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》《“十三五”信息化标准工作指南》等政策文献,对提升互联网的承载能力和服务水平,完善国家信息化标准体系,为网络文艺发挥其产业潜能提供了政策支持和技术条件。

3. 网络剧的主要特点

(1) 大众化。20世纪英国著名文化研究学科奠基人雷蒙德·威廉斯在对“大众”进行定义的时候强调了“为很多人所喜爱”“质量低劣的作品”“被特意用来赢取人们喜爱的作品”“人们为自己而创作的文化”4个特点。阿多诺则认为,喜欢的人越多,作品的趣味就越低。反过来,为了获得更大的商业利益,艺术家就要降低作品的趣味,以满足大众的需要。^②网络剧作为以移动互联技术为前提的艺术形式,注定了它的受众以青年人为主力军。《中国互联网络发展状况第41次统计报告》中显示,我国7.72亿网民中20~29岁之间的网民在所有年龄段中占

① 王红勇.网络文艺论纲[M].济南:山东教育出版社,2014.

② 彭锋.艺术学通论[M].北京:北京大学出版社,2016.