



新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材

新媒体节目形态

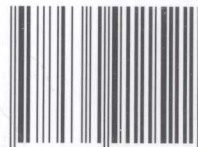
XINMEITI JIEMU XINGTAI

高红波 主编

河南大学出版社

58,254 565,555,214,102,547,895,321
458 254,565,555,214,102,547,895
458,254,565,555,214,102
54 565,555,214,102,547,895,321 547

ISBN 978-7-5649-1152-2



9 787564 911522 >

定价：28.00元

前 言

新媒体相对于传统媒体而言,是继报刊、广播、电视等传统媒体之后发展起来的新的媒体形态,是利用数字技术、网络技术、移动技术,通过互联网、无线通信网、有线网络等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息和娱乐的传播形态和媒体形态。

新媒体是一个相对的概念。新媒体节目形态也在技术更新和应用中精彩纷呈、快速发展。在本书的编撰中,作者力图跟上新媒体时代的脚步,尝试用历史发展的眼光对超越传统广播电视节目的新媒体节目形态进行审视,研究和梳理了微电影、新媒体剧、公民视频新闻、网络节目、IPTV(网络电视)与互动电视内容、手机电视节目、电子游戏和富媒体广告等八种类型的新媒体节目。涉及每个具体的节目形态时,又分别从它们的基本概念入手,追溯其历史发展脉络,分析类型特点,列举典型案例,希望通过这样的体例,引导初学者进入新媒体节目形态的场域空间。

由于没有同类的新媒体教材可供直接借鉴和参考,这种探索式的教材,希望能较为明晰地呈现出新媒体节目形态的历史与现状,为更多此类教材的出现奠定基础,并为其提供一种可以参考的视角。

高红波

2013年1月15日

新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材

总主编 段汴霞

新媒体节目形态

XIN MEI TI JIE MU XING TAI

主 编 高红波

副主编 张 波 于春生

编 委 王建磊 江 凌

张倩怡 赵素欣

河南大学出版社

• 郑州 •

图书在版编目(CIP)数据

新媒体节目形态/高红波主编. —郑州:河南大学出版社,2013.8

(新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材 总主编 段汴霞)

ISBN 978-7-5649-1152-2

I. ①新… II. ①高… III. ①媒体—节目—高等学校—教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 042428 号

责任编辑 申从芳

责任校对 余建国 苏娜

封面设计 张松



出版发行 河南大学出版社

地址:郑州市郑东新区商务外环中华大厦 2401 号

邮编:450046

电话:0371-86059712(高等教育出版分社)

0371-86059713(营销部)

网址:www.hupress.com

排 版 郑州市今日文教印制有限公司

印 刷 郑州海华印务有限公司

版 次 2013 年 8 月第 1 版

印 次 2013 年 8 月第 1 次印刷

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 15

字 数 356 千字

印 数 1~3000 册

定 价 28.00 元

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

总 序

中国的广播电视事业是随着国家经济、政治和文化的发展由小变大、由弱变强的,而广播电视艺术是 20 世纪伴随着电子技术的飞速发展而诞生的,被专家和学者称作继诗歌、音乐、绘画、雕塑、建筑、舞蹈、戏剧、电影之后的一种新的艺术形态。广播电视在传播新闻信息的同时,与文学、艺术结缘,形成了丰富多彩的广播电视艺术,如广播剧、广播音乐、广播戏曲、广播文学、电视剧、电视音乐、电视戏曲、电视文学等。随着网络和多媒体技术的普及,广播电视的艺术表现形式更加丰富多彩,视听手段更加多样化,数码摄像机(DV)影像、微广播剧、微电影等独特的广播电视艺术表现形式为 21 世纪的广播电视传播增添了无数个精彩的瞬间。21 世纪,广播电视艺术作为社会文艺形态的重要组成部分,在繁荣社会文化、促进社会和谐进步等方面将会起到举足轻重的作用。

广播电视艺术学学科涉及面广,侧重于对广播电视表演艺术、历史、艺术理论、广播电视文艺创作规律、音乐学、美术学、艺术设计、戏剧戏曲学、电影学、舞蹈学等学科的结合,是以现代电子信息技术为主要手段,采用广播、电视、文字、音像、计算机和网络等多种媒体进行的理论与实践相结合的教育学科。随着国际、国内广播电视艺术形式的不断繁荣与发展,我国的广播电视艺术学学科也在高等院校有了相应的发展。据 2012 年教育部统计,目前我国普通高等院校开设广播电视艺术学专业的学校已有千所。广播电视艺术学学科的教育形式也呈现出多层次格局:专科生教育、本科生教育、硕士生教育、博士生教育,成人教育、函授教育、在职教育。专业内容主要涉及广播电视编导、影视戏剧文学、导演、电视摄像艺术、广播电视节目策划、网络影视节目制作、影视特效、音响制作、纪录片制作、微电影制作、电影电视编剧等方面。近年来,我国广播电视艺术学教育工作者遵循党的教育方针,通过辛勤的劳动,为国家培养出一大批学习优秀、实际操作经验丰富的毕业生,这些优秀的毕业生成为我国广播电视艺术事业发展的中坚力量。

21 世纪,广播电视艺术学教育在国家“十二五”规划的推动下呈现出迅猛发展的势头。为国家培养出更多综合素质高、艺术创意新颖、技术全面的广播电视艺术人才成为高校教育工作者的共识。知识的获取离不开教育,教育离不开教材,门类和品种齐全、体例新颖、观点鲜明的广播电视艺术学教材是莘莘学子学习和实践的知识宝库。

“新世纪普通高校广播电视艺术学系列教材”集聚省内外十多所高校的广播电视专业教师以及一线广播电视工作者,集思广益,精心策划,内容涉及广播电视艺术学的多个领

目 录

第一章 引论 /1

- 第一节 新媒体节目形态的基本概念 /1
- 第二节 新媒体节目形态的基本类型 /4
- 第三节 新媒体节目形态发展的基本特征 /10

第二章 微电影 /17

- 第一节 微电影的概念及内涵 /17
- 第二节 微电影的前世今生 /21
- 第三节 微电影的类型特点 /25
- 第四节 微电影的典型案例分析 /35

第三章 新媒体剧 /45

- 第一节 新媒体剧的概念及内涵 /45
- 第二节 新媒体剧的前世今生 /50
- 第三节 新媒体剧的类型特点 /53
- 第四节 新媒体剧的典型案例分析 /61

第四章 公民视频新闻 /70

- 第一节 公民视频新闻的概念与内涵 /70
- 第二节 公民视频新闻的发展脉络 /76
- 第三节 公民视频新闻的类型与特点 /83
- 第四节 公民视频新闻的典型案例分析 /89

第五章 网络节目 /93

- 第一节 网络节目的概念与内涵 /93
- 第二节 网络节目的主要类别 /98
- 第三节 网络节目的现状与发展趋势 /107
- 第四节 网络节目的典型案例 /115

第六章 IPTV 与互动电视内容 /120

- 第一节 IPTV 与互动电视内容的概念界定 /120
- 第二节 IPTV 与互动电视的发展脉络 /124
- 第三节 IPTV 与互动电视内容的类型与形态 /134
- 第四节 IPTV 与互动电视内容的典型案例 /142

第七章 手机电视节目 /151

- 第一节 手机电视的基本概况 /151
- 第二节 我国手机电视的内容平台 /158
- 第三节 手机电视节目的特点与制作规范 /166

第四节 手机电视节目的典型案例 /177

第八章 电子游戏 /184

第一节 电子游戏概述 /184

第二节 电子游戏的发展历程与现状 /191

第三节 游戏类型 /194

第四节 电子游戏的典型案例 /200

第九章 富媒体广告 /205

第一节 富媒体广告的概念界定 /205

第二节 富媒体广告的发展脉络 /211

第三节 富媒体广告的类型与特点 /215

第四节 富媒体广告的典型案例 /223

参考文献 /228

后 记 /231

第一章 引论

教学重点:新媒体节目形态的基本概念,新媒体节目形态的分类,新媒体节目形态的基本特征。

教学难点:新媒体节目形态的基本概念和基本特征。

新媒体是随着数字技术、互联网技术的应用和快速普及,在传媒生态领域迅速成长起来的媒介新品类。在新媒体发展的过程中,技术的进步和受众的需求引领着新媒体不断前行。相应地,在技术进步和受众需求的双重作用中,新媒体超越广播电视等传统媒体,其特有的节目内容和服务逐渐诞生、发展和成熟,我们称这类节目为“新媒体节目”。目前,新媒体节目日渐增多,其类型、特点和形态也日渐显现。

第一节 新媒体节目形态的基本概念

新媒体节目形态是一个复合的概念,明确这个概念的含义需要界定什么是“新媒体”,什么是“节目形态”。时下,“新媒体”的概念虽然常被提及,但具体定义却众说纷纭,莫衷一是。所谓的“新”,只是与“旧”相对而言的,广播电视等电子媒介相对报纸期刊等文字媒介较新;互联网又较广播电视更新,在社交媒体盛行的今天,有人已经把互联网的门户网站称为传统媒体了。可见,新媒体的概念需要界定,这样才有一个学习和讨论的前提或范围。

一、新媒体的界定

目前,“新媒体”的概念,在官方、业界和学界有四类主要的界定:

第一类是新生代市场监测机构的定义。一是因技术的进步而出现的新媒体类型,如IPTV、数字电视、手机电视等;二是已经存在的媒体,由于营销理念的变革而出现的新类型,如楼宇电视、车载电视等。

第二类是国家广电总局新媒体研究所的定义。主要以基于数字广播网络,以广播电视为主的媒体形态,如移动数字电视、有线数字电视等。

第三类是清华大学新闻与传播学院新媒体研究中心的定义。该中心对新媒体的定义提出了一个相对的概念,一是以前没有的,新出现的媒体形态;二是基于计算机信息处理技术基础上的媒体系统。

第四类是互联网实验室对新媒体的定义。新媒体是基于计算机技术、通信技术、数字广播等机制,通过互联网、无线通信网、数字广播电视网和卫星等渠道,以电脑、电视、手机、IPTV、Mp3、Mp4 等设备为终端的媒体。新媒体能够实现个性化、细分化和互动的传播方式,部分新媒体在传播属性上能够实现精准投放,点对点地传播。^①

本教材侧重于对超越传统广播电视节目的内容形态进行探讨,我们按照技术的革命性变化来划分,把基于互联网的各种视听业务形态统称为“新媒体”,具体包括网络视频、IPTV、互联网电视、手机电视等。

二、新媒体节目形态的内涵

所谓“节目”,最早是指文艺演出的艺术作品。广播电视诞生后,以其电子传播快和覆盖面广的巨大优势,迅速成为大众传播的主要媒体。几乎所有的艺术节目都借助它的优势得到迅速传播,因而“节目”一词也从广播电视中的文艺演出作品引申为电台、电视台播放的一切项目。^② 美国学者约翰·菲斯克认为:“节目是电视所输出的有明确界定与标识的部分。它具有明确的时间与形式界线,与其他节目有类别上的相似之处,更有着明显的差异。我们知道广告不是电视节目中的一部分。我们知道一个节目什么时候结束,另一个节目什么时候开始。节目是稳定的、也是固定的实体,是以商品形式生产和出售的,是由节目编排人员安排播出的。”^③由此可见,从广义上来讲,节目可以理解为不同媒介传播的内容和形式。不过,这种理解过于宽泛,我们可以借助相关学者对电视节目形态的研究,具体来理解视听新媒体节目形态的内涵。

关于电视节目形态的定义,有多种不同的理解。

谭天认为:“电视节目形态是电视节目内容的形式载体和结构方式。它既是具体的节目形式,又是节目模式的基本构成。”^④

王彩平认为:“电视节目形态指的就是与电视节目内容相对应的电视节目表现形式,它是电视节目制作方式的核心,提供着适用于不同内容的电视处理方法。”^⑤

李立认为:“简单地说,电视节目形态就是电视节目的存在样式和运动状态。从传统意义上讲,节目形态是指广播电视媒体组织传播活动的基本形式和播出方式。具体到电视节目的完整形态包括节目名称、内容、主题、形式和一定的时间长度。但电视节目形

① 傅亦轩,冀彦伟,陈亮. 新媒体节目内容创作与版权保护[M]. 北京:中国广播电视出版社, 2011:4.

② 许鹏. 新媒体节目策划论[M]. 北京:中国人民大学出版社,2009:8.

③ [美]约翰·菲斯克. 电视文化[M]. 祁阿红,张鲲译. 北京:商务印书馆,2005:22.

④ 谭天. 论电视节目形态构成[J]. 现代传播,2009,(4).

⑤ 王彩平. 电视节目形态创新方式探究[J]. 声屏世界,2005,(8).

态在当代还被赋予了新的涵义——所谓电视节目形态,就是电视节目设计的基本模式,或者说‘节目形态是电视栏目的程序软件,提供着不同内容的电视处理方法’。”^①

孙宝国认为:“电视节目形态是电视节目形式的自然延伸和个性化拓展,也即由电视节目的形式、内容、气质和神韵构成的电视节目设计模板。”^②

还有研究者认为:“节目形态是构成一个广播电视节目的各个形式要素依照不同的组合方式、不同的功能指向,而最终形成的节目的存在形态,具有相对稳定的外部形式和内部构造。”^③

归纳相关学者的研究,电视节目形态的内涵大致包括以下几个方面:第一,电视节目形态是电视节目内容的表达形式与结构方式;第二,电视节目形态处于不断发展变化的运动状态之中;第三,电视节目形态还有电视节目设计模式的涵义,这些对于电视节目形态的研究,对于更好地理解新媒体节目形态,具有重要的借鉴意义。

根据原国家广电总局董年初等人的研究,自广播电视作为大众媒体普及以来,广电节目的形态就一直在不断变化之中。20世纪90年代以前,新闻类、社教类、文艺类和服务类几乎是节目制作与节目奖项评选的唯一标准,后来这四类节目形态被更为细致地区分为新闻报道类、新闻评论类、综合晚会类、游戏娱乐类、生活类、青少类等,而且经济类、体育类、音乐类、益智类、法制类等节目形态日渐成为受众关注的焦点。数字技术、IP技术的发展赋予了广电节目更为丰富的内涵和表现形态,今天的广电节目形态不仅在类型、格式、来源等方面更趋多样化,其互动性、分众性特征也越来越明显,而且节目形态还进一步延伸到了电视商务等非广告类经营活动中,逐渐开始形成跨平台、多业务的节目运作模式。^④

显然,新媒体的发展已经影响到传统广播电视的节目形态。如果我们用一种历史的眼光看待新媒体节目的话,所谓新媒体节目应该是伴随着新媒体的诞生与发展,逐渐形成的不同于传统广播电视的节目内容和服务功能。此类节目要么在结构形式上具备与传统广播电视节目不同的模式,要么在服务功能上对传统广播电视节目有新的拓展。总之,新媒体节目应该是传统广播电视播出平台上所没有的内容、形式或服务。因此,即使在新媒体平台上播出的传统电视节目内容,如电视剧和电视栏目等,也并不属于新媒体节目。

简要总结新媒体节目形态的内涵如下:第一,新媒体节目形态是指与传统广播电视节目不同的内容、形式或服务,其突出特征是基于互联网技术的交互性;第二,新媒体节目形态是指在数字新媒体平台播放的节目或提供的服务;第三,新媒体节目形态处于不断的运动发展变化中,新的品类将随着新媒体的发展不断涌现和成熟完善。

① 李立.认识当代电视节目形态[J].新闻界,2006,(1).

② 孙宝国.中国电视节目形态研究[M].北京:新华出版社,2007:2.

③ 熊忠辉.广播电视节目形态解析[M].北京:化学工业出版社,2010:3.

④ 董年初,关宇奇,熊艳红.视听新媒体与广播电视节目形态的变化[J].中国广播电视学刊,2007,(11).

第二节 新媒体节目形态的基本类型

新媒体节目形态的研究目前才刚刚开始,没有现成的分类标准可循。本教材在新媒体节目形态概念界定和内涵归纳的基础上,认为新媒体节目形态的类型既可以按照播出平台,也可以按照技术应用,还可以按照内容创新来划分类别。但是,无论按照什么标准分类,新媒体节目形态都应该是“传统广播电视媒体播出平台上没有的节目形态”。遵循这个基本前提,综观目前广播电视与互联网融合过程中出现的各种新的节目内容和服务功能,本教材尝试为各种新媒体节目形态进行分类。

按照新媒体播出平台分类。目前,新媒体节目的播出平台主要是传统电视与互联网融合所产生的新媒体形态,主要有电视与互联网融合产生的网络视频、IPTV,电视与移动互联网融合产生的手机电视。另外,还有网络节目、IPTV 与互动电视内容、手机电视节目等新媒体节目形态。

按照新媒体节目内容分类。新媒体在发展过程中,由于传播者与受众之间关系的变化、受众参与程度的增强、微型碎片化内容增多以及技术应用创新等因素,出现了公民视频新闻、微电影、新媒体剧、富媒体广告、电子游戏等新媒体节目形态。

这些新媒体节目形态都是目前传统广播电视播出平台上所没有的,它们在新媒体发展过程中诞生,或者在传统电视节目内容启发下融合了新媒体的技术特点从而焕发出勃勃生机。前者如公民视频新闻、IPTV 与互动电视内容、电子游戏、富媒体广告等,后者如微电影、新媒体剧、网络节目、手机电视节目等。每一种新媒体节目形态都有其不同的诞生、发展历程和典型特征。

一、微电影

微电影是一种短时长、低投入,可依托多元媒介平台进行制作及播放的影像艺术。在共享、交互、传播的新媒体时代,微电影的本质是一种参与和倾诉的影像方式。微电影的类型可以分为广告微电影、明星微电影、定制微电影、游戏微电影等。如果单以长度来计算,微电影的历史甚至可以追溯到《火车进站》。只是微电影的概念形成与接受两方面的火爆则是依托制作便捷、网络传播这些新媒体时代日益凸显的生产及流通特质。胡戈创作的网络短片《一个馒头引发的血案》是大多数网民真正注意到网络自制视频的开始。尽管网络自制视频和微电影并非相同的概念,然而胡戈的这次戏谑之作,着实成为了微电影发展道路上的一个节点。2010年,中国电影集团和优酷网联合制作推出的“11度青春电影系列”,是中国微电影发展史的又一次标志性事件,因为它代表着影视业势力和广告商开始介入微电影的生产制作。《老男孩》、《拳击手的秘密》、《泡芙小姐的金鱼缸》等为代表作品的微电影创作,涉及都市恋情、青春记忆、创业励志等多种题材,以或直白或隐喻的影

像书写着澎湃的青春,展现了80后乃至90后一代人的心路历程和蓬勃生机。^①

微电影成为新媒体节目形态的一种,最为重要的原因是在网络时代,“微内容”广受欢迎。究其实质,从电影短片算起,微型电影这种形态并不少见,历史也较为久远。然而,一直以来由于缺少固定的播出平台,加之作品数量没有形成一定的规模,电影短片的影响力并不大。网络播出平台的出现,“微内容”创作和传播的双重繁荣,改变了新媒体的内容生态环境,YouTube、优酷、土豆、六间房等视频网站的崛起,用户自制内容的繁盛,社会专业制作力量的加入,让“微电影”挟裹着便捷的“微时间”,成为大众文化消费的新宠。从这个意义上讲,是网络的平台和空间造就了“微电影”,使之成为一种当之无愧的新媒体节目形态。

二、新媒体剧

新媒体剧是依托新媒体环境完成制作和传播的,具备观看自由、类型丰富等特征的影视剧节目类型。新媒体剧是新媒体时代技术生产方式和影视剧集的联姻,主要表现为在制作力量、社会资本、国家政策等多方因素的介入下实现的艺术生产,这几方力量的博弈建构了新的叙事风格、价值立场及营销方式。新媒体剧囊括网络剧、手机剧、公共视听载体剧等多种类型,具有生产周期短、制作门槛低、投资风险小等特点。国外的网络剧发端于20世纪90年代,植入了美国苹果公司等信息产品的品牌广告《地点》一般被认为是美国第一部网络剧。2000年,我国一部原创网络剧《原色》被传上网页。这部由大学生策划、制作,专门针对互联网播放的作品已经具备了多线索叙事的雏形,提供了可选择的剧情结尾。随后,一系列名不见经传的同类作品被传上网络,但并未引起广泛反响。2005年,上海文广新闻传媒集团和上海移动联合制作推出了手机剧《新年星事》,该剧共分10集,每集约3分钟,由上海电视台的多位主持人来表演,内容是主持人演绎和讲述关于“过年”的故事。2006年,优酷网上线运营,口号是“拍客无处不在”;同年,酷6网上线运营,迅速举办了“微视频大赛”。在视频分享网站的平台支持下,更多专门针对网络播放的网络剧作品开始涌现。^②

新媒体剧是传统电视剧在网络视频、手机视频和移动电视平台上播出的“变种”。其时间短的特性,成为新媒体剧不同于传统电视剧的显著特征。在生活节奏快、碎片时间多的网络时代,单集10分钟左右的网络连续剧、手机连续剧,逐渐成为一种受到众多网民、广告主认可和欢迎的新媒体节目形态。如果说电视媒介的广告编排特征影响了传统电视剧40分钟左右的单集时间,那么,移动观赏的“微时间”则决定了新媒体剧较短的单集时间。同时,专门针对网络用户的群体特征和新媒体播出平台的量身打造,也是新媒体剧作为新媒体节目形态之一的显著特征。

^① 详见济南大学历史与文化产业学院讲师张波博士撰写的本教材第二章《微电影》。

^② 详见济南大学历史与文化产业学院讲师张波博士撰写的本教材第三章《新媒体剧》。

三、公民视频新闻

公民视频新闻是由普通公众拍摄、制作、发布在互联网平台上,运用画面与声音符号体系对新近或正在发生的事实进行反映、报道、记录、调查的视频短片。公民视频新闻是公民新闻与网络视频的交集,既是公民新闻涵盖的主要形式,也是构成网络原创视频的主要成分。从制作主体来分析,在20世纪90年代中期,传媒环境的剧变和竞争的加剧,使读者和观众在有了更丰富的新闻选择的同时,还潜移默化地提高了自身的媒体素养。普通公民开始借助趋于简单、成熟的技术条件,在搜集、报道、分析和散布新闻信息的过程中发挥主观能动作用——以他们的视角和话语方式报道新闻,传播事实和观点。2005年,视频网站的兴起给公民视频新闻的发展带来了真正施展身手的空间。吴信训、王建磊将公民视频新闻分为公共领域、亲身经历、主动调查、事先策划和视频合成五大类;蔡丽霞认为,公民新闻的来源有现场见闻、自身事件、调查报告、自我报道四类;从视频网站的实际做法来看,搜狐的拍客页面分为新闻追踪、伊人风尚、民生观察和奇人怪事;新浪的分类为新闻快曝、囧人囧事、伊人风采和天下奇闻。从表现形态上,我们能明显区分出公民视频新闻和传统电视新闻的不同。公民视频新闻一般没有“公民记者”出境,没有主持人,不设新闻导语;画面因非专业设备拍摄而不甚清晰,镜头时而摇晃不稳,推拉摇移的运用也不甚合理……总之,其外在形态体现出显著的“非专业水准”。^①

公民视频新闻是电视新闻的有益补充。由于DV和手机摄影摄像的普及应用,人人都可以变成“公民记者”,在第一时间、第一现场自己拍摄制作的新闻,通过上传视频到专业的网站或微博等平台,来引发人们的关注。公民视频新闻的影响力与日俱增,节目形态也表现出与传统电视新闻明显的不同。公民视频新闻是一种特征鲜明的、内容由用户自制的新媒体节目形态,正是因为公民自身对于新闻价值的判断、非专业化的采访摄制、音乐和字幕的运用与成熟的电视新闻不同,其独特的节目形态特征才愈加突出和明显。目前,这种新媒体节目形态已经反向发展到传统电视的播出平台上,更加显现出其鲜活和旺盛的生命力。

四、网络节目

网络节目是指主要为互联网等新媒体制作并经其传播的,形式较为规范、质量较高的音频和视频内容项目。网络节目与电台、电视台节目的区别主要体现在载体上,前者主要经由网络传播,后者主要通过电台、电视台传播。载体不同,其受众范围、节目形式、思想内容也会不同。网络节目可视为网络视频的子概念,具有互动性与分享性、海量性与丰富性、平民性与灵活性、便利性与私人性等基本特征。参照电视节目的分类方式,综合内容题材与形式双方面标准,可以将网络节目大致区分为新闻节目、谈话节目、纪录片、娱乐节目、教育节目等类型。我国网络节目的产生和发展,可以追溯至2006年自由职业者胡戈

^① 详见深圳广电集团与中国传媒大学联合培养的博士后王建磊撰写的本教材第四章《公民视频新闻》。

创作的网络短片《一个馒头引发的血案》。这部取材于电影《无极》和中央电视台《中国法治报道》的短片只有 20 分钟,耗资仅数百元,却激起了数千万网民的热烈追捧。网络节目由此开始受到网民的广泛关注,进入快速发展的历史阶段。^①

值得一提的是,网络节目发展到一定的阶段时,已经出现了一种固定网站播出、固定节目时长、固定主持人等栏目化特征明显的网络视频栏目,此类栏目属于网络原创节目,不在传统电视台播出,如搜狐网 2007 年 1 月开播的自制网络综艺娱乐节目《大鹏嘚吧嘚》、人民网人民电视频道于 2009 年年底推出的原创新闻评论栏目《小六砖头铺》、中国传媒大学在读博士研究生林白(网名“林中白狼”)主持的原创网络脱口秀栏目《麻辣书生》、腾讯网 2011 年 7 月推出的原创纪实专题栏目《记录》等。最新的例证是 2012 年伦敦奥运会期间,凤凰新媒体奥运原创节目《锵锵五环行》和《伦敦下午茶》同步在河南卫视、深圳卫视城市联合网络电视台旗下的 10 余家成员台的黄金时段落地播出,这是网络视频行业首次实现网络直播节目在地方卫视同步落地,视频网站进入返销时代。网络原创视频栏目的不断出现和日渐增多,甚至反向进入电视播出平台的发展趋势,显现出网络节目作为一种新媒体节目形态已经渐趋成熟。

五、IPTV 与互动电视内容

IPTV 与互动电视内容是指在以电视机为接收终端的 IPTV 或双向互动的有线数字电视上呈现的,区别于传统电视媒介互动节目形式的,以网络技术为基础的新型互动节目和服务项目,如在电视机上实现的电视上网、互动游戏、虚拟社区、远程医疗、可视通话、报刊订阅等。IPTV 与双向互动的有线数字电视融合了传统电视内容和互联网内容,用户既可选择影视直播、影视点播、时移电视,也可以进行浏览信息、家庭学习、休闲娱乐、视频通信等活动。坐在家裡,就能够体验到“自由、自我、自在”的生活方式。如果我们把观众使用 IPTV 的过程视为一个互动过程的话,互动的主体主要是“人”和“机”,相应地,IPTV 互动内容可以因之分为两大类,即“人机互动”与“人际互动”。一般地说,理想的 IPTV 与有线数字电视兼有“人机互动”与“人际互动”两种方式。我国现阶段 IPTV 与双向互动的有线数字电视主要以视频点播的人机互动为主,以电视机为中介的人际互动也正在逐渐增多。^②

IPTV 是互联网和电视媒介融合的产物。一般而言,IPTV 被纳入视频互动媒介的范畴。通俗地讲,IPTV 就是给传统电视媒介加入了时移、点播等部分互联网的功能,把单向的“Broadcasting”(广播)变成了双向的“Interactive”(互动)。网络的双向互动功能和信息服务功能不仅为“人际互动”(如视频通话、即时通信、互动游戏等)创造了条件,同时也为“人机互动”区别于传统电视节目内容的开发增添了多种可能性,比如,电视上网、电视付费等功能和服务,这是传统的单向电视广播无法实现的“人机互动”。虽然 IPTV 的节目内容和服务载体仍然可以是电视机屏幕(也可以是手机屏和电脑屏),但是双向互动

^① 详见河南大学新闻与传播学院副教授于春生撰写的本教材第五章《网络节目》。

^② 详见河南大学新闻与传播学院副教授高红波撰写的本教材第六章《IPTV 与互动电视内容》。

服务功能和节目内容的开发,超越了传统的单向广播式的电视节目,IPTV 与互动电视内容因而成为名副其实的新媒体节目形态。

六、手机电视节目

手机电视节目是指在手机电视上播出的内容项目。手机电视节目无论是在节目编排、画面镜头、音效、字幕,还是在视觉传达和节目模式方面,都与传统电视节目有较大差异,呈现出一些新的特点。我国的手机电视业务始于 2003 年 11 月在海南举办的博鳌亚洲论坛,当时由海南电视新闻中心制作的近 70 条相关视频新闻通过移动、联通两家手机电视网络进行了业务传输。2005 年,上海东方龙手机电视公司投资拍摄了中国第一部用高清摄像机拍摄的手机电视剧《白骨精外传》,该剧以每天 5 分钟、总共 365 集、每天更新的方式播放,电视剧的主人公是一群被网民戏称的“白骨精”,即“白领、骨干、精英”。这部手机电视剧浓缩了白领生活的精彩片段,对白幽默诙谐,是网络短信的电视情景化的一次大胆尝试。目前,我国手机电视内容平台主要有四家,分别是中国移动手机电视内容平台、中国联通手机电视内容平台、中国电信手机电视内容平台和中广传播手机电视内容平台。互动电视购物、国内第一份视频手机报、手机电影节等活动推陈出新,激动网、土豆网、优酷网等具备资源优势的视频网站纷纷抢滩手机视频市场。^①

手机电视是一种崭新的视听新媒体,在传播环境和受众需求方面都与传统电视区别较大,随着数字多媒体广播的普及和发展,符合手机媒介特点的短视频节目越来越受到市场的青睐。手机视频内容的研发目标应该是新媒体传播环境下节目类型的创新,而不是把原有电视节目形态向手机渠道进行简单的延展。目前在世界范围内,独立于传统电视节目之外,符合手机媒介传播特点、传播环境以及手机电视受众接受生理和心理特性的新型视频节目受到了重视。^②

七、电子游戏

电子游戏是一种基于计算机平台和数字技术,鼓励玩家以获得身心愉悦为目的,自愿参加,并要求玩家遵从特定的规则与目标的,独立于日常生活的娱乐活动。体验是电子游戏的核心,电子技术对游戏体验的影响有屏幕带来的视觉体验、输入技术的革新带来的触觉体验、互联网带来的交互体验等,同时,电子技术的发展还会给玩家带来更为沉浸的游戏体验。玩法的革新、交互的简化、美术的创新、音乐的丰富、游戏科技的发展可以使玩家更容易进入沉浸环境,从而深化游戏体验。世界上最早的电子游戏雏形诞生于美国的一个核试验室。1962 年,麻省理工学院的学生史蒂芬·罗塞尔开发了一款名为《宇宙战争》的游戏,这款游戏的主题是两个玩家各自控制一艘围绕着具有强大引力的星球的太空战舰向对方发射导弹进行攻击。1978 年,日本设计师西角友宏制作了类似《宇宙战争》的电

① 详见四川大学文学与新闻学院博士研究生江凌撰写的本教材第七章《手机电视节目》。

② 高红波.国外手机视频内容研发的实践与创新[J].传媒观察,2009,(10).

子游戏《宇宙侵略者》，这款游戏受到当时日本社会的狂热推崇。《宇宙侵略者》开启了日本电子游戏产业的大门，日本国民对游戏的大力推崇，加之日本原有动漫文化浸润，使日本在此后几十年的发展中，无论游戏主机发布还是游戏拷贝发行，在国际市场上都保持领先地位。任天堂是日本游戏产业辉煌期的一个缩影，除任天堂外，索尼、卡普空、世嘉、史克威尔、科乐美等世界闻名的日本游戏公司共同创造和见证了日本游戏的黄金时代。游戏类型的分类方式很多，从游戏搭载的硬件平台来看，可分为视频游戏、电脑游戏、掌机游戏、网络游戏等；根据游戏的美术制作技术，可以分为 2D 游戏、3D 游戏；根据游戏呈现视角，可分为第一人称视角游戏和第三人称视角游戏等。^①

电子游戏的沉浸式体验赋予了参与者角色扮演的功能，传统电视的观众和网络信息的围观者从“观众”变成了“演员”，在设计好的情境和游戏规则中表演或竞技。这种新媒体节目对传统节目的超越是显而易见的，随着观众“卷入”程度的提高，游戏甚至可以以“虚拟环境”替代“真实环境”，让很多游戏成瘾者不能自拔。当然，这属于社会学和心理学研究的范畴，这里不再展开。单从新媒体节目形态来看，由于电子游戏与商业结合紧密，其类型化开发的程度很高，产业化发展的步伐很快，目前已经出现了遥感互动式的游戏新品类。随着游戏产业的发展，新的游戏类型会不断出现，类型间的融合也在逐步加剧。

八、富媒体广告

富媒体广告是网络广告的一种，却又不同以往。富媒体的会长 Bill McCloskey 认为使用影像、声音、矢量图形、动态 HTML、Shockwave 和 Java 等技术的广告就是富媒体广告；也有学者认为富媒体广告是“融视频、音频、文字及互动于一体”的新型网络广告，具有“创新性、互动性、参与性、可测性、服务性和标准化”等优点。事实上，基于富媒体技术和应用，将广告创意和新媒体艺术相结合，强调互动参与和更加丰富、立体、逼真的多感官体验，快速准确到达目标受众的广告，就是富媒体广告。富媒体广告的支持终端主要为智能手机和平板电脑，传播效率比较高。富媒体广告最大的价值在于广告主与客户更深入地沟通和最直接地互动。简言之，技术的发展为富媒体广告成为网络广告的主流形式提供了基础，巨大的网络广告市场规模是富媒体广告蓬勃发展的原动力，新媒体艺术的成熟是富媒体广告创意得以完美呈现的保证。富媒体广告是在传统互联网广告的沃土中酝酿而生的，最早要追溯到 1999 年互动通创立之初，它开拓了以富媒体技术为核心的数字营销平台，是中国富媒体发展的雏形；真正意义上最早的富媒体广告形式应该出现在 2002 年，新浪和互动通共同推出视窗第一代产品——iCast 弹出视频广告，张艺谋导演的大片《英雄》片花发布于新浪，富媒体广告正式进入中国。此后，大量的富媒体广告迅速在网络上涌现，弹出式、浮动式、可扩展式、互动式、Flash、Java、3D、视频等，让浏览者应接不暇。^②

富媒体广告的视听新媒体节目形态特征十分明显，从与传统电视广告不同点的差异角度分析，至少有以下变化：一是播出平台不同，富媒体广告是网络广告的一种，其播出和

^① 详见上海腾讯公司游戏开发部张倩怡撰写的本教材第八章《电子游戏》。

^② 详见郑州经贸职业学院文化传播系讲师赵素欣撰写的本教材第九章《富媒体广告》。