

doi:10.16104/j.issn.1673-1883.2021.04.017

# 短视频与传统影视作品的叙事策略比较与创新 ——以抖音为例

陈卓

(四川商务职业学院宣传统战部,四川成都 610000)

**摘要:**随着当代数字通信、传媒技术的迅猛发展,跨媒体的传播环境为包括传统影视作品和新兴的短视频在内的叙事艺术发展带来了前所未有的机遇,由此产生了新的跨媒体、超文本叙事形态。跨媒体语境下的短视频与传统影视作品相比,产生了从叙事结构的封闭式结构向开放式结构,从单一线性化叙事到跨媒体的立体化叙事等多元化演变,并呈现出叙事角度多维化,叙述语态融合杂糅等新特点。厘清短视频的发展与演变,对融媒体时代视频作品产业发展尤为重要。

**关键词:**短视频;传统影视作品;叙事策略;跨媒体叙事

**中图分类号:**G206 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-1883(2021)04-0101-05

## Comparison and Innovation of the Narrative Strategy between Short Video and Traditional Film and TV Works: Take Tik Tok as an Example

CHEN Zhuo

(Department of Publicity and United Front work, Sichuan Business Vocational College, Chengdu, Sichuan 610000, China)

**Abstract:** With the rapid development of contemporary digital communication and media technology, the cross-media communication environment has brought unprecedented opportunities for the development of narrative arts, including traditional film and television works and emerging short videos, thus giving rise to new cross-media and hypertext narrative forms. Compared with traditional film and television works, short video works in the context of cross-media have evolved from a closed narrative structure to an open narrative structure, from a single linear narrative to a cross-media three-dimensional narrative, showing fresh traits of multi-dimensional narrative perspectives and fused narrative voices. To clarify the development and evolution of short video works is of particular importance to the development of video industry in the era of fusion media.

**Keywords:** short video work; traditional film and television works; narrative strategy; cross-media narrative

当下随着数字通信与传媒技术飞速发展,数字化新媒体如互联网、网络电视、移动终端等方兴未艾,传统媒体与新媒体融合发展,构建了全新的“跨媒体”传播环境,为包括抖音、快手等短视频在内的叙事艺术发展带来了新机遇,形成了与传统影视作品不同的短视频特有的超文本、跨媒体叙事形态。因为抖音 App 2016 年才上线,近几年来我国学者发表关于抖音叙事策略研究的论文和著作并不多,截止到 2021 年 6 月相关文章仅有十余篇。张梦雨、黄心渊<sup>[1]</sup>(2021)思考主流内容和主流受众之间深层次的连接逻辑,探讨叙事策略;白岩<sup>[2]</sup>(2019)以《新

闻联播》为例,对传统新闻节目跨媒体叙事传播进行解读。陈淑兰<sup>[3]</sup>(2020)研究主旋律短视频的叙事主体、结构、话语、接受等方面突出当前主旋律短视频的现状和叙事嬗变。以上研究大多从抖音本体进行叙事研究,与传统影视作品横向比较角度的论文或著作凤毛麟角。

本文中所说的短视频是指抖音为主等 App 上播放的视频,时长不超过 5 分钟。传统影视作品主要指与新媒体相比,在传统媒体如电影、电视上播放的影视作品。为了便于比较,传统影视作品主要以纪录片、真人秀和新闻为主,短视频以纪实类、个

收稿日期:2021-08-05

作者简介:陈卓(1978—),女,四川自贡人,硕士,助理研究员,研究方向:新闻学。

人生活类或新闻类作品为主。

“詹金斯所说的‘跨媒体叙事’是由分布于不同媒体平台、各自独立却又紧密相连的故事构成的故事世界,而且‘最理想的形式就是每一种媒介出色地各司其职,各尽其责’,即故事应当与承载其的媒介在内容风格和技术属性上相互契合。”<sup>[2]</sup>根据亨利·詹金斯“跨媒体叙事”理论,媒介融合并不是依靠媒介,而是创作者根据平台特质进行叙事和策划,在每个消费者的头脑中,通过他们之间的社会互动和积极参与来完成全新的故事信息的解读与体验。抖音类的短视频正为这种积极参与和互动提供了肥沃的土壤:用户的广泛性,技术上的易操作性,极强的互动性,同一个新闻事件或主题,在抖音上有更与众不同或更有受众基础的解读。

“强调技术融合背景下的文本独特性和受众参与性,从而形成‘技术属性、叙事文本、受众参与’三者首尾相接的‘跨媒体叙事’闭环。这既契合社交平台走向媒介中心和受众期望自我赋权的传播趋势,也为正经历媒介平台逐渐多元化、受众参与日益主动化和深入化冲击的新闻业引入‘跨媒体叙事’提供了理论与实践可能”<sup>[2]</sup>。在这种全新的跨媒体叙事背景下,抖音等短视频的叙事策略发生了几个重大演进:叙事结构的多元化演变,叙事角度的多维化嬗变,叙述语态的杂糅融合。

## 一、叙事结构的多元化演变

### (一) 从封闭式结构到开放式结构

封闭式结构特点是具有经过严格选择的、最低限度的登场人物,极其节约的活动地点和时间,以及直线发展的题材。传统影视作品的叙事文本通常采用封闭式结构,注重开头、中间与结尾的完整性。受众运用线性思维和逻辑分析能力,按照时间顺序或者内在的逻辑关系,完成作品解读,例如电视剧《武林外传》等。

开放式结构在跨媒体时代,由于短视频创作主体的复杂性、差异性,使得叙事结构更为开放、多元、自由,受众积极地发挥探索性与主动结构或解构,对文本解读表现为多元化、开放式。不少热门的视频会出现模版,受众可以迅速便捷地甚至是一键拍摄同款。相对传统影视作品的完整性,抖音等短视频作品很明显的特征之一就是碎片化,符合受众当下的收看习惯。

《舞蹈风暴》是湖南卫视节目中心于 2019 年 10 月 5 日推出的顶级青年舞者竞技真人秀节目。《舞蹈风暴》包括:《舞蹈风暴第一季》《舞蹈风暴第二

季》。该节目由沈伟、沈培艺、扬扬等人共同组成“风暴见证官”即评委,何炅出任“风暴伙伴”即主持人。2020 年 8 月 7 日,《舞蹈风暴》获得第二十六届上海电视节“最佳电视综艺节目奖”。以 2021 年 1 月 9 日第二季的总决赛《终极之战“神仙”对决》为例,湖南卫视播出版和抖音版进行对比:首先,卫视播出版时长多在 90 分钟,是一个完整的节目流程,仅仅片头就包括赛前四强选手出战宣言片头,张艺兴开场热舞等。节目中间还穿插赛前准备的花絮,黎星和帮跳嘉宾王占峰、敖定雯在自己家里吃饭,并且透露出他们三人不同舞种组队的难度,给节目制造悬念。谢欣、华宵一等代表国内顶尖舞蹈水平的四组选手,赛前花絮以平行蒙太奇的方式,烘托出一种赛前大战将至的紧张气氛。第一轮第一、二季前四强合作比拼,第二轮排名前二位进晋。赛前准备、比赛表演、评委打分、最终决出胜负,四个环节,两轮角逐,环环相扣,是一个典型的完整的、封闭的叙事结构。

反观抖音版的“终极决战”,没有赛前花絮,没有打分,没有评委点评,甚至连主持人都没有,全部由单独的表演节目组成,总共 10 个视频,独立成篇。每个视频时长仅仅 3 分钟左右,近似于板块式的叙事方式。原来 90 多分钟的节目,浓缩到 30 多分钟。这种方式简洁明了,便于受众自由选择,叙事结构相比播出版更加开放、多元,受众可以积极、主动地发挥探索性与主动性,开放式地解读,甚至跳出了节目编导特意设置的专业评委的引导。但是相对卫视播出版,抖音版独立单元的视频难以体现比赛竞争的激烈性和残酷性,叙事功能弱于卫视播出版。独立单元的碎片化结构适合当下受众的收看习惯,所以舞蹈风暴的抖音号实际关注人数并不少,截至 2021 年 5 月 25 日,粉丝量达到 59.3 万,甚至比卫视版更容易受到青年受众群众的追捧。其中 2020 年 11 月 7 日的一期,古典舞舞者朱瑾慧一支中国舞《媚》,点赞量高达 76.3 万。

### (二) 从传统媒体单一的线性化叙事到跨媒体的立体化叙事

结构经典叙事学研究认为,在现实中故事的本质上是线性的,在跨媒体叙事背景下,大量的 UGC(用户内容生产者)促进了主创者社会化和产品多元化,并且社会化、立体化、移动化的传播方式对短视频创作有着极其深远的影响。“‘跨媒体叙事’主张将受众一定程度上纳入新闻生产中,媒介机构可以试图通过与受众或受众群体之间的紧密互动和协作形成皮埃尔·莱维所说的集体智慧,从而得以

花费最小成本制作‘全景式的报道’。”<sup>[2]</sup>5月31日,“三孩生育政策”成了当天最热新闻,高居各类媒体热搜榜榜首。从官方公布这条消息之后,犹如一颗重磅炸弹,官媒抖音和私人抖音账号、微博、微信,传统媒体的报纸、电视台、广播都高度关注此事,人民日报抖音《最新:三孩生育政策来了》点赞量高达221.9万,新华社抖音《三孩生育政策来了》评论量31.5万,转发量11.3万。各类媒体形成了一个跨媒体立体、交互式的叙事,全程积极跟进。大众的关注点集中到“配套政策如何落实?”“三胎有何奖励?”等方面。通过受众对新闻事件的关注,加强了媒体与受众的关联性,充分发挥新华网、央视新闻抖音号等主流媒体的舆论引导力,改变了受众认知和态度,提高了传播的有效性。在跨媒体语境中,这种交互式的超文本叙事给了受众一个全景式的报道,给了受众更接近事实的机会。

这种紧密的互动性和协作性,不但能够使媒介平台更具活力,同时在弥散的媒介内容中,使受众通过制造一些关联,加强了他们对媒介内容和信源的认同与归属,有利于在受众的认知和态度层面上,发挥主流媒体的舆论引导力,大大提高了传播效率。

## 二、叙事角度的多维化嬗变

### (一)从宏大叙事到个人化叙事的凸显

传统影视作品比较注重宏大的主题,一是主流媒体在创作时有较好的条件,既有经济实力,又有社会影响力,这些有利条件造就了早期不少大制作的上佳作品;二是主流媒体代表官方视角,弘扬主旋律,倾向于宏大叙事的题材。比如早期的纪录片从《话说长江》到近期的《故宫》等,无一不是宏大叙事。另外,第三从影视作品主题的选择上来看,这些宏大叙事的主题也无一不体现着主流媒体甚至是官方的价值观——国家政治利益、文化历史传承、民族自尊自立等。

而抖音上,除了官媒的抖音号外,少见宏大叙事的内容,大量内容都是个人出镜为主,与老百姓衣食住行、喜怒哀乐等息息相关,由此可见在新媒体的赋权下,短视频更加尊重个体价值。传统影视作品普遍采用零聚焦的上帝视角,后现代文化语境中的短视频则更注重真实的个体体验,往往采用个人化视角。尤其是近年来风靡一时的李子柒,更是把个人化叙事的特性发挥到了极致。截至2021年5月,她抖音账号高达5508多万粉丝,2.1亿次获赞。李子柒每一个视频带有强烈的个人风格,她长

相清丽,时常身着古装,使得她的视频更显清新文艺,因此吸引了众多的网友成为其粉丝。视频以个人视角切入,以李子柒本人的日常生活为主,包含衣食住行。唯美的构图,浓郁的田园气息,诗意的风格。她的作品带有强烈的个人烙印,符号化的个人风格蕴含中国传统文化底蕴,甚至受到官媒和外媒的追捧。

### (二)短视频叙事的“软化”倾向

传播技术丰富了短视频作品形式,客观上助长了受众的娱乐需求,叙事不可避免地出现了泛娱乐化倾向。新闻娱乐化在内容上会偏向软新闻主题或使硬性新闻软化,所谓的“硬新闻软着陆”——新闻内容更强调娱乐性,新闻叙事方式倾向娱乐化。以新闻联播的抖音号为例,它十分注重运用抖音的拍摄方式和语言来重新解读新闻事件。

1. 画面语言的改进。平时在电视屏幕上正襟危坐、一本正经的新闻主播们,用颇似“抖音网红”45度角,自拍出镜新闻联播,相比平时不苟言笑的主持人来说,多了几分亲近感。

2. 选材上,选取一些抖音用户更为关注的内容,避免传统媒体的比较“硬”的新闻。人民网、新闻联播的抖音号上,基本没有会议新闻。人民网注重传播一些正能量的视频,新闻联播倾向于发布重大新闻事件。

3. 把讲求权威、严谨、庄重的新闻播报语态改成时尚、流行的网络用语,缩短受众距离。2021年4月29日,在新闻联播抖音号的视频——《中国空间站天和核心舱发射任务取得成功,李梓萌:我们用行动证明,中国航天一定能跑得更久、更远!》中,李梓萌出镜面带微笑地说:“属于中国人的空间站,今天正式安排上了。今天中午,中国空间站天和核心舱发射任务取得成功。可以说中国航天员乃至中国在太空要拥有自己的家了,而且还是三室两厅外带储藏间,想想就很带劲儿。”她与电视上正襟危坐的主持人形象不同,右手还加上了手势,态势语言丰富,出镜更具有生活气息,更有亲和力。从语言上应用了“安排上了”“三室两厅外带储藏间”“带劲儿”等网络流行语、方言等,非常接地气。此外,李梓萌还用了一段两年前的载人航天工程的总设计师周建平的话点明主题:“自立自强才能自由奔跑,中国航天后劲十足,一定能跑得更久、更远!”视频时长仅仅52秒,内容紧扣主题,弱化了政府层面的信息,强化了民族自立自强的主题,没有过多的背景信息,评论也是三言两语,一针见血,充分体现了短视频开放性、“硬新闻软化”的叙事特点。

### (三) 注重前三秒巧设悬念,以个性化视角吸引受众

因为抖音成功的主要原因是时长短,抓住了人们碎片化时间的特点,如果在前 3 秒不能抓住受众的注意力,很快就滑走了。跨媒体传播语境下,短视频平台要为品位多元、基数众多、选择多元的用户提供更加新、奇、特的作品,那么作品必须拥有独特的叙述角度、故事化的语态。叙事的碎片化需要将视频前 3 秒制造出强烈的悬念和冲突,才能牢牢抓住受众,所以不少优质的短视频把前 3 秒做成一个超级浓缩版的预告,把内容中最精彩的片段作为自己的“钩子”,紧紧抓住受众。

### 三、叙述语态的融合与杂糅

“所谓叙述语态,是叙述者陈述的语言态势,语言表达映射出叙述者的立场观点、态度情感”<sup>[4]</sup>。语态的变化折射出来的是内容创作者与受众之间互动关系的转变。传统影视作品往往用宏大叙事的上帝视角,与受众有一定距离感,语言表达理性客观,态度情感表现得真诚、朴实。而短视频往往采用第一视角,应用充满“网感”的语言,语气往往夸张、跳脱,如直播带货王——李佳琦的“oh my god,买它买它!”,网红李雪琴“吴亦凡你好,我是李雪琴,你看看清华大学的校门,多白。”极有感染力,容易在网上传播,成为网络流行语。

#### (一) 以平民化情怀打动受众,展现日常

短视频创作主体大多为普通人群,真人出镜展示,语言风格平实,创作特点表现为去精英化、去中心化,强调展现日常,突出真实、平凡的生活味道。抖音依赖其母公司——“今日头条”强大的大数据技术支持,加入算法推荐模型,保证了视频的分发效率和去中心化以及内容优质,在推荐列表中获得更多的关注。生产好内容的普通用户甚至可以超越明星以及大 IP 的关注度。而这一点正是深深吸引普通用户的最大动力。

抖音上有个草根网红——蜀中桃子姐,她讲着一口正宗的四川话,富有浓郁乡土气息的生活场景,原汁原味的人物对白,有着我们向往的田园生活,又有着我们相近的情感和语言,特别是桃子姐与丈夫包立春夫妻二人时常甜而不腻的土味情话,互怼的乐趣,这种接地气、但与受众又有一定距离的视频迅速走红,2021 年 5 月桃子姐已收获 2 217 万的粉丝,获赞高达 2.1 亿次。这些平民化叙述的作品都赋予了叙事空间以“平民化日常生活”的符号呈现,话语表达更加注重与受众的交流,拉近距

离,风格呈现出简洁、生动、口语化。

#### (二) 音乐从辅助的叙事手段,成为叙事的主要元素

抖音的传播与其他如电音、二次元、古风、舞曲、流行歌曲为主的音乐紧密结合分不开,视频内容与流行歌曲相辅相成,内容有了音乐的感染力,情感得到升华,音乐诠释了情感,视频更容易流传。不少歌曲 App 都有抖音网红板块,证明抖音对流行音乐的贡献功不可没。短视频与传统影视作品很大的一个区别就是音乐不是作为 BGM(背景音乐)的角色出现的,它与短视频作品融为一体,因为抖音视频时长短,往往音乐从头到尾贯彻始终,成为作品的主要元素。由于流行音乐的迷因效应,它的迅速传播更是反过来推动了视频的传播。

2021 年年初,一曲《骑马变装》的电音音乐火遍抖音,各路网红包括梅尼耶等都纷纷跟风拍摄制作《骑马变装》视频。《骑马变装》的音乐动感十足,狂野中带有一丝高级感,这类视频一般突出骑马变装前后的服饰、妆容强烈的反差感,再配上明快的音乐节奏卡点,视频冲击力极强,所以火爆全网。

“道金斯认为与之相似的人类社会在文化传承中也存在着像基因一样,具有复制遗传作用的复制因子(replicator),能够通过自我复制、繁殖等生物行为方式传递信息,推动人类社会的进化。由此,将这些通过复制模仿方式进行信息传递的复制因子命名为“迷因”——一种文化传播的基本单位”<sup>[5]</sup>。

### 四、跨媒体语境下短视频叙事策略的创新

跨媒体传播环境下,层出不穷的全新短视频创作方式和传播模式,加之便捷的摄录设备和新媒体技术条件,为受众大大降低了创作门槛和播出门槛,导致网络平台上大量民间制作的短视频良莠不齐。在媒介融合的转型期与攻坚期,梳理和重构短视频的叙事规则和叙述语态,对产业发展尤为重要。

#### (一) 增强叙事时态的动态化

新闻叙事的动态化体现在微观层面,新的传播技术支持媒体进行实时性叙事,短视频即时在线生产模式实现 365 天×24 小时的全时性播放;在宏观层面,新闻叙事从单一框架到多元思维,从传统的固定流程到跨媒体开放生产,从单一文本到互补式文本叙事。单纯从制作上讲,短视频时长短,成本低,效率高,最简易的一个视频甚至可以照片加字幕,这大大增强了时效性,降低了新闻的制作成本和时间成本。

作为中国最高规格的教育选拔机制,高考是中

国人民特别关注的大事件。2021年6月7日,全国高考第一天,央视新闻、新华社、人民网、四川观察等官方媒体抖音账号纷纷报道相关新闻,《第一个出考场》新闻迅速登上抖音热搜榜;新媒体都在进行全时播报,随时掌握高考的最新动态,各地高考作文题目很快成了热搜。从高考考场到语文、数学考题分析,在抖音上热度不减,叙事时态呈现出现在进行时。

## (二) 重视视听元素的多元化表达

在海量信息环境中,现代生活节奏的加快,人们选择权增多了,时间碎片化,注意力稀释了,这往往需要短视频采用快节奏、所谓“炫酷”的强视听冲击力,来吸引大众的注意力,满足受众收视习惯。

相对于格里尔逊式纪录片“画面+解说”模式,显得枯燥、刻板、主观性强,如今大量的短视频作品纷纷利用节奏强的音乐卡点,或者冲击力强的画面,各种新奇的画面和特效争奇斗艳,百花齐放。并且应用超高速摄影、无人机航拍、水下摄影等特殊摄影方式以及数字技术、三维动画特效等,技术性与艺术性完美融合,展现出震撼的视觉效果,满足了受众对强视听冲击力的审美需求。

抖音还时常推送一些特效,紧扣当下社会热点。比如《你好!李焕英》热映时,推出拍摄者可以变身李焕英的特效,一时间受到大众追捧。这种模版式的特效,拍摄简单,容易形成迷因传播。

## (三) 强化互动性和反馈及时性

在抖音上,用户可以对任何一个陌生人或明星的作品发表即时评论、解读,参与创作同款视频,甚至抖音有一键拍摄同款的模板,自己拍摄的视频也可以有机会成为点击量很高的网红款。短视频热点得以生产、传播的重要前提之一是个体的模仿行为。官方发布的活动,不少都是抖音上红极一时的视频内容。这些活动的特点就是门槛低、易参与。比如2019年12月7日发布的《草原最美的花》活

动,《下山》原唱“要不要买菜”翻唱乌兰托娅极具蒙古风情的歌曲《火红的萨日朗》,清新悠扬的曲风,歌手慵懒的唱腔,歌曲朗朗上口,极易流传,让人无限向往宽广无垠的大草原和那舒畅自由的牧民生活,不由自主地想跟随歌曲节奏舞动起来,配上一段很简单的蒙古族舞蹈,大众情不自禁参与其中自娱自乐。

“跨媒体时代,与文本来源多向性对应使受众与新闻工作者互动性增强。新闻叙事系统是开放的,一篇新闻报道中有多个主体发声,更能体现新闻的公平性、客观性”<sup>[6]</sup>。创作者与受众可以实现“秒回”,即能获取及时有效的反馈,又能对下一步的创作有所帮助。新闻叙事的互动性既给受众带来了全新的认知体验,又鼓励受众进行内容生产与传播。互动式叙事方式又反助于新闻价值的实现。往往可以在评论互动时观察出受众的认知和态度,甚至挖掘到更进一步的新闻线索。

## 五、结语

抖音短视频与传统影视作品在跨媒体语境下比较,从叙事结构的多元化演变,叙事角度的多维化发展,叙述语态杂糅与融合都展现出一种积极的、旺盛的生命力和创造力。但在这种繁荣的背后,也浮现了一些问题,比如泛娱乐化、实时监管难。有关部门要加强指导和监管,平台也要优化审核审查制度和体系等。

“抖音从2016年今日头条孵化的一款音乐创意短视频社交软件,发展到2020年9月,包含抖音火山版在内,其日活跃用户数已经超过6亿,这意味着每天有一半的中国网民都在使用抖音”<sup>[7]</sup>。如此大的体量的用户群,搜索、直播、电商,和人们的日常生产和生活息息相关。在跨媒体叙事的语境下,梳理它的规律和法则,总结经验,指导创新,对今后跨媒体时代视频作品产业的发展意义深远。

## 参考文献:

- [1] 张梦雨,黄心渊.融媒时代主流动画短视频的叙事策略研究[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021(5):79-84.
- [2] 白岩.参与、延展与扩散:电视新闻的“跨媒体叙事”实践策略探析——以《新闻联播》抖音号为例[J].传媒,2019(11):67-71.
- [3] 陈淑兰.新媒体语境下的主旋律短视频叙事策略研究[D].南昌:南昌大学,2020.
- [4] 常江,田浩.迷因理论视域下的短视频文化——基于抖音的个案研究[J].新闻与写作,2018(12):32-39.
- [5] 罗华.融媒体语境下纪录片叙事策略的演变与创新[J].当代电视,2020(10):70-73.
- [6] 贾润梅.媒介融合背景下新闻叙事策略的嬗变与反思[J].视听,2020(11):179-180.
- [7] 直击2020抖音创作者大会,共话美好生活新篇章[N/OL].2020-09-15. [http://www.cnr.cn/rdx/cxxhl/zxxx/20200915/t20200915\\_525259629.shtml?ivk\\_sa=1023197a](http://www.cnr.cn/rdx/cxxhl/zxxx/20200915/t20200915_525259629.shtml?ivk_sa=1023197a).