

大数据背景下的影视文学创作分析

◎李明丽

摘要：伴随着社会经济和技术的高速发展，大数据技术越来越广泛运用到各行各业中，影视文学创作领域也不例外，从某种程度讲，这大大推进了我国影视文学的时代化发展。大数据时代环境下，影视文学呈现出鲜明的时代化特征，文字文学越发图像化，作品的主题也更贴近大众，这对影视文学创作而言无疑是一大良机。但同时也存在诸多问题，对影视文学的发展构成较大影响。在这一背景下，如何正视双面影响性，以大数据思维来提升影视文学创作能力，是需要业内重视的一大课题。本文也是在此基础上展开探究分析，希望能够对我国影视文学的创作具有良好的促进作用。

关键词：大数据 影视文学创作 分析

一、大数据影视文学创作背景分析

大数据独具优势，速度迅捷、海量性、多样性等都对各行业各领域带来了翻天覆地的影响，影视文化领域也不例外。影视媒体和大众的精神生活密切相关，也遭遇各类数据分析的影响。1982年，北京电视台便展开了电视受众调研的分析。接着，中央电视台、中央人民广播电台在全国范畴内掀起了一场大规模的调研，从而收视率这一概念正式诞生。

凭借着高精准的数据分析，收视率发展为影视行业评价的一个核心指标，基本左右着节目的创设与淘汰。很多电视台都以收视率来决定某个节目的生死。同时，电影院也引入了票房制度，票房影响了电影的收益和口碑。影视剧到底是否火爆和收视率关联甚大，其背后关系非常复杂。李少红导演的《红楼梦》当时上映时，只有三家电视台播放，此后便没有再登上荧屏。但《西游记》却在各大电视台荧屏中火爆循环播放，可谓经久不衰。作品在荧屏上的寿命均是由收视率决定，而收视率高到底掌控在观众手里。所以如何创作符合大众审美的影视作品，成为影视文学工作者要考量的一大核心要务。

尽管不少影院、电视台对于收视率的要求非常严苛，但依旧有很多影视作品能杀出重围，获得非常高的点击收视率。在电视、网络中极为受欢迎的影视剧题材大体有古装、青春偶像、爱情、生活伦理等几种，倘若可以把这些题材融合呈现，那必然会是吸引观众眼球的最佳作品。比如众所周知的于正现象。他所导演的“美人”“宫”系列作品，恒久地霸占收视率第一位置，也因此造就了一大批

影视新星。其他的欢瑞世纪、唐人等影视公司也都是当下非常火热的作品高产公司，只要打上他们烙印的剧集基本上就是收视保证。

二、大数据背景下影视文学创作特征

大数据背景下影视文学的创作深受生产模式的影响，因为数据评价的存在，影视文学创作也遭受到了受众、科技等各方面的压力，经济成本、视觉影像冲击、演员风格等都是文学创作中不得不考量的因素，下面我以于正现象为例，来具体阐述大数据背景下影视文学创作的特征。

（一）主题大众化娱乐化

通过对于正作品的分析，我们发现其主题多是以王公贵族爱情故事为主，人物设定中，多数是王侯将相，只是他们的政治身份有所淡化，情感生活被大大凸显出来。身份地位只是其情感助攻的一大利器。在于正的早期作品中，整体风格还是较为中规中矩的，尽管主题、剧情、台词等诸多方面都有创新亮点。但像《美人心计》《锁清秋》等并未给其带来更大的声誉。直到《宫》的出现，可谓令于正声名大噪，这也是其成为收视保证的一大转折点。此后的作品，于正剧本创作越发朝着雷人方向转变，很多桥段、情节都不依循正常逻辑。台词对白语言风格较为流行语化，题材也更倾向于大众化，娱乐性明显，画面呈现也较为唯美，总体来说，消遣休闲娱乐性非常突出。

（二）文学书写模式图像化

如今大众已经慢慢降低了书面阅读的习惯比重，更多的是通过图像视频方式浏览和观看。文学创作的模式也随之转换为影视化书写。各种蒙太奇手法、闪回等都

被广泛应用起来。很多文学小说在创作初期便融入有影视创作手法，像莫言、刘恒的小说等都是较为典型的。但相较于影视语言，小说语言还是更为抽象，因此想要把小说改编成影视作品，文字上必然是需要进一步转换的。

比如于正作品中，写实、意境描绘等越来越少，多是以慢镜头、特写等代替，“恒泰笑着接过那串珠子，然后端起圆底的酒碗，一饮而尽，把珠子平放到玉盘上……”一连串动作描写得非常细致。同时于正非常善用各种正叙、倒叙等手法，从而让观众引发联想，留出足够的想象空间。《宫锁珠帘》中一边描写莲心的清贫家境，一边呈现十七王爷街头游走的情景，让读者产生联想和期待，盼望看到二人邂逅的情节。

（三）对经典文学的改编颠覆化

大数据背景下，为了更贴合观众诉求，很多影视文学创作者都开始找寻大众喜欢、熟悉的故事进行创新化改编。比如《西游记》基础上，改编创作出《西游记后传》《春光灿烂猪八戒》等影视剧。而于正也从中嗅到了经典文学IP改编的商机和潜力，只是他的改编更为锐利，比如《笑傲江湖》中东方不败角色，于正笔下这一角色成为了女性，且定位也从邪教魔头转为有情有义的侠女，且与男主角令狐冲的关系也从敌对变为情侣。

总结来看，大数据背景下影视文学创作深受后现代主义思潮影响，风格偏向于娱乐化、图像化、颠覆化，一定程度上拓展了新的审美价值体系，但另一方面也造就了诸多抄袭现象的发生，对部分经典形象的颠覆也良莠不齐，褒贬不一。

三、大数据背景下影视文学创作问题

(一) 大数据分析成熟度有待提高

首先,大数据的来源不够丰富多样。虽然我国微博、微信、淘宝以及各种视频网站层出不穷,但真正的作用于影视创作大数据分析的是非常稀少的。大数据当中数据量虽然多,可真正可用价值高的并不多。除了数据的海量化丰富化之外,还需要足够的存储空间、高精尖的技术来加以分析研究和存储。但我国目前影视行业专业技术并未达到这一要求。很多只是将大数据变为小数据,并未充分挖掘和利用。尽管数据分析起到了一定的鉴别作用,可依旧缺乏一个价值体系。郭敬明执导的《小时代》其豆瓣评分仅为4.7,算不上高分佳作,但其营销上却非常成功,与其艺术价值截然相反。

其次,数据资料真实性有待提高。电影《美人鱼》大数据分析中,很多数据的来源是掺杂了水分的,以此数据结果来评价一部作品,显然是有失公允的。此外,我国盛行各种枪手、水军等,许多平台的评论数据都是这些人来完成,这也大大影响了最终数据的真实性。像这一类的噪声数据处理起来是非常难的。

最后,欠缺专业的技术分析人才。优秀的数据分析人才既要了解行业数据内容,又要能从数据中挖掘出需求和风向。如今从事这一行业的数据分析人员大部分不够规范和专业,在用户调研、方案设计等多方面都能力不足,对于数据结果的预测不够专业化。

(二) 影视文学作品本质内容被忽略

首先,商业化特征明显。大数据运用到影视创作中原本是可喜可贺的事,但如今对商业价值的过度追求反而影响了影视创作的发展。创作人员演变为技术工人,如此创作出的作品哪里还有艺术价值可言。

其次,题材范畴越发狭窄。为了商业价值最大化,影视题材创作范畴越来越狭窄,各种剧集影片题材同质化现象明显,投资方都热衷于某一类题材的拍摄,造成了影视题材的局限化,从而阻碍了影视行业的发展。

最后,艺术价值的匮乏。比如《小时

代》,上映当日排片率高达45%,六天即突破了三亿,成绩可谓是不俗。但同时也深受诟病。从营销上看,该片非常成功,但其并不具备艺术价值,豆瓣评分不足5分,其中还有明星效应加持,这样的电影真的是时代需要的吗?反观电视剧《琅琊榜》尽管也有一大批偶像明星参演,但其商业价值、艺术价值可谓是并重齐高,口碑也是始终保持在前列。

四、大数据背景下影视文学创作思路

(一) 以大数据技术、思维展开影视文学创作

影视文学创作可以按照大数据分析而成的结果,来了解受众的喜好、需求,从而对本身的创作方向、风格等加以修正和完善。正确的应用大数据技术可以实现影视文学创作的繁荣发展,所以要注重对大数据技术的引入,但同时要注意不能过多的依赖大数据结果,影视文学创作者要善于挖掘数据深层下的本质内容,以创作优秀作品为己任。创作时也要建立大数据思维,不单纯地迎合受众,而是从中找寻价值信息,对创作进行微调,在尊重受众需求的基础上要做到引领受众,这样才能创作出具有价值的优秀作品。

(二) 加强大数据分析基础设施建设


我国大数据分析并未完全成熟,技术、基础设施等多方面还有待提高。所以必须要健全大数据分析基础设施建设,创建成熟、精准的大数据影视创作体系,并以大数据理念来改善影视创作效率。随着大众品味的提高,创作者们还要注重对影视网站等渠道平台的良性化培育,加强对渠道评论打分等环节的建设力度,并注重数据分享,合理科学运用数据结果来提高影视创作价值,推动影视创作收益的增长。

(三) 重视并提高作品的艺术价值

大数据背景下,越来越多影视创作者都热衷于以数据结果来展开相应的题材撰写和营销,从而导致大量同质化严重、艺术价值不高的作品面世。比如《小时代》《我的少女时代》《同桌的你》等均属于青春爱情片,题材差异不大,情节雷同,最终致使效益也都不高,许多投资商因此而变得谨慎起来,从而形成恶性循环。所以影

视文学创作时要善于利用数据分析、市场预热等手段,同时跳出大数据影响的桎梏,多关注和修炼内在功夫,提高作品的艺术价值,为大众奉献更好的作品。

五、结语

大数据背景下,影视文学创作面临着前所未有的机遇,也同时迎着较大的冲击和考验。大数据分析技术既催生出了收视率等评价指标,又对影视创作手法、思路带来一定颠覆性影响。在未来的影视文学创作中,要注意运用大数据思维和技术,并加强对影片本质内容的重视,促使其商业价值有保障的同时,提升其内在的艺术价值,从而推动影视创作口碑、效益的同步提高。

参考文献:

- [1] 马欣等. 互联网大数据对影视创作影响分析[J]. 西部广播电视, 2018(02): 43-46.
- [2] 刘倩晨. 大数据对影视艺术审美机制的影响研究[D]. 西南大学, 2019(08): 57-59.
- [3] 吴彤. 大数据对影视创作的影响研究[J]. 哈尔滨师范大学, 2019(14).