
跨媒介多重改編文本之閱聽人參與模式初探：
以《返校》電玩個案為例

李政忠*

摘要

本研究以電玩《返校》為個案，試圖了解在一個持續擴充的跨媒介多重改編文本空間中，閱聽人的互文與互媒參與模式如何演變，並探討可能影響因素。研究發現閱聽人對於初期改編作品，主要採取「原著—改編」的參照模式進行解讀評價；電影被賦予改編範本身份之後，文本參照模式逐漸轉向「改編—改編」的比較模式。研究也發現，行銷宣傳的副文本對於閱聽人的參照指涉與詮釋具有框架效應。研究最後建議先備知識以及知情閱聽人的定義必須進行更具系統性的概念化，並提出一個架構雛形，期盼能適切反映更為複雜的多重文本閱聽人參與模式。

關鍵詞：互文性、互媒性、跨媒介敘事、副文本性、電玩遊戲改編、閱聽人參與

*李政忠為國立中正大學傳播學系副教授。聯絡方式：telcc@ccu.edu.tw 或 telcc.jack@gmail.com

壹、研究背景與目的

媒體業者很早便發現文化商品內容 IP (intellectual property) 可以透過各種形式持續進行再利用 (repurposing) 的商品特質，並視之為流動性極高的內容資產 (Wolf, 1999)。千禧年後，拜賜於數位匯流、全球化、各種傳輸科技與平台持續擴增，跨媒介改編 (transmedia or cross-media adaptation) 或跨媒介敘事 (transmedia storytelling) 可謂是近約二十年來快速興起的當代重要媒體與流行文化內容產製趨勢，甚至已經從以往的個案演化至今已然漸趨成熟的產業鏈型態 (Murray, 2012)。Constandinides (2010) 將這樣的產業趨勢稱為「後賽璐珞改編」(post-celluloid adaptation)，認為數位匯流時代的「改編」本質已經無法用單一固定的方式來加以定義：

後賽璐珞改編可以被定義為一種從傳統媒體所產製的熟悉媒體內容——出版、電影、電視——轉換成圍繞主產品概念的一個或一組新媒體物件的過程……後賽璐珞改編不僅限於兩個文本的連結，而是跨越不同協作媒體的多重文本 (multiplicity of texts) ……儼然是匯流文化的文化邏輯 (the cultural logic of convergence culture) (pp. 24-25)。

除了英美日等影視媒體產業大國之外，近十年左右，韓國以及中國媒體娛樂市場也持續積極投入 IP 孵育。近幾年來，台灣媒體業者也開始重視一源多用、多平台、跨域跨界的 IP 經濟發展趨勢，文化內容策進院更是自 2019 年成立以來，成為輔助推動國內文化產業的 IP 經濟發展的重要半官方媒合平台。

雖然跨媒介改編多重文本 (multitext, multiple texts, or multiplicity of texts) 的媒體內容或文化商品產製與消費已行之有年，多數的研究主要以產業 / 產製 (Constandinides, 2010; Eder, 2015; Gambarato, Alzamora, & Tárzia, 2020; Hassler-Forest, 2019; Hernández-Pérez & Rodríguez, 2014; Meikle, 2019; Murray, 2012; Parody, 2011; Pearson, 2019) 或是文本敘事分析為主 (Bezchotnikova, 2017; Constandinides, 2010; Harvey, 2015; Heidt, 2009; Ryan & Thon, 2014)，從閱聽眾分析切入的相關研究仍相當有限 (賴玉釵，

2020；Evans, 2020; Jenkins, 2006; Parsons, 1991; Spanò, 2016），且研究對象多半著重「迷群」（fans or fandom），比較少以一般媒體消費大眾為主。此外，多數研究文獻所引述的多重文本多為國外媒體商品，台灣自製內容幾乎付之闕如。固然諸多國外文獻仍具有參考價值，但考量到國內發展 IP 經濟之願景，實有必要納入國內自製內容為參照作品以及在地產製與文化脈絡，了解閱聽人在不同文本與媒介形式的多重文本空間中的參與歷程，因此期盼以《返校》做為個案進行多重文本之閱聽人接收初探，達拋磚引玉之效。

一、個案研究：《返校》IP 與跨媒介多重改編文本

由國內赤燭工作室發行的一款 2D 恐怖解謎敘事型遊戲《返校》，2017 年 1 月 13 日正式開賣後立刻成為遊戲平台 Steam 的台灣區冠軍，並成為國內許多媒體業者看好的 IP。第一部改編作品為 2017 年 2 月出版、由恐怖小說作家苓菁執筆的改編小說《返校：惡夢再續》，宣稱採用 AR 擴增實境技術，讓讀者得以透過手機掃描書頁插圖，對照文字內容與電玩遊戲中的場景。根據業者提供的銷售資料，小說上市十天即累積三刷破萬本，總銷售量超過一萬五千本。

同年，影一製作公司也買下電影改編版權，電影於 2019 年 9 月上映後市場叫好又叫座。根據票房資訊統計，三個月內累計票房銷售金額將近新台幣 2 億 6 千萬元（財團法人國家電影中心，2019 年 12 月 23 日），並且在 2019 年第 56 屆金馬獎上大放異彩，獲得不少獎項。改編電視劇集則於 2020 年 12 月初同步在公視頻道與 Netflix 平台播出，電視平均收視率為 0.64，也曾登上 Netflix 台灣電影排行榜前十名之內，並於 56 屆金鐘獎獲得四項提名（但未得獎）。角川出版社也同時推出電視影集改編小說（電視小說），作者為林則攸、巫尚義。

以往國內的改編作品多以經典文學或通俗文學的個別影視或繪本改編為主（詹宇霈，2018），《返校》不僅是國內自製電玩遊戲，也是首次有多家媒體業者同時爭取改編授權，將電玩遊戲 IP 進行多種不同媒介形式改編的多重文本案例，話題性十足。電玩為恐怖解謎敘事遊戲，背景設定在 1960

年代白色恐怖時期的翠華中學，並加入許多台灣民間信仰習俗元素。在強調多重文本協作的後賽璐珞改編產業生態中，不論就內容原創性、作品知名度，以及 IP 授權的規模來看，對國內的 IP 產業發展以及閱聽人的接收歷程理解，都是一個具實務參考與學術研究價值的特殊個案之一。職是，本文試圖藉由這個本土案例，探討閱聽人在一個具有不同媒介形式與敘事內容的多重改編文本網絡空間中，有何特殊的參與接收模式，以及可能的影響因素為何。

二、跨媒介多重改編 vs. 跨媒介敘事

雖然根據《返校》電玩遊戲所延伸而來的各種作品都冠以「改編」之名，但事實上除了改編媒介形式不同之外，多數作品所呈現的敘事內容，包括故事線、時空背景、角色設定等，彼此都有程度不等之差異，甚至大部分作品已經不符合改編的原始定義，反而在形式與本質上更接近「跨媒介敘事」（transmedia storytelling）。¹

根據 Jenkins（2006）所提出的定義，一個跨媒介敘事包括不同平台與媒介呈現形式的敘事文本組合，且個別文本必須對整體敘事或世界觀的了解貢獻其特殊的價值，並發揮各自媒介屬性得以實踐的獨特表現方式；不同作品彼此間沒有明確的主從先後位階關係，也沒有重複的敘事內容。在敘事接收參與過程中，閱聽人得以透過不同文本所累積而得的「增加理解度」（additive comprehension），從中獲得更多的滿足愉悅，因此，與透過不同媒介轉譯同一故事內容的跨媒介改編（cross-media adaptation）具有本質上的差異。但 Hills（2019）指出，有別於 Jenkins 所提出的理想形式，實務界的具體執行方式通常是先以一個主要作品做為敘事基線（narrative

¹ 以《返校》這個多重改編案例來看，電玩遊戲的核心敘事線是 1960 年代翠華中學因為師生組織讀書會被舉報，成員遭逮捕入獄的故事，由玩家扮演女主角方芮欣的鬼魂，一步步解謎過關而了解整個真相的過程。改編小說的故事軸是翠華中學發生慘劇多年後面臨拆遷，八名少男少女進入荒廢校園裏試膽，經歷一連串恐怖經驗與發現真相的故事。改編電影就故事情節而言最符合改編的定義，但劇本仍然大幅提高男主角魏仲廷的戲份。總共有八集的改編電視劇集講述的是 30 年之後的翠華中學，女主角為轉學生劉芸香，因緣巧合與方芮欣鬼魂連結的故事。根據改編電視劇改寫的電視小說，內容同樣分成八章，宣稱除了原有劇本內容之外，還包括一些隱藏版情節，且分章與戲劇分集不同。

baseline)，然後透過逐漸外加文本方式，Hills 稱之為「母艦模式」(mothership model)，逐步進行故事世界擴增建構。

即便在特別要求嚴謹度的學術研究領域中，也無法對跨媒介改編與跨媒介敘事提出一致可接受的明確區隔，甚至其必要性也經常引發研究者或實務者間議論 (Dena, 2019)。例如，Hutcheon (2006, p. 9) 認為除了經典文學作品改編成電影或是舞台劇之外，音樂劇、歌曲、視覺藝術等形式的文學經典改編，歷史改編成漫畫、電影重拍 (remake)，電玩改編、互動藝術都包括在內，但是前傳、後傳、粉絲創作則不算改編。Hutcheon 與 O'Flynn (2013) 的 *A theory of adaptation*² 則以後語一整章的篇幅，闡述當代多元改編形式難以清楚界定區隔的現象，並且直接建議未來的改編研究必須鑲嵌在「跨媒介敘事」的文化產製脈絡上：

如這篇後語中所詳列的一些案例，改編如何被構思與實踐 (conceived and practiced) 持續有不同看法，如同改編做為一種實踐的價值 (the value of adaptation as a practice) 一樣，特別是置放在所謂的跨媒介敘事的脈絡上 (p. 206)。

Murray (2012) 的研究著作 *The adaptation industry: The cultural economy of contemporary literary adaptation* 雖是以小說改編研究作為出發點，但論述內容所涉及的產業、改編媒介形式以及改編作品案例的引述，事實上均已超越單純的小說改編。作者也在結語篇章中承認改編產業與其他非正式類型 (unofficial penumbra)，例如粉絲創作 (fan fiction)，有諸多交叉共存的現象，必須一併納入考量。這種難以將兩者切割的現象也反映在近十年間出版的改編研究或是跨媒介敘事研究合輯著作中 (Bruhn, Gjelsvik, & Hanssen, 2013; Cutchins, Krebs, & Voigts, 2018; Cutchins, Raw, & Welsh, 2010; Freeman & Gambarato, 2019; Leitch, 2017)。

² 這本著作其實是 Hutcheon 於 2006 年所發表的 *A Theory of adaptation* 的再版，但內容除了新增 Hutcheon 撰寫的第二版新序文 (pp. XIX-XXVIII) 與以及 O'Flynn 撰寫的後語 (pp. 179-206)，反映當代越來越興盛且多元改編的產業生態，以及對改編研究進行反思之外，其餘中間的內容章節，甚至包括既有頁數與編排都完全相同。本文中兩個版本都有引述，主要是因為有些內容是作者原有的觀點，但是後來透過額外增加的篇幅來進行補述與反思，因此會視論述內容脈絡所需，引述不同版本。

貳、文獻探討

Hutcheon (2006) 認為改編可以從三個明確但相互連結的層面來進行定義：(1) 改編做為一種作品形式 (as a formal product)、(2) 改編做為一個產製過程 (as a process of creation)、以及 (3) 改編做為一個接收過程 (as a process of reception)。作者同時將改編接收過程視為一種互文參照的形式 (a form of intertextuality)，閱聽人在參與過程中藉由原著作品所召喚出的「重複中帶有變異」(repetition with variation) 的記憶與期待，稱為先備知識 (foreknowledge)，來體驗改編作品，為改編文本的接收研究提供了一個具體明確的理論基礎。相當程度而言，上述的定義與理論也同樣可以套用在跨媒介敘事的研究上。呼應 Hutcheon 的觀點，Dicecco (2017) 也認為改編研究者在看待改編時，經常難以跳脫改編為具體產品類型的思維，因此呼籲，改編研究要探究的不是改編作品本身**是** (are) 什麼，而是閱聽人在改編文本的接收過程中**做** (do) 什麼。Cutchins 與 Meeks (2018, p. 303) 則強調，「改編從來就是一個文本的體驗，而不是一個特定種類的文本」。

一、敘事內容、媒介形式交互參照與副文本的影響

Kristeva (1980) 認為，文本的意義詮釋與解讀不是獨立存在於單一文本內，而是與其他外部結構相互連結。Jauss 與 Benzinger (1970) 在更早之前即提出相似的觀點：讀者在接觸新文本之前已具備了個人特定的文學知識與解讀基礎，例如對於特定類型與風格的認知理解，作者稱之為「文學資料」(literary data)。新文本透過鑲嵌於其內部的特定信號之明言或暗示，影響讀者的預期、動機、詮釋理解方式、評價重點以及意義產製結果。Derrida (1996, 轉引自 Black, 2012) 則針對多重文本 (multiple intertexts) 的相互依存關係提出「建檔」(archive) 的概念，意指新文本進入檔案庫之後會對整個資料庫產生再脈絡化 (recontextualization)，不僅會引發先前文本的意義再產製，同時也為後續文本的詮釋與理解預設了視角與框架，因此多重文本的參與接收歷程是一個開放式、隨文本逐步加入擴充而持續再脈絡化

的過程。

《返校》的跨媒介多重改編文本至少包含有一個原著電玩 IP 以及三種不同媒體形式的改編作品（小說、電影、電視劇、電視小說）。³Saldre 與 Torop（2012）認為，要了解跨媒介性（transmediality）的概念，可以從文本空間（space of text）以及媒介空間（space of media）兩個面向來檢視。文本空間關注各種不同的次文本意義如何共構出文本的世界觀與意義產製結果；媒介空間強調特定媒介科技與表現形式的模式能供性（modal affordance）如何對於文本世界觀的建構產生提示或抑制的效果。這相當程度呼應了 Hutcheon（2006）將改編文本的接收歷程視為互文形式的觀點，也反映相關研究文獻的理論選擇與分析偏好，亦即，互文性（intertextuality）與互媒性（intermediality）經常成為改編或跨媒介敘事研究的核心理論基礎與分析工具（石安玲、李政忠，2014；賴玉釵，2015，2018，2020；Beddows，2012；Cartmell，2012；Elleström，2017；Freeman & Gambarato，2019；Grossman & Palmer，2017；Hills，2019；Hutcheon & O’Flynn，2013；Leitch，2017；Rajewsky，2005，2010；Saldre & Torop，2012）。

由於跨媒介改編的具體物理性表徵反映在不同媒介特質的擷取與轉譯過程，因此有些研究學者將改編作品間的連結關係聚焦在媒介屬性或符碼體系的比較參照，進而提出互媒性（intermediality）的概念（Elleström，2017；Rajewsky，2005，2010）。Elleström 甚至認為跨媒介改編研究應該附屬在互媒性研究的大傘之下。廣義來說，互媒性用來指稱發生於跨越媒介之間的交互作用與參照指涉現象，根據 Rajewsky（2010），互媒性至少可以區分出三種主要形式：（1）媒介組合（media combination）或多媒體，亦即各種不同媒體形式的組合應用，例如網路涵蓋了平面、影音、互動的各種內容與形式組合；（2）媒介轉置（medial transposition）指稱的是一個文本內

³ 根據 Hutcheon（2006）的另外一種區分方式，則可說是包含陳述（telling）以及表演（showing）兩種呈現形式，原著電玩遊戲則是互動（interacting）。另外，近年來有越來越多跨媒介敘事或改編研究學者開始將行銷內容或是周邊商品（tie-in, merchandising）也納入分析的範疇，例如主題公園、梗圖、音樂作品、素人創作等（Freeman & Gambarato，2019；Hills，2019；Hutcheon & O’Flynn，2013；Leitch，2017）。以《返校》為例，除了小說、電影、電視劇集之外，至少還可以加入 ARG（alternate reality game，另類實境遊戲）、電影或電視預告片、玩家自製電玩電影，以及體驗屋等不同形式的「文本」或「副文本」。由於本研究的主要關注重點為「正式的」改編作品，因此資料搜集以及分析並未包括前述幾項特殊類型。

容如何以另一種媒介形式表現的轉譯過程，跨媒介改編即是此種形式的典型案例；（3）媒介相互參照（intermedial references）則是指一個媒介模仿另一種媒介形式的表現風格，例如電影模仿漫畫風格或是電玩遊戲即屬此類。Kattenbelt(2008)則是將這三種類型依序稱為多媒體性(multi-mediality)、跨媒介性(trans-mediality)，以及互媒性(inter-mediality)。與跨媒介改編最直接相關的是媒介轉置的概念，但這三者有時候可以同時組合呈現，並非互斥關係。

由於閱聽眾對於熟悉常見的媒介形式與特質已經具有一定程度的個人認知理解，Rajewsky(2005)稱之為媒介認知基模，因此在跨媒介改編文本的接收過程中自然會察覺到不同媒介之間的落差，進而將兩種媒介形式置放在一個相對關係中進行評析，這意味著閱聽眾不僅對個別媒體特質有一定的認知，對於媒介間的轉換或是媒介屬性關係也同樣具備程度不等的理解與評鑑方式。此外，在跨媒介多重改編文本的網絡空間中，閱聽人透過哪一個文本進入的順序，又或是不同文本間的接收時間距離跨度，也可能對內容賞析或是意義解讀詮釋產生導引或框限，例如，先閱讀原著小說再看電影改編，與順序相反的接收方式，必定在理解或感知上因為文本或媒介對照的方向不同，而有相當程度的差異。

Genette(1982/1997)認為多重連結的互文性使得特定文本的接收歷程與意義產製必須置於一個彼此交錯變動的關係網絡中來檢視，並且以更具系統性的方式提出「跨文本性」(transtextuality)的理論架構，界定出數種不同類型的文本性與互文參照關係，並且宣稱「主文本性」(architextuality)以及「副文本性」(paratextuality)⁴與文本接收歷程的關係最緊密。Genette(1987/1997)甚至為副文本撰寫了一本書進行更深入的探討，其影響程度之於文本接收歷程之重要性可見一斑。作者指出，任何一個具體文本(即主文本，architext)一定是一個涵蓋了主題、文類、媒介形式的具體組合，藉由其組合結構中可以被閱聽人所感知的各種訊息暗示或明確界定的信號，讓閱聽眾在接收前即已經產生特定預期。副文本(paratext)的存在，又可

⁴ Paratextuality 或是 paratext 有多種中文譯名，例如副文本、準文本、側文本、伴隨文本、類文本等等不一而足。本研究決定採用「副文本」，以便與「主文本」有相互對應的語意。

以區分成與主體文本緊密結合的「內屬副文本」(peritext)以及關於該主體文本的「外圍副文本」(epitext),也會對閱聽人的接收歷程產生一定程度的引導或操控效果。諸如一部小說的標題、章節小標、序或是封面等內屬副文本,或是關於該小說的評論、行銷宣傳、相關報導等外圍副文本都會暗示閱聽眾預期、解讀或詮釋的方式與方向。

值得注意的是,Genette(1987/1997)所提出的副文本性概念主要是以小說為主要理論建構基礎,認為副文本具有「門檻」的功能,影響潛在讀者閱讀意願與否以及暗示或引導讀者(應)如何詮釋解讀。Gray(2010)則是少數幾位早期開始將副文本概念進行擴充並且應用於大眾媒體的先驅之一,英文期刊 *Critical Studies in Media Communication* 甚至在2017年以副文本做了一期專題,並且由專題主編Brookey與Gray(2017)在前言中以對談方式,為副文本在閱聽人接收上所扮演的功能進行更多面向的介紹與討論。Hills(2019)則指出,在跨媒介改編或敘事的多重文本脈絡上,主要一次級(primary-secondary)、中心—邊陲(center-periphery)的階層結構已不再牢不可破,代之而起的是副文本性的觀點。有些副文本具有資訊性副文本(informational paratext)功能,影響接收者以特定類型或文類等相關視角來進行文本的詮釋解讀;有些副文本則是具有故事宇宙的延伸擴充或銜接角色功能的敘事副文本(diegetic paratext),引導接收者對於多重文本世界觀的想像與建構,並且強化整體文本組合的文化光環與價值(auratic paratext),其中也包括了以品牌建立、營收獲利為主要考量的商業性副文本(commercial paratext)。

二、文本接收的認知基模：先備知識的程度與類型

Hutcheon(2006)透過文獻耙梳整理,試圖了解改編作品對於具有先備知識的知情閱聽人(knowing audience)究竟有什麼樣的吸引力,研究結果指出,知情閱聽人最主要的動機是想藉由改編文本來召喚出原著的體驗記憶,以及改編版本或媒體敘事延伸所賦予的新穎感,以不同方式再次體驗當時的感動與愉悅。這意味著改編文本的接收研究對象通常著重於具備原始文本經驗的閱聽人,同時也多半聚焦於原著與改編一對一的文本參照接

收歷程。不過必須提醒的是，Hutcheon (2006, p. 122) 也提到，即便閱聽人沒有原始文本（例如一部經典文學名著）的直接閱讀經驗與先備知識，仍舊可能具備「廣泛流通的文化記憶」，同樣也可以讓閱聽人對一部改編作品產生特定的預期與要求。

換言之，就改編文本接收歷程而言，先備知識的來源不僅侷限於具體原始文本的體驗，而更可能是一種程度上、甚至是類型上、超越具體特定文本的差異，相當程度呼應了 Genette (1982/1997, 1987/1997) 所提到的副文本性。舉例而言，電玩遊戲改編的影視作品是近十幾年來越來越常見的跨媒介文本延伸策略之一，年輕世代閱聽人對於電玩遊戲的體驗也不陌生，電玩具有互動性與體感式 (sensor-motor) 的非線性敘事特質，不論是媒體使用模式、文本接收參與、故事建構與意義詮釋，都明顯有別於小說、漫畫、動漫、電視、電影等線性敘事 (Hutcheon, 2006)。因此，對於擁有《返校》電玩直接體驗的玩家而言，跨媒介改編文本的接收歷程勢必與非玩家有所差異，但即便沒有《返校》電玩經驗的閱聽人還是可能透過其他的電玩經驗，諸如玩過其他遊戲作品或是看過其他遊戲改編電影、甚至是相關行銷宣傳與報導等管道，對「電玩改編電影」的形式具備一定程度的認知基礎，型塑了《返校》改編作品的預期視界、影響接收歷程，甚至引發回頭體驗原著電玩的動機。若進一步將「原著一改編」的單一對應關係擴大至跨媒介多重文本的閱聽人接收分析上，除了進入點的文本媒介屬性以及文本內容會影響其他文本的內容理解、詮釋與評價之外，也可能在接收路徑上，或是文本參照組合的連結關係上，具有一定程度的引導性。

三、整合接收模式分析工具與研究問題

Michelle (2007, 2009) 認為，固然閱聽人接收分析研究已經累積不少成果，惟這些研究文獻多半依據研究議題與需求，採用特定的閱聽人接收模式做為分析工具，無法提供一個比較完整全面、可被普遍接受的整合架構。Michelle (同上引) 認為，閱聽人的接收歷程經常是各種不同模式之間的轉換，並且會因為閱聽人的社會位階差異而有不同的偏好模式與組合，透過文獻耙梳整理後提出閱聽人接收多面向組合模型，共涵蓋四種模式：

(一) 透明模式 (**transparent mode**)：閱聽人認為文本即世界本身，會暫時停止或降低對於文本虛構世界的質疑，有如進入一個真實的世界，將文本內所提供的資訊視為主要解讀參考依據，採取透明模式的閱聽人通常具有比較強烈的認知與情感參與，對於故事情節中的人物、事件有較高程度的沈浸感，並從中獲得愉悅感。

(二) 參照模式 (**referential mode**)：閱聽人將文本的虛構世界視為一個由作者所建構／再現而成、非真實的類似世界，與自身所處的外部現實世界或是個人的實際生活經驗具有一定程度的差異，因此閱聽人與文本之間維持著一定程度的批判距離，進而產生認同、質疑，或是對立。

(三) 媒介模式 (**mediated mode**)：閱聽人將文本視為媒體業者或創作者的產製結果，因此會與文本保持一定的批判或是賞析距離，但評析的重點聚焦於文本的「品質」，例如人物刻畫、情節安排、敘事技巧、形式美學等關乎媒介內容產製慣例的鑑賞評論。

(四) 論述模式 (**discursive mode**)：閱聽人認為文本即訊息，是創作者為了闡述特定理念、意識形態而創作的論述客體。閱聽人通常以創作者（或產製者）的預設動機意圖做為文本接收歷程的定錨點 (**anchoring**)，決定該站在什麼樣的解讀位置來拆解分析文本的內涵訊息。在概念上與 Hall 所提出的霸權式／協商式／對立式解碼模式相呼應。

雖然多面向組合模式的核心理論在於社會位階會影響閱聽人採用的接收模式，但本研究認為應用於多重改編文本分析時，閱聽人所具備的文本先備知識或是其他可能的脈絡也同樣具有影響力，因此在閱聽人接收的初探分析上以此為主要的分析工具參考。另外本研究認為，固然多面向組合模式提供了更全面的接收模式分析工具，但其模式的建構整理以及依據的相關研究文獻，多數情況是建立在「單一」文本或至少不是「改編」文本接收的假設前提上，如果要符應日漸興盛的跨媒介多重文本改編或跨媒介敘事的產製與接收趨勢，甚至是類型與功能越來越趨多元、難以精準定義的副文本元素 (**Brookey & Gray, 2017**)，可能有必要加入文獻中提及的「互文模式」與「互媒模式」進行分析工具補充，或許更能反映出閱聽人在隨著時序而擴充的多重文本網絡空間中，有著不同的切入點、文本連結組合

對照，以及移動軌跡與歷程的流動模式。不論閱聽人的進入點與流動方式是出於個人的主動性、抑或是受到行銷副文本的引導，在進行閱聽人接收分析上不會僅聚焦於單一文本的接收模式，而能夠同時兼顧不同文本間的互文性、互媒性，或是兩者並具的組合配對接收與詮釋解讀。

如先前所述，除了原著的先備知識以及廣泛流通的文化記憶之外，《返校》電玩 IP 各項延伸作品的商業操作與各種行銷策略也可能影響閱聽人的參與接收歷程。具體而言，多重文本作為一種 IP 共同協作擴充的商品形式，勢必有其敘事內容、媒介形式、產製時程、發行時間窗口順序與時間跨度，以及次文本搭配等各種商業市場與行銷考量，不同文本有其特定的目標受眾，在跨媒介改編的多重文本內在屬性與跨媒介敘事的文化商品產製邏輯共同導引下，不同的文本組合與接收歷程可能會產生不同的理解背景或預期視界，並且隨時間推移而相互催化出不同的互文與互媒參照模式。以下為本文所試圖探討的研究問題：

研究問題 1：在《返校》跨媒介多重改編文本空間逐漸擴充的過程中，閱聽人的互文與互媒參與模式會產生如何的變化？可能的影響因素為何？

研究問題 2：在《返校》跨媒介多重改編文本的參與歷程中，行銷副文本扮演了什麼角色？

參、資料蒐集方式

Michell (2007, 2009) 指出，關於閱聽人接收分析的資料取得方式，有越來越多的研究學者認為，學術研究情境與研究對象平常的行為模式間存在著一定程度的落差。相較於訪談或是焦點團體由研究者主導的問答模式，網路上所獲得的文本資料是閱聽人在自發自主的情境下寫出的個人直接想法，比較不會受到研究者提問內容的引導。另一方面，本研究試圖觀察的多重改編文本涵蓋範圍從電玩推出(2017 年初)至電視改編(含電視小說)播映發行(2020 年末)，前後時間跨度長達四年，如果採取面訪方式，可能會因為距離受訪者實際文本接收行為發生的時間相隔太久，難以避免受

訪者當時記憶或是體驗感受模糊的問題，甚至無法排除受訪者在這段期間期間已經參雜了其他文本記憶的詮釋介入或理解干擾，與當時接收本研究目標文本的體驗已有所差異。

事實上，研究者在 2021 年 4 至 6 月間也進行了數場實體或線上焦點團體訪談，試圖與網路文本分析的初步結果進行比較對照。惟訪談執行過程中經常會遇到的問題包括（1）有受訪者表示時間久遠，印象已經模糊，畢竟距離改編電影上映時間已經將近兩年；以及（2）有受訪者為了恢復記憶，在受訪前特別再次透過其他管道（快速或部份）觀看電影、電視劇或是電玩遊戲實況影片的情形。訪談結果初步整理後也發現，受訪者根據記憶所陳述的內容，除非是印象特別深刻的橋段，多半只能提供比較籠統粗略且簡短的印象式回應；其二，為了參與訪談而刻意再次觀看（部分）內容，恐怕也已經有別於當時第一次接收內容時的體驗與心得；其三，相較於網路文本心得撰寫者，有不少受訪者收看的管道（尤其是改編電影）並不是在戲院觀看，雖然這也是多平台、多重文本擴充或跨媒介敘事的可能重要議題（Evans, 2019），但並非本研究的關注焦點。

研究者認為，當閱聽人願意花時間寫下心得感想，其強烈的分享動機意味著該文本帶給個人深刻且強烈的體驗之外，而且在書寫過程中已經將個人的感受與體驗經過消化內省，或許更能提出許多深層的洞察與觀點。此外，根據蒐集到的資料，文章撰寫或上傳的時間，多數與作品發行或上映的時間接近，因此對於細節的記憶比訪談所提供的內容更為完整。但也必須強調的是，雖然透過網路心得文章來進行時間跨度較大的多重文本閱聽人接收分析有其優勢，仍有其無法克服的一些問題，特別是撰文者的個人特質、身份、動機、內容接收情境，或是閱聽人的文本知識相關背景與經驗脈絡等關鍵資料的取得。不可否認，直接進行深度訪談或焦點團體在閱聽人接收研究取徑上有其不可取代性，但權衡兩者研究方法對於本研究個案的適切性，並且考量到初步比較網路文本分析與焦點團體所獲得的訪談資料之可參考程度後，本研究認為網路閱聽人心得文本分析的研究取徑，對於越來越常見的長時間跨度且持續擴充的跨媒介多重文本的閱聽人接收初探研究而言，仍具有一定程度的互補與參考價值。本研究建議，未來要

進行相關類型文本的閱聽人接收訪談，或許有必要進行長期追蹤方式，一方面可以避免過度倚賴網路文本分析、無法精確掌握閱聽人特質的問題，同時也可以避免過度依賴受訪者事後透過時間已久的不夠精確回憶所提供的回應來進行閱聽人接收分析。

本研究著重的是閱聽人在一個多重文本空間中的多重文本組合與參照的接收歷程分析，而非個別文本的詮釋解讀，因此本研究在網路文本資料蒐集的條件設定上，必須符合提及至少兩種（或更多）不同文本的原則，可以是原著與改編，也可以是改編與改編。網路文本搜集與篩選的時間主要集中在 2020 年第四季（大約是改編電視劇播映期間）至 2021 年 3 月，分析的內容以主文為限，讀者的回應與作者的回覆則不在分析範圍內。網路文章主要以五組字詞：返校、電玩、電影、電視、小說，進行各種配對交集 / 聯集來搜尋網路文章，除了 PTT 與 Dcard 兩個平台之外，也透過搜尋引擎搜尋其他相關文本。因搜尋結果筆數資料量相當龐大、且有諸多重複與不相關的內容，因此只取搜尋結果前 200 筆資料，然後再逐步進行交叉比對與分類，刪除不相關、重複，以及內容篇幅過度簡短、文本分析價值較低的內容。

如文獻探討中提及，各種形式的副文本在當代媒體生態環境中扮演了越來越重要的功能，研究者所篩選整理的網路文本資料中有不少文章內容明顯是行銷公關內容與媒體報導。例如 Esquire 網路雜誌於 2020 年 11 月 13 日的文章《要深度有深度，《返校》返影集導演解析與演員分享一次讀完》（esquire.tw/tab/524/id/36011）除了發表日期早於電視影集上映時間（2020 年 12 月）之外，文章中嵌入許多註明由公視授權的圖像，可以明確判斷為行銷公關稿。另外也有一些署名文章是大眾熟知的影評人所撰寫的評論內容。例如「愛德華 FUN 電影」網站 2019 年 9 月 20 日的影評文章《關於《返校》電影，你會想了解的 5 件事！》（edwasrdmovieclub.com/detention/）與電影上映（9 月 20 日）同一天，除了內文宣傳意味濃厚之外，文中也同樣有諸多電影畫面圖片，藉此可以判斷公關行銷稿的屬性。本研究將這些類似的文章均視為具有副文本屬性的行銷公關宣傳內容。

整體而言，一般閱聽眾的心得文通常在排版、撰述語氣與行文結構或用字遣詞上比較鬆散，也比較容易出現好惡的情緒性用語。另外可以作為快速篩選參考的直觀特徵則包括，文章內容通常幾乎沒有任何、或頂多一兩張嵌入圖片，不少文章會特別標註「有雷」或「無雷」，內文通常會多次出現第一人稱「我」，也不會有專屬個人影評或劇評網站的情況（但是可能有個人部落格）。本研究評估，綜合上述特徵，應該可以相當程度區分出一般閱聽人與行銷導向的文章。

原始搜尋結果也包括非常多的影音資料，主要包括電玩遊戲、電影與電視劇。初步檢視影音資料後發現，除了預告內容或是公關訪談之外，其他資料多屬專業型的 YouTuber 評論或彩蛋分析，屬性與論壇上的一般閱聽個人心得評論差異頗大，內容製作較為嚴謹，包括腳本、影像剪輯、音效、視覺特效等都有一定程度的構思安排。考量到多數 YouTuber 上傳的內容本身有點閱率、按讚、訂閱、甚至是業配置入等商業動機，同樣不列入閱聽人分析的文本資料，但保留做為行銷宣傳副文本參考資料。

比對整理之後實際進行閱聽人接收心得文本分析的筆數總共有 61 篇，主要來源為 PTT、Dcard、電玩平台巴哈姆特，以及部落格文章。蒐集到的資料中關於改編電影與電視劇集的心得文章，發佈或上傳網路的時間主要集中在 2019 至 2020 年間；關於改編小說的評論，除非同時也比較了電影或電視改編，則多半來自 2017 年。綜合評估，網路文章發表的時間點大致上符合各個文本發行或上映的時間，以及原始的發行平台與管道。這一點與前述提到的初步焦點訪談相比較，在不同文本的接收順序上以及不同的接收管道（例如是透過串流平台收看電影）有些許差異。這也是值得未來在進行時間跨度較大的多媒介、多平台、多文本的閱聽人接收分析時，採用不同研究方法上必須考量的重要差異。

肆、研究結果與分析

本研究透過閱聽人網路心得文文本分析，試圖了解在《返校》跨媒介多重改編文本空間隨時間擴充過程中的閱聽人接收歷程變化與影響因素，以及過程中的閱聽人互文或互媒參照模式，以下為研究發現：

一、互文／互媒參照的定錨點轉移現象

本研究檢視的《返校》跨媒介多重改編文本共有一個原著電玩以及四個改編作品，各文本之間的時間跨度距離長短不一，且差異頗大。例如電玩遊戲與小說改編前後只差一個月；電視劇改編與電視小說則是同步推出。電視劇改編與電玩遊戲的時間間隔最大，跨度長達將近四年；電玩與電影改編則相隔約兩年半時間；電影與電視改編相隔約一年半（表 1）。由於電視改編小說內容與電視改編劇集重疊度高，且同步推出，在屬性上更像是周邊商品；此外，在蒐集到的網路文本中，完全找不到任何心得評論，因此在後續分析中所指的改編小說，除非有特別說明或強調，都是指電玩推出之後不久即出版的《返校：惡夢再續》改編小說。

表 1：《返校》原著與改編作品的發行順序與時間跨度

	小說改編	電影改編	電視劇改編	電視小說
	2017/02	2019/09	2020/12	2020/12
電玩原著 2017/01	1 個月	32 個月	47 個月	47 個月
小說改編 2017/02		31 個月	46 個月	46 個月
電影 2019/09			15 個月	15 個月
電視劇 2020/12				0 個月

註：表格中的數字為兩部作品出版或發行的相隔時間跨度

由於跨媒介改編多重文本容許閱聽人從不同的進入點進入文本網絡空間，並且因為個人媒介使用偏好、先備知識背景差異，或是不同文本間的時間跨度結構性因素，而產生不同作品間的接收組合（inter-text configuration）。表 2 為各種不同文本對照組合的模式與篇數整理，本研究區分出三大組合類型，包括：（1）改編對照原著、（2）改編同時對照原著與其他改編，以及（3）改編作品相互對照。

整體而言，以電玩原著為對照定錨點來討論電影改編的文章篇數最多（35 篇）。以電視改編劇集為主要評論心得分享內容的文章篇數共 18 篇，其中以改編電影做為定錨點、並搭配電玩一起評論的篇數較多（11 篇），

另外 6 篇則單純以電影改編做為對照定錨點進行劇集解讀評論，只有 1 篇是單純以電玩原著為定錨點。改編小說的評論心得文章共有 8 篇，其中以電玩做為主要參照定錨點的篇數較多（5 篇），另外三篇雖然仍以電玩為主要定錨點，但同時也加入電影改編進行比對評論。電視小說則未找到任何評論或心得文，另外也未發現有心得評論內容是同時評論四部作品以上。綜上，本研究推測，電影隨著市場熱度退燒，後期電視改編劇集的市場反應已經漸趨平淡，而電視小說做為其周邊商品，比較無法像電玩初期發行的改編小說一樣，引發強烈閱讀動機與心得分享。

表 2：各種比較參照組合文章篇數表列

改編 vs. 原著	改編 vs. 改編／原著	改編 vs. 改編
電影 vs. 電玩 (35 篇)	n.a.	n.a.
電視 vs. 電玩 (1 篇)	電視 vs. 電影／電玩 (11 篇)	電視 vs. 電影 (6 篇)
小說 vs. 電玩 (5 篇)	小說 vs. 電玩／電影 (3 篇)	n.a.

註 1：由於蒐集資料中未有關於電視小說的心得文，表中所指的小說是電玩改編小說。

註 2：灰底代表為該篇文章的主要評論作品，方框表示為主要參照比較的定錨點。

表 2 所整理的內容呈現出三個值得注意的現象。首先，從表中第一行的篇數與互文對照定錨點來看，《返校》跨媒介多重改編文本網絡中的較先期改編作品，包括改編小說與改編電影，心得評論文章的主要參照定錨文本為電玩原著，但是後期推出的電視改編心得文則只有一篇是單純以電玩做為參照定錨。其次，在電影改編上映之後，逐漸取代電玩原著成為其他改編文本的主要對照定錨點。甚至到了後期電視劇集改編出現之後，主要文章內容都是與電影進行互文或互媒參照的論述。以改編電影做為定錨參照的心得文，雖然還是有不少篇幅會提及電玩原著，但多半是用來提示其原著地位的背景介紹。第三個值得注意的重點是，在所搜集分析的文章中，關於改編電影的觀影心得分析文章，全部都只有以電玩原著做為單一的參照定錨點，且篇數 35 篇最多。一來顯示電影改編的討論最為熱烈之外，似乎觀影者特別專注於電玩與電影改編的對比。以改編電視為主要評論作

品的心得文章則有 18 篇，居次。關於改編小說的心得文共 8 篇，最少。

雖然改編小說在電玩推出一個月之後即出版販售，也有不錯的銷售成績，但蒐集到的且較具參考分析價值的心得文只有 8 篇。本研究推測，在國內出版市場規模有限與缺少行銷經費的限制下，除了比較狂熱的遊戲玩家之外，不容易獲得一般玩家或非玩家讀者的注意力。此外，一般媒體消費行為多半偏好影音內容更勝於文字，如果作品品質又受到質疑的話，勢必更加限縮了改編小說的市場。本研究推測，行銷規模以及媒介屬性偏好在閱聽人消費選擇上扮演了非常重要的影響力，同時也反映在蒐集所得的網路心得文篇數上（如果也將比較簡短的心得文一併計算的話，比較電玩與電影的心得文則數與篇數更多）。

二、多重文本時間跨度對於參照組合與評價的影響

如文獻中所提，多重文本是一個持續擴充的開放空間，隨著新文本的加入，會產生意義產製再脈絡化的現象。本研究進一步檢視文本內容後發現，可能是因為小說改編與原著的設定差異太大，加上與原著的發行時間距離只相差一個月，玩家對於遊戲的體驗感受與記憶最為深刻，因此也對改編小說產生更強烈的期待。在這樣的前提下，如果未能符合玩家的預期，勢必造成更大程度的期待落差。心得文章內容幾乎是一面倒的強烈負面評論，字裡行間可以明顯感受到玩家的失望、甚至憤怒之情：

整本書的邏輯在我看來簡直就像被卡車輾了幾百次之後才被作者撿起來用……而且還竄改老魏在遊戲中的設定，簡直讓我想爬進書裡面掐死那個自稱是老魏的人。媽的！作者你真的有玩過遊戲嗎？（2017 年 3 月 9 日發表）（<https://www.ptt.cc/bbs/Sucknovels/M.1488989586.A.599.html>）

也有些小說讀者會同時將電玩與電影改編做為對照進行評論，但內容多半仍是以原著電玩遊戲為主要定錨點進行論述。內容中提及電影則是比較類似補充解釋與評比的功能，藉以凸顯小說改編失敗的程度，用字遣詞仍然是濃厚的憤怒與失落感：

這不是狗尾續貂，這部的爛是毀壞原作破壞原作精神和設定的糞……如同我之前說的，電影就像是導演玩完返校以後就著對遊戲的理解所做的心得報告，小說則是作者對遊戲的一知半解寫出的詭異同人續作。（2019年10月27日發表）（https://www.ptt.cc/bbs/C_Chat/M.1572106630.A.DE4.html）

改編電影做為《返校》IP的第二部改編作品，除了票房表現亮眼之外，上映後不久即獲得第56屆金馬獎12個獎項入圍以及獲得5個獎項的媒體宣傳效果加持，多數網路評論都給予不錯的評價，被認為是所有改編版本中最符合原著精神的代表作品，儼然是《返校》電玩IP的最佳改編範本。其受歡迎的程度也表現在網路心得分享文章的篇數上，雖然仍有一些評論認為電影改編有不少瑕疵，但多數是給予肯定的評價：

整體而言，【返校】還是成功地將電玩散射的結構，緊縮成一條清晰的電影劇情主軸，並不會因為要符合電玩迷的期待而自縛，在大刀闊斧的刪改下，不僅說出了屬於自己的故事，也保留了原汁原味。（2020年7月發表）（<https://geek-base.toy-people.com/?p=7325>）

因為玩過原作也知道劇情大綱，但對於劇情的節奏發展仍然相當入戲，個人覺得改編極佳，除了神還原許多重點遊戲場景，也將原作中較隱晦的部分也都一一明朗，並追加強調了部分劇情上的重點。（2019年9月23日發表）（www.ptt.cc/bbs/movie/M.1569171631.A.A8E.html）

大致而言，固然有些玩家對於改編電影的手法有所批評，多數遊戲玩家（特別是提供比較簡短的心得者）對於改編電影的肯定以及主要關注重點，在於電影相較於電玩的忠實呈現程度，以及這些場景所召喚出來的熟悉感與感官性愉悅。不少發文者也知道、甚至明確表示兩種媒體形式的體驗或接收，以及說故事的方式都有顯著差異，無法置放在同一套準則來比較。文中經常出現的相關詞彙包括「還原場景」、「致敬」、「經典場景」、「忠實呈現」、「原汁原味」、「符合原著」等，即便未直接使用這些述詞，行文中仍可以或隱或明地感受到「忠於原著」（fidelity）這個準則，不

論是肯定或是批評的論述，是改編作品的評析與體驗上非常關鍵的尺標。此外，本研究認為改編電影受到金馬獎的肯定，對於許多玩家觀眾的賞析評鑑也具有指引或暗示效果，這部分稍後會進行更深入的討論。

但必須提醒的是，一部商業改編作品的媒介轉置策略考量包含了導演個人的詮釋與轉置策略之外，更大的考量恐怕還在於如何同時滿足不同媒體市場與閱聽人期待，在跨媒介多重改編的商業機制下，甚至還必須強調與其他改編作品的市場區隔。對於深度遊戲玩家而言，以媒介轉置為觀影的動機與期待勢必較高，但也必然會希望透過不同的媒介再現方式來重溫記憶中的故事情節並發現新穎與驚奇元素；反之，對於電玩原著熟悉度有限的電影觀眾，固然仍舊會透過一些特殊的「經典場景」來滿足觀影愉悅需求，但對於電影本身如何演繹主題，如何在電玩遊戲的原著地位之上超越或凸顯其主體性，可能是更重要的觀影經驗。就電視改編而言，除了必須考量到劇情與場景設定是否能相當程度還原或至少不過度脫離原著世界觀之外，還必須在劇情上有別於（或許更具壓力）的電影改編。換言之，在多重改編文本的接收歷程中，互文與互媒參照無法明確切割，而是論述篇幅與聚焦範圍的程度差別。正如先前 Michelle（2007, 2009）所示，閱聽人的接收模式是在四種不同的模式間遊走。

公視推出的電視劇集是《返校》IP 的第三部改編作品。如先前表 2 資料所示，改編電影上映之後，便逐漸取代了電玩原著成為閱聽人互文與互媒參照的新定錨點，其中又以電視劇集心得評論的文章篇數最多，分析論述心得的核心主軸多半聚焦於電視劇集故事情節、主題闡釋以及女主角演繹方式與電影改編的差異。電玩原著反而成了次要對照文本，甚至有些文章只有單純比較電視與電影兩部改編作品，完全忽略原著。例如，一篇批評力道十足的文章作者以「愛情文藝大悲劇」的雙關語來諷刺電視劇改編，除了文章一開頭稍微簡單提及遊戲改編的背景之後，後續主要篇幅內容未再提及電玩遊戲，而是完全以改編電影做為定錨來批判電視劇集改編的問題點：

劇集版《返校》除了大結局勉強與電影版相同外，其餘時間都沒有關

係，而劇集版野心更大，企圖以兩個時空來創個「返校 Universe」，結果有心無力，變成了超級愛情文藝大悲劇……電影版《返校》將恐怖、科幻、懸疑共冶一爐，節奏明快也娛樂性十足，到了末段哪管你有沒有「對號入座」，也一定會為之感動。將這麼一個白色恐怖故事，延伸到另一個年代，變成了另一回事屬意料中事，偏偏又要拉扯原作過去的時空，就顯得進退維谷。（2020年12月28日發表）（<https://travelerwithmovie.com/2020/12/28/%E8%BF%94%E6%A0%A1>）

圖 1：《返校》跨媒介多重改編文本接收歷程示意圖

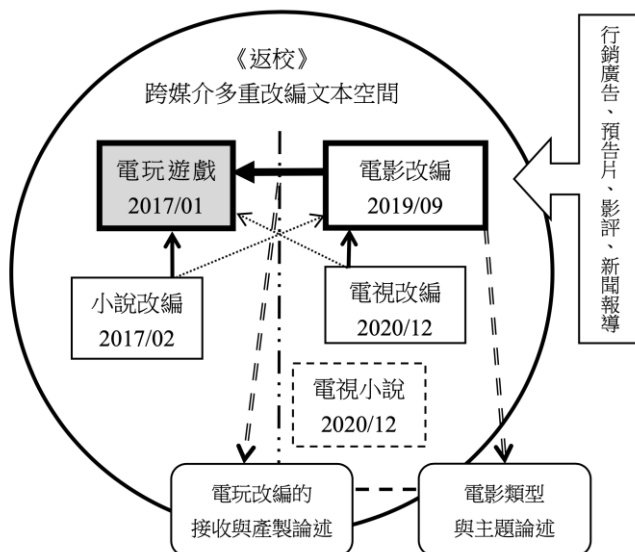


圖 1 為分析結果的示意圖。Hutcheon (2006) 指出，改編閱聽人接收是一種互文參照的體驗過程，知情閱聽人無可避免地會在改編文本與原始文本的記憶之間來回擺盪，以原著文本的資訊來進行改編文本的補白。這樣的觀察是建立在原著與改編的一對一文本對照基礎上，但本研究發現在跨媒介多重改編文本的網絡中，會因為文本網絡的擴充而產生定錨點轉移現象，從「原著—改編」的指涉參照模式轉變成為「改編—改編」的對比模式。此外，綜合小說改編以及電影改編的心得文筆調來評估，距離原著的時間跨度與玩家對於改編作品的期待與檢視標準具有一定程度的擴大效

果，會擴大期待落差（改編小說的例子），但也會強化閱聽眾的愉悅感（改編電影的例子）。

電玩遊戲原著的體驗在初期改編文本（包括小說、電影）的解讀、詮釋與評價上，具有非常顯著的互文與互媒參照定錨功能。圖中電影與小說的實線箭頭均指向電玩原著。但是當改編電影被行銷宣傳以及觀眾賦予了類似改編範本地位之後（因此在《返校》這個多重改編案例上，特別將行銷副文本置放於右邊），逐漸成為後續改編作品的主要參照對比定錨文本，原始電玩文本反而成為次要。例如電視改編的互文與互媒指涉主要為電影改編，與電玩遊戲的指涉關係變得次要且薄弱（因此改以虛線箭頭呈現）。雖然改編小說的主要互文定錨點仍為電玩，但改編電影出現後也有些讀者會同時提及電影改編（虛線箭頭）做為兩種改編版本的對比。換言之，整個《返校》IP 所構成的多重改編文本網絡中，閱聽人的互文組合模式具有電玩原著與改編電影兩個主要定錨點，在對照模式上前期主要為「原著—改編」定錨參照模式；中期明顯出現過渡轉換現象，有電玩體驗的玩家仍舊以原著為主要定錨點，但以改編電影為進入點的觀眾，則可能偏向以它為其他文本參照定錨；後期（特別是電視劇改編）則轉換為單純「改編—改編」版本比較模式。

根據上述文本分析結果，本研究提出三項觀察所得。首先，原著電玩遊戲因為其市場反應良好，加上行銷宣傳推廣，因此在其多重改編文本初期的接收過程中具有 IP 品牌的地位，但是畢竟電玩的參與門檻較高，市場範圍有其先天侷限性，因此電玩做為原著地位所乘載的情感上與認知上的體驗感受，僅限於遊戲玩家，對其他非玩家而言，頂多只是「名義上」的原著。但是當某一改編作品透過強勢媒體（即電影改編）優勢跨越了電玩市場門檻，獲得相當程度的普及性，而且被權威機制（即金馬獎）賦予改編範本地位時，其顯著的光環效應，特別是對沒有電玩經驗的觀眾，會開始取代原始文本的「原著性」，成為後續改編作品的主要參照對象，或至少開始與原著具有程度相當的定錨效應。第二，如果改編作品發行時間距離原著間隔較遠時，由於新近性在認知與記憶提取上具有比較顯著的影響力（Wang, 2021），間隔比較接近的改編作品自然更可能會成為新的比較

基準（見表 1）。第三，除了相隔時間的因素之外，當兩種改編的媒介形式較為接近或相似時，例如電影與電視同為影音方式呈現，會因為媒介符碼體系的可比較性較高，導致多重文本擴展後期，「改編—改編」的對比模式更容易發生。

圖 1 另外也示意了閱聽人跨越了《返校》多重文本的邊界跨越現象，主要包含「電玩改編的接收與產製論述」與「電影類型與主題論述」兩大文本跨越策略區塊。前者的雙虛線起始於電影改編自電玩遊戲的粗體箭頭實線，意旨主要的論述核心著重在改編作品的媒介轉譯與閱聽人的接收評析；後者則更聚焦於電影的類型與主題的論述，並且其雙虛線主要是起始於電影本身。由於這些論述內容並不只侷限於《返校》，更涉及了其他「外文本」，因此將兩個方格置放於邊界做為示意。此外，為表示這兩種文本邊界相當程度也受到行銷副文本的暗示或框架影響，因此位置也比較偏向右側，但以改編為主的論述仍舊置放在中間，以代表「改編」（特別是電玩改編）與媒介轉置仍是論述重心。反之，以電影類型與主題的跨邊界論述，定錨主軸已經移往改編電影本身，論述內容雖然仍舊涉及電玩遊戲，但相對而言篇幅較小，因此在圖中的位置比較右邊，且兩個方格間以虛線連結。關於行銷副文本與文本邊界跨越策略的分析，請見後續論述。

三、行銷宣傳副文本的解讀詮釋引導效應

行銷宣傳對於影視商品市場表現扮演非常關鍵角色已經是業界不爭的事實（Gray, 2010; Hills, 2019）。根據網路文章內容分析整理的結果，閱聽眾發表的文章內容，特別是電影改編以及電視改編的互文或互媒參照模式與論述主題，相當程度對應了行銷宣傳內容，甚至有些文章內容也會提及電影獲獎或是引用行銷文案。換言之，行銷宣傳策略除了具有創造票房及收視率的重要影響力之外，行銷宣傳或是相關媒體報導同時也具有顯著的副文本性效應，在閱聽人接收歷程中產生一定程度的引導與框架效應。

改編小說與電玩遊戲正式發行時間幾近同步（見表 1），因此本身受惠於電玩知名度光環的輔助，即便沒有太多額外的行銷資源投入，仍具有一定的市場銷售成績，但這也意味著比較不容易跳脫改編作品的附屬性地位、

甚至只是周邊商品的屬性。本研究推測，小說讀者應該絕大多數都是遊戲玩家，因此會期待從小說改編中以不同的媒體形式再次體驗原著的愉悅感。這本小說的行銷方式除了書籍封面介紹外（屬於 Genette 所提及的內屬副文本），也包括一支宣傳短片（屬於 Genette 所提及的外屬副文本），主要的宣傳主軸設定為電玩遊戲的後續故事延伸。觀諸小說發行與文宣策略，不論是從改編小說本身的敘事主軸（電玩故事延伸）、目標受眾的設定（涉入較高或甚至是遊戲迷的玩家），或是與原著的連結（強調遊戲畫面還原對照的 VR 設計）來看，都是建立在必須搭配原著先備知識才得以進行閱讀的次級、衍伸文本的市場定位基礎上。某種程度而言，副文本的引導功能全然是強化玩家體驗愉悅的訴求取向，因此文本參與動機、接收歷程，以及與預期愉悅感的滿足，必然與玩家個人的遊戲體驗有著非常直接緊密的連結。職是，改編小說必須面對玩家在情感連結最深、記憶度最清晰的狀態下，產生更為強烈的滿足需求、更高的期待，以及更嚴格的檢視標準。

相反地，改編電影必須在玩家與非玩家觀眾之間取得平衡，因此在行銷的策略上採取了順應不同目標受眾的主軸訴求。⁵本研究發現，網路上所蒐集的觀影心得與評論文章，除了發表篇數為所有改編文本組合模式中最多之外，文章所呈現的議題、觀點與論述題材也最豐富多元，改編作品做為範本的地位以及被討論與受到關注的程度可見一斑。根據行銷資料的文本分析，大致可以區分成三大主軸：⁶主軸一、除了強調電影是改編自國產電玩遊戲的身分以及電玩遊戲改編成電影的高難度之外，對於導演徐漢強的電玩遊戲相關背景與改編敘事策略介紹也有不少著墨。主軸二、透過預告影片釋出以及邀請電玩直播主討論電影畫面中的彩蛋，尤其是場景還原、忠實呈現的重點畫面呈現，藉由感官元素來強化原著遊戲的品牌效應，提

⁵ 2020 年第 22 屆台北電影節會外賽「台北電影行銷獎」即由《返校》獲得。電影《返校》的前期策劃、上映前的行銷宣傳和策略指定，以及後續的宣傳執行，皆由牽猴子整合行銷與華納兄弟負責。

⁶ 行銷宣傳效應主要參考內容包括預告片與預告彩蛋分析之外，另外也包括以下文章：「數據助攻！揭開《返校》破億票房的行銷秘訣」（https://www.bnext.com.tw/article/56064/nmea_topic_03?）；「金馬 56」是忘記，還是害怕想起？導演徐漢強創造寓言，看見歷史的殘酷」（<https://www.businesstoday.com.tw/article/category/154769/post/201909180008/>）；以及「返校：好內容散發渲染力打破國片刻板印象」（http://adaround.blogspot.com/2020/03/blog-post_29.html）。

升玩家觀影動機。這兩大主軸明顯是以遊戲玩家為目標受眾，不但強化了電影是電玩遊戲的「正統」、「原汁原味」改編作品地位之外，也凸顯了媒介轉譯技術難度做為這部電影的關注重點之一，如此操作結果也相當程度反映在玩家所發表的觀影心得文章中，有相當篇數與篇幅比例是以改編電影與電玩的敘事比較以及媒介轉譯技巧評論為主。

另一方面，由於電玩的歷史背景設定被認為是引發台灣觀影者共鳴的重要元素，因此行銷的第三個主軸設定目標受眾為較廣泛的電影愛好者，電影正式上映前便著重白色恐怖時代背景資料的持續補充釋放，以及維持電影預告片中那句被不斷口耳相傳的經典名句「你是忘記了，還是害怕想起來」⁷的引述熱度。操作的結果不僅成功創造了「廣告金句」，也讓白色恐怖（政治自由）的主題成為觀影者進行文本解讀與互文對照的重要引導框架。恐怖或是驚悚片的文類廣告反而不是宣傳的重點。一篇取自 PTT 論壇上標題為《返校，元素大於敘事的電影》的文章，撰文者以不同媒介的敘事技巧差異做為觀影心得評論的重心：

電玩中的玩家可以和每間教室互動，手上得到的每樣線索都會成為自身腦內補完的材料。但電影的話，需要一個故事，以及一個讓觀眾「享受」的說故事手段。從這點來說，〈返校〉在電影的節奏上掌握的並不細膩。電影故事有很多地方很粗糙，為了快速讓沒有玩過電玩的人理解那些電玩過程中的腦補，所以很直接地用人物對白來帶過。但這樣的作法在電影上會產生強烈的突兀感，反而破壞了精心營造的畫面氣氛。（2019年9月22日發表）（<https://www.ptt.cc/bbs/movie/M.1569084266.A.FE6.html>）

除了敘事元素以及故事情節差異的互文參照之外，針對電玩與電影之間的媒介轉譯手法的互媒對比也有相當多的篇數。雖然不少玩家的貼文只是單純表達改編電影的熟悉感所帶來的個人愉悅或差異比較，例如：「總結這部作品，個人覺得推薦，更推薦沒玩過遊戲的人可以去補玩。在電影內對遊戲的場景等致敬算是非常有誠意的，電影加上遊戲可以說是相輔相

⁷ 電視劇集改編小說除了封面頁使用了電視劇兩位女主角的對稱照片之外，文案也以相似的語法結構來進行連結：「你是忘記了，還是害怕再一次想起來？」

成」(2019 年 9 月 29 日發表) (<https://www.ptt.cc/bbs/movie/M.1569690019.A.CFE.html>)。但也有不少遊戲玩家是採取一定程度的闡述高度與批判距離，針對《返校》的媒介轉置表現提出評論，雖然觀點與評價不一，例如：「遊戲中的一些關卡元素也想要放回去，包括鬼差、骰子等等，造成電影裡面有些鋪陳其實沒有扣緊主線，或是有些情節放進去會顯得比較突兀或說教」(2019 年 10 月 23 日發表) (<https://entpinfj.pixnet.net/blog/post/310593152>)。

也許是因為要了解電影的主題不一定要有電玩遊戲的體驗(這同時也反映了行銷宣傳第三主軸「白色恐怖時代背景」是以普遍觀影者為主要目標受眾的決策)，也或許電玩畢竟是以解謎過關的可玩性(playability)為主，故事性為輔，多數有電玩經驗的觀影者所發表的心得文比較著重於媒介轉換的差異，對於電影主題的比較闡述，篇幅佔比相對較小。但從這位玩家的評論來看，電影行銷的經典名句依然在其觀影歷程中具有非常強烈的印記效果，改編電影反而成為這位玩家回頭省思遊戲過程中容易被忽略的主題：

其實直接可以看出電影的企圖心是想要強調戒嚴時的白色恐怖一事，主題非常非常精確明顯，片尾直接讓大家直接聚焦在「自由」的可貴。而遊戲當中只出現過一次的「你是忘記，還是害怕想起來？」也直接變成指涉歷史事件的焦點，電遊戲中許多刻意模糊的暗示隱喻，都在電影中直接說明。重新回想一次，電影主題就在：時代和歷史，或直接說就是想以白色恐怖做為主題、戒嚴時代做為背景的故事，情節相同，但要說的主題卻相當不同！(2019 年 10 月 23 日發表) (<https://entpinfj.pixnet.net/blog/post/310593152>)

針對電視改編劇集的行銷主軸，一方面由於播出時間與遊戲原著間隔將近四年之久(見表 1)，中間又有改編電影版本「正統範本」的壓力，因此在劇本改編策略以及宣傳策略上特別強調是世界觀的延伸(從 1960 年代的翠華中學轉到 1990 年代的翠華中學，故事延伸成八集)，而非電玩原著故事重複改編。電視預告片雖然還是引用了「你是忘記了，還是害怕想起

來」金句，但也在其他文宣品中另外加入「你是回來了，還是不曾離開過」的文案，相互對應的引導目的明顯可見。雖然在宣傳上仍然以「改編」作品的定位與電玩進行連結，但預告片內容更多呈現的橋段是兩位女主角（劉芸香、方芮欣）的並置畫面，而不是著重遊戲場景或是氛圍的還原再現。相關行銷文宣或媒體報導中更幾乎未提及「電玩改編成電視劇」的媒介轉譯技術問題，只有導演提到要將故事延伸至八集的篇幅，需要加入很多新的內容。

綜合而言，電影改編的行銷策略強調的是「原著—改編」的互文與互媒參照模式，電視改編的整體行銷策略是以跨媒介敘事延伸做為核心主軸，暗示觀眾以兩個年代背景、兩位女主角的交叉對照方式來解讀詮釋。加上電影與電視的媒介屬性較為接近，播映時間間隔跨度也比較接近（15個月），形式上也更容易引導閱聽眾進行「改編—改編」（即，電影—電視）的改編版本比較模式，特別是在劇情差異以及角色設定的比較上有不少的著墨。只有少數文章內容是採取「原著—故事宇宙擴充」的參照方式來進行論述。例如這篇文章的作者，即便《返校》的原著遊戲與各種改編版本都有參與，但在評論電視劇集時，還是偏好與電影進行比較，並且著重在情節與人物：

本人玩過遊戲，看過電影，看過爛到不行的小說。如果真要排名，在返校的故事詮釋上，我覺得電影和電視劇各有春秋。雖然很多人對於電影的改編不滿，但至少電影有好好地把原本返校的劇情忠實呈現。電視劇則是在改編上增加新意讓新角色彌補了方芮欣的缺憾。（2020年12月28日發表）（<https://www.ptt.cc/bbs/TaiwanDrama/M.1609119750.A.81C.html>）

四、多重改編文本網絡的邊界跨越

根據文本分析結果，多數評論發表文章內容是將視角置放於改編的作品層次，透過個別改編作品的互文或互媒指涉來抒發個人心得與評價，闡述的內容多數維持在《返校》這個 IP 所建構的文本空間內，亦即電玩原著以及小說、電影、電視三個改編作品之間的各種交互參照組合。但有些撰文者會跳脫作品層次，將視角擴大到其他層面，進而跨越《返校》的多重改編文本網絡邊界，指涉至其他「外文本」（off-texts）。跨越邊界所倚賴

的論述策略大致可以區分出兩大相互連結但各有其偏重的軸線：（1）以媒介特殊屬性（medium specificity）為論述主軸，聚焦於電玩改編成電影進行的互媒論述（intermedial discourse），以及（2）強調故事主題演繹與敘事技巧的互文論述（intertextual discourse）。只有非常少數幾篇則是將兩大軸線結合，透過其他外文本的交互引述，提供讀者非常有參考價值的資訊與觀點，而不單單只是個人意見抒發的論述內容。

例如一位玩家發表的文章，字裡行間顯示該作者不僅了解電玩改編的接收模式有別於其他類型的改編作品，同時也是一種市場產品 / 產製形式，甚至文中提到好幾部電玩改編電影作品（例如：《魔獸世界》、《名偵探皮卡丘》）來進一步擴大談論「電玩改編」市場的難度，但行文中仍無法完全不涉及故事的再現與接收之討論：

其實這也是過去以來電玩改編類型題材的電影一直難以跨越的鴻溝。因為「過去的」電玩並非如小說或漫畫一樣能快速的普及大眾化，再加上有些昂貴硬體的條件，要加入電玩的世界本身就有些門檻。電玩並非像兩三百塊一場電影能馬上得到即時的娛樂，有時你還需要花更多的時間浸淫投入，而且電玩本身若存在了一定的難度，若克服不了挑戰的挫折，就很難進行完整個故事流程，但電影與小說並沒有存在這種互動性上的門檻。（2020 年 7 月發表）（<https://geek-base.toy-people.com/?p=7325>）

除了前述以媒介特殊性做為跨越策略之外，將評論焦點集中在敘事手法進而延伸至其他作品，也可以視為是以媒介屬性為基礎進行改編電影論述的另一種策略形式。例如一位作者甚至扮演起導演 / 編劇的角色，針對《返校》「懸疑劇雙線結構」該如何改編提出鉅細靡遺的修改方式，並且引述許多電影作品來佐證自己的改編建議，其中除了《沉默之丘》之外，其餘所指涉的文本均非電玩改編電影作品，甚至是原創電影，但共同屬性都是雙線或多線結構的懸疑劇情：

其實，這個劇本明明就有很好的解套方式。第一種解套……類似的例子就像《1408》、《沉默之丘》，也就是極傳統的雙線套路。第二種解套……

類似的前作，《潘金蓮的前世今生》、《見鬼》都已算經典。如果，真的不想走這些套路，要把雙線比重都放極重、互相制衡，不是不行，但導演功力要很高，朴贊郁的《下女的誘惑》是我看過極少見的成功例子。（2019年9月23日發表）（pttweb.cc/bbs/movie/M.1569217283.A.FB2）

上述兩篇文章的論述主題，不論是從電玩 / 電影媒介屬性與接收模式的差異性比較，或是以兩種媒介的敘事內容轉置技巧手法為核心論述，都是著重在媒介性的「轉換」（transposition）或是「中間性」（interness）面向（圖 1 中左邊的雙虛線箭頭以開始自中間隔離虛線為示意），根據文章內容可以感覺到作者本身對於電玩媒介的特質以及跨媒介轉換具有一定程度的先備知識與論述能力。此外，這部分的論述也相當程度反映了 Elleström（2017）認為跨媒介改編研究可以架構在互媒性研究之下的觀點。但筆者在此仍必須強調，跨媒介改編固然涉及了媒介屬性的轉譯，但也無法完全獨立於敘事結構的調整、甚至是擴充（例如電視改編），因此有些研究學者仍然偏好持續以「互文性」來統稱（Cutchins & Meeks, 2018; Dicecco, 2017; Hutcheon, 2006）。

除了透過改編的互媒論述策略來進行《返校》文本跨越延伸之外，以文類（genre）、或主題（theme）做為主要邊界跨越軸線，則是另一種常見的論述策略。此外，這類文章所指涉的外文本更多是與電玩遊戲、甚至是改編電影無關的電影作品，只有極少數兩三篇文章的論述內容尚且與改編維持緊密的連結，其他的文章不僅跨越了《返校》IP 的邊界，甚至也跨越了「改編」的框架。與其說是跨越，或許忽略或脫離的說法更為適切，這類型的論述模式主要是以「返校這不改編電影」、而非「返校這部改編電影」為出發點（圖 1 中的右邊的雙虛線始自電影，而且與多重文本空間的銜接面較小），相較於前面提及的媒介論述策略，對於《返校》電玩原著的先備知識程度可能相當有限。以下所引述的兩篇內容，即便後者提及遊戲，但重點仍明顯置放於政治主題與文類（提醒：不是驚悚或恐怖片文類）：

與之相較，悲情城市和超級大國民在角色的描寫上，遠比返校表現的好多了。透過返校了解白色恐怖歷史，實在是非常危險的，因為他本身是

在講一個可憐的愛情故事，還有不及格的歷史。返校是激情的爽片，卻是非常缺乏思想震盪的與討論空間的歷史片，你不會透過這部片了解戒嚴時代的背景，更不會了解被害者在想甚麼，還有加害者又在想些甚麼，他們沒有甚麼理想與夢想。(2019 年 10 月 6 日發表)(<https://pttweb.tw/s/3WWwG>)

其實談獨裁背景的作品不少，如《天馬茶房》和《燦爛時光》演出二二八事件中受難的平民們，萬仁導演的《超級大國民》直接批判了列載許多死刑條文的「懲治叛亂條例」，而相對來說受觀眾熟知的侯孝賢《悲情城市》和楊德昌《牯嶺街少年殺人事件》也把當年籠罩全台灣的壓迫氛圍融入片中，類似返校的遊戲還有《雨港基隆》以及《她和他和她的澎湖灣》……。(2019 年 9 月 4 日發表)(<https://game.udn.com/game/story/12982/4027578>)

如先前文獻所提，主文本性的基礎結構來自於各種次類型文本性與媒介屬性的共同支撐，其中又以副文本性對於接收歷程最具影響 (Brookey & Gray, 2017; Gray, 2010)，成為閱聽人消費與否以及如何詮釋解讀核心文本的關鍵「門檻」：哪些可能的解讀詮釋透過門檻被排除在外，哪些則被允許入內、甚至被強化凸顯 (Genette, 1997；轉引自 Hills, 2019)。職是，即使現代的改編研究學者認為改編本身具有作品獨立性，但在實際商業操作，閱聽消費者透過各種商業行銷策略的副文本提示與連結，也很難跳脫副文本各種訊息的提示誘導。而這樣的引導或框架除了發生於閱聽眾的接收與詮釋歷程之外，也可能成為誘發閱聽人跨越文本邊界的策略基礎。換言之，在《返校》的案例中，即使是不具備直接電玩經驗的「不知情閱聽人」恐怕也無法如 Hutcheon (2006) 所言，將其視為原創文本進行詮釋解讀；其互文或互媒參照過程，仍然必須置放於行銷副文本的脈絡中進行檢視。

伍、研究結果討論與研究建議

本研究以《返校》做為個案，探討閱聽人在跨媒介多重改編文本空間持續擴充過程中，接收模式的組合樣態以及影響閱聽人的互文或互媒參照

指涉的可能因素。綜合網路文本分析結果，本研究認為在當代媒體與流行文化的商業產製邏輯下，跨媒介多重改編文本的商品策略可能會越來越常見（或稱之為 IP 經濟），行銷宣傳也會扮演越來越重要的角色。以下提供幾點關於跨媒介多重改編文本的研究省思與未來研究閱聽人分析的建議。

一、副文本性與多重改編文本接收歷程

以往有關改編文本分析或是閱聽人接收分析的研究，多數是採取「原著—改編」的分析模式，固然累積了許多成果，也為後續研究提供非常豐富的理論參考基礎。但揆諸本文一開始引述 Constandinides (2010) 所提出的「後賽璐珞改編」時代的多重文本協作策略，這樣的分析模式實有必要進行適度調整與擴充。Hutcheon 與 O'Flynn (2016) 在其著作的前言中特別以生物演化的類比方式呼籲，改編研究有必要在理論與方法上進行自我調整，跳脫單一原創的思維，才足以適應當代跨媒介文化改編的生態 (p. XXXVI)。⁸

Hills (2019) 引述 Genette 的副文本概念並加以擴大應用至跨媒介敘事文本，認為潛在閱聽眾的文本接收歷程會受到各種副文本元素的影響，包括資訊性、敘事性、文化性的內容提示與召喚（或排除）。此外，副文本性的存在也意味著多重改編文本的參與接收愉悅，即便在缺乏原著文本的先備知識情況下，也能夠引導或暗示潛在閱聽人產生一定程度的互文或互媒期待以及參與動機。具體而言，藉由資訊性副文本，例如各類預告、宣傳文宣、訪談、新聞報導、提名與獲獎訊息，不斷提示電影或其他作品的改編身分、故事線梗概，或是導演的改編策略，即便缺乏原著的具體先備知識，一般閱聽眾仍然在觀影之前已經具備了一定程度的「印象式預期」（impressionistic expectations）。Hills (2019) 更是直接為副文本性在跨媒介研究上的重要性做出定論：

……跨媒介副文本（transmedia paratexts）已經成為名符其實的文化—政治拉扯的場域……這意味著文本意義的拉扯已經擴展至副文本性。揆諸

⁸ 作者透過 adaptation 這個英文字有「適應環境」以及「改編」的雙重意義，在書中多次將「文化適應/改編」（cultural adaptation）類比為「生物適應」（biological adaptation）。

各類副文本所扮演的資訊性、商業性、敘事性、文化性角色——藉此鎖定次文化迷群閱聽目標受眾，並且實踐其文化價值——我們有必要將閱聽眾主動尋求的跨媒介副文本視為正式材料來研究分析（p. 295）。

換言之，在跨媒介敘事的商業策略脈絡上，閱聽人的互文與互媒參照、意義產製與詮釋其實相當程度是可以被操弄的。文本記憶也好、先備知識也好、文化資本也好，更多情況下是藉由行銷副文本的刻意召喚與聚焦之後才得以實踐，而且，原著先備知識程度越低，或是距離原著經驗的時間間隔越遠，副文本影響程度可能更大。此外，副文本性的機制除了凸顯、引導之外，其抑制、甚至是扭曲的效果也不容忽視。以跨媒介改編的互媒性論述而言，即便《返校》的多重改編文本也涉及小說改編、電視改編等不同媒介，但網路文章所發表的內容，評論的焦點多數是聚焦於電影改編的轉置技巧，卻幾乎找不到關於電玩改編成小說或電視劇的媒介轉譯討論，甚至在缺乏行銷的推廣下，關於電視改編小說的文章幾乎付之闕如。在互文性的層面上，其他不以「以白色恐怖為背景的《返校》電玩改編電影」為論述主軸的心得文章，也幾乎不曾出現，例如關於恐怖懸疑類型的文本討論也非常少。

二、「先備知識」與「知情閱聽人」概念的重構

根據 Hutcheon（2006）的定義，改編知情閱聽人指的是對於原著具有一定熟悉程度的了解，因此才會對改編作品產生預期與要求，並且藉由熟悉感與新穎性的混合獲得愉悅感。另一方面，Jenkins（2006）認為跨媒介敘事是當代參與文化中一種新的敘事類型，其愉悅感來自不同敘事文本所產生的「增加理解度」；Leitch（2008）認為「改編」或許可以作為一種「文類」來看待；有些研究者則是將多重改編文本或敘事發散的現象與品牌延伸的概念進行結合（Arvidsson, 2006; Grainge, 2008; Scolari, 2009）。

值得更進一步討論的是，原著《返校》電玩本身的體感式或體動式特質有別於其他小說、漫畫、動畫等類型的被動式文本接收方式。即便電玩遊戲在畫面音效剪輯等呈現語彙或符碼體系上向其他媒介（特別是電影或

動漫)借鏡頗深,但敘事性電玩的故事情節推動必須透過玩家不斷重複進行的體感式(當然也包括詮釋性)參與互動之後才得以實踐,與傳統敘事媒體諸如電影、小說、電視劇的詮釋性參與模式大異其趣。前者透過遊戲所獲得的愉悅體驗,其程度勢必遠大於單純觀看電玩遊戲直播或改編作品所能提供的敘事愉悅,甚至可以說是無法完全取代的,因為電玩遊戲最為核心的體感式愉悅難以透過其他線性媒介轉置而得(Carr, Buckingham, Burn, & Schott, 2006; King & Krzywinska, 2002)。換言之,電玩遊戲做為原著的改編作品接收過程中,其所具備的「先備知識」可能與其他線性媒介的改編作品,例如小說改編成電影、漫畫改編成電影,有著本質上的極大差別。但必須強調的是,電玩遊戲已經是當代媒介娛樂產業中非常重要的一環,不論是媒體內容產製者、行銷者或是單純消費者,對於電玩遊戲的認知與熟稔程度與上一世代著實有著非常大的差異。這意味著當代的電玩改編者(導演或編劇)也比較知道如何將體動式愉悅進行跨媒介轉置(Ball, 2020, February 27)。這或許可以適度解釋《返校》改編電影的導演本身也是重度遊戲玩家的特質,有助於他如何掌握電玩遊戲體驗感的轉譯或挪用,而玩家觀眾也在觀影過程中明確了解兩種不同媒體的差異為何,以及其跨媒轉譯的「先備知識」。

嚴格來說,《返校》多重文本是一個改編、跨媒介敘事以及品牌概念的文化商品組合體,雖然 Hutcheon (2006) 也提醒,先備知識並非簡單的有或無,而是一種「文化記憶」,卻沒有提出更具體的定義。有鑑於此,本研究試圖將研究結果發現與 Genette 所建構的跨文本性理論系統進行整合並效法之,大膽提出界定先備知識與知情閱聽人的四個範疇,希望能夠以更系統的方式補充 Hutcheon 所提的概念:(1)以原著先備知識為參照指涉定錨點的原始文本範疇(source-textual domain)、(2)不涉及特定文本,著重於相關改編形式、文類、主題等元素的類目範疇(categorical domain)、(3)行銷宣傳內容、甚至影評心得等使用者生產內容(UGC)的副文本範疇(paratextual domain),以及(4)在跨媒介多重文本接收歷程中逐步累積組合,關於互文與互媒參照指涉而形成的知識經驗範疇(additive-comprehensive domain)。這四個不同範疇所需先備知識以及涉

及不同的互文與互媒機制，都有其各自不同的源頭以及閱聽人程度差異，在參與接收的歷程中也會產生交互影響，形成個人的預期視界、解讀與詮釋策略。在 IP 經濟思維的推波助瀾下，多重文本的組合型態將可能越來越普遍，期待本研究所提出的範疇架構可以做為未來多重文本接收相關研究的理論參考。

三、多重改編文本閱聽分析研究限制與建議

雖然跨媒介改編或跨媒介敘事的形式並非數位匯流時代的特殊產物，甚至有學者認為可以回溯到古典希臘時期 (Ryan, 2013)，但不可否認地，一源多用、產業協作、跨界跨域的多重文本產製做為一種產業經濟策略，是千禧年之後愈發顯著的現象，從創作者的招募獵才、中介經紀與內容授權方式、各類書展、影展、頒獎典禮與公關宣傳活動的整合、跨媒介閱聽人的培養導流策略，均已緊密結合 (Murray, 2012)，各類型副文本的交互作用也在閱聽人接收參與模式上扮演越來越重要的角色 (Gray, 2010; Hills, 2019)。

本研究所討論的《返校》「多重文本」除了有定義上較接近改編的電影改編作品，也有比較接近故事宇宙延伸的小說與電視作品，更有接近周邊商品定位的電視小說。惟，多重文本、甚或是「故事宇宙」做為當代敘事型態表徵之一的文化與意義產製場域，其界線該如何界定？電玩直播主的遊戲過程播出、電玩遊戲的電影剪輯版（非電玩改編）與諸多彩蛋分析等素人產製內容，甚至其他越來越多尚未被提及的素人創作形式、諧擬嘲諷改編作品，是否也是多重文本的一環？抑或是更接近副文本元素？或許也是未來研究需要思考釐清的議題 (Brookey & Gray, 2017)。

本研究主要是根據發表於網路上的文章來進行閱聽人接收分析，雖然可以克服多重文本時間跨度較大的問題，避免受訪者經過一段時間後必須依賴逐漸模糊的記憶來回答，或甚至是雜揉了其他原本不相關的文本記憶而產生的詮釋差異。但另一方面，網路文章撰寫者的各種相關背景與接收脈絡無法直接透過面訪方式獲得，在閱聽人接收分析上無疑也是一項分析效度的重大挑戰。換句話說，時間跨度較大的多重文本其逐步擴充的「時

間性」特質，在閱聽人接收分析的資料獲取方法與研究者如何評斷閱聽人所提供的詮釋與理解內容，似乎有著難以兩全其美的衝突性。此外，在網路上發表文章的語境脈絡與焦點訪談的語境脈絡，對於閱聽人的心得評論也可能會產生不同的交互作用，進而影響研究分析結果。面對越來越難以忽略的跨媒介多重文本產製策略與文化，究竟如何才得以降低不同研究方法所造成的閱聽人接收分析困境，或許值得各界先賢集思廣益。

另外，本研究以篇幅較大、較具有分析價值的網路文本為主，在資料選擇或是研究對象的選取上也已經排除了大多數未上網發表心得觀點、但仍然有其個人特殊詮釋理解歷程的一般閱聽人。本研究認為，除了研究方法的考量之外，未來關於跨媒介多重文本參與歷程的研究，實有必要至少區分出至少兩種類型的閱聽人：一般的消費型閱聽人（consumer audience）與較為主動積極的迷群閱聽人（fan audience），甚至是積極且具備深厚論述能力的技術閱聽人（savvy audience），畢竟這三者在接受行為、先備知識程度、接收動機、預期視界，以及心得表述能力與動機上，可能有程度頗大的差距。

參考文獻

- 石安伶、李政忠（2014）。〈雙重消費、多重愉悅：小說改編電影之互文 / 互媒愉悅經驗〉，《新聞學研究》，118：1-53。
- 財團法人國家電影中心（2019 年 12 月 23 日）。〈全國電影票房 2019 年 12/09-12/15 統計資訊〉，《中華民國電影票房資訊系統》。取自 <https://www.tfi.org.tw/Content/TFI/PublicInfo/%E5%85%A8%E5%9C%8B%E9%9B%BB%E5%BD%B1%E7%A5%A8%E6%88%BF2019%E5%B9%B412091215%E7%B5%B1%E8%A8%88%E8%B3%87%E8%A8%8A.pdf>
- 賴玉釵（2015）。〈繪本敘事轉述為影像歷程初探：以繪本《與果的秘密》之跨媒介轉述為例〉，《傳播研究與實踐》，5（2）：79-120。
- 賴玉釵（2018）。〈閱聽人跨媒介詮釋圖像敘事之美感傳播芻議：以繪本、iPad 互動電子繪本為例〉，《中華傳播學刊》，33：79-120。
- 賴玉釵（2020）。〈閱聽人詮釋跨媒介角色之紀實支線歷程初探：以經典童話角色為例〉，《新聞學研究》，4（1）：55-111。
- 詹宇霽（2018）。〈從文學 IP 世代回顧台灣文學作品改編〉，《台灣出版與閱讀》，107（2）：50-55。
- Arvidsson, A. (2006). *Brands: Meaning and value in media culture*. London, UK: Routledge.
- Ball, M. (2020, February 27). *Finally taking off in film/TV*. Retrieved from <https://www.matthewball.vc/all/gamingip>
- Beddows, E. (2012). *Consuming transmedia: How audiences engage with narrative across multiple story modes*. Unpublished doctoral dissertation, University of Technology, Swinbourne, AU.
- Bezchotnikova, S. (2017). Mechanism of influence in cross-media narration. *Global Media Journal*, 15(28), 1-6. Retrieved July 9, 2022, from <https://www.globalmediajournal.com/open-access/mechanisms-of-influence-in-crossmedia-narration.pdf>

- Black, S. (2012). The archontic holmes: Understanding adaptations of arthur conan doyle's sherlock holmes stories in the context of jacques derrida's "archive." *Forum: University of Edinburgh Postgraduate Journal of Culture and the Arts*, 15(autumn), 1-11.
- Brookey, R. & Gray, J. (2017). "Not merely para": Continuing steps in paratextual research. *Critical Studies in Media Communication*, 34(2), 101-110.
- Bruhn, J., Gjelsvik, A., & Hanssen, E. F. (Eds.). (2013). *Adaptation studies: New challenges new directions*. London, UK: Bloomsbury.
- Carr, D., Buckingham, D., Burn, A., & Schott, G. (2006). *Computer games: Text, narrative and play*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Cartmell, D. (Ed.)(2012). *A companion to literature, film, and adaptation*. Oxford, UK: Blackwell.
- Constandinides, C. (2010). *From film adaptation to post-celluloid adaptation: Rethinking the transition of popular narratives and characters across old and new media*. New York, NY: Continuum.
- Cutchins, K., Krebs, K., & Voigts, E. (Eds.). (2018). *The Routledge companion to adaptation*. New York, NY: Routledge.
- Cutchins, D., Raw, L., & Welsh, J. M. (Eds.). (2010). *Redefining adaptation studies*. Plymouth, UK: The Scarecrow Press.
- Cutchins, D. & Meeks, K. (2018). Adaptation, fidelity and reception. In D. Cutchins, K. Krebs & E. Voigts (Eds.), *The Routledge companion to adaptation* (pp. 300-310). New York, NY: Routledge.
- Dena, C. (2019). Transmedia adaptation: Revisiting the no-adaptation rule. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 195-206). New York, NY: Routledge.
- Derrida, J. (1996). *Archive fever: A freudian impression* (Prenowitz, E. trans.). Chicago, IL: University of Chicago Press.

- Dicecco, N. (2017). The aura of againness: Performing adaptation. In T. Leitch (Ed.), *The Oxford handbook of adaptation studies* (pp. 607-621). New York, NY: Oxford University Press.
- Eder, J. (2015). Transmediality and the politics of adaptation: Concepts, forms, and strategies. In D. Hassler-Forest & P. Nicklas (Eds.), *The politics of adaptation: Media convergence and ideology* (pp. 66-81). London, UK: Palgrave Macmillan.
- Elleström, L. (2017). Adaptation and intermediality. In T. Leitch (Ed.), *The Oxford handbook of adaptation studies* (pp. 509-526). New York, NY: Oxford University Press.
- Elliott, K. (2020). *Theorizing adaptation*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Evans, E. (2019). Transmedia distribution from vertical integration to digital natives. In M. Freeman & R. R. Gambarato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 243-250). New York, NY: Routledge.
- Evans, E. (2020). *Understanding engagement in transmedia culture*. New York, NY: Routledge.
- Freeman, M. & Gambarato, R. R. (Eds.). (2019). *The Routledge companion to transmedia studies*. New York, NY: Routledge.
- Gambarato, R. R., Alzamora, G. C., & Tárchia, L. (2020). *Theory, development, and strategy in transmedia storytelling*. New York, NY: Routledge.
- Genette, G. (1982/1997). *Palimpsests: Literature in the second degree* (C. Newman & C. Doubinsky, Trans.). Nebraska, NE: University of Nebraska Press.
- Genette, G. (1987/1997). *Paratexts: Thresholds of interpretation* (J. E. Lewin, Trans.). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Grainge, P. (2008). *Brand Hollywood: Selling entertainment in a global media age*. London, UK: Routledge.
- Gray, J. (2010). *Show sold separately: Promos, spoilers, and other media paratexts*. New York, NY: New York University Press.

- Grossman, J., & Palmer, R. B. (Eds.). (2017). *Adaption in visual culture: Images, texts, and their multiple worlds*. New York, NY: Palgrave MacMillan.
- Harvey, C. B. (2015). *Fantastic transmedia: Narrative, play and memory across science fiction and fantasy story worlds*. London, UK: Palgrave Macmillan.
- Hassler-Forest, D. (2019). Transmedia politics: Star Wars and the ideological battlegrounds of popular franchises. In M. Freeman & R. R. Gamrabato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 297-305). New York, NY: Routledge.
- Hattner, A. (2017). Zombies are everywhere: The many adaptations of a subgenre. In T. Leitch (Ed.), *The Oxford handbook of adaptation studies* (pp. 370-385). New York, NY: Oxford University Press.
- Heidt, S. J. (2009). “Ça, c’est moi”: *The diving bell and the butterfly* as autobiographical multitext. *Adaptation*, 2(2), 125-148.
- Hernández-Pérez, M. & Rodríguez, J. G. F. (2014). Serial narrative, intertextuality, and the role of audience in the creation of a franchise: Analysis of the indiana jones saga from a cross-media perspective. *Mass Communication and Society*, 17(1), 26-53.
- Hills, M. (2019). Transmedia paratexts: Informational, commercial, diegetic, and auratic circulation. In M. Freeman & R. R. Gamrabato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 289-296). New York, NY: Routledge.
- Hutcheon, L. (2006). *A theory of adaptation*. New York, NY: Routledge.
- Hutcheon, L. & O’Flynn, S. (2nd Ed.). (2013). *A theory of adaptation*. New York, NY: Routledge.
- Jauss, H. R., & Benzing, E. (1970). Literary history as a challenge to literary theory. *New Literary History*, 2(1), 7-37.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.

- Kattenbelt, C. (2008). Intermediality in theatre and performance: Definitions, perceptions and medial relationships. *Culture, Language & Representation: Intermediality*, 6, 19-29.
- King, G. & Krzywinska, T. (Eds.). (2002). *Screenplay: Cinema / videogames / interfaces*. New York: Wallflower Press.
- Kristeva, J. (1980). *Desire in language: A semiotic approach to literature and art*. New York, NY: Columbia University Press.
- Leitch, T. (2008). Adaptation, the genre. *Adaptation*, 1(2), 106-120.
- Leitch, T. (Ed.). (2017). *The Oxford handbook of adaptation studies*. New York, NY: Oxford University Press.
- Loock, K. & Verevis, C. (2012). *Film remakes, adaptations, and fan productions*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Meehan, E. (1991). Holy commodity fetish, Batman!: The political economy of a commercial intertext. In R. E. Pearson & W. Uricchio (Eds.), *The many lives of the batman* (pp 47-65). New York, NY: Routledge.
- Meikle, K. (2019). *Adaptation in the franchise era 2001-16*. New York, NY: Bloomsbury Academic.
- Michelle, C. (2007). Modes of reception: A consolidated analytical framework. *The Communication Review*, 10, 181-222.
- Michelle, C. (2009). Re)contextualising audience receptions of reality TV. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 6(1), 137-170.
- Murray, S. (2012). *The adaptation industry: The cultural economy of contemporary literary adaptation*. New York, NY: Routledge.
- Parody, C. (2011). Franchising/ Adaptation. *Adaptation*, 4(2), 201-218.
- Parsons, P. (1991). Batman and his audience: The dialectic of culture. In R. E. Pearson & W. Uricchio (Eds.), *The many lives of the batman* (pp 66-89). New York, NY: Routledge.

- Pearson, R. (2019). Transmedia characters additionality and cohesion in transfictional heroes. In M. Freeman & R. R. Gamrabato (Eds.), *The Routledge companion to transmedia studies* (pp. 148-155). New York, NY: Routledge.
- Pearson, R. E., & Uricchio (Eds.). *The many lives of the Batman: Critical approaches to a superhero and his media*. New York, NY: Routledge.
- Rajewsky, I. O. (2005). Intermediality, intertextuality, and remediation: A literary perspective on intermediality. *History and Theory of the Arts, Literature and Technologies*, 6, 43-64.
- Rajewsky, I. O. (2010). Border talks: The problematic status of media borders in the current debate about intermediality. In L. Elleström (Ed.), *Media borders, multimodality and intermediality* (pp. 51-68). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Ryan, M. L. (2013). Transmedial storytelling and transfictionality. *Poetics Today*, 34(3), 361-388.
- Ryan, M. L. & Thon, J. N. (2014). *Storyworlds across media*. London, UK: University of Nebraska Press.
- Saldre, M. & Torop, P. (2012). Transmedia space. In I. Iburus & A. Scolari (Eds.), *Crossmedia innovations: Texts, markets, institutions* (pp. 25-44). Frankfurt, Germany: Peter Lang GmbH.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606.
- Spanò, C. (2016). Audience engagement with multi-level fictional universes: The case of *Game of Thrones* and its Italian fans. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 13(1), 625-655.
- Stam, R. (2005). *Literature and film: A guide to the theory and practice of film adaptation*. Oxford, UK: Blackwell.

- Thompson, K. (2003). *Storytelling in film and television*. London, UK: Harvard University Press.
- Vizcaino-Verdu, A., Aguaded, I., & Contreras-Pulido, P. (2021). Understanding transmedia music on Youtube through Disney storytelling. *Sustainability*, *13*(7), 1-17.
- Wang, Y. (2021). Gaps between continuous measurement methods: A longitudinal study of perceived usability. *Interacting with Computers*, *33*(3), 223-237.
- Wolf, M. J. (1999). *The entertainment economy: How mega-media forces are transforming our lives*. New York, NY: Times Books.

Exploring Audience Engagement with Multi-Text, Multi-Modal Adaptations: A Case Study of the Video Game “Detention”

Cheng-Chung Lee

Abstract

The present case study of the video game “Detention” adaptations explores how the intertextual/intermedial engagement of the audience with different texts may change as the multi-text, multi-modal adaptation space increasingly expands. It is found that audiences are more likely to adopt “source-text vs. adaptation” mode in interpreting and assessing the adaptations at the early stage. After the film adaptation is released and regarded as the exemplary adaptation, “adaptation vs. adaptation” mode becomes the norm in terms of interpretation and assessment. Results also indicate the role of marketing paratexts in framing how the audience engage with the texts, and should be included in future audience engagement studies. A preliminary and more systematic framework is proposed regarding the conceptualization of foreknowledge and knowing audience, in the hope to more properly reflect the complexity of audience engagement with multi-text, multi-modal adaptations.

keywords: audience engagement, intertextuality, paratextuality, transmedia storytelling, video game adaptation