

非遗文化与都市生活交融之美 ——滑稽戏《蒸蒸日上》的文化特点

► 10版·文艺百家

剧集电影化： 回归还是新潮？

► 11版·影视

高罗佩《大唐狄公案》 的创作与接受

► 12版·经典重读

竖屏影像：一种屏幕定制化的美学形态

余俊雯

近年来，随着移动媒介的飞速发展，一种更加契合手机观看的屏幕美学形态——竖屏影像悄然崛起。连续推出三年的央视“竖屏看春晚”、热映的竖屏电影《烟火人间》、竖屏短剧《生活对我下手了》、竖屏综艺《和陌生人说话》等，纷纷开拓了竖屏内容市场，引领了我国移动互联网时代竖屏审美的新潮流。这种特殊的媒介符号表意机制从制作源头上颠覆了传统横屏时代的观看体验，在此过程中竖屏影像到底带来了哪些创新，现阶段又存在哪些问题，值得我们一探究竟。

竖屏观看的契机与特征

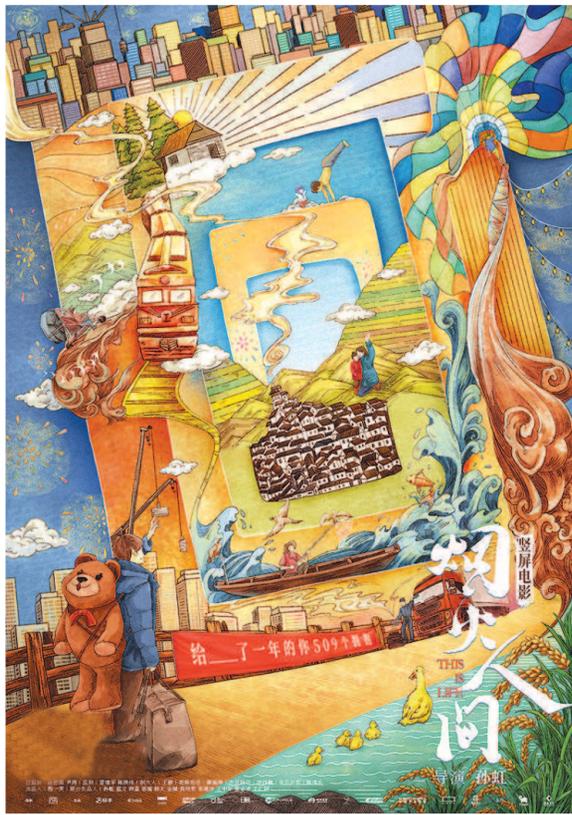
据第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，我国网民规模达10.79亿人，网络视频（含短视频）用户规模为10.44亿人，网民使用率高达96.8%，几近成为全民化应用。由此可见，竖屏影像的诞生是移动互联网时代视觉转向的必然产物。

当前，用户对于视听内容的观看消费逐渐形成了“掏出即所看”的常态。但手机中的“看”与电视、电影的横屏观看模式有所不同，手机屏幕特有的“宽小于高”的屏幕比例设计使得竖屏成为移动媒介屏幕的主流形态。人们习惯于单手握持手机，用手指进行触摸划动，从而实现手机屏幕点击、新闻阅读、视频观看等用户行为，竖屏影像正是对该移动观看场景和用户行为习惯的实践洞察，以一种更贴合人们视觉生理结构的媒介符号表意机制探索移动媒介环境下的适屏创新。

互联网时代，信息传播和内容创作均呈现出碎片化特征，而移动互联网又进一步加速了这一趋势。前段时间热映的竖屏电影《烟火人间》很好地对碎片化内容进行了实验创新，电影由887条短视频构成，内容全部精选自短视频平台里的260亿条短视频，共涉及509位内容共创者。这些不加修饰的短视频素材被铺以“衣食住行”的线索形成一个完整叙事娓娓道来，以一种素朴的、却饱含真挚的影像修辞反映不常被“看见”的老百姓的普通日常。正是这些碎片共同构成了亿万当代国人的真切写照，真正在大银幕上呈现出当代中国的人生百态、以激荡的情感创作出我国首部竖屏共创式院线电影。

竖屏影像的碎片化创作特征同样被运用于竖屏综艺中。节目每期快速呈现一个主题内容，通过嘉宾接受任务、路人随机街访、导演团队整蛊等多元方式在短时间内以“片头介绍本期内容概要—情节展开—高潮发展—笑点反转”的非线性逻辑展开叙事，节奏紧凑，依赖肢体语言挖掘笑点，以夸张的表演状态达到直接、快速逗乐用户的喜剧效果。但与此同时，碎片式的呈现方式又易导致快餐式的消费结果，内容价值含量较低，用户对于信息的接受和审美均处于浅尝辄止的状态。

► 国内首部竖屏院线电影《烟火人间》海报



► 竖屏轻量化访谈节目《和陌生人说话》海报

竖屏内容的视觉审美与创意呈现

传统影视作品在默认的横屏模式下已经建立起规范完整的视听语言体系，依托移动智能手机催生的竖屏画面显然无法与此全然适配，但其独特的竖屏构图孕育出独属于移动媒介的屏幕美学标准，以对称居中美学、分屏美学和包装美学构成其最突出也最典型的视觉审美创新。

竖屏影像受画幅空间的约束，一次性可展示的信息量较小，因此镜头往往聚焦于单独的人物个体，保证屏幕主体突出、画面信息明确，以特写、腰部以上的中近景画面居多。这类艺术表现手法可追溯至我国古代的人像轴画创作，采用肖像画式中心构图，抑或井字构图打造居中美学，将观看视线聚焦于中心，在上下尾端处营造可供视线延展的留白空间，常见于以访谈、

对话、纪录为主的竖屏内容创作。这类人物构图方式相较横屏构图，更能凸显人物修长的身材，符合自拍时代人们对自我建构的审美习惯。

2017年7月，腾讯视频率先推出首档手机端用户特别设计的轻量化访谈节目《和陌生人说话》，在9:16的宽高比屏幕中开创式使用竖屏画面，通过肖像式构图突出人物重心，删减环境信息，保持画面简洁，以更近的观看距离、更小的拍摄景别、更突出的对话情绪构建移动传播时代的综艺竖屏新形态。

而以剧情取胜的竖屏内容创作还需考虑如何在单幅有限的画面空间中同时容纳多个人物的交流关系，因此多运用分屏美学巧妙展现人物之间的反应镜头。例如竖屏短剧《他们对我下手了》，经常采用上下分屏或上中下分屏法对人物间的话语交流和神情反应进行特写捕捉，通过拆分、切割充分利用竖屏空间形成关系联动。竖屏春晚也常运用双人斜分、横竖快分、三分、四分等分屏效果，既丰富了竖屏观看春晚的视角和构图，又凸显了文艺节目中的人物关系和表演细节。

比如今年央视春晚歌曲节目《晒share》，演唱者之一大张伟喜欢大幅度地蹦跳，而另一演唱者刘宇宁相对沉稳一些，这一对比通过斜分对角线的双人视窗得以更加淋漓尽致地展现，赋予了双人表演嘉宾之间的对话感，同时增强了歌曲表演的戏剧张力。

除此之外，竖屏创作还擅长使用包装技巧对画面进行趣味解读和信息延伸，依据节目调性灵活变换画面色调，抑或夸张的线条勾勒人物强调主体，适时营造观看氛围。这种方式拉近了与用户的审美距离，以此构建了移动互联网时代下的用户对话语境、语调和语感，通过轻量化、碎片化、社交化的互动模式最大化覆盖观演人群，为受众带来全新的观影体验。

“以我为中心”的沉浸式审美体验

传统观看通常以眼睛为中心，遵循视觉至

上。然而，移动媒介的兴起与渗透延伸出除眼睛之外的感官形式——触觉体验。在竖屏影像中，用户通过手指与屏幕的触控，开启个体与世界的审美联接。

竖屏影像以一只手即能操控的最低消耗赋予用户对内容选择和媒介消费的控制权，充分焕发受众在接收信息时的主体性，以极强的交互性实现随时随地随处的最大化移动自由，解放屏幕，解放身体。在以手指联接的媒介空间中，竖屏影像聚焦以用户本身为核心的观看场域，形成审美主体“以我为中心”的审美空间，用户以沉浸式的审美体验感受竖屏内容情绪的翩翩起舞。

例如在春晚表演中，侧台指舞台侧面台口，是演出现场表演嘉宾上下场口的位置，通常不出现于正式直播的画面里，但竖屏春晚大胆增设了这一视角，背后的深意耐人寻味。众所周知，一年一度的央视春晚追求高度的精确度和优质性，而故意为之的“侧台视角”，以一种带有“反其道而行之”的意味引领受众将视线转移到表演嘉宾的上场位置。近在咫尺的舞台、窃窃私语的人群、狭窄拥挤的过道，仿若让屏幕前的用户化身即将上场的嘉宾，凭借技术具身使身体本体与现场情境实现交融，再通过个体经验对春晚的特殊情结完成身份认同，以一种“心流”的方式使用户全身心地投入到此情此景中，获得对春晚前所未有的沉浸式观演体验。

不仅如此。好奇心是人类不断进化成长的重要驱动力，人们对未知的事物有着天然的好奇心、探索欲。尽管春晚是大众再熟悉不过的新年俗产品，但其幕后的细枝末节对于广大受众来说仍然是陌生的、新奇的。“侧台视角”的开设让观众得以看到主持人登场前的紧张背词、0713哥哥团表演完节目后与舞蹈演员击掌庆祝等真实场景，打破了春晚一直以来的神秘色彩，以一种“公开的”“揭秘的”性质带领受众重新认知春晚，以竖屏的创新形式正式融媒体时代下的用户与春晚之间的新型情感联结。

从横屏到竖屏，看似是媒介技术发展对影像本体结构的改变，实则是技术不断适应人类与媒介社会发展之间的关系演变，被媒介创造而又不得不依据媒介而生成。相较于横屏创作，竖屏投入成本低，交互性强，上手速度快，也更擅长展示碎片化、生活化的内容，但真正专业化、体系化的竖屏内容仍处于稀缺状态。受画幅限制，竖屏创作对内容题材的要求更高，局限也更多。

尽管竖屏影像存在不少弊端，也并非所有节目和画面都适宜竖屏展现，但仍然是对当下媒介产品内容的一种补充，业界还需不断朝向专业化、美学化进程探索。

（作者为艺术学博士、杭州师范大学文化创意与传媒学院讲师）

我们的文学生活

平移还是平行？这不是一个问题

——对文学刊物借力新媒体的观察

霍艳

以往很长时间内，文学刊物都在人们的文化生活中扮演了重要角色。随着多元文化消费方式和文艺样式的冲击，文学刊物的销量有所下滑，在读者心中的分量也在减轻。面对新一轮媒介变革，文学刊物正在抓住机遇、寻求新的变化，重新吸引读者关注。

按照张颐武教授的观点，文学刊物对新媒体的借助可分为“平移”和“平行”两种方式。“平移”是平台的转移，仍然按照纸本刊物方式运作，只是提供了更便捷的阅读方式，例如开设微信公众号、制作电子杂志；“平行”则是在原有文学空间之外建构了新的空间，使主题得到更深入的讨论，非但没有影响到纸本刊物的生存，还吸引更多人的关注。

传统文学刊物大多选择“平移”的方式，把杂志内容搬上网。先是在网上发布目录预热，然后增加了编者按、创作谈、单篇评论等形式，帮助读者更好地理解作品，同时积极利用短视频、直播来增强文学的表现力和话题度。这样的好处一是填充非出版周期中的空白，使文学在365天里都有讨论热度；二是增加单篇作品的曝光度，让更多作品获得展现机会。《收获》杂志还开发了专属App，里面不光有付费阅读、作家访谈、文学征文，还按主题分为“海上记忆”“一种江湖”“家之春秋”“少年滋味”等栏目，方便读者迅速找到感兴趣的内容。

为了拓展传播渠道、吸引年轻读者，传统文学刊物纷纷在社交媒体上开设账号。《十月》杂志的小红书账号分为编辑和作家的日常、文学活动与文学要闻、投稿订约指南、拒绝书荒等栏目，还有作家采访、探店等活动视频，与读者热情互动，目前粉丝数超过1.5万。

在扩大影响力后，刊物又借助新媒体举办各种文学活动，例如《收获》杂志创刊65周年庆典时，邀请了70余位作家并利用视频号“无界文学夜”进行了直播，莫言和余华斗嘴的场景被百万人“围观”，成为互联网上的“名场面”。《长篇小说选刊》举办的长篇小说年度金榜网络投票，则更好地激发了读者的参与感、认同感。但有时传统文学刊物对新媒体风格还难以把握，给人造成刻板的感觉，无法达到交流和传播的有效性。

过去纸质刊物出版后才在网络发布部分内容，如今有刊物选择在网首发，是一种从新媒体到纸质媒体的反向操作。《北京评论》追踪文艺发展最新趋势，以评论的形式与时代进行有效对话。编辑部在刊物正式出版前推出了“北京文艺观察”公众号，把新媒体作为话题的发动平台。公众号注重策划性和现场感，首月推送的不光有“2023文艺盘点”、评论家年度文艺之选，策划了青年学者学位论文后记等新栏目，更有青年人的锐评，一篇名为《产能过剩时

代的文学劳作》的评论指出原创文学榜单爆炸性增长背后是当代文学的产能过剩和传播受阻，这样尖锐的声音在新媒体上显得十分响亮，倒逼传统文学界进行反思。

“平行”探索方面的典型案例是《单读》——不光有纸质刊物、实体书店、单读丛书，还创办了自己的网站、App、播客，借助新媒体对刊物内容进行不同维度的拓展。它的新媒体不是照搬杂志内容，而是围绕主题、创作者打造专属内容，比如对作者进行深度访谈、还原创作背景、整理互联网的思想碎片。《单读》的目标读者是更新一代的年轻人，这些人天生就拥有互联网思维，知识结构更加全面、复杂，他们勇于吸收新的经验，对自我与社会的关系持续反思。与之相匹配，《单读》的每一篇推送都试图呈现年轻人的生活状态和对世界的疑问，比如“我们的命运就设一点支撑吗”“在这个不确定的世界里游牧”“我们如此勤奋，只为一个正常的世界”，从标题就体现鲜明的态度，吸引年轻人阅读，从而充当一个中介，借助文艺作品将年轻人引导进入思想的世界中，经由新媒体与公共生活展开对话。

也有一些刊物经历了从“平移”向“平行”的转变，比如由张悦然主编的《鲤》。《鲤》创刊于2008年，每期选择一个既和文学相关又侧重青年人成长经验的话题进行不同形式的创作。这

些主题既是一代青年的共同经验，也是一种值得关注的文化现象。其互联网阵地集中于豆瓣网，在上面创办栏目、贴内容、邀约书评、组织相关话题讨论，积累了一批忠实读者。但也因为豆瓣网过于文艺的风格，使得刊物越来越局限在文艺、生活、内心情感的狭窄趣味里，一切社会问题都以文艺的方式得到消解，与历史、现实保持谨慎的距离。随着读者成长，他们不再满足于这种极致性的情感体验，就有人对《鲤》进行了批评：“这波女性作家过了青春期写作，集体透着疲态，连主题书也能够看出集体水准的倒退。爱之深责之切，因为以前喜欢过，所以现在的失望是加倍的。”

面对读者的反应和媒介环境的变化，《鲤》开始思考如何调整方向，酝酿从“平移”到“平行”的转变。它不再靠渲染一种极致的情感体验来引发共鸣，变成加强对“何为文学”的深度思考。改版后的第一期梳理严肃文学与类型文学如何相互影响、共同构成当下复杂且多元的文学风貌，还策划了“伏笔计划”征文大赛，带一部作品从创意走向完成。《鲤》走出了过去封闭的文艺空间，勇于面对众声嘈杂、吸纳不同意见，在传播刊物内容基础上还推介全球文学信息、寻找文学与生活的结合可能，努力拓展一个青年人的文学讨论空间。

无论是“平移”还是“平行”，文学刊物对于

新媒体运用的根本目的在于加强与读者的联结。“平移”的刊物通过新媒体打开过去封闭的传播圈层，吸引新的读者和作者。“平行”的刊物以文学为出发点构建一个新的讨论空间，并为各种声音提供展示平台。它们都在寻求与读者的有效互动，不光吸引读者还从中汲取意见、策划选题，成为他们生活里的朋友。而这一切的基础还是要有优质、打动人心的作品，新媒体是手段，好的作品是内核，两者相辅相成。

文学刊物与新媒体正发生着奇妙的化学反应，不止搬运内容还根据媒介特点策划专属内容，从依靠平台到将自己变为平台。同时一些新媒体平台在积累大量优质的内容资源和忠实的读者群后，也出版纸质刊物，比如非虚构平台“正午”出版了系列丛书、“随机波动”播客出版了MOOK《格》，把虚拟的陪伴变为实体化的“在场”，丰富了文学生态。新媒体的交互性、即时性、全球性、个性化的特点，撑开了过去的文学空间，扩大了阅读人口，人们的眼光也不再局限于单一地区，而是放眼全球、阅读世界。这种融合不光提升了文学刊物在读者心中的位置，更增强了文学发展的活力，形成一种良性循环。

（作者为中国社科院文学研究所青年学者）