

跨媒体叙事：盗猎计与召唤术

○ 施 畅

摘要 跨媒体叙事并非媒体平台的简单相加，也不同于商业营销手段，而是媒介融合的文化转型：不同媒体各擅胜场，互为驰援；消费者自由流动，无远弗届。跨媒体叙事的洞见在于对盗猎、游牧、故事世界等理论的构建。盗猎强调对媒介产品中的现有材料加以挪用，制造出新的意义。游牧强调消费者在媒介世界中的居无定所、自由迁徙。面对粉丝的抵抗与散漫，故事世界是跨媒体叙事的隐秘的收编方式：通过使命召唤将粉丝纳入预定的运行轨道。故事世界不断扩展，召唤粉丝成为学士或骑士。学士将试图掌握故事世界的全部隐秘，骑士将受命游历故事世界以获得独特体验。粉丝自有粉丝的盗猎计，媒介自有媒介的召唤术，这正是跨媒体叙事的一体两面。

关键词 跨媒体叙事 媒介融合 故事世界 盗猎 召唤

“跨媒体叙事”(Transmedia Storytelling)这一概念，早在2003年由时任麻省理工比较媒体研究项目主任的亨利·詹金斯(Henry Jenkins)正式提出^[1]。《文本盗猎者：电视迷与参与式文化》(1992)一书可视为詹金斯对跨媒体叙事的早期探索，而《融合文化：新媒体和旧媒体的冲突地带》(2006)一书的出版则标志着跨媒体叙事理论框架的初步形成。加上詹金斯对个人博客(henryjenkins.org)的苦心经营，跨媒体叙事的研究旨趣与核心问题逐渐明晰。十余年间，跨媒体叙事历经学界热议，深受业界追捧，终于在诸多相似概念的围追堵截中脱颖而出，一骑绝尘，风头一时无两。由加州大学洛杉矶分校与南加州大学相关院系联合举办的“跨媒介与好莱坞研讨会”自2010年创办以来至今已逾五届。作为整合业界学界资源、追踪前沿的高端平台，该会议标志着跨媒体叙事研究终于站稳脚跟、霸业初成。

一、语词争霸

跨媒体叙事这一概念，之所以能够在众多相似

概念的激烈竞争中逐步扩张、后来居上，是因为作为跨媒体叙事教主的詹金斯不仅给学界注入了新的活力，也给业界描绘了一番美好的愿景。跨媒体叙事并非倚仗概念名词的标新立异，而是旨在接续前辈先贤的理论脉络，在互联网时代加以理论拓展。这也正是詹金斯开山立派的根基所在。

“跨媒体叙事”亦可翻译为“跨媒介叙事”、“跨媒体讲故事”等，这里的“叙事”并非严格意义上的叙事学。台湾在线博客“米克斯媒体研究情报”郭哲玮则将其翻译为“串媒体”。单从字面上来理解跨媒体叙事，固然不觉新鲜。太阳之下，本无新事，詹金斯也老实地承认利用多个媒体来传播信息的做法古已有之。在中世纪，老百姓大多大字不识，宗教典籍只供少数特权阶级阅读，于是宗教便使出浑身解数来传播教义，教堂的彩绘玻璃窗、雕塑、墙壁、祭坛等等均为传播手段^{[2][19]}。

如果仅仅将跨媒体叙事理解为多个媒体功能的简单相加，或者理解为相同信息在不同平台之间的简单复制，那么显然是低估了该理论的潜在实力与创新之处。詹金斯给出如下定义：故事系统性地散布

施畅，复旦大学新闻学院广播电视系博士研究生。

于多个平台，各个平台以各自擅长的方式做出独特的贡献^{[2,3]95-96}。每个媒体平台各有其优势所在，例如，漫画提供背景故事设定，游戏允许玩家独立探索未知世界，电视剧则陈述故事、展开情节^[4]。其次，跨媒体叙事强调系统性与协同性，彼此呼应，相互驰援，而多个媒体的叙事则是单打独斗，甚至是误打误撞的。詹金斯认为“黑客帝国”系列（包括漫画、电影、游戏等）即为跨媒体叙事的绝佳范例^{[2]93-130}。

詹金斯并不满足于在技术层面谈跨媒体叙事，而是敏锐地指出其重要意义在于文化转型。文化转型之所以可能，是因为消费者广泛地参与其中。通过跨媒体叙事完成媒介融合，即消费者被鼓励去寻求新的信息，并在弥散的媒介内容中制造出关联^{[2]3}。詹金斯热情洋溢地宣告：消费者倘或积极参与，实现媒介之间的自由流动，他们将无远弗届^{[2]2}。换言之，在跨媒体叙事中，消费者既是便于迁徙的，又是乐于迁徙的。

不过，在学界另立山头绝非易事，除非证明其概念并非冷饭重炒或偷师于人，而是个人创见。与跨媒体叙事相似或相关的概念济济一堂，如“跨虚构”（Transfictionality）、“跨平台”（Cross-Media）、“多媒体”（Multimedia）、“深媒体”（Deep Media），以及“分布式叙事”（Distributed Narratives）等等。“跨虚构”旨在考察虚构文本之间的差异，假定不同的文本所指向的世界是不一样的；跨媒体则默认文本是延续的，假定不同的文本均指向同一个世界^{[6,7]119,390,395}。“跨平台”或“多渠道”，概念相近，皆着眼于同一个故事在不同媒体上的改编过程；跨媒体叙事并非反复多次地讲述同一个故事，而是强调故事可以不断衍生、持续生长。“深媒体”强调故事必须可供观众沉

浸^{[8]3}；跨媒体叙事则将其吸纳为其原则之一——可钻性^[9]。“分布式叙事”强调一种没法在单一时空内经验的叙事^{[10]91}，强调无处不在的叙事致人沉浸^[11]；跨媒体叙事则更强调粉丝本身的能动性迁移。作为概念创始人的詹金斯俨然一派宗师气度：热衷于学术对谈，试图网罗有关跨媒体的八方学说，纳入本派麾下。虽然詹金斯谦逊地说大家都在盲人摸象（包括他自己），不过詹金斯的学术野心显然不限于此。詹金斯试图把大家摸大象的成果拼凑起来，还原出一个真正的大象。

跨媒体叙事得以在语词争霸中力压群雄的另一个原因在于：跨媒体叙事与追逐利润的资本一拍即合，得到了资本的鼎力支持。在传媒大佬眼中，跨媒体叙事天然是一种营销手段。其业界鼓吹者不止一次地郑重承诺，“跨媒体可以帮助我们卖东西。”^[12]“跨媒体叙事能使消费者乐于分享，使版权永葆活力，令观众无比忠诚，进而带来大幅盈利。”^[13]媒介大佬们仿佛看到了一个美丽新世界：媒介一旦被生产出来，如同一个永动机一般，可以持续不断的反复盈利。

跨媒体叙事或许可用于促销策略，却终究不同于促销策略，如品牌置入性娱乐（Branded Entertainment）。品牌营销与跨媒体叙事的区别在于：前者是将品牌附加于娱乐内容之上，临时拼贴又简单复制，结果信息冗余，后继乏力；后者则旨在建立起品牌神话，以品牌为核心展开叙事，故事情节纵深发展，经久不衰。更何况，品牌营销还得付一大笔钱，而跨媒体叙事则相对而言要便宜许多^[14]。另外，跨媒体叙事的价值衡量不在广告收入的多寡，而在于观众参与的强弱^[15]。

跨媒体叙事的关键在于特许经营权（Franchising），即原创者将版权有偿授予其他媒介进行经营。特许经营权为版权的合理经营提供了法律保障。藉此，处于文化工业不同位置的媒体从业者有序地共享和复制熟悉的文化：漫画风行，小说大卖，电影开拍，游戏上线。

跨媒体叙事在文化工业中大行其道，首先是出于降低风险、增加利润的考虑。过去，电影制作始于剧本、导演和演员，而如今，影片

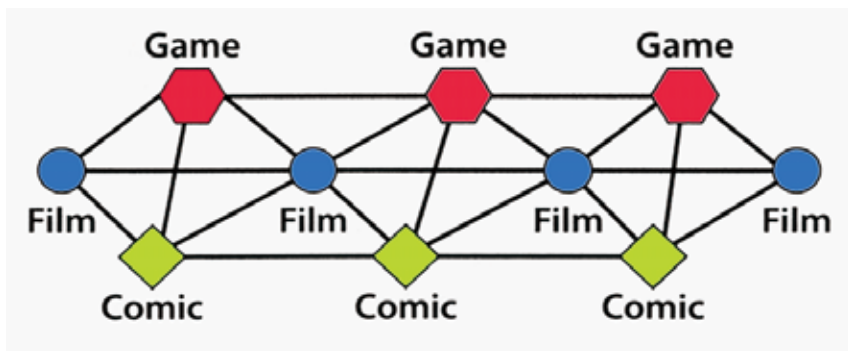


图1 跨媒体叙事模型图^{[5]15}

得预计能赚大钱,故事情节才有望被加以编排。美国《新闻周刊》就曾刊文《特许经营权大热!》:“好莱坞可不想用特许权电影博得评论家的欢心:好莱坞在想方设法取悦华尔街。在这个纵向联合的新时代,投资者青睐特许权电影,因为它每前进一步都能带来收入。”^[16]同时,跨媒体叙事也能拓展市场,征服更多的消费群体。例如,青少年可能偏爱蜘蛛侠漫画,而年轻女性则可能更喜欢有关蜘蛛侠的爱情电影。

跨媒体叙事与业界风靡一时的高概念(High Concept)在规避风险方面颇有相似之处。高概念的核心在于明星号召(Look),悬念吸引(Hook)及小说改编(Book),同时,情节又不会过于繁重以致令人费解。不过据贾斯汀·怀亚特(Justin Wyatt)考证,高概念的黄金时代已在上世纪80、90年代结束了,其衰落的原因之一在于观众更希望看到原创的故事^[17]。与高概念不同的是,跨媒体叙事向观众发出邀请。这一回观众没有明星一号召、小说一改编便乖乖上钩,相反,事情正在起变化,貌似平静的大地尽头,一场潜在的盗猎风暴即将来临。

二、盗猎与游牧

陶东风、杨玲等人认为詹金斯跨媒体叙事的理论受益于霍尔(Hall)与费斯克(Fiske)^{[18]4-12}。上世纪70、80年代,霍尔将传播视作争夺意义的斗争,并将受众的解码方式分为:以接受占统治地位的意识形态为特征的“主导—霸权的地位”的符码,对其加以一定修正以使之有利于反映自身立场和利益的“协商的符码”,以及与占统治地位的意识形态截然相反的“对抗的符码”。费斯克在《理解大众文化》中承续其志,呈现了一幅大众与文化工业对抗的图景:文化工业试图收编消费者的文化趣味,但消费者却不会听凭摆布,而是对文化工业的收编进行抗争^[19]。费斯克在《粉都的文化经济》中一以贯之,认为粉丝将大众文化中的某些元素据为己用,以此来抵抗制度性权力^[20]。

诚然,詹金斯继承了上述文化研究的学术理路,不过詹金斯坦言自己受德赛都(De Certeau)的启发更为直接。德赛都在《日常生活实践》中把大众通过消费进行抵抗的艺术称之为“姑且用之的艺术”或“将就着用的艺术”(The Art of Making Do),并加以生动描绘:“读者并没有冒冒失失地无故缺席,相反,

读者兴致盎然,或进击或撤退,玩弄文本,讲究手段。时或沉浸其中,时或抽身而退,时而戏谑时而抗议,来而复往,变化无常。”^{[21]175} 接过德赛都的枪,詹金斯指出,粉丝文化同样是一种“为我所用”(Scavenge,原意为乌鸦觅食腐肉)的文化:盗猎者盗得媒介产品的某些材料,加以挪用,制造出新的意义^{[22]232}。詹金斯对德赛都的修正之处在于,德赛都所描述的读者被默认为是孤立的,而詹金斯认为粉丝自发联接、彼此呼应。

詹金斯后来在《融合文化》中提到的“参与式文化”(Participatory Culture)实际上与盗猎相去不远。比起盗猎,参与式文化更强调粉丝盗猎文本的同时亦是对主流媒体的某种回馈。“参与的力量在于:通过涂改、修改、改装、扩展,大大增加视角的多样性,并逆向回馈主流媒体。”^{[23]57} 此外,“参与式文化”的提法还为粉丝群体的“正名”提供可能。众所周知,粉丝在现实生活中时常遭到非议:理论学界认为粉丝深受文化工业操控,大众媒体又将粉丝污名化为危险和病态的。塔尔萨大学传播教授朱莉·詹森(Joli Jensen)挺身而出替粉丝辩护,坚称对粉丝的不公正认定是上流社会对于中下层阶级的文化压迫。“只要是广受中下层人士喜爱,又廉价易得,便会被斥之为粉丝文化(或流浪汉的爱好);如果广受有钱有识者欢迎,又高不可攀,便会被视作偏爱之物、兴趣所至、专长所在。”^{[23]19} 总之,詹金斯将盗猎视作一种合法的参与,盗猎对主流媒体而言亦是一种有益的回馈。

不过,倏忽即来、呼啸即去的盗猎者并非随心所欲,而是自有其局限。詹金斯对德赛都有关战略(Strategic)与战术(Tactic)的区分加以发挥:战略属于实力雄厚的领主,稳步扩张却远非固若金汤;战术属于居无定所的盗猎者,劫掠骁勇却难免后继乏力。盗猎者永远不可能完全战胜领主,而领主却也无法阻止盗猎者的进犯^{[24]45}。战略毕竟统摄全局,战术只是权宜之计。

那么盗猎的动机何在呢?粉丝对媒体内容不甚满意,自然按捺不住,拍马前来改动。倘或媒体没有令粉丝受挫,粉丝也就没有改写的动力^{[24]47}。同人小说(Fan Fiction)即为文本盗猎的表现之一,指的是利用原有的漫画、动画、小说、影视作品中的人物角色、故事情节或背景设定等元素进行的二次创作。同人小说中的激烈形式之一为耽美改编,多为描写男同的缠绵情爱。詹金斯认为同人小说是对日

益浓厚的私有化所造成的文化伤害的一种补偿^{[2]256}。不过在这个问题上，詹金斯有些语焉不详，反倒是亚文化研究者痛痛快快地单刀直入。宾夕法尼亚大学民俗博士卡米尔·培根·史密斯(Camille Bacon-Smith)试图解释女粉丝为何热衷于对“星际迷航”系列做耽美改编——把舰长柯克与大副史波克(两个男性)描绘成一对恋人。她认为，在通常情况下女性谈论性是有风险的，而男同的性爱离她们非常遥远，谈论起来比较安全。虽然写的是男同，但女性的声音却是清晰无误的^{[25]203-227}。显然，培根·史密斯在向亚文化知名研究者赫伯迪格(Hebdige)的经典论点致敬，即亚文化实为安全地表达欲望：“面对家庭、学校和工作场所的多项纪律规定，亚文化的生存环境只能在合规合法的谈论之下暗中建构。亚文化在身陷监控和逃逸监控之间的夹缝中生成，它把遭人监视的事实转变成受人注视的乐趣。它在众目睽睽之下隐藏自己。”^{[26]35}

不过，肆意盗猎真的毫无风险吗？不见得。盗猎者可能需要应付怒气冲天的版权所有者的。因为特许经营有一个强烈的愿望，即监管和保证故事的连续性，而同人小说则可能会破坏其连续性，因此被经营者视为一种威胁。詹金斯倒是觉得这种敌视大可不必，认为文本盗猎不过是多了一种叙述版本而已^{[2]93-130}。不过詹金斯显然低估了版权所有者的愤怒，华纳兄弟就是一个例子。华纳兄弟担心哈利·波特的形象会被粉丝玩坏，曾试图关闭粉丝创办的一个在线网站“预言家日报”(与魔法界的一份重要报纸同名)。詹金斯教授自然是大喜过望，用几近革命性的措辞亮明旗帜，为粉丝军团摇旗呐喊。媒体也乐于将主办者希瑟·洛娃(Heather Lawver)形塑为媒体帝国霸凌之下孤立无援的小姑娘。最终粉丝的广泛抵制让华纳兄弟做出让步^[27]。

偶然的成功并不意味着永远的自由，至少德克萨斯州大学奥斯汀分校的助理教授苏珊娜·斯科特(Suzanne Scott)对詹金斯所描述的乐观前景深表怀疑。斯科特认为跨媒体叙事一味标榜自由，实为大言不惭。她认为，跨媒体叙事实际上以一种更为隐秘的方式下发了勒令停止通知函，创造性地(而不是依仗法律)禁止粉丝阐述文本。跨媒体叙事会强化官方叙事和非官方叙事之间的边界，结果，作者意图得到贯彻，官方叙事大获成功。非官方的粉丝作者虽然作用不小，但却不得不接受媒介融合的规训。

同时，媒介融合将粉丝的劳动成果窃为自有，将其服务于自身的营销利益^[28]。换言之，商业收编的阴云已然密布，再想盗猎怕是难上加难，即便偶尔得逞，也恐怕自身难保。

盗猎强调为我取用，而游牧则强调自由迁徙。詹金斯将消费者认定为居无定所的游牧民，拥有“一种跨越文本边界和类型边界的逻辑”。这种逻辑将粉丝的兴趣互相串联，散漫无端，漂移不定。由此，各色节目、电影、书籍、漫画和其他通俗材料被连接成一个互文性的网络^{[24]41}。“过去消费者消极被动，如今消费者积极进取；过去消费者行为可以被预测，你叫他们待在哪里他们就待在哪里，如今消费者不断迁移，对网络和媒体的忠诚度不断下降；过去消费者是孤立的个体，如今消费者的社会联系更为紧密；过去消费者一言不发、隐而不显，如今消费者大声叫嚷、公开出场。”^{[2]18-19}

如果说詹金斯是将游牧迁徙理解为一种逻辑或者说意愿的话，那么杰弗里·朗(Geoffrey Long)与马克·拉佩尔(Marc Ruppel)则更愿意将迁徙作技术性处理。他们指出，“迁移线索”(Migratory Cues)同样重要。“迁移线索”是通往其他媒体的记号，作者负责做记号，使用者负责找出来。谜面在此媒体，要想揭开谜底则需要动身前往下一个媒体^{[5,29]59, 61-70}。

此外，自由迁徙之所以成为可能，更重要的一点在于：游牧民无论如何迁徙，都身处于同一块大陆——他们共享同一个故事世界。

三、故事世界与使命召唤

詹金斯曾引述一位好莱坞编剧的从业心得，认为就重要性而言，世界开始压倒故事：“刚开始，你得看重故事，因为没有好故事就没有好电影；之后流行出续集，你得看重人物，因为没有出彩的人物就别想出续集；如今，你得看重世界，因为一个精彩的世界可以跨媒体支撑起多个人物和多个故事。”^{[2]114}

詹金斯将这个世界称为“故事世界”(Story-world)。那么，什么是故事世界？詹金斯对下面这段描述推崇备至：

只有在世界中故事才得以展开，而不是相反。这个世界无边无垠，没遮没拦，野生野长，控制无望。这个世界有典籍报章，有朝生暮死的流言，有口口相传的学问，有俗世俚语，有黑道切口，有磨灭不

清的绵密注脚,有湮灭无闻的古老文献。这个世界有悠久的过去,有无限的未来,有通往未知的分叉小径,如真实世界一样丰富而复杂。^[30]

詹金斯认为故事世界首先强调的是世界而非故事。这里的世界可以理解为虚拟世界。加州大学戴维斯分校的历史教授迈克尔·席勒(Michael T. Saler)在《如果:现代魔法与虚拟现实的文学史前史》中大力标举虚拟世界的文学史地位,反对文学史大厦对虚拟世界的不屑一顾。席勒将文学史分成三个阶段,幻想世界(Imagined World),虚构世界(Imaginary World)以及虚拟世界(Virtual World)。幻想世界的构建天马行空,如希腊神话;虚构世界则强调现实细节,比如以手记体展开叙述的《鲁滨逊漂流记》;虚拟世界则始于福尔摩斯系列,即将虚构的世界转化为逼真的虚拟世界^[31]。例如J.K.罗琳(J.K. Rowling)“哈利波特”系列的魔法世界,托尔金(Tolkein)“魔戒”系列的中土世界,乔治·马丁(George Martin)“冰与火之歌”系列的维斯特洛大陆,狼人与吸血鬼共存的不朽世界,“阿凡达”的潘多拉星球,以上虚拟世界均为故事世界。

故事世界的核心特征在于不断扩张。多利策尔(Lubomír Doležel)有关“后现代改写”的经典论述被多次援引来说明故事世界的扩张方式:一、平行世界,即保留原有的设定和情节,将其置于另一个时空,情节不变,时空挪移;二、扩展世界,即撰写前传或后传,将故事串联起来;三、重置世界,即完全改写故事结构^{[32]206-207}。

不过,跨媒体叙事研究者则走得更远。詹金斯首先强调提供可钻性(Drillability)是故事世界扩张的方式之一。涂抹性(Spreadability)指的是叙事的复杂,而可钻性则意味着有好几层叙事,将鼓励读者钻研。詹金斯在《寻找银翼独角兽:“黑客帝国”与跨媒体叙事》中对剪辑版《银翼杀手》的结尾大为欣赏:银翼杀手戴克带着瑞秋走出房门,在楼道上发现了一个被踩扁的银翼独角兽折纸。戴克猛然想起他的“猎人”同事通常都会在复制人的家门口留下银翼折纸。而此时此刻,他的手上正拿着一只。戴克终于恍然大悟——自己也是复制人。先前的任命追捕,实际上是复制人之间的互相残杀。而戴克亦成为了下一个被追捕的目标^{[2]93-130}。

其次,保持连续性也是扩张的方式之一。不同的故事被链接到同一个世界中去,保持前后相续的

逻辑联系,否则将可能会引起观众的反感。《便宜的冒牌货,我才不会上当》一文谈到了漫画出版商的抱怨:“我们不指望蝙蝠侠系列能完全保持一致,我们只希望蝙蝠侠如果在电影中胳膊受伤,他也要在侦探漫画中养伤!”^{[33]191}

最后,互文性与超文性也是扩张的方式之一。互文性(Intertextuality)为注释关系,文本的含义由其他文本构成,其他文本为该文本作注脚。热奈特(Gerard Genette)将其喻之为羊皮纸文献(Palimpsests),即不断刮去原文重写的文献,文本背后亦有文本,故事背后仍有故事,任何故事都不会是一座孤岛。超文性(Hypertextuality)则超越了注释关系,呈现出更为松散网络结构。例如狼人和吸血鬼,两个文本皆保持了相对的独立,但他们都属于不朽世界的生物。德纳(Christy Dena)认为在跨媒体叙事中超文性更为常见,即两个文本皆指向同一个世界^{[6]11}。

不断扩张的故事世界不断发出使命召唤,召唤粉丝成为学士或骑士,学士将试图掌握故事世界的全部隐秘,而骑士则将受命游历故事世界以获得独特体验。

学士的使命在于修纂有关故事世界的百科全书。“我们将不得不去掌控一个势必将无法完全掌控的世界。在以往建构的经典叙事中,我们坐拥一个能洞察故事全部隐秘的剧院,而跨媒体叙事所带来的愉悦体验则截然不同——洞察一切?省省吧!”^[3]不过,“我们无人能知天下事;我们人人可知某些事。”^[24]詹金斯称粉丝将通过“集体智慧”(Collective Intelligence)来掌控世界,因为现代社会我们无法单凭个人来处理海量信息,只能依靠协同合作。詹氏门徒杰弗里·朗(Geoffrey Long)借用济慈有关“负性能力”(Negative Capability)的提法,认为跨媒体叙事将唤起受众的“负性能力”,即对象愈是不确定,愈是神秘,愈是可疑,受众便愈发感觉妙不可言。这种能力一方面赋权受众去填补叙事的缝隙,一方面又让他们迫不及待地去找出更多的缝隙^{[5]53}。情节一直在扩展,视野一直在增大,而世界总是出乎意料地超出读者的掌控,这将驱使以学士自命的粉丝编排历史,修订家谱,制作地图,创建百科词条,撰述有关故事世界的百科全书。

修纂百科全书之所以可能,在于故事世界不会听凭粉丝天马行空,而是自有一套既定的规则。值

得注意的是,这套规则附着于相当于类文本(Para-text)的配件之上,而配件便是通往故事世界的神奇按钮,如在荷马史诗中审视阿喀琉斯之盾便可进入整个神话世界。詹金斯举过生活中的一个有趣例子。有一回,詹金斯胡乱抓起一面塑料盾牌,高举塑料宝剑或是斧子什么的,吵吵嚷嚷地闯进卧室,打算安慰刚刚做了噩梦的儿子。岂料儿子对细节十分考究,立马纠正:“错啦,老爸,这是属于女巫的东西!”诚然,配件所指向的神话是通往虚拟世界的隐秘通道。“配件(Accessory)是人物的延伸,是个性的反映,是能力的显现。要么敌对,要么结盟,每个人都有属于自己的神话,而神话则是虚拟世界的入口。”^[34]

骑士的使命在于游历故事世界,参与到无穷无尽的叙事中去,从而获得独特的叙事体验。相对于传统的连续叙事(如狄更斯的小说)而言,帕特·哈里根(Pat Harrigan)认为计算机的能力扩展使“批量叙事”(Vast Narratives)成为可能^[35]。《沉浸的艺术:数字时代如何重塑好莱坞、麦迪逊大道,以及我们讲故事的方式》作者弗兰克·罗斯(Frank Rose)引用“模拟人生”游戏设计师的一段话,来解释“批量叙事”：“光剑、死星、原力,以及所有这些东西,将给你带来眼花缭乱的游戏体验。我能手持光剑,与我的朋友并肩作战,也能玩一局炸毁死星。我体验一番,然后回头告诉你究竟发生了什么。精彩的故事百玩不厌,百玩不厌又带来了更多的故事。”^{[8][41]}简单地说,游戏每玩一局,情节均不相同,骑士可

以满血复活重新出征,开始一次全新的冒险。叙事常玩常新,骑士永不知倦。

结语

盗猎者抵抗,肆意掠取,挪为己用;游牧民散漫,游移不定,飘渺无踪。如果说盗猎与游牧意味着反抗,那么故事世界则意味着收编的努力。通过不断发出的使命召唤,故事世界将抵抗的盗猎者与散漫的游牧民纳入自家麾下,征召其为学士或骑士。学士勤勤恳恳,努力掌握更多的知识,骑士永不疲倦,冒险出征未知的世界。简而言之,粉丝自有粉丝的盗猎计,媒介自有媒介的召唤术。

从文本盗猎到媒介融合,被奉为跨媒体叙事研究教主的詹金斯其研究路数的变迁构成了一个绝妙的隐喻:盗猎计时或得逞,而召唤术终将奏效。詹金斯一面联手亚文化研究者共抗霸权文化,一面力倡媒介融合向业界传经送宝。凭借对盗猎和游牧的理论改造,詹金斯跻身粉丝研究、亚文化研究的大师谱系;凭借故事世界与使命召唤,詹金斯在短时期内承蒙资本垂青,声名鹊起。

不过,面对强势的收编,盗猎的威胁真的消弭了吗?未必。虽然盗猎者最后的胜利希望渺茫,但领主老爷永远无法阻止盗猎者发起新一轮攻击。盗猎计与召唤术的来回对抗、反复纠缠,正是跨媒体叙事的一体两面。

注释:

- [1] Henry Jenkins. Transmedia Storytelling[OL]. <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>, 2003-01-15.
- [2] Henry Jenkins. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide[M]. New York: New York UP, 2006.
- [3] Henry Jenkins. Transmedia Storytelling 101[OL]. http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia-storytelling_101.html, 2007-03-22.
- [4] Henry Jenkins. Seven Myths about Transmedia Storytelling Debunked[OL]. <http://www.fastcompany.com/1745746/seven-myths-about-transmedia-storytelling-debunked>, 2011-04-08.
- [5] Geoffrey Long. Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company[D]. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, 2007.
- [6] Christy Dena. Transmedia Practice: Theorizing the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments[D]. Sydney: University of Sydney, 2009.
- [7] Marie-Laure Ryan. Transfictionality Across Media. in Pier J, Landa J ? G. Theorizing Narrativity[C]. Berlin: Walter de Gruyter, 2008:385-418.
- [8] Frank Rose. The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories[M]. New York: W. W. Norton & Company, 2011.
- [9] Henry Jenkins. The Revenge of the Ori-

- gami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling[OL]. http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html, 2009-12-12.
- [10] Jill Walker. Networks, Distributed Narrative Telling Stories Across. in Consalvo M, O'Riordan K. Internet Research Annual 2004[C]. Brighton: Peter Lang, 2004:91-103.
- [11] Glorianna Davenport, Stefan Agamanolis, Barbara Barry, et al. Synergistic Storyscapes and Constructionist Cinematic Sharing[J]. IBM Systems Journal. 2000, 39(3-4): 456-469.
- [12] Michael Andersen. Transmedia Across Disciplines at National Association of Broadcasters[OL]. <http://www.wired.com/2011/05/transmedia-across-disciplines-at-the-national-association-of-broadcasters/>, 2011-05-04.
- [13] Daniël Van Gool. Jeff Gomez Reveals Secrets to Transmedia Franchise Development at CineKid[OL]. http://www.argn.com/2010/11/jeff_gomez_reveals_secrets_to_transmedia_franchise_development_at_cinekid/, 2010-11-01.
- [14] Jeff Gomez, Laurie Burkitt. Jeff Gomez[OL]. http://www.forbes.com/2009/03/03/jeff-gomez-advertising-leadership-cmo-network-star-light_runner.html, 2009-03-03.
- [15] Economist. Here, There and Everywhere[OL]. <http://www.economist.com/news/special-report/21569572-after-decades-sending-work-across-world-companies-are-rethinking-their-offshoring>, 2013-01-19.
- [16] John Horn. Franchise Fever[OL]. <http://www.newsweek.com/franchise-fever-142905>, 2002-04-21.
- [17] Justin Wyatt. High Concept: Movies and Marketing in Hollywood[M]. Austin: University of Texas Press, 1994.
- [18] 陶东风. 粉丝文化读本[M]. 北京: 北京大学出版社, 2009.
- [19] John Fiske. Understanding Popular Culture[M]. New York: Routledge, 1989.
- [20] John Fiske. The Cultural Economy of Fandom. in Lewis L A, Waldron D, Fiske J. The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media[C]. New York: Routledge, 1992.
- [21] Michel De Certeau. The Practice of Everyday Life[M]. translated by Rendall S. Berkeley: University of California Press, 1984.
- [22] Henry Jenkins. "Strangers No More, We Sing": Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. in Lewis L A, Waldron D, Fiske J. The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media[C]. New York: Routledge, 1992.
- [23] Joli Jenson. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. in Lewis L A, Waldron D, Fiske J. The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media[C]. New York: Routledge, 1992.
- [24] Henry Jenkins. Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture[M]. New York: Routledge, 1992.
- [25] Camille Bacon-Smith. Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth[M]. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992.
- [26] Dick Hebdige. Hiding in the Light: On Images and Things[M]. London: Routledge, 1988.
- [27] Manohla Dargis, A. O. Scott. The Fans Own the Magic[N]. The New York Times, 2011-07-01.
- [28] Suzanne Scott. The Trouble with Transmediation: Fandom's Negotiation of Transmedia Storytelling Systems[J]. Spectator. 2010, 30(1): 30-34.
- [29] Marc Ruppel. Visualizing Transmedia Networks: Links, Paths and Peripheries[D]. College Park, Maryland: University of Maryland, 2012.
- [30] Travis Beacham. Pacific Rim: Tales From Year Zero[M]. New York: Marvel, 2013.
- [31] Michael T. Saler. As If: Modern Enchantment and the Literary Prehistory of Virtual Reality[M]. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- [32] Lubomír Doležel. Heterocosmica: Fiction and Possible Worlds[M]. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1998.
- [33] William Uricchio, Roberta E. Pearson. "I'm Not Fooled by That Cheap Disguise"[M]. The Many Lives of the Batman: Critical Approaches to A Superhero and His Media, Pearson R E, Uricchio W, New York: Routledge, 1991, 182-213.
- [34] Henry Jenkins. He-Man and Masters of Transmedia[OL]. http://henryjenkins.org/2010/05/he-man_and_the_masters_of_transmedia/, 2010-05-21.
- [35] Pat Harrigan, Noah Wardrip-Fruin. Third Person: Authoring and Exploring Vast Narratives[G]. Cambridge, MA: The MIT Press, 2009.