



浙江省哲学社会科学重点研究基地
浙江省信息化与经济社会发展研究中心研究报告系列

信息传播 大变局2

新媒体与数字娱乐传播

王松 唐莉芳 施妍等 著

Communication's Transforming 2

New Media and Digital Entertainment

数字娱乐传播被称之为“流行文化的流行方式”，本书探索了数字娱乐传播变化与新的商业模式及其机遇与挑战、技术在数字内容生产和发布中的应用和影响以及艺术和数字娱乐的融合发展与变革，是读者了解数字娱乐和流行文化的重要入口。



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

信息传播 大变局2

新媒体与数字娱乐传播

王松 唐莉芳 施妍 著



Communication's
Transforming 2



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

数字娱乐传播被称为“流行文化的流行方式”，本书探索了数字娱乐传播变化与新的商业模式及其机遇与挑战、技术在数字内容生产和发布中的应用和影响以及艺术和数字娱乐的融合发展与变革，是读者了解数字娱乐和流行文化的重要入口。

图书在版编目(CIP)数据

信息传播大变局. 2, 新媒体与数字娱乐传播 / 王松等著. —上海: 上海交通大学出版社, 2016
ISBN 978-7-313-14093-7

I. ①信… II. ①王… III. ①传播媒介—研究 IV.
①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 271639 号

信息传播大变局 2

——新媒体与数字娱乐传播

著 者: 王 松 唐莉芳 施 妍 等

出版发行: 上海交通大学出版社

地 址: 上海市番禺路 951 号

邮政编码: 200030

电 话: 021-64071208

出 版 人: 韩建民

印 制: 上海景条印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 787 mm×960 mm 1/16

印 张: 16

字 数: 163 千字

版 次: 2015 年 12 月第 1 版

印 次: 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-313-14093-7/G

定 价: 40.00 元

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-59815625

前言 | FOREWORD

在过去40年,信息科技与“互联网+”的持续创新颠覆了人类基本的生存和交流方式。这些变化是巨大、深刻和多样化的。而在过去15年,新媒体和互联网革命对人类社会最深刻的影响之一是人类艺术和娱乐活动的数字化及其与互联网、新媒体的深度融合。数字化娱乐产品与传播方式层出不穷,这些数字化信息逐步挤占了人们的生存空间与时间,并且潜移默化地影响了人们的思维方式、审美习惯以及价值观念。然而,目前对新媒体环境下的数字化娱乐传播的内涵与外延、内容特征、分类、传播方式与效果、产业化发展以及数字娱乐与艺术、审美等之间的相互影响关系等等的研究都是十分不足的。仅有不多的学者对数字化娱乐传播过程进行了研究,更没有对数字化娱乐传播的内容生成、产品化、产业化、商业模式和社会影响等进行系统研究。

信息技术革命和互联网创新对社会的影响仍在持续。美国南加州大学连续10年监测网络上的活动,探索通信革命的各种趋势。研究结果表明,互联网用户花在网络上的时间持续上升,在2013年每周平均为15.3小时。用户在互联

网上参与了许多活动,其中一些可以被广义地定义为“娱乐”,包括以下几类:玩网络游戏(占35%)、下载音乐或收听在线音乐(31%)、寻找幽默内容(25%)。整天上网没有明确目的地的占71%。同时,对互联网的访问发生越来越多依赖移动连接,这对娱乐活动与行业的影响越来越大。在一个模拟的世界里,数字娱乐内容生产商、经销商和知识产权拥有者在确定的时间里展现了明显的竞争优势,并在一定程度上确定了为全世界受众服务的娱乐内容的性质。在目前的情况下,由于信息和通信技术的革命,互联网提供了一种创新现象,导致了世界数字娱乐传播的深度和广度发生了显著变化。任何制造商的娱乐内容(电影、音乐、视频游戏等)能够被全世界的观众访问,而且这些访问都是基于需求以及合适的媒体环境。越来越多的迹象显示数字娱乐传播与艺术创新发生了革命性变化,同时对行业规范和关键要素可能存在破坏性变化。信息技术革命推动了娱乐传播新景观的出现,表现在娱乐产业的三个关键不同区域:内容、管道和商业模式,这三个方面代表了娱乐产业的基石。行业中的分销中介作用可能会减弱,内容生产商在全球分布,以中小规模为主,提供个性化的娱乐内容,并在全世界范围内进行传播。这场正在进行的革命开始显示出重大影响,艺术与信息技术之间日益交集,艺术与商业之间的交集,这涉及娱乐内容产品在竞争激烈市场中的竞争能力。因此,我们需要探索和分析三个方面的内容:数字娱乐传播变化与新的商业模式及其机遇与挑战、技术在数字内容生产和发布中的应用和影响以及艺术和数字娱乐的融合发展与变革。

本书的主要内容聚焦于新的数字互动娱乐媒体传播及其应用技术和艺术,涉及数字娱乐技术、强调互动的数字娱乐和艺术的应用、在线游戏、数字艺术,数字视觉和听觉媒体、数字智能交互、数字音乐、网络流行文化

和移动媒体等。第1章和第3章主要对数字娱乐传播变化与新的商业模式及其机遇与挑战进行了探讨。首先对新媒体环境下数字娱乐传播的发展脉络、信息技术革命对数字内容生产的影响,以及数字娱乐产业和新商业模式的形成等进行了分析,然后对娱乐传播导致的娱乐经济现象进行了分析,并且对基于满足娱乐经济需求的数字化智能交互技术与内容的主要进展进行了阐述。

第2章数字娱乐传播技术对适用于不同类型娱乐产品的技术概念、构成和分类等进行了探讨,并进一步地对数字音频技术、图像技术、视频技术、动画技术、传输技术、储存技术等进行了具体分析。第4章分析了数字时代的新媒体艺术及其形态创新与变革。第5章分析了数字视频传播。第6章分析了数字音乐传播,以上两种传播类型传播范围大、影响深远,在本书中进行了典型分析。第7章和第8章聚焦于互联网传播中产生娱乐效果,并被受众广泛关注的流行文化现象,包括流行语传播和网络炒作现象,进行了典型案例分析。除了本书署名作者外,第2章由赵磊撰写,第5章由张杭撰写。浙江省信息化与经济社会发展研究中心对本书进行了出版资助。

本书获得杭州电子科技大学“管理科学与工程”省高校人文社科重点研究基地资助(项目编号:ZD04-2015ZB),在此表示感谢。

目 录 | CONTENTS

第 1 章	新媒体时代的数字娱乐	001
1.1	数字娱乐传播的起源与内涵	003
1.2	数字娱乐产业	007
1.3	数字娱乐传播存在的问题	014
第 2 章	数字娱乐传播技术	017
2.1	数字娱乐传播技术概述	020
2.2	数字娱乐视听技术	025
2.3	数字传输技术	042
2.4	数字存储技术	055
2.5	数字终端技术	060
2.6	数字媒体信息管理技术	067
第 3 章	娱乐经济下的数字化智能交互	077
3.1	娱乐经济	080

3.2	社交媒体的发展趋势·····	081
3.3	移动端交互的发展趋势·····	085
3.4	硬件交互的发展趋势·····	087
第4章	新媒体艺术·····	097
4.1	信息时代背景下对“新媒体”的理解·····	100
4.2	新媒体与传统媒体的联系和区别·····	101
4.3	数字时代的新媒体艺术·····	103
4.4	新媒体艺术的形态·····	107
第5章	数字视频传播·····	119
5.1	影片筹备·····	121
5.2	拍摄现场·····	134
5.3	打光·····	142
5.4	录音·····	147
第6章	数字音乐传播·····	153
6.1	数字音乐传播的含义·····	155
6.2	数字音乐产业·····	158
6.3	大数据时代的数字音乐传播·····	161
6.4	数字音乐：以 YouTube 为例·····	163

第7章 网络流行语传播	165
7.1 网络流行语的认识	167
7.2 网络流行语的模仿现象	172
7.3 网络流行语的广告传播价值	177
7.4 网络流行语的传播效应分析	188
第8章 网络炒作	201
8.1 网络炒作的关键	204
8.2 网络炒作事件的发展阶段	208
8.3 网络炒作的常用方式	212
8.4 网络炒作的典型案例	220
8.5 网络炒作的相关思考	231
参考文献	236
索引	242

第1章

新媒体时代的数字娱乐

1.1 数字娱乐传播的起源与内涵

人类作为一种有意识的社会性的物种存在,需要和他人进行一定的物质和能量的交换,同时也需要和他人进行思想和情感方面的交流和沟通。可以说,传播是人类社会中所普遍存在的一种现象,它是指人类通过各种手段进行的信息交换、交流的行为和过程。根据传播信息或传播主题,传播可以划分为新闻传播、广告传播、科教传播、政治传播和娱乐传播等。值得注意的是,这些分类并不是独立存在的,而是相互之间存在着交叉或包容的关系。比如,娱乐传播可以通过个体与个体之间进行相互传播,也可以通过媒体向公众传播。

当今社会流行一个词称做“新常态”。经济增长率下降是“新常态”,“抓苍蝇打老虎”也是“新常态”。随着信息技术和移动互联网的深入发展与创新,网络化生存方式已成为普通人生活的新常态。普通人在工作学习之外将更多的时间放在了休闲娱乐活动中,娱乐作为一种艺术化的生活形态是人们生活中不可或缺的重要部分。随着信息技术和互联网的快速发展,不仅是沟通和交流,人类生活的方方面面与互联网新媒体的融合

日益加深,其中发生了深刻变化的一个方面就是人们的娱乐方式。在新媒体和移动互联生存环境下,数字化娱乐产品与传播越来越成为人们的主流娱乐、休闲和社会交往方式,数字娱乐产业逐步形成并对经济产生重要影响。同时数字娱乐产品内容传播对主流意识形态建构和价值观变化不可避免地带来了重大影响。

信息和通信技术的革命改变了娱乐活动的内容和方式。娱乐信息的数字化以及传播平台的大众化使得数字内容的生产和再生产、消费和再消费成为可能。在一个模拟的世界里,以数字格式呈现的声音和视觉效果,例如 3D 图像,大大地推广了数字化娱乐产品在全世界的传播。2009 年拍摄的美国电影《阿凡达》在全球获得了 20 亿美元以上的票房,创造了票房奇迹。3D 技术虽然本身不是新的,但是在创造数字娱乐产品方面却显示了巨大的潜力。丰富的戏剧表演、电影观众的接受度和商业的经验,以及计算机生成图像(CGI)创建了具有增强效果的视觉冲击力,这一切是成功的关键,也为今后数字娱乐产品指明了方向。

同时,数字内容的一个鲜明特点是它的互动能力。用户的生成、增加以及持续使用产品的一个重要原因来源于数字技术的可用性。在一个虚拟的空间中,用户和玩家的生成和内容分享,使用即时通信工具进行交流,而且不同于传统模拟技术的“一对多”,这里是“多对多”的互动。具体来说,在娱乐行业,互动娱乐成为最重要的一种娱乐方式。2010 年,美国电脑和视频游戏软件销售增长至创纪录的 150 亿美元,并且在过去 10 年急剧增加。同时,研究报告揭示了互动娱乐产品未来发展的潜力和对象,在它调查的人群中有 75%玩电脑或视频游戏,游戏玩家的平均年龄是 30

岁,43%的玩家是女性,47%的美国人已购买或计划购买一个或多个游戏软件,53%的游戏玩家会玩同样多或更多的游戏。而生产商所要做的就是增强内容的娱乐价值,建立利润导向的媒体和娱乐公司,选择使用不同的数字技术创造不同的产品来满足用户需要。

另外一个例子是视频共享网站——YouTube。2006年被Google收购后,通过粉丝互动聚集了大量的用户。这些用户之间的联系基于特定的内容分享。在YouTube的发展过程中既显现了全球用户之间的差距,又逐渐地使来自不同文化的个体间的创意互动变得越来越有效。在一个不断变化的混合环境中,有许多不同的玩家参与聚集,在这个过程中,数字内容由用户生成,并被更多的用户所分享,然后进一步模仿和创造出更多的数字视频内容。目前YouTube是全球最大的数字视频生成、互动和共享网站,吸引了全球数亿用户的参与。具体来说,这一现象的出现和展开,被认为是流行的世界主义的兴起,有关研究将其定义为“流行文化的流动方式”。

然而,关于娱乐传播数字化以及数字化娱乐产业的研究和分析十分不足。特别是基于数字娱乐传播深刻地改变了人们特别是青年的艺术观、消费观、休闲观、时间观、价值观乃至世界观这样一种状态下,十分有必要对数字娱乐传播规律以及产业发展现状有基本了解,对数字娱乐传播对文化、艺术、娱乐、消费、休闲等方面的影响进行分析,并且对其未来的发展趋势和影响层面进行基本的判断,从而提出对应的管理和引导策略以及政策和法律的建议。这对于促进数字化娱乐和新媒体产业健康和积极发展有十分重要的作用。

现今,研究娱乐传播的国内学者对此也并没有统一明确的定义,可谓

是各有千秋。比如,学者谭平瑛认为:娱乐传播是一种承载着娱乐性信息或娱乐审美文化所集中体现出来的一种大众传播类型。而在学者邵培仁看来,娱乐传播是一种通过传播文学艺术信息,让人在接受中得到一定的消遣、感化和娱乐的传播类型。现在的数字娱乐传播已经不再局限于文学艺术信息,更多地使用图片、影视和声音等符号进行表达。数字娱乐传播所包含的传播类型十分广泛,并且外延还在不断扩张。然而,无论存在多少不确定性,从技术角度界定数字娱乐传播是没有问题的。结合李思屈、巫景飞等学者的观点,所谓数字娱乐传播是指基于数字技术、互联网技术和移动通信技术对各类创意素材进行研发、加工、传输以及播放展示的信息传播活动,为人们提供精神上的消遣和愉悦。网络游戏、数字摄影、电子图书、彩信、3D动画、数字音乐等以各自的形态出现在数字娱乐领域;林宾华(2007)认为数字娱乐是以网络游戏、网络文学、数字短片、数字音乐、数字电视电影、动漫和数字出版物等为主体内容;贺艳(2010)认为,数字娱乐具体包括动漫作品、网络游戏、数字音乐等。

数字娱乐传播对人们生活方式的影响是深刻和颠覆性的,在青少年当中体现得尤为明显。首先,传统的娱乐方式受到很大冲击。过去的面对面的群体娱乐方式,比如青少年的集体游艺等被替代,线上娱乐大大多过线下娱乐。数字阅读、数字游戏和在线社交娱乐成为主流娱乐方式:数字阅读是指人们通过互联网传播和接收图书、报刊、音频、视频、电影、综艺节目等;数字游戏是指人们通过互联网游戏获得娱乐,包括游戏和动漫传播等;而在线社交娱乐是指人们通过互联网进行人际互动和社会交往活动,并从中获得娱乐体验。其次,娱乐数字化使得娱乐方式更加多

样化和多元化。人们可以接触到更多的娱乐信息,并且在娱乐过程中与更多的人进行互动。娱乐数字化也更加便捷,可以让人们在任何时间和地点参与到不同的数字娱乐传播当中。

在数字娱乐传播的基础上,数字娱乐产业在我国十分发达。从狭义角度看,它指的是游戏以及动漫等艺术技术为支撑发展条件的文化创意产业类别;从广义的角度看,它是指建立在数字技术基础上为人们“制造并提供快乐”产业的总和。数字娱乐产业并不是孤立存在,它与传统行业有着千丝万缕的关系,网络技术、数字化技术以及信息技术等均为这项产业的扩大发展和传播提供了变革所需的重要技术支撑,所以从某种程度而言,当今数字娱乐产业的发展水平逐渐成为整个社会经济实力以及信息文化实力发展程度的一大标识。

1.2 数字娱乐产业

数字娱乐产业与传统工业的根本区别为:产品的传播途径并不依赖物理渠道,而营销对象面向全国甚至全世界。因此产业发展并不受到原材料、物流运输、规模空间等因素的限制,同样的原因也造成产业更新淘汰速度加快、产业链形态多变。

1.2.1 数字娱乐产业的形成

首先,数字技术影响的不只是娱乐的内容,而且影响其内容的发布和

传播。最近出现了各种不同的适应数字格式本身的新的生产和分销平台和渠道,这在 10 年前是不可想象的。大量的数字内容通过互联网实现访问和检索。用户生活在不同的环境:工作、家庭、数字和移动。在数字连接的世界,人们可以利用它连接生活的许多方面,包括娱乐,从而形成了数字技术、内容生成、传播、获取、消费等产业链必不可少的部分,可以称之为数字娱乐产业。

具体地说,在这个数字娱乐产业中包含了大量的数字数据,如音乐、视频、高清晰度的电影。数字娱乐改变了现有的产业动态发展的状态和方向。数字内容已成为 21 世纪娱乐产业发展的关键战略要素,也是获取全球文化竞争优势必不可少的关键点。

1.2.2 数字娱乐产业的发展

数字技术革命已经开始影响娱乐内容的交付和接收。原来的设备、场地等需求大大下降,打印成本也基本消除。在数字娱乐产业的迅猛发展中,虽然还不确定在转型中谁能获利、谁承担费用,但与传统娱乐产业相比,在以下几个方面已经发生了巨大的变化。

1. 新的商业模式

媒体和娱乐集团面临的核心问题是如何创造、传递数字娱乐内容,并在不断变化的渠道和平台上获取价值和利润。通过信息技术革命,在过去的几十年成功应用的商业模式需要颠覆式的创新。这些创新涉及竞争