

# 新媒体背景下影评类短视频研究

李曼, 谢琳

重庆邮电大学传媒艺术学院, 重庆

收稿日期: 2022年11月23日; 录用日期: 2022年12月18日; 发布日期: 2022年12月26日

## 摘要

随着短视频的迅猛发展, 影评类短视频在呈现形式、评价主体、风格特征上都更加的娱乐化、多元化、大众化。影评类短视频也以其内容的生动性、传播的互动性, 促进影视产业的繁荣发展。但是影评类短视频市场良莠不齐, 影评专业性被消解、商业化炒作控评、评价主体缺乏客观立场等问题也日益凸显。本文首先分析了影评类短视频的主体、内容、传播特性。其次分析了影评类短视频目前的发展困境。再次分析了影评类短视频的发展方向。

## 关键词

新媒体, 影评类短视频

# Research on Short Videos of Film Criticism in the Context of New Media

Man Li, Lin Xie

School of Media Arts, Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing

Received: Nov. 23<sup>rd</sup>, 2022; accepted: Dec. 18<sup>th</sup>, 2022; published: Dec. 26<sup>th</sup>, 2022

## Abstract

With the rapid development of short videos, short videos of film reviews are more entertaining, diversified and popular in terms of presentation form, evaluation subject, and style characteristics. Film review short videos also promote the prosperity and development of the film and television industry with their vivid content and interactive communication. However, the short video market of film reviews is uneven, and problems such as the dissolution of the professionalism of film reviews, the control of commercial hype and evaluation, and the lack of objective positions of evaluation subjects have become increasingly prominent. This paper first analyzes the subject, content and communication characteristics of film review short videos; secondly, it analyzes the current development dilemma of film review short videos; thirdly, it analyzes the development direction of film review short video reviews.

## Keywords

### New Media, Film Review Short Videos

Copyright © 2022 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. 影评类短视频的特性

### 1.1. 评论主体多元化

“传统媒体环境下的影视评论主体,基本上是影视、戏剧、文学等艺术领域的专家、学者、剧作家,他们有文化立场、理论素养和专业规范[1]。”在短视频时代,以短视频形式为主的影视评论,制作准入门槛较低,对创作者的专业要求不高。因此吸引了很多非专业的人员投入影视评论行业中,使得影视评论的主体更丰富、视角更多元、议题更大众、文本更有趣,给影视评论界带来了新气象、注入了新活力。同时,影视评论的媒介载体从纸媒、电视转移到手机、平板、电脑等移动终端,呈现形式从文字演变为如今风靡的短视频。不仅增强了影视评论的表现,还拓展了影评的类型,为用户提供了更加便捷的观看渠道,也为创作者提供更加广阔的创作空间。

### 1.2. 视频内容垂直化

短视频平台拥有着巨大的流量,吸引着各大媒体人、明星、企业家的入驻。但随着短视频的野蛮生长,用户耐心越来越有限,注意力也逐渐被分散。在这样的背景下,创作者想要进一步提高用户粘性,迎合目标受众的审美,就必须将账号尽量做到垂直化。如哔哩哔哩的UP主“香菜碎碎念鸭”每期视频以剧中主角的视角出发,梳理剧情吐槽编剧,让观众在熟悉的影视作品中感受新奇的情感体验。再如“三代鹿人”视频最强烈的风格就是以春秋笔法、明褒暗贬的评论方式,分析热点影视作品、影视现象等。而且也融入了当代年轻人流行的交流方式“表情包”大大增加了视频的观赏性,延展文字的情绪。相较于前者的趣味性,年轻化的账号定位,“大象放映室”的定位则是佳片赏析,用沉稳而厚重的文字传递影视作品的艺术人文精神,净化观众的心灵,带来灵魂的共震。

垂直账号的孵化可以更好地抓住目标观众,适应市场的选择。但影评类短视频内容在日益垂直化发展的过程中,也不可避免的会出现同质化现象。影视评论市场入驻的饱和度太高,而每年新出的影视作品却供不应求,这导致内容的差异化不明显。如根据张爱玲的同名小说《第一炉香》改编的电影,在上映后引起了巨大的争议,哔哩哔哩平台上大多数的短视频影评内容从影片选角、演员演技、剧情结构、主题思想等出发分析作品,较少涉及到影片的灯光、摄影、文学改编等问题。评论者们探讨的角度过于相似,流于表面且盲目追随热点,导致视频文本、结构千篇一律。

### 1.3. 传播过程互动化

传统的影视评论,主要由专业的影评人组成,评论本身大量堆砌电影的专业术语也疏远了与大众的距离。但短视频时代下的影评类短视频最大的优势就是给观众带来沉浸式、互动式的体验,重构影视评论传播者和接受者的空间。首先,视频影评可以截取相关影视作品的精彩片段与评论者绘声绘色的解说相结合,将高密度的剧情信息和意蕴悠远的主题生动的传递给受众。没有晦涩难懂的专业名词,传播者

也不再居高临下,而是如朋友般的温情交流,让观众也拥有影视评论的话语权。其次,哔哩哔哩平台独特的弹幕文化,增强了视频的交互性,构建了特定观众的群体狂欢。观众可以在观看的过程中提出自己的见解,用特殊的文字符号寻找到志同道合的人,如火钳刘明、前方高能、下次一定、一键三连、入股不亏等特殊字符形成强烈的认同感和归属感。此外,观众在评论区的意见也可以第一时间反馈给影视创作团队,倒逼影视行业精品化发展,创作出更加优质的影视作品。

## 2. 当下影评类短视频存在的问题

### 2.1. 情绪主观、话语暴力现象严重

由于监管机制的滞后、行业规范的缺失,影评类短视频的粗犷生长迎来了理性的缺失、感性的狂欢、话语的暴力。创作者观点态度的表达更多的是情绪的宣泄,而非理性客观的探讨问题本身。“网络影视评论中的话语暴力倾向如同网络本身的话语暴力一样,不单是一种文化现象,还是一种社会现象[2]。”评论者们越过影视作品本身,谩骂演员、导演、编剧,博眼球、吸流量、为资本洗白、为个人谋利。而这些评论者却美其名曰为观众排雷、督促娱乐圈、倒逼影视行业发展。哔哩哔哩UP主“路温1900”言辞暴躁、犀利、主观,对于影视作品、现象的分析泼辣、粗暴,如在其视频中对电影《图兰朵:魔咒缘起》的评论,以极具主观性的情绪对演职人员关晓彤、郑晓龙进行人身攻击。其评论的文本断章取义、失去客观立场不仅会误导观众对于影视作品的理解,也会增长网络环境中的暴戾之气,危害影视评论行业的风气。影视评论具有信息反馈、引导大众、娱乐审美的功能,影评类短视频的影评者应当科学、理性、客观的运用这些功能,创作出兼具专业性和趣味性的优质视频影评,传递社会主义核心价值观。而不是把视频当作情绪宣泄的窗口,利用自身的影响力大肆敛财,作为新时代的媒体工作者,应肩负起当代媒体人的责任。

### 2.2. 过度娱乐化、专业性被消解

短视频时代,评论的主体鱼龙混杂,评论的方法和视角更加的多元、新颖、独特,文本大多幽默风趣,创作者个人内容风格明显。但影评类短视频对专业视听分析、蒙太奇解构、影视产业等却寥寥无几。首先,专业的内容分析对观众和评论者的艺术修养、专注度、理解力都有较高的要求,需要短视频的创作者多维度的评价影视作品,而接受者早已被大众文化荼毒,文化品位不断降低。其次,影评类短视频的创作者为了满足年轻人的消遣心理,迎合受众独特的审美倾向,主动追随社会热点、降低视频的观看门槛,注入过量的娱乐元素,因此视频的文本一般会比较肤浅。如哔哩哔哩UP主“唐唐说电影”为了提高视频的播放量,标题、评论文本、选题都极力的突出香艳情色、恐怖猎奇。评论层次停留在剧情复述、搞笑玩梗,较少涉及影片的艺术价值、社会现实等议题。最后,部分影评类短视频如同素食主义的产物,并以碎片化的方式阉割文本的思想和文化,让观众在长期浏览中失去连续的、深度的思考环境与能力,让影视评论本身的专业性被不断消解。

新时代下,很多的短视频影评者不仅会选择主流的、受欢迎的评论方式,也会优先选择热门的影视作品,而忽视小众艺术作品。因为从视频的点击量、完播率、转化率、经济收益来看,冷门艺术账号都不如搞笑新闻、幽默解说、热点影视等类型。虽然冷门艺术作品不被市场选择,但是作为新时代的视频影评人,应该有一双发现美的眼睛,如“大象放映室”、“一目十影”、“看电影了没”、“木鱼水心”等优秀的账号坚守影视评论者的责任,利用短视频的天然优势,推广品质优良的小众影视作品,培养观众的审美。

### 2.3. 商业化炒作、破坏影评类短视频生存空间

“影视评论在影视作品与观众之间发挥着桥梁纽带作用,具有媒介沟通功能[3]。”一方面,通过评

论者对影视作品的解读,让观众深刻的理解影视作品的深刻内涵、艺术化的处理方式。另一方面,观众对于作品的建议,第一时间反馈给创作者,形成传播者与受传者之间的良性互动。

但在全民皆可创作、表达的时代,影评类短视频的质量参差不齐,比传统影评下跌不少。首先,影视评论市场鱼龙混杂,低门槛的准入标准,放进了一群追名逐利、素质低下、唯流量是从、无职业道德的自媒体人。现在对某一影视作品的批评成为“流量密码”,而这种批评逐渐转变成肆意妄为的诋毁。其次,资本无孔不入,面对短视频的高流量和高日活,自然是趋之若附。影视公司为了给即将上映的作品宣传造势,花费大量的金钱和人脉雇佣短视频影评的创作者,在公众面前发布对作品的“美言盛赞”。唯利是图的评论者让影评变成了资本的喉舌,一种商业获利行为,也让影评本身失去了文化批评的意义和公信力。最后,饭圈文化盛行,控评、控分现象屡见不鲜。某些粉丝对于偶像的“非理性喜欢”、崇拜达到了狂热的程度,甚至产生了一些病态的心理现象。而这种疯狂很容易产生极强的破坏力,如电视剧《风起洛阳》上映前后,营销团队都是将宣传重点放在了王一博。王一博的流量给电视剧带来话题度的同时,也让自己陷入演技争议中,但粉丝为了维护偶像,便在微博、微信、豆瓣、哔哩哔哩、知乎等平台控评,甚至给竞争对手打低分,严重危害了影视市场的整体环境,打击影评创作者的积极性。

### 3. 影评类短视频的发展方向

#### 3.1. 创作者提高自身的艺术修养

影视评论本身就要求影评人拥有较高的艺术修养、正确的是非观念、冷静客观的思维、高尚的职业素养,向观众传递正向的价值观、审美观、人生观。但影评类短视频的创作者大多是文化程度不一的普通影视爱好者,没有系统的影视相关知识,评论的方式也不具备科学性和艺术性。甚至有的创作者缺失职业道德,做金钱的奴隶,向社会传播负能量、焦虑情绪等,损害行业的公序良俗。因此,建立一支高水准、高素质的影评队伍,营造一个健康的、良性的影评环境迫在眉睫。促进短视频影评的持续发展、高质量、精品化发展,需要我们每一个人积极参与和认真对待。

#### 3.2. 兼顾作品的专业性和趣味性

传统影评大多发表在期刊杂志上,如《当代电视》《大众文艺》《中国电视》《当代电影》等等。其受众范围较窄,大多是相关专业的学者、学生、从业人员,评论的层次多元且具有一定的深度,文本表达讲求的学术性、严谨性。使影视评论陷入曲高和寡的境地,从而弱化了影视评论的媒介沟通、信息反馈功能,影响了影视作品的向普通观众的推广和传播。而影评类短视频则是面向广大人民群众,他们所追求的不是阳春白雪、高不可攀的学术论文,而是一种信息的获取、情感的述说、群体的共鸣。这就要求影评类短视频的文本更大众化、形式更新颖、内容更生活,但随着观众的审美水平的不断提升,影评质量也要日益精进,满足群众对于高格调艺术作品的的需求。

#### 3.3. 营造良好的网络交流环境

互联网是一个自由而广阔交流平台,给了影视爱好者、观众、学者一个交流的空间,任何人都可以发表自己的见解,但自由并不代表着随意侮辱、大肆谩骂、网络暴力。一方面,要求传播者以客观理性的立场探讨影视作品本身,减少主观情绪的宣扬、对幕后团队和工作人员的无理点评,加强对影视作品主题、人物、音乐、色彩、拍摄手法等专业知识的学习,提升自我对艺术作品的鉴赏能力和鉴赏水平,输出更具价值的观点。另一方面,要求受传者即网民提高自身的网络道德素养,网络并非法外之地,不能挥舞着道德的大棒,对演员、创作者进行人身攻击。甚至为资本、偶像奔走,恶意诋毁竞争对手,破坏影评的生存空间。

#### 4. 结语

短视频时代的背景下, 短视频的蓬勃发展让影视评论的主体、形式、风格越来越多元。影视评论行业迎来了新的春天, 焕发了活力, 但同时也遇到困难和挑战。因此, 需要从业人员不断地提升自我素养、与时俱进, 积极探索视频影评的新道路。

#### 基金项目

重庆市教委人文社科研究重点规划项目《建党百年主旋律电视剧的历史活化研究》(22SKGH124)。

#### 参考文献

- [1] 秦雪. 对融媒体环境下影视评论现象的关注和思考[J]. 今传媒, 2021, 29(6): 50-52.
- [2] 孙翊铭. 网络影视评论高品质发展问题研究[J]. 现代视听, 2021(2): 52-56.
- [3] 孙翊铭. 影视评论的现存问题及其对策研究[J]. 现代视听, 2020(4): 65-67.