

NEW
MEDIA

21世纪新媒体专业 系列教材

黄秋生 黄琼瑶 廖曼郁 / 编著

微电影创作教程

A MAKER'S GUIDE TO MICRO MOVIES

- ▶ 框架合理，篇幅适中，完整讲述微电影的理论、技术与制作
- ▶ 精选中外优秀微电影作品进行赏析
- ▶ 根据大学生的认知特点编写，让初学者一学就会
- ▶ 点评大学生微电影习作的得与失

创意，微写光影！微电影是微时代的产物，快节奏的生活、碎片化的信息获取方式和日益发达的网络成了它根植的土壤。微电影起源于企业广告，具有企业广告属性，但更多的是社会文化传播属性。“史诗鸿篇”不是微电影，“巨星豪资”不是微电影，过分追求完美不是微电影，起码不是适合大众的微电影，也不是微电影的发展方向。



NEW
MEDIA

21世纪新媒体专业
系列教材

黄秋生 黄琼瑶 廖曼郁 / 编著

微电影创作教程

A MAKER'S GUIDE TO
MICRO MOVIES

中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目(CIP)数据

微电影创作教程/黄秋生,黄琼瑶,廖曼郁编著. —北京:中国人民大学出版社, 2015.3

21世纪新媒体专业系列教材

ISBN 978-7-300-20946-3

I. ①微… II. ①黄… ②黄… ③廖… III. ①电影制作—高等学校—教材
IV. ①J93

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第039241号

21世纪新媒体专业系列教材

微电影创作教程

黄秋生 黄琼瑶 廖曼郁 编著

Weidianying Chuangzuo Jiaocheng

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

电 话 010-62511242(总编室)

010-82501766(邮购部)

010-62515195(发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司

规 格 185mm×260mm 16开本

印 张 14插页1

字 数 263 000

邮政编码 100080

010-62511770(质管部)

010-62514148(门市部)

010-62515275(盗版举报)

版 次 2015年8月第1版

印 次 2015年8月第1次印刷

定 价 29.80元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

序言

周锡生

当今世界充满变革与创新。在阐释当今世界变革特征的时候，“新媒体”被时常提及，尽管人们对它的定义还有不少争议。

近20年来，随着数字技术、信息技术的飞速发展，以互联网为代表的新媒体从诞生到逐步发展壮大，深刻改变了旧有的新闻信息传播方式，系统重塑了新的媒介生态和传播格局。旧媒体时代，新闻信息的传播速度还曾与交通工具竞跑；新媒体时代，昨日甚至数小时、数十分钟之前的新闻，都可能瞬息即逝，转眼间“轻舟已过万重山”。旧媒体时代，“受众”这个词体现了公众被动接受各类新闻信息的地位；新媒体时代，媒体人已经不再是专属的职业称号，自制互动、共享交流成为普遍行为。旧媒体时代，内容占据着绝对的核心地位，其他各个环节只是附属；新媒体时代，内容为王的观念在被继续强调的同时，网络、渠道、平台和终端的作用和价值日渐凸显，服务与市场的理念正在逐步深化。可以说，当今的新媒体已经跨越了媒介形态的界限，跨越了时空的拘囿，甚至也跨越了文化的隔阂。在这种态势下，建设新媒体、发展新媒体，成为传统媒体求生存、寻突破、谋发展的必由之路。

滚滚而来的新媒体浪潮绝不仅仅是改变了传媒业本身，更深刻渗入到世界的政治、经济、文化、科技等各个领域。“世界是平的”引发人们无限遐想，平的世界创造了无限的空间。放眼全球，新媒体已经成为世界政治较量的重要因素，成为各国执政者了解社情民意的重要手段，成为社会公众参政议政的重要平台，网络动员、网络聚集、网络考问在社交媒体上成为常态，新媒体的运用和掌控能力日益成为执政水平的重要衡量标准。与此同时，以互联网产业为核心，逐步形成了包括媒体业、电信业、IT业等在内的比较完整的新媒体产业链，产业体系也日趋完善，有力地推动了文化创意产业的发展，成为国民经济的有机组成部分，且生机盎然，潜力巨大。新媒体的文化价值也在不断迸发当中，随着平板电脑、电子阅读器的迅速普及，数字阅读、数字出版势不可当，新媒体的文化传播和社会建设功能日益强大，跨界文化交流与合作的作用更加突出，极大地丰富和满足了人们的精神文化生活需求。从这个层面来说，建设新媒体、发展新媒体，已经不再单单是传媒业的职责，更需要从历史发展的宏观视野与现实的综合因素层面加以考量与谋划。

在全球加速向网络化社会、数字化生存转型的过程中，我国的新媒体建设也与世界同步，与时代同行。目前，我国的网民数量已经超过5亿，手机



用户突破了10亿大关，均位居世界第一位，且还处于强劲增长当中。如此庞大用户规模的背后，是我国近年来新媒体征程中一个个开拓的脚印与卓然的成效。在当今中国，我们可以看到，新媒体的作用被普遍认可，新媒体的影响被广泛重视，新媒体的理念深入人心，传统媒体加快向新兴媒体战略转型，各类新媒体机构不断涌现且各具特色。从网络、手机、平板电脑到户外大屏、流动媒体，从主流新闻网站到各类商业网站和专业网站，新技术不断涌现，新功能不断被挖掘，新产品不断推出，呈现出万马奔腾、一日千里之势。

当然，新媒体在我国发展的时间还比较短，在采编、经营、技术、市场、管理、人才等方面还处于探索的阶段，实践过程中出现了诸多困惑与迷思，存在着各种矛盾与冲突，远未成熟。尽管如此，新媒体的蓬勃生机让我们对它的未来充满信心，而这蓬勃生机则是来自创新。创新是新媒体时代永恒的主题，谁能够加强创新，谁就能够把握未来。新媒体本身就是创新的产物，创新是新媒体的生命力所在。为此，必须根据党和政府提出的新要求，适应时代的新特点，着力把握受众需求的新变化，着力把握技术突破的新契机，着力把握媒体发展的新态势，进一步创新思想观念、创新体制机制、创新内容生产、创新方式手段，加快新兴媒体建设，大力发展新兴业务，从而更好地贯彻落实中央战略部署，为加强国际传播能力建设、构建先进强大的现代传播体系做出贡献，为促进社会主义文化大繁荣、大发展发挥更加显著的作用。

新媒体是推动社会进步的重要力量，然而也要看到，新媒体是一柄双刃剑，随着新媒体地位和作用的日益增强，其所应承担的责任也越来越重要。从某些意义上讲，新媒体所应承担的社会责任甚至比传统媒体还要更重一些。多年来，我一直强调的一句话就是“网络无改稿”。如果说传统媒体的稿件签发后发现了错误，还有时间和可能予以纠正的话，新媒体的稿件一旦签发，几秒钟之内就可与全球难计其数的受众见面，根本没有时间和可能对稿件进行改正。因此，新媒体的把关责任十分重大，这既是对社会公众负责，也是对新媒体本身负责。在强调和开发新媒体的“媒体功能”的同时，有必要进一步强化其“媒体责任”。

新媒体领域日新月异的发展实践，以及在此过程中出现的矛盾与问题，要求理论研究总结规律、升华认识，并从理论层面加以阐释和指引。中国人民大学新闻学院有几位多年来潜心研究新媒体的专家学者，由他们领衔撰写的这套新媒体丛书，对新媒体的理论、技术、经营管理、业务流程、最新发展动态进行了全面深入的研究，反映了国内外新媒体研究的最新成果，对新媒体的管理者、研究者、学习者及业界从业人员都具有重要的参考价值。本套丛书的出版，相信会有助于推动我国新媒体的快速健康发展。

(作者系新华社副社长、中国记协副主席、新华网董事长)

前言

微博在我国的应用并流行，影响了人们在信息获取方式观念上的变化，出现了一系列与微相关的新名词，如微电影、微概念、微问题、微知识、微课程、微历史、微提示等。特别是微电影的出现，不但契合了人们碎片化的信息接收方式，充实了人们的精神文化生活，还为我国的文化产业开辟了一条新途径。如果按照将2011年界定为“微电影元年”的说法，在短短四年多的时间里，微电影已从最初的探索迅速走向成熟，且打破专业电影制作人“一枝独秀”的格局，出现了有大众参与的“百花满园”的繁荣景象。

面对诸多大学生和微电影爱好者的咨询，我早有编写一本有关教材的冲动，由于诸事缠身，今日才付诸笔端。其实，要做好微电影，首先要知道微电影是什么，什么才是微电影的本质属性。在我看来：

微电影最初是为企业服务的，但它并非企业的专利；

微电影是专业电影人率先制作的，但也并非他们的专利。

微电影是草根的，微电影是大众的，这是微电影赖以生存和发展的基础。

微电影是微时代的产物，快节奏的生活、碎片化的信息获取方式和日益发达的网络成了它根植的土壤。

微电影是社会的，它的触角触及社会的每一个角落，自我意识的觉醒、生活的高度社会化是微电影成长的基础。

微电影起源于企业广告，具有企业广告属性，但更多的是社会文化传播属性，随着时间的推移，它的企业广告属性将逐渐淡化。

微电影可以精雕细刻，也可以“随手拈来”。正是这“随手拈来”往往蕴含着大自然美妙的瞬间和人性不经意间的闪光，体现了微电影的动人之处和生命力所在。

“史诗鸿篇”不是微电影，“巨星豪资”不是微电影，过分追求完美不是微电影，起码不是适合大众的微电影，也不是微电影的发展方向。

本书读者定位于在校大学生和其他草根微电影制作者。在内容的选取上既有理论部分，也有实践部分；既有技术部分，又有实务部分；同时还有拓展部分。全书力求做到理论与实践相结合，技术与实务相结合，摄影与编辑相结合，稿本与制作相结合；力求做到较全面地解决非专业电影制作人在作品创作中遇到的实际问题。如果大学生们通过本书的学习后能比较系统地了解 and 掌握微电影制作的全过程，在创作实践中得到直接的、有益的帮助，我将深感欣慰。

全书共分十章。其中，第3章、第4章、第7章、第8章、第9章由黄秋生编写，第1章、第2章、第5章、第6章由黄琼瑶编写，第10章由廖曼郁



编写。全书构思、章节及内容设计、统稿由黄秋生组织完成。此外，研究生吴朋珊、何敬、叶军、樊婴爽、游婷、赖利旗、党同桐等同学为本书搜集了大量的视音频资料，并为部分微电影作品评析提供了初稿，在此表示感谢。

由于微电影这一新生事物历史很短，该方面的研究资料比较匮乏，加之作者水平有限，书中难免有疏漏和不足，诚请广大读者批评指正并予以谅解。

大寻创意，微写光影！

拿起你手边的数码便捷工具，记录你的生活，记录你的思想，记录你身边的人和事，记录自然的微光碎影，记录人与人之间的矛盾冲突与社会的和谐因素，将其提炼成动人的作品。

草根微电影也许是青涩的，如同青苹果，我们期待你的成熟！

微电影属于年轻人，属于在校大学生，属于励志创业者，我们期待出现更多的“筷子兄弟”！

南昌大学新闻与传播学院 黄秋生

2015年1月

目 录

第 1 单元 理论篇

第 1 章 认识微电影	3
第 1 节 微电影产生的背景、概念和定义	3
第 2 节 微电影的发展历程	6
第 3 节 微电影的类型	11
第 2 章 微电影创意与剧本写作	18
第 1 节 选材	18
第 2 节 构思	20
第 3 节 故事线	22
第 4 节 微电影中的人物	23
第 5 节 结构	26
第 6 节 微电影剧本写作的样式	34

第 2 单元 技术篇

第 3 章 微电影制作工具及技术简介	43
第 1 节 微电影摄制工具	43
第 2 节 微电影制作通用技术	46
第 3 节 微电影编辑工具	51
第 4 章 微电影画面拍摄技法	56
第 1 节 肩扛摄像机拍摄技法	56
第 2 节 三脚架拍摄技法	61



第3单元 制作篇

第5章 微电影画面构图 77

第1节 画面构图的审美要求 77

第2节 电影构图的基本形式 80

第3节 画面构图的一般规律 84

第6章 蒙太奇理论 93

第1节 蒙太奇的概念 93

第2节 蒙太奇的分类 100

第4单元 实践篇

第7章 微电影创作实践 109

第1节 微电影摄制前的准备 109

第2节 微电影前期拍摄 113

第3节 微电影后期编辑 118

第8章 用 Adobe Premiere Pro CS6 编辑微电影 122

第1节 Adobe Premiere Pro CS6 的启动与基本设置 122

第2节 Adobe Premiere Pro CS6 的工作界面 125

第3节 视频编辑 135

第4节 音频制作 150

第5节 抠像与图像遮罩 154

第6节 字幕制作 155

第7节 影片输出 161

第5单元 拓展篇

第9章 微电影画面拍摄专题介绍 165

第1节 拍摄自然景观 165

第2节 拍摄人物活动 172

第3节 拍摄其他画面	183
第10章 中外优秀微电影作品赏析与学生作品点评	192
第1节 中外优秀微电影作品赏析	192
第2节 南昌大学在校大学生作品点评	202
主要参考书目	213





第1单元

理论篇



第1章 认识微电影

要认识微电影，还得从电影的诞生和发展谈起。

1895年放映的《工厂的大门》、《火车进站》等纯纪录方式拍摄的电影引起了巨大轰动，然而人们热议的话题并不是电影表现的内容，而是把照片变为活动图像的技术形式。此后，经过无数电影艺术家的努力，电影分化为纪录影片和剧情影片两大类。剧情影片作为一种大众艺术，独领风骚半个多世纪。如今，纪录影片已逐渐淡出人们的视野，电影专指剧情影片这一概念已在人们的头脑中固定下来。

数字摄像机的诞生和发展催生了新的媒介传播形式。其方便、快捷、成本低廉的优势逐渐取代了纪录影片的功能，而剧情影片又催生了电视剧这一新的声画一体的艺术表现形式，成为剧情影片的姊妹艺术。

剧情影片和电视剧共同催生了“微电影”。

第1节 微电影产生的背景、概念和定义

什么是微电影？为什么取名“微电影”而不是取名“微视频”？微电影用数字摄像机或其他数字媒体拍摄就可以，还是一定要用胶片电影的制作工具拍摄？微电影的诞生和发展有无其技术背景和社会背景？微电影的时间长度应该怎样界定？微电影赖以生存的传播平台是什么？这些萦绕在大众头脑中的疑惑在电影研究者那里同样是悬而未决的问题。

一、微电影产生的背景

传统意义上的电影是专业电影人的专利。对于普通大众来说，由于缺少根植的土壤，电影似乎近在咫尺却又远在天边，“大师”和“大片”、“大制作”、“大投入”等高门槛压抑了电影爱好者强烈的自创电影的情结。

然而在微时代的大环境下，网速的极大提高、微博的出现为大众展示“微视频”提供了方便快捷的平台。

无须严格审查，网络准入的低门槛为“微视频”制作者提供了展示自创作品的机会。

影院播放方式发生的变化也为微电影的发展创造了条件：数字媒体播放设备进入传统影院，电影胶片放映不再是影院放映的唯一方式；胶片电影可转换成数字视频文件在网络播放，数码影视作品可以在影院播放的现实，一定程度上消解了原来电影和电视制作方式和传播方式的专业性。

此外，国际电影短片开拓了国人的视野，2002年戛纳电影节15位大师级



导演合力打造的系列短片——《十分钟年华老去》值得人们学习和借鉴；国内专业电影人制作的、有明星参与的经典作品——《一触即发》成了非专业人士微电影创作的样板。

同时，网站拓展视频领域成了吸引网民眼球、提高竞争力的有效手段。事实上，一路飙升的影视作品价格正在慢慢把网站利润消耗殆尽，面对这一严酷的现实，网站经营者只有另辟蹊径，从微电影方面寻找突破口。

再者，对于企业来说，“王婆卖瓜，自卖自夸”的时代已经过去，寻找一种与企业文化结合的艺术方式，将宣传卖点融入其中，拉近与受众的距离，先吸人气再吸金，成为许多企业的优选。而这种艺术方式，正是微电影。

如今，传统意义上的电影放映银幕越来越大，微电影观看屏幕越来越小，用智能手机获取网络信息成了多数年轻人的时尚。微时代的来临，碎片化信息接收方式的形成，也为微电影的传播创造了良好的契机。

就制作本身而言，随着小型数字影视制作工具的出现，微电影微投入、微时长、微制作的特点，为众多爱好者制作微电影打开了方便之门。这些都为微电影的产生准

备了条件。

你怎么看

4G手机的出现、碎片化信息接收方式的形成催生了微电影。

二、微电影的概念和定义

对于微电影的概念和定义，研究者和业内人士有较多表述，具体如下。

江长明：微电影，即微型电影的意思。微电影是指专门在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的，具有完整策划和系统制作体系支持的具有完整故事情节的作品。其内容融合了幽默搞怪、时尚潮流、公益教育、商业定制等，可以单独成篇，也可系列成剧。^①

陈丹：微电影是指专门在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和休闲时段观看的、具有完整故事情节并经过精心策划和系统制作的高水平数字视频短片。它是网络时代数字技术与电影艺术结合的产物，具有微时间、微制作、微传播的特点，必将随着时代的发展而发展。^②

国玉霞：微电影是指借助数字制作技术和新媒体传播技术，运用现代手段生产并传播的具有相对完整故事情节的微型电影短片。^③

对于微电影的其他属性，比较统一的观点是：微投入、微时长、微制作。

关于微电影的时长，人们的看法各有不同。郑晓君把它界定为30秒到300秒^④，而国玉霞界定为片长在1分钟到30分钟左右，还可以进行细分，1分钟左右的为超微短片，3分钟到10分钟的为微短片，10分钟的为微中长片，20分钟以上的为微长片。^⑤

许多微电影大赛的组织方和微电影的组织传播方（网

①参见江长明等：《微电影入门》，1页，北京，蓝天出版社，2013。

②参见陈丹等主编：《微电影摄制技艺》，1页，北京，北京师范大学出版社，2013。

③参见国玉霞等：《微电影创作技巧》，1页，北京，清华大学出版社，2014。

④参见郑晓君：《微电影——微时代广告模式初探》，载《北京电影学院学报》，2011（6）。

⑤参见国玉霞等：《微电影创作技巧》。

你怎么看

是不是只有具有完整故事情节并经过精心策划和系统制作的高水平数字视频短片才能称为微电影？



站)对微电影片长的要求也存在差异。

“湖北传树杯”首届三峡微电影大赛要求作品时长7~30分钟；

由英茂汽车主办的“寻找二十年·微电影创作活动比赛”要求作品时长为3分钟；

金海峡国际微电影节要求作品时长控制在3~45分钟；

南方微电影大赛要求参赛作品片长控制在5分钟左右；

中国传媒大学举办的中国国际微电影节长期坚持推行全国大学生1分钟影像大赛；

经典作品《一触即发》时长只有90秒，被纳入微电影的范畴；

在海内外颇有影响的《老男孩》系列每集片长约45分钟，被纳入微电影的范畴；

许多时长超过1小时的作品或仅通过网络传播的电视纪录片也被纳入了微电影的范畴。

从以上资料可以看出，目前对微电影并没有一个较权威的规定性定义，对微电影“微”的理解也极为宽泛。

综合多种因素，可以将微电影定义为适合在网络、手机或其他新媒体上传播的微型影视作品，该作品应具备剧情电影讲述故事、刻画人物性格、体现矛盾冲突的基本属性。时长以10分钟以内为佳，最长不超过20分钟。

若要深究，微电影还有不少属性值得探讨。首先是微电影产生、发展和传播的意义等社会属性。由专业电影人和大牌明星加盟的微电影在质量上固然能有所保障，但其高投入、专业化制作导致产量极低，虽可以作为大众模仿和学习的样板，能得到实力雄厚的大型企业的青睐，却难以找出与中小企业的契合点以及与大众心灵的贴近性。只有来源于大众、吸引众多的草根参与制作，才可能取材于社会生活的各个方面，也才可能与广大民众产生心灵感应，体现其强大的生命力。

其次是对微电影“微”的认识。“微”电影并不是“短”电影，将略短于传统剧情电影的作品归类为微电影，并不是一种科学的分类方法。更不宜将微电影分为微中电影、微长电影。当前碎片化的信息接收方式以及网速、手机流量的限制等因素很难使受众对过长的“微”电影产生好感。一般情况下，一部传统意义上的电影时长为90分钟，一集电视剧的时长为40分钟，如果使微电影在时长方面与电影和电视剧混淆，微电影这一新生事物的出现也就失去了意义。

最后是微电影应该有其鲜明的特质。正如前面讨论过的，虽然目前存在纪录电影这一电影形态，但其已基本被纪录电视取代，电影的剧情特质在观众头脑中已固化，如果用电视摄像机和其他数字工具拍摄的视频纪录片也算微电影，只会进一步混淆概念，使大众无所适从。

?

你怎么看

应该如何界定微电影的“微”，片长在多少时间以内才能算“微”电影？

?

你怎么看

在新媒体中传播的电影专题片算不算微电影？



第2节 微电影的发展历程

绝大多数艺术形式都有较漫长的酝酿期和发展期。微电影却不一样，它一出现就如十二级台风，瞬间刮遍全国，并且还有越刮越猛之势。但也不是毫无逻辑可言，它的产生和发展除了数字制作技术的普及外，还和以下因素关联密切。

一、微博与微电影

电影诞生之初都是以单本纪录短片的形式出现的，不管片长多短，不叫“微电影”；美国电影之父格里菲斯制作的几百部剧情电影短片，不管成就多高，不叫“微电影”；戛纳电影节15位世界大师级导演的系列短片——《十分钟年华老去》不管影响有多大，不叫“微电影”；许多外国优秀短片不论是否在我国视频网站流行，也不叫“微电影”。可见，“微电影”这一名称不仅具有网络传播特质，还具有时代特质和中国特色。

然而，在网络传播的国内影视短片均可称为“微电影”吗？不尽然。

曾在网上流行的央视内部恶搞剪辑剧《粮食》、《分家在十月》没人称之为“微电影”；草根作者胡戈的恶搞剪辑剧《一个馒头引发的血案》踩到了“微电影”的门槛，被称为“微电影”的雏形；非专业电影人“筷子兄弟”的《老男孩》系列却被人称为优秀微电影的代表（见图1—1）。

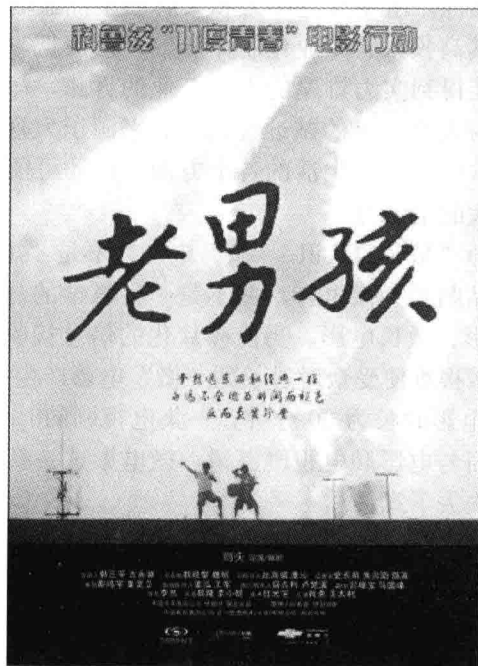


图 1—1 《老男孩》宣传海报

什么样的影视作品可以称为“微电影”？微电影的发展历史又该如何界



定?应从“微电影”的“微”说起。

随着网速的不断提高、智能手机的出现,碎片化的信息接收方式逐渐形成。长片大剧的关注度逐渐下降,闲来玩玩手机,看看微电影已成为当下年轻人的时尚。

“微”的概念有两种,一是“微片长”,二是“微时代”。

网络微博的兴起,代表了“微时代”的来临,催生了“微电影”。

微博的发展,通过以下资料可以有所了解:

2006年是互联网微博元年,埃文·威廉姆斯推出了Twitter服务,2007年Twitter迅速成为拥有百万用户的新型平台。2007年5月,王兴推出中国大陆首个微博应用饭否。

2009年8月14日,新浪微博开始内测。

2010年4月1日,腾讯微博开始内测。

2010年9月9日,新浪发布《中国微博元年市场白皮书》。

2010年9月,百度研发的微博产品“百度说吧”开始内测。

至此,包括百度、盛大、腾讯、新浪、网易、搜狐在内的国内主流互联网企业均已加入微博服务的大潮。

经过三年多的孕育,至2010年,微博在中国网络市场的应用已趋于成熟。无数的网民、企业和政府部门加入了微博的行列。网民开始在微博中“晒”自拍的视频短片,政府部门开始发布官方微博,企业开始利用微博宣传企业文化、产品信息,并开始酝酿把产品广告用软形式植入剧情短片。人们给这种新型的、具有微时代特质的剧情短片取名为“微电影”。应企业之邀,许多专业电影人开始制作微电影,草根爱好者也开始效仿制作微电影,微电影因此走红,并取得迅猛发展。

2010年,微博成为中国互联网发展最快的一项应用服务,这一年被称为中国“微博元年”。

2011年是我国微电影开始井喷、获得丰收的一年,被称为中国“微电影元年”(参见图1-2)。

此后,微电影逐步挣脱企业广告的束缚,拓展出多种类型。

二、视频网站与微电影

是否可以认为未成型或不完整的网络“自媒体”视频短片不是微电影,未经网络传播的视频短片也不是真正意义上的微电影?

首先,必须承认视频网站是微电影传播的母体。

先是专业电影人制作的高端微电影作品需要通过视频网站传播,而后如雨后春笋般出现的草根微电影也需要大量的传播平台,原有的为数不多的视频网站已不能满足微电影传播的需求。为了拓展网站的影响力,在微电影这一新生事物份额的争抢中赢得一席之地,各大网站纷纷开设视频网站或微电影频道,将优秀的微电影作品集中展播。一方面,众多的草根作者有了向外