

全媒体语境下电影传播模式的新变

■文/向宁

电影传播模式是推广与宣传电影的重要手段,其通过一系列传播方式将影片信息传输至观众群体之中,是提升电影热度的关键渠道。随着全媒体时代的到来,传统的电影传播模式已不适应于新的社会发展趋势,反而禁锢电影的广泛传播,不利于电影传播模式的畅通运行。为更好地对电影进行宣传与传播,使影片得以展现出文化与经济价值,电影传播模式紧跟时代潮流,在全媒体语境的引领下实现传播渠道、形式、理念、结构等方面的变革,促使电影传播模式始终焕发出生机与活力。

一、全媒体语境下电影传播模式新变的价值意义

电影传播模式是宣传电影作品的关键渠道,其为电影产业的文化传播与盈利创收提供具体路径。全媒体理念与电影传播模式相结合,可突破传统电影传播模式的短板,延伸电影作品的宣传与传播范围,并在精准化的营销模式之下提升电影作品宣发的成功率,有效推进电影传播模式实现更新与变革,继而为电影产业展现其文化价值与经济价值提供全新路径。

电影产业将全媒体理念融入到传播模式的更新与变革中,可有效突破原有传播模式的短板,为电影的宣传与传播提供广阔的全媒体空间,继而提升电影的传播深度与广度,为电影产业的蓬勃发展注入新的生机与活力。电影传播模式是指电影作品从发行到上映的整个过程中所呈现出来的传播流程,其为观众了解电影提供具体的通道,是提升电影曝光度与增加票房的重中之重。但由于传播渠道的限制,电影传播模式往往以观众的口碑相传与主演团的线下宣传为主,近距离传播与接收人群有限的弊端使得电影作品难以被大部分人所知晓,导致电影作品的传播效果大打折扣,其中所蕴含的文化价值也难以被观众接收。而电影产业与全媒体理念相融合,可借助社交媒体平台开放与共享的传播优势延伸电影作品的传播范围,推动电影作品突破时间与空间的限制,将电影作品的传播模式延伸至自由共享的全媒体空间中,使其得以在全媒体平台中实现裂变式传递,继而提升电影作品的传播力度,为电影产业的持续发展提供有力支持。

电影传播模式与全媒体理念相结合,通过线上与线下一体化的营销模式实现电影作品的精准营销,吸引更多的

观众参与到电影作品的观看与讨论中,继而为电影作品增添源源不断的观众,提升电影产业的经济效益。电影产业的经济收益主要来源于版权售卖与影片票房,其中观众在电影的盈利过程中占据着绝大的比重。以往,电影产业在对影片进行营销推广时,往往采取大众化的传播模式,忽视观众群体的个性化需求,最终使得电影宣传群体与最终观看群体不符,不仅增加电影作品的宣传成本,还削弱电影作品的传播效果,使电影的传播陷入到困境之中。而在全媒体理念的加持之下,电影传播模式开始步入精准化营销阶段,其利用社交媒体平台中的用户数据对影片的潜在观众进行精准“画像”,继而根据观众的观影喜好为其推荐适配的影片作品,并针对性地提供线下点映等电影服务,通过线上与线下一体化的营销模式加大电影作品的分众化营销力度,继而增强电影作品营销的成功率,从而在目标观众群体的带动下无形提升电影作品的热度,为电影作品的后续盈利注入观众活力,推动实现其商业价值。

二、全媒体语境下电影传播模式的新变

全媒体语境与电影传播模式的融合拓宽电影传播的渠道,使电影传播在新兴媒介技术的支持下实现形式变革,并转变电影传播模式的固有思维,将碎片化传播与观众思维引入到传播模式中,推动电影传播模式的更新与变革。

联合社交媒体平台,拓宽电影传播渠道。在全媒体语境的引导下,电影传播逐渐与微博、微信、抖音等社交媒体平台相联合,通过全媒体传播矩阵拓宽电影传播的渠道,推动电影传播模式迈入全新步伐,实现电影传播模式的渠道转变。随着全媒体时代的到来,社交媒体平台以其开放与共享的传播优势吸引了大量用户群体的青睐,促使信息实现裂变式传递,成为信息传播的关键渠道。为使电影传播模式更好地对影片进行广泛宣传,影片积极发挥社交媒体平台的信息传播优势,在进行宣发之前首先在各类社交媒体平台上开设官方账户,使电影信息在不同媒体平台之间实现畅通传递,有效拓宽电影信息与内容的传播渠道,提升电影传播的曝光程度,为电影传播模式的新变提供动力源泉。

融入新兴媒介技术,更新影片传播形式。传统的电影传播模式通常以海报、图文讲述为主,虽可对影片内容进行简要概述,但是平面化的宣传形式难

以吸引观众的目光,继而削弱观众的观影兴趣,不利于电影作品的后续宣传。电影传播模式在全媒体理念的影响下,逐渐将H5交互、VR虚拟现实技术、具身技术等新兴媒介技术融入到影片的宣传中,通过立体化的宣传形式为观众营造沉浸式的宣发氛围,继而更新电影传播形式,实现电影传播由平面化向立体化的转变。同时,在新兴媒介技术的支持下,影片可对关键宣发信息进行虚拟再现,使观众在具体情境中亲身感知影片的独特魅力,从而对影片产生更加浓厚的观影兴趣,提升电影传播与宣传的效果,为电影传播模式的新变提供技术支持。

引入碎片宣传理念,突显电影精彩内容。全媒体语境的快速发展使信息传播进入碎片化时代,相较于篇幅较长的信息内容,用户更加倾向于接收简短与便捷的碎片信息,促使信息传播发生新的变革。电影传播模式可将碎片化理念引入到宣传过程中,筛选出影片中具有亮点与矛盾冲突的精彩片段,并将此类片段发布于各类社交媒体平台之中,以此捕捉观众的注意力,继而吸引观众参与到影片的观看中。

推出爆点影片话题,优化电影传播结构。电影传播模式的目标在于将影片相关信息传递至观众群体中,吸引更多观众对影片进行观看,继而提升电影的票房。在此过程中,观众群体对于影片的关注程度便显得尤为重要,但传统电影传播模式仅注重影片信息的传播,忽视观众群体对于影片的参与程度,反而使电影传播背离其初衷,导致电影传播结构的缺失。为完善电影传播结构,提升观众群体的参与体验,电影可根据影片内容推出爆点话题,将观众群体纳入到传播的过程中,促使影片在观众群体中引发热议,继而在观众讨论的过程中增加电影的热度,使更多观众参与到影片的观看中,为电影传播模式的变革提供观众基础,优化电影传播的整体结构。

三、结语

在全媒体语境的支持下,电影传播模式在传播渠道、传播形式、传播理念、传播结构等方面均发生转变,不仅促使电影传播模式紧随时代发展的步伐,还为电影传播注入新的活力,有效增强电影宣传与传播的效果,为电影产业发挥其文化价值与经济价值提供有力支持。

(作者系湖南大众传媒职业技术学院新闻与传播学院讲师)

影视作品中乡村旅游资源的多样呈现与文化体验

■文/陈立群

近年来,随着人民物质生活水平的不断提高,旅游业的发展也不断深化,通过旅游,人们不断拓展自己的视野,不断延展自己的足迹,在生活区域之外,寻求全新的感官体验。在这一全民性的旅游浪潮中,乡村旅游赫然发展为旅游业近年来崛起的新热点。从乡村旅游到民俗观赏,从农事体验到一体消费——从根源上看,乡村山清水秀的生态环境中孕育着种植、纺织等自给自足的农业文明成果,是中华民族之根;从现实着眼,当代都市生活的矛盾日趋复杂化,在物质生活水平不断提高的同时,人们的精神压力也随之增加,乡村旅游唤起了人们归园田居的生活志趣,指向一种全新的生活方式。纵观这一旅游热点的兴起历程,“乡村”从旅游视野的边缘一步步走到了“中心位”,美丽乡村为背景的一系列影视作品的热播对乡村文化遗产的旅游开发,发挥着巨大的助推作用。

一、作为背景的的乡村画卷:乡村资源的发现与呈现

尽管随着城乡一体化的发展一步步深入,城乡之间的差别正在一步步消弭,但我们应该认识到,对乡村来说,这种一体化发展更偏向于设施硬件方面进步和跨越,绝不是对乡村的“城市化”改造,相反,保留并凸显乡村的独特风貌,才是建设“美丽乡村”的核心,也是乡村旅游发展的立足点。“绿树村边合,青山郭外斜”,绿水青山成为乡村环境的主体,是“天然去雕饰”的资源。不过,山水环境天然的封闭性造就的是向内的、闭合的乡村发展模式,乡村的青山绿水在很长时间内,只作为鲜为人知的桃花源,其旅游前景、经济价值并没有被开发出来。近年来,随着乡村路径被打通,这样的局面有所改变,一批“美丽乡村”相继被发现、被开发。近年来,我国影视业的发展迎来中兴,一批视角独特、立意新奇的影视项目落地,特别是近年来古装题材影视作品备受市场青睐,佳作不断。随之而来的,便是各大影视基地难以满足优质作品的创作需求,制作团队于是放眼中国大地,深入满足拍摄需求的乡村实地勘察,最终拍摄,这就是这些乡村旅游资源被发现的过程。一方面,乡村风景契合这一类影古装作品的题材要求,能自然构建古装剧的环境背景;另一方面,对于低成本影视作品来说,往往预算相对较少,尚未开发的乡村区域能在实景拍摄

的前提下,很好地满足其节约置景成本的需求,作品的“火爆”则会迅速地反哺于取景地旅游资源的开发。

当风景进入镜头,随影视作品的传播而进入大众视野,引导观众们付诸行动,亲身探享乡村之美,就促成了当地的初步旅游开发。电影中,从《北京遇上西雅图之不二情书》中爷爷的故乡湖北秭归,到《云水谣》中男女中谈情说爱的福建漳州;从《卧虎藏龙》中白墙青瓦的安徽黄山宏村,到《山楂树之恋》中淳朴自然的湖北远安青龙村等等,电影的镜头中,它们或承载着厚重的历史,或有着清丽的山川风景,或精致典雅,或野性生动,在光影和故事的加持下更加动人,引人入胜。蜚声在前,规划在后,电影将地域变为热点,当地就能抓住热点,开发旅游资源。我们可以看到,早期的“乡村电影”多以爱情为主题,将乡村风景作为背景,服务于人物情感。

近年来,随着社会主义新农村建设、脱贫攻坚、乡村振兴等一系列国家战略政策的实施,乡村的地域特色和发展变化,成为电影新的关注点,一种更具商业性和时代性的电影呈现,将乡村本身变成电影的主题。

二、传统文明的乡村场域:乡村文化的归属与体验

2017年,一部小成本纪录片《四个春天》上映,引发关注。漂泊在北京十数年的陆庆屹用自己的镜头记录下了在老家贵州省独山县度过的四个春天,记录了留在小县城中的一双父母诗意的生活。与繁华都市的快节奏生活不同,影片中的两位老人不仅在自己的一方小院中唱歌跳舞,弄琴弄墨,更将生活的步伐扩展到广阔的山野中,登高采药,田野放歌,乡村生活的别样意趣跃然屏幕,唤起观众们对“乡村慢生活”的记忆和向往。

而这并不是乡村生活的第一次“影视宣传”,从电视传媒的维度上,火爆一时的现象级综艺《爸爸去哪儿》从本质上也是以纪录片的方式呈现乡村生活。回看综艺版节目中,五位明星父亲与自己的子女在几个不同的偏僻村庄及村庄周边的野外生存三天三夜,完成对陌生环境的体验、亲子互动、团队任务等。摄像机捕捉这些真实的场景,呈现给观众。嘉宾们从城市投向乡村,在游戏化的任务设置中游览乡村的风景,体验乡村“自己动手,丰衣足食”的

农耕文明生活,从民族风情到淳朴乡情一一体会,从特色活动到乡村日常一一实践。而观众们也跟随嘉宾的体验发现了乡村生活的独有情趣。与电影和电视剧不同,于乡村的旅游开发而言,像《爸爸去哪儿》这样的真人秀,其并不仅限于对乡村风貌的呈现,而更多的是通过“真人体验”产生角色代入,展现乡村生活和乡村文化的深层面貌。与之共生的旅游活动引导,更侧重于乡村生活、民俗的体验活动。近年来,如《向往的生活》、《亲爱的客栈》等综艺,无不致力于呈现乡村之美,发掘乡村生活的乐趣。通过节目,人们发现了另一种与城市生活截然不同的理想境地,乡村,成为人们向往之且行之所至的世外桃源。摄制组 and 明星们足迹遍布中国多个美丽乡村,对乡村风貌的呈现和乡村文化的发掘也更加深入和多元——如《爸爸去哪儿》中内蒙古呼伦贝尔大草原的射箭、挤牛奶、滑草、摔跤、篝火晚会,西双版纳的禅修、丛林历险,赫然是集地域文化与民族文化之大成;在甘肃中泉乡做拉面,在福建河坑村体验全羊宴,又是将西北、东南饮食文化之精髓融入节目环节之中……《向往的生活》从北京远郊密云县,到浙江省杭州市桐庐县,从湘西土家族苗族自治州古丈县黔阳镇箭竹村到西双版纳,在乡村中烧火做饭,种植捕鱼、采摘买卖……全面回归到乡村农耕文明的生活中去,在劳作中获取生活的恬静。

值得一提的是,在发掘乡村文化的旅游价值的同时,这类节目本身也在创造新的旅游价值,明星效应,加之主创团队的匠心创意,使得节目中涉及的原创生活空间与活动,成为游客们力求复刻的体验范本,这也促使相关资源被纳入到乡村旅游的范畴中,成为新兴的常态化项目。

结语

无论是电影、电视剧,还是综艺,影视作品作为一个完整的体系,从乡村风景、名胜古迹的镜头展演,到乡村美食文化的刻画,再到乡村民俗、技艺、历史文化的融合刻画,无一不能为其所容。在影视作品对乡村有选择性、有针对性地进行正面呈现时,必然会引导观众们前去探寻,这个过程中,乡村文化遗产的旅游开发就在影视探寻—受众探寻的轨迹中得以实现。

(作者系琼台师范学院管理学院副教授)

电影《战马》的叙事风格、角色价值与历史意义

■文/刘丹 吴金玥

电影《战马》改编自著名英国同名儿童长篇小说,由国际导演史蒂芬·斯皮尔伯格指导,获得过当年奥斯卡的多项提名。《战马》通过一匹名叫乔伊的战马的视角,讲述了一名英国农场少年阿尔伯特在第一次世界大战中的寻马之旅,其中夹杂着一战期间的人间百态。《战马》通过人与动物的情感关联,以及动物对人类情感的连结与重建,表现了对人类战争的否定,并表达了对人类在未来能够打破陈规束缚、共建和谐统一新世界的希望。总而言之,《战马》既是一部优秀的儿童动物影片,也在纯真的动物视角中重新审视了第一次世界大战前后的社会与历史,它在叙事的风格、角色的价值与历史的意义等方面都值得广泛而深入的探讨。

一、《战马》的叙事风格

电影《战马》保留了小说的基本叙事风格,其叙事的成功很大程度上也要归功于英国著名儿童文学作家迈克尔·莫波格精彩原作。作为英国乃至世界上最受欢迎的儿童文学作家之一,迈克尔·莫波格创作了《战马》等百余部跌宕起伏、寓教于乐的文学作品,不仅深受儿童读者的欢迎,也颇得许多国际知名电影人的青睐,很多作品都被改编成了影视剧和舞台作品。其中,最为成功的就是

斯皮尔伯格创作的同名影片《战马》。在斯皮尔伯格杰出的执导能力与演员们的出色演出之外,优秀的剧本与契合主题的叙事风格是《战马》广受好评的核心因素。影片以马的角度、马的视角来讲述整个故事,导演敏锐地捕捉了马的细微动作,通过观众的移情效果赋予“动物演员”以丰富的精神活动。

影片沿用了小说中以一匹马的视角和口吻叙事的方式,将镜头固定在战马而非战马的主人身上,讲述了围绕着小马乔伊发生的一系列事件:它在1914年的英格兰小镇上被一位酗酒农场主拍下,在农场的劳动中与农场主的儿子艾伯特建立了深厚的友谊;战争爆发后,艾伯特的父亲泰德在穷困潦倒中不得不瞒着儿子,将乔伊卖给了位英军上尉用作战马,还结识了另一匹健壮的黑色战马托普桑。在这位上尉不幸在埋伏中战死后,成为战马的乔伊与托普桑在英德两国部队中颠沛流离,其间还曾被一户善良的法国农家收留,但最终又被卷入了战争的漩涡。在托普桑因过度劳累死去后,乔伊被坦克惊吓,冲上到战场上的无人区深受重伤,最后在英德两国士兵联手救治下回到英国军队的兽医站——长大后参军的小主

人艾伯特正好就在这里。日思夜想的两个小伙伴终于又相聚了。

电影无法像小说一样采取完全的第一人称视角镜头,但斯皮尔伯格坚持以拍摄人物的方式拍摄乔伊,让摄影机镜头跟随者乔伊“目睹”了它和不同主人相处的过程,记录了也见证了战争的残酷和人性的光辉。

二、《战马》的角色价值

《战马》以一匹幸运的战马为线索,串联起了第一次世界大战血腥腥风中士兵、农民、孩童,以及诸多性格各异、泥沙般的心灵的既有价值观念产生,而是一切发自内心的真正情感、感受,对于生命的尊重,对人类的向往等等。整日酗酒的泰德也曾经拥有为国家而战的光辉历史,但他并不为这段在南非和当地土著居民波尔人的战斗为荣。相反,他对自己曾经听命于人而造成的杀戮十分悔恨,因此将女工颁发的勋章都丢弃在马厩的角落中,并每天依靠酗酒来淡化心中的罪恶感。尽管他的社会身份卑微,穷困潦倒地生活在德文郡乡下,但影片依然肯定了他的价值:片尾处艾米莉的爷爷以毕生积蓄买下了乔伊,原本准备作为对孙女的纪念,却在得知泰德留下了

影片在第一次世界大战的背景中展开,但赋予角色价值的并非是战争中不同参战国的立场,或传统战争中赞美的献身精神。所有人物角色的价值都由一匹被征召上战场的、无辜的小马牵动。当乔伊误入双方僵持的战场中的无人区时,被带有尖刺的铁丝网层层缠挂,撕心裂肺地挣扎哀鸣。英德两军的士兵不约而同地伸出

旗帜后将乔伊送给了艾伯特——这也是影片重要的暗线之一:艾伯特的父亲曾与艾米莉的爷爷在南非并肩作战,并保护了他。《战马》中所有角色的价值赋予都跳出了既有的陈词滥调,没有既定价值观念定义的“好人”或“坏人”,只有无穷无尽的、在生活中努力前行的芸芸众生。

三、《战马》的历史意义

作为一部具有真实历史背景、取材自真实历史故事与战争亲历者记忆的影片,《战马》也具有深刻的历史意义。尽管具有战争背景,但影片在历史叙述上基本沿用了小说的情感基调,没有去刻意美化丑化德国人,而是以一匹马的独立视角去看待战争这件事。战争中没有赢家,受到伤害或是丧命的总是那些被政治卷入灾难漩涡的普通人。

在时间与空间上,《战马》横跨了整个第一次世界大战的欧洲战场,横穿英吉利海峡、佛兰德斯和法国,展现了残酷战争中人性对国籍和战争立场的超越,导演通过对乔伊遭遇的跟踪式拍摄不着痕迹地展现了这场战争的荒谬,更让观众以动物的视角体会到人与人和和平相

《声屏世界》征稿启事

《声屏世界》是由江西广播电视台主管主办,是全国广播影视十佳学术期刊,荣获“全国中文核心期刊(1992年)”称号。《声屏世界》1988年创刊,全国公开发行。

国内统一刊号:CN36-1149/G2
国际标准刊号:ISSN1006-3366
投稿邮箱:jxspsj@163.com jxspsj@126.com
电话:0791-85861504 0791-88316904



广告