

高等院校『十二五』应用型艺术设计教育系列规划教材



数字传媒时代

——网络微视频的设计与制作

主编 刘晗 郑旻 张彩霞

DESIGNER

a creative business



合肥工业大学出版社

HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

高等院校“十二五”应用型艺术设计教育系列规划教材
本书为2013年湖北省教育厅科研计划项目《数字传媒时代
——跨媒体的视频设计与制作》研究成果

数字传媒时代

——网络微视频的设计与制作

主 编 刘 晗 郑 旻 张彩霞
副主编 洪 英 姚 娟 刘 瑞

合肥工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

数字传媒时代：网络微视频的设计与制作 / 刘晗等主编. —合肥：合肥工业大学出版社，2014.5

ISBN 978-7-5650-1825-1

I . ①数… II . ①刘… III . ①计算机网络—多媒体技术

IV . ① IP37

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 095245 号

数字传媒时代——网络微视频的设计与制作

主 编：刘 晗、郑旻、张彩霞

责任编辑：王 磊 袁 媛

装帧设计：尉欣欣

技术编辑：程玉平

书 名：数字传媒时代——网络微视频的设计与制作

出 版：合肥工业大学出版社

地 址：合肥市屯溪路 193 号

邮 编：230009

网 址：www.hfutpress.com.cn

发 行：全国新华书店

印 刷：安徽联众印刷有限公司

开 本：889mm × 1194mm 1/16

印 张：12

字 数：316 千字

版 次：2014 年 5 月第 1 版

印 次：2014 年 5 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5650-1825-1

定 价：58.00 元 (含教学光盘 1 张)

发行部电话：0551-62903188



目录

绪论 超视像化的数字传媒新时代——网络微视频的传播

第1章 跨媒体传播中的网络微视频

- 009 1.1 微视频界说
- 009 1.2 微视频创作的主要类别
- 011 1.3 原创微视频的艺术构思基础

第2章 网络微视频的创作流程和总体要求

- 017 2.1 总体创作流程
- 018 2.2 视频设计师与后期制作软件
- 021 2.3 微视频创作总体要求

第3章 微视频设计的艺术语言——画面

- 022 3.1 认识画面
- 025 3.2 画面景别
- 030 3.3 拍摄角度
- 034 3.4 运动画面
- 037 3.5 画面的取景与构图
- 040 3.6 画面光线
- 043 3.7 画面色彩

第4章 微视频设计的艺术呈现

- 045 4.1 场面调度
- 049 4.2 镜头组接原理
- 051 4.3 案例分析

目录

第5章 基本的数字编辑技术——Premiere

- 063 5.1 系统界面及主要功能介绍
- 068 5.2 素材采集与导入
- 071 5.3 编辑素材
- 085 5.4 常用特效
- 091 5.5 字幕制作
- 095 5.6 成片输出

第6章 数字特效技术——After Effects

- 104 6.1 AE 基础动画
- 109 6.2 文字特效制作
- 118 6.3 制作精彩片头
- 123 6.4 视频调色
- 131 6.5 图表动画制作
- 138 6.6 综合实例——《我是歌手》小片头

第7章 网络微视频创作实务

- 159 7.1 微电影创作实务——《Yestoday 博物馆》创作文案
- 168 7.2 微宣传片创作实务——图书馆宣传片创作实录
- 172 7.3 微广告创作实务——东湖学院视频展播微广告制作
- 182 7.4 微动画创作实务——追忆《我的大学三年》

参考文献

高等院校“十二五”应用型艺术设计教育系列规划教材
本书为2013年湖北省教育厅科研项目《数字传媒时代
——跨媒体的视频设计与制作》研究成果

数字传媒时代

——网络微视频的设计与制作

主 编 刘 晗 郑 旻 张彩霞
副主编 洪 英 姚 娟 刘 瑞

合肥工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

数字传媒时代：网络微视频的设计与制作 / 刘晗等主编. —合肥：合肥工业大学

出版社，2014.5

ISBN 978-7-5650-1825-1

I . ①数… II . ①刘… III . ①计算机网络—多媒体技术

IV . ① IP37

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 095245 号

数字传媒时代——网络微视频的设计与制作

主 编：刘 晗、郑旻、张彩霞

责任编辑：王 磊 袁 媛

装帧设计：尉欣欣

技术编辑：程玉平

书 名：数字传媒时代——网络微视频的设计与制作

出 版：合肥工业大学出版社

地 址：合肥市屯溪路 193 号

邮 编：230009

网 址：www.hfutpress.com.cn

发 行：全国新华书店

印 刷：安徽联众印刷有限公司

开 本：889mm × 1194mm 1/16

印 张：12

字 数：316 千字

版 次：2014 年 5 月第 1 版

印 次：2014 年 5 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5650-1825-1

定 价：58.00 元 (含教学光盘 1 张)

发行部电话：0551-62903188

数字传媒时代

——网络微视频的设计与制作

编纂委员会

主 编：刘 晗 郑 旻 张彩霞

副主编：洪 英 姚 娟 刘 瑞

编 审：洪威雷 张洁意

编 委：邓 双 唐会军 胡 月

张 迅 程 媛 涂 芳

张 晶 郭媛媛 杨珊珊

王 井 程 昕 全丹莉

智 慧 胡 芳 李卫锋

蔡 鹏

序言

在数字技术迅速推进的背景下，网络微视频的兴起已经早有时日。“每个人都是生活的导演”，正如土豆网的这句口号，普通人也开始用影像记录着对这个时代的感受。而就在十多年以前，影像的创作还只属于专业人员的工作，对普通大众而言显得那么遥不可及。数字技术和现代媒介大融合的背景之下，网络的发展和微视频的兴起，使得影像从高高的神坛走下。这种变化来自于两个方面的原因：一方面，视像文化的生存背景所酝酿出的这场颇具规模的平民运动，逐渐改变着影像创作的整体格局；另一方面，影像媒体技术突破了专业人士的垄断，计算机逐步取代了许多原有的专业级设备，影像制作逐渐向PC平台上转移，给了大众参与的可能性。这一切正是本书作者在书中所详细论述的，也正是此书撰写的理论和现实基础。

值得一提的是，随着后期制作软件功能的越来越强大，原本由摄像师所完成的许多工作，也可以由后期制作人员通过软件功能实现。同时，各种视频特效合成、音响效果、电脑图像创作等技术的合为一体，以往单一的技能对后期制作人员已远不足够，他们不仅需要掌握多种软件技术，还需要具备一定的影像艺术鉴赏能力。这就要求微视频的创作人员要具备整体创作素养，熟悉微视频设计与制作的每一个环节，才能创作出好的作品。事实上，目前网络微视频数目众多，但真正能将生活艺术地搬上屏幕者却少之又少，这也正是该书撰写的初衷。

此书为武汉东湖学院应用型教材建设成果，其敏锐地捕捉到时代的声音，在跨媒体传播的语境中，探讨针对网络微视频特点的影像创作思路，从网络微视频设计理念和视频制作技术两大维度具体分析微视频的基本艺术语言——画面和如何将不同画面巧妙组合的艺术呈现技巧以及利用Premiere和After Effects两款专业软件进行后期制作的详细过程。撰写过程中力求走出以往此类著述只注重理论而忽视实际操作，或只谈操作而不讲求原理的误区。全书大量地结合了微视频范例，而这些范例都是出自于我们自己学生的优秀作品，并通过其中一些典型的实例，具体探讨了各种类型视频创作的方法和技巧。所精选的创作实例凝结着每位创作者的付出和汗水，而他们也正是自己作品最好的代言人。在这里也要替作者感谢这些创作者对本书所作出的贡献，他们是刘瑞、邓双、唐会军、胡月、张迅、郑旸、程媛。还要感谢收录于此书中的其他作品的创作者，因为你们的作品，激发了作者的创作热情，也才有了本书的问世。

是为序。

石元伍于湖北工业大学

2014年4月20日

目录

绪论 超视像化的数字传媒新时代——网络微视频的传播

第1章 跨媒体传播中的网络微视频

- 009 1.1 微视频界说
- 009 1.2 微视频创作的主要类别
- 011 1.3 原创微视频的艺术构思基础

第2章 网络微视频的创作流程和总体要求

- 017 2.1 总体创作流程
- 018 2.2 视频设计师与后期制作软件
- 021 2.3 微视频创作总体要求

第3章 微视频设计的艺术语言——画面

- 022 3.1 认识画面
- 025 3.2 画面景别
- 030 3.3 拍摄角度
- 034 3.4 运动画面
- 037 3.5 画面的取景与构图
- 040 3.6 画面光线
- 043 3.7 画面色彩

第4章 微视频设计的艺术呈现

- 045 4.1 场面调度
- 049 4.2 镜头组接原理
- 051 4.3 案例分析

目录

第5章 基本的数字编辑技术——Premiere

- 063 5.1 系统界面及主要功能介绍
- 068 5.2 素材采集与导入
- 071 5.3 编辑素材
- 085 5.4 常用特效
- 091 5.5 字幕制作
- 095 5.6 成片输出

第6章 数字特效技术——After Effects

- 104 6.1 AE 基础动画
- 109 6.2 文字特效制作
- 118 6.3 制作精彩片头
- 123 6.4 视频调色
- 131 6.5 图表动画制作
- 138 6.6 综合实例——《我是歌手》小片头

第7章 网络微视频创作实务

- 159 7.1 微电影创作实务——《Yestoday 博物馆》创作文案
- 168 7.2 微宣传片创作实务——图书馆宣传片创作实录
- 172 7.3 微广告创作实务——东湖学院视频展播微广告制作
- 182 7.4 微动画创作实务——追忆《我的大学三年》

参考文献

绪论 超视像化的数字传媒新时代——网络微视频的传播

“现代生活就发生在荧屏上……在这个图像的旋涡里，观看远胜于相信。这决非日常生活的一部分，而正是日常生活本身。^①”——尼古拉斯·米尔佐夫

在人类社会快速步入信息时代的发展历程中，计算机、互联网、移动通讯等现代科技手段以更加有效的方式深刻地影响着人们生活的方方面面，数字技术始终是其发展的核心技术驱动力。在大众传播领域，传播技术手段以数字制式全面替代传统模拟制式的转变过程，完美地论证了尼葛洛庞蒂所提出的“数字化将决定我们的生存”的著名预言。而在数字传媒发展到今天，视像文化已经成为“图像时代”以图像进一步把握世界的更本质追求和文化语境。在视像文化的背景之下，影像化生存似乎成为了一个新的时代主题。

影像以电影和电视为其发端，对于普通大众来说长久以来都蒙着一层神秘的面纱，但在数字技术和现代媒介大融合的背景之下，网络的发展和微视频的兴起，使得影像也从高高的神坛走下，影像的传播中制作者、销售者和消费者这三个概念之间的界限也越来越模糊。这种视频传播的“普众化”，意味着我们进入了一个“超视像”的媒体时代。此种“超视像”既表明了鲍德里亚(Jean Baudrillard)在仿像世界的概念中所提出的，我们面对的现实是一种超级现实、过度现实(hyper-reality)的世界，而另外一个方面，也是对影像化生存的更贴切的解读，即影像媒体技术突破了专业人士的垄断，具备了双向甚至多向的意义交流功能，而由此带来的网络微视频从广度到深度的快速扩张，正是一个完美的例证。^②

网络微视频的一个重要意义就在于，媒介融合下的跨媒体传播突破了传统的文字的樊篱，而进入一个无处不在的“声像时代”。“如无视频，概不理睬”的文化消费心态逐渐在这场“声像崇拜”的风习中演进而成。如果说跨媒体传播预示着传媒领域将进入“大同世界”的发展趋势和方向，那么网络微视频则暗合了不同媒体之间的交叉与融合、合作与共生的特点，暗示了在一个将不再有什么单一的报纸、广播、电视、网络 and 手机的新媒体时代，人们的媒介生存体验将会产生一个什么样的变化。

我们已经可以感受到的是，大家看电视的方式正在改变。单一的电视传播方式已不能满足个体的需要，人们可能一边看着电视节目，一边在腿上的电脑中搜索着节目的幕后花絮，并用方便快捷的“工具套装”^③提取影像中精彩的微片段，即时分享到微博、社区中，还可以用手机中的微信朋友圈继续与好友分享、体验与交流……人们也不再像过去那样准点守候在电视机旁，等待着自己每期必看的综艺节目或真人秀，不再为错过了重要的新闻或者一部剧情片的精彩部分而后悔莫及，因为他们可以轻松地从网上搜索到比电视节目更全面并且适合自己口味的视频。而传统的影像传播者也在逐步改变着策略，如美国 ABC 电视台推出的经典电视连续剧《迷失》，除了电视之外，制作方还通过网站、杂志、报纸等多种媒体发布各种同这个神秘小岛和剧中人物相关的线索，还专门推出制作了一部手机版的《迷失》，共 20 集，每集只有几分钟。

① [美] 尼古拉斯·米尔佐夫. 视觉文化导论 [M]. 倪伟, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2006: 1.

② 邢强. 微视频的媒介品质与时代意义 [D]. 苏州: 苏州大学, 2009: 5.

③ 百度旗下的高清视频网站奇艺就有为用户提供分解电影的“工具套装”，包括片段分享功能、截图分享功能等，用户可以直接提取其中喜欢的片段转帖分享。

手机版的主要人物没有在电视版中出现过，但是又和电视版的人物和情节有着千丝万缕的联系。吸引了大批被电视剧情节弄得五迷三道的观众，特别是年轻的粉丝，全方位跨媒体地追踪剧情的发展。

在数字和网络时代，“任何人”在“任何地点”和“任何时候”可以获得“任何想要的东西”^①。随着手机等新媒体的发展，视像文化的消费背景也为网络微视频提供了更多发展的空间。微视频契合了媒介的大规模泛化进程，但个人化浓重，实际旨趣上皈依到了古时的自媒体时代，也造成了网络微视频的一大硬伤，即它许诺每个人都有发布视频信息的权利与可能，然而真正能够将生活艺术地搬上电脑屏幕者却为数不多。从而导致它的信息海量庞杂，受众无法准确便捷地找到真正优秀的作品^②。

更为重要的是，微视频的真正意图不是“谋反”，而是“对话”。互联网的普及和多媒体技术的发展给了普通的艺术爱好者一个开放的平台，导演可以不再是特殊的精英群体，每个人都是自己生活的导演，通过自己的创作体验发出个性化的声音，同时也丰富着民间的影像纪录。另一方面，视频后期制作软件功能越来越强大，各种特效合成、音响效果、电脑图形创作等技术合为一体，使得视频后期制作人员所承担的工作份额越来越大，以往单一的剪辑技能已远不足够，不仅需要掌握多种软件技术，还需要培养整体的艺术感知能力。因而，一部成功的微视频的创作，主创人员不用太多，但却需要具备较高的艺术修养和技术水准，真正地融技术与艺术于一身，才能真正实现“对话”的基础。

①王菲. 媒介大融合[M]. 广州: 南方日报出版社, 2007: 9.

②邢强. 微视频的媒介品质与时代意义[D]. 苏州: 苏州大学, 2009: 27.

第1章 跨媒体传播中的网络微视频

1.1 微视频界说

微视频,是在“数字视频”大类目下的一个细分,泛指时间很短的视频短片。关于微视频的长度说法不一。有的认为视频长度一般不超过60分钟,有的则明确提出在1分钟以内。其中优酷网总裁古永锵的说法比较有代表性,他将微视频解释为“短则30秒,长则不超过20分钟,内容广泛,视频形态多样,涵盖小电影、纪录短片、DV短片、视频剪辑、广告片段等,可通过PC、手机、摄像头、DV、DC、MP4等多种视频终端摄录或播放的视频短片的统称”^①。我们认为,视频长度不是决定微视频的绝对标准,微视频以“微”见长,不仅在于它的短快精,还在于它具有生动易读的品格,同时也具备数字视频制作方便快捷的特点。另外,微视频应适合于在所有终端浏览和展示,尤其是手机媒体。只有这种制作上传和共享的随时随地与随意性,才能保证大众参与的广泛性和在跨媒体之间的有效传播。

微视频天生就与网络传播相伴随,为行文简洁,本书中所言及的“微视频”,实际上指称的就是“网络微视频”。本书的主要研究对象以及列举的微视频实例,主要是一些具有一定主题和涵义的原创型微视频作品,通常具有较高的点击量,一般的播客、拍客所拍的碎片化的视频片段不在讨论之列。书中提及并介绍到的综合实例,都作为网络作品而上传,并受到网友的大量点击,并且在手机等新媒体中广泛传播。微视频的出现,势必与传统影视内容形成充分互补,不仅符合现代社会快节奏生活方式下的网络观看习惯和移动终端特色,也可满足娱乐爆炸、注意力稀缺时代消费者的自主参与感和注意力回报率的需求,“微视频”带给大众的也将是随时随地随意的网络视频享受,并成为跨媒体传播的重要内容。

微视频种类繁多,内容也包罗万象。在网络中经典流传的,有以恶搞讽刺为娱乐的如《一个馒头引发的血案》《万万没想到》《报告老板》等,有以传播知识、点评时尚为卖点的脱口秀类微视频《陆琪来了》《罗辑思维》等,有以叙述情感、怀旧感伤为主旨的如《1000秒计划》《再见金华站》等,还有表现摄影技术的如《这就是上海》《韵动中国》等,当然广泛传播的还有一些以教育教学为主旨的学习类微视频如各类网校的学习视频,以及各式各样的广告视频、动画视频。微视频的制作、上传、浏览、评论中,激情饱满的年轻人是绝对的主角。“每个人都是生活的导演”,习惯了用DV、手机拍摄,用网线、蓝牙上传的年轻人,传授着自己的知识与经验,讲述着自己个性化的故事,用影像记录着对这个新时代的感受。

1.2 微视频创作的主要类别

1.2.1 基于传统影视的模仿衍生微视频

模仿型微视频,指的是根据已有的影视作品改编、翻拍或者恶搞而生的视频作品。其中恶搞型的作品往往具有极高的点击量。《一个馒头引发的血案》可谓是这类微视频的鼻祖。此类作品往往以热播中的经

^①古永锵.微视频在中国的机会, <http://tech.china.com>, 2006年10月23日

典影视为母本,以当下社会时政为原材料,通过戏拟、拼贴、降格等方式,截取影视作品的镜头段落,利用多媒体技术将母本画面重新拼贴、剪辑并配上新的声音,生产出全新意义的、以自娱和娱人为目的的微型视频。恶搞片之所以流行,一定程度上是因为它迎合了大众娱乐化狂欢的心理诉求,这一诉求在网络世界中发挥到极致,较好地缓解了社会转型期人们的社会压力;另一方面,它所代表的对精英的嘲讽和对经典的戏谑,与后现代文化中反经典、反权威、反中心的文化旨趣相一致。它所奉行的正是对经典影视的去神圣化和去精英化,冲击着精英阶层的话语权,是草根阶层在网络世界话语的狂欢,在新时代有着其必然的现实意义。当然,有一些视频作品出于纯粹的恶搞,缺失了必要的内容和意义,因而也只能沦为恶作剧之流。

另一种由传统影视衍生而来的微视频,往往是从一个影视作品中筛选、截取过来的有着特殊意义和内涵的经典片段,我们可以在越来越多的网站上看到这样的片段版视频。它一方面很好地满足了网络传输的快捷和便利的要求,另一方面也形成了一种碎片化的观赏习惯,而这种习惯在数字传媒时代,会越来越明显。

1.2.2 基于用户分享的 UGC 原创微视频

UGC 是“User Generated Content(用户原创内容)”的缩写。在一些组织中也将其称作 UCC,即 User Created Content。无论是哪种解释都强调了用户的创造与分享。它是与 Web2.0 概念相伴而生的一种用户使用互联网的新方式,即由原来的以下载为主变成下载和上传并重。视频分享网站是 UGC 的主要应用形式。YouTube 等网站都可以看做是 UGC 的成功案例,其他的如优酷网,土豆网,搜狐视频等。这类网站正是以视频的上传和分享为中心,以此建立用户之间的粘性,网民基于共同喜好而形成好友关系。

由于视频网站的内容同质化严重,“原创”作品成为视频类分享网站的核心竞争力。这里的“原创”,指的是完全由用户创作,既非现有影视作品的改编,也不是由广大网民互动参与而产生的作品。一部好的原创作品虽然拍摄器材可能相对简单,仅仅是凭借 DV、单反甚至是手机拍摄,但由于融入了作者的艺术创作理念,能引起观者的赞赏或者情感共鸣。一般来说,一部能受网友关注的原创微视频作品,往往具备对传统电影技法的有意模仿,如遵循一定的机位原则,具备蒙太奇的剪辑思维,画面的构图合理,转场、跳、切流畅自然,形成富有气氛的影片色调,具有表现力的音乐音响效果。除此之外,原创作品往往还有蕴含意义的主题、完整的故事和结构,而这些都离不开一个好的原创剧本和分镜头剧本的撰写。

1.2.3 基于网民体验的网络互动微视频

网络互动微视频,有两种不同的表现形态,一种更偏向于影视剧,一种则偏向于游戏。

对于前者而言,我们更多地称为网络互动剧,主要是借助于网络平台的网友互动丰富和发展剧情,实质仍然是传统剧的延伸。如《Y.E.A.H》利用最先进的在线视频互动技术,强调网友参与整个剧集的发展。全剧 52 集,每集时长 15 分钟,剧集周一至周五播出 5 集,周末进行网友投票,决定下周剧情走向和主人公命运。摄制组会事先拍摄出几种剧情,网友票数胜出的则被选中成为正式的剧情。这种形式的互动更多地只是利用了微视频作为一个发布平台和意见收集平台,观众们并没有真正地参与到制作之中。^①

对于后者而言的网络互动剧,更像是一种新的基于视频感受的游戏形态,是一种用户能“玩”的交互式网络视频,是一种游戏化的视频,或者说视频化的游戏。用户在观看互动剧时,每触发一个情节节点,都

^①邢强.微视频的媒介品质与时代意义[D].苏州:苏州大学,2009:11.

需要通过点击视频播放器内的选项按钮,来“选择”剧情的走向。用户在“玩”互动剧的时候,就像玩一款游戏一样,从一开始就将扮演剧中的主角,并随着剧情的深入,遇到不同的分支剧情;选择不同的分支,则会进入不同的叙事段落,并遭遇不同的结局。如果判断错误,则会最终导致 Game Over;只有每一次选择都正确,才可以观看到完美结局。这种形式的互动视频不但把视频当作制作工具、可以在视频上发布流传,而且它的全部意义就在于用户参与的全过程,具有极强的个性化体验。这种互动性视频从表面看上去类似 FLASH 游戏,然而其内核动用的是视频的理念,即由自然人的意志来随机随意地扮演完成,从本质上而言也更像一场真人角色扮演的游戏视频。这可以算是微视频技术的一个功用分支。具有代表性的典型意义的作品有施勇的《欢迎》(2000年)、《谁杀了我?》(2003年)、《一次约会——你我的爱情故事》(2006年),冯梦波的《Q4U》(2005年),缪晓春的《春节》(2007)等。^①

1.3 原创微视频的艺术构思基础

原创微视频应该是微视频存在的主要形式,这也是本书微视频所指涉的对象。一个好的原创作品最能打动观众的地方,是作品的主题。主题与艺术有关,艺术和技术并存于作品之中,艺术讲求审美和精神;技术针对实用和物质。好的艺术是关乎美学的,而好的技术则是关乎技能的。

(1) 主题

主题,是作品要表现的中心思想,凝结着作者的创作意图,也是存在于一部作品中“我们能共同感受的东西”,也就是一部作品的内涵和意义。主题,对于原创性微视频来说有着重要的价值。好的作品总是将一定的价值判断或主观意图融入其中,它能直指人的内心,引起人内心情感的丰富和共鸣,引发对人的反思。一部微视频作品能否受到欢迎,最关键的还是其所达到的艺术水准,要“好看”、“有内容”,才能真正地吸引广大的网民。

受软件技术和网络操作技术等限制,网络原创微视频的创作主体大多以年轻人为主,所表现的主题则多与青春题材有关。以《Yestoday 博物馆》^②为例,这是一部关于青春、爱情、梦想、选择、现实的校园题材剧,剧中的博物馆是一个收藏过去梦想的地方,而馆长则是一个在片中从未真正露面的角色,是一个虚化的符号,代表着“智慧的旁人”,也代表着主人公内心的声音。整个故事围绕着爱美和减肥、追星和考研、爱情和工作、梦想和放弃之间的种种矛盾,描述着现代社会年轻人在理想与现实冲突之下的生活体验和价值判断。片中最富有哲理的话语通过馆长之口说出:“妥协的珍贵之处不在于我们放弃了什么,更在于我们坚持了什么”,因此最重要的是 today,我们在干什么,即“yes today”。

(2) 结构

完整清晰的结构是网络微视频的基本要求,既要有满足剧情需要的合理的人物角色的设定,又要有清晰的开篇、发展、冲突和结局,既要有故事性,又要有戏剧性,以充满悬念或矛盾的事件推动着情节的向前发展。在 2013 年学院奖锐澳广告《最后的任务》^③中,整个故事围绕着箱子而展开。

①邢强.微视频的媒介品质与时代意义[D].苏州:苏州大学,2009:11

②见本书第7章综合实例《Yestoday 博物馆》,视频网址 http://v.youku.com/v_show/id_XMzQyMzc1Mzg4.html

③张迅、熊琦作品,视频网址 http://v.youku.com/v_show/id_XNTQ2NTQ1NTUy.html



图 1-1



图 1-2

开篇：“箱子志在必得”，由一个箱子而引出代号为“缤纷世界”的最后的任务。（图 1-1、图 1-2）
发展：“兔子已进窝”，行动目标出现，行动正式展开。（图 1-3、图 1-4）



图 1-3



图 1-4