

# 电影工业美学之后：中国电视剧工业美学的生成语境与理论构想

秦兴华

**摘要：**近年来，电影工业美学成为影视艺术研究的一个热门话题。随着理论研讨的深入和应用范围的扩大，电影工业美学研究向电视剧溢出，其关于类型化、技术化、产业化等相关问题的探讨对电视剧研究来说颇有启发。在工业美学原则和电影工业美学理论框架基础上形成的电视剧工业美学可从三个层面进行建构：在文本内容层面，类型融合和IP改编是电视剧工业美学的核心要素；在生产机制层面，“监制中心制”可以作为主流模式进行实践和拓展；在传播接受层面，应将观众纳入到电视剧生产、传播和接受过程的各个环节中。

**关键词：**工业美学；电影工业美学；电视剧工业美学；理论建构

**作者简介：**秦兴华，女，助理研究员，博士。（北京师范大学 哲学学院，北京，100875）

**中图分类号：**J901

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552（2020）01-0074-08

在2017年中国金鸡百花电影节“中国电影论坛”上，北京大学艺术学院的陈旭光教授作了题为《中国导演新力量与电影工业美学原则的崛起》的报告，首次提出建构中国电影工业美学理论的观点。随后，越来越多的学者加入进来，从不同的视角建构电影工业美学理论体系并将其运用于当前最新的电影批评实践。作为与电影最为相似的艺术形式，电视剧从一开始就直接面向大众，尤其是近年来凸显出来的类型化、技术化、产业化趋势与电影工业美学所探讨的核心要素不谋而合。笔者尝试根据工业美学的原则和电影工业美学的理论框架提出电视剧工业美学的构想，从文本内容、生产机制和传播接受三个层面对其进行理论体系架构，并从中国电视剧生产现状和美剧、韩剧、（中国）港剧的成功经验中总结出电视剧工业美学的核心观念，如类型融合与IP改编、监制中心制、节目巡礼制等。

## 一、电影工业美学及其对电视剧研究的影响

### （一）概念界定：工业美学与电影工业美学

工业美学，又称作技术美学或生产美学，即“从美学原理与工业生产相结合的角度，把美学应用于工业领域的一门特殊学科”，<sup>[1]</sup>最初主要被运用于工业艺术设计领域，后被扩大到各种工业生产中。20世纪40年代，英国率先创立技术美学学会；20世纪50年代，美国成立专门研究包装设计与视觉传达问题的协会；20世纪60年代，前苏联成立全苏技术美学研究院并创办了《技术美学》杂志，作为学科的技术美学就此诞生。20世纪80年代，中国开始引介这门学科，《技术美学》丛刊和《工业美学》等专著相继问世，向学界和业界普及技术美学理论的同时也对工业美学和技术美学的细微差距进行辨析，提出“工业美学不只是面向工业生产，同时也研究工业产品的销售，研究市场问题”，“还涉及企业管理问题”，“是美学和科学、技术、艺术、管理融为一体的，贯穿于工业生产、销售整个系统的自然科学与社会科学交叉的边缘学科”。<sup>[2]</sup>

随着工业美学研究的深入和中国电影工业的高速发展，电影工业美学应运而生。在2017年中国金鸡百花电影节“中国电影论坛”上，北京大学艺术学院的陈旭光教授作了题为《中国导演新力量与电影工业美学原则的崛起》的报告，首次提出建构中国电影工业美学理论的观点，得到了与会学者的支持。2017年12月15日，北京大学举办了“迎向中国电影新时代——产业升级和工业美学建构”高层论坛，与会嘉宾围绕中国电影工业美学的建构问题展开讨论，并达成了诸多共识。近几年来，以陈旭光、范志忠、向勇等为代表的学者们在《当代电影》《电影艺术》《上海大学学报》《浙江传媒学院学报》《艺术评论》《民族艺术研究》等期刊上发表了一系列论文，并在2018年上海国际电影节、中国金鸡百花电影节等电影节的论坛中就“电影工业美学”议题展开深入讨论，围绕概念界定、理论资源、体系架构、批评应用等方面构建中国电影工业美学理论。

在概念界定方面，陈旭光提出电影工业美学“既尊重电影的艺术性要求、文化品格基准，也尊重电影技术上的要求和运作上的工业性要求，彰显理性至上。在电影生产过程中弱化感性的、私人的、自我的体验，取而代之的是理性的、标准化的、协同的、规范化的工作方式，力图寻求电影的商业性和艺术性之间的统筹协调、张力平衡而追求美学的统一”。<sup>[3]</sup>从现有的研究成果来看，学界主要围绕文本内容、生产机制、传播接受三个层面对电影工业美学理论体系进行建构。在文本内容层面，类型电影成为电影工业美学重点探讨的对象。新力量导演作品普遍存在的“公式化情节、定型化人物、图解式视觉影像”<sup>[4]</sup>体现了电影工业生产的审美规律。“技术”成为电影工业美学在文本内容层面的核心要素，并由此生发出更多不同的分类标准，如出现重工业电影、轻工业电影、新主流大片等名词用于阐释当前最新的电影现象。在生产机制层面，电影工业美学从技术美学的“协同美”角度提出制片人中心制、体制内的作者、剧本医生等新的观念，强调细密分工、标准清晰和高效协作的原则。在传播接受层面，电影工业美学强调应将观众纳入电影生产的各个环节，互联网时代普通观众的审美趣味和消费习惯，对电影的生产、传播和接受有着不可忽视的影响。除了理论体系建构之外，许多学者自觉地运用电影工业美学理论进行电影批评实践，如在电影工业美学视域下探讨《建军大业》《妖猫传》《无名之辈》《流浪地球》《地球最后的夜晚》等影片的特点。

## （二）电影工业美学影响下的中国电视剧研究

电视剧和电影同属视听艺术，二者在文本内容和生产机制层面具有许多相似之处。电视剧在剧本创作、演员表演、导演摄影、灯光服化、录音剪辑等方面可以说是与电影一脉相承，并且随着数字技术的进步和移动互联网终端的普及，二者在传播接受层面的差异也越来越小。电影和电视剧都日渐打破屏幕的局限，从各自的大银幕和小荧屏走向更为广阔的互联网平台，更为便捷地为大众所接受。因此，电影工业美学理论的出现，不仅为电影研究提供了新的理论体系和批评方法，也为当前的电视剧研究打开新的视角，如电影工业美学中所关注的类型化、技术化和产业化问题对于解释当前的中国电视剧新特征有着重要意义。

在类型化方面，电影工业美学将目光投向新力量导演的类型电影，强调类型化发展在中国电影产业高速发展中的重要作用，并提出以电影的工业和技术含量为标准对当前的中国电影进行分类研究，如饶曙光、李国聪提出的重工业电影、轻工业电影和大剧情电影，<sup>[5]</sup>李立、彭静宜提出的重工业美学、中度工业美学和轻度工业美学。<sup>[6]</sup>这些新名词的提出也为电视剧类型学研究提供一个新思路。从近年来所涌现的电视剧作品来看，类型化意识在中国电视剧创作中不断强化，形成了以历史剧、战争剧、古装剧、涉案剧、家庭伦理剧、现代偶像剧为主的电视剧类型格局。随着电视剧市场的繁荣和观众的文化审美需求的增长，一些新的类型也从中生长开来，如古装剧中的仙侠剧、穿越剧，涉案剧中的反腐剧、卧底剧，传统的类型美学已无法详细阐释这些电视剧所体现的审美规律，必须结合当前整个电视剧生产行业的特点进行更加细致的类型化研究。

在技术化方面,技术是电影工业美学理论的核心要素,陈旭光强调技术美学标准在电影评价标准中的重要地位,提出“艺术与技术”应超越二元对立、在矛盾的张力中努力实现辩证统一的观点,<sup>[4](49)</sup>力图达成电影的艺术性与技术性的统筹协调,进而实现电影工业与美学标准的统一。作为视听艺术,电视剧和电影一样都需要满足观众的视听习惯和感官审美,尤其是进入数字化时代之后,观众对电视剧的技术含量有了更高的要求,从拍摄器材、场景搭建到后期剪辑、调色、配音配乐等每一个环节都离不开技术,加上电视剧的制播周期通常比电影更短,相关技术的更新迭代更加迅速,技术的一点点变化都会非常直观地呈现在观众面前。高清画质未普及之前的电视剧如今再重播时,无论是清晰度、画面色调还是动态影像方面都无法达到高清电视剧的视觉效果。随着人工智能和虚拟现实技术的发展及其与电视剧创作的融合应用,技术化生存将成为电视剧研究的重要课题。

在产业化方面,电影既是一门艺术,同时也是一门产业。它的运作管理和生产机制同工业生产一样都应遵循理性、标准、协同、规范的工作原则,这是工业美学的协同美在电影生产中的集中体现。同时,和所有的工业产品一样,电影从诞生的第一天起便直接面向消费者而存在。因此,电影工业美学倡导将观众纳入电影的生产、传播和接受的各个环节中,以观众的审美趣味和消费习惯为引导推动电影产业的繁荣发展。这种分工明确、产销一体的产业化趋势在电视剧的制播过程中则更加明显。一方面,电视剧的时长从根本上决定了其生产模式需要工业化的分工和协作,其所涵盖的内容需要复杂的人物关系和丰富的剧情作为支撑,需要更多的团队力量分工合作完成;另一方面,电视剧的制播模式决定了其与观众的紧密联系,从传统单一的电视台播放到媒介融合时代的多屏共享,观众的选择在电视剧商业价值和文化价值的实现中有着重要的影响。

## 二、中国电视剧工业美学的提出与体系建构

从以上分析可以看出,随着数字技术的发展和媒介融合时代的到来,电影和电视剧在类型化、技术化、产业化方面越来越趋向一种相似的生产模式。这既是工业美学在影视艺术中的集中体现,也是电影工业美学理论的阐释力度向电影之外溢出的表现。但在具体案例分析中,电影和电视剧毕竟分属两种不同形式的艺术,电影工业美学理论在阐释电视剧时无法做到精准明晰,因而需要根据中国电视剧的实际发展情况建构出专门的电视剧工业美学理论体系。

### (一) 理论来源

正如电影工业美学理论源于工业美学的理论基础和中国电影工业的实践经验,笔者在这里尝试提出的电视剧工业美学同样离不开这两方面的资源。

在理论基础方面,电视剧工业美学既有工业美学的基本原则作为理论指导,也有电影工业美学理论体系作为模式参考。如前文所述,工业美学是将美学原理应用于工业生产领域的特殊学科,其所倡导的形式美、功能美和协同美在影视艺术生产过程中得以集中体现,其对技术/艺术、工业/美学的统筹平衡对当前的电视剧发展来说具有重要的指导意义。同时,由于电视剧和电影同属视听艺术,在剧本创作、演员表演、导演摄影、灯光服化、录音剪辑等方面具有很强的相似性,因而我们所要构建的电视剧工业美学与电影工业美学是一脉相承的,可以参考电影工业美学的基本框架,从文本内容、生产机制和传播接受三个方面进行体系建构。

在实践经验方面,电视剧工业美学既要直面中国内地电视剧发展的经验教训,也要借鉴美剧、韩剧、韩剧、日剧、(中国)港剧、(中国)台剧等其他国家或地区电视剧的生产和传播机制,以探索中国电视剧工业美学的原则。中国内地电视剧从20世纪50年代诞生以来经过了起步期、成熟期、繁荣期、飞跃期和创新期等发展阶段,形成了今天百花齐放、百家争鸣的局面,无论是内容生产层面的类型生长、技术革新,还是传播接受层面的台网融合、多屏互动,都为电视剧工业美学的建构提供了实



践基础。同时，我们也要充分利用美剧、英剧、韩剧、日剧、（中国）港剧、（中国）台剧等电视剧生产的成熟模式为中国电视剧工业美学的建构提供参考思路，如美剧所惯用的季播模式及其所追求的电影画质，韩剧在营销策略上与时尚美妆、旅游文产所产生的联动效应，（中国）港剧的监制中心制和明星培养模式。这些成功经验可以直接应用于电视剧生产、传播和接受的各个环节，同时也为电视剧行业的管理和电视剧人才的培养提供新的思路。

## （二）体系建构

如前文所述，电视剧和电影同属于视听艺术，考虑到二者的相似性，我们在对电视剧工业美学理论进行体系建构时可以参考电影工业美学理论体系的基本架构，即从文本内容、生产机制和传播接受三个层面展开研究。

在文本内容层面，类型融合和IP改编是中国电视剧工业美学的核心要素。我国在类型剧创作方面有着相当深厚的基础，尤其是历史剧、古装剧、谍战剧、家庭伦理剧等已发展得非常成熟。近年来，电视剧类型有了大胆创新，以类型融合的方式开拓出更多的电视剧类型。如将古装剧与家庭伦理剧相融合而创作的古装宅斗剧《知否知否应是绿肥红瘦》，尽管讲述的仍是家庭内部的琐事，但因古装剧精美的服化道加持，呈现出来的审美效果便一改一般家庭伦理剧的庸俗和吵闹，加上点茶、投壶、马球等传统文化元素的融入，整部剧的文化价值也更加凸显。IP改编是当前中国电视剧生产的重要模式，除了传统的经典文学改编，网络文学、戏剧戏曲、音乐、游戏等多种IP为电视剧创作提供现成的故事蓝本和受众基础，如近年来火爆荧屏的《甄嬛传》《琅琊榜》《欢乐颂》《三生三世十里桃花》《我的前半生》《长安十二时辰》等IP剧的成功，在剧本改编和营销策略方面为中国电视剧的发展提供了一种新的产销模式。

在生产机制层面，“监制中心制”可以作为电视剧工业美学的主流模式进行实践和拓展。电影工业美学中提出以“制片人中心制”替代“导演中心制”，以既懂艺术又懂经营的制片人为中心形成高度专业化分工的电影团队。实际上（中国）港剧早在半个世纪前就执行类似的生产模式，即以监制为中心统筹拍摄、以编审为核心组建编剧团队，整个电视剧拍摄的核心人物便是监制和编审，尤其是监制充当着一部电视剧的灵魂人物。在具体的创作中，监制承担着整部剧的重任，从故事到选角、从场景搭设到后期制作，都离不开监制的统筹规划，而具体每一集的拍摄则可能由不同的导演负责；整个剧本的创作则由编审带领编剧团队负责，根据故事大纲具体推敲情节和台词，基本上每一部剧都会生产一些经典台词，甚至会为演员量身定做角色（如人物名字、性格等），常常捧红一些有特色的“型格演员”。可以说中国港剧在过去半个世纪的蓬勃发展很大程度上归功于这种“监制中心制”的工业化生产，以不同的监制为核心所制作的电视剧呈现出不同的特色，如20世纪90年代李添胜监制的TVB版《射雕英雄传》《神雕侠侣》《笑傲江湖》《天龙八部》《鹿鼎记》《雪山飞狐》等至今仍被称为最经典的金庸武侠剧，还有潘家德监制的《刑事侦缉档案》系列和《鉴证实录》系列几乎成了刑侦破案剧不可超越的典范。因此，我们可以参考这种“监制中心制”，以监制和编审作为核心人物去组建主创团队，保障电视剧创作按照工业美学的标准化、协同性和规范化去发展。

在传播接受层面，和电影不同的地方是，电视剧从一开始便是面向大众文化定位，观众的选择直接决定电视剧的成败。在传统“电视台+电视机”时代，收视率几乎成了检验一部电视剧传播价值的唯一标准；到了“台网融合、多屏互动”时代，电视剧的传播不再局限于传统的电视台直播和电视机固定终端，移动互联网智能终端的普及为电视剧传播提供了更加广阔的渠道，社交网络的快捷高效也为电视剧的营销推广及其后续发展提供更加便利的条件。因此，电视剧工业美学也应该将观众纳入到电视剧的生产、传播和接受过程中的各个环节，甚至在拍摄之前便考虑到观众的审美需求。如美剧和韩剧的周播制度，每周只播放一到两集，一边拍一边播，主创人员可以第一时间收到观众反馈，对余下剧

集的拍摄做出相应的调整；也可以学习中国港剧的“节目巡礼”制度，即在每年下半年拍摄第二年准备开拍的电视剧预告片（一般时长不超过2分钟，由监制创作，只拍最具戏剧冲突的几个镜头剪辑成一个跌宕起伏的故事），面向广告商和观众宣传，既能提前招揽赞助也能了解观众的意见，等到真正开拍时再进行调整。近年来内地电视剧也开始普遍使用这种营销手段，一边拍摄剧集一边时不时在网络上放出一段预告片，维持住该剧的网络热度。除此之外，几乎每个视频播放平台都开通了弹幕功能，观众的即时反应可以迅速被记录下来和分享出去，这种播放模式使得电视剧的传播更加贴近大众日常生活。

从以上分析可以看出，从工业美学理论到电影工业美学体系再到电视剧工业美学的提出，其内在逻辑是一脉相承的，即在艺术创作、传播和接受各个环节中探索技术与艺术、工业与美学的统筹平衡，在研究方法上都是从具体门类出发理性分析其发展过程中出现的问题并提出相应的解决方案。早期的工业美学理论主要是从工业艺术设计领域出发，研究工业生产和销售过程中的美学问题，如通过对产品设计和包装中审美因素的重视提升工业产品的审美价值和市场竞争力。到了电影领域，关于商业性与艺术性的讨论是电影诞生以来便经久不衰的话题。往常，二者是以二元对立的姿态存在并主导着电影的类型发展和传播接受过程，但随着消费主义文化的蓬勃发展和电影产业的升级迭代，电影的商品属性越来越凸显，即使是艺术电影也不可免俗地需要面向市场寻求生存之道，而商业电影为了避免同质化同样也需要通过技术手段来提升品质。因此学界提出电影工业美学理论并通过具体电影作品探讨如何实现商业性与艺术性的统筹协调，这与工业美学的总体原则是一致的。作为现代科学技术高度发展的产物，电视剧和电影一样从一开始便与技术有着密不可分的联系。二者都是通过画面、声音和蒙太奇等艺术语言来创造感性直观的艺术形象，在剧本创作、演员表演、导演摄影、灯光服化、录音剪辑等具体流程方面也有着很强的相似性，在理论研究和批评实践中，电影和电视剧常常被看做一个整体纳入到影视艺术研究中，很多理论观念和研究方法会被相互通用或互相启迪生成更具阐释力度的话语。

### 三、电视剧工业美学与电影工业美学的联系与区别

在理论来源方面，电视剧工业美学和电影工业美学一样，都是工业美学原则在具体门类艺术中的运用和拓展；在体系建构方面，电视剧工业美学可以参照电影工业美学的模式展开讨论，即文本内容层面、生产机制层面和传播接受层面；在批评实践方面，电视剧工业美学可以从电影工业美学所提出的解决方案中受到启发，将其中一些新颖的概念、观点和方法运用于电视剧批评中。这些理论研究成果和批评经验共同构成了电视剧工业美学的生成语境，但并非所有的观点都可以直接移植到电视剧研究领域。换句话说，电影工业美学只是为电视剧工业美学提供了一个研究视角和建构模式，具体理论构成和研究方法还需从电视剧行业本身出发进行思考摸索，即使在分析同样的问题时二者所导向的观念也存在一定的差异。

从艺术形态来看，电影和电视剧尽管都属于视听艺术，但从诞生起便有着完全不同的存在样态。电影产生的基础是照相术。它的人物形象、故事情节和审美价值要靠丰富的镜头语言来呈现。早期电影受胶片成本和放映条件的限制，在拍摄时长上有着相应的规定，现在一般电影的时长大多控制在90—120分钟之间。要在短短两个小时之内讲好一个故事便需要使用大量的蒙太奇手段，去呈现人物的表情与动作、故事的线索与冲突、场景的设置与切换等，这样一来便无法从头到尾详细讲述故事的每一个细节。电视剧的产生则直接得益于广播电视技术的发展，对拍摄时长和播放条件的限制没有电影那么严格。不同国家和地区形成不同的剧集模式，如英美剧多以季为单位拍摄和播放，每季少则三四集，多则20集，每集20—90分钟；日剧一般每部9—12集，每集50分钟左右；韩剧稍长一些，每部16—

24集，每集60—90分钟；（中国）港剧和内地电视剧则更长，每部20—80集不等，每集45分钟左右，并且常常出现“续集”，形成系列电视剧。整体而言，时长和集数的灵活使得电视剧在拍摄内容的选择上范围更广，对故事发生的背景、人物形象和故事情节交代得更加清楚。同样一部小说在改编成电视剧和电影时所呈现的面貌有很大不同。电视剧可以相对完整地展现小说中的故事情节和人物角色，电影往往只能选取某些重要线索和关键人物或者代表性的事件。如《西游记》的改编，电视剧版大多按照小说的叙事结构和情节进行铺排，电影版则多选取小说中的某些重要事件进行演绎，如近年来的《西游降魔篇》《西游记之大闹天宫》《西游记之三打白骨精》。但是对于那些动辄几百万字的网络连载小说来说，在改编成电视剧和电影时便有着不同的境遇。如网络小说《三生三世十里桃花》在改编成58集电视连续剧时大获成功，但改编成同名电影收效却很一般。尽管改编的是同一IP，但由于原著的整体架构和时间跨度非常大，改编成电影时做了大量删减，前因后果没有交代清楚，最后能给观众留下印象的仅仅是影片华而不实的场景和浮夸的服饰道具；改编成电视剧可以基本遵循原著的三世线索展开叙事，并通过故事背景（如神仙的级别架构和天庭、青丘等场景）和各种旁枝人物（如帝君与九尾狐之恋）的详述，让观众尽可能地进入作者虚构的世界观中体会人物的情感。我们在以工业美学原则去评价和分析当前影视界的IP改编现象时，也需要看到“热门IP+顶级流量”模式的局限性，并非所有作品都适合改编成电影和电视剧。编剧在选择IP时需要根据艺术形态进行慎重考量。

从制作流程来看，作为综合艺术，电影和电视剧都需要编、导、演、摄、美、录、音、道、服、化等多个部门的通力配合。一部电影或电视剧的完成大体都需要经过剧本创作、制片人融资、前期准备、剧组拍摄、后期制作等几个环节。剧本创作是一部电影或者电视剧的首要环节，也是非常关键的一环，但在实际制作中编剧的地位却是不同的。电影导演往往会根据剧本创作分镜头，这是摄影师、美术师、灯光师、剪辑师以及演员都需要依循的脚本，在实际制作中甚至比剧本显得更为重要；而电视剧拍摄往往没有分镜头脚本，所有创作人员依循的就是编剧创作的剧本，加上电视剧的情节主要是靠人物对话来推进，因而在电视剧中编剧的地位尤为重要。在前期准备方面，许多电影会投入大量的资金搭建专门的场景，或是前往实地取景拍摄，而电视剧往往会控制这方面的成本，在现成的影视制作基地布置相应的场景。所以我们常常看到许多电视剧其实都是在同一个影视基地拍摄的，如国内的清宫剧大多出自横店影视城。在后期制作方面，电影的投入相对较大，尤其是科幻片、冒险片、动作片等需要大量后期剪辑特效，耗时周期较长，如《阿凡达》《少年派的奇幻漂流》《指环王》《加勒比海盗》等好莱坞大片中的许多镜头只在绿幕前表演，观众看到的画面是通过后期特效来完成的。一般的电视剧由于制作成本和播放屏幕的限制，基本上不需要这么复杂的特效，后期制作主要侧重于剪辑、配音和配乐，有的甚至一边拍摄一边就进行粗剪，因此电视剧的整个制作周期相对来说更短。从以上流程可以看出，影视作品的创作需要精细分工和高度配合的集体团队来完成，其中制片人、监制、导演、编剧这几个关键人物在制作过程中起着重要作用，以传统的眼光来看，电影创作中导演的地位更高，电视剧创作中编剧的地位不可忽视，制片人和监制的重要性则往往会被忽视。因此，电影工业美学研究者根据中国电影制片管理普遍存在的问题提出应以“制片人中心制”代替“导演中心制”，认为制片人是电影生产体系中的关键角色，应该“贯穿于整个影片从策划创意、编剧导演、生产制作、宣发营销、后产品开发的环节”，<sup>[7]</sup>这种机制可以更加合理地安排各个环节的资金投入，降低因导演的个人主观意识和经验（如缺乏实践经验的明星、作家、歌手等跨界导演）所带来的行业风险，让电影生产朝着更加理性化、标准化、规范化和协同性的道路前进。但是，当前中国电视剧生产中存在的问题不在制片人身上，而在于导演和编剧的团队建设框架不够完善，很难适应当前电视剧产业升级和类型创新的现状。因此，笔者在对电视剧工业美学进行体系建构时提出“监制中心制”，以监制为核心搭建导演团队和以编审为核心组织编剧团队，以集体智慧和精细分工保障电视剧生产的标准化和规范化，并且



让编剧团队充分参与到电视剧制作的全过程中。一方面让编剧更加熟悉演员特色,塑造人物形象可以适时作出调整;另一方面在面对不熟悉的题材时(如涉及专业知识的行业剧)可以通过团队力量避免出现专业性错误。如缉毒剧《破冰行动》的双导演各展所长,傅东育导演主要负责文戏(如精彩的审讯环节),刘璋牧导演主要负责动作戏(如开篇的雨夜缉毒行动),编剧陈育新等人在创作故事前多次实地采访,掌握大量一手材料,在人物形象和故事情节上更加贴近真实。

从接受美学来看,电影和电视剧作为一种商品都需要面向观众,但二者从制作完成到进入市场的过程是完全不同的,最大的区别在于传播媒介的差异。电影的主要传播媒介是银幕,观众需要走进电影院才能观看到作品。尽管后续也会有网络或 DVD 版本的出现,但电影的初次传播还是需要电影院才能实现。银幕的尺寸、影院的环境以及其他观众的反映都在一定程度上影响着观众对电影的接受心理;而电视剧的主要传播媒介是电视,观众在家里通过广播电视讯号便能观看到作品,随着电子计算机、平板电脑和手机等移动互联网终端的普及,电视剧的观看方式几乎不受时间、地点和平台的限制,随时随地皆可欣赏。两种传播方式对观众的审美习惯和接受心理有着不同的影响。影院大银幕和安静的观看环境让观众可以更加专注地欣赏电影的镜头语言以及视觉特效、配音配乐等其他细节,这在某种程度上也提高了对电影艺术性的要求;而电视剧的播放屏幕相对较小,观看的同时还可以随意切换频道,观看过程可以不受场地约束,因而观众很难专注地欣赏电视剧的细节问题,电视剧的娱乐性成为观众考量的首要因素。从以上分析可以看出,电影观看的过程更加强调在场感,如何吸引观众走进影院成为电影发行时需要考虑的重要问题。电影工业美学在进行原则建构时特别强调“商业、媒介背景下的电影产业观念”,<sup>[1](101)</sup>这一原则与当前的工业化、信息化、消费主义以及大众流行文化密不可分,其中非常重要的一环便是电影的宣发营销过程,尤其是电影上映前的营销更为关键。随着中国电影票房突破 600 亿大关,业内涌现了一大批因营销而获益的影片,如《后会无期》《煎饼侠》《地球最后的夜晚》等,成为电影营销产业中的经典案例。《后会无期》的营销手段主要靠微博,以作家身份转型导演的韩寒从电影立项、拍摄、发行到上映的全过程都不断通过微博平台发布相关信息保持热度,如每位主演的定妆照、拍摄过程中的剧照加上导演一贯带有自嘲风格的段子,这些文艺而又幽默的微博不仅让电影一直保持着曝光度,同时也增强了主创人员与广大网民在微博的互动。这种营销手段也成为现阶段电影营销产业链中的普遍模式;《煎饼侠》的营销手段则拓展了许多其他网络媒介渠道,如 H5 小游戏、病毒视频在微博、微信等社交网站中全面覆盖,制造娱乐话题之余也极大地扩展了受众群体;《地球最后的夜晚》的营销手段堪称文艺片之最。该片将上映时间定为 2018 年 12 月 31 日,以“一吻跨年”为营销口号,吸引了大量青年男女在首映日当天前往电影院观看,制造了文艺片首日票房 2.64 亿元的神话。尽管这种方式后来受到不少观众诟病,但不得不承认它为中国文艺片的营销提供了一个新的思路。与电影不同的是,电视剧不需要这种在场感,观看方式十分灵活,但注意力也非常容易被转移,并且电视剧在长度上是电影的许多倍,分集和限时限量播放也很考验观众的耐性,因此如何保持观众对电视剧的持续观看兴趣成为电视剧传播的关键。我们在探讨电视剧工业美学的传播层面建构时,提出了许多传播方案,如加强社交互动、发行预告片、边拍边播以及网络视频弹幕等,其中有一些方案和电影传播类似,可以借鉴电影工业美学提到的一些营销方法。如微博、微信等社交平台的广告投放以及主创人员与网民的密切互动,制作与作品有关的创意视频或游戏,以创意口号吸引特殊群体关注等;也可以加入一些网生代喜闻乐见的宣传方法,在正常的预告片之外可以根据每天更新的剧情剪辑一些特别的场面,如剪辑男女主角或其他人物的互动画面炒 CP 话题,或是截取画面、台词、人物夸张的表情动作制造“表情包”,这些素材一经网络传播可以极大地拓展接受群体。如《人民的名义》在前期几乎没用什么营销手段,但随着各种鬼畜视频、表情包在互联网的传播很快引起了大众的关注,收视率和点击量迅速上涨;还有网络视频弹幕的出现,极大地满足了电视剧观众的在场感和互

动欲，尤其是在“宅文化”盛行的当下，减轻了大众在观看电视剧时的孤独感，同时弹幕也成为实时了解观众心理活动的一个重要窗口。

## 四、结 语

总的说来，电视剧工业美学的提出并非横空出世。它是工业美学和电影工业美学发展的必然结果，也是半个多世纪以来中国电视剧产业化发展的经验总结。在理论来源上，电视剧工业美学与工业美学、电影工业美学的内在逻辑是一脉相承的，都是在艺术创作、传播和接受各个环节中探索技术与艺术、工业与美学的统筹平衡。因此，电视剧工业美学研究既要充分体现工业美学的原则，也要借鉴电影工业美学的相关理论和分析方法，同时还要从具体实践出发分析电视剧产业化过程中出现的问题并提出相应的解决方案。在体系建构上，电视剧工业美学可以参考电影工业美学的逻辑框架，同时以比较艺术的研究方法进行拓展和深化。这可以从内部体系和外部体系两个方面展开：内部体系是从文本内容、生产机制、传播接受三个层面入手，探讨电视剧从生产到接受的过程中所产生的问题并提出相应的对策；外部体系是从比较的视角来谈。一是将电视剧与电影、戏剧、戏曲等综合艺术进行比较，借鉴其他艺术生产传播经验或是吸取失败教训；二是将中国内地电视剧与美剧、英剧、韩剧、日剧、（中国）港剧、（中国）台剧等其他国家或地区的电视剧进行比较，学习和引进其他国家或地区在电视剧产业化中所创造的成功方案。在具体研究中，既要考虑电视剧工业美学与电影工业美学的联系，也要注意电影和电视剧在艺术形态、制作流程和接受美学等方面的区别，从电视剧行业实践出发提出具有可行性的解决方案，而非套用电影工业美学提出的相关对策。

以上几个方面仅仅是笔者对电视剧工业美学研究的初步构想，有的地方未作详细阐述，在结合案例分析的过程中所谈到的问题也主要基于个人的理解和对相关经验的总结，还有许多未知的领域有待业界同仁去探索开拓。如电视剧的制播管理和从业人员的培养机制等问题，对于电视剧的产业化发展来说也都是不可回避的。电视剧工业美学是一个有待开拓的领域。我们在对它进行理论建构时不应局限于制造概念，而应根据电视剧发展的实际情况提出更多有利于产业化、标准化、规范化发展的对策，将其打造成一个具有方法论意义的理论体系。

### 参考文献：

- [1] 陈旭光，张立娜．电影工业美学原则与创作实现 [J]．电影艺术，2018（1）：100.
- [2] 郑应杰，缪澂裕．工业美学研究三题 [J]．辽宁师范大学学报（社科版），1986（1）：47.
- [3] 陈旭光．新时代中国电影的“工业美学”：阐释与建构 [J]．浙江传媒学院学报，2018（1）：20-21.
- [4] 陈旭光，李卉．争鸣与发言：当下电影研究场域里的“电影工业美学” [J]．电影新作，2018（4）：47.
- [5] 饶曙光，李国聪．“重工业电影”及其美学：理论与实践 [J]．当代电影，2018（4）：102.
- [6] 李立，彭静宜．再历史：对电影工业美学的知识考古及其理论反思 [J]．上海大学学报（社会科学版），2019（1）：47.
- [7] 陈旭光，观念变革与制片管理机制创新——改革开放40年中国电影产业拓展的两个重要驱动力 [J]．行政管理改革，2018（12）：48-54.

[责任编辑：华晓红]