

# 融媒体时代下大学生对当代影视作品的满意度研究

袁智怡, 陈慧琳, 苏馨悦, 王 垒, 蔡宇杰, 向 征

成都信息工程大学管理学院, 四川 成都

收稿日期: 2023年4月23日; 录用日期: 2023年6月22日; 发布日期: 2023年6月29日

## 摘 要

随着新媒体多元化的发展, 各种类型的娱乐方式的兴起, 影视行业进退维谷, 既要克服作品质量的参差不齐, 又要审时度势, 不落后于时代步伐, 为此, 本研究围绕川内大学生对当代影视作品的满意度来开展调查, 运用了文献研究法、调查法进行实证分析, 主要从内外因两个角度剖析了影响因素, 并予以期望和建议, 旨在提升影视作品竞争力, 推动影视行业蓬勃发展, 提高大众满意度。

## 关键词

影视作品, 满意度, 大学生, 融媒体

# Research on College Students' Satisfaction with Contemporary Film and Television Works in the Era of Integrated Media

Zhiyi Yuan, Huilin Chen, Xinyue Su, Lei Wang, Yujie Cai, Zheng Xiang

School of Management, Chengdu University of Information Technology, Chengdu Sichuan

Received: Apr. 23<sup>rd</sup>, 2023; accepted: Jun. 22<sup>nd</sup>, 2023; published: Jun. 29<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

With the diversified development of new media and the rise of various types of entertainment, the film and television industry is in a dilemma. It is necessary not only to overcome the uneven quality of the works, but also to evaluate the situation and not to lag behind the pace of The Times. Therefore, this study focuses on the satisfaction of college students in Sichuan on contemporary

**film and television works to carry out an empirical analysis by literature research method and investigation method. This paper analyzes the influencing factors mainly from the internal and external aspects, and gives expectations and suggestions, aiming at improving the competitiveness of film and television works, promoting the vigorous development of film and television industry, and improving public satisfaction.**

## Keywords

**Film and Television Works, Satisfaction, College Students, Melted Media**

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. 研究背景

融媒体时代的到来, 我国的文化产业得到了快速增长。目前, 影视剧市场有着不断扩大的趋势, 随着互联网和流媒体平台的发展, 用户在选择、观看电视剧和电影时的渠道也在不断多元化。在内容上也出现了越来越多的尝试和创新, 如科幻、热血、偶像等风格的剧集、跨平台联动、IP 改编等。

总的来说, 随着市场的不断开拓和技术的进步, 影视剧行业正迈向更加多元、创新、高质量发展的方向。

通过研究文献分析, 马立新(2015)针对影视作品产生的问题认为情节虚假、人物性格虚假和奇观虚假是当下影视作品的通病, 从艺术审美, 艺术价值上出发, 认为影视作品要具有一定的德性价值, 要有助于观众更高层次的精神滋养与陶冶[1]。李夏至、袁云儿、牛春梅(2021)认为影视剧行业被困于“饭圈”, 好内容不需要明星带流量, 表明“唯流量论”的现象早该整治了, 并且对行业违法失德人员应该零容忍, 认为文艺工作者应该通过人格魅力、思想品行引领社会风尚, 做出精神榜样[2]。赵佳(2019)在分析融媒体时代对影视行业的影响时, 指出在融媒体背景下, 社会进入信息技术时代, 这为影视行业带来了更多的机遇和发展空间, 所以影视行业的工作者更要把把握住这种机会, 在原神创作上重视内容和质量, 促进影视作品在融媒体时代的文化创新[3]。同样, 张中元(2022)认为, 在融媒体时代下, 短视频已经成为了一种新趋势, 它同样也能满足大众的休闲和娱乐需求, 如果影视行业存在的问题不进行改正, 可能大众对影视作品的需求就会越来越低, 转向短视频, 所以影视工作者应该要重视起来[4]。

当下中国影视作品不断出现各种问题, 如果这些问题不能得到解决, 将会对观众产生巨大的负面影响。随着越来越多的问题被观众指出, 这让我们不禁深思到底要怎样的影视作品才能够为大众服务, 影视作品应该要具有怎样的价值观才能引领大众, 而不是蒙骗观众, 把观众引入歧途。而大学生作为一群思想活跃的群众, 作为新时代的青年, 我们首先应该提高自身的媒体素质和审美能力, 学会客观的看待电影电视剧, 并对其艺术性形成一个正确的认知, 从而塑造对影视内容的判断力, 让自己可以保持初心, 不沉迷其中也不轻易动摇自身价值观。

故本研究通过对“大学生对当代中国影视作品的满意度”进行调查, 探索目前中国影视行业在生存与发展中面临的问题。并对这些问题进行研究分析, 以期影视行业从业人员注意相关问题并及时着手解决, 以此提高大学生对当下中国影视作品的满意度, 促进中国影视行业健康发展, 进而不断提高我国文化软实力。

## 2. 研究对象与方法

### 2.1. 研究对象

本次调查采取问卷调查法,设计问卷“关于大学生对当下中国影视作品满意度”。调查对象是在校大学生,其中问卷共发放 502 份,回收有效问卷 502 份,有效回收率为 100%。其中男生 221 人(44.02%);女生 281 人(55.98%)。参与本次问卷的大学生中:大一共 202 人,占比 40.24%、大二共 82 人,占比 16.33%、大三 118 人,占比 23.51%、大四 100 人,占比 19.92%。调查对象具体数据如表 1 所示:

**Table 1.** Basic information of college students under investigation

**表 1.** 被调查大学生基本情况

项目	类别	样本数	百分比
性别	男	221	44.02%
	女	281	55.98%
年级	大一	202	40.24%
	大二	82	16.33%
	大三	118	23.51%
	大四	100	19.92%

### 2.2. 研究方法

本次调查主要采取随机抽样的方法进行发放和回收,调查方式主要采取线下访谈和线上问卷调查、网络数据收集相结合的方式,问卷调查采用匿名形式。

1) 问卷调查:为了能够获得尽可能多的数据来进行调查,便以线上的方式设置了问卷进行调查,收集各地大学生对现阶段影视作品的看法,有助于更好的进行数据分析。调查内容主要是大学生喜欢的影视剧类型、大学生娱乐方式、大学生观看影视作品的地区、大学生对现阶段影视作品满意和不满意的原因以及大学生对现阶段影视作品的建议等部分构成。

2) 访谈:访谈采取线下和线上相结合的方法,例如,首先我们会询问受访者最近看过哪部电视剧、他对这部剧的看法,进一步询问这部剧有没有让他感到失望或不满意、这部电视剧有什么不足之处,最后我们会询问受访者是否认为能够通过影视剧体现出现实生活的元素和价值观。通过这样的访谈,能够有助于更好的了解到大学生的真实想法,进一步完善调查问卷的问题,使数据分析更真实。

3) 网上数据分析:从问卷调查和访谈获得的结果里面进行分析,利用大数据,使获得的结果可视化,更直观的显示出当下影视作品存在的问题以及优势在哪里,使数据分析更可靠和更真实。

## 3. 调研满意度结果分析

### 3.1. 大学生对影视作品满意度的分析

“到 2020 年左右,中国电影年产量稳居世界第三,电视剧产量位居世界第一”。然而大量的投入并不一定能与观众的满意度呈正比[5],越来越多大学生反映“看起来有很多剧,但实际没什么东西可看”。针对以上情况我们通过问卷调查对“大学生对当今中国影视作品满意度”及“产生不同满意度的原因”问题进行了调查研究与统计。如表 2 所示,参与“对当今中国影视作品满意度”调查的大学生共计 502 人,其中 39.84%的大学生满意,33.86%的大学生比较满意,16.93%的大学生一般满意,7.37%的大学生比较不满意,1.99%的大学生不满意。所以,可见大学生对当今中国影视作品的满意度不高。

**Table 2.** College students' satisfaction with film and television works  
**表 2.** 大学生对影视作品的满意度

排序	选项	小计	比例
1	满意	200	39.84 %
2	比较满意	170	33.86%
3	一般	85	16.93%
4	比较不满意	37	7.37%
5	不满意	10	1.99%
		总计 502	

### 3.2. 大学生对影视作品满意度不高的原因分析

**Table 3.** Analysis of the reasons influencing college students' dissatisfaction with Chinese film and television works at the present stage

**表 3.** 影响大学生对现阶段中国影视作品不满意的原因的分析

排序	导致不满意的原因	小计	比例
1	同质化内容过多，缺乏新意	217	47.9%
2	多方限制，作品被困安全区	189	41.72%
3	流量当道，演员没有实力	238	52.54%
4	商业化严重	216	47.68%
5	剧情拖沓，注水严重	235	51.88%
6	作品价值观不端正	164	36.2%
7	其他	4	0.88%
样本量		453	

如表 2 所示，大学生对当今中国影视作品非满意的共有 60.15%。通过问卷调查研究可知其不满意的原因，如表 3 所示：52.54%的受调查者认为是“流量当道，演员没有实力”、51.88%的受调查者认为是“剧情拖沓，注水严重”、47.9%的受调查者认为是“同质化内容过多，缺乏新意”、47.68%的受调查者认为是“商业化严重”、41.72%的受调查者认为是“多方限制，影视作品被困在安全区”、36.2%的受调查者认为是“作品价值观不端正”。由上可见当代大学生对现下中国影视作品的满意度不高，且中国影视作品现存问题较多。以下，我们将根据问卷调查结果具体分析中国现今影视作品存在的问题。

#### 3.2.1. 唯流量至上，难守初心

从影视作品制作者的角度看，现目前存在“唯流量至上”的问题，在这一背景下，暴露出一个严重问题：流量与片酬挂钩。但是，流量却不一定与演技成正比，许多流量明星在资本的力捧下得到了大量关注却不一定拥有成为演员的专业素质。正是因为这样一批流量明星拿走了一部影视剧的大部分投资，导致影视剧制作成本难以向剧本、制景、后期制作等提升影视剧质量的方面倾斜。并且，影视剧制作成本较少的剧组也因无力采用流量明星而难以聚集投资，进行宣发，导致作品无人问津。面对这一情况，

影视作品的制作方也难以坚守初心，输出高质量的影视作品。这是当下围绕流量产生的“死循环”。针对这一问题，国家开始了“清朗行动”，随着这一行动的大力推进，我国的“唯流量至上”局面或会改变。

### 3.2.2. 同质化内容过多，缺乏新意

从影视作品内容角度看，现目前存在“同质化内容过多”的问题。在当下，投资方与制作方过分关注观众的“期待视野”，紧跟市场步伐，只要一部作品热播，相似题材、相似人设、相似剧情的作品便立刻纷至沓来、蜂拥而上。这种现象说明：关注观众需求原本对于影视作品的创作是有积极作用的，但是为获取经济收益，盲目跟风，一味讨好、迎合观众，不断“新瓶装旧酒”的行为最终只会让影视作品同质化愈演愈烈[6]，让创新的源泉无法充分涌动。投资方与制作方应明白，在全媒体时代，大学生的“期待视野”是不断变化的，同质化的影视作品难以满足他们的个性化诉求，无法激起他们的欣赏热情。若想创作出更高质量的作品，创作者在去同质化上需要下苦功夫。

### 3.2.3. 受多方限制、被困安全区

从影视作品题材的角度看，现目前存在“受多方限制、被困安全区”的问题。毋庸置疑，中国影视作品这些年来已有突破敏感性与限制性的大胆尝试。《人民的名义》还原了省市权利核心和官场生态的真实面貌，《扫黑风暴》呈现了扫黑除恶的侦破过程，聚焦热点话题，《县委大院》反映了新时代干部作风、干群关系。已有众多反映政治和现实热点的影视作品被搬上荧幕，我们不能否定中国影视的突破。但相比于欧美日韩等影视业发达的国家，我们在题材上的突破显得仍不够胆大。观众对中国影视创作内容管控严格的印象仍很深刻。若想中国影视提质发展，比肩影视业发达国家，审核方应适当放宽题材限制，把握好限制尺度，让“百花”齐放于“华影之园”。

### 3.2.4. 剧集较长，剧情“注水”严重

从影视作品体量来看，现目前存在“剧集较长，剧情‘注水严重’”的问题。据统计，2004年至2008年之间，国产剧平均每部控制在30集之内；2009年至2012年，国产剧集数延长到30集至35集；到了2013年，平均每部电视剧已突破35集。《全球电视剧产业发展报告(2016)》的数据显示，2015年前后国产剧集数已平均达到每部42集。但随着社会高速发展，“注水”剧已难以适应当下人们的快节奏生活，倍速看剧已成为大学生看剧的常态。目前，国家也意识到“注水”现象的频发，出台了相关政策，在某种程度上打压了“注水”行为，但制作方与政府相关机构应明白：观众渴求的是影视作品“水分”被真正的挤出，而不仅仅只是数字上的长剧被消灭。例如，虽然现下长剧数量减少，但是季播、上下部剧集等现象却开始“泛滥”。

### 3.2.5. 部分影视作品价值观扭曲

“文化对人的影响是潜移默化、化深远持久的。”影视作品的价值观作为其精神内核会潜移默化的影响着观众。我们在调查中发现，如表4所示有44.42%的受调查者看重一部作品具有正确的价值观这一品质。在“观看现阶段中国影视作品是否有利于中国大学生树立正确的价值观？”这一问题的选择上，根据表5可知，61.55%的受调查者认为可以、19.72%的受调查者认为大部分可以，小部分不可以、12.35%的受调查者认为小部分可以，大部分不可以、6.37%的受调查者认为不可以。可见，我国大部分影视作品，尤其是主旋律作品能够传递出正确的价值观。但是，我们不可忽视，仍有部分影视作品存在价值观扭曲的问题。影视行业应注意：一部优秀的作品，不仅要能够满足人们的消遣娱乐、审美方面的需求，还要使人在潜移默化中感悟人生哲理、探寻真理，帮助观众树立正确的价值观[7]。

**Table 4.** Analysis on the quality of film and television works that influence audience's choice**表 4.** 影响观众选择的影视作品品质分析

排序	观众看重的品质	小计	比例
1	好的制作团队	278	53.38%
2	专业过硬的演员阵容	243	48.41%
3	引人入胜的情节	271	53.98%
4	立意具备正确的价值观	223	44.42%
5	能够让自己有所收获	238	47.41%
6	能够对社会产生效应	189	37.65%
7	其他	3	0.6%
	样本量	502	

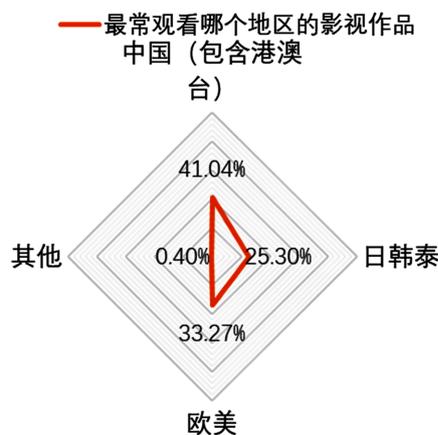
**Table 5.** Whether watching current Chinese film and television works is conducive to Chinese college students to establish a good three views**表 5.** 观看现阶段中国影视作品是否有利于中国大学生树立良好的三观

排序	选项	小计	比例
1	可以	309	61.55%
2	大部分可以，小部分不可以	99	19.72%
3	小部分可以，大部分不可以	62	12.35%
4	不可以	32	6.37%
	样本量	502	

### 3.2.6. 中国影视作品影响力有待提高

在“您最常观看哪个地区的影视作品”这一问题的选择中，41.04%的受调查者最常看中国(包含港澳台)，33.27%的受调查者最常看欧美地区，25.3%的受调查者最常看日韩泰地区，0.4%的受调查者选择了其他，如图 1 所示。

### 最常观看哪个地区的影视作品

**Figure 1.** Which region do college students watch most often**图 1.** 大学生最常观看哪个地区的影视作品

第一、从纵向角度看，即与中国影视作品自身相比，虽然仍有众多亟待解决的问题，但毋庸置疑，中国影视整体是向前发展的，影响力是不断提高的。据统计，2016~2019年中国国内电影票房呈持续增长态势。近三年国内电影票房受疫情影响有所波动，但仍有众多国产电影作品“出圈”。例如将传统水墨动画与三维动画相结合，首创“粒子水墨”技术的《深海》，用温情、无私的母爱打动观众的《你好，李焕英》、将艺术与技术相结合震撼人心的《流浪地球2》。除此以外，众多电视剧、综艺作品也收获了高口碑。科技的赋能、传统文化与现代文化的交融、拍摄技术的精进、题材的丰富、热点的聚焦等让我们坚信，中国影视之路——“漫漫亦灿灿”。

第二、从横向角度看，即与其他国家相比，毋庸置疑，国产影视作品的海外影响力仍需提升。中国电影产量自2015年来便稳居世界第三，但至2023年1月，全球影史票房排行榜前一百名中中国电影不超过五部，这一巨大落差证明中国影视作品影响力依然很薄弱，我国影视作品的知名度、美誉度以及认同度亟待提升[8]，从而让中国影视作品的海外传播影响力与中国的国际地位相匹配。据统计，2016~2020年度海外网络平台受众接受度排名前20位的中国国产电影中，动作片占比最高。动作电影是中国电影对外输出的一大特色，但中国影视作品想增强国际影响力，不能仅仅依靠这一特色，还要创作出更多具有中国文化特色的、具有中国匠心的作品，这要求创作者树立文化自信、挖掘利用好中国元素。例如，运用中国传统戏曲元素拍摄的电影《霸王别姬》在国际上广受好评，荣获了戛纳国际电影节金棕榈奖。中国有传承了千年的气节和从屈辱混乱里重建秩序的时代性，在中国这片辽阔的土地上，从来不缺故事，缺的只是能讲好故事的中国电影人。中国影视创作者应该建立文化自信，深挖中国文化，运用中国元素，传递中国价值、进行中国的文化输出，在世界的舞台上，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，拍出说汉字的好作品，拿回中国形象的定义权。

#### 4. 融媒体时代，如何提升大学生对影视作品的满意度

在我们对“大学生对当下中国影视作品满意度”这一课题进行调查分析后，针对上述提出的影视作品品质过于注重流量、缺乏创新、剧情拖沓、三观扭曲等问题与缺陷，我们认为在现今的融媒体时代下，可以通过以下五个方面来提高影视作品的质量，提升大学生对影视作品的满意度。

##### 4.1. 注重作品质量，加强监管力度

影视行业内部乱象频出存在“重营销、轻质量”“蹭热点、蹭IP”、“唯流量至上论”、“天价片酬、阴阳合同”、“价值观扭曲”、“商业化严重”等问题。这需要相关部门建立影视剧监管机制，净化互联网影视空间；需要影视创作者和演员们在工作中意识到、承担起社会责任，不忘初心、树立正确的价值观，去创造、诠释好的艺术作品。在影视行业内外部的合力规范下，坚持以真诚的创作精神去创作影视作品，注重提高大学生的精神、文化生活质量。

##### 4.2. 拓展影视题材，满足观众多元需求

面对当前国内影视同质化带来的创作瓶颈、受众审美疲劳的问题和脱离现实虚浮创作的问题，中国影视创作者应积极探索整改之道，通过合理利用观众的个性化诉求，实现影视突围，将影视作品做得有高度、有深度、有厚度[6]，同时应该力求真实，让艺术来源于生活。增强影视创作者的创新能力，积极拓展影视题材，积极推广应用新技术，加强影视创作和营销的精准度，积极接纳5G、VR、AR等新技术，为影视剧制作与传播提供新的方式。影视企业应主动拥抱新技术，加强影视创作与新技术的融合，把握互联网影视产业未来新风口，同时运用大数据，精准分析观众的影视剧偏好，精准投送，满足人民群众多元的文化需求。

### 4.3. 树立文化自信，讲好中国故事

在融媒体时代，我国应该加强对影视作品创作者的文化自信的培养，引导其深挖中国元素。正如上文所提到的同一影视作品被反复翻拍的现象，可见目前我国影视作品同质化比较严重，题材创新受限。所以我国影视作品应该从优秀传统文化中汲取精华，同时也可以适当吸收学习其他优秀文化和经验，从而输出蕴含中国特色的优质影视作品，增强其对影视作品消费者的吸引力。这是一种文化的提升，也是新文化诞生的过程。

### 4.4. 健全相关法规，规范剪辑行为

面对短视频平台上“N分钟看电影”的侵权剪辑行为，在司法行为中应落实“红旗原则”，进一步建立健全影视产业政策法规，加强影视知识产权保护。目前我国相关的立法和政策制定存在滞后性，不利于影视行业的规范发展，当前要进一步重视影视的版权问题，制定科学的监管政策，维护影视作品版权方利益，激发影视作品市场活力，为其健康发展奠定基础。

### 4.5. 拥抱融媒体，赋能影视业

在融媒体时代下，影视作品的创新转型与发展，需要充分发挥 AI、VR、5G、大数据、云计算等新技术的作用，而影视行业的高质量发展则要立足市场化、数字化和网络化，以更好地适应融媒体时代的需求[9]，把握互联网影视产业未来新风口，加强影视创新与新技术的融合。同时可以扩大影视剧的传播渠道和方式，并结合多种媒介载体的优势对观众宣传影视作品，运用大数据，精准分析观众的偏好并投送，使单一媒体的竞争力变为多媒体共同的竞争力，提高影视作品的知名度，吸引观众。

## 参考文献

- [1] 马立新, 屠沂星. 论数字艺术生产中的四类非义行为[J]. 文化研究, 2015(1): 255-269.
- [2] 李夏至, 袁云儿, 牛春梅. 清理“饭圈”, 让艺术回归创作正道[N]. 北京日报, 2021-08-30(011).  
<https://doi.org/10.28033/n.cnki.nbjrb.2021.006216>
- [3] 赵佳. 融媒体背景下中国民族影视产业的发展对策[J]. 传播力研究, 2019, 3(20): 1-2.
- [4] 张中元. 融媒体时代短视频对影视创作生态影响分析[J]. 传播力研究, 2022, 6(1): 64-66.
- [5] 肖丽君, 胡和平. “上帝”心目中的影视——当下电影电视剧受众调查[J]. 吉林艺术学院学报, 2013(4): 43-46.  
<https://doi.org/10.13867/j.cnki.1674-5442.2013.04.018>
- [6] 侯琳琳. 国内影视同质化现象研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 长安大学, 2015.
- [7] 石玲玉. 主旋律影视作品的思想政治教育功能研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2020.  
<https://doi.org/10.27159/d.cnki.ghzsu.2020.001401>
- [8] 胡智锋, 刘俊. 影响力: 中国影视软实力提升的主要目标[J]. 艺术百家, 2017, 33(6): 1-8+18.
- [9] 陈少伟. 融媒体语境下影视行业面临的挑战及应对策略研究[J]. 名家名作, 2022(23): 155-157.