



影游融合、想象力消费与美学的变革*

——论媒介融合视域下的互动剧美学

陈旭光 张明浩

摘要:“媒介融合”时代离不开技术的支撑,带来了文化与美学的深刻变革。游戏作为重要的新媒介,具有互动性、体验性、沉浸性、身份匿名性与自我掌控性等美学特质,强力影响着人们的生活、消费需求与价值理念。“影游融合”作为一种重要的新媒体艺术形态,具有“身体介入影像”的美学特质,是青少年进行“象征性权力表达”的符号,具有意识形态再生产功能。互动剧是近年“影游融合”的一种重要形态,因其满足青少年受众的想象力消费需求而引人注目。其所呈现的新美学给接受美学理论带来了新的“挑战”,例如“只读”性文本变为“可写”文本、游戏文本;接受主体的身份从被动鉴赏变为了主动参与的游戏玩家;其想象力新美学则提供给受众一种“创造想象—满足想象”即刻反馈式的想象机制与想象空间。

关键词:媒介融合;影游融合;游戏美学;想象力消费;美学变革

中图分类号:J905 **文献标识码:**A **文章编号:**2095-5669(2020)05-0049-09

“媒介融合”是新世纪以来媒介发展的重要趋势,也是近年来中外学界研究的热点^①。关于媒介融合的概念,从20世纪80年代开始,国内外学者多有讨论。飞速发展、日新月异的媒介融合与我们的艺术、文化、传播和日常生活的关系越来越紧密,不仅催生了种种新媒介的创生,改变着我们的视听感知与想象、思维的方式,实际上更是发生一场“媒介文化革命”。“媒介文化把传播和文化凝聚成一个动力学过程,将每一个人裹挟其中。于是,媒介文化变成为我们当代日常生活的仪式和景观。”^{[1]2}无论是技术层面的革新还是文化层面的变迁,“媒介融合”都是时代的产物、历史的产物,是当下物质与精神消费的产物,也都是当下文化、媒介、社会发展的必然趋向。

一、媒介融合时代的游戏新美学与“影游融合”新常态

游戏是“媒介融合”时代的一种重要媒介,具有巨大的影响力与渗透力。一方面,游戏似乎成为了很多人的“日常生活”,成为了体验性消费、享受式消费时代人们生活的重要内容。正如美国学者弗里德里在《在线游戏互动性理论》中说,“游戏在公众中的普及程度已经达到了与业务应用程序或Web浏览器一样的高度”^{[2]3},游戏已经在潜移默化中成为新媒体时代人们尤其是青少年、网生代的“生活必需品”。游戏美学在潜移默化中渗透人们的生活,并影响着人们的消费需求与价值理念等,使人们喜爱具有

收稿日期:2020-06-28

*基金项目:国家社会科学基金艺术学重大项目招标课题“影视剧与游戏融合发展及审美趋势研究”(18ZD13)阶段性成果。

作者简介:陈旭光,男,北京大学艺术学院教授、博士生导师(北京 100871),主要从事影视学、艺术理论等研究。张明浩,北京大学艺术学院硕士研究生。

游戏美学特征的作品。具体而言,游戏所带来的美学革新与文化变迁主要体现在三个方面。

其一,游戏具有互动性、交互性等互动美学特质。桑德拉·高登西认为,“交互性就是观众置身于作品之中的一种手段,通过这种交互,观众与作品所要传达之真实进行协商”^[3],“游戏为人们提供了在作品中使用人与人之间的互动性以及玩家与玩家的互动性的机会”^{[2]39}。正是基于此种变化与特质,弗里德里提出“互动”是在线游戏的关键甚至是核心属性与美学特征。他认为在线游戏的互动性基于三种维度,并提出了互动性的三维概念,“即玩家与计算机、玩家与玩家、以及玩家与游戏的互动性”^{[2]40}。

其二,游戏具有体验性、沉浸性。游戏可以提供给受众“身体介入”的体验感与探索感,游戏“为玩家提供了空间、工具、规则、即时的反馈与明确的目标,并且还为之找到一个‘能力与挑战的平衡’^{[4]33}点,在使玩家介入的过程中不断吸引玩家的再介入,终使玩家“沉浸”其中^[5]。正如马修·维斯与亨利·詹金斯所言:“游戏设计者或许无法控制我们的情感,尽管如此,他们提供了一种强烈情感体验所需要的资源。”^[6]

其三,游戏具有“身份匿名性”与“自我掌控性”,传达出一种团队协作与个人奋斗“合谋”的品格。游戏提供给玩家相对公平的、可以自我决控的环境,玩家可以在虚拟中依靠个人努力或策略以及团队合作进行“打怪升级”满足自身对“身份”的需求,完成一次“象征性权力表达”^[7]。

此外,游戏还具有规则性、重启性、虚拟想象性、部落划分性、神经刺激性等多种美学特质,这种美学特质与文化特征也必然会潜移默化地渗透、影响当下人们的审美选择与文化观念,进而促使受众喜好具有体验感、刺激感、探索感、身心介入感的影视作品。另一方面,游戏还提供给当下诸多媒介进行媒介融合探索的机会,大多媒介都可以与游戏进行联姻,进而借助游戏的受众群体与美学特质革新美学形态,吸引青少年受众主体。

“影游融合”是“媒介融合”时代下影视作品紧抓游戏媒介进行探索、实践、创新的产物,是“媒介融合”的一种重要类型与方式。广义而言,具有游戏化风格与游戏特质的作品都可以称为

“影游融合”类作品。狭义而言,影游融合类作品包括直接改变自游戏的作品、模拟游戏或以游戏推动故事情节发展的作品以及“互动影视”^[8]。

如亨利·詹金斯所言,“影游融合”同样也带来了一场文化变迁、美学变迁。在美学层面,影游融合类影视剧具有“身体介入影像”的美学特质,具有参与性、交互性、体验性等特质,可以使受众在鉴赏过程中产生“心流”,满足受众体验式消费、互动式消费的需求^[5]。在文化层面,影游融合类影视剧是青少年进行“象征性权力表达”“部落划分”与“身份彰显”的“符号”,代表了游戏文化、二次元文化等青年亚文化,自身即具有青年意识形态再生产的文化功能等^[9]。从受众接受的维度看,影游融合类作品无疑在一定程度上对姚斯、伊塞尔等的读者反映一批评或接受美学理论构成了某种僭越和挑战。影游融合类作品具有“‘虚幻的真实感’和视听冲击力的‘数字美学’和虚拟美学特征,这强烈地改变了作为第二主体即接受主体的观众的接受态度、接受方式和接受观念,也使得艺术理论中关于艺术传播和接受的理论面临着剧烈的挑战”^[10]。

具体而言,影游融合类作品具有直接互动性与参与性,不是一种主体静观式、梦幻化的观影状态,影游融合的观众(玩家)观看影片的过程更像是游戏过程,更为强调受众的主体性、能动性、参与性、游戏性。另外,影游融合类作品中受众的“期待视野”更多基于受众的游戏体验、游戏感受与以往所玩的游戏作品,是一种立足于个体文化、鉴赏水平之上的体验式、互动式、刺激式的“期待”。与接受美学强调受众主体性不同,影游融合类作品强调的是受众参与性、受众与作者直接对话的交流性,是一种客观基础上的主客统一,建构的是一种平等沟通的平台。这与接受美学理论的相对主义、主观化的批评观是不一样的。由此,以近年来发展迅速的互动剧为研究对象,进一步探析其带来的美学变革与想象力消费趋向,具有重要意义。

二、媒介融合视域下作为 “影游融合”新形态的互动剧

互动剧是“影游融合”的一个重要子类型,

最早或可追溯到20世纪60年代具有“互动体验”效果的影视作品。如1967年“伪互动电影”《一个男人与他的房子》中的“互动”只是一种“伪”的形势,因为其结局或者说其游戏结果不具有可操纵性。该片通过让观众投票来选择主人公命运,但是无论观众如何选择,其结果或者说结局只有一种固定式结局。广义而言,互动电影游戏也属于“互动影视”的范畴,互动电影游戏对于互动电影、互动剧集的发展具有重要的推动作用,早期的光碟游戏《太空地带》(1983),21世纪的《幻象杀手》(2005)、《暴雨》(2010)、《超凡双生》(2013)、《夜班》(2017)、《直到黎明》(2015)、《底特律:成为人类》(2018)等,这些作品为互动影视的发展夯实了基础。

2018年互动电影《黑镜:潘达斯奈基》借助《黑镜》的品牌优势,在世界范围内取得了成功,并促使业内产生了各种互动话题、互动作品以及相关平台的互动战略,从而极大地推动了互动影视的发展。2018年威尼斯电影节上的VR互动电影如《星球》《精灵鼠伙伴》《咕噜米的眼睛》等作品,也都昭示着互动影视作品的发展潜力与创新能力。在2019年之前,国内互动剧似乎一直没有得到显著发展,2008年香港林氏兄弟制作了《电车男追女记》,2017年腾讯打造了国内首部武侠互动剧《忘忧镇》,这些作品总体影响力与热度并不大,并没有形成清晰的类型生产模式。2019年可谓国内互动剧发展的井喷期与加速期,上半年以爱奇艺、腾讯、优酷等为代表的平台竞相给“互动剧”加注筹码并不断探索其新形式,相继产出了《古董局中局之佛头起源》(腾讯,2019年1月,互动微剧)、《明星大侦探头号嫌疑人》(芒果平台,2019年1月,互动微剧)、《隐形守护者》(腾讯,2019年3月,互动游戏)、《他的微笑》(爱奇艺,2019年6月,互动剧)、《广场救世主》(B站,2019年7月,互动短视频)、《因迈思乐园》(腾讯,2019年9月,互动剧)等具有互动性质的短剧或微视频。它们或在影视中融游戏,或在游戏中融影视,在内容和形式等方面对传统游戏、影视都造成了解构。

近年来,国内互动剧在急速发展的同时也取得了较好的产业成绩,证明了其所具有的较大商业价值与广阔的市场前景。以《古董局中

局之佛头起源》为例,该剧以复线式的总体布局与多样化结局吸引着受众复玩,在增加受众观剧黏性的同时甚至间接提高了网剧《古董局中局》的收视率。芒果TV的《明星大侦探之头号嫌疑人》更是收获了豆瓣8.6的高分,话题微博累积阅读量高达3.5亿,讨论数达133.9万,进而达到了间接反哺剧集、扩大剧集影响的作用。再以爱奇艺自制互动剧《他的微笑》来讲,该剧制片人李莅樱在北京大学“新媒体大讲堂”上表示,作品达到了目标受众与实际受众的高度吻合,《他的微笑》人物画像中女性用户占比为75.7%,年龄多为19—30岁,一线、新一线城市的用户最多,与最初目标受众“90—00后”的年纪分布高度吻合^②。对于一个处于探索期的新样式来说,能够达到实际受众与目标受众基本吻合的成绩是难能可贵的。一方面,作为一种较新的形式、较新的概念,互动剧的群众基数并不是很大,知道的人也比较少,在创造初期便精准人物画像、精准受众群体是十分难得的。另一方面,从人物画像进行深入分析,从青少年、女性受众、19—30岁等关键词中,我们便可以明显看到此类作品在未来广阔的发展前景:因为当下的受众主体多为“90—00后”的女性群体,未来也将迟早是95后、00后等青少年的天下,而此类作品又恰恰符合他们的口味,其未来广阔的发展前景与发展空间不言而喻。

从疫情期间影视行业新变化与受众游戏化审美向好的现实背景来看,互动剧在“后疫情时代”将会有新的发展空间。“疫情期间受众游戏化的审美趋好新变、游戏产业的高速发展以及影游融合的发展趋势为它的发展提供了强大的现实基础和心理需求及消费空间;IP品牌,网影两栖等产业运作优势构成其发展的产业、工业基础;‘身体介入影像’将是它的总体美学特征,也将是其吸引受众的重要因素。”^[11]由上,正如爱奇艺CEO龚宇所言,“‘互动’是内容产业发展的必然趋势”^[12],无论是从互动剧引人注目的发展趋势与百花齐放的现实布局来看,还是从互动剧良好的产业成绩、较大的市场号召力来看,抑或是从疫情之后受众游戏化审美、消费需求以及游戏产业高歌猛进的趋势来看,互动剧都将会成为今后影视生态版图中至关重要

要、吸引受众的一种重量级作品类型,先声夺人之后必将持续发展。互动剧的崛起也必然会给影视行业带来美学革新。互动剧的自身属性、叙事特征、文本建构及艺术鉴赏等多个方面体现出游戏特征,表现出不同于以往常规影视剧的独特性。

三、互联网新媒介融合背景下的 文本之变

(一)从“只读”式文本到“可写”式文本

互动剧带来最为显著的美学革新是使影视作品的“文本”发生了质的变化,它将以往仅具有“只读”性质的文本(这里的“只读”是指以往的文本往往都是作者设置好的,受众只能在实际意义上被动接受与阅读的文本),变为了真正意义上的“可写的文本”、开放的文本。关于“可写的文本”,罗兰·巴特在《S/Z》中曾有过阐释^[13]56-57,认为作品应该让读者参与进来,强调读者主体性的观念相同,也与接受美学认为文本是一个多层面的开放式的图式结构,是一个未定性结构与启示性结构,需要读者参与进来进行“填空”的理念相同,互动剧的“可写性”也是强调读者的中心位置,强调让读者参与进来。

互动剧的“参与”“可写”是一种真正实践层面“创造式”的可写与参与、互动,可以使受众直接“创造”叙事,改变叙事,按照自己的主观意愿进行叙事,甚至一定程度上可以提供给受众创造新文本的机会。而以往就算是极具开放性与可写性的文学文本或影视文本,例如具有数据库叙事特质的影视作品《无间西东》《快跑罗拉》《罗曼蒂克消亡史》等,或具有玛姬·斯伯林所提出的超故事叙事特质的影视作品等,它们的可写性、互动性依然被可控制在创造者提前预设好的情节数据库与故事建构之中,提供给人们的“可写”空间也仅仅是依靠提供给受众“留白”或“召唤结构”来完成的,是不能改变文本原貌的一种“间接式的可写”,是一种“心理”层面的参与,不能直接改变文本的结构与叙事。

互动剧在总体布局上由作者提供了人物背景、叙事节奏与环境设置,交互者(受众)利用可能的步骤进行即兴创作,便是每个受众所生产

的“不同的叙事”,而互动剧也于此为大众提供了一个“可写”“可再生”“可创造”的开放性空间。例如,《他的微笑》中共设置了21个互动情节节点,不同的互动情节节点对应两个或三个选项,而不同的选择便会触发不同的剧情走向,进而引发不同的结局。无疑,此种总体布局在创作初期便已调整、设置好。尽管如此,每个人依然会走出不同的路线,进而产生不同的叙事。正如苏珊娜·托斯卡总结的,角色扮演游戏可以进行叙事生产,不同的游戏玩家可以把完全一致的故事情节通过惊人的、截然不同的方式表演/讲述出来^③。

受众作为游戏玩家,可以选择、操纵“千鸟”这一游戏角色,进而将总体布局较为相似的故事框架以不同的方式讲述出来。以第一个互动情节“千鸟的叫醒服务”为例,受众不同的选择就意味着至此要开启不同的叙事。例如,选择“雨林”后主人公便开始了与肖迟、肖也的故事,进而衍生出主人公陷入两者情感纠葛中难以选择的情节设置,而选择另外的则对应“启太”或“艾斯博”故事。再比如,剧集中的小选择也会影响到剧集的发展。当受众在“胃疼危机”中选择“不求助启太”时,该剧便走到了最后“被迫辞职”,进而结束了故事发展;而当在“胃疼危机”中选择“求助启太”后,故事便又有了新的进程,如启太的关心、启太生病等。决定该剧结尾或影响该剧叙事进程的就是受众(玩家),正是因为他们不同的选择才创作出了不同的叙事,而作品本身也变为了一个“可写的文本”,具有了“再创造性”与“可写性”。

例如,《古董局中局之佛头起源》中三种不同结局,即冰释前嫌、踽踽独行与众叛亲离,分别对应了三种叙事方式与叙事逻辑,也代表着受众在“写作”后的结果。全剧分为“金刚杵/蛇洞、责备/安慰、徒弟先走/自己先走、解释/隐瞒、救徒弟/保护马灯”几个重要的关键选择点。以“救徒弟/护马灯”节点为例,当我们选择“救徒弟”,那么主人公则要在12块玉中选择两个正确的;而选择护马灯的话,则仅仅需要选择一个正确的玉石。由此,不同的选择生产了不同的叙事,该剧也于此提供给了受众几次直接“写作”的机会,并为受众带来了不同的结局。受众探

索、决定的过程,便是生产、创造的叙事过程。诚然,互动剧的可写性或者说互动剧所提供受众的可写空间,也是由作者精心设计的,其可写性也是一种“限度内的可写”,是一种代码、编程后的“可写”,但是它在一定程度上提供给了人们以“写作”与再创造的自由。

(二)从“只读”文本到“游戏文本”

互动剧的文本不仅是可写式、开放式、可创造式的文本,而且还是游戏文本。互动剧有着游戏的规则、可计量的结果等多重属性,仿佛是一个大型游戏文本。其一,互动剧有一套严格的游戏规则,即受众要代入角色身上,完成角色的任务。其二,互动剧有多样且可计量的结果,互动剧有多条故事线,每一条故事线都对应不同的结果,并且受众可以根据自身的选择计量出该剧的结果走向。其三,互动剧不同的结果具有不同的性质、不同的价值,该剧每一条结果都对应人物不同的境遇,每一个选择的背后都有着明确的价值与意义。其四,互动剧具有可协商性质的结果,可协商性是指受众在玩的过程中(鉴赏的过程中)可以根据进度内容自主选择退回“上一个关卡(选择)”或重新开始游戏(从第一个选择重新开始),他们可以根据自己的喜好,重启游戏或者后退选择。

值得强调的是,互动剧游戏文本的属性不仅体现在其作品构造上,还体现在其文本本身所表现出来的互动性、趣味性等游戏特质,互动剧总体表现出一种类似于养成类游戏或角色扮演类游戏的基调。

首先,互动剧具有“交互”性或说是“互动性”。互动剧将观众置身于作品之中,因为观众需要根据剧情或根据自身喜好代替主人公进行选择,进而促使着主人公进行下一步行动,而观众的这种选择行为便是一种“协商”行为。由此,观众与作品之间、观众与作者之间形成了一种互动关系。当然,普通影视剧也具有互动性,在普通影视剧中受众可以通过人物境遇、环境状况产生认同心理,进而进行精神层面、情感层面的互动。但互动剧不但具有情感互动,还直接可以使受众参与作品之中,可以使受众选择,是一种更为直接的互动。例如,《他的微笑》不仅可以满足女性恋爱的需求,还可以满足女性

养成类游戏消费的需求。这种互动性,也是影片游戏性的一种展现。

其次,互动剧具有“游戏”的趣味性。众所周知,游戏有着极高的趣味性,表现在很多方面,比如游戏具有探索性,不同的选择对应着不同的结果,不同的工具也对应着不同的效果。再如,游戏可以使人产生成就感,玩家通过赢得比赛的形式从中可以获得快感等。相应地,互动剧也具有如上的特性。一方面,互动剧不同的关卡可以使玩家面临不同选择,不同选择背后便是不同的结果,受众会在每一次选择的背后都获得一种新奇感,并且期待下一次选择,循环以往,受众也可从中感受到趣味与乐趣。另一方面,互动剧每一个故事线都有一个相对较好的结果,或者说该剧中受众不管选择哪一条进程线索,都可以获得成功、赢得比赛。例如,《他的微笑》中女主角大部分的选择都会产生较好的结果,即与男主角产生情感关系或收获爱情,受众便可以从中获得认同感与成就感,进而感受到趣味性。

最后,互动剧在整体上还表现出一种养成类游戏、角色扮演类游戏的总体美学基调。例如,《古董局中局之佛头起源》中我们需要扮演好师傅的角色,在《他的微笑》中则要以养成明星为目的,扮演好经纪人的角色。以《他的微笑》为例,一方面,该剧总体设置为一个女生与多个男生的故事,作为男明星的经纪人或负责日常生活的工作人员,女生有着让男生出道、监管男生们练习、帮助男生们调节心情等责任,这种类似于养成类小游戏,即玩家在游戏中需要把自己的“宠物”养大,并让他上学、生活等。另一方面,该剧也具有角色扮演类游戏的特质,女主角面对不同的男生会担任不同的角色,受众在整个故事进程中也可以产生一种认同,进而代入女主角的角色身份之中,代替她进行选择,扮演好她的角色。

综上所述,互动剧使“只读”的文本变为了“可写”的文本、游戏文本,在真正意义上使受众成为了叙事的生产者与作品的创造者,让单向的较为固定的“文本—阅读—文本后生产”模式,变为了双向的“文本—互动—文本内生产”的模式。

四、互联网新媒介融合背景下的 接受主体之变

接受主体(受众)在艺术生产环节上具有至关重要的地位与作用。马克思艺术生产理论认为接受者是消费者,他们影响着生产并促进着生产,进而表达出接受主体的重要性。接受美学则认为,作品只有在接受者鉴赏之后才可以称之为作品,否则便是未定性文本,如伊瑟尔将文学作品划分为未定性的文本和读者的具体化两部分。只有读者的期待视野与文本相融合,即进行“视野融合”后,才能谈上接受和理解。互联网新媒介时代下影视作品接受主体的组成与布局发生了变化:“当下电影观众即作为大众文化之主体的‘大众’有四种颇为重要的样态,一是网民或游戏玩家观众,二是青少年观众,三是女性观众,四是市民观众。”^[14]而在媒介融合、影游融合背景下,游戏玩家与电影观众互相重合的可能性也越来越大。不妨说,现在的影视受众主体——青少年网生代受众,其实很大部分也是游戏玩家。

互动剧接受主体维度带给影视行业的美学革新使其改变了接受主体的“身份”,使接受主体从“鉴赏者”变为了“游戏玩家”。一般而言,影视作品与受众之间是“被鉴赏者”与“鉴赏者”,或者说被鉴赏的客体与鉴赏主体之间的关系。但受众在鉴赏过程中不一定能很好地发挥主体性,并不一定能进行严格意义上的参与,只能通过作品预设的场景、人物关系和情节发展而间接参与,达成情感共鸣。但在互动剧里,受众的身份发生变化,他们由鉴赏者变为了直接的游戏玩家,具有了决定权、选择权等游戏性质的权力,他们不仅成为了主人公,更成为了掌握游戏进程的玩家。

受众的游戏玩家属性体现在他们需要完成身份扮演上。马林·C.贝茨认为:“大型角色扮演类游戏玩家身上呈现出的不仅仅是一种身份,还有演绎和更改这种身份的方法。身份是依照软件本身、网页以及其他玩家提供的原则建立起来的。”^[15]例如,当受众观看《他的微笑》时,该剧就已经如游戏一般给玩家(受众)设置

好了身份,即一个需要养成明星的经纪人身份,受众在观影过程中需要“扮演”好这一身份,他们需要代入情景、剧情之中进行思考,进而代替主人公进行选择。在这种过程中,受众已不仅是一个旁观者,他更像是一个玩家甚至是一个在游戏之中不断进行选择的玩家,他需要参与进入游戏之中,扮演成游戏女主角,并根据“网页设置”(游戏规则)演绎好这一身份,完成这一身份所需要执行的任务。

受众的游戏玩家属性体现在他具有的可操纵性权力上。“(人机)交互的信息性观念特征就是‘控制’。”^[16]168 游戏之所以吸引诸多玩家流连忘返,是因为它可以使玩家成为“上帝”,它可以给玩家以自主选择、自主操控的权力,玩家可以在这个虚拟世界里“后悔”,可以选择重新启动或可以选择“不满意”的关卡重新闯关,他们对于游戏的结果、游戏关卡的进程、游戏的总体进程都具有可操作性。《他的微笑》中的受众便具有此种可操纵性权力,一方面,受众(玩家)可以在该剧中自主选择后退或前进,对于之前的选择如果不满意可以重新选择、重新进行,进而具有了控制整个剧情发展的权力,也自然具有了可控结果的权力。另一方面,受众可控制剧中的人物或直接决定人物的选择,这种设置下就会使受众明显感受到如上帝般的“支配”权力和快感,因为他们具有掌握别人人生、感情与意识形态的权力。

《古董局中局之佛头起源》中的受众也具有可操纵性权力,该剧具有“游戏引擎”式的内部设置,将游戏装置中的“手柄”“键盘”等进行影像化呈现。在该剧接近结尾处有一段主人公躲避日本军官的打斗式游戏环节设置,需要不断点击屏幕以达到躲避射击的目的,需要不断用手进行左右滑动,在打倒军官前也需要“上滑”再“右滑”等操作。在此,如果我们以手机进行操作的话,手机便变成游戏可操纵的“手柄”,不停滑动也仿佛是游戏中“出大招”的步骤,整个过程就将受众变成了游戏玩家,因为受众需要不停滑动、不停思考、不停对抗、不停游戏,才可以取得成功。

综上所述,马修·维斯与亨利·詹金斯曾将游戏的情感传达方式形容为“自我中心”^[6]:我们全

然沉浸于情节之中,我们的选择决定了事件的结果。其实,互动剧也为受众提供了一个“自我中心”的空间,提供给受众进行角色扮演、自我操纵性权力的机会,使受众从被动“解码者”变为了主动“编码者”^④、从鉴赏者变为了游戏玩家。

五、想象力新美学与想象力消费

互动剧不仅为影视行业带来了文本之变与接受主体身份之变的美学革新,还在一定程度上改变了受众想象(或接受、消费)的方式,表现出异于以往的,更多趋于游戏性、以及影游融合新媒介特性的“想象力新美学”^[8],满足了受众奇观化审美消费、体验式审美消费、想象力消费等需求。

相对于以往影视作品依靠“未定性空白”或“不确定性”来促使受众想象或依靠奇观呈现来满足受众想象,互动剧更具有不确定性与刺激性,更需要玩家充分调度自己的想象与思维。以往作品并没有给受众可选择的机会,受众也仅仅跟着剧情走,或根据剧情想象之后的情节发展。但是互动剧却提供给了受众“可选择”的机会,并且每个选择节点背后预示着不同的情节与关卡。这种设置类似于游戏的“地图选择”,不同的地图预示着不同的关卡,玩家每次选择都会在脑子里根据地图名称想象出地图场景。互动剧也是如此,当受众遇到每个选择时,在脑海中会快速想象出选择之后的场景与变化,受众会根据选择关卡的字面意思想象背后的故事,进而通过自己的想象,选择出最想看到的或者说想象中期待看到的故事。此时,受众的想象力便会被充分调动起来,进而期待、想象自己选择后的故事。换言之,受众每次选择的过程也是受众充分想象的过程。

互动剧的想象力美学与想象力消费所带来的是一种“创造想象—满足想象”的过程。互动剧的巧妙之处体现在两个方面:一方面,它可以通过关卡或选择节点促使受众进行想象,进而“创造想象”。因为无论是何种选择都会在选择前充分想象选择后的结果,比如在《古董局中局之佛头起源》中,我们选择救徒弟或护马灯时,会充分考虑到选择后的结果,并会想象出选择

后所遇到的问题。再如在《他的微笑》中,我们从一开始选择进不同的房间时便开始了想象,想象每个房间里是哪位练习生,女主角和他们会经历什么。另一方面,它可以及时地、最大程度地满足受众的想象,可以给受众即时反馈,受众选择之后对应不同的场景、情节、关卡。例如,《他的微笑》中选择进入“雨林”房间后,主人公便开始了与肖迟、肖也的故事,进而衍生出主人公陷入两者的情感纠葛之中,难以选择的情节设置等,选择另外的则对应着“启太”或“艾斯博”的故事。而当受众选择后,其实无论是什么结果,都会冲击受众的审美期待。如果是和受众预期相同的结果与场景,受众则于此满足了想象力的需求,如果是和受众预设完全不同的结果,受众的期待便于此被冲击,进而促使受众继续想尝试、想游戏,以此来证明自己的想象与作者想象的相近性。

于此,受众在互动剧预设的框架中按照一种游戏式的、期待的心理不断地进行“选择—想象—选择”,“再次选择—再次尝试—再次证明”……在此过程中,受众的心理被充分调动起来,互动剧也在心理层面促使受众“沉浸”或促使受众产生了“心流”。正如米哈里·契克森米哈赖所言:“在目标明确、能够得到即时反馈,并且挑战与能力相当的情况下,人的注意力会开始凝聚,逐渐进入心无旁骛的状态。”^{[4]36}不仅如此,在受众“想象—选择—再想象—再选择”的过程中,那些没有被受众选择到的“按钮”,也在吸引着受众再次、重新进行选择,它如游戏一般提供给了玩家“复玩”“重启”的机会。而复玩、重启也更需要受众的想象力,因为从一开始便预示着不同的选择有不同的结果,受众在走完自己最初想象道路后,必然会更想看看另一条道路的风景,这种想法与观念也必然会调动受众的想象力与兴趣。因为在现实生活中,人们的大部分选择都是单向而不可重新选择的。

就社会价值与受众现实情感宣泄、精神需求层面而言,互动剧的想象力美学其实还体现在它提供给人们一种类似于“人生可以重启”式的想象与愿景,满足了人们重启人生、重新选择、多样尝试的想象力消费的需求:当受众在代入角色进行身份扮演时,可以对错误的选择进

行及时修正,甚至可以在一开始改变源头的选择。例如,在《他的微笑》中,如果感觉与一开始选择的练习生不合或者不喜欢他,可以跳回到最初的“叫醒服务”这一互动情节点重新选择。此外,互动剧的想象力美学还体现在互动剧本本身的奇观场景呈现与奇特情节营造上。例如,在《古董局中局之佛头起源》中,观众可以跟随主人公进入奇妙诡异的古墓中,并且不断通过“操纵”主人公而闯过重重关卡。以“九宫迷阵”为例,这一场景不仅需要观众根据指示选择出相应的砖块,而且也充盈着一种中国道家文化中的阴阳八卦感,这种具有奇幻色彩的情节设置与场景布局,无疑会满足受众对古墓包括古墓布局、古墓机关的奇幻化想象,进而满足受众奇观化、梦幻式想象力消费的需求。

此外,互动剧的“想象力消费”还体现在它可以协助受众尤其是青少年玩家,进行“象征性权力表达”与进行意识形态再生产的功能上。一定程度上,互动剧是一种受众所需的“消费符号”,它代表的是青少年群体、网生代受众,或者说它在产生之初的目标受众或理想受众就是青少年群体,它天然与网生代、青少年受众同体共生。青少年参与消费互动剧的过程也是自觉进行“身份划分”与“部落归属”的过程,这个过程中传达、生产着独属于青少年群体的青年文化。例如,《他的微笑》传达出了一种粉丝文化、造星文化。由此,互动剧所带来的想象力新美学主要体现在五个方面:一是互动剧中受众的每次选择都是一次发挥想象力、调动想象力的过程;二是互动剧提供给受众一个“创造想象—满足想象”的“即刻反馈”式的想象机制与想象空间;三是互动剧可选择、可重复、可重启的功能,尊重观众的自主性和主体性,能满足受众现实宣泄与情感需求;四是互动剧的奇观化场景与想象式情节,能满足受众梦幻化、奇观化艺术审美式想象力消费需求;五是互动剧是青少年的符号化代表,在想象力消费中进行意识形态再生产。

结 语

就互动剧的发展而言,作为一种新媒介艺

术的新形态,互动剧的发展面临诸多需要探讨的产业问题、艺术问题和美学问题。鉴于此,业界、学界还应积极探索思考互动剧的“影—游融合”属性,如何确定最佳的剧集时长,如何在关键节点设置精准的互动情节,如何赋予不同的叙事线索和结局不同意义,以及如何进行多元样式、类像发展的探索,互联网语境下如何利用大数据分析受众群体的需求和互动特点。尽管当下人们对互动影视的看法褒贬不一,但作为时代、媒介融合发展和受众想象力消费需求的产物,必然会继续可持续发展。互联网新媒介时代下,游戏文化、互联网文化已然逐渐成为当下的“主导型”文化。基于此,我们需要更加注重“想象力消费”类作品,尤其是“影游融合”类作品如互动作品的创作。因为这些作品符合当下青年网生代观众的审美喜好,拓展了影游融合类影视剧的发展,而且不仅具有体验、交互、沉浸等游戏特性,也具有着价值与情感表达、视听呈现、感官满足等美学价值。当然,以《他的微笑》《古董局中局之佛头起源》等为代表的作品只是国内互动剧的开始,但昭示了一种新媒介艺术、新影游融合艺术形态的未来发展前景。其所带给受众的体验、享受、互动,将打破受众的审美定向思维,也将不断解放受众的想象力,促进想象力消费类影视作品的发展。

注释

①笔者通过知网检索关键词“媒介融合”,2015—2019年学界关于研究探讨“媒介融合”的文章每年维持在1200篇以上。2015年1271篇,2016年1315篇,2017年1349篇,2018年1403篇,2019年1279篇。检索时间,2020年7月22日,https://kns.cnki.net/kcms/detail/knetsearch.aspx?sfid=kw&skey=%E5%AA%92%E4%BB%8B%E8%9E%8D%E5%90%88&code=。②参见李莅樱:《互动影视初登场:百花待放的互动视频》。具体内容来自北京大学新媒体研究院2019年11月12日举办的“新媒体大讲堂”中,制片人李莅樱的讲座内容整理。③参见苏珊娜·托斯卡:《远非私人笑话:角色扮演游戏中的跨媒介戏仿》,《世界电影》2011年第1期。④参见斯图尔特·霍尔:《编码/解码》,载于罗钢,刘象愚:《文化研究读本》,中国社会科学出版社2000年版,第345页。

参考文献

[1]周宪,许均.文化与传播译丛总序//媒体文化[M].北

- 京:商务印书馆,2004.
- [2] 弗里德里.在线游戏互动性理论[M].陈宗斌,译.北京:清华大学出版社,2006.
- [3] S.Gaudenzi&J.Aston. *Interactive Documentary: Setting the Field* [J]. *Studies in Documentary Film*, 2012 (Vol.6): 126.
- [4] 米哈里·契克森米哈赖.生命的心流[M].陈秀娟,译.北京:中信出版社,2009.
- [5] 陈旭光,张明浩.论后疫情时代“影游融合”电影的新机遇与新空间[J].电影艺术,2020(04):149-154.
- [6] 马修·维斯,亨利·詹金斯.精确短点射:情感影响力与《异形》[J].于帆,译.世界电影,2011(01):33.
- [7] 陈旭光.青年亚文化主体的“象征性权力”表达:论新世纪中国喜剧电影的美学嬗变与文化意义[J].电影艺术,2017(02):112-116.
- [8] 陈旭光.论互联网时代电影的“想象力消费”[J].当代电影,2020(01):126-132.
- [9] 陈旭光,张明浩.论电影“想象力消费”的意义、功能及其实现[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020(05):93-98.
- [10] 陈旭光.论数字技术与新媒体艺术的美学变革与理论扩容[J].社会科学战线,2020(08).
- [11] 陈旭光,张明浩.论后疫情时代“影游融合”电影的新机遇与新空间[J].电影艺术,2020(04):149-154.
- [12] 界面新闻.爱奇艺发布全球首个互动视频标准发力沉浸体验更新娱乐方式[EB/OL].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1633048935646203468&wfr=spider&for=pc>, 2019-05-09.
- [13] 罗兰·巴特.S/Z[M].屠友祥,译.上海:上海人民出版社,2001.
- [14] 陈旭光.论电影工业美学的大众文化维度[J].艺术评论,2020(08).
- [15] 马林·C.贝茨.连续世界的连续修辞:论大型多人在线角色扮演游戏中自我的易变性[J].世界电影,2010(02).
- [16] F.Jensen. *Interactivity: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies* [M]//Computer Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 1999.

Film-Game Integration, Imagination Consumption and Aesthetic Reform —On the Aesthetics of Interactive Drama from the Perspective of Media Convergence

Chen Xuguang and Zhang Minghao

Abstract: The era of “media convergence” cannot be separated from the support of technology. “Media convergence” has brought profound changes in culture and aesthetics. As an important new medium, games have such aesthetic characteristics as interactivity, experience, immersion, anonymity and self-mastery. The game strongly affects people's life, consumption demand and value concept. As an important new media art form, “film-game integration” has the aesthetic characteristics of “body-intervention image”, it is the “symbol” of teenagers “symbolic power expression” and has the function of ideological reproduction. Interactive drama is an important form of “film-game integration” in recent years, it is eye-catching because it satisfies the imagination consumption demand of the young audience. The new aesthetics presented by interactive drama poses a new “challenge” to the theory of “receptional aesthetic”, for example, “read-only” text becomes “writable” text, game text; the identity of the acceptor is changed from a connoisseur to a “gamer”; the new aesthetics of imagination in interactive drama provides the audience with an immediate feedback mechanism and space of “creating imagination—satisfying imagination”.

Key words: media convergence; film-game integration; game aesthetics; imagination consumption; aesthetic reform

[责任编辑/李 齐]