

## 白衬衫上的第一粒灰

——关于《城中之城》

▶ 10版·影视

## 艺术创作是“一群人的事”还是“一个人的事”

▶ 11版·文艺百家

## “说吧,记忆”

——纪念加西亚·马尔克斯逝世十周年

▶ 12版·经典重读

### 高质量发展需要高质量引导

万马奔腾才能出现黑马和千里马

输送新的评价因子进入微短剧的评价体系中

# 站上风口的微短剧,期待更多“好风”吹来

据数据显示,2023年我国网络微短剧市场规模达到373.9亿元,同比增长267.65%。预计2027年中国微短剧市场规模将超1000亿元。

与此同时,微短剧存在的种种问题也浮出水面。比如高度同质化,有媒体对几千部微短剧做了统计,其中有300多部剧同名“总裁”,位列第二的是“夫人”。

微短剧为什么这么火?又存在哪些主要问题?

**夏烈:**微短剧现在所有的爽感机制,跟网络小说主打下沉市场时所采用的爽感逻辑是一样的,走的是人的非常本能、原欲的一面,吸引的机制、吸引的受众都仿佛雷同,也就是说,这些网文下沉的市场经验几乎全盘被今天的小程序剧拿过去用了。

再仔细看,很可能背后操盘的资金乃至团队几乎就是一拨人。小程序剧的这批平台,老总们主要是两个来源:一个是曾经有网文背景,做过网文生意的人,另一个则是原来是做广告、做视频的人。他们自然而然地、素有经验地复制了网文的下沉市场,甚至学习了网文而多少跳过了网文的IP改编,成为网文的竞品市场。

所以说,微短剧的成功首先是它很大程度上走通了一条跟当年网络文学市场相似的道路,将网文式爽感视听化,跟影视艺术反而不太一样。

**徐剑:**微短剧能够成为继网文、游戏和短视频之后中国又一受众广泛的数字娱乐形态,有一个很重要的原因,就是它纠正了我们的大众文艺创作领域为核心存在的病态现象,即以流量明星为核心的文艺生产,通过流量明星的塑造来获得文艺作品的回报率。而微短剧非常好的点,就在于它回到了讲故事的核心,不管剧情的反转多么戏剧化,但受众被吸引的核心在于故事情节,在讲故事的过程中观众被吸引。故事,这才是文艺创作的核心,而不是明星或导演。只有好的故事,才能带来真正文艺创作的繁荣。

**崔莉:**微短剧无疑是俗文化的一种新变体、视听文化的一种新常态。其表现出的很多特点,甚至大部分被口诛笔伐的问题,其实都具备通俗文化的特征。通俗文化或者说俗文化在文艺流变中是非常重要的一个部分,在传承性和历史流变上都表现出超强的生命力。它不仅因为传播的便捷性和受众的普遍性,更因为具有强烈的民间性。

时移世易,在互联网文化逻辑流行并试图强势主宰的今天,微短剧应运而生,是偶然也是必然。互联网提供的技术支撑、互联网文化的超众传播,加上低门槛的投资和资本的无限逐利性,没有微短剧,也会出现一个类似于此的,契合今天的文化生产逻辑和社会心态的事物。哪怕我们说它在创作上背离了审美等艺术规律,但放在通俗文化的流行场域来看,微短剧使用的讲故事方式、传播的非常态的情绪情感,营造的白日梦、爽感体验、想象性胜利等,都反映出大众文化/通俗文化一脉相承的基本特征。

**张斌:**从受众端来看,任何一个新的文艺形态的出现、流行、爆发必然是当下社会心理的一种曲折反映。

微短剧里大量存在的反智、暴富、咸鱼翻身等故事情节,反映的是一些人类的基础欲望,以及当下社会中存在的某种不安和焦虑的情绪。当这些情绪和欲望被资本市场捕捉并放大之后,也就意味着一个原先沉默的人群被关注到了。实际上,无论是原先我们讨论电影发展的时候经常说到的小镇青年,还是今天说的下沉市场,都指向这些原来不关注和看到的群体,是他们的需求滋生了微短剧的爆发,这点肯定是值得关注的。

从创作端看,以前影视生产还存在较高的技术、艺术、资金的门槛,而微短剧投资少、成本低、试错代价小,非常容易上手。别的不说,我国有一个庞大的艺术生群体,他们中有很多现在就参与其中,成为一支庞大的创作队伍。也就是说,微短剧的生产力是极其旺盛的。

**李跃森:**微短剧遵循的是互联网逻辑,关注引发关注,流量加大流量。其爆

一段时间以来,微短剧异军突起,成为当下传播最为广泛的一种视听艺术形式和影视行业最大的风口。爆款频出的同时也引发广泛争议,比如大量作品题材同质、制作粗劣、格调低下等。

如何正视微短剧的发展活力,从政策引导、行业标准、评价方式等多方面对其给予正向推力,使其走上一条精品化创作和高质量发展的康庄大道,既取得经济效益,又发挥社会效益,真正成为社会主义文艺中一股积极力量?日前,文汇报社举办了“微短剧的精品化创作与高质量发展”小型研讨会,来自京沪苏浙等地的学界代表们对此进行了深入的探讨。

——编者

嘉宾: 李跃森 《中国电视》高级编辑、知名文艺评论家  
崔莉 中国艺术研究院摄影与数字艺术研究所教授  
王方 南京艺术学院教授,爆款微短剧《我是猎手》编剧  
夏烈 杭州师范大学文化创意与传媒学院教授  
徐剑 上海交通大学媒体与传播学院教授  
张斌 上海大学上海电影学院教授



▶ 微短剧《东栏雪》在漫天飘雪的背景下,以流畅的打斗场面和唯美的场景,展现了独特的国风美感。

◀ 以真实案例为蓝本的23集反诈题材微短剧《我是猎手》热度连续霸榜一周,给业内探讨微短剧的高质量发展带来很多启发。



火背后有两个原因:一是媒介融合,因为有大网文的基数才有现在的微短剧,二者底层逻辑是一致的;二是技术赋能,大数据能够精准地告诉你观众要看什么,这是以前做不到的。

微短剧火爆背后有几个突出的矛盾。一是影视产业的收缩跟微短剧快速发展的矛盾。所有的网络影视剧、综艺节目数量都在下滑,只有微短剧一枝独秀,资本市场反应是最敏感的。

二是产量过剩跟质量低下的矛盾。我没有准确统计过,但是这个感受我想大致差不多,以往电影电视剧精品数量跟一般作品的数量可能是1/5,但放在微短剧里,1%可能都是高估的。大量的低水平重复,相互模仿,相互剽窃,同质化、低俗化。现实题材追求极致的狗血和反转,古装剧随意戏说历史,科幻题材则违背基本的科学原理,一部剧里无限次穿越。

据我了解,微短剧的拍摄周期非常短,一周拍一部已经算时间久的,不少剧组三天就能拍一部。这种生产模式已经脱离了传统艺术创作的基本范式和规律。

三月初,23集反诈题材微短剧《我是猎手》在腾讯视频上线。作品的主创团队是一群有着30年专业影视创作经验的“老炮儿”,表现出诸多非典型特征,起先并不被平台看好,结果播出第二天就冲到了腾讯站内的榜二,猫眼数据热度在一周内持续霸榜一、榜二。

《我是猎手》的成功是特例还是必然?对于行业而言是否具有启示意义?

**王方:**最开始的时候,因为平台的短剧赛道里面基本都是古偶、战将、穿越题材,平台从用户画像和以往成功的案例来分析,《我是猎手》这种题材没有成功的数据,所以平台有些没有把握。

我们也是第一次尝试做短剧,以前都是做电影、电视剧,我们对短剧的判断,包括整个流程也是第一次尝试。这个剧火的一个原因是题材。这个题材本身还是跟所有的普通人密切相关,容易引发受众的同理心,后来我看评论,其实很多人是因为自己身边人经历过这样的事情。还有剧中反映了很多诈骗的手段和反诈骗的技巧,可以让观众从中学到很多东西。

第二个原因是演员。我们开始筹拍的时候,有人说你们这个微短剧投资不

大,不用找什么好的演员,颜值好就行,会不会演无所谓。我们的导演是拍电影和电视剧的,他说我们剧中间所有的演员一定要演过电视剧或者是电影,就算没有演过主角,一定是经历过电视剧和电影正规的剧组训练。后来从评论来看,就是观众觉得你们的演员演技还是在行的,演得还不错,所以我觉得能被观众所接受,找了会演戏的演员,这是一个很重要的原因。

还有一个启示,是我们给这个短剧赛道带来了一批完全不一样的观众。因为从我们的数据来看,看我们剧的很多观众是在晚上,我们判断了一下估计可能是下班以后,他肯定是上班的,平时在上班期间不好看,回家去看的,所以跟其他的微短剧和古偶、穿越这类的受众是完全不一样的,可以说是把一批原来不看短剧的观众带到了这个赛道。

《我是猎手》让短剧赛道的生态变得更加丰富,如果完全基于数据和用户画像的判断,新的东西他就不敢尝试,就永远没有创新,而我们试了一下,发现了新的可能性。所以我觉得平台在未来可能需要有一些改变,除了利用数据对已有成功的类型画像之外,应该有对各类题材的一个判断机制,给有正能量、质量也还不错、流量数据也有可能的作品亮相的机会,让它们有进入商业赛道的可能性,甚至多给一些支持。

**夏烈:**《我是猎手》这个例子还是很有典型性的,给我们探讨微短剧的精品化创作和高质量发展带来很多启发。

首先是差异化的市场原则。短剧总体上还处于初级阶段,会因为大量涌入同质化内容和受众审美疲劳而成功几率越来越低,这就要求创作和生产端寻找其他题材、其他风格、其他团队加以突破,这首先也是市场原则在起作用。所以谁能够创作出差异化产品,爆款,引发新的优质数据,获得平台和资本认可,这成了关键。

其次是短剧这个风口正在吸引越来越多的专业团队或者IP价值越来越高的个人,意味着微短剧也可以进入高配阶段。结果当然是题材类型的多样化、社会关注度的主流化,当它成为市场和受众的焦点中心,各种意义的大IP向之聚集也不是问题。

任何一个产业都要有代表性的人物。这个关键性的人在哪里,创造性转化和创新性发展就在哪里。就像白先勇之于昆曲,叶嘉莹之于古诗词。这样的人如果介入并完善微短剧,是可以启迪大家的,可以走出一条康庄大道,成为艺术。

**崔莉:**我们还要注意到良性生产环境的重要性。市场逻辑指导下的文艺生

产和消费,首先是资本的逐利特征被放大造成的恶劣趣味的弥漫。只有不断有新的类型试水成功,才能打破当下微短剧单调重复、以一当十的局面,而且类型之间还存在融合的可能。当一个类型出来以后成为爆款,会被资本立刻盯上,跟进复制,新鲜的慢慢变成熟悉的,最后固化为一个模式。这是必然的一个过程,只要不形成劣币驱逐良币的状态就没有问题。

理想状态是有更多的力量进来,打破某一种力量独大的局面。独大是很可怕的,资本独大、技术独大、类型独大都很可怕。大家都有力量,才能破局,才能有新局面。在实操层面,管理部门对于平台微短剧可以做一个总量控制,不能在数量上无限制的泛滥,要在质量上追求提升。

同时,防止独大还包括鼓励各种艺术样式的发展,不能只给微短剧提供政策,其他的样式也要发展,营造百花齐放的局面,让受众有选择余地,而不是壮大一种,灭了另一种。

**李跃森:**多元主体介入确实非常重要。我注意到,除了像王方老师这样的学院派、周星驰这样的业界领军人物之外,一些头部影视公司比如华策,也在主动介入微短剧领域。由此带来的结果是,我看到2024年即将投放的微短剧当中有很多是会给大家带来惊喜的。

今年年初,国家广电总局发布“跟着微短剧去旅行”创作计划,提出年内要创作播出100部主题优秀微短剧,推动一批实体取景地跟随微短剧的热播“出圈”,营造跟着微短剧去全国各地“打卡”的新风尚。

微短剧的健康发展,必然需要方方面面的引导和助力。需要做什么?应该怎么做?

**李跃森:**我们当然要呼吁微短剧的精品化,但是,微短剧的精品化应该有别于这个赛道的标准。比如话题性,话题性是什么,就是作品跟受众、跟世界的连接,实际上是非常考验创作者的世界生命观的。能不能从这里寻找突破,主动去寻找和表现一些能够体现人类共同价值的议题?

具体来说,微短剧的精品化可能体现在这么三个层面:现实生活的新鲜感、人物精神的丰盈感和历史认知的厚重感。

另外精品化的路径问题,这是以往说得比较少的。在我看来,就是要多样化。一个健康的文艺生态环境是以

多样化为基础的。而微短剧的多样化,除了题材和风格的多样化之外,还应该鼓励创作理念的多样化。

这里有一个管理部门和市场如何各司其职的问题。对于新生的文艺样式,从管理的角度应该多一点宽松和宽容,管好导向,定好规则,守住底线,怎么配置资源,是拍科幻还是古装,悬疑还是穿越,由市场决定。重要的是有没有弘扬真善美,这个才是根本。要相信市场有自我纠错的能力,同质化的内容多了大家也就不爱看了。

所以一定不能因为反对野蛮生长就要求按照统一的模式生长,那就落入到自我设限的创作陷阱里了,特别是对于那些受年轻人关注的幻想类的作品,一定要给空间,包容不同的观念和经历,反映广泛的社会需求,这样微短剧才能有一个长期发展的基础。

**徐剑:**特别赞同李老师的观点。市场萌芽之初总是野蛮生长的,但是我们相信市场的力量,相信市场的创新能力和自我净化能力,就像中国曾经在网剧行业经历过的,市场的创新力量促使行业不断迭代和进化,最终能找到自己的精品化创作和高质量发展之路。

我们要充分重视初始阶段的那种粗糙但又新鲜的生命力,只有经历过万马奔腾,才能有千里马的脱颖而出。哪怕会出现一些低俗内容,只要不逾越底线,也应允许其存在。经典的大众文艺作品往往是在通俗文艺浪潮的洗礼中才能去芜存菁。包括四大名著,就传承自当时普通民众流行的话本小说。

随着越来越多导演、名编剧和专业演员等多元主体介入,产业资本大量的投入,精品短剧必将大量涌现。这就像福利彩票池,只有越来越多的人加入,才能抽出亿元大奖,才能产生出大家心目中经典的文艺作品。所以相信市场的力量,就是相信市场的创新逻辑,相应的监管原则就是对创新有包容,包容不同的观念、不同的经验和不同的题材,真正在多元化中诞生精品。

**崔莉:**作为研究者,面对微短剧这个新事物,一味采取批判的态度并不可取。微短剧刚刚开始萌芽,其创作和消费方兴未艾,更多关于微短剧的可能性、多样性还远远没有经过充分的发展和多维度呈现。也就是说,虽然具备一切俗文化的特征,但微短剧不是任何已经出现的俗文化形态的替代品或者等价物,它自己的“质的规定性”还没有出来,还需要假以时日逐步形成,这个时候进行观察、思考、介入的前提,是首先给予它足够的生长空间。

同时必须注意到,微短剧在发展过

程中,被不断批判的那种自发性就是大众文化“媚俗”的根性,能不能从“媚俗”走向“雅俗”,决定了微短剧在发展中是不断向好,还是向下崩塌的殊异结果,这里的“雅”是使动用法,使俗变成雅,即“俗的雅化”。

实现从“媚俗”到“雅俗”是一种文化愿景,从更高立场看,雅和俗不是对立的,大雅即大俗,作为通俗文化样态怎样实现雅俗共享,这是业界学界都需要做的功课。今天圆桌讨论的意义就在这里,如何赋能微短剧,实现一种俗文化的品格提升、境界提升,实现俗中有雅,雅俗共赏。

另外,高质量发展首先是要有发展,有一定的积累才会提高质量,不管黑马还是千里马,都要在万马奔腾中才能出现。

高质量发展同时需要高质量引导,国家广电总局提出的“跟着微短剧去旅行”的创作计划,对行业产生了非常正向的引导。我们在政策方面,包括文化主体性方面,要下功夫,要提出真正有建设性的、引领性的建议和措施,多提几个,方向立刻就明朗了。资本会追逐政策导向,资本不追求高雅,也不追求低俗,资本只追逐利益,微短剧为人诟病的绝大多数问题都是资本在实现利益最大化的过程中带来的副产品,作为政策就是要提高引导力,引导力打对了方向,水到渠成。

**张斌:**精品化和高质量,是一个新的艺术样态逻辑发展的必然方向。因为随着市场参与者的激增,从蓝海到红海的转变必然推升竞争升级,推升产品要增强它的竞争力。尽管目前我们看到的似乎主要是向下的趋势,但下行总有一天会碰到底线,所以反弹向上也是必然之路。

我非常赞同前面几位老师提到的多样化问题。微短剧在内容、题材、美学上能达到怎样的丰富性,需要让它去探索。但同时也需要规范,因为它是一个整体的产业发展的形态,这里面政策供给是让它更健康地发展,是给它助力和引导方向,而不是去设置障碍的。

回到《我是猎手》这个案例,里面其实涉及到一个微短剧的评价问题。网络声誉——包括网友评价、收看数据等等,是今天所有互联网平台的主流评价方式。但是它不应该成为一个单维度的评价,就是说,它不能成为一个评价霸权。

之前跟王方老师聊天的时候,他讲到一个细节,就是剧集播出之后收获了不少媒体的好评,这些评论文章会推高作品在猫眼上的热度。这个细节给我的启发就是,要输送新的评价因子进入到微短剧的评价体系当中。比如王方老师通过《我是猎手》的创作实践就输送了一个,以后在平台的评价体系当中就会被认为这种偏现实的、偏常态的题材可以爆发,然后可能影响因子会进入这个评价体系当中,这种双向力量对微短剧的高质量发展和精品化创作可以起到保驾护航的作用。

**王方:**如果能够建立一个好的评论体系,一个好的评论的标准,不仅仅只是以数据、用户的画像完全地去迎合受众,确实会对整个微短剧的生态有好处。但我们不能沿用传统的评价体系,不然就会失效。所以当务之急是建立一套新的评价体系。

**夏烈:**我曾经提出一个“场域学”的说法,就是场域关系。我发现有四种力量是起作用的:受众、产业资本、国家政策、知识分子。我尤其要讲第四种力量,组成这支力量的包括学者、评论家、作家等等,这支力量既熟悉文艺规律,也尊重市场规律。一方面同样也是受众,有受众的基本心态,但同时也是接受过专业训练的受众,对于作品的质量提升有更加迫切的诉求。

我最近做了2024新媒体视听排行榜的评价体系,也是基于我们参与之后对包括微短剧在内的一些网络视听内容的诉求和要求,比如说艺术化、精品化,审美水平要提高一点,逻辑性要合理一些。要充分地利用我们这个第四种力量,它看上去是最弱的,但我们要善于构建、沟通各个方面的关系,微短剧现在正在形成或者开始进入这个阶段,恰恰是我们可以大有作为的阶段。

任何一个时代的媒介和艺术形式都不是无益的,也不是有原罪的。我认为谁参与、与谁合作,最后提升它、改造它,让它把层次做出来,这才是王道。

(圆桌主持,文字整理:邵岭)