

《梦华录》中的粉丝参与文化研究

谷楠楠

北京印刷学院新闻与传播学院, 北京

收稿日期: 2023年8月3日; 录用日期: 2023年9月4日; 发布日期: 2023年9月14日

摘要

目前, 媒介发展进入了新媒体高速发展时期, 新旧媒体的迭代正在继续, 网剧播出的流量、热度, 让网民聚集到一起讨论剧情, 参与文化的二次创作。电视剧《梦华录》自2022年开播以来, 收视率良好, 商业价值和文化影响力显著。这其中, 离不开《梦华录》粉丝的集体努力, 他们化身志愿者, 在豆瓣、微博、B站、腾讯视频等平台发表自己的意见。本文将从粉丝参与创作的心理原因和行为特征入手, 分析《梦华录》成功的原因, 并为国产剧出海提供传播范本。

关键词

电视剧, 受众参与, 参与文化

Research on Fan Participation Culture in “Menghualu”

Nannan Gu

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Aug. 3rd, 2023; accepted: Sep. 4th, 2023; published: Sep. 14th, 2023

Abstract

At present, the development of media has entered a period of rapid development of new media. The iteration of new and old media is continuing. The traffic and popularity of online dramas allow netizens to gather together to discuss the plot and participate in the secondary creation of culture. Since the launch of the TV series “Menghualu” in 2022, it has had good ratings and significant commercial value and cultural influence. Among them, it is inseparable from the collective efforts of fans of “Menghualu”. They become volunteers and express their opinions on Douban, Weibo, Bilibili, Tencent Video and other platforms. This article will start with the psychological reasons and behavioral

characteristics of fans' participation in creation, analyze the reasons for the success of "Menghua-lu", and provide a communication model for domestic dramas to go abroad.

Keywords

TV Series, Audience Participation, Participation Culture

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

亨利·詹金斯在《融合文化：新媒体和旧媒体的冲突地带》一书中认为，融合代表着范式转换，从之前作为媒体独有的内容，到现在获取媒体内容的方式日益多样化，自下而上的参与文化之间的关系也更为复杂[1]。

《梦华录》自开播以来，截止 2023 年 8 月，在腾讯视频首发，国内外各大电视台上星轮播 47 次后，还相继在 We TV、YouTube、马来西亚 Astro GO、中国香港 TVB myTV Super、中国台湾 Netflix、新加坡越南 VIU、韩国 TVING、日本 NBC 环球娱乐 U-NEXT 发行等 17 家流媒体上线，以实力助力中国文化出海。2023 年 7 月 18 日，河南开封文投精心谋划的全域型沉浸体验打卡项目——“宋潮世界”宣布，即将推出首个重点项目《梦华录》，以剧版《梦华录》为蓝本，重现宋朝时期汴梁文化，在宣传传统文化的同时，带动了当地旅游产业的勃兴。

而电视剧《梦华录》传播过程中，粉丝自发进行二次创作，整合剧情内容，并发布这些内容构成的帖子，让“梦华录”成为一个可以持续讨论的社区，粉丝之间可以在互相交流中发现个体存在的意义，企业方也可看出这部电视剧的商业价值。

本文主要针对豆瓣、腾讯视频、新浪微博三个 APP 上粉丝围绕电视剧《梦华录》发布的帖子展开分析，从粉丝参与的心理出发，分析《梦华录》粉丝参与的特征，为其他剧集的播放策略与文化出海提供参考。

2. 《梦华录》故事简介

2.1. 故事蓝本

2022 年 6 月 2 日，《梦华录》于腾讯视频首播，名字取材于宋代文学家孟元老《东京梦华录》，孟元老的散文下，宋代首都汴梁的繁华跃然纸上。而故事蓝本则取材于关汉卿的《赵盼儿风月救风尘》一书，原剧本为元曲，经过编剧张巍的改编，杨阳导演的电视剧，着重介绍了两条主线：现代女性思想和南宋末年的官场沉浮，前者介绍了赵盼儿、孙三娘、宋引章等人在汴梁的姐妹情谊和男女之爱的部分，并穿插了男主顾千帆在官场的遭遇。从题材上看，是一部以女性为主的古代偶像剧，由刘亦菲、陈晓、柳岩、林允等人参演，早在播出之前，就有了热度。以“梦华录”为关键词，在天眼查上搜索，自 2013 年以来，就有 40 余个被冠以梦华录的商标被注册，这些公司分布在上海、南京、苏州、深圳、香港等南方城市。2020 年，以刘亦菲为主角的电影《花木兰》上映后，刘亦菲的个人品牌价值攀升，在无数粉丝的期盼下，这部剧无疑满足了多数粉丝的期待。

2.2. 网友评价

截止 2023 年 8 月 23 日,《梦华录》的豆瓣评分是 7.9 分,由 854,461 个观众打出。腾讯视频的网友打分为 8.9 分,比豆瓣评分略高,热度维持在 3.1 万。目前,豆瓣“梦华录”小组成员达 13.1 万,组内设有七个栏目:组员打卡、全部、科普/宣传、梦华录剧情、永安楼、物料/二创、主创/幕后;而腾讯视频的“讨论”区也为网友提供了一个发表个体意见的平台,热门、最新、本集、主创空降啦、剧情分析五个栏目,符合腾讯视频的平台特性,拉近了粉丝与明星之间的距离。截止 2023 年 8 月 23 日,新浪微博“电视剧梦华录”超话已经聚集 22.1 万录人,8.2 万帖子,阅读量达 23.5 亿。

也有观众表示这部剧虽是改编自元曲《救风尘》,但是却并没有体现女性的反抗意识:在元曲中,本是风尘女子的赵盼儿,为救妹妹宋引章脱离周舍,在女性地位普遍比男性较低条件下,用智慧惩治了周舍,关汉卿毫不避讳女子是否沦为风尘。但是在电视剧《梦华录》中,前期女主赵盼儿自卑于自己的身份,虽然已经脱离乐籍,因为想要藏拙,从音乐舞蹈等节目中退出,进而学会了算账,为日后开茶楼、酒楼的掌柜做铺垫,她却对宋引章说“练好琵琶,早日脱籍”,从这个角度看,角色本身的逻辑漏洞存在,这也是豆瓣网友打低分的原因。

3. 粉丝创作的心理成因

“粉丝”的概念源自西方宗教,英语为“fans”,按照 Henry Jenkins 的定义,其字面意义为“教堂里的狂热群众”,后发展下来,引申意义变为“被秘密性交祭神仪式所影响的极度热情狂热的人”(《牛津拉丁语词典》)[2]。在中文语境中,粉丝是指某一个人对另一个人、事物、行动等有狂热行为,在追星中较为常见,比如网络流行语中的“打 call”,常用来描述对偶像的痴迷。电视剧《梦华录》在播出后,屡登热搜,背后虽有资本的助力,但是从腾讯视频的播放量及豆瓣、微博等平台的讨论上来说,也是不争的事实。从粉丝创作的角度,分析其心理,有助于了解粉丝的行为逻辑。

3.1. 个体心理:情感宣泄

在 Henry Jenkins 看来,参与式文化,意为全体网民在 web 2.0 平台,基于某种身份认同,积极主动创作媒体文本、媒体内容,从而完成社会交往需要的一种文化,最终创造出一个平等开放的新型媒体形式[2]。

作为个人,粉丝在参与以《梦华录》相关的内容,比如剧情猜想、细节相关、故事背景、角色相关、宣发相关的资料时,并不一定认识同一群组的其他人,弱关系的连接使用户与二次创作者都处于放松状态,情绪表达成为主流。截止 2023 年 8 月 23 日,在豆瓣“梦华录”小组,通过搜索“哈哈”关键词,得到的最新数据有 2000 条,其中 474 条热门。粉丝以豆瓣小组为中介,创作活动均围绕电视剧《梦华录》的剧情与主创人员,从情感需求出发,搭建了一个共同讨论的社区,在以“哈哈”为关键词进行搜索后可以观察到这一点。除此之外,由于腾讯视频的其他几部古装剧的收视率相对爱奇艺、优酷这两个平台较差,因此也常有网友讨论,《梦华录》为腾讯带来了机遇。

詹金斯在其早期对粉丝文化的研究中,将粉丝行为的成因归结为对相应文化的迷恋及挫败感[3]。可以这样理解,粉丝基于对《梦华录》的改编剧情的喜爱,针对剧中人物的对话、剧中“茶百戏”非物质文化遗产的叙事、演员角色的路透、剧情相关的背景等深度挖掘或者二次创作,在共同社区中发表让自己快乐,或者有助于其他小组成员追剧的资讯。从“黑粉”身上,可观察挫败感的产生,针对群组中的个人意见或者剧情本身,提出反驳意见。由此可见,在情感宣泄的背景下,受众由电视时代的被动接受,逐渐演变为主动解码,参与程度明显提高,即便是“对抗性解码”,也有情感宣泄的空间。

3.2. 群体心理：身份认同

人作为一个社会化动物，身份认同作为反映机制，解释了个体生活中的归属感。平台讨论区的点赞、评论、转发、收藏的数量的高低，代表了个体成员在群体内的身份认同与否。以豆瓣“梦华录”小组为例，互动量最高的是题为“《梦华录》十级学者统一考试开考”的快闪楼帖子，该帖于2022年7月5日发布，截止到2023年8月23日，已经有3.9万条回复，1314个赞，39条条转发，470个收藏量。十级学者统一考试，是由电视剧的忠实爱好者根据剧情所出的细节题目。粉丝在共同参与创作的过程中，加深了成员之间的沟通，一方面是自我身份的建构，另一方面，群体归属感也为社会身份认同建立了基础。

在表达即时化的时代，粉丝的积极性已经不完全由官方主导，粉丝群体中有价值的意见表达也会使作者本人受到广泛关注，这里说的有价值，是指在内容上引发共鸣，粉丝接受度高的帖子，而一旦被接受，就相当于间接放大了群体中个人的身份认同。在新浪微博“梦华录”的超话中，精华帖互动量较高，除此之外，还能观察到，互动量高的帖子具有以下特点：视频剪辑类相对于图文类，互动量呈现断层式增长；具有优秀互动量的帖子，能在“精华”区保留时间较长；粉丝控评在超话中也很常见，由头部粉丝观察全网，及时调整针对某一平台的策略。

2022年6月13日，一个微博ID是“五月是谁啊”的用户发布了标题为“#梦华录【！！重要！！】爱护追剧，共同打造良好和谐的追剧环境”的帖子，提出针对被黑事宜，对负面信息不进行传播和二次传播，并鼓励粉丝，用“版聊”的方式提高《梦华录》的热度。截止2023年8月23日，该条微博已获得933条点赞，213条评论，97条转发，同时评论区发布的内容也多是关于群体身份认同的信息，以“录人”、“回归剧情”、“安利”、“不搬运负面信息”等为主。面对负面信息的攻击，群体内成员往往更容易凝聚力量，积极粉丝凝聚到一起，共同面对负面粉丝，这也是一个常见现象。

4. 《梦华录》粉丝参与式文化的特征

粉丝的参与式文化的心理，经前面介绍，分为个体层面的情感表达和群体层面的身份认同，在这些表达达到一定层级之后，往往具有巨大的能量，在中国互联网上，评价一个话题是否能够达到“出圈”的能力时，“微博热搜榜”是主要形式，自开播之后，梦华录已经登上热搜榜30+次，每次登榜的内容不仅由“微博电视”、“梦华录”等官方账号发布，同时，也有粉丝群体中的个人化表达，在粉丝群体中引发共振后，引发更广泛的讨论。从粉丝参与式文化的特征上划分，可以从参与创作的内容、参与生产的专业化、参与平台多元化三个方面进行。

4.1. 参与内容广泛化

在《梦华录》的豆瓣群组、微博超话、腾讯视频讨论区可看到，粉丝参与创作的内容不仅涉及到作品本身，如播出平台、演员角色、剧情设计、服化道等这些，也引申到父权社会的女性凝视、中国古装偶像剧的套路、营销思路等这些更大范围的讨论上。上文中提到的关于赵盼儿对自己和对他人的不同态度，引发了性别对立相关的进一步讨论。以豆瓣评论为例，在短评一栏中可看到排名靠前的评论，关于剧中主角的角色特质分析的信息，点赞表示观众的认同，ID为“我就钓我就钓”的网友表示，“瞧不上风尘女可以不拍不营销这个，挂羊头卖狗肉倒胃口”，点赞数达8554次，也极易被黑粉抓住，大谈特谈。

这些针对作品的解读、二次创作引发大范围讨论的结果，帮助梦华录的屡次出圈做了铺垫，二次传播为作品本身的持久流量奠定了基础，增加了作品本身的关注度。

4.2. 参与生产专业化

但这些讨论并不能影响粉丝对于梦华录的二次创作。在豆瓣“梦华录”小组的“物料/二创”中，网

友写出同人文、出圈图片、漫画版剧中人物、其他平台作品关注度、历史背景挖掘、表情包等方面，在粉丝群体内掀起热度。在此小组中，漫画二创的专业能力不容小觑，图文传播也为粉丝进行二次传播提供了资料基础。

4.3. 参与平台多元化

作为最早的“跨媒体叙事”概念提出者，亨利·詹金斯(Henry Jenkins)于2003年在《麻省理工科技评论》[4]上第一次使用“跨媒体叙事”这个词，2007年又在自己的博客上做出如下定义：“跨媒体叙事表示这样一个过程：一部虚构文本的各个组成元素通过多种传播渠道(multiple media platforms)获得系统性的分发，以便来创造一种统一且协调的娱乐体验”。

技术的快速发展，手机等移动终端为互联网用户提供了各种平台，豆瓣以读书观影为主要目的，微博注重社交，腾讯视频更是将电视的观众转移到网络平台上，哔哩哔哩以动漫起家，在这些平台上，不仅官方发布的信息能够快速及时的传播，伴随网民获取信息的速度加快，网民发布的信息也可以在短时间快速扩散。粉丝发声的渠道越来越多，多数情况下，专业内容也会引起官方的注意，被官方账号所转载，这也是常见行为。以豆瓣“梦华录”小组为例，网友的信息来自于小红书、微博、B站、豆瓣等平台，但是这并不妨碍其他网友进行二次传播。但是需要注意，转载也应该注意侵权问题的产生，及时获得原作者的授权，也为文化作品的解读添加了保障。

5. 结语

媒体业的快速发展，为娱乐产品的传播提供了便捷的机会，同时受众参与程度的提高，粉丝的参与也为电视剧《梦华录》的传播提供了极大的助力，在个体情感表达和群体心理认同作用下，粉丝参与呈现出内容广泛化、生产专业化、平台多元化的特点。而《梦华录》多次出圈，离不开粉丝将创作的作品发布到各类平台，引发社会更大的关注度，也为参与式文化在中国的传播和中国文化出海提供了一个案例。

参考文献

- [1] [美]亨利·詹金斯. 融合文化: 新媒体和旧媒体的冲突地带[M]. 北京: 北京商务印书馆, 2012: 353.
- [2] [美]亨利·詹金斯. 文本盗猎者: 电视粉丝与参与式文化[M]. 郑熙青, 译. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [3] 高泽宇. 商业电影运作中的粉丝式参与文化[J]. 新闻传播, 2022(2): 17-18.
- [4] Jenkins, H. (2003) Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*.
<https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>