

社交媒体下电影与短视频的联动关系研究

■文/程瑶

随着以抖音、快手为代表的一类新兴社交媒体应用崛起,短视频进入大众视野,并飞速发展,迅速深入渗透到公众生活的各个层面,现今已赫然成为社会生活中不可或缺的组成部分。短视频的发展不仅深刻改变了大众的生活方式,更是为平民化创作和表达提供了新的方式,短视频的大众传播形成的话语权下沉和次生传播效应为传统媒体的创作和传播提供了新思路。近年来,传统媒体争相跟进,电影也在宣发、营销等方面大量借力于短视频,经典案例层出不穷,成效可见一斑。同时,短视频也以电影为基础,在类型和风格上实现了进一步的拓展。如今,电影和短视频之间已经形成多层次的联动关系,从形式到内容、从传播到营销,深度联结。

一、主战场和“避难所”：官方传播模式下的营销联动

传统意义上,电影作为一种“在场体验”的文化活动,以电影院为固定观影场所,以电影时长为固定的“观影空间”,以票房为衡量电影经济价值的标准。随着新媒体的发展,电视、网络也成为电影新的传播观看平台,根据电影的传播特点,传统的电影营销主要通过报刊杂志宣传、电视宣传、网站宣传、线下路演等方式进行。随着短视频的兴起和迅猛发展,短视频在宣传营销方面的优势逐渐显现——一方面与传统营销模式相比,短视频在形式上更灵活,视听建构更为立体,冲击性更直接更强,同时简短而便捷,随时随地实现传播,打破时空限制的同时,更契合当代电影受众快节奏的生活和碎片化的阅读习惯;另一方面,短视频作为新兴的社交媒体,其交互性非传统传媒所能比拟,通过流量投放,电影能够轻松在短视频平台获得热度,之后,大数据再根据算法进行针对性内容投放,在实现目标受众的精准定位、巩固

的同时,也将实现潜在受众的发掘与驱动,在节省营销成本的同时,实现营销效果的最大化,据此短视频领域成为电影营销的新战场。

作为电影的制作发行方,还是主要把电影的短视频营销重点放在电影主创、电影幕后、电影内容、电影主题等方面,除了释出物料,更善于从其中发掘热点,形成话题,引导受众参与,形成贯穿电影上映前、中、后期的全营销链条。以《你好,李焕英》为例,在电影上映前,以电影原型小品为主的短视频内容就已经在抖音平台铺开,官方更是直接把电影预告片投放到抖音平台,一些拍摄现场的片段也提前释出。除了官方账号之外,贾玲、张小斐等主创也以自己抖音账号发布短视频用于宣传。大量短视频带抖音话题“你好,李焕英”“李焕英MV看哭了”等,为电影上映提前造势,完成了第一波引流。电影上映后,关于台前幕后的大量物料更是集中投放,一直延续到电影下映,话题“新鲜时光TV看李焕英”等更是将短视频营销的成效拓展到电影的线上播放中。

疫情之下,电影产业受到巨大冲击,电影在院线放映和线下营销上不得不另寻新路,而短视频恰恰为电影提供了线上营销和线上观影的新选择,某种程度上,短视频成为后疫情时代电影营销的“避难所”。这其中最典型的案例当属贺岁电影《囧妈》,面对疫情下影院关停的形势,开创性的选择了退出影院,进行线上首播,并与字节跳动达成版权买卖协议,让观众能通过短视频平台免费观看。

二、参与性和主动性：民众传播视阈下赋权创作

短视频与电影一样,是基于影像创作的视听产品,但同时,它又具备电影所不具备的特性,和其他社交媒体

产品一样,人们可以借此形式分享意见、见解、经验和观点,甚至可以基于同一文本,提取不同信息,创造新的内容。基于这种特性,在与短视频建立联动关系的过程中,短视频平台活跃的创作者们成为除电影制作发行方外,另一个更为庞大、更具传播潜力的创作和传播主体。一方面,通过对官方发布的短视频即时的评论、点赞和话题参与,平台受众在互动中的参与性大大提升,打通了受众传播的第一环;而后,平台内的社交传播和跨平台的视频分享,使得受众切实参与到短视频的传播过程中,电影相关内容也随之被二次传播。

另一方面,电影内容滋养了短视频的二次创作,以电影内容为基础的片段剪辑视频、介绍解说视频、专业解析视频、创意改编视频等层出不穷,经过几年的发展日臻成熟,甚至形成了以创作者为中心的二次传播个人品牌效应。以电影情节梳理为主的创作者代表有抖音上的“毒舌电影”,以专业解析和主题挖掘见长的影评式短视频创作者代表有B站的“迷影至下”、“有盐电影”等,电影人物仿妆视频、主题曲翻唱视频等更是放大了电影文本的方方面而……这些创作者们从不同的角度对电影内容进行二次创作,风格多样,有的幽默风趣,有的专业凝练,能够在短时间内吸引受众的注意力,并用短视频的方式维持受众的短期注意力集中,在实现对电影内容进行大众传播的同时,也为短视频受众带去电影的专业知识、幕后轶事、自己对电影的思考与点评等电影之外的信息,正是这些个人化的信息使短视频成为主动创作的、独立的作品。这个过程中,电影的解读和传播权力从制作方转移到受众手中,电影的传播路径也从传统的自上而下向自发性二次传播转化。

(作者系吉首大学文学与新闻传播学院硕士研究生在读)

中国当代电影对农村养老问题的呈现

■文/胡林

在中国,家庭单位内的抚育关系是社会伦理与现实问题的真实写照。尤其在传统观念较重的农村,“老有所依”、“老有所养”更是决定老年人生活质量与幸福水平的关键因素。然而由于计划生育与城市建设发展的影响,我国农村现在已经进入了人口老龄化社会阶段,这样的现状为农村带来了难以避免的现实问题,例如老龄化比例上升,可以留在农村养老的劳动力供给下降,养老问题日益成为受到全社会普遍关注的重大问题。近些年来,农村养老服务发展被纳入到政府主导的乡村振兴计划中,以战略地位进行统筹谋划。财政方面,国家不断加大对养老服务扶持政策的关注,财政资金和资源也不断向之前社会资源分派较少的农村倾斜,农村养老问题的各方面均取得了显著成效。在中国当代电影中,也有许多反映国家持续加大农村养老服务体系建设投入、“十四五”以来农村养老服务事业取得积极进展的影片,它们真实地呈现了社会主义新发展阶段下不断完善的农村养老服务体系,以及更多老年人的幸福生活。

一、农村养老服务体系正在不断完善与创新

近年来,我国不断在传统的养老模式上融入既有经验,着力推进家庭单位、村委会和专门机构养老融合发展,在曾经的子女赡养模式基础上不断更新服务,形成了以村委会等基层农村组织为平台,以提供养老服务的专门社会组织为载体,以社会工作者与志愿者协同的新模式。比起曾经由儿女或养老院单方抚养的模式,“爱心超市”、“时间银行”互助等各种新的养老模式,正在成为农村年轻一代为养家糊口远走他乡打拼时,农村“空巢老人”的更好选择。

在电影《那座山》中,空巢老人刘忠实家住山中,整日都在期盼着儿子与孙子回家看望他。然而,他的儿子刘晓义已经在城市中成家立业,落后的交通与忙碌的工作令他难以抽身;反倒是从小

生在城市、长在城市的孙子刘东东同样作为“城市留守儿童”,与孤独的爷爷之间形成了某种情感共鸣;从小在城市里长大的他对“山中的另一个世界”也充满了向往。在村委会与居委会干部的帮助下,祖孙两代终于跨越了地理与心灵上的“大山”建立了深厚的感情;同时,刘忠实的养老问题也引起更多人重视,周边村民、干部与志愿者纷纷展开亲友相助、邻里互助、志愿服务等新的养老模式,从根本上真真切切地解决了老人的养老问题,改变了老人的生活状态。《那座山》反映出的是典型的农村空巢老人养老问题,重在积极探索完善与创新养老服务模式,并呼吁社会关注“空巢老人”现象,在当下的老龄化社会中大力发展互助养老服务,引导支持城市青年志愿者走入大山服务高龄农村老年人,实现社会劳动力资源的优化配置。

二、养老服务市场活力得到有效激发

在越来越迫切的养老需求下,农村地区养老市场逐步打开并扩大,敬老院、敬老院、村委食堂等养老主体数量增长迅速,持续激发出养老服务市场活力。在不断放开市场准入、赋予农村养老市场活力的背景下,服务全面而专业的养老服务体系初步形成,农村地区老年人也有了获取更好社会服务的机会。许多农村地区都在国家层面设计的指引下根据当地老龄化程度、居住条件、文化传统等情况因地制宜,发展了颇受当地村民居民欢迎的有偿养老服务,各种颇受当地民众欢迎的农村养老服务持续出现,也为当地劳动力创造了许多就业岗位。

在关于乡村养老院模式观察的纪录片《敬老院》中,导演王雷以摄影机视角忠实记录并再现了生活在安徽农村一所养老院里的几位老年人的临终前生活。这些老人们或是无儿无女,或是儿女忙于打工而无力亲自照料父母,将老人送到了敬老院中。尽管敬老院中的老人与护工并非传统意义上的父辈与子辈关系,但敬老

院工作人员却尽力满足老人们的各种愿望。影片着重讲述了两位老人临终前的故事,强调一味的金钱给予不如更具人文关怀的陪伴,陪伴是最好的关怀。在影片中,人与人之间的羁绊超越了血缘,真挚的情感纽带让他们紧紧联系在一起,呈现出一种和谐的拟态家庭关系。

三、养老服务文化理念得到充分提升

“十四五”时期,农村养老服务文化理念打破传统的家庭养老理念,为农村养老服务体系的完善提供了坚实理念支撑。在实践当中,许多学校都将文化理念的学历教育与职业教育相结合,提升相关专业人才对农村老人的实际认知程度与专业素养水平。

在电影《孙子从美国来》中,陕西华县一名退休的手工皮影老艺人老杨头独居在陕西华县。他的独子远赴异国他乡,一日忽然和女友回到陕西,带来了“洋孙子”布鲁克斯。在爷孙两个的生活中,一位将养老重心放在了老年人精神上的王站长起到了重要作用。王站长本来是个养奶牛的乡文化站站长,但在得知爷孙俩生活中的重重困难之后,不仅慷慨地请他们喝牛奶,还坚持不懈力邀老杨头重新开始皮影演出。不仅提升了老人退休生活的趣味,也推动了当地构建尊老敬老的社会氛围,为提升养老服务文化理念创新发展创造了良好的社会舆论氛围。

结语

迄今为止,我国已经在农村养老问题上根据实际情况,因地制宜积极探索出了许多解决农村养老问题的创新之路。中国电影应该深入基层、重视再现、及时总结,积极做好最新的养老经验记录与推广。(作者系广东外语外贸大学南国商学院副教授)本文系广东外语外贸大学南国商学院2022年度重点项目“乡村振兴背景下构建全覆盖的农村基本养老服务体系路径研究”(项目编号:22-008A)的研究成果。

新时期电影报纸版面设计的创新与坚持

■文/范露幻

电影报纸版面设计在电影报刊的平面视觉传达设计中占据着非常重要的地位。电影本身是一门强调美学与沟通的艺术,电影报纸也同样它肩负着电影作品介绍、主题传达和信息解读等重要任务,这些目标在版面设计中必须予以重视。迄今为止,中国电影报纸已经走过了70多年的风雨历程,经历了发展到衰落,再到数字化转型、全媒体融合发展等全行业的重大波折。在社会主义文化建设的新时期,电影报纸版面设计在版面编排、基本形制和体裁特征;也就是对文字、图形、图像等设计元素进行的安排上,既要守正创新,在书刊设计方式、读者市场等方面把“读者需求”放在首位,紧密联系广大群众与实际需求,使版面结构看起来更为符合当下读者的阅读浏览习惯,给人以视觉美感;又要与时俱进,采用“网络优先”、“移动优先”战略,全面布局新媒体产品体系,在“两微一端”(微博、微信、移动客户端)的网络主阵地上发力,在版面设计这一影响受众观感核心领域进行全媒体转型的探索。

一、新锐电影报纸版面设计的创新

在过去的几年中,报刊业内的移动传播、社交传播、视频传播趋势已经大大影响到了电影报纸版面设计的思路与方法。现在一些版面策划较为新锐的电影报纸,已经开始了以新媒体融合中的图频趋势(以图像、视频为主的趋势)为方向的不断探索。在新的电影报纸版面设计中,编辑将更多借鉴基于移动端的互联网模式,其中的图片、文字编码组合与呈现方式都更为灵活多变、突出视觉张力的新锐形式进行融合,在沉浸式、立体化的氛围中展现相对的电影内容与状态。这样的报纸版面设计不仅使得版面活泼有序,还在平面信息中排布中成功

开启了“体验式”的电影报刊消费前景,从而能够得与电影内容之间形成整体有机的“互动”,十分受到当下网络读者与年轻一代的欢迎。

新锐电影报纸版面设计的创新一般遵循以下几个原则:首先,在整体视觉关系上借鉴网页设计布局排版,充分运用网络、线做文章,比如大量的页面留白和基于网络的设计,运用网、线提高视觉效果,使电影报纸的字体、字号、线条、网纹更加丰富;其次,在元素运用上借鉴电子期刊的排版布局来获取新鲜的创意设计灵感,在模块分隔、标题制作与装饰、点线勾勒、图片放置、色彩搭配等方面大胆创新,丰富了视觉美感。最后,在图文编排上使用较为开放的整体风格,少用包围性的实践线条与色块。这样一来,每一块文字与图片都不局限在特定的包围区域内;在整体编排上使用粗细线搭配使用且不围死,使各个模块都产生强烈的视觉生动感。

在具体的版式设计中,新锐电影报纸版面设计根据信息传递的内容可以细分为更多形状,例如曲线型、大图型等。第一类,曲线型排版也是应数码媒体之运而生的新锐方式。曲线型排版是将文字或者主体物以倾斜的方式放置在版面当中。曲线型版面中重要元素呈曲线排布,其他元素填充剩余空间,曲线具有灵活的属性。在传统媒体上,在方形版面上用曲线对画面动线进行引导,让观众视觉左右跳跃,弯曲的曲率产生势能,给视觉以自然的动态引导作用,可以形成活泼有趣的观感体验,有效优化视觉层级,清晰的传递信息。但同时,纸面上的曲线排版也具有两方面弊端。首先,

这种版面设计方式只适合较为轻松愉悦的主题,在表现严肃内容时并不适用;其次,左右动线之间必须以相应的留白补充,很容易浪费报纸版面。但在数字媒体上,智能手机能通过滑动滚屏的操作最大程度上发挥这一排版方式的优势,同时以动画手段弥补上述劣势。曲线型版面借助跳跃的曲线元素,即使是静止的图片也能利用视错觉形成一条直线在屏幕上左右摇摆的动态变化。基于这样的形状元素特性,编辑能够很轻松地完成各元素的分布构图。曲线形构图目前多用于各种跨平台数字报纸上,通过背景的曲线图案进行视线引导,画面构成空间关系的视觉感,所以曲线构图的版面常常显得充实、热闹、生动、空间感。例如西宁青年影展2022年的媒体中心的数字宣传便采用了这一方式。这届影展中的“双重复现”主题同时集结了《青春万岁》、《青春祭》、《人·鬼·情》、《焦裕禄》、《站直啰,别趴下》五部经典电影,以及《七人乐队》等新片,二者相互穿插。在版面的设计上,图片与文字的平衡、新电影与老电影之间的跳跃,也强调了这一展映单元中将由历史照亮现实的理念,为观众带来了穿越时空的洞察和理性量感。

第二类,大图型排版也在对电影图片的大胆运用中加强了整体的视觉冲击力。电影报纸与一般报纸的不同在于,电影报纸中的图片不仅在版面设计中担任调节视觉感受的色块角色,同时也是报纸上重要的信息内容本身。在传统报纸的版面设计上,图片印刷清晰度低;加之版面数总是固定的,以大幅图片占用版面似乎有潦草工作的嫌疑。因此,电

影报刊编辑划版时都把图片当成了调整版面色块的小角色。新时代激光照排等全新印刷技术的应用,使图片的清晰度与可以有效传达的信息都大大地增加了;在数字报刊当道的当下,更大的图片在较小的阅读平台上也不仅不用考虑纸张浪费的问题,还具有天然的视觉冲击力。因此,在版面上放大图片,增加图片量成为正在成为当下报刊编辑进行设计时的共识。无论是纸质媒介或电子媒介,凡版面设计好的报纸几乎都是图片运用得好。例如在2020年12月5日的南都报纸电影版中,该报整版报道了荣获金鸡奖最佳儿童片的《点点星光》主创访谈。版面采用竖排版方式,参考线将版面平均分为三竖栏,将整体画面划分为三大板块。最左侧为毛笔字体的标题“广东电影原创力量”,两侧为对导演及编剧的采访内容文字。最为醒目的是整个版面中间的一张类似电影海报的图片。图片中,跳绳少年之一的孩子,走在上学路上手持手电筒照亮了天空,背景是象征跳绳少年们的点点群星。报刊中醒目的图片与文字构成主排版,正文文字与标题及宣传文案构成副排版。两者平行排布,在竖向排版中协调一致,很好地突出了中央图片的作用。新闻图片作为报纸传媒的眼睛,对报纸版面的呈现乃至电影与报纸信息的协调都具有有机化的作用。其中,本身契合电影内容同时具有新闻价值的图片,就应千方百计地发挥其特有优势,采用大图片甚至组图造成强势的视觉印象,选择最有冲击力的版面设计将信息传达给读者。

二、传统电影报纸版面设计的坚持

在电影报纸的版面排布的过程中,尤其需要注意的是,文编与美编若一味只考虑跳脱的视觉效果,过于强调在图文组合上的灵感和创意,反而会被这种华丽而不实的“新派”设计风格束缚,使版面内容阅读起来繁复费力。一份报纸与一部电影一样,其最终目标与主旨就是为了满足读者的观看与阅读需求,因此一切的努力都应该以适应读者的阅读习惯为主。

无论在媒介上展现何种内容与主题,电影报纸的版面设计始终应该以便于阅读为最高原则。越是复杂的信息,越要讲求简单明快一目了然。过于零乱花哨的电影报纸版面风格尽管可能看似有趣,但在实际阅读中的可看性与舒适性可能并不如传统报纸版面较为平稳的设计方式。这种传统的版面设计是随着印刷术的产生而逐渐演变成约定俗成的一种电影报纸版面形式,它一般按照自然的疏密放置文本、图形和其他设计元素,而版心中的字体、色彩、大小、行距等要素都有一定的要求和规定。严谨的设计让传统版面看起来非常典雅、均衡和大气。

在具体的版式设计中,传统电影报纸版面设计根据整体的信息排布形状可以细分为对称型、满版型等。第一类,对称型排版方式使得版面具有对称、均衡、对比等艺术美,达到理想的视觉效果。在设计对称型版面时,最简单和常用的方法就是在版心中划分一定数量的纵栏和横段,将画面划分为两大板块,在被分

隔开的模块中布置文本、图片等元素。对称型设计能最大程度地减轻排版的工作量和难度。例如在《中国电影报》2022年7月25日的专栏版面中,编辑采用左右平行的竖版构图,以一条浅灰色竖线将整体版面分为左右两个页面,版面左右对称。左侧图片位于上方,标题《<外太空的莫扎特>:“高射炮迫击炮”》位于左侧;而右侧的配图则在文章下方,标题《<开心超人英雄>的观影笔记》同样在左上方。整体上左右对称,观感有序;同时两个标题避免了“碰壁”。

第二类,满版型版面重点在“满”,除了画面满,还有文字满。电影报刊经常需要在文字旁配以大量电影海报、剧照、演职人员的照片等图片信息,许多新媒体数字报纸上更留有许多动图与视频区域。满版型版面设计讲求图文在排版中采用图文穿插的样式,让读者的视觉动线在图文之间来回跳跃,可以使画面整体更加灵动;为了在满版信息中划分出清晰的文本层次,满版型方式在文案排版上,除了区分主次文案之外,还可以在在不同层级的文案上再进行主次划分,主要表现在字号大小、颜色差异、字体区别等形式上。主文案的关键词、新闻标题、电影宣传标语便可以将其放大并修改为主题色,这样在画面上取得更大的主题张力。

结语

新时期电影报纸的版面设计直接影响着报纸与电影的宣传效果,它的创新与坚持是大时代下文化的转型发展的重要组成部分。无论是新锐的创新,还是传统的坚持,都在动态的变化之中相互影响与融合。电影报业乃至整个传统报刊的转型则需要我们在更宏大的思维视野中,进行更任重道远的探索和尝试。

(作者系北海日报社编辑)

《对联》杂志征订信息

《对联》杂志(原名《对联·民间对联故事》)创刊于1985年1月,由山西日报社主管。以教育普及、传承发展、学术研究为核心,面向社会大众,普及对联知识,提高鉴赏能力和创作水平。突出知识性、趣味性、可读性、实用性。

国内统一刊号:CN14-1389/I

国内邮发代号:22-88

定价:月刊,120元/年

订阅方式:全国各地邮局、“中国邮政微邮局”微信公众号、中国邮政报刊订阅网均可

十本以上集体订阅,直接联系《对联》期刊社

征订热线:15735155820 13269221236

广告