

影视解说类短视频的呈现特征及传播影响研究 ——以抖音平台为例

刘天怡, 高 桑

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月14日; 录用日期: 2025年4月12日; 发布日期: 2025年4月23日

摘 要

在当今信息爆炸的时代, 影视解说类短视频以其独特的形式和内容, 迅速成为观众了解和讨论影视作品的重要途径。随着其市场的快速扩张, 视频质量参差不齐、内容同质化严重等问题也逐步显现。文章以“抖音”平台为立足点, 对平台上10位影视解说类短视频头部创作者的490个样本作品进行分析, 具体探讨此类短视频的内容特征及其传播影响, 并提出相关优化策略。

关键词

影视解说类短视频, 抖音, 内容特征, 传播影响

Research on the Presentation Characteristics and Communication Impact of Short Video Commentaries on Films and Television —A Case Study of the Douyin (TikTok) Platform

Tianyi Liu, Shen Gao

Humanities and Social Sciences Institute, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 14th, 2025; accepted: Apr. 12th, 2025; published: Apr. 23rd, 2025

Abstract

In the current era of information explosion, short video commentaries on films and television have rapidly emerged as a distinctive format for audiences to understand and discuss audiovisual works. However, with the rapid expansion of the market, issues such as inconsistent video quality and severe

content homogenization have become increasingly apparent. This paper focuses on the Douyin platform, analyzing 490 sample works from 10 top creators of film and television commentary short videos on the platform. It specifically explores the content characteristics and communication impact of such videos while proposing optimization strategies.

Keywords

Film and Television Commentary Short Videos, Douyin, Content Characteristics, Communication Impact

Copyright © 2025 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/>



1. 引言

在快餐思维和信息碎片化流行的互联网时代，短视频风潮方兴未艾。据中国互联网络信息中心公布的第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2024 年 6 月，短视频用户规模达 10.50 亿人，占网民整体的 95.5% [1]。其中，兴起于 2015 年左右的自媒体影视解说类短视频正在逐渐成为观众了解影视作品的重要手段[2]。据 Quest Mobile 数据显示，截至 2024 年 6 月，抖音以月活跃用户数量 7.8 亿人问鼎国内最大的短视频平台。为了了解抖音短视频用户的活跃程度，2024 年 11 月 27 日，在新榜有数旗下的一款抖音全场景 AI 数据工具产品——“新抖”平台，以“影视解说”为关键词，检索结果显示，近 90 天内，抖音平台上影视解说类短视频的累计获赞数 2.86 亿，发布作品数 32.1 万，涉及抖音号 3.41 万，累计评论数 1425.26 万。可见，抖音的用户基数已经超过数亿，其中影视解说类短视频因其内容丰富、形式新颖，吸引了大量用户，其市场规模庞大且持续增长。然而，该类短视频质量良莠不齐，以《三分钟带你看完一部 XX》为代表，传播效果值得担忧。且目前国内外对影视解说类短视频的研究相对较少，国内在此方面的研究主要集中于该类短视频的侵权问题，而国外学者的研究则主要集中于探讨用户对短视频的使用如何影响人的心理等。因此，本文以“抖音”平台为例，针对影视解说类短视频的呈现特征和传播影响展开分析与探究，深度探讨此类短视频目前存在的优势及劣势，为其发展提供新的思路。

Table 1. Statistics of the top ten creators on TikTok
表 1. 抖音平台十大头部创作者数据统计

	账号名	粉丝数(万)	总视频数(个)	点赞量 ≥ 100 w 的视频数(个)
1	毒舌电影	5969.01	737	247
2	贤于葛格	2689.06	1563	65
3	布衣探案	2365.15	813	68
4	小侠来了	1895.72	1920	20
5	顾我电影	1111.13	965	17
6	伦帝电影说	1032.09	2117	11
7	乌鸦电影	992.27	787	20
8	电影探长	903.17	593	13
9	电影判官	606.37	447	22
10	长片短解	404.34	554	7

根据粉丝量等数据,选取了抖音平台上10个具有较大影响力的影视解说类短视频头部创作者,分别是毒舌电影、贤于葛格、布衣探案、小侠来了、顾我电影、伦帝电影说、乌鸦电影、电影探长、电影判官和长片短解。截至2025年1月17日,这些账号的粉丝数、总视频数以及点赞超过100万的视频数如表1所示,在众多影视解说抖音账号中位于前列。笔者以这些账号的点赞超过100万的视频(共490个)为研究对象,深入探究影视解说类短视频的呈现特征及传播影响。

2. 影视解说类短视频的呈现特征

2.1. 作品选材紧扣影视热点

通过研究这490个视频的发布时间与热门影视剧流行时间的关系,发现这些头部创作者的影视解说作品选材大多来自关注度较高的热门或经典影视剧。例如,这些账号在2024年国庆期间几乎都有更新关于国庆档热门电影《浴火之路》的解说视频,而由于结合时下热点、准确捕捉观众兴趣点所在,这些视频也获得了良好的数据反馈;再如,去年的一部异域冒险剧《边水往事》在一段时间内火爆全网,许多影视解说创作者不约而同地在2024年8月中下旬接连发布相关解说视频;除此之外,一些账号为了保持更新频率,在没有影视剧爆火的空窗期,也会选取一些优质的经典影视剧进行解说,凭借经典影视剧的知名度,其解说视频也能获得大量的播放量和点赞量,如毒舌电影在2020年5月发布关于经典电影《猫鼠游戏》的解说视频,获得150.5万的点赞等。

2.2. 叙事风格的多元化

影视解说类短视频的叙事风格是指视频内容呈现的独特方式和技巧。依据叙事学理论研究,叙事风格包括结构安排、时间的编排建构以及话语与语况。其中,结构安排主要分为线性结构、非线性结构、多线/网状结构等;时间的编排建构主要分为顺时叙事、逆时叙事、共时叙事等;话语与语况包括话语的人称状态(即采用第一、第二或第三人称的叙事口吻)、话语设定的叙事者功能状态(如隐性的、显性的、集体的)等[3]。通过以上元素的不同组合,可以将影视解说类短视频的叙事风格分为四大类,分别为:简单叙述类、影视混剪类、幽默吐槽类以及深刻内涵类。

(1) 简单叙述类:这类叙事风格的特点为按时间顺序推进的简单线性结构、按事件发生顺序讲述的顺时叙事方式、追求内容和时长的“短小精炼”。以“X分钟带你看完X电影”为代表,这类短视频通常用“小美”“大壮”等通俗性代号代替片中原名,并采用线性叙事的方法浓缩提炼故事情节。

(2) 影视混剪类:这类叙事风格的特点为倒叙/插叙或多时间线交织的非线性结构、多个事件平行展开的共时叙事方式、通过人物话语或者行动推进故事的隐性叙述者功能,如电影宣传片、影视IP混剪等。就较为流行的漫威影视混剪来说,创作者通过选取漫威电影宇宙(MCU)中各个超级英雄的关键时刻,配合背景音乐进行卡点剪辑。这类视频通常具有“无缝丝滑衔接”“高燃”的视听效果。

(3) 幽默吐槽类:这类叙事风格在整体叙述上虽然采用的也是简单线性结构,但是创作者会在叙事过程插述一些个性化的素材(如表情包、梗图等)以增加幽默感。除此之外,其话语设定的叙事者功能状态为显性,表现为叙述者直接介入故事并发表大量的批判性话语。这类短视频的选材通常是一些口碑较差的烂片,创作者有意使用诙谐风趣、调侃讽刺的语言,以吐槽的方式吸引关注并引起观众共鸣。抖音账号“刘哔电影”对一些评分较低影视剧的解说是这类风格的代表,它们不仅从观众的视角出发揭露影视剧的槽点,还用东北话来配音解说,并采用搞笑音乐作为背景音乐。

(4) 深刻内涵类:这种叙事风格的特点是创作者以全知视角、作为显性叙事者在故事叙述过程中直接发表自己的观点,并在讲述完故事情节之后再深入挖掘该影视剧的创作背景、深层内涵等。以“毒舌电影”的解说视频为代表,它们不仅详细阐述了原片主要内容,有时还告知观众原片的立项过程,并以专

业化的视角分析原片的视听语言等。

2.3. 文案风格的个性化

影视解说类短视频的文案指的是在解说过程中配合视频画面进行解说的文字信息,即解说词。为了加大账号区分度、增强观众记忆,大多数影视解说创作者通过采用一些能够凸显个性化特征的特殊文案风格来吸引关注。不管是以犀利毒舌著称的“毒舌电影”;还是以夸张、戏谑的文案风格为主,如“这是全球最具亮点和特色的人造人真人秀”的“小侠来了”;亦或是像“布衣探案”一样采用幽默且口语化的文案风格,如其在解说电影《假爸爸》时,以“你跟爸妈有这种离谱到要发朋友圈的对话吗?”开篇等,这些头部创作者们都尽可能使用有别于同类型其他账号的文案风格,并运用到自己的每一个视频中,以此来打造账号特色,进而吸引特定受众。

2.4. 标题和封面追求“吸睛”力

在信息泛滥以及高度碎片化的当下,用户第一眼看的不是内容,而是一条短视频的封面和标题。通过分析这 490 个具有代表性的影视解说类短视频,可以将此类视频的标题大致分为四类,分别为噱头借势型(如“这是电影版狂飙,却比狂飙更好看”)、客观概括型(如“他为韩国电影创造了历史——奉俊昊作品全解读”)、数据口碑型(如“百亿票房,催泪经典,时隔 9 年再出续集”)和概括哲理型(如“世上最富有的人,是能放得下的人”),其中噱头借势型居多,占比 42.50%;此类视频的封面选择可分为经典场面、空镜、演员特写、海报以及三段式封面,其中以演员特写为主,占比约为 42.23%。可以看出,占比最多的噱头借势型标题和演员特写型封面,都是最具冲击力和吸引力的表现形式,能够大大增加短视频的“吸睛”力。

2.5. 音画剪辑服务于作品主题

音画剪辑分为剪辑节奏和配乐运用,是一条短视频的重要组成部分,也是表现作品主题所必不可少的重要手段。通过总结这 490 个具有代表性的影视解说类短视频的内容特征,可以发现,它们的音画剪辑都旨在服务作品主题,且具有基本一致的特征:剪辑节奏大多数是开头设置悬念,如用“一双脚上了桌,男人们却视而不见”此类含糊不清的话语吸引观者注意,后基本按事件发展顺序展开解说并稍带创作者的自身观点,如用“这样如臂使指的背后,她一定比常人付出过很多辛苦”等稍具抒情性的话语来烘托解说主题,其中名场面或重点剧情使用原声片段,最后用诸如“那些能获得自由的人,却不是那些挣到最多钱、站到最高位的人,却是那些拿得起、放得下的人”之类引人深思的话语总结升华主题;配乐运用基本都是选用与影视作品类型贴合的纯音乐来配合解说,基调平和,不喧宾夺主。

3. 影视解说类短视频的传播影响

3.1. 积极影响

(1) 短时间了解一部影视剧,进而吸引观众深入了解原片

一条平均时长约为 3~5 分钟的影视解说短视频契合了当下人们对碎片化时间的利用,也满足了人们在快节奏生活中的解压需求。同时,此类短视频在吸引观众深入了解原片的基础上,还有助于提高影视剧的知名度和传播度,特别是一些“小众”经典电影,正如有用户评论道,“我很多电影都是因为看了解说才知道这部电影,进而感兴趣去看。”

(2) 帮助观众寻求影视剧的交流

从电影观众的角度来说,受众在看完一部电影后往往会产生与人交流感受的需求及同理心印证的需求,而影视解说短视频的形式刚好能够满足观众的这种需求。比如,在抖音平台上,观众可以在视

频的弹幕或评论区对影视剧进行讨论、评价、推荐等行为,从而实现他们彼此交流、印证观点、集思广益的满足感和归属感[4]。例如,在“毒舌电影”关于电影《哪吒之魔童闹海》的解说视频的评论区,抖音用户“冰峰战狼”评论道,“哪吒的性格,我觉得跟魔丸没啥关系,看殷夫人进庙烧香那段。”该条评论获得了4.3万点赞,同时也引起了评论区关于哪吒性格的诸多讨论。这种评论区“集体欢腾”式的讨论实现了影迷的群体认同需求[5],弥补了线下观影所缺乏的用户参与性以及观众群体之间的互动性。

3.2. 消极影响

(1) 消解影视剧艺术

影视剧作为一种综合性艺术形式,其叙事不仅依赖于人物和情节,还包括视听语言、叙事时空等多方面元素。演员的表演、导演的镜头设计,如塔可夫斯基和王家卫在其作品中融入的诗意化表达,常常成为影视剧的亮点。皮尔斯符号学中提到,影视剧可以被认定为一种符号系统,其中包括图像符号(影像)、指示符号(情节逻辑)和象征符号(深层意义)。然而,影视解说短视频是一种高度简化、筛选原片中这些符号的二次创作,例如将复杂镜头语言压缩为“小美小帅”的标签化叙事等等,这些视频往往以人物为主线,仅仅侧重于剧情讲述,也就是只保留了原片的指示符号,而舍去了很多看似普通、实则关键的符号信息,如蒙太奇手法、音效音响及镜头画面的构图色彩光影等艺术化表达。这些符号不仅是影视作品特色的体现,也是评判其优劣的重要依据。因此,此类短视频不仅颠覆了影视剧的叙事方式,也在一定程度上消解了影视剧的艺术价值。

(2) 同质化严重引起观众审美疲劳

在“碎片化”的语境下,通俗易懂的内容通常更易于传播,而影视解说类短视频的内容生产也在逐渐浅薄化,更多的创作者倾向于用简单易懂的文本来分析、描述原片,这就导致其作品更易于效仿;同时,在拍摄设备上,短视频的制作已经将拍摄传统视频所需的广电级专业设备简化为了一台手机,使得每一个用户都能成为内容生产者,即UGC(用户生产内容)模式[6],这种视频制作技术门槛的降低也导致了大量低质内容的过剩,进一步加剧了影视解说类短视频的同质化现象。具体来说,在内容上,创作者们大多选择关注度较高的热门或经典影视剧;形式上,此类短视频的创作俨然已经形成了一套行业模式和套路,如经典的“三连封面”、高度相似的机械AI配音以及耳熟能详的配乐等等。这种现象几乎给每一部影视剧的分析都套上了一个模板,使它们的表现形式单一化、思想内核趋同化,削弱了影视作品的差异化特色和个性化表达,同时,也极易引起观众的审美疲劳;除此之外,这种高度同质化的现象也抑制了原创动力与行业创新,导致原本可以多元化的内容变得单调乏味。

(3) 降低观众的影视鉴赏能力

第一,在“倍速时代”背景下,影视解说的“3分钟观影”迎合了注意力经济,这类视频通常采用强吸引力的标题,如《兄弟二人一起偷了司令800块金砖,不料最后大哥竟对小弟起了杀心》,以及随意更改角色名称,如“小美”和“大壮”之流,甚至通过夸大剧情来制造噱头。这种碎片化的信息处理方式不仅夸大事实、断章取义,还随意解读原影视剧的思想内核,极易造成观众对原作表达思想的曲解;第二,该类短视频将影视剧抽象为“信息商品”,并将其浓缩为3-5分钟的“速食”内容,这种高密度的信息输出方式使得观众习惯于被动接受简化后的剧情,而缺乏对原片视听语言和深层内涵的主动思考。在这种情况下,观众看似通过快速消费获得了满足感,实则只停留在对影视剧的浅层理解;第三,算法驱动的“信息茧房”效应使得短视频用户总是被推荐自己的偏好内容,就像悬疑片爱好者会持续收到同类解说的视频推荐一样,这就导致观众接触到的电影类型呈现出单一化特征,进而限制其审美多样性。总而言之,影视解说类短视频从多方面降低了观众对影视作品的自我思考和鉴赏能力,使用户被限制在屏幕前,被瞬间的快乐所拿捏,被要求立马给出反馈——滑动、点赞、评论或分享。他们没时间思考,也

不会思考, 只能被动地接受信息[7]。

4. 影视解说类短视频的优化策略

4.1. 提高对影视剧艺术的关注度

影视解说类短视频应尝试在有限的时间内, 不仅关注剧情和人物, 还要适当展示影视剧中的视听语言、场面调度、蒙太奇手法等艺术元素, 以保留原作的艺术特色。可以在解说中直接插入影视剧原片段, 让观众自行体会经典片段的巧妙之处; 也可以在解说之外拓宽介绍影片背后的故事、导演风格、演员表演技巧、场景设计等等, 帮助观众理解这些元素如何共同构建了影视剧的艺术价值, 提升观众的审美能力。

4.2. 鼓励发展差异化解说风格

在内容上, 创作者应避免仅仅停留在表面情节的复述, 而是提供更深层的解读, 如分析角色的心理变化、探讨剧情的社会背景或历史意义等。此外, 除了热门影视剧, 创作者可以尝试解说一些冷门但有价值的作品, 或者关注不同类型的影视内容, 如纪录片、独立电影等; 在形式上, 创作者应避免使用大众化的统一模板和机械的 AI 配音, 可以通过独特的语言风格、个人化的观点表达或创新的剪辑手法, 使视频更具个性和辨识度。

4.3. 尊重原作、引导受众思考

创作者应避免断章取义和夸大事实、避免使用哗众取宠的标题来吸引关注。在解说过程中, 应尽量保持原作的角色名称、尽量提供完整的剧情解说和背景信息, 以帮助观众更好地理解 and 欣赏影视作品。在此基础上, 再尝试深入分析影视作品的思想内核和角色发展, 提供更有深度的解说, 通过高质量的内容吸引观众。

5. 结语

当前, 影视解说类短视频作为一种新兴的视频形态, 仍具有巨大的发展潜力。随着技术的进步和市场的成熟, 此类短视频有望在影视传播领域发挥更加重要的作用。但要想打造积极健康的行业生态, 还需要影视解说类短视频创作者从提高对影视剧艺术的关注度、发展差异化解说风格、尊重原作、引导受众思考等做法着手改造其生产内容。

基金项目

2024 年国家级大学生创新创业训练计划项目, 项目名称: 影视解说类短视频内容呈现及优化策略, 项目编号: 202410298046Z。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2024/0829/c88-11065.html>, 2024-08-29.
- [2] 张晏蔚. 自媒体影视解说类短视频的传播策略研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 长春工业大学, 2023.
- [3] 徐望. 叙事学理论构成、支流与核心概念探要[J]. 安阳师范学院学报, 2024, 26(3): 96-101.
- [4] 赵玉宏. “速食电影”热现象传播原因及影响分析[J]. 电影文学, 2022(22): 63-65.
- [5] 许可心, 方明豪. 电影解说短视频的需求研究——以哔哩哔哩弹幕视频网为例[J]. 新闻传播, 2019(24): 12-14, 17.
- [6] 邱祥骏. 短视频内容生产同质化现象的破局与思考[J]. 时代人物, 2021(18): 10-11.
- [7] 何国威. 从“银幕”到“屏幕”: 解说电影类短视频对电影的拆解与重构[J]. 当代电影, 2023(4): 91-98.