

手写·印刷·数字： 移动竖屏时代的电影编剧

◎ 苗若木，李本乾

(上海交通大学 媒体与传播学院，上海 200240)

【摘要】文章通过定性研究方法探讨移动竖屏如何影响社会变革，并进一步研究剧本创作与屏幕媒体领域相关的创意实践之间的关系。从手写、印刷到数字存储技术，电影早期的撰写格式和惯例可能会限制电影编剧的创新，甚至改变了整个电影行业的剧作方式。作为创造变革和挑战传统媒体生产和消费模式的必要条件，智能手机为当代关于电影剧本创作是如何发展电影理念做出了突破性贡献。技术进步通过应用程序和数字工具孕育新类型的编剧实践，其本质是为了响应市场需求，促进了现有的剧作实践，而没有真正激发新的创作实践。如果技术可以决定正在制作的屏幕媒体类型、风格和形式（例如网络大电影、网剧、短剧等），除了复制模拟世界中发生的事情之外，移动竖屏时代如何塑造和增强编剧的故事制作实践？

【关键词】电影 编剧 移动竖屏

【中图分类号】G206 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1003-6687(2022)9-087-06

【DOI】10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2022.9.012

在电影制作流程中，剧本经常被称为电影未来的“蓝图”。“蓝图”这个名字来源于约翰·赫歇尔在19世纪40年代开发的氰化照相法。^[1]赫歇尔在纸上涂上感光化合物然后曝光，纸张旋即变成普鲁士蓝，这也是早期摄影拥有引人入胜的魅力的原因之一。这种曝光技术广泛用于复制建筑和工程技术的图纸，直到20世纪40年代和50年代被印刷术取代。近些年，数字化存储又取代了印刷术。鉴于“蓝图”这个术语仍然带有技术图纸和制式规范的残余意味，其并不是剧本的理想隐喻。银幕理念的发展不可避免涉及合作，电影剧本作为银幕理念的源头，同样也是研究的基础。

一、从现象到研究问题

随着媒体制作从纸媒、广播、电视频道转向数字平台和手机APP，当代媒体环境的特点是“流动性”、即时媒体^[2]和詹金斯所谓的“可传播媒体”^[3]。参与式文化是讨论剧本创作的基础，互联网传媒企业已经开始开发具有内容发展趋势的创意策略。根据90-9-1公式，^[4]互联网上存在参与度上的不平等，只有1%的人创建内容，9%的人编辑或修改内容，90%的人观看内容时没有积极参与，然而智能传播时代的短视频制作挑战了这一公式。创作者/观众或制作方/用户和主动/被动的二元对立不能推动电影剧本创作向前发展，因为它是在传统的广

基金项目：国家社会科学基金重大项目“5G时代新闻传播的格局变迁与研究范式转型”（21&ZD325）；上海市2022年度“科技创新行动计划”软科学研究项目“科学传播模式的国际比较研究”（22692103300）；2022年度上海交通大学“文科创新团队培育计划”

作者信息：苗若木（1989—），女，黑龙江哈尔滨人，上海交通大学媒体与传播学院博士研究生，主要研究方向：影视传播、新媒体传播与管理；李本乾（1962—），男，甘肃兰州人，上海交通大学媒体与传播学院院长、教授，主要研究方向：数字创意产业、新媒体传播与管理。

播思维模式和竖屏媒体生产结构中形成的。

在移动竖屏时代，过去的前期制作、拍摄和后期剪辑不再是一个连续的过程，三者往往会被压缩成一种更流畅的方式。这种方式之下，影像和声音需要大幅度地重新制作，后期剪辑和前期制片同时进行的情况逐渐增多。技术变革如何在编剧实践和创作过程中产生共鸣，这是本研究最初的问题指向。具体来说，在这样的问题指向下，本文的研究问题可以做如下表述：第一，除了复制模拟现实世界中发生的事情之外，智能手机能影响剧本的写作方式吗？第二，在移动竖屏时代，剧本开发是变得越来越简易化，还是越来越复杂化？第三，智能手机和其他便携式设备是增强还是抑制剧本开发的实践？

二、研究对象及三角测量

尼尔·D·克思认为编剧的首要工作就是萃取生活中的重要意外事件，并讲述带来转变的故事。^[5]电影剧本是编剧全程记录一部电影作品的创意和想法的结果，并以高度程式化的形式完成，剧本受格式和形式上的约束，这是行业规范和惯例所决定的。

本文选取了参与式观察法，这种方法是质性研究中一种基本的调查研究手段。既往许多应用参与式观察法的研究，比如塔奇曼、甘斯、施莱辛格、莱弗等，通常都会花费数年甚至十几年。本文选取参与式观察法源于作者12年剧本创作的工作经验，那么另一个研究方法之感便是如何在观察中把握剧本创作的结构特征。本研究组成员选择公开研究身份，而且由于研究者即为参与者，那么势必也会面临如何面对“内部人vs外部人”的角色冲突问题，其实，社会科学领域已经有不少经典研究证明，具备反思精神的“局内人”是可以做出有说服力的研究成果的。

为检验通过参与式观察和焦点小组得出结论的信度，本文通过更换研究方法和研究对象的方式进行三角测量，通过采访几位资深电影和电视剧编剧，对其进行深度访谈，三角测量可以更好地分析出移动竖屏时代的电影剧作转变及其倾向。布鲁默指出，深度访谈中的一个基本假设是人们对体验的理解和诠释影响了其践行相应经历的方式。^[6]埃文·塞得曼认为，深度访谈的目的不在于解释疑惑，也不在于验证假设，^[7]核心是了解他人的鲜活经历，理解它们对其经历形成的意义。^[8]

本研究三角测量的深度访谈采用半结构性问题，在访谈过程中，受访者并不知道采访问题的范围，并通过渐进式聚焦法，从被访者的兴趣领域入手，逐渐发现被

访者的兴趣点，并需要根据访谈中的现实情况随机调整问题。在研究对象的选取上，采用目的性抽样的滚雪球方法，尽量选择非同质的参与者以避免三角测量无效。研究初期不断思考谁是最合适的访谈对象，谁是下一个访谈对象，并对访谈问题进行拓展性补充和回顾性总结。^[9]

三、剧本的写作方式：如何从文字到影像

本研究借鉴了电影和电视剧编剧的实践导向，以及深度访谈关于电影剧本、电影制作、漫画和影像艺术历史的各种探讨。通过查阅相关文献，既往研究关于剧作的讨论、剖析和分析总是仅限于纸上文字，而不是影像、声音、节奏或剧本的电影品质。然而，实际上，许多富有创新意识的编剧和电影制作人长期以来更喜欢用音频和视觉来表达作品，而不是用情节和叙事驱动，这种迭代方式和分析结构脱胎于原始的剧作方法。

剧本可以从照片、视觉艺术、感官记忆、视频片段或流行歌曲中获得灵感，然而将这种灵感转换为写作和制作是一个极其复杂的过程。国际知名导演编剧和制片人都在努力开发在写作和制作之间转换的方法，既使用文字，又使用影像，包括迈克尔·温特伯顿、王家卫、维姆·文德斯和尚塔尔·阿克曼等。正如电影制片人和编剧理论家墨菲所说，“编剧的真正创新不是因为对叙事电影惯例的无知，而是能够超越其中的局限性”。^[10]

认知心理学家大卫·佩尔金斯指出，“发展中的作品和艺术家思想之间的相互作用”是完成大型写作项目的一个重要因素。^[11]例如，小说家安东尼·伯吉斯对新作品的早期阶段描述如下：“我首先列出了一些角色名单、粗略的章节提要等等，但是不会过度计划。这些都是由纯粹的写作行为产生的。”同样，引用纳尔逊·阿尔格伦的话来说，编剧剧作是一本在创作过程中发现自身形状的书。^{[11](128-129)}著名导演王家卫通常让他的故事行云流水，随着拍摄而发展，他简单勾勒出故事的轮廓，从来没有完整的电影文学剧本。

艺术和科学领域的重大创新通常源于多个项目的重叠、共同交互运作，最终完成系统创新的进化和迭代过程。知名编剧张珂称这个进化过程为“企业网络”，他认为这种工作方式增加了项目间相互交流的可能性。然而，根据作者的观察，制作方通常是不接受这种形式的，甚至将“不可以同时创作题材相似的作品”写入剧本创作委托合同，如同时创作多个电影或电视剧剧本，将被视为违约，不但不能继续该项目的创作合同，还要支付高额的赔偿金。

谈到剧本创作，编剧张珂认为剧本在格式和布局上可以多多借鉴漫画和小说，他说，“我希望找到一种新方式让电影剧本更有表现力”，并且指出漫画艺术家克里斯·韦尔的作品是他早期尝试剧本呈现的灵感之一，因为在韦尔的漫画中，文字往往比图片更突出。编剧在创造视觉感官方面的实验包括画电影分镜头、给主角写信、对着镜子模拟台词等，而且经常为角色写日记、写遗书，而实际上遗书和日记都不会真正出现在剧本中，或仅仅只是一句带过。

张珂指出，越来越多的漫画被改编成电影，尤其是主流超级英雄电影，比如经典的漫威电影系列，而且不太知名且内容前卫的漫画也有成功改编的案例，张珂引用了《罪恶之城》（2005）和《V字仇杀队》（2005）作例子。漫画叙事融合并完善了其他艺术形式共有的特征，尤其是文学、绘画、摄影和电影。阅读文字和视觉之间的相互作用是极其复杂的，漫画不会真正出现在文字或影像之中，而是介于两者之间，这个过程需要导演和制片人的积极参与，以填充情节之间的细节。正是文字和影像之间的这种空间填充，培养了编剧和观众之间的亲密关系，也正是文字和影像的这种动态混合，影像和文字（以及两者之间的关系）从一开始就占据了中心位置，因而编剧在创作过程中特别适合使用漫画为形式的故事板。

既是导演又是编剧的刘沛将剧本写作集中于叙事形式和影像、声音和音乐在屏幕创意发展中的作用，包括标志性的影像、声音、感官记忆、情感以及对既定的世界观重新叙述，也会通过画故事板、梳理故事线，结合草图、手绘文本和事件分析。这些方法中有许多方式是从各种各样的作家和导演的工作方法中提取出来的，虽然这种方法更多是针对镜头形式或者叙事方式比较跳跃的题材。

认知心理学家维拉·约翰·施泰纳在她对艺术和科学的突破性著作《心灵笔记》中认为，影像是比文字更微妙的思想表达形式。^{[11][109]}当然，这并不是说剧本中的场景描述等词语不能唤起影像。事实上，在关于剧本演变的讨论和争议中，编剧江光煜认为，在过去的三十年里，剧本中的技术信息越来越多，尤为明显的趋势是文学风格越来越精炼。江光煜将这种转变描述为电影和电视尽力摆脱戏剧舞台的影响，发展出自己独特的文学形式。现在中国电影前期剧本开发的部分，总还是停留在剧本文本分析，而不是将剧本创作过程向银幕作品创作转变。

四、剧本开发是一个过程，而不是目的

目前的影视行业，编剧是在特定的制作环境和创作语境下实现电影的剧作和开发过程，而不是自由进行剧本开发。就像澳大利亚剧作家兼编剧诺埃尔·贾纳奇斯卡在她的社交网络平台上发的文章《发展怀疑论者》中指出的那样，新剧本最有用的开发是编剧与致力于制作该剧的公司在合作情况下进行，她对电影项目开发具有商业运作特别警惕。这样的现象同样适用于中国电影产业的现状。实践剧本开发以检验智能手机如何改变编剧的内容创作方法，技术变革在编剧实践和思考过程中产生共鸣，屏幕创意从概念到剧本，可以反思出编剧从业者与数字媒体设备相关的创作过程及其变革潜力。

首先，剧本开发对于电影产业具有重要意义，这样才能扩展到对数字剧本开发的理解。虽然电影编剧和剧本开发在电影研究中并不是一个备受关注的主题，2010年也曾掀起重构剧本定义和讨论剧本发展的学术热潮。彼得·布洛莱认为“剧本开发是一个具有创造性的产业合作过程，在这个过程中，一个故事创意（可能是一个原创创意，可能是对现有创意的改编，如一部戏剧、小说或现实生活事件）被转化为剧本，然后为了吸引资金注入电影制作而被反复改写”。^[12]帕梅拉·道格拉斯将剧本开发定义为“从创意概念付诸制作的过程，也是剧作家与制片人合作，通过所有的修改步骤完善剧本的过程”。^[13]那么，在移动竖屏时代，剧本开发是变得越来越简易化，还是越来越复杂化？

因为移动竖屏时代的到来，智能手机的不断优化，编剧（包括相关的电影制作）创作的即时性，过去剧本到银幕的线性阶段可能会变得复杂。举例来说，道格拉斯传统的三步流程，前期开发、制作和后期剪辑实际上可能会同时发生。剧本开发通常属于“前期开发”阶段，而没有进行分层干预，剧本开发的过程是贯穿始终的。正如编剧戴津所说，“我们大都是委托创作，多数情况下，编剧在角色选择上参与度很低，且我国剧集的制播模式也决定了，编剧无法随时根据网络风评和热议重写或调整剧本”。

相反，通过弹幕、新浪微博、豆瓣、论坛等社交媒体的评论、点赞和转发等数字化方式呈现的观众风评提供了“真实世界”和即时反馈，这些反馈可以产生故事修改、角色发展以及对情节和对话的建议。这可以说是移动竖屏时代的标志之一，用数字化机制收集和提供对观众反馈的回应。但是，尽管新数字媒体的剧本开发过程在不断发展，智能手机电影制作在剧本开发的方式上

已经接受了这项技术，但似乎编剧从创作心理上还没有完全接受数字媒体形式，毕竟曾经从手写到印刷，再到用电脑来创作、存储和传播，编剧们也都经历了一个漫长的心理过程。

五、流行文化的分期

本研究发现智能手机的便利性并没有完全被编剧们所忽视。现在的编剧无论是个人还是编剧团队，无论是在剧本排版格式化等方面的简单帮助，还是在同行反馈等更具协作性的故事制作实践方面，都在努力探索如何使用数字应用程序来开发剧本，随着技术的发展和数字平台的使用，编剧现在可以捕捉和合成灵感、创意、合作和反馈，并且可以迅速用手机或者ipad及时记录下来，然而在创作实践中，使用智能手机应用程序进行编剧或剧本开发方面没有明显的进展。

此外，如果除了数字化存储之外，没有更明晰的“智能手机编剧”文化，那么，剧本开发的具体流程和团队协作忽略了移动媒体应用提供的更多可能性。编剧实践从某种意义上来说，似乎不如短视频制作同行利用智能手机和数字应用技术更为熟练。与其关注这种比较，不如更广泛地关注创造性写作过程，以及这种过程如何融入智能手机的文化趋势。数字化发展为编写剧本和更具创新性、趣味性的故事制作方法提供了新的书写方式。除了为从业者和观众带来更深层次的故事创意，这也可能最终促使与电影行业进行推介和合作的新方式。

自20世纪90年代初以来，基于悉德·菲尔德三幕结构范式，电影剧本创作开始努力接近菲尔德的范式。正如数字技术和网络媒体正在开辟短视频创意方法新局面一样，许多移动竖屏时代的软件正在限制讲故事的策略和范式。悉德·菲尔德、克里斯托弗·沃格勒和罗伯特·麦基等剧作家的结构范式也已经逐渐迁移到数字平台上，各种剧本创作模板平台、剧本写作软件、一键排列剧本格式等技术应运而生。

另一方面，一些还在持续开发的软件和计算机程序，以Celtx剧本写作软件为例。Celtx（2009版本）允许使用者在传统的剧本布局中添加“资料库”。这些“资料库”可以包括视频、剧照和音乐等。Celtx还旨在建立能够回应彼此工作进度的在线社区，就像编剧之间的“钉钉”，这些功能成为编剧前期制作和生产的辅助手段，也同样成为创新的潜在来源。虽然像Celtx这样的程序使影像、声音和文字在电影作品的发展中更流畅，但在移动竖屏时代，剧本开发和数字化的使用方法结合还

有很长的路要走，数字化为电影剧本开发指明了一系列新的可能性。再比如Frameforge 3D（2009版本），成为编剧们广为使用的生成写作和场景的电影分镜头制作工具，形成了剧本可视化，该软件也不再仅仅只供导演使用。

成长于网生代的新一代编剧随着YouTube、TiVo、微信、抖音和快手以及各类直播、短视频的出现，开始打破了题材和创作形式的壁垒。他们正在采用一种更具弹性的跨平台方法进行剧本开发。编剧们受制于苏珊·斯图尔特所说的“流行文化的分期”，受制于技术和观看平台的变化如何塑造受众的观看体验，^[14]就像从20世纪50年代以来，Courier New和12号字体一直被视为好莱坞剧本的标准格式，其本质是电影行业的“农夫的午餐”。“农夫的午餐”本意是为了促进20世纪80年代英国酒吧的午餐贸易，所以Courier New是电影业的一种富有情怀的字体，以保持其与经典好莱坞时代的一致性。那么，在移动竖屏时代，没有必要一定将剧本排列成特定的字体、字号或者格式，是否排列都不影响其中创意的流动。

六、从用户生成内容到企业营销的竖屏视频

传播和媒介研究理论家亨利·詹金斯挑战了新技术取代旧传统的假设。媒介变革是一个渐进的过程，总是传统和创新的结合，在这个过程中，新兴和传统相互作用，相互转变，相互联结。许多电影不是从电影开始的，而是从早期的艺术形式和娱乐形式转移过来的。因此，电影的历史可以追溯到摄影、绘画、西洋镜、剧院、魔术表演、游记。

移动竖屏时代的电影将逐步完成持续变革、自我调整和重新配置的过程，随着数字技术的扩散，当研究回到电影的起始点，再去探索创造性空间的其他可能性，最有趣的写作方式是在文本之外添加更多影像和声音。自早期电影时代以来，编剧和电影制作过程一直是分开的，数字技术提供了将电影剧本和电影制作结合在一起的可能性，扩展了电影剧本的概念。^[15]

在移动竖屏时代，尽管短视频经常“被定义”为不高级、不高雅，相对于真正的电影技术，短视频的整体制作流程都是业余的。但国外的色拉布、潜望镜，中国的抖音和快手等许多企业组织一直在使用竖屏结构为手机创建营销内容。这些公司模糊了业余和专业媒体之间的界限，通常由自媒体作者个人创作和委托创作，同时生成竖屏内容。不断变化的移动媒体环境，包括技术和


社交网络的变化都助力了竖屏时代蓬勃发展，^[16]反观这种变化，问题在于移动竖屏时代用户生成和企业运作的剧作内容之间的区别。

无论是短视频内容的剧作者还是短视频受众，都开始逐渐放弃传统的横向视觉定位，转而支持竖屏的视觉方式。关于这个问题，在社交媒体上引发广泛关注和讨论，专业和半专业的短视频编剧达成共识，即竖屏或前置摄像头取景是业余的。^[17]尽管已经形成了这种共识，但竖屏短视频的拍摄和观看仍然在继续，而且越来越火热，频出爆款。YouTube上的竖屏短视频曝光率极高，比如国外的凯蒂·佩里《如何让婴儿停止哭泣》(How to stop a baby from crying)有2 200万次浏览，呈现了婴儿对音乐的反应；“在宜家一语双关惹恼女朋友”也有960万次浏览，其记录了一对夫妇参观家具店的过程。这些例子展现了手机用户生活中的日常时刻和简单生活。还有中外明星和互联网知名人士纷纷参与的“ALS冰桶挑战赛”，是一项为肌萎缩侧索硬化症(又称渐冻人症)的患者进行筹款的活动，呼吁全世界关注这种罕见的疾病。冰桶挑战的竖屏拍摄方式获得了引人注目的曝光率，竖屏构图和低分辨率强调了影像的真实性，这打破了编剧有意用叙事方式营造虚拟故事的电影艺术手段。

2015年前后诞生了很多新型社交媒体平台，如中国的抖音、快手和美拍，开启了真正意义上的竖屏时代。这些平台在移动应用领域运营，通过在虚拟空间承载用户自发生成的内容，模糊了剧本创作业余和专业媒体的传统概念，也模糊了电影的概念。在互联网营造的虚拟空间中，电影已不再存在专业和业余清晰的边界，甚至这种虚拟空间所承载的也不再是单纯的用户自发行为，由用户生成和上传的内容也开始伴随商业资本的介入。

在移动竖屏时代新型视觉的环境中，剧作内容不断地重新配置以匹配变化的屏幕大小和参数，但这并不意味着被动的消费者受到平台实施的规范约束。相反，这些技术用户在这个领域产生媒体内容的动力与本文中描述的其他制作方相同，以及他们的工作如何与业余、专业和专业媒体相互作用。短视频的技术支持提供的视觉价值体现了用户交互，也体现了竖屏模式蓬勃发展和移动媒体环境的变化。换言之，竖屏范式影响了区分用户生成的和企业运营的移动媒体内容。竖屏时代的社交媒体平台强调了二十一世纪消费者劳动的加剧，^[18]特别是抖音和快手，已经成为市场和非市场、社会和经济之间动态和紧急关系的场所。此外，抖音和快手与YouTube一样，普罗大众消费者渴望成为明星和网红的心理已经上

升到顶端，其中涌现出了大量富有商业野心的短视频制作方，开始利用“本土”和“草根”的声望和真实性的吸引力。在新兴的直播、短视频平台上获利或获得声望的编剧大多是掌握了如何运用本土化的叙事方式讲述现实中的简单生活，不仅如此，还要在不足10分钟的长度和简单的剧情中建构人物形象、剧情快速反转和价值传达，这类编剧因为适应技术界面的新颖性来规避传统媒体的限制反而取得了商业上的成功，然而短视频中的人设和剧情大多是经不起仔细推敲和美学分析的。

从过去的手写创作剧本，到印刷术的兴起，再到数字技术迫使印刷媒体的衰落，编剧的角色和使命已经在各个维度被“破坏”。剧本创作也从传统的单向向受众传递剧情的方式，转变为在剧本创作过程中就要预设受众的反馈，包括会引起哪些热议的话题。本研究对竖屏时代的电影编剧进行了阐释与分析，认为竖屏的视觉构图提供了一个与横屏水平构图不同的视觉空间，这也导致短视频的叙事结构从形式上和内容与电影注定是不一样的。随着字节跳动等互联网公司广告植入、在线打赏、直播带货和其他货币性措施的诞生，短视频编剧需要进行灵活的剧本创作，以支持短视频的剧情内容和商业内容的结合，并且尽量避免突兀和违和。诚然，在电影和电视剧媒介中成功地进行商业植入也是非常难以操作的，另外，大多数编剧表示单从剧本创作上讲是排斥植入广告等行为的，以至于许多制作公司还有专职的“广告编剧”，负责在编剧完成剧本创作之后，集中进行广告植入的创作，而大多数编剧对此无法反对或拒绝。尽管在这种情况下，短视频创作无论是个人或个体团队制作的业余内容，还是由公司运作的具有商业性质的“伪业余”内容，这之中的区别和差异可能会越来越模糊。

参考文献:

- [1] Ware M. Prussian Blue: Artists' Pigment and Chemists' Sponge[J]. Journal of Chemical Education, 2008(5): 614-620.
- [2] Grainge P. Introduction: Ephemeral Media[M]. New York: Palgrave Macmillan Press, 2011: 1-19.
- [3] Green J, Jenkins H. Spreadable Media: How Audiences Create Value and Meaning in a Networked Economy[M]. U K: John Wiley & Sons, Ltd, 2011: 109-127.
- [4] Nielsen J. The 90-9-1 Rule for Participation Inequality in Social Media and Online Communities[EB/OL].[2006-10-08].<https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>.
- [5] 尼尔·D·克思. 编剧的核心技巧(修订版)[M]. 廖懿着, 译.

- 北京: 北京联合出版公司, 2015: 3.
- [6] Blumer H. Symbolic Interactionism: Perspectives and Methods[M]. Berkeley: University of California Press, 1990: 20.
- [7] Seidman I. Interviewing as qualitative research: a guide for researchers in education and the social sciences[M]. New York: Teachers College Press, 2006: .
- [8] 杨善华, 孙志宇. 作为意义探究的深度访谈[J]. 社会学研究, 2005 (5) : 53-68, 244.
- [9] 张辉锋, 李森. 我国影视剧普通编剧有关从业状况的自我认知与评价: 一项基于25位编剧的深度访谈研究[J]. 国际新闻界, 2020 (8) : 125-146.
- [10] Murphy J. Me and You and Memento and Fargo: How Independent Screenplays Work[M]. New York: Continuum, 2007: 266.
- [11] John-Steiner, V. Notebooks of the Mind: Explorations of Thinking[M]. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- [12] Bloore P. The screenplay business: Managing creativity and script development in the film industry[M]. New York: Routledge, 2012: 9.
- [13] Douglas P. Writing the TV drama series: How to succeed as a professional writer in TV[M]. CA: Michael Wiese Productions, 2005: 228.
- [14] Stewart S. Poetry and the Fate of the Senses[J]. Comparative Literature, 2004, 56(3): 269-274.
- [15] 章章. 电影编剧座谈会摘要[J]. 当代电影, 2016 (10) : 13-20.
- [16] 胡慧, 任焰. 制造梦想: 平台经济下众包生产体制与大众知识劳工的弹性化劳动实践——以网络作家为例[J]. 开放时代, 2018 (6) : 178-195.
- [17] Ross M, Glen M. Vertical cinema: New digital possibilities[J]. Rhizomes, 2014: 26.
- [18] 王芳. 社会学视角下的“新闻民工”群体研究[J]. 青年研究, 2008 (12) : 20-27.

Handwriting, Printing and Digital Format: Film Script-Writing in the Age of the Mobile Vertical Screen

MIAO Ruo-mu, LI Ben-qian (School of Media and Communication, Shanghai Jiao Tong University, Shanghai 200240, China)

Abstract: This paper explores how mobile vertical screens influence social change through a qualitative research approach and further examines the relationship between script-writing and the creative practices associated with the screen media sphere. As an essential condition to create change and challenge traditional modes of media production and consumption, smartphones aim to make a significant contribution to contemporary ideas about how script writing has driven the film development. From handwriting and printing to digital storage technology, the early formats and conventions of film script writing may have limited the innovation of film script writers and even changed the way screenplays are written across the film industry. Technological advances that breed new types of script writing practices through apps and digital tools are by their very nature designed to respond to market demand, facilitating existing playwrighting practices without actually inspiring new ones. If technology can dictate the type, style and format of screen media being produced (e.g. webisodes, web series, short plays, etc.), how can the mobile vertical screen era shape and enhance the storytelling practices of script writers beyond replicating what happens in the world.

Keywords: film; script writing; mobile vertical screen