

当我们把“网生代”的需求界定为低俗化时,实际上也就把自己产品的生产标准低俗化了;当我们把“网生代”的需求官能化后,我们自己的产品也官能化了。并不是“网生代”的需求拉低了我们的作品,而是我们拉低了“网生代”的需求,所以,我们自己的作品并不能真正为“网生代”代言。

经历了2014年所谓的“网络剧元年”、2015年“现象级网络剧”引爆潮流、2016年“精品细磨”需求强烈后,网络自制剧正在迈入“升级换挡”的发展阶段,从量变到质变的拐点需求,倒逼产品和内容的“供给侧结构性改革”。在这个拐点上,如何看待网络自制剧创作中存在的问题;如何贴合并引导“网生代”的核心需求,打造“思想精深、艺术精湛、制作精良”的主流精品力作,成为接下来业内值得认真思考的课题。

以时下最热门的所谓“IP改编”为例。从2015年至2016年,当网络剧通过自制爆款和超级IP,来满足“网生代”的多样化需求时,出现了两个值得注意至今却还鲜有人研究的现象。一是在热门IP改编潮中,缺少对年轻人话语体系、创新实践、价值观念的反映。比如,网络文学的IP经过近20年的发展,其语体文、类型题材、形态业态等文艺形式和内容的探索和实践,包含了有关年轻一代个体意识、思维观念、文化建构等前沿的探索与实践,但很多的影视改编,却“想当然”地大众化、流行化和媚俗化,并没有将年轻一代思维观念层面的变化予以重视。二是在改编和原创时,对二次元、“网生代”、亚文化的理解趋于偏狭,陷入“得年轻人得天下,得草根者得天下,得‘网生代’得天下”的怪圈,将文艺作品拉低到一个“比生活还低的门槛”——艺术来源于生活,又高于生活,而网络自制剧把自己拉低到等同于生活——而且不是仿真,是像温室、大棚里假想生活的状态,所以,既不能“走出方寸天地,阅尽大千世界”,真正切中现实的脉动,致力深度,挖掘内涵;又不能高于生活,在虚构的世界里、想象的故事中,为迷乱的现实赋予秩序和意义。可以说,罪案剧、玄幻剧、情感剧等屡屡突破红线和底线,其问题皆源于此。

这两个现象其实都指出了一个“痛点”,就是网络剧貌似“迎合”了网生代的多样化需求,却忽视或没有能力聚焦“网生代”的核心需求,并给予满足;更别提以此为基础和前提,“加强内容建设,厚植文化内涵,坚持内容为王、品质取胜”,在发展战略上“养成一个国民IP”,嵌入主流核心价值观。

那么,如何理解“网生代”的核心需求?这就涉及到对网络自制剧受众及其需求的分析。网络自制剧“年轻化”是轴心——如何赢取“网生代”,贴合年轻人的需求,成为整个行业最主要的策略和战略。然而,“贴合”不是迎合,更不是媚俗、低俗。网络自制剧在“迎合网生代的多样化需求”时,容易走到极端,以媚俗为噱头,吸睛球,擅打擦边球的网剧比比皆是,“内容低俗、格调低下、渲染暴力血腥色情等问题”层出不穷。这种现象的出现跟网

## 莫忽视「网生代」的核心需求

□庄庸

网络诞生的生态环境有关:一是网生代及其需求多元化、多样化、选择多;二是付费收入。因此,网络自制剧从一开始,就面临三大难题:一是探寻吸引“网生代”注意力的方式。网络剧最初的选择,是通过刺激他们的需求来吸引并转化为收费。以生理刺激、视觉刺激、感官肌能刺激为主——这其实是勾引而不是吸引,诱引而不是导引。二是对于“网生代”深层次的精神、价值观和心灵成长需求,缺乏洞悉、挖掘和精准定位,更别说有针对性地聚焦,以有效的视觉、故事和价值观手段与观念,来激活、匹配并充分满足。三是整个制作和生产观念还是比较偏向于以“互联网用户需求为中心”,倒逼作品产品与内容与服务供给,还没有有效地考虑如何设置议题、掌握节奏,激活、制造以及引导受众的新需求。

从美剧在网络备受追捧中,不难发现,“网生代”不缺乏思想,不缺乏深层次的需求。只是当我们把“网生代”的需求界定低俗化时,实际上也就把自己产品的生产标准低俗化了;当我们把“网生代”的需求官能化后,我们自己的产品也官能化了;当我们把“网生代”的需求低级化后,我们自己的内容也就低级化了……其实并不是“网生代”的需求拉低了我们的作品,而是我们拉低了“网生代”的需求,所以,我们自己的作品并不能真正为“网生代”代言。

尤为值得关注的是,这几年网络自制剧急速的壮大发展,都是围绕着“造星机制、逐利冲动、创富神话”这个轴心旋转。这不仅刺激了整个行业的爆发式增长,也在一定程度上有“畸形发展”之危,小资本进来圈粉圈钱,大资本来囤积版权,大小资本因为自身商业利益驱动和逐利冲动,铤而走险博取利益,“基腐、惊悚、悬疑等各种监管危险题材网剧野蛮生长”。然而,比起这些具体的问题,泡沫化繁荣发展背后最轴心的问题还在于整个全产业链其实一直没有找到和解决“贯通全产业链讲故事的能力建设”之道:如何找到一个“好故事”?如何把“好故事”讲得“更好看”?如何贯通整个全产业链“把一个好故事讲好”?这才是所涉行业所有链条和关键环节的轴心。这个核心问题在“超级IP”、“现象级”、“爆款”热中其实一直没有突破。此外,评论评价体系一如既往地缺席:专业评论“声音渺小而无效”,弹幕等碎片评论“庞杂而混乱”,社群粉丝评论评价游离于社会主流之外,声名不彰……整个网络剧发展几乎无评论“介入的力量”,无评介“干预的效果”。当社会主流的声音进场,并跟“网生代”的多样化需求特别是核心需求对接时,需要通过网络自制剧的评论评价体系来构建一个对接通道,这个问题尤为现实和紧迫。

(徐 健)

## 艺术批评

内部的不良竞争日益展现,外部的威胁约束与日俱增,观众的审美眼光不断提高,创作的题材类型开始趋同,网络自制剧经过前期粗放激增式的发展过程后,正逐步进入到精细化的发展轨道上来。如何更加精准的定位观剧人群,细化目标受众,提高剧集质量,增强行业竞争力,这些都是当前网络自制剧从业者们应当认真思索的问题。

## 网络自制剧质量亟待提升

□司 若



网络自制剧是指由视频网站参与投资制作,以互联网为主要播放窗口的新媒体影视产品。在网络自制剧产生之前,视频网站只能通过购买版权的方式播出电视剧。近年来,电视剧网络版权价格水涨船高,仅仅依靠贴片广告,视频网站根本达不到收回成本的目的。网络自制剧的出现打破了这种局面,运用自制这种以投资代替版权购买的方式,视频网站通过瞄准庞大的年轻用户市场,从单一的播放平台向产业链上游不断探索。而网络自制剧发展至今,已告别了最初粗制滥造的形态,逐步引领“大剧”时代。

### 网络自制剧的五个发展阶段

从发展路径来看,网络自制剧共经历了五个时期。据新传智库对爱奇艺、乐视视频、搜狐视频、腾讯视频、优酷视频等五大视频网站的监测显示,目前线上最早一部网络自制剧为2009年优酷出品的《嘻哈四重奏》,这不仅标志着视频网站开始试水自制剧,也标志着网络自制剧步入萌芽期。

网络自制剧的萌芽期从2009年持续至2011年,在这个阶段,网络自制剧逐步摆脱用户生产内容粗制滥造的生产方式,小说、网络文学开始成为其改编来源,在故事和结构上尝试拥有更完整的剧情,涌现了以《钱多多嫁人记》为代表的、拥有较高关注度的自制影视剧作。从2012年起,网络自制剧的发展进入蓄力期,以《万万没想到》《屌丝男士》为代表的系列喜剧开始为自制市场培养并积累第一批忠实受众。进入2014年,网络自制剧当年产量达到前五年总和,与此同时,各视频网站纷纷宣布加大自制剧的投入,正因如此,2014年又被称为“网络自制剧元年”。伴随着《盗墓笔记》《太子妃升职记》《他来了,请闭眼》三部自制

大剧的上线,2015年成为网络自制剧发展的爆发期。在此时期,网络自制剧在商业模式、播出方式、影响力等方面均获得极大突破。2016年网络自制剧增速有所放缓,视频网站开始重点打造现象级剧集。伴随着用户付费模式发展迅速,自制剧赢利渠道不断拓宽,逐渐开辟出与传统电视剧完全不同的商业模式,真正体现了“内容为王”的生产理念。此外,明星、专业团队伴随着大量的资金涌入自制剧行业,频繁的网台联动提升了知名度与影响力。

### 网络自制剧的特点

网络自制剧的蓬勃发展离不开其数量与类型的快速增长,市场的火热、投资者的云集,都助力了其不断进步。与传统影视剧相比,网络自制剧因其独有的制作和传播特点,在创作阶段也带有鲜明的互联网特征。

第一,类型多样,与电视剧成互补之势。目前市场上各类型网络自制剧百花齐放,在29种类型题材中,以喜剧/搞笑、都市/时装、爱情/言情和剧情四类为主,占据着58.06%的市场份额;偶像、悬疑、青春/校园、古装/宫廷/宫斗、科幻、情景类作为第二梯队,占据着29.6%的市场份额;惊悚/恐怖、穿越、武侠、励志、罪案、奇幻类约占8.24%的市场份额;其他各类型份额虽然较少,但也都有所涉及。此外,在网络自制剧题材类型日益增多的同时,受“限剧令”等限制,电视台对于穿越剧和古装剧的播放数量与时段都有所限制,这也进一步扩大了网剧市场的创作空间,使得一部分传统影视剧受众加入到观看网剧的行列中来。

第二,高人气明星成流量保证。在诞生之初的很长一段时间里,网络自制剧往往都被淹没在传统电视剧的光

环之下,传统电视剧相较于早期网剧,拥有得天独厚的传播优势,借此吸引人气明星的加盟。然而随着网络自制剧市场的发展,越来越多的视频网站和投资方加入到网剧制作中来,网剧开始向大制作、高投入方向发展,也由此逐步开始吸引高人气明星的参与。在各视频网站播放量排名前五位的影片中,人气明星参与的网络自制剧八成以上播放量都超10亿。以微博粉丝数为标准衡量明星人气,可以发现粉丝量过千万的高人气明星成为流量保证。作品质量、角色匹配程度诚然是明星是否能为自制剧降低风险的重要因素,但高人气明星携带话题热度与粉丝量加盟,确实可以助力自制剧流量表现。

第三,IP改编剧引流效果惊人。由于市场迅速扩张造成的极大需求,加之专业编剧数量稀少、优秀剧本缺乏,因此众多网络自制剧在制作的过程中,往往偏向于通过购买现成IP来进行改编拍摄。这样既可以保证网剧的质量处于水平线之上,也可以借此转化原来IP所自带的大量粉丝,进一步增加网剧的观众数量和影响力,在宣传发行上,IP自带的粉丝也会对于网剧的造势起到良好的效果。

### “繁荣”背后的问题

在互联网影视日益发展、人们观剧需求日益增加的时代背景下,拥有丰富多样题材类型的网络自制剧伴随着新兴媒体的浪潮迎来了突飞猛进的发展。投资规模的不断扩大、观众数量的日益攀升、关注热度的逐步提高,都昭示着“大剧”时代的来临。但是,这样一番繁荣狂欢景象的背后,蕴藏的危机与矛盾也很突出。盗版问题、监督缺位、资本泡沫,接踵而来的问题也在考验着这个新兴行业。

首先,题材类型频踩“红线”。网络自制剧的繁荣发展离不开其本身题材类型多样、受众广泛的特点。深受观众欢迎的罪案悬疑类题材也在网剧的推动下为越来越多的人所接受。为了迎合观众、增加播放量、吸引广告商投资,制作方也乐于拍摄这类题材。然而,伴随着台网统一政策标准的呼之欲出,如今,网剧的题材红利已经所剩无几。自制剧在题材与政策的双重考量之下,需要转向精品化的发展途径。前不久,“罪”字当头的多部自制剧遭遇集体下线整改,甚至包括力图将题材风险降至最低、将故事背景设置在韩国的《灭罪师》。这也充分说明网络自制剧的投资拍摄风险正在逐步提高。上线后因审查而被迫下架是投资方最不愿意看到的局面,面对下架后所带来的巨大损失,投资制作方迫切希望明确监管的“红线”。但就目前看来,针对网络自制剧特点明确内容审查标准尚需时日。

其次,播放量虚高酿行业泡沫。判断一部网络自制剧的人气最直观的依据就是该剧的播放量。网剧的播放量往往成为各大视频网站和观众衡量或挑选一部作品的重要标杆。但是,正如电影市场中的“幽灵票房”一般,网络视频的“幽灵播放量”正在扰乱健康的行业发展秩序。或通过淘宝购买点击量刷单,或通过后台算法进行播放量造假,凡此种种,已经成为行业内公开的秘密。与专业生产内容模式不同,网络自制剧并不依靠流量分成,因此对于播放量虚高的情况往往不会影响投资各方的利益。然而,这种现象却造成了行业表面上的繁荣与狂欢,吹出了自欺欺人的虚幻泡沫。

再次,盗版蚕食用户付费模式。网络自制剧的发展离不开互联网视频行业的快速发展,但是互联网造就网剧繁荣的同时,也为盗版行为的滋生蔓延提供了温床。相较传统电视剧而言,网剧盗版现象更为严重难查。随着技术不断升级,网络视频盗版出现了新特征:碎片化趋势明显;盗链模式、网盘模式等手段更具隐蔽性;盗版行业操作门槛极低。对于自制剧市场来说,盗版泛滥势必扼杀用户刚刚养成的付费观剧习惯,自制生力也将不复存在。

面对时代的变化,从业者更应该驻足思考,在网络自制剧诞生近7年后的今天,针对已经出现或者即将面临的问题,应如何去应对。内部的不良竞争日益展现,观众的审美眼光不断提高,创作的题材类型开始趋同,网络自制剧经过前期粗放激增式的发展过程后,正逐步进入精细化发展轨道上来。如何更加精准的定位观剧人群,细化目标受众,提高剧集质量,增强行业竞争力,这些都是当前网络自制剧从业者们应当认真思索的问题。

中国国家话剧院2016秋冬演出季新创剧目,由黄维若编剧,赵森导演,杨君军、汪玥、刘星阳、王一琦、吴迪等主演的《罗刹国》将于12月16日在国家话剧院小剧场首演。该剧取材于《聊斋志异》中的《罗刹海市》,是一部具有实验探索意义的作品,亮点在于采用形体戏剧的表现形式,最大限度地利用戏剧舞台的形体表现力来完成叙事及表意,并将傀儡戏、戏曲、面具戏、当代舞等多种艺术元素有机融入其中。该剧对现代人具有启发意义,让观众思索:在物欲横流的现代社会中,人们更应当守住善良与真诚的本性。

赵森表示,《罗刹国》的文本很有意思,主人公马骥经历了变与不变的过程,直至适应荒谬的生活,剧中怪诞的情节,那些关于爱、关于美、关于丑的主题,具有当代性特征,同时也与当代人类所面临的问题相关联。剧中罗刹女最后的牺牲,在赵森眼里,意味着她的升华,变成了人,而作为人类男主角马骥则戴着罗刹的面具装鬼活下去,这是一出黑色讽刺剧,充满对人的反思。

面具戏是该剧的一大特色,赵森介绍说,与以往的面具戏不同,该剧中的面具是中国首例皮影面具,而且面具并不是戴在脸上,演员们将手执眼睛往上看皮影化面具进行表演,这是对面具与人的身体合二为一的挑战,体现人性表里不一的复杂。演员在熟练操作皮影之余,要按照戏曲身段,上下舞台必须有准确的步数,节奏精准。值得一提的是,《罗刹国》特制了一个一米五高的皮影,这是目前中国舞台上最大的皮影。