

一个95后编导的短视频时代

一个短视频编导的成长

门槛虽低但做好不易

你每天会有多少时间耗费在刷短视频上？据《2020中国网络视听发展研究报告》显示，我国网络视听用户规模达9.01亿，而在各个细分领域中，短视频的用户使用率最高，达87.0%，用户规模8.18亿。人均单日刷短视频的时间甚至达到了110分钟。

显然，短视频正逐渐成为大众休闲娱乐、表达观点，甚至是获取信息的主要途径。但你真的了解“短视频”吗？

你到处传播的在短视频中了解到的“新闻”，你为其或喜或悲的短视频中的情侣分分合合、家庭伦理大战……或许都是“演”的。

近日，本报记者采访了一位短视频行业从业者，作为一名95后短视频编导，李新铭提示大家：刷短视频，别太认真。

随着短视频平台的火爆，人人都是拍客、人人都是媒体的时代正逐渐到来。近几年，无论是走在大街上，还是去饭店吃饭、去商场逛街，总能遇到拍视频的人，他们正是平时陪你渡过无聊时光的短视频的创作者们。

95后李新铭目前是京鸿文化公司的一位短视频编导，公司就在文艺气息浓厚的铁西红梅文创园里。在这样更具年轻气质的环境中工作，是让李新铭比较满意的一点，“做短视频的都是年轻，我95年的，算是老人了”，当记者问“那针对老年群体的短视频的创作者呢”，李新铭笑了，“一样是年轻人做的，只不过针对的受众群体不同”。

目前在沈阳，与制作短视频相关的传媒公司大概有几百家，从业人员真是不少。李新铭说，短视频行业的门槛不高，他大学是学工程造价的，跟短视频风马牛不相及，“但其实我自己

内心还是对传媒行业感兴趣，大学的时候学校有贴吧，我在那组织贴吧工作，在那个时代，贴吧也算是新媒体的一种形式”。

大学毕业后，李新铭的第一份工作是销售，干了一年半他就觉得没意思，“挺赚钱的其实，但是巴结客户，我受不了。有趣的灵魂无处安放，我要做有趣的工作。那时候我姐跟我说，可以尝试做新媒体运营”，李新铭说，那是他第一次听到描述这个行业的“专业用语”。

从写微信公众号开始，到用短视频方式解说电影，再到现在的短视频编导，李新铭用实践经验替代了系统学习，“最开始是编写，后来慢慢学着导，中景、远景、近景，我不懂还不会百度吗？就这样学。其实拍短视频不难，就是把你脑海中的东西，还原成画面。在拍每个视频前，已经在脑子里都过了一遍。”

虽然承认短视频行业门槛低，“影视行业

会觉得短视频是一个不入流的东西。我也遇到一些广告公司招人，要拍摄经验，但标注是：拍短视频的不要。我们不是科班出身，面试的时候，跟科班的比，会有反差，他们会比较骄傲”，但李新铭也强调，想真正做好短视频并不容易。

“做电影和做短视频，还是有很大差别。一些科班出身的摄影、导演，拍短视频反而效果不好。因为短视频是面对大众，大众没有那么高的审美水平，他想要不费脑子就能获得乐趣。但拍电影可能又长又细。短视频则有短视频的规律。现在的短视频，要控制在一分钟以内，其实一分钟都算长的，大家会审美疲劳，也影响你视频的完播率。所以从编的阶段就开始难了，怎么在一分钟内把事情讲好、拍好，能砍下去的废话，不影响剧情的动作，都不要。”



短视频时代“别太认真”

他姥爷可能不是他姥爷

据《2020中国网络视听发展研究报告》显示，短视频已成为用户“杀”时间的利器，短视频不再只是娱乐，而已经与各领域叠加、渗透，人们开始通过短视频获取“新闻”、甚至购物。

李新铭提醒，刷短视频，别太认真，“除去那种纯新闻类的，很多短视频，都是‘假’的”。拿很多网友喜欢看的情感调解类视频来说，李新铭透露，很多都是有剧本的，他自己也给别人写过脚本，“什么子女不孝、夫妻矛盾、争夺财产……一些你刷到的剧情离谱到没下限的，都可能是演的。如果是真的，有多少人愿意把自己家里的丑事，拿出来让别人看呢？”

很多短视频平台的网红，背后也是有公司的，“这么跟你说吧，可能你喜欢的、追着看的某

个姥爷和外孙子的有趣日常，这个姥爷都不一定是他的亲姥爷。还有很多情侣，也不一定是真情侣，只不过是打造的CP，让大家追。而他们的日常故事，也都是写好的剧本。”李新铭的话不禁让人想到此前王思聪和某网红的“骂战”中，该网红就被扒出跟别人组假情侣CP吸粉。

李新铭强调，其实现在很多人刷短视频就是一个放松的途径，不会特别较真，“很多人也都知道怎么回事，在评论区我们经常看到这样一个梗：真羡慕你，头顶上能长摄像头。其实大家都明白是怎么回事。有一些好玩的突发事情，确实也在生活中存在，但是你不能时刻拿着手机拍啊，可能是本来发生过的，再加工加工，情景重演一下。”

如何做好一个吸引人的短视频？李新铭给出新手们一些经验，包括找到情感共鸣点、贴近热点、把握节奏等。“如果你想大家给你的视频点赞，首先你要找到大家能共鸣的点。比如说那些大概率会在人身上发生的事，在现实中会发生，但你不一定能碰到。看似巧合，又不完全是巧合。也可以跟着热点做内容，比如最近什么热，就往上贴贴。”

当然了，李新铭不否认，做一个成功的短视频帐号，也有运气在，“一般孵化5个帐号，能成1个，就算比较高的比例了。可能某个帐号做了半年、一年，都不温不火的，但在某个节点，突然就可以把之前的补回来了。一条视频，就能把粉丝从一万变成好几十万，运气的成分也有。”

短视频不应“唯流量论”

从业者应该有底线

如今，短视频已经渗透到大众的生活之中，对此，作为从业者的李新铭深有感触。现在他外出拍摄，就明显感觉到大众对“出镜”的态度

的变化。“以前出去拍，被拒绝的面很大，一些超市、商场，不愿意提供场所，路人面对你的镜头也是羞涩、躲闪，很怕拍到他们。但是这两年，我们拍视频总有人围观。比如我们进了一个饭店拍摄，也是点菜，正常消费，饭店看我们拍视频，就会问，你们是哪个账号平台？他们也想看。”

甚至有路人看到李新铭在拍摄短视频，也跃跃欲试，“有一些人表演欲比较强，还有我们在路边拍摄，大爷大妈总在外面逛，他们看到我们拍，也会跟我们聊天，有的也愿意出镜。”

但在传播媒介频繁更新换代的今天，短视频行业也同样面临着瓶颈。李新铭承认，对短视频博主来说，风口期已过，“能够感到，今年再起的帐

号，就没有前两年那么好弄，突然爆火的情况越来越少了，这对我们从业者来说，也是新的挑战，在观众审美越来越刁钻的时代，怎么去突破”。

作为一名短视频创作者，李新铭并不是“唯流量论”，他有自己的底线和原则，“之前有人要我写那些伦理类的短视频剧本，什么儿子要跟儿媳闹离婚，原因是儿子妈跟儿子说，儿媳跟公公有问题，结果真相是：两口子没孩子，老婆婆想找个借口，把儿媳给踹了，然后反转再反转什么的。我实在接受不了，就不干了。”

李新铭认为，即便是写的段子，也应该有正面的意义存在。“就像情感调解类短视频，最终也是通过这样的故事，让大家受到教育，比如夫妻应该互相理解，儿女应该孝顺父母，如何为人父母，应该有正能量在。做自媒体必须有自己的底线，不能传递社会正能量的，不能给大家正确引导的，比如哗众取宠、恶心得俗的，我坚决

不做，不能给反面的东西。”

今年5月，国家网信办部署开展2021年“清朗”系列专项行动，为公众打造一个干净、健康的网络环境。近日，“清朗行动”开始扫射到了娱乐圈的种种乱象，其中包括一些低俗的短视频网红也“下线”了，网友对此纷纷叫好。

李新铭对此表示大力支持，“像那个所谓的人类高质量男性，有造假成分，还有一些凭着低俗言论、审丑出名的网红，我们也是很排斥的”。短视频行业，流量固然重要，但李新铭表示，能带来正面的社会意义，更加重要。

辽沈晚报记者 张铂

