



厉震林 刘 庆 主编

小微之魅

戏剧影视文学的“微”美学研究

古之达人，推而通之，大而天地山河，细而秋毫微尘，此心无所不在，无所不见。是以小中见大，大中见小，一为千万，千万为一，皆心法尔。



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

1000000

Abstract The purpose of this study was to determine whether there were differences in the prevalence of self-reported depression between men and women who had been exposed to violence during childhood and adulthood. Data from the National Longitudinal Study of Adolescent Health (*N = 9,800*) were used to examine the association between exposure to violence and self-reported depression among adolescents aged 15–17 years. Results showed that exposure to violence during childhood and adulthood was associated with higher rates of self-reported depression. Furthermore, the association between exposure to violence and self-reported depression was stronger for females than males.

Copyright © 2006 John Wiley & Sons, Ltd.
J. Polym. Sci. Part A: Polym. Chem. 44: 1105–1114 (2006)
DOI: 10.1002/pola.21305

本书系 上海市教育委员会上海高校一流学科建设项目 资助
上海市教育委员会上海市研究生教育创新计划

小微之魅

戏剧影视文学的“微”美学研究

厉震林 刘 庆 主编



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

内容提要

本书是2013年上海市研究生学术论坛暨第六届长三角地区戏剧影视文学研究生学术论坛论文集。来自长三角地区各个著名高校的戏剧影视文学、戏剧学、电影学、广播电视艺术学和中国语言文学等相关学科的博士、硕士研究生围绕着“戏剧影视文学的微美学研究”主题展开了研讨和报告,并形成了本书的论文内容。它分为“微美学”的内涵和外延、走近微电影、走近小剧场戏剧、走近小成本电影等四个部分,是国内目前对于戏剧影视文学的微美学研究最为系统和前沿的学术成果。

图书在版编目(CIP)数据

小微之魅:戏剧影视文学的“微”美学研究 / 厉震林, 刘庆主编. —上海: 上海交通大学出版社, 2014
ISBN 978-7-313-11566-9

I. ①小… II. ①厉… ②刘… III. ①戏剧文学—文艺美学—中国—当代—文集 ②电影文学—文艺美学—中国—当代—文集 IV. ①I207.3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 201672 号

小微之魅——戏剧影视文学的“微”美学研究

主 编: 厉震林 刘 庆

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 韩建民

印 制: 上海交大印务有限公司

开 本: 787 mm×960 mm 1/16

字 数: 420 千字

版 次: 2014 年 10 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-11566-9/I

定 价: 68.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 22.75

印 次: 2014 年 10 月第 1 次印刷

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: 021-54742979

序

初冬季节，上海西区的上海戏剧学院紫藤庐又迎来了 2013 年上海市研究生学术论坛暨第六届长三角地区戏剧影视文学研究生学术论坛。今届论坛比往届时间稍早，暖暖冬阳横斜华山路的梧桐枯枝之间，人影萧疏的树街，偶尔仰望明澄的蓝天，颇有一点思绪浮动的情思。如此时节，真是谈剧论影的美妙时光。

开幕式上，我回顾了前五届长三角地区戏剧影视文学研究生学术论坛的发展历程。本论坛自 2008 年首次举办以来，五载风雨兼程，一批批学子走上了论坛，而大多数研究生在这此论坛上，第一次在学术论坛上发表演讲，第一次发表了学术论文，第一次获得了学术奖项。人生的第一次是分外珍贵的，故而本论坛对他们也是分外珍贵的。他们带着本论坛的气质，走向了工作单位以及学术道路，也就蕴含着本论坛的文化因子。本论坛先后出版了《转型之痒——戏剧影视文学研究的再度现代化》、《空间图谱——戏剧影视文学研究的国家形象与城市气质研究》、《青春之殇——戏剧影视文学的青春美学研究》、《江南家国——戏剧影视文学的江南文化研究》、《网络母题——戏剧影视文学的网络文学改编研究》等五本学术论文集，已是长三角地区戏剧影视文学学科领域的著名学术品牌，并得到了长三角两省一市教育和文化主管部门的高度重视，列入长三角两省一市联合举办的研究生系列论坛。

本届论坛的“名家讲座”由上海戏剧学院原戏剧文学系主任、研究生部主任丁罗男教授演讲，他的题目是《当代文化语境和“大题小做”》，深受研究生的欢迎。本届论坛的导师团由北京师范大学的张智华教授、苏州大学的倪祥保教授、上海交通

大学的李建强教授、上海大学的曲春景教授和上海戏剧学院张福海教授组成。他们的精彩评点,使研究生领略名家的学术风采,受益甚多。

闭幕式上,为获得本届论坛优秀论文的16位研究生颁奖,并合影留念。

在本书出版过程中,感谢上海戏剧学院副院长兼研究生部主任官宝荣教授、科研处处长王云教授以及研究生部王春云、李冬梅、韩爽老师的大力支持,也感谢为本届论坛顺利召开付出辛勤劳动的各位研究生志愿者。

“铁打的营盘,流水的兵”,与会的研究生一届一届毕业了,但是,论坛还将一届一届举办下去。需要告诫的是,千万不要做空头理论家,学历并不重要,学力才是根本,要承担起回应时代和社会的呼唤与需求之任务,济时匡世,成为中国文化的“心灵养护者”。

厉震林 记于上海戏剧学院

2014年7月6日

目 录

第一辑 “微”美学的外延和内涵

国内网络剧的“微”美学初探	张文澜	3
“微”“显”“新”“耗”		
——新媒体时代的“微”美学研究	及鹏飞	7
新媒体语境下的新型影评态势扫描	高 凯	17
微时代编织的新文体		
——微博文学的审美价值探究	潘晶晶	25
试论微博文学的特质	刘丽菲	32
网络微美学文本：青年人自我呈现的空间	颜 欢 征 鹏	39
谈御宅文化对新媒介发展的影响		
——网络剧《万万没想到》成功的文化成因分析	陆雅馨	48
网络剧的后现代叙事特征初探	熊 馨	54
浅析手机剧的视听语言特征		
——以《万万没想到》为例	吴梦静	58
青春·共在·解构		
——中国网络剧的审美特性探析	章 雄	64
论“大题小做”和“微创作”现象		
——戏剧影视文学的“微”美学研究	苏 健	72
试论手机剧的传播特性	纪腾飞	89

迎合·融合·聚合

- 碎片化语境中手机剧传播策略管窥 艾志杰 97
- 高科技之伤
- 论微媒介对受众的身心影响 余哲峰 103
- 浅谈微小说改编微电影的创作观念与美学特征 何 劼 109

第二辑 走近微电影

- 限度与超越：微电影叙事功能及其意义 赵世勇 澳门大学 杨青泉 117
- 浅析微电影的社会和文化现状 许 晴 125
- 花开两朵，各表一枝
- 论两种微电影的两条道路 王梦瑶 128
- 女体·影像·消费
- 论微电影的视觉文化与消费文化 张璐璐 132
- 商业化的追击抑或艺术性的逆袭
- 论从微电影的现状及其存在问题 聂 红 140
- 微电影创作者的梦想与现实 孟书臣 146
- 浅析微纪录片的美学特征 刘珍绮 152
- 论微电影的美学特性及其发展途径 徐亚茜 160
- 关于微电影的美学特征以及比较研究 游 杨 168
- 转型的焦虑
- 2013 年国产微电影美学评述 王宇洁 175
- 浅析商业微电影的美学特性
- 以《一触即发》和《极速无间》为例 李晓楠 188
- 微分子的微美学之路 孟 滢 193
- 浅谈微电影的“微”文化范式 康明慧 197
- 论微电影的公益价值与可持续发展 徐 莹 202
- 微电影的新形态与新概念 王 琦 210
- 微电影的叙事风格和特征 管晨蓉 215
- 探析重口微电影的“性迷乱”
- 以微电影《红色按钮》为例 杨天奇 220

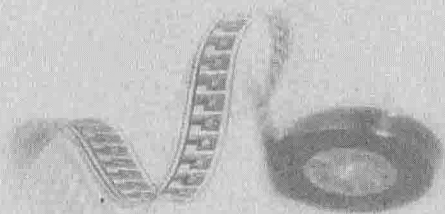
学院派微电影的叙事美学诉求	王 乐	228
---------------------	-----	-----

第三辑 走近小剧场戏剧

关于小剧场戏剧与校园戏剧	杨 光	237
“小剧场实验美学创作”的导演话语		
——论导演孟京辉之“声音”符号美学	杨 超	243
“以小见大,得意忘形”		
——浅析小剧场戏曲的风格与特色	刘天正	256
“微”时代下小剧场发展之路		
——以上海话剧中心小剧场为例	王 华	260
画龙只需“小”点睛		
——试论戏曲程式化发展	刘 轩	266
“胶囊”品质		
——论小剧场“微”美学的立场和责任	邹 坦	277
浅析微时代小剧场戏剧的公众参与	艾莎莎	282

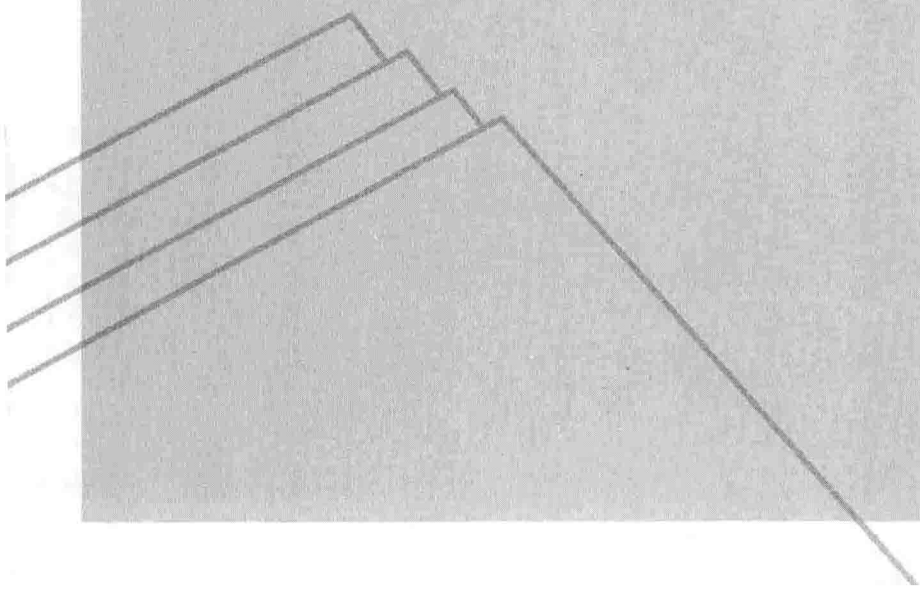
第四辑 走近低成本电影

近年来国产中小成本电影的兴起对商业大片的启示	游 溪	289
新形势下国产低成本电影如何在院线突出重围	李 睿	296
类型追求与喜剧策略		
——以《泰囧》为例谈中低成本喜剧电影的发展	王旭文	309
青春“类型片”		
——新生代电影人的中小成本创作实践	赵 宜	315
“四两拨千斤”: 低成本电影的突围策略	章意程	321
论国产低成本电影的发展经验以及提升之策	单慧珺	331
低成本电影如何在大片时代寻获良性发展空间	花 芸	338
浅析低成本电影与商业大片的竞争及其发展	孙晨曦	343
论中小成本电影以“小”搏“大”之道	郑婧艺	349



第一辑

“微”美学的外延和内涵



国内网络剧的“微”美学初探

上海戏剧学院 张文澜

所谓网络剧包含了两个范围：第一个是指在互联网上看到的电视台播放过的电视剧；第二个则是由各大视频网站或者文化传媒公司制作，以视频网站为播放平台，为互联网网民量身定做的连续剧。前者还是传统电视连续剧在视频网站上的新传播，仍然沿袭着传统电视剧的制作方式和审美判断，只是把互联网当作新的传播媒介；后者则是由各大视频网站联合文化传媒公司发起，专门为网民制作，仅限于在互联网和移动互联网播放的连续剧。本文主要是以国内第二类网络剧为对象，讨论其美学特征。

2008年11月，优酷网推出《嘻哈四重奏》第一季，这是中国互联网第一部真正意义上的网络剧。据统计，《嘻哈四重奏》第一季目前已经获得了超过3000万的总点击量，其中单集的最高播放次数达到1300万^①。延续至今，《嘻哈四重奏》已经播出共五季，伴随着批评和争议一路走来。在2013年，国内网络剧迎来了一个高潮。优酷网的《万万没想到》、搜狐网的《屌丝男士》、乐视网的《型男色女》等引起网民尤其是青少年的热捧。本文将对网络剧的话语权转换、碎片时间、简单叙事、娱乐效应等特点展开分析，同时探讨当前环境下中国网络剧所存在的种种问题，从而对其未来发展及价值空间提升给出探索性建议。

一、话语权转换

在传统电视媒介上播放的电视剧，大多是由制作公司自发创作、与播出平台达成协议播出的这样一个制作播出流程。观众对一部电视剧的喜好和评价仅仅体现

^① 广告门网站新闻：<http://www.adquan.com/post-1-3913.html>。

在收视率上,具有参考价值的观众评价缺乏有效的沟通途径。制作单位和播出平台与收看群体之间,始终处于这样单向的关系。其结果是,影视从业人员掌握了话语权,决定影视市场的走向;相反,观众只能在电视台播出的这些电视剧中做相对有限的选择。

根据中国互联网络信息中心的统计,截至2013年6月,中国网民数量突破5.91亿^①。在网络普及的短短几年时间里,网络的虚拟性和可隐匿性极大地激活了民众潜伏已久的话语表达欲,他们以极大的热情参与到网络中来。各类网络社交平台 and 论坛制造出一轮接一轮的网络热点事件、新话题、新词汇。网络剧从网络文化中汲取养分,融入网络剧的创作中。同时,网络剧中的热点人物、经典台词又形成新的网络文化。所以,在网络赋予大众话语权的同时,网络文化与网络剧之间达成双向交流,两者在互相渗透、影响、逆袭中携手前进。

二、碎片时间

2011年2月,KPCB风险投资公司合伙人、北美创业投资教父John Doerr创造性地提出了SoLoMo概念,即把“Socail(社交)”、“Local(本地化)”与“Mobile(移动)”三者的无缝整合看作是未来互联网发展的趋势^②。随着近年来,智能手机和平板电脑在中国城市的普及,移动终端正在改变媒体的发展趋势。电影院、客厅里的电视机、书房里的电脑已经不能涵盖影视作品的所有消费场所了。都市人的快速生活节奏,使得花上1~2小时待在电影院或者家里看完一集完整的电视剧或者一部完整的电影的时间少而又少。另一方面,生活中的其他碎片时间,比如路上堵车的时间、点餐后等菜的时间、购物排队的时间等,随着移动终端技术的普及,而被越来越多的媒体人关注。如何成功利用消费者的碎片化时间,让消费者点播智能手机或者平板电脑所提供的视频内容,成为影视市场的新战地。

优酷网推出的网络剧《万万没想到》,于2013年8月上线,单集时长在3~5分钟,每周二更新;搜狐网推出的网络剧《屌丝男士》,于2012年10月上线,单集时长在20分钟左右,每周三更新;乐视网2013年9月推出的网络剧《型男色女》,时长在30分钟,每周一至周五中午更新。从以上资料不难看出,网络剧敏锐抓住了碎片时间的概念,大大缩减了单集时长。其中,《型男色女》更是将自己的观众群直接锁定在年轻白领和学生群,抓住每个工作日的中午休息时间,为他们奉上30分钟

^① 中国互联网络信息中心的权威发布: <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwfzx/qwfb/>.

^② 百度百科词条: Solomo 营销模式 http://baike.baidu.com/link?url=w1W2FJ2EKGxE91NVH0vl2nyrEobJrLLA7fKa76Ts6I9P6UfVTiQO-m98gZ9plaqottqqBZsT0ahG-d7QafOtu_.

的娱乐。另外,《万万没想到》和《屌丝男士》还学习了美剧每周更新的播出模式。长期以来国内电视剧保持在晚间黄金时间播出 2 集、每集 45 分钟已经形成了收视习惯。网络剧采取的碎片化、系列剧化的播出方式,这个策略究竟会成为一种成功的模式,或者仅仅是一种失败的尝试,这还需要更长期的观察验证。

三、简单叙事

在上海国际电影节期间,德国电影大师施隆多夫认为:手机电影将会影响今后电影的叙述方式,自己这种老的讲故事方法最终会被淘汰,并表示:“手机电影是一场电影技术革命。它要求从它的内容、创作到一系列的完成,都必须高度简单化,包括整个叙事的风格。”施隆多夫认为,手机电影一旦普及,就会直接影响电影的风格转变。“到那个时候,我本人以及欧洲式的电影讲故事的方式,以及这种多样性的方法都很快会过时,但我还是会坚持我的风格。”^①

施隆多夫的担忧在最近播出的网络剧中已经得到印证。形式与内容是影视剧制作的两个翅膀。电脑、智能手机、平板电脑这些新兴的播出平台对网络剧的制作提出了新挑战。

首先是在时长上。以《万万没想到》、《屌丝男士》为例,这两部网络剧尽管单集时间长短不一,然而都是由 1~3 分钟的片段组成。如此短的时间内,无法完成传统的包含有起承转合的完整故事。它们是如何在碎片化的时间里,完成一个完整的叙事呢?不难发现,这两部网络剧当中的片段其实与小品中的段子非常类似:人物数量少、场景单一,基本不转场。同时,由于时长限制,人物一出场就身份性格鲜明,人物的角色和人物关系都是符合观众在日常生活中的经验和观摩经典影视剧后的共同认知。此外,最大限度地减少细节刻画,包括人物行动的叙述过程、情绪变化过程、长对白。其中必然产生跨越式的情节过渡,由观众的联想主动完成。

其次,是镜头语言的要求。由于屏幕的制约,对于画面可视性和音响效果都不同于大银幕的要求,因而尽量避免远景,集中表现演员的特写,特别强调人物的面部表情、强调故事叙述中的道具表现,色彩也尽可能鲜明、简单、生动。

四、娱乐效应

我国网络剧将观影人群主要锁定在社交网络人群,即 18~34 岁的网民。因为网络剧的商业模式尚在起步阶段,无法吸引到常规影视剧制作所必备的专业人才

^① 周怡:《电影新媒体研究》,http://wenku.baidu.com/view/40c6866e58fafab069dc02dd.html.

和雄厚资金。在消费文化中成长起来的网络剧暂以娱乐为唯一目的,尚不具备艺术价值和文学价值。在试图寻找自我价值定位的过程中,网络剧在话题选择和角色塑造上的娱乐效应愈来愈突显,在这方面的创新为传统影视剧的创作展示了新的可能。

一是快餐文化。新媒体的竞争,对于从经典文化中成长起来的传统媒体而言,有着截然不同的竞争环境和游戏规则。互联网的游戏规则已经不是大鱼吃小鱼了,更多的是快鱼吃慢鱼。放弃经验,相信创意;放弃教条,相信年轻,充分让年轻人去创作他们自己的消费文化。

二是接地气。接地气是电视节目行业工作人员所熟知的一个词,是指在节目选题设计及制作上应该贴合老百姓的审美需求和审美趣味,以赢得良好的收视表现。借助社会热点汇聚网络人气,借势创作一直是网络剧的看家本领。比如《屌丝男士》的“屌丝”概念、《型男色女》中的“九型”人格分析,都是在借网络流行话题来博观众的眼球。同样面临票房压力的中国电影,在近几年的创作上无不把“接地气”当成以小搏大、用本土创作抵抗好莱坞冲击的一剂良方。移动终端的普及正在潜移默化地影响大荧幕电影的创作取向。

三是夸张表演。因为审查制度相对宽松,在信息爆炸的互联网平台上,网络剧的角色设计常常极端化,卖色、卖萌、卖轴、卖冷幽默,等等。为了制造强烈的戏剧效果,人物行为常常不按常理出牌;挑选演员的标准不再是俊男美女,而是一定要有特点,不论形象的美、丑,只要能令观众记住,可谓是无所不用其极。

四是自我价值观。相比70后、60后,现在的80后、90后,个性张扬,更加忠于自我。他们有自己的行事方式,这是时代赋予他们的特征。受众群体年轻化的网络剧在很大程度上汲取了年轻受众的价值取向,在人物塑造、台词打磨时,勇于表达自我价值。

由此看来,网络剧是个非常时髦的新剧种,而且现正势如破竹,从2008年发展至今,显露出独特的美学特征。然而国内网络剧的现状,还处于起步期,商业模式还没有形成,人才和资金规模与电视剧相比都不可同日而语。过于迎合网络文化、消费文化的网络剧,无视艺术所传达出的精神内涵,在网络剧诞生之初就遭人诟病。同样,视频网站从播出、自制、出品,一路摸索着适合自己平台的最优营利模式。碎片化传播与深度阅读是否真的水火不容,草根趣味与精品制作又能否达成某种默契。优酷网出品总经理卢樊溪曾表示,观众只需要看到好看的产品,至于是网络剧还是电视剧,并不重要,“名字叫什么无所谓,观众并不在意是什么,只要是他想看的”。^①

^① 许青红:《网络剧蓄势待发》,《京华时报》2013年9月25日。

“微”“显”“新”“耗”

——新媒体时代的“微”美学研究

上海戏剧学院 及鹏飞

如果说,20 世纪的中国,经历了从纸质媒介到电影媒介,再到广播媒介,最终到达电视媒介的跨越,从而形成了全民独特的审美与信息接收习惯,以及对不同传播媒介的客观依赖与主观选择,那进入 21 世纪的中国则开启了一个传播媒介的新元年——新媒体时代。

马歇尔·麦克卢汉^①曾提出“媒介即讯息”一说,即:新的媒介的诞生不仅带来新的传播方式,就媒介自身来看便产生一种新的信息和知识^②。

这一观点精确地表明:新媒介的客观诞生,是受众对信息或知识的主观选择决定的,或者说,受众主观选择的信息或知识的呈现形态、内容取舍与传播形式,即新媒介。

而所谓新媒体,普遍被认知为“新的技术支撑体系下出现的媒体形态,如数字报纸、数字广播、数字电影、手机短信、移动广告、网络、触摸媒体等,相对于报刊、户外、广播、电视四大传统意义上的媒体,可被整合定义为新媒体”^③。

由此可见,新媒体的到来并不是某一种全新且广泛运用的传播媒介的诞生,而是随着科学技术的发展和支持,在受众的主观选择与时代需求的催生下,将已有媒体形式更为系统化、精确化、多元化、深入化而应运而生的信息内容筛选及呈现形态创新。这就是笔者所认知的新媒体概念。

① http://baike.baidu.com/link?url=KtUF0N1qvDfiQadWNQReVJQV8n3DAz1xk_-q4RZ7pb3s1BfnK83jmHLPL0uJ0LEc8mjJ_EDietmFtXjuOPbZ-q.

② 马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介:论人的延伸》第一部,译林出版社 2011 年版,第 3 页。

③ http://baike.baidu.com/link?url=nmkfUgETlyuvkuf_boIHOUV9_c0eHKag5rhpM3PPTKoffQC MfkBRXmW7USB5qwsKlkoUbxneTbH99D19lSqby3-P3oXFZxoh8WF2OU7W5WkiK6GzCjKGfhA9m29Aoj.

所以,在笔者看来,时下流行的微文学(微小说)、微电影(短片)、微博客(内容与传播形态)、网络剧(手机剧)等新媒体时代的产物,都具有一定深度与广度的美学、传播学研究价值。这一价值的发掘不仅能洞悉传播媒介继承与变革的关系及其潜在的巨大新媒体发展前瞻性,更能借我们一双“慧眼”,看透、看穿这些衍生产物背后的“微”美学创作观念,从而在新媒体时代下,助我们艺术创造“一臂之力”,进而创作出更多元、更深刻、更易于传播、更难于复制的艺术作品。

因此,作者将以微小说、微电影、微博客、网络剧为研究客体,浅析新媒体时代所具有的“微”、“显”、“新”、“耗”四大媒介特征,以求大题小做,分段举例阐述说明,最终以小见大,有效归纳出此类衍生艺术创作的部分普遍规律和“微”美学特征。

一、微情境、微人物、微生活

以微小说^①为例,140字的限制相当于两条短信的字数,这就需要在创作过程中进行大信息量的整合、取舍与巧妙的情境、背景交代,具有极高的大局观要求,完全区别于传统小说创作的叙事形态。

举例而言,如下这则微小说便具有极为简明的规定情境交代,寥寥几笔描绘出故事背景,从而腾出更多字数与思考空间突出人物心态的变化:

爷爷晚年每天必去的地方就是社区公园,那里聚集了很多老人,隔三岔五地便少掉一两个,老爷子每天回来都有感慨。我那会儿还小,嘲笑他说:“那地方有什么好逛的,常年都是一个样,天天去,不烦么?”我爷却说:“我逛的不是公园,我是去报到,让他们知道我还活着。”^②

由此可见,首先,微小说的情境往往只是生活中的一个片段、一个瞬间、一句对话而已,但却又能深刻地反映出某种社会问题与关怀,不同于传统小说叙事,往往故事背景追求真实可信,具有高度的社会现实感。

其次,微小说的创作也可通过人物性格、关系、形象的变化,进行时间上的跳跃式叙事,弥补微小说篇幅短小而受到的时空限制,例如:

小时候每次妈妈煮面的时都会煮4个鸡蛋,我两个,妈妈一个、爸爸一个,

^① http://baike.baidu.com/link?url=IfOZ8wECzaz5jXgYAyaO4Hf_zu4eXe64KqgnS4bgbnPkapEOpdrGFi2sHjbgw72litAkMQcz3KbUHOaqF3KMKM.

^② 《最微说》, <http://v.gxdxw.cn/zui>.