

微电影的艺术特点与传播特点

俎明

东营职业学院

[摘要]微电影在互联网视频传播平台上,历经了风雨砥砺后得到了迅速发展,尤其是在当下高效率、快节奏的生存境遇之下,微电影以方寸之间的视听形态充盈着广大欣赏主体的碎片化时间,深受人们的喜爱。本文分析了微电影的概念,探索了微电影的艺术特点与传播特点。

[关键词]微电影;艺术特点;传播特点

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.2309

新媒体技术的发展让文化传播步入了“微时代”,在一段时间内,微商、微博、微信、微小说等微文化形式迅速流行,微电影也是在这一背景下发展而来。比之传统电影,微电影以其短小精悍的传播特点,充分迎合了新时期人们的文化消费诉求,这种艺术形式也表现出了全新的特点,深受年轻一族的喜爱。

1 微电影的界定

关于“微电影”的界定,学界的看法不一,现有的主流研究主要有“广告说”、“平台说”、“百度说”、“短篇说”等,导演陆川认为:“微电影其实就是微博诞生之前的电影短片”。从“广告说”理论来看,学界认为微电影是以营销为目的的一种植入式广告。百度百科对于微电影的界定更加全面:“微电影即微型电影,又称微影、小型电影,指的是在电影和电视剧艺术基础上衍生出来的小型影片,具有完整的情节和可观赏性”。微电影作为一种新的电影形式,有着传统电影的商业性、艺术性、科技性和文化性特点,而作为一种新的特殊艺术形式,微电影的传播内容短而精,传播模式也更加的高效,并且体现出了平民化和多元化的特征。

2 微电影的艺术特点

2.1 以小见大的叙述模式

微电影的时间短、成本低、故事简单、构思精巧,微电影中的“微”并非微不足道,而是“以小见大”,“麻雀虽小、五脏俱全”,微电影也有普通电影的各种元素。由于微电影的小而微,其叙事视角也大多是集中在小人物和小故事的身上,这就对取材难度提出了更高要求,通过微小的叙事,将小事件、小故事背后的问题充分展现出来,并将其置于特定的时代背景中,引人深思,也正是如此,小小的微电影引起了巨大的社会反响。如,获得2014年土豆映像节最佳女演员提名的《外婆家之味》,这部微电影讲述了每个普通人的小梦想,电影中大槐树、大西瓜、平底鞋等具有乡土和童年的元素交织起来,显得真实生动,故事的叙事格调张弛有度,在紧凑的剧情推动下,将生活中的琐事娓娓道来,尽管平淡却不失杂乱。

2.2 草根性与互动性的交织

微电影的时间短,每个人都能利用智能手机、剪辑工具来制作微电影,特别是在新媒体的发展下,草根阶层的进入让传统电影回归到最初起点,为微电影赋予了极强的互动

性,这也是微电影的一个独有魅力^[1]。如今,微电影的创作者不分阶层,每个人都能够成为创作主体和影评人,正是由于这种草根性,让每个人都可以在网络中表达自我,这让微电影变得更加符合大众口味,也更易引起受众的共鸣。从互动形式上看,传统电影是单向传播的,宣传方和发布方掌握着绝对的主动权,受众只能被动接受,无法参与到反馈中,相反,微电影的呈现媒介多元,这也决定其传播模式有着更强的互动性,受众可自由选择喜欢的微电影类型,并且通过点赞、评论和转发来参与到剧情中,甚至可与创作者交流,改变微电影的剧情、故事结构与人物命运,这为受众提供了强烈的参与感。

2.3 快节奏的推进方式

在视觉艺术中,节奏是一个重要元素,每个电影都有其独特的叙事节奏,不同影片节奏韵律各有差异,由于节奏不同,呈现的感觉也大不相同,如《红高粱》英朗热烈、《大红灯笼高高挂》压抑缓慢、《阳光灿烂的日子》跳跃躁动,离开了节奏,就无法成为优质的电影。微电影由于其时间短,一般是几十秒到几十分钟,要让故事演绎的精彩动人,就需要配合快节奏的推进,这种节奏充分顺应了新时期人们的文化消费观念,也给受众带来了强烈的视觉冲击。快节奏的推进方式能在短时间内迅速吸引受众注意力,这也是让微电影得以迅速传播的一个重要原因。

2.4 高浓缩的煽情表达

在新媒体时代下,各类新观念、新事物相继涌现,人们更加渴望得到心理上的认可,希望通过适当的方式来释放情绪,在微电影的塑造上,更加关注情感的宣泄,常常对影片内容进行高浓缩的煽情处理,这就更易引起人们的情感共鸣。比如,在《看不见的太阳》、《暖流》、《我和老爸》、《天堂的午餐》等影片中,都是以真挚的感情来赢得无数受众的点赞。微电影由于时间短,无法从较深的角度来刻画人物,就需通过朴素的情感表达来展现小人物的命运。受众在碎片化时间中,能够全身心投入影片人物的角度,便可产生心理上的共同感。

3 微电影的传播特点

3.1 多元化的传播主体

在摄影器材的普及、智能手机的发展、语言信息化技术的进步下,拍摄电影不再是一个高深莫测的技术,普通社会大众也可尝试拍摄出有情节、有张力的电影,微电影就是

平民导演的代表作。微电影的特征让每个人都能够尝试表达自己的情感态度和生活体验,实现导演梦,因此,在传播主体上,微电影也更加多元,实现了全民参与。在传统的电影中,创作团队较为复杂,除了导演、演员的加盟,投资商的定制以及策划、拍摄人员外,还需要摄像、服装、编剧、灯光、场控等多个专业人员的合作分工,再通过后续的专业化剪辑、配音之后,才能进入大荧幕。微电影与之不同,任何人都可进入,服装、灯光、导演、编剧、摄像等工作甚至可以由1到2人全权包办,只要有硬件设施、剧本和资金支持,就能够自发完成拍摄和剪辑,放在网络上供受众欣赏。微电影大大降低了电影拍摄的门槛,也为大众揭开了电影的神秘面纱,当然,微电影的拍摄质量参差不齐,这也恰恰反映了传播主体的多元性^[2]。

微电影的迅速发展也吸引了大量专业导演的进入,比如,在2012年,优酷就推出了“美好2012系列”微电影,有著名导演顾长卫、许鞍华、金泰勇的加盟,拍摄出了包括《龙头》、《行者》等微电影,这类电影技术精湛、思想深刻,充满着大师风范。另外,一些非专业导演也贡献出了许多具有代表性的微电影作品,他们与专业导演的侧重点不同,关注的更多是生活中的日常琐事,尽管没有震撼的画面和专业的设备,但是,在细腻的情感表达中,依然打动了无数受众。比如,河北传媒学院一名普通的学生刘啸宇,他利用简单的照相机拍摄出的微电影《天堂的午餐》,上线后,引起了巨大反响。这部微电影以一对母子的感人故事为主线,影片中并没有复杂的情节、华丽的布景,更没有强大的演员阵容,他从生活中常见的母子之情来着手,应用了大量的插叙手法,在短短的几分钟内,将子欲养而亲不待的无奈展现的淋漓尽致,在直白的叙述中,引发了无数人的共鸣。

3.2 时效性的传播内容

与普通的电影不同,微电影关注的大多是社会现实中的热点或平凡人物的情感,一般没有波澜壮阔的场面,从构思到拍摄完成,经历的周期也较短,因此,比之传统电影,微电影的传播内容更具时效性。微电影的“小而微”恰恰契合了传播学上的碎片化特点,通常情况下,制作一部微电影,短则需要几个小时,最长也不会超过一个星期,大大提高了电影的制作速度,也加快了更新速度,在资金投入上,微电影远远低于传统的电影形式,任何人都有能力来拍摄。

3.3 灵活的传播模式

微电影的微投资、短制作周期、微放映市场决定微电影的传播模式与传统电影是截然不同的,传统的电影是通过院线的方式来传播,微电影就更加灵活,可通过多个平台来传播。目前,微电影的传播平台主要通过网络,借助智能手机、平板电脑、PC端作为传播媒介,除了视频网站中设置了专门的微电影频道之外,在短视频平台中,受众也可以看到自己喜欢的微电影。从播出方式来看,受众对传统电影的选择余地非常小,在进入电影院后,只能被动观影,期间是无

法自行控制的,想要重复观看,只能再次进入影院,或者在网络中寻找片源。微电影则与之不同,其传播模式变为多项互动,受众可以决定观看时间、在何时何地观看,中途可以随意停止,有着更大的自主权。同时,受众在观看完传统电影之后,其表达也只是局限在个人的情绪抒发,或者与亲朋好友的情感交流中,一般不能到达拍摄团队的内部。而在观看微电影的过程中,可以随时通过弹幕、评论等方式来反馈观影感受,与其他受众一起分享,实现了即时互动。另外,微电影还可以通过社交媒体来转发、分享,这为受众赋予了更大的话语权,只要微电影拍摄的有深度、有可看性,就能够在网络中迅速引发爆点,达到最佳传播效果。

3.4 公益性和商业性的传播功能

如果说大制作的电影是“大家闺秀”,有着贵族血统,那么,微电影就是“小家碧玉”,清新活泼。微电影的传播方式为其赋予了公益性和商业性的功能。如今,公益微电影非常流行,一些热爱公益事业的组织和个人纷纷加入,通过微电影来传递公益精神,取得了良好的反响,公益微电影情节完整、主题深刻,画面也是直观、生动,公益微电影的传播对于提高社会公众的道德水平、维护社会秩序等,都起到了良好作用,此类电影以人们关心的话题为出发点,提醒人们主动承担社会责任,约束自身的道德行为,致力于塑造整体道德风尚,有着强烈的道德指向性,能够唤起受众的强烈共鸣、发人深省^[3]。

从广告功能来看,微电影中植入的隐形广告也是其传播的一个亮点,通过巧妙的拍摄手法,将产品的卖点、性能和信息传递到微电影中,并通过网络来传递给消费者,能够有效刺激人们的购买欲望。微电影是广告的绝佳载体,其商业目的相对隐蔽,为广告的传播赋予了一定的趣味性和娱乐性,比起电视广告,广告微电影并不是硬性的推销,最大限度的回避了商业意图,其形式温和,能够显著减轻消费者的抵触心理,也可达到更佳的传播效果。微电影的主要受众群体是年轻一族,他们的购买欲望更加强烈,加之广告微电影的成本更加低廉,深受广告商的欢迎。

4 结语

从开始时的一枝独秀到当前的百花争艳,微电影表现出了强劲的活力,但是,微电影作为一项新生事物,其发展时间不过十年左右,还缺乏政策上的有力监管。不容置疑的是,微电影有着明显优势,其传播灵活方便,适应了碎片化时代的传播特点,为了促进微电影的进一步发展,还需在人才培养、政策监管、内容创新等多方面来发力,以制作出更多精良的微电影作品。

参考文献

- [1] 杨思远, 马晓钰, 倪冰洁. 微时代下微电影的艺术特点及商业模式的研究[J]. 戏剧之家, 2015(13): 117-118.
- [2] 王瑞晨. 试论微电影的艺术特点及传播机制[J]. 大众文艺, 2018(01): 160-161.