

项目四 短视频后期制作

【项目导入】

近年来，短视频因传播范围不断扩大、用户数量不断增加，逐渐成为人们表达自身情感和分享日常生活的重要渠道。越来越多的用户通过拍摄短视频的方式记录自己的日常生活，并上传至网络平台，与其他用户分享和交流。但是，很多用户制作的短视频在内容方面存在一定不足，如后期处理不够细致、内容过于同质化等。所以，短视频制作者需要深入分析短视频的特征并了解其传播规律，灵活运用制作技巧，创作出更多高质量的短视频。

随着网红经济的出现，视频行业逐渐崛起一批优质 UGC 内容制作者，微博、秒拍、快手、今日头条纷纷入局短视频行业，募集一批优秀的内容制作团队入驻。到了 2017 年，短视频行业竞争进入白热化阶段，内容制作者也偏向 PGC 化专业运作。

一部真正优秀的片子，它的每个镜头应该都是经过深思熟虑的，后期要做的仅仅是做一些简单的处理。但是实际上，一场没有瑕疵的拍摄并不存在，一些想要的效果也可能是拍摄过程中所不能实现的。此时，后期的作用就愈发凸显来了。

本项目将带领大家进入短视频后期制作的模块，学习短视频后期制作流程、制作思路与方法。

【教学目标】

● 知识目标

1. 学生能够说出什么是短视频后期制作、短视频后期制作的重要性及其发展现状。
2. 学生能够区别短视频后期制作与传统后期制作。
4. 学生能够陈述短视频后期制作的风格。
5. 学生能够描述剧情类短视频视觉元素、听觉元素、视听结合及镜头拍摄手段的应用。
6. 学生能够应用剧情类短视频脚本的撰写技巧和方法。
7. 学生能够举例说明剧情广告类短视频制作的流程。
8. 学生能够区别几种常用的短视频剪辑软件。

● 能力目标

1. 学生能够使用剪映剪辑软件对提供的素材进行剪辑与合成。
2. 学生能够使用剪映软件给视频进行配音配乐。
3. 学生能够使用剪映软件来制作短视频特效。
4. 学生能够根据剧情广告类短视频脚本设计流程来设计剧情广告类短视频分镜头脚本。
5. 学生能够根据剧情广告类短视频分镜头脚本完成剧情广告类短视频制作。

● 素质目标

1. 学生具有团队合作精神和协作能力。
2. 学生具有交流沟通能力。
3. 学生具有信息素养和学习能力。
4. 学生具有独立思考和创新能力

【思维导图】



课前自学

一、短视频后期制作

1. 认识短视频后期制作

短视频后期制作是指用实际拍摄所得的素材，通过动画和特效等手段制作出来，然后把短视频的片段镜头剪辑到一起，形成完整的短片，并且为短片制作声音。如图 4-1 所示。

网络与影视行业的发展存在重要的联系，也逐渐提高了人们对于视频质量的需求，因此，影视行业必须增强视频制作水准，从而满足观众的不同需求。在短视频制作过程中，会涉及关键技术与软件的应用，不过目前视频编辑技术与软件越来越多，可以解决视频后期制作的困扰，多样化的软件可以随意选择，根据视频制作要求，完成后期剪辑、特效等操作，呈现出更好的视觉效果。不过需要注意相关技术与软件的选择，要根据视频本身的类型选择，例如 MV、纪录片等，需要采用视频剪辑软件，而微电影、网络剧则需要影视特效，甚至会涉及 3D 模型、三维合成，从而完成视频后期制作。

不同的视频类型制作，对于剪辑师的能力与要求，也有较为明显的差距。例如短视频剪辑师，对于视频后期剪辑能力要求较高，包括艺术修养、审美意识等。其次，商业广告短视频剪辑，就不需要太高的技术要求，大多会根据甲方的要求进行视频后期制作。在短视频平台的发展下，越来越多的人投入到短视频后期制作中，不仅仅是相关行业工作者，也包括较多零基础的人，此类视频剪辑要求不多，但想要真正做好视频后期剪辑，都要熟练掌握剪辑技术和软件。

一般来说视频后期特效制作，大多以短视频为主，尤其现代的短视频行业，都会采用视频后期特效制作，以此来呈现出更好的视觉效果，满足观众的观看体验。目前有很多特效短视频都是依靠此类技术，打造出奇幻的世界，也有不少广告利用视频后期特效制作，提高其本身的质量与水准。视频后期特效制作涉及的软件与技术较多，必须要有专业的能力才能融入影视特效制作，例如常见的 pr、AE、剪映都能进行特效编辑，并在视频后期特效制作中发挥出重要作用。此类软件对于普通人来说操作较难，需要详细掌握其功能特点、操作手法才能实现特效制作。另外，如 3D 等影视后期软件，更是需要较强的专业能力才可以掌握，并完成视频后期特效制作、文字与声音的修饰。

2. 短视频后期制作的重要性

后期制作是整个片子的关键。一场没有瑕疵的拍摄并不存在，一些想要的效果也可能是拍摄过程中所不能实现的。此时，后期的作用就愈发凸显来了，能够实现很多在真实拍摄中无法实现的效果，后期制作的另一个重要任务就是去粗取精。如何在拍摄的镜头中选取最佳的那个镜头，如何把有残缺的镜头补充完整，如何把整个片子的色调调得更唯美，这也是后期要进行的环节。

二、短视频后期制作发展现状

自 2012 年以来，中国经济不断增强，智能手机大面积普及，人民生活水平日益提高，全面小康生活的目标越来越近，影视类视频也发生了很大的变化，由传统的电视电影转变为短视频，受众群体越来越多，短视频以精悍、短小的特点，符合当代年轻人的生活方式，在制作上会更随意，更贴近生活，因此大受欢迎。同时也催生了一系列短视频后期制作相关的软件，例如剪映、编辑星、PR (Adobe Premiere)、AE (Adobe After Effects)、fanil cut 等剪辑软件。如图 4-1 所示。



图 4-1 后期制作软件

但自 2017 年起，短视频行业进入到白热化阶段，发展良好的背后，却隐瞒了很多问题，大多数的短视频沦为抄袭的重灾区。一些优质的短视频，未经允许被“搬运工”和“剪刀手”稍作处理，成为吸引流量的工具。同一内容的短视频被“掐头去尾”，重复出现在不同平台，

不仅令观众纳闷，更令视频原创作者烦恼，大大制约了短视频行业的创作环境。短视频的发展短板令人担忧，内容创作同质化严重，玩模仿、秀萌宠、拼搞笑的老把戏新意匮乏；平台只顾短期盈利，长期规划不足；监管不力、版权保护缺位，低俗内容和创意抄袭大行其道。要谋求长远发展，短视频平台须踢开优质内容匮乏、盈利能力不足、监管环节薄弱三大“绊脚石”。

相比其他信息传输方式，短视频具有“即拍即发、传播快速”的特征。一方面，很多平台在向用户推荐短视频时，都会灵活运用算法机制，先通过数据分析掌握用户的喜好并画像，然后有针对性地推送相关短视频作品，从而提高短视频传播效率。另一方面，用户在观看短视频的同时，不仅可以对该视频发表自己的看法，还可以将短视频作品分享给他人，进而对作品进行二次传播。

当一部短视频作品引起广泛关注后，平台算法机制会将该视频推荐给更多用户，参与讨论的人就会不断增多。每位用户都可以通过平台发表自己的观点并积极与他人进行互动，了解其他人的想法。在观看短视频的同时，用户还可以通过发送弹幕的方式表达自己的看法，视频创作者也可以更好地与用户进行互动，搜集用户反馈的信息。

在我国，利用数字非线性编辑进行短视频剪辑发展十分迅速，很多专业、非专业人士都已经广泛使用。短视频后期制作也随着短视频发展而发展的，它不同于传统的影视后期制作，相反它更简单快捷，会随着视频创作者的想法随意制作，因此存在着很多不确定性和创意。

短视频后期产业的竞争就像是一场综艺选秀，抖音、快手等短视频平台是赛事举办方，算法机制是比赛规则，视频创作者是参赛选手，而短视频用户则是观众。

在走过了这几年的潜伏期、成长期、爆发期之后，即将迎来行业的成熟期的短视频行业，只有真正具备创新基因和差异化发展的创业团队，未来才有可能迎来突围的机会。

三、短视频后期制作与传统后期制作的区别

1. 从剪辑角度比较

短视频后期剪辑相比于传统后期剪辑要更简单，更易上手。传统后期剪辑要使用电脑，一般要使用 PR、AE、AU、达芬奇等专业剪辑软件制作，再加上传统影视制作篇幅大，内容多，因此剪辑难度大，操作复杂，很难上手。

而短视频后期剪辑就比较简单，用手机剪辑软件即可，以剪映为例，在剪映的操作介绍里，写的是：简单好用，快速自由分割视频，一键剪切视频；0.2 倍至 4 倍，节奏快慢自由掌控；时间倒流，感受不一样的视频；多种比例和颜色随心切换；支持交叉互溶、闪黑、擦除等多种效果。短视频制作剪辑，剪映的底部基础功能和快影类似，都是剪辑、音频、贴纸、滤镜、特效、比例等，剪映导出的视频没有水印，但分享的路径非常单一，只能分享到抖音。也许是因为号称抖音官方剪辑工具，契合度可谓天衣无缝。

相比长视频，短视频的制作更为简单：一方面，使用的设备简单。长视频需要借助大型的设备进行录制，短视频在制作时仅用一台手机或数码相机就能进行拍摄。另一方面，后期

制作简单。用户在完成短视频的拍摄之后，只需借助简单的剪辑软件就能够对视频进行处理，如抖音推出的剪映就可以轻松地完成视频剪辑。用户可以在应用上根据制作需求给视频添加特效、字幕、滤镜、贴纸、花字等细节，这些功能丰富的视频剪辑应用极大地降低了视频制作的难度。

2. 从配音配乐比较

传统的后期配音配乐属话筒前的语言艺术范畴，但它不同于演播，挖掘书面含义后，可以自己根据理解去设计语调、节奏；也不同于新闻、科教片的解说，可以根据画面平叙直述、娓娓道来。影视配音要求配音演员绝对忠实于原片，在原片演员已经创作完成的人物形象基础上，为人物进行语言上的再创造。它使配音演员受到原片人物形象、年龄、性格、社会地位、生活遭遇、嗓音条件等诸多因素的限制，不允许演员超越原片自由发挥，另立形象。同时又要求配音演员根据片中人物所提供的所有特征，去深刻地理解、体验人物感情，然后调动演员本身的声音、语言的可塑性和创造性去贴近所配人物，使经过配音的片中人物变得更丰满、更富有立体感。

短视频配音配乐不同于传统配音配乐，短视频配音配乐目的性更强，因为视频比较短的原因，所以在剪辑部分会以高潮部分为主，这样更容易确定短视频的基调与节奏，有利于快速烘托气氛表达情绪，吸引观众注意。因此，在制作配音配乐时，尽量做到不拘小节，开门见山。

新媒体短视频制作不仅需要用到特效、字幕、背景音乐等元素，还需要对声音和画面进行重组，只有这样才能将作品更好地呈现给观众。但由于时长限制，短视频需要在较短的时间内清晰完整地表达作品的主题并吸引人们关注。因此，创作者对于作品节奏的把握会直接影响受众的观看体验。在剪辑处理短视频时，创作者需要注意的一个方面就是音乐的节奏感。音乐节奏对于短视频最终的呈现效果有重要影响。短视频虽然内容精简，但是仍然需要注意故事情节发展的合理性和内容的完整性。在后期处理过程中，创作者可以通过把握音乐的节奏来增强视频的节奏感，从而助推故事情节。如作者在制作《风味人间·炸鸡》这部作品时加入了不同风格的音乐。在制作炸鸡之前以紧凑的锣鼓开场，在制作炸鸡的过程中则采用比较舒缓的音乐。视频通过音乐节奏的变换渲染城市烟火气息，生动地呈现了“人间风味”的主题。

3. 从制作特效比较

传统后期特效相对来说比较复杂，比如 AE 粒子特效和 3D 动画特效等，常用于长篇电影电视制作，制作难度大，往往需要很多经费。在制作短视频的过程中，特效一定是少不了的。尽管短视频只有几十秒，但特效选对了的话，同样可以为短视频增色不少。而短视频后期特效制作相对而言会比较简单，制作的特效还大多是“五毛钱特效”，在视频中往往只是点缀作用。短视频的特效会根据视频节奏、气氛、类型等多方面因素来制作，也会制作一些简单 GIF 动画、文字特效等效果。

短视频特效的类型有很多种，按照其大范围分类，我们将其分成转场特效、文字特效

以及动画特效三大部分。在这三大部分中又各自包含着很多不同细小的分类，像动画特效根据主题的不同我们可以划分出科技、水墨等多种风格。

短视频中的特效并不是越多越好，而是一定要恰如其分的选择正确的特效。我们在为短视频选择特效时，一定要看特效的风格、速度等是否与视频的主题相符合。比如我们制作的视频是科技感十足的短视频，那就不适合在里面添加缓慢或者偏向文艺的特效。用一些具有科技感的快速转场或者粒子特效等，效果会更好一些。

四、短视频后期制作的风格

1. 快节奏故事性叙事视频风格



博学多闻

快节奏故事性叙事—绵羊料理

开始，绵羊料理的视频并没有出现过任何宠物，仅凭借个人风格和视频成为了百大UP主。绵羊料理养了宠物“章三连”。除了美食博主，绵羊还有另一层身份就是：相声演员。在B站，她是出了名押韵狂魔。看绵羊料理的视频是种怎样的体验？“本来想上美食课，结果被迫上了语文课。”比如一碗三虾面，从制作到口感，文案都被她玩出了花。形容制作艰难是这样说的：“反复尝试，加上季节的恩赐，才有了这碗身价过百的面中爱马仕。”

快节奏故事性叙事风格剧本上，情节跌宕起伏，伏笔、转折接连不断，台词笑料满满。若没有长期的积累，绝不可能写出这样优秀的情节与旁白。配乐上，虽然没有原创音乐，但绵阳料理选取的BGM和音效与场景氛围贴合完美，给视频观看者很好的代入感。剪辑上，绵阳料理将台词碎片化，以“短、平、快”的方式向观看者“狂轰滥炸”，给人一种“听得很爽”的感觉。这种剪辑方式在他早期的视频中发挥得淋漓尽致，甚至形成了专属他自己的风格。当绵阳料理渐渐声名鹊起时，有很多视频制作者都尝试模仿这种剪辑方式，并加上了一些自己的东西，同样取得了很大的成功。如图4-2所示。



图 4-2 绵阳料理拍摄视频

快节奏故事性叙事风格成功的基础：独创性、利益点、传播关键点。

2. 高频快剪的视频风格



博学多闻

高频快剪的视频风格—张同学

张同学的视频并没有优美的风景、酷炫的特效，甚至没有用流行的 BGM，但独特的东北农村场景却让网友感受到了别样的精彩。“张同学”不到两个月，粉丝涨到 720 多万。其视频剪辑节奏快，衔接流畅，引不少专业人士分析，网友认为他有专业团队。张同学回应：没有团队，就是个热爱生活的农村人。

高频快剪风格，多强调镜头衔接的逻辑性，而少忽视镜头动作的设计感，这样的方法运用到短视频中正好合适，不需要花费更多精力在动作设计上，能很好的提高效率和节约成本。

第一，张同学的镜头时间长 2.27 秒，是张同学 186 个分镜的平均镜头时长。第二，分镜头拆解细腻，堪称大片。在影视剪辑中，一旦使用了高频快剪，就必须得有个前提，叫做如何让动作设计匹配剪辑或者叫引导剪辑，张同学虽然没有动作设计，但它是严格按照动作片的逻辑来拍，而且分镜拆解的。第三，第一人称视角拍摄，张同学有意识地营造第一人称视角，从而形成他自己的风格，他全片有很多手持主观镜头，看起来很随意，有的镜头是别人帮助拍摄的，但他依然坚持模拟第一人称视角，目的就一个，代入感，行话说就是让观众入戏。如图 4-3 所示。

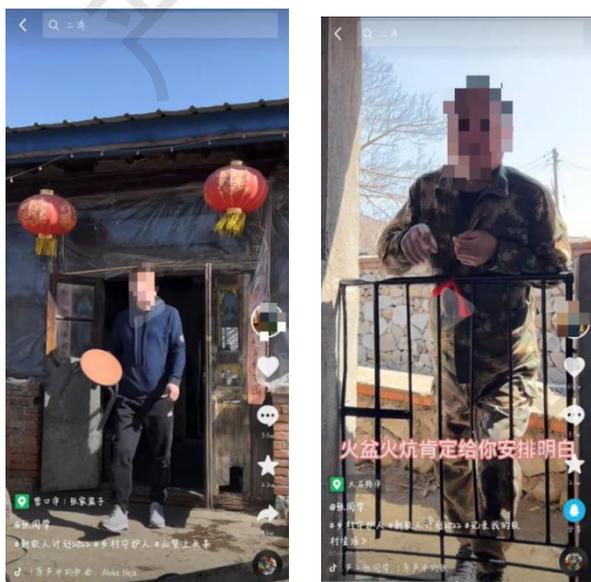


图 4-3 张同学视频截图

高频快剪的视频风格成功的基础：专业性、叙事性、持续性。

3. 后现代主义叙事话语风格



博学多闻

后现代主义叙事话语风格——朱一旦的枯燥生活

朱一旦的故事场景基本上就是办公室，路边，咖啡馆这些生活中随手可拍的场景，手机竖屏拍摄，没有打光，演员都是非职业演员，故事情节荒诞不经，人物行事毫无逻辑。但这并不意味着朱一旦真的很粗制滥造，因陋就简，反倒形成了一种耐人寻味的无厘头风格。

朱一旦叙事风格以独白为主，在叙事风格上，短视频采用平民化视角、感性化表达和黑色幽默，体现了浓厚的后现代主义特征。然而，也正是由于这些特性，使得短视频具有价值的双重性——它反映了现实生活，但却是支离破碎的；它寻求用户与市场共同参与，但却容易被利益裹挟。更是踩在周星驰、沈腾、王大锤等前辈的肩膀上，把这种情感刻画到了登峰造极的程度。如图 4-4 所示。



图 4-4 朱一旦的枯燥生活剪辑片段

后现代主义叙事话语视频风格成功的基础：反讽、黑色幽默、独立性

4. 3D 动画短视频风格



3D 动画短视频—禅小和尚

一禅小和尚, 画风精美, 制作精良, 色彩鲜艳明亮, 被认为扛起中国动画崛起的大旗。它和主流短视频定位完全不同, 在一众以帅女、搞笑剧情为主的潮流中反其道而行, 刚归隐人物形象给都市繁忙的大众一个心灵得以休息的地方。剧中人物包括老顽童爷爷、天、阿斗、一禅、乌咚、阿难等。这部系列视频中包含了大部分人遇到的难题, 然后它会借着对话告诉你应该如何应对如何处理。每一集的时间都不长但是每集都令人寻味。一个个暗含哲理的小片段浅显的讲出道理。

动画系列短片《一禅小和尚》是一部网络动画。角色形象活泼可爱, 吸引人, 文案主要以走心为主, 讲解人生道理, 视频短小、精悍、深入人心。如图 4-5 所示。

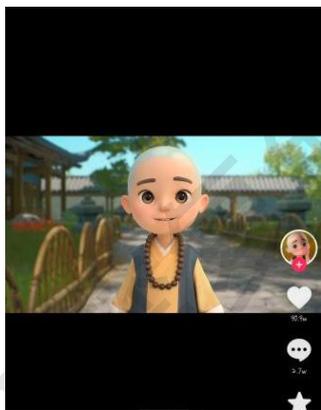


图 4-5 一禅小和尚

3D 动画短视频成功的基础: 卡通动画、趣味新颖、哲理性。

影视作品的“故事性”是吸引观众的关键。虽然短视频时长有限, 无法像影视作品那样通过各种方式来为作品设置悬念、突出作品的戏剧性和冲突性, 但是制作者可以改变叙事方式来增强作品的感染力。比如, 系列美食短视频《万物滋养》虽然以美食为题材, 但是每期节目会重点讲述一个与植物食材相关的故事。并且作品通过故事化的手法和受众进行交流, 充满浓厚的生活气息, 具有较强的观赏性。

短视频快速发展的同时, 参与创作的主体也不断增多。不同创作者制作出来的短视频在风格、内容方面都存在差异。尤其是在新媒体技术的加持下, 很多短视频作者纷纷推出独具特色的作品。因此, 短视频创作者需要认真观察生活, 积极寻找新的题材, 融入多种时代元素, 并在后期制作中选择恰当的与内容相符的制作风格, 更好地表达自己的感想和观点, 充分发挥短视频在促进社会精神文明发展方面的作用。

五、剧情类短视频脚本制作

剧情类短视频就是演员根据脚本演绎一段故事，几分钟的视频呈现给用户一段剧情。这个剧情可以是各种风格的，就像电视剧一样。

有的剧情有笑点，引起观众大笑，有的有剧情的反转，有的剧情可以引起共鸣，有的剧情还可以触及观众痛点。这类短视频非常受用户欢迎，在各种平台很火。

对于剧情类短视频而言，其审美体验主要取决于人们的感官感受，比如视觉、听觉等。因此，在将影视语言应用于短视频创作时，应注重影视语言带来的视听感受，从而立足于影视艺术与剧情类短视频之间的联系，创作出高水平的剧情类短视频作品。

1. 视觉元素的应用

视觉感官是人们获得观看体验的主要感官，作为新兴媒介，剧情类短视频的观看体验具有鲜明的运动性、画面性特质。相较于内容的创编、音乐的配合等方面，人的视觉习惯是短视频创作时要考虑的首要因素，比如画面尺寸、视角等方面确保受众能够接受，所以要准确把握大众的视觉规律。除此之外，还要以此为基础加入来自创作者的主观意识，同时统筹规划细节元素，比如光影、构图、景别、颜色等，通过围绕短视频核心内容对这些元素进行合理编排，能够使剧情类短视频作品具有独特的风格。

(1) 构图元素

作为剧情类短视频画面拍摄的重要元素，在绘画艺术长久发展下，学者和相关研究人员掌握了一些构图规律，明确认识到视觉感受、心理效应与构图之间的关系。然而与画作不同，视频具有动态化特点，画面中的事物往往不会保持不动，为推动剧情发展，镜头也处于运动状态。另外，对于短视频而言，其观看方式多是移动智能设备，比如手机视频内容的呈现形式多为竖屏，所以在将影视语言应用于短视频创作时，还要注重画面构图特点。但是在实际操作中，往往会出现难以把控人物距离画面距离的情况，比如较近的距离会给观众带来较强的突兀感，而若是距离较远，又较难区分景别，且顶部容易出现空白，最终出现构图不均等不利于内容呈现、视觉感官感受等情况。所以，在融入视觉感官中的构图元素创作剧情类短视频作品时，可以通过镜头焦距、物距的变化，来创作景深镜头，以此填满空旷的画面，或作出适当的留白，不仅起到丰富画面的作用，也能够增添意境美。

(2) 景别要素

对于剧情类短视频而言，景别创作深受影视艺术传承影响。从发展现状来看，景别分别为远景、全景、中景、近景和特写，短视频中不同景别的选择也会影响受众的视觉体验。因此，在将视觉元素应用于剧情类短视频作品创作时，要合理策划景别的转变，以角色心理变化、剧情推进转折为基础，给受众带来更好的视觉体验。另外，由于短视频作品的呈现形式为竖屏，即便竖屏远景采用最广的拍摄视角，其最终呈现的效果也比不上横屏远景。这不仅体现在环境与人物关系方面，还体现在人物交流、情感变化等方面。因此，在对景别转变进行控制时，创作者应充分发挥竖屏的作用，即亲和性，使受众能更为清晰地看到视频内人物的表情、神态。所以要合理设计景别，以扬长避短的方式创作别具一格的剧情类短视频作品。

(3) 色彩搭配

作为视觉元素的重要构成，剧情类短视频中的色彩搭配直接关系到视觉体验的真实性，色彩作为一种与人们思想精神、情感、象征相联系的东西，色彩氛围可以感染受众内心，使其与作品内容产生共鸣。在创作剧情类短视频时，不可盲目运用色彩要素，创作者要正确认识到色彩对受众情绪的影响是潜移默化的，创作时要将其摆至调和剂的地位，比如铺垫主题情绪、铺垫潜意识思想等，将色彩这一视觉元素与精神意识、心理建设相结合，从而提高创作水平。

(4) 光影

作为剧情类短视频中不可或缺的视觉元素，光影设计直接影响到人们对事物的感受。创作剧情类短视频作品时，应根据视频剧情推进、转折，在遵循光影规律情况下挖掘事物的表现力，比如控制光源方向、巧设明暗关系、注意冷暖色调的使用等，以此营造出符合视频剧情的视觉韵味，塑造鲜明的人物性格和作品风格。

2. 听觉元素的应用

听觉元素作为影视视听艺术的重要构成，同时也是影视语言的重要组成。人声、音乐、音效是构成听觉元素的成分，所以在将听觉要素运用至短视频创作中时，为增强作品空间感和立体感，应充分发挥人声、音乐和音效的作用，让短视频作品拥有超出二维画面空间的能力，提高剧情类短视频作品的生动性和完整性。

(1) 人声

非叙事镜头的主要叙述语言主要包括口述对话、内心独白和画外音旁白三种。在剧情类短视频中，口述对话是最为常见的一种人声表达方式，在呈现人物关系的同时推动剧情发展，让受众感受到人物在当前故事情节下的心境和思想。若剧情类短视频在创作过程中涉及对话，要尽量选用自然、朴素的话语，同时根据人物特点运用个性化特征的语言，然后自然地说出对话，以此带动受众进入视频情境。在非叙事镜头中，语言的安排需要在丰富的底蕴和内涵基础上进行创作，一句具有潜在意义的语言往往会成为整个视频的点睛之笔，点题式语句或是强烈的暗示能够引起受众内心深处的共鸣。旁白的运用主要是补充剧情和背景，其夹杂着创作者的主观意识形态，一些旁白直接是人物叙述，所以更逼近人物真实想法，这对塑造人物形象、个性具有巨大作用。以《朱一旦的枯燥生活》为例，其利用人物的内心独白推进剧情，以讽刺批判的方式表达着创作者的思想意识。

(2) 音乐

作为一种时间艺术，其具有极强的动态性，是接近人们内心的艺术形式。对于剧情类短视频而言，音乐也具备重要作用。在用音乐创作剧情类短视频时，可以将其用作背景音乐，增强短视频的生动性。但是在短视频不断发展的情况下，还可以将其立足于剧情发展与音乐之间的韵律关系上，以此发挥剧情铺垫、推进、气氛营造等作用，顺利呈现视频主题。另外，

若是想要营造氛围或是推进剧情转折，则最好选用纯音乐。而歌曲可以应用于叙事镜头和非叙事镜头中，发挥代替人物说话、抒发人物内心的作用，呈现一种隐含内敛的情感。

(3) 音效

在剧情类短视频中，音效包括作品内的所有声音，比如动作、摩擦、碰撞等多种声音，其发挥的作用主要是点睛。由于拍摄场景、环境的限制，一些声音需要后期添加，所以后期制作音效时，创作者要注重音效的艺术性运用与制作，利用剪辑技术增强短视频作品的真实性、完整性及趣味性。

3. 视听结合下的应用

单一的听和单一的看，都无法完整呈现剧情类短视频的内容与情感，所以在运用影视语言时，相关创作人员要明确认识到短视频也是一门视听结合的艺术，在创作时要充分发挥视听结合在强化视频表现力方面的作用。在当代大众审美需求下，短视频创作者可以根据自身需求灵活选择视听结合的艺术处理方式。一是声画同步，即完全一致的画面与声音，这一方式便于受众理解视频内容。二是声画分离，即声音与视频画面步调不统一、变换不同步、声形不配合等。虽然整体观感不够协调，但能够让受众感受到剧情的推进、变换，一般情况下，可以将该艺术处理方式运用于剧情转场等节点。三是声画对立，即二者相互对立、矛盾或反差，最终又相互配合。与声画分离艺术处理方式较为类似，不同之处在于声画对立在情感表达上与画面相对立，所以可以将其运用于矛盾性短视频剧情，或是具有激烈冲突的画面上，利用既对立又统一的关系反映视频核心。

此处插入微课视频：
剧情类短视频镜头拍摄收手段的应用

4. 镜头拍摄手段的应用

剧情类短视频作为当前受众广泛的新兴媒介，为创作出更好的作品内容，影视语言的应用不得局限于视听感官，还要重视视频镜头运用、拍摄手法。

(1) 蒙太奇

蒙太奇手法是电影中的常用拍摄、剪辑手段。作为影视艺术中的专业名词，蒙太奇是当今影视作品创作极具实用价值的理论基础。随着人们对影视艺术审美接受度的提高和当今影视艺术的发展，蒙太奇已经成为短视频作品创作中常用的一种审美要素。所谓蒙太奇，主要是指对镜头进行组接的艺术手法，在该思维理论下创作剧情类短视频作品时，创作者要从初始阶段进行蒙太奇构思，进而确保视频最后呈现理想的剧情画面和节奏。从当前发展状况来看，蒙太奇分为三大类别，分别为叙事、表现、理性蒙太奇。第一，叙事蒙太奇。作为剧情类短视频中常见的艺术手法，其主要是立足于剧情发展环节，比如故事发生的因果关系，后续层层推进的情节逻辑等，以此为基础剪辑、拼接镜头，完善故事情节叙事，表现冲突反转，便于受众对短视频内容的理解。第二，表现蒙太奇。该艺术手法致力于增强创作者主观表现力和情感烘托，其组接的镜头往往不具备直接联系，以此向受众展现画面之外的情感意识和情绪，给受众带来较大的想象空间。第三，理性蒙太奇。该艺术手法对镜头的组接主要是为了让受众领悟到视频主题或哲学思想，对于蒙太奇创作而言，最高的成就就是跳出剧情，吸引受众进入高级意识形态，比如抽象思想、哲学思想、文化意识价值观念等。

(2) 长镜头

所谓长镜头，主要是指具有较长拍摄时间的单一镜头，但并没有明确界定拍摄时间，其“长”的概念仅是与蒙太奇“短”镜头时间相对应。虽然蒙太奇这一艺术手法的表现形式较为巧妙，尤其是长短两种镜头的对比下，碎片式的镜头通过剪辑组接后，能够呈现完全不同的感情色彩和叙事性，且丰富的镜头内容也能够时刻吸引受众的关注度，但是在表现同一时空两个以上的动作并要求连贯性的时候，蒙太奇的艺术手法就不太适用了。所以，创作人员须合理使用长镜头，灵活选用固定型、变焦型、景深型和运动型镜头进行拍摄。由于长镜头具有较强稳定性，给受众带来一种更加认可人物的潜意识心理，在实际运用时要注重人物、背景之间的顺滑切换和动作的连续性，优化人物和事物之间的切换，高质量地处理运动场景。

5. 剧情类短视频脚本撰写技巧与方法

(1) 反转型

公式：交代情境→抛出矛盾冲突→解决矛盾→转折→结尾。

在剧情的发展中，让观众在看视频时有“过山车”式的心理。

举例：一名美女司机穿戴时髦、妆容精致、冷酷的表情、娴熟的动作、专业装备等元素，给观众营造了一种英姿飒爽，路上老司机的高手形象。

接下来，美女转头尴尬的一笑，对副驾驶教练说：“不行，教练！我还是紧张……”瞬间反转了女演员的高手形象，变成一个初学乍练的“菜鸟”。

(2) 倒叙型

公式：矛盾激化→故事背景→解决矛盾→意外→转机→开放式结局。

在平铺直叙的故事基础上，将故事中矛盾最激烈、最吸引人的环节前置，上来直接进入故事高潮，不需要进行前期的铺垫。

例如：两个女生在街上拉扯不清，原因是某男和漂亮小三逛街，不料被土气的女友撞见，小三当面羞辱女友。

从此女友励志要变美、变成男友高攀不起的样子。后来，男友再看到女友时，肠子都悔青了……

(3) 通用型

公式：痛点引入→干货分享→常规结尾/剧情翻转

通用型不用设计太多的分镜，拍摄的时候基本上按照分镜的顺序拍下来，也比较简单。

举例：纸质考勤表要打印很多页，很不方便；动态考勤表的好处就是可以实时更新，不用重新打印。说完痛点以后，可以顺理成章的接上干货分享。

我刚刚给老板介绍了这个动态考勤表，解决了老板的问题，老板应该会表扬我才对，结

果老板却说：“你刚刚教了一分钟，正好迟到一分钟，扣你300”。

剧情类短视频创作者，应该沉淀下来思考如何提升视频内容的质量，进一步深度挖掘对于用户来说真正有价值的信息。

6. 剧情广告类短视频脚本的创作

剧情广告类短视频必须提前写好完整的脚本，因为在拍摄之前要给客户看，客户觉得可以才能拍，不能一边拍一边来调整。剧情广告类短视频脚本案例如表4-1所示。

表4-1 剧情广告类短视频脚本
一分钟漫画视频之刹车失灵前兆

序号	景别	画面内容	解说词	字幕	音乐	音效	时间
1	全景	画出蓝小帅，站在一辆车前。	大家好，我是老司机蓝小帅。		欢快、富有节奏感的音乐		2s
2	近景	蓝小帅开车在公路上行驶，镜头切到车内，刹车拟人化，刹车失灵。	俗话说的好，再帅的车技敌不过一个小小的刹车。		欢快、富有节奏感的音乐	刹车声	4s
3	远景	切到车外，蓝小帅连人带车摔下悬崖。	刹车一旦失灵，弄不好就车毁人亡呀！		欢快、富有节奏感的音乐		3s
4	全景	蓝小帅在画面中间，旁边画了好几个拟人刹车，各种各样的情况。显示字幕：刹车的101种失灵情况。	贴心的小帅给大家整理了几种常见的刹车失灵前兆，拿走不谢~	刹车失灵的101种情况。	欢快、富有节奏感的音乐	刹车声	6s
5	近景	特写蓝小帅踩刹车，切到车外，车很难停下来。	刹车失灵最明显的特征就是踩刹车时特别无力怎么踩都刹不住车。		欢快、富有节奏感的音乐	轮胎摩擦声	6s
6	远景	差点碰上前面的车。显示字幕：提供压力的传输管路失去压力作用导致的。	不小心就亲吻前面车辆的小屁屁。	提供压力的传输管路失去压力作用导致的。	欢快、富有节奏感的音乐	急刹车	4s

7	近景	特写蓝小帅踩刹车，切到车外，车剧烈颤抖。显示字幕：长期磨损刹车盘面平整度有一定程度的失准。	有时一踩刹车啊，整个车都莫名嗨起来浑身抖动，真是伤不起！	长期磨损，刹车盘面平整度有一定程度的失准。	欢快、富有节奏感的音乐	颤抖声	6s
---	----	---	------------------------------	-----------------------	-------------	-----	----

六、剧情广告类短视频制作

1. 剧情广告类短视频制作流程

制作流程包括前期策划准备、中期拍摄和后期剪辑。

(1) 前期准备

①选题，确定做那一方面的内容，同时考虑选择爆款话题，只有爆款话题能够吸引更多人去看，比如螺蛳粉。

②确定选题后，就要好好的构思这个短视频的内容情节了。比如，螺蛳粉的制作过程，如何表达的更好。

③准备拍摄脚本，也就是拍摄流程或是细节步骤，包括机位、人员走动、实物的准备。要达到你想要的效果，就必须把每一步的细节写好。

(2) 中期拍摄

中期拍摄主要包括支架、像素级手机或是移动相机、补光灯、布景、云台等，根据拍摄需求，调整横屏竖屏或是不同比例的屏幕。

(3) 后期剪辑

拍摄出来的毛片，在相册筛选出你认为最具有价值的视频，然后导入剪辑软件，经过剪辑后，加背景音乐，或特效，或贴纸，或是滤镜调色等。最后成片感到满意后导出分享到你想发布的平台就成功了。

2. 剧情广告类短视频广告产品的植入方法

要做好剧情广告类短视频，除了优质的剧情外，最关键点是产品的合理露出与植入，这部分与一般的影视剧产品植入出入不大。

(1) 情节植入

这种一般跟剧本关系较大，即在故事的某个或某几个情节点植入产品。在影视剧中一般

会约定每个情节植入点时长以及合计情节植入时长。比较典型的方式是可以回忆以下你追的剧里角色收发快递或者逛电商购物等网站。

(2) 道具植入

作为故事里的道具，“不经意”中完整、清晰的展示了品牌的 LOGO、商品名称等。这种比较典型的的就是影视剧中一些软性饮料的植入。

(3) 场景植入

在故事特定场景中合理出现，这种跟情节植入有些类似，但关注点在场景，而不是情节上，如背景摆设等。

(4) 口播植入

直接由演员口播，或者嵌入到台词中。这种比较典型的的就是演员在剧中直接说明某个产品。

想一想

剧情广告类短视频广告产品的植入对产品有什么要求？

七、广告片后期制作的步骤

广告片后期制作基本上是按照初剪→正式剪辑→作曲选曲→特效录入→配音合成这样一个流程来进行制作。

1. 初剪

初剪也称作粗剪。剪辑工作一般都是在电脑当中完成的，因此拍摄素材在经过转磁以后，要先输入到电脑中，导演和剪辑师才能开始初剪。初剪阶段，导演会将拍摄素材按照脚本的顺序拼接起来，剪辑成一个没有视觉特效、没有旁白和音乐的版本。

2. 正式剪辑

在初剪得到认可以后，就进入了正式剪辑阶段，这一阶段也被称为精剪。精剪部分，首先是要对初剪不满意的地方进行修改，然后将特技部分的工作合成到广告片，画面部分的工作到此完成。

3. 作曲或选曲

广告片的音乐可以作曲或选曲。这两者的区别是：如果作曲，广告片将和画面有机结合，但会比较贵；如果选曲，在成本方面会比较经济，但别的广告片也可能会用到这个音乐。

4. 特效的录入

这个阶段是比较关键的一个阶段，将本身拍摄不到或者拍摄效果不好的地方进行特效制

作，这里将运用到十分专业的特效制作软件，我们所看到的很多具有超强视觉效果的电影正是因为特效录入这个环节做得十分好。

5. 配音配乐及合成

旁白和对白就是在这时候完成的。在旁白和对白以及音乐完成以后，音效剪辑师会为广告片配上各种不同的声音效果，至此，一条广告片的声音部分的因素就全部准备完毕了。最后一道工序就是将以上所有元素音量调整至适合的大小，然后合成在一起。

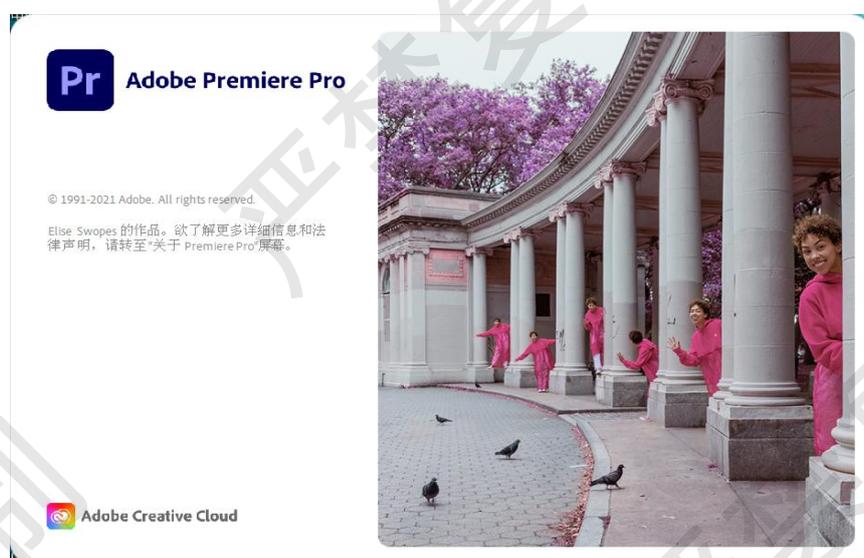
八、常用的剪辑软件

短视剪辑常用的软件有剪映、编辑星、PR、AE、Fanil cut 等，最常用的是剪映。

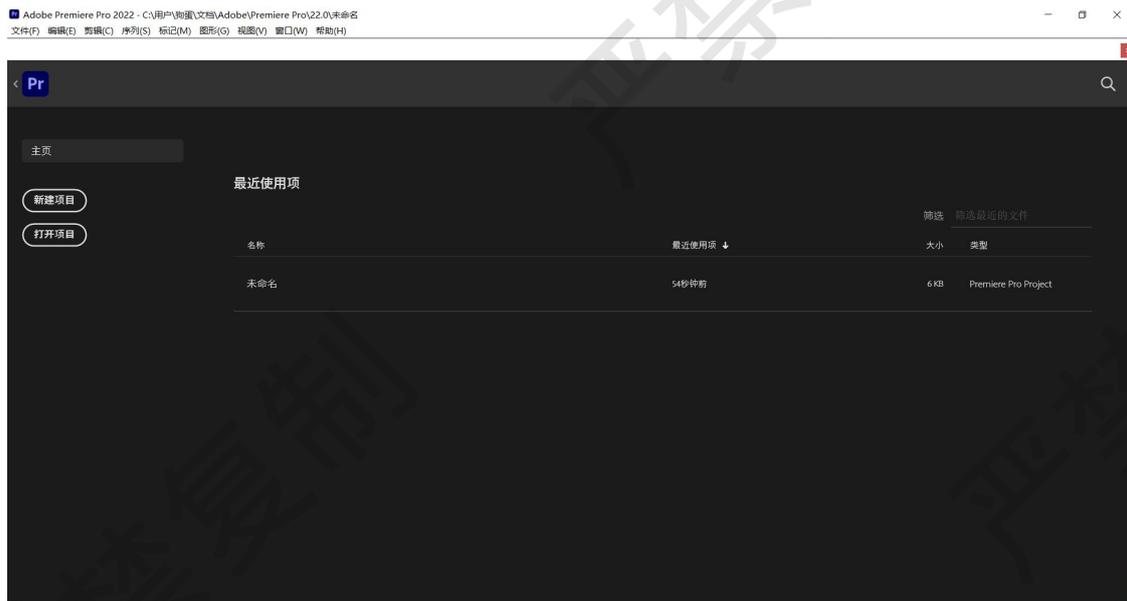
1. Premiere

Premiere Pro 是视频编辑爱好者和专业 Adobe 动态链接(4 张) 人士必不可少的视频编辑工具。它可以提升您的创作能力和创作自由度，它是易学、高效、精确的视频剪辑软件。Premiere 提供了采集、剪辑、调色、美化音频、字幕添加、输出、DVD 刻录的一整套流程，并和其他 Adobe 软件高效集成，使您足以完成在编辑、制作、工作流上遇到的所有挑战，满足您创建高质量作品的要求。

Premiere2022 软件打开之后的界面如图 4-6、4-7 所示。



如图 4-6 Premiere 欢迎界面



如图 4-7 Premiere 界面

Premiere 采用了面板式的操作环境，整个工作界面由多个活动面板组成，视频的后编辑处理就是在各种面板中进行的。Premiere 的工作界面主要是由“项目”面板、“时间轴”面板、“监视器”窗口、工具面板以及菜单命令等组成。如图 4-8 示。

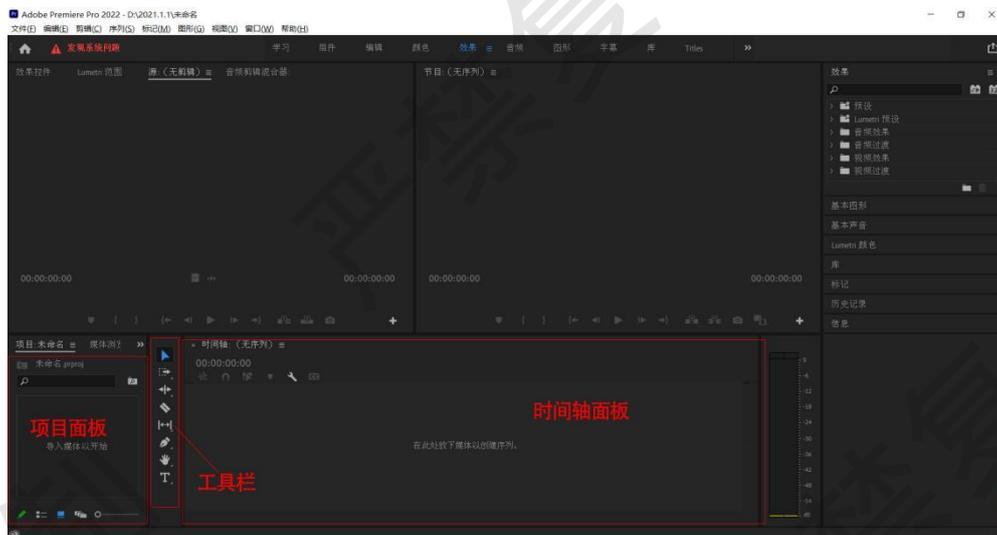


图 4-8 Premiere 工作台介绍

此处插入微课视频：
剪映介绍

2. 剪映

剪映是一款手机视频编辑工具，带有全面的剪辑功能，支持变速，有多样滤镜和美颜的效果，有丰富的曲库资源。剪映强大的视频剪辑功能包括视频片断截取、裁剪画面、变速功能、各类标注图库、定格画面、后期录音、语音生成字幕、文字转声音、画中画、人物智能抠像、蒙板、关键帧动画等，非常适合教师对录制的视频微课进行后期编辑。目前支持在移动端 App、电脑端专业版和在线编辑的网页版进行编辑创作。

剪映是抖音官方推出的一款手机视频编辑剪辑应用。剪映所有的功能免费使用，体积小，操作简单，它提供了各种各样的视频剪辑编辑功能和素材，支持切割、变速、倒放、转场等专业功能，并且可以按照自己的需求点击相应的功能即可编辑视频，还有贴纸、滤镜等大量在线素材供使用。

剪映支持的系统有 Windows、安卓和 macOS 等。它主要有以下几个方面的功能和特点：

- (1) 多端口、跨平台：同步推出移动端和桌面端。
- (2) 中文界面：拥有完整的中文界面，并且所有功能免费。
- (3) 多轨剪辑：支持多视频、音频剪辑。
- (4) 曲线变速：专业变速效果可以一键添加。
- (5) 海量素材：和手机版一样内置海量素材，包括视频素材库、音频素材库、文本素材、贴纸库、特效素材、丰富的可视化转场以及滤镜。
- (6) 可视化预览：所有操作都是可视化的图标点击或拖动操作，实际效果一目了然。
- (7) 语音识别：智能识别字幕与歌词，自动添加字幕，目前来说这是最实用的功能。
- (8) 抖音同步：除了音乐素材库，登录抖音账号还可以直接使用抖音收藏的音乐，比较受欢迎。

打开“剪映”App，进入“剪映”默认的起始工作界面，起始界面由3个部分构成，分别是“创作区域”、“草稿区域”和“功能菜单区域”。剪映的工作界面如图4-9所示。

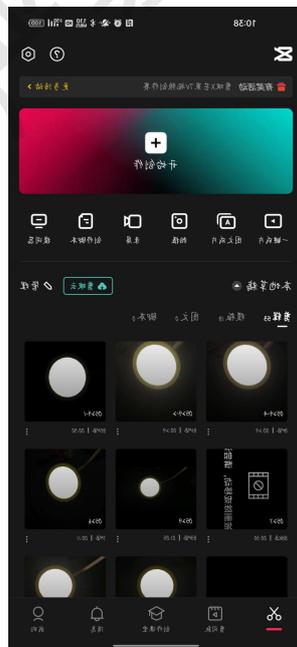


图4-9 最新剪映界面展示

(1) 创作区域

点击“创作区域”中的“开始创作”按钮，即可在弹出的界面中选择需要编辑的视频或照片进行短视频创作。如图 4-10 所示。



图 4-10 创作区域

(2) 草稿区域

“剪辑”起始工作界面的中间部分为“草稿区域”，该部分包含“剪辑草稿”、“模板草稿”和“云备份”3个选项区。在“剪辑”App 中所有未完成的视频剪辑都会显示在“剪辑草稿”选项区中。需要注意的是，已经剪辑完成的视频在保存到本地的時候，同时也保存到了“剪辑草稿”选项区中。如图 4-11 所示。



图 4-11 模板草稿展示图

(3) 功能菜单区域

“剪辑”是“剪辑”App 的起始工作界面。“剪辑”界面中为用户提供了多种不同风格的短视频模板。“创作课堂”界面中为用户提供了有关短视频创作的相关在线教程，供用

户进行学习。“消息”界面中显示用户所收到的消息，包括官方的系统消息、发表的短视频评论、粉丝留言、点赞等。如图 4-12、4-13、4-14、4-15 所示。



图4-12 App的起始工作界面



图4-13 “剪同款”界面



图 4-14 “消息”界面



图 4-15 “创作课堂”界面

“我的”界面是个人信息界面，显示用户个人信息以及喜欢的短视频模板等内容。如图 4-16 所示。



图 4-16 “我的”界面截图

在“剪映”App 起始界面的“创作区域”中点击“开始创作”按钮，在弹出的界面中将显示当前手机中的视频和照片。如图 4-17 所示。

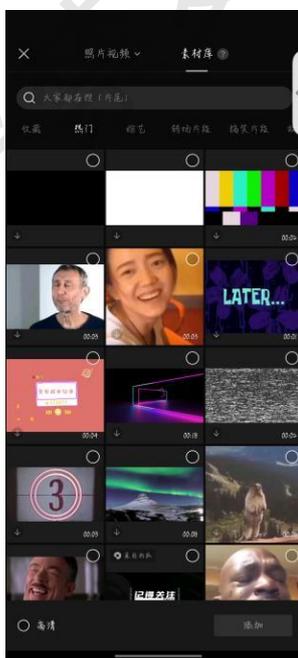


图4-17 “开始创作”界面

选择需要剪辑的视频，点击“添加”按钮，即可进入到视频剪辑界面中，该界面主要分为“预览区域”、“时间轴区域”和“工具栏区域”3部分。如图4-18、4-19所示。

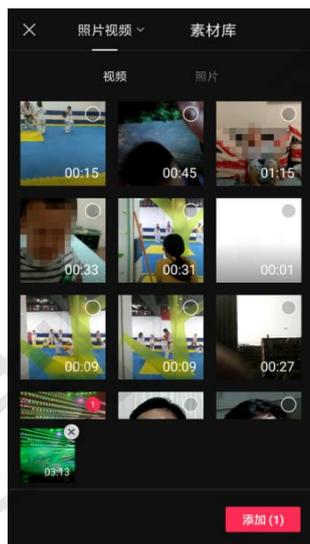


图 4-18 添加素材图



图 4-19 功能面板介绍

课前自测

一、单选题

- 下面哪个不是剪辑软件（ ）。
 - PR
 - 剪映
 - Ps
 - 爱剪辑
- 以下关于剪映分割功能说法正确的是（ ）。
 - 分割功能只能分割视频不能分割音频
 - 分割功能只能分割图片不能分割文本
 - 分割功能同时可以分割多段视频
 - 什么轨道都可以分割
- 剪辑视频时想让某一帧画面延长，用（ ）功能比较便捷。
 - 定格
 - 分割
 - 暂停
 - 截图导出图片再添加
- 剧情广告类短视频广告产品的植入方法（ ）。
 - 情节植入
 - 道具植入
 - 场景植入
 - 以上全对
- 电视剪辑最起码的要求是（ ）。
 - 合适的剪辑入点
 - 部分不需要，可以利用分割，变成片段后，删除多余的
 - 导入素材顺序不对，可以利用分割变成多段，长按移动重新调整位置
 - 以上都对

6. 剪辑时如果不小心退出软件怎么办（ ）。
- A. 草稿箱里找 B. 重新剪
C. 懒得继续剪 D. 点击撤回
7. 快节奏故事性叙事视频风格有什么特点（ ）
- A. 情节跌宕起伏 B. 台词笑料满满
C. 代入感强烈 D. 以上全对
8. 哪个不属于剪映的背景设置（ ）
- A. 画布颜色 B. 画布样式
C. 画布大小 D. 画布模糊
9. 为了达到最好的观看效果，在剪映剪辑时可以在（ ）中把所有视频画面调整为统一比例。
- A. 画幅 B. 比例
C. 画布 D. 背景
10. 剪映比例功能的作用是（ ）。
- A. 比例功能在在滤镜面板打开
B. 用于调节轨道的视频图片的屏幕尺寸
C. 比例在调节面板打开
D. 用于缩放素材大小

二、多选题

1. 剪映中剪同款功能中可以选取哪些素材（ ）。
- A. 视频 B. 图片
C. 剪映中自带的素材库 D. 音频
2. 下列哪些功能可以实现视频的多栏效果（ ）。
- A. 抖音自带的滤镜效果 B. 剪映里的特效
C. 剪映里的画中画 D. 剪映里的裁剪
3. 剪映中自动添加字幕能够识别哪些（ ）。
- A. 剪映自带的录音功能中的录音音频
B. 音乐
C. 视频中原音
D. 使用文本朗读出来的音频

三、简答题

1. 描述一下短视频后期制作发展背景是怎样的？
2. 广告片后期制作的步骤有哪些？

课中实训

任务一 分镜头剪辑与合成

【任务描述】

小张是一名互联网公司的新员工，刚步入职场的他被公司分配到产品运营部，负责拍摄和制作短视频，对于公司派发下来的任务，要在规定时间完成。小张很想把事情做好，但是对于视频剪辑与合成制作的节奏把握不好。本次任务就是帮助他做出符合要求的视频。

【任务目标】

1. 学生能够应用分镜头剪辑与合成的方法。
2. 学生能够使用剪映剪辑软件对提供的素材进行剪辑与合成。

【任务需求】

1. 电脑/手机
2. 手机剪映 APP/电脑版剪映软件

【任务实施】

1. 安装剪映

(1) 手机安装

步骤 1：打开手机应用市场，搜索“剪映”。

步骤 2：选择“剪映”点击“安装”，即可完成剪映的安装。如图 4-20 所示。



图4-20 剪映手机安装步骤

(2) 电脑安装

步骤 1：打开百度，在搜索栏搜索“剪映”。

步骤 2：选择搜索下面的第一个带有“官方”标志的网页。如图 4-21 所示。

步骤 3: 打开网页, 点击立即下载。如图 4-22 所示。

步骤 4: 弹出安装界面, 自定义安装位置。如图 4-23 所示。



如4-21 百度搜索“剪映”



图4-22 点击“立即下载”



图4-23 保存到自定义安装位置

步骤5: 找到保存的应用程序, 双击这个应用程序, 然后点击“运行”, 再点击“立即安装”即可自动安装完成该程序。如图4-24、4-25、4.26、4-27所示。

名称	修改日期	类型	大小
今天 (1)			
Jianying_pro_3_2_0_8784_jianyingpro_...	2022/7/25 星期一 15:...	应用程序	347,956 KB

图4-24 找到保存的下载好的应用程序



图4-25 点击“运行”按钮



图4-26 点击“立即安装”按钮



图4-27 安装进度截图

2. 分镜头剪辑

步骤 1: 在电脑桌面上打开已经安装好的剪映软件, 点击“开始创作”按钮, 如图 4-28, 在显示的界面中按顺序依次点击素材包中项目四任务 1 的素材编号 1-19, 然后点击“导入”

按钮，如图 4-29、4-30、4-31 所示。（如果是手机操作，先将所需素材保存到手机相册中。）

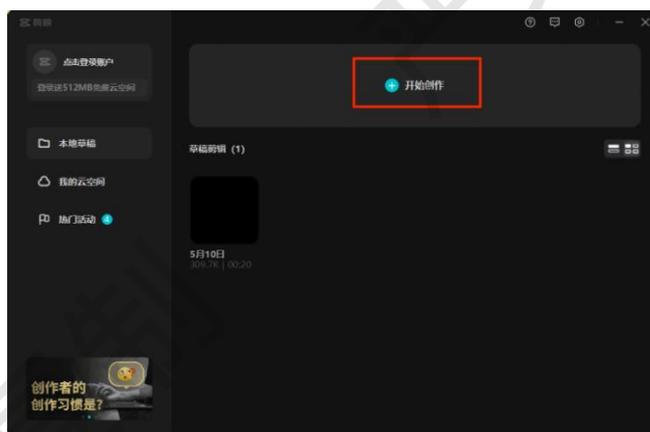


图4-28 点击“开始创作”

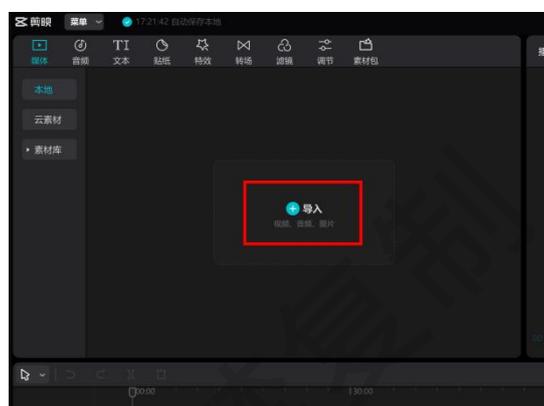


图4-29 点击“导入”按钮

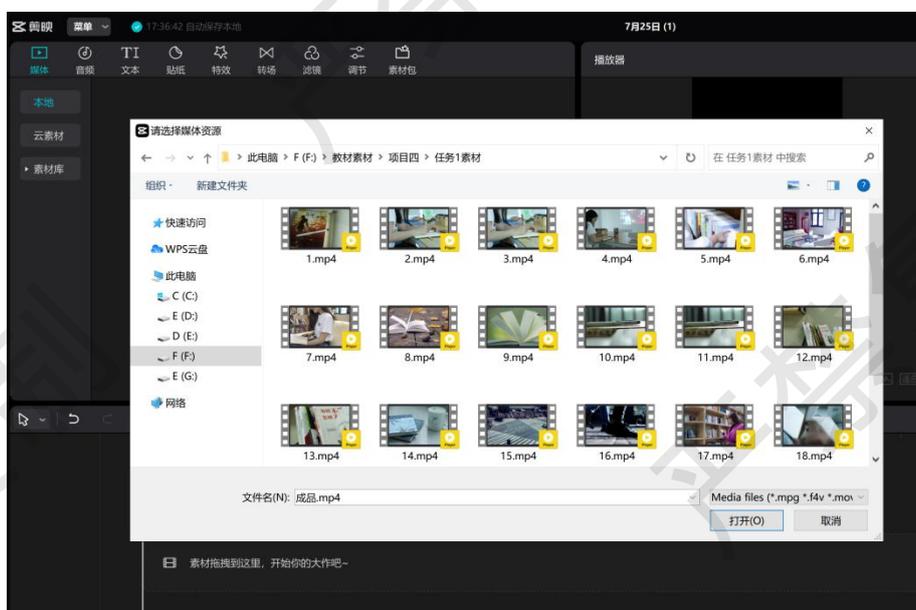


图4-30 导入素材1-19

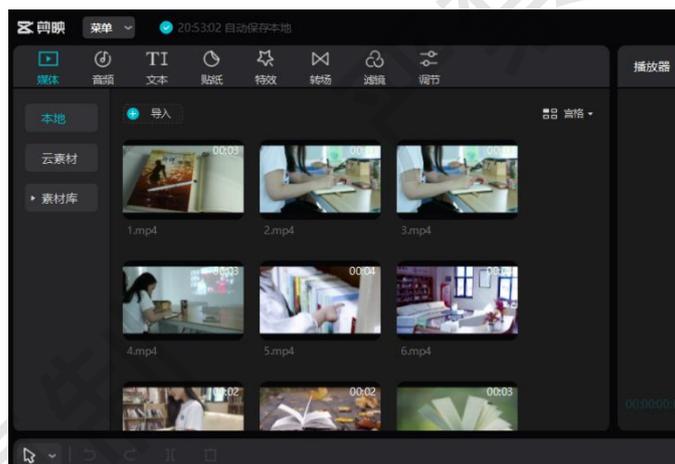


图4-31 素材已导入界面

步骤 2：视频素材将按照选择的先后顺序添加到时间轴上，选择左边第 1 个素材 1，拖曳其两端的红色控制条便可裁剪内容，保留视频中需要的画面，如图 4-32 所示。

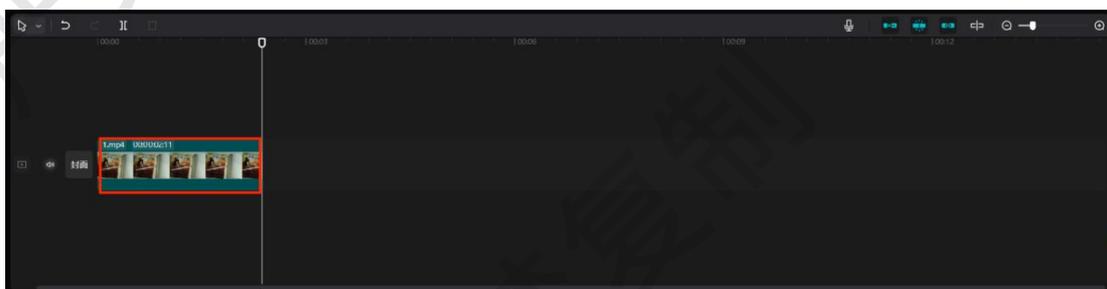


图4-32 裁剪素材

步骤3：按相同方法裁剪其他视频素材，将整个短视频时长控制在30秒左右。然后选择最后一个素材，点击“变速”按钮。继续点击“常规变速”按钮。在显示的界面中拖曳控制点至“3.0x”的位置，加快播放速度，如图4-33所示。



图4-33 变速界面

3. 分镜头合成

步骤 1：选择第 1 个视频素材 1，点击工具栏中的“滤镜”按钮，在显示的界面中点击“影视级”选项卡，选择“青橙”选项，如图 4-34、4-35、4-36 所示。

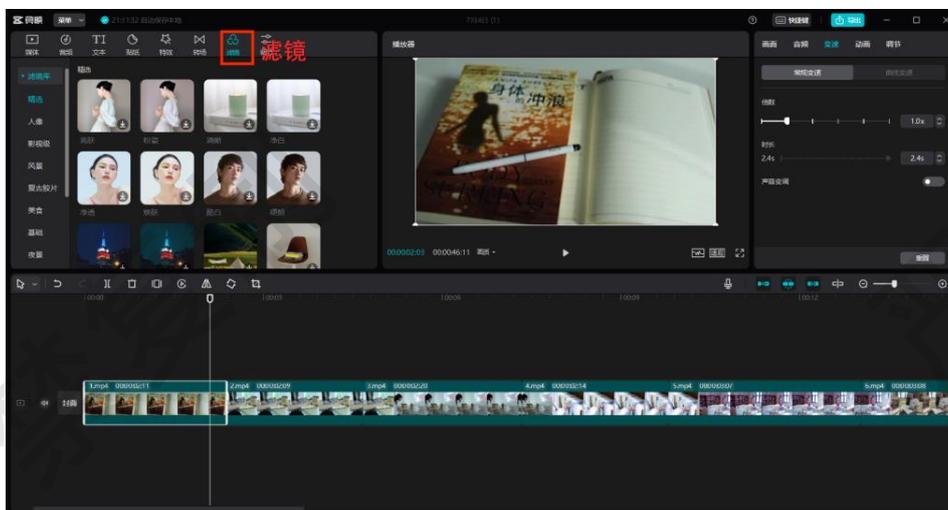


图4-34 添加滤镜

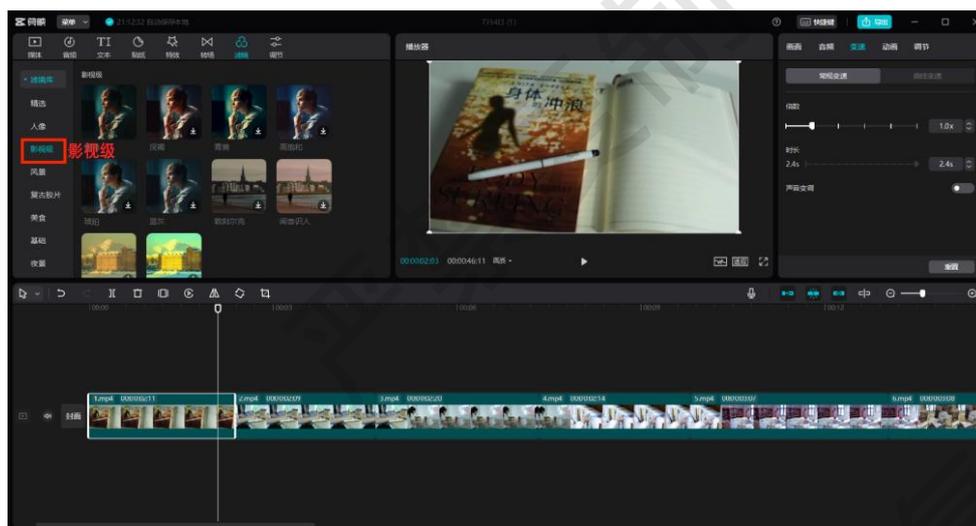


图4-35 添加滤镜“影视化”效果



图4-36 添加“青橙”效果

步骤 2:选择第 1 个视频素材, 点击工具栏中的“调节”按钮, 在显示的界面中点击“亮度”按钮, 拖曳控制点调整亮度参数, 按相同方法依次调整对比度、饱和度、光感、色温和暗角等参数, 然后点击“应用到全部”按钮和“保存预设”按钮, 如图 4-37 所示。

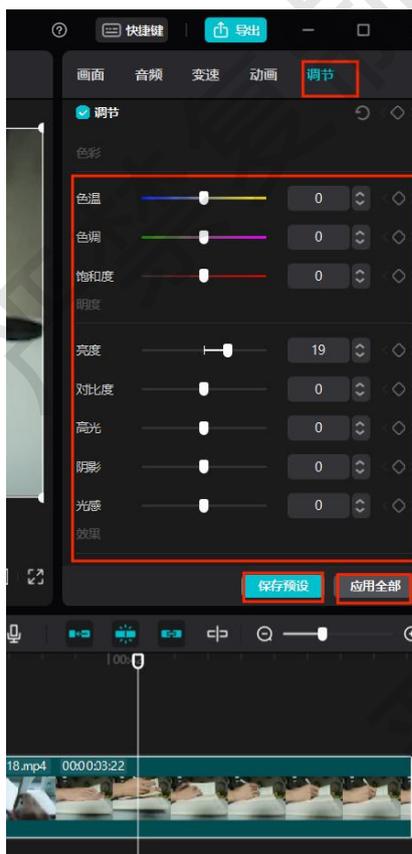


图4-37 调节界面

步骤3:点击第1个视频素材与第2个视频素材之间的“转场”图标。在显示的界面中点击“基础转场”类型下的“叠化”缩略图, 如图4-38所示。然后拖曳下方的控制点将转场时长设置为“1秒”如图4-39, 依次点击“应用到全部”按钮, 如图4-40所示。最终合成输出

效果如图4-41所示。

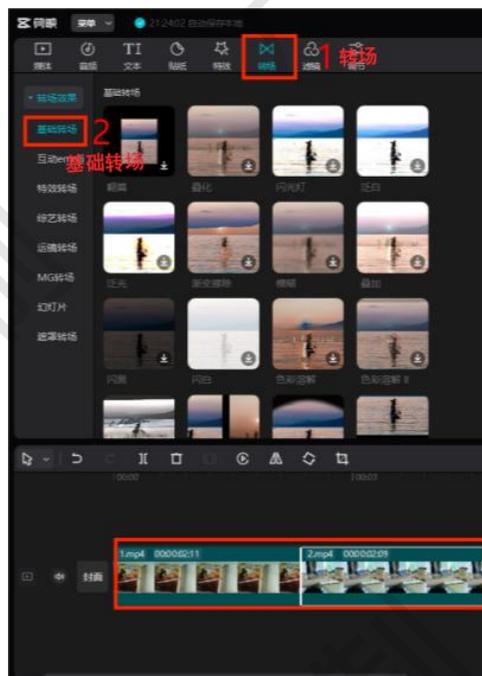


图4-38 转场的添加

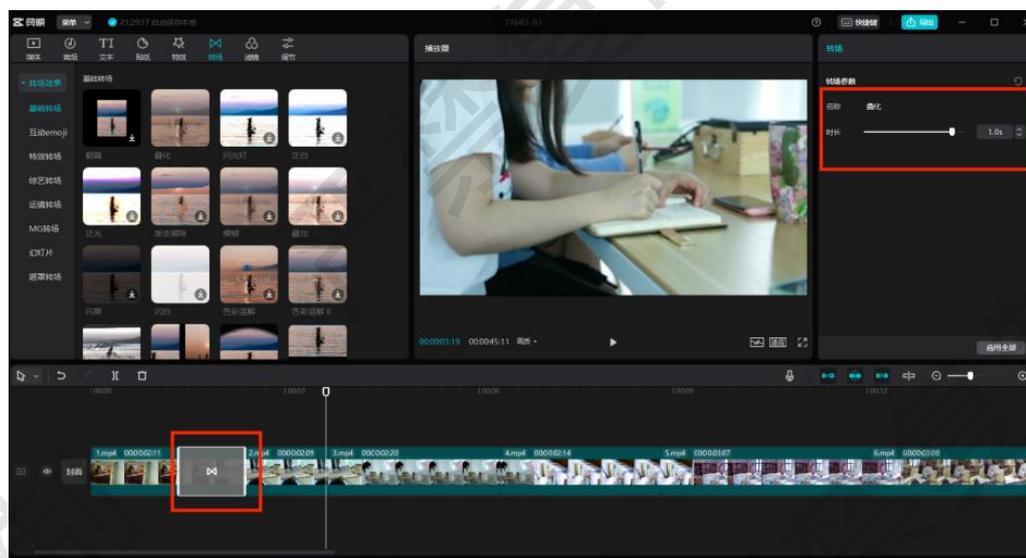


图4-39 视频时长设置1s



图4-40 应用全部截图

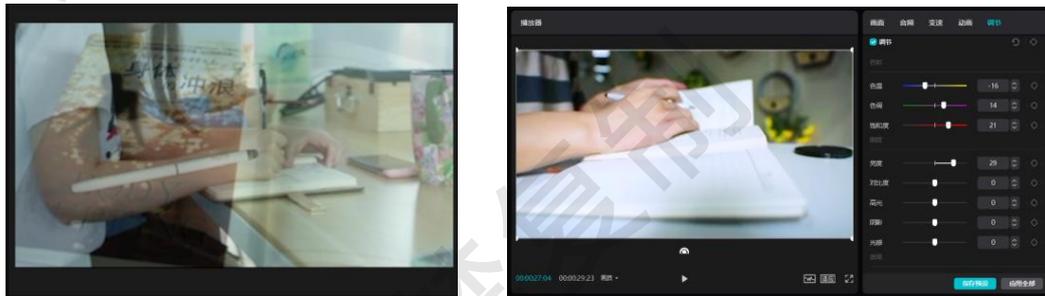


图4-41 最终效果（部分截图）



视频剪辑中常用的转场有哪些？

1. 淡入淡出

淡入淡出转场特效，指的是上一个镜头画面由明变暗，直到黑场，然后下一个镜头的画面由暗转明，渐渐显现直至正常的亮度。

淡出与淡入画面的长度，通常各为 2 秒钟，但实际情况在编辑时，应当根据视频的情绪、情节、节奏的要求来决定。在有的影片中，淡出与淡入中间还会穿插一段黑场，给人一种间歇感，起到中断观看者思路，让观看者陷入思考的作用。

2. 叠化转场

叠化转场，指的是前一个镜头的画面与后一个镜头的画面叠加在一起，前一个镜头的画面逐渐暗淡隐去，后一个镜头的画面逐渐显现并清晰的过程。

3. 声音转场

声音转场是用音乐，音响，解说词，对白等和画面的配合实现转场，是转场的惯用方式。

声音转场的主要作用是利用声音过渡的和谐性自然转换到下一画面，其中，主要方式是声音的延续、声音的提前进入、前后画面声音相似部分的叠化。

4. 遮挡镜头转场

遮挡镜头转场是指在上一个镜头接近结束时，被摄主体挪近以至挡黑摄像机的镜头，下一个画面主体又从摄像机镜头前走开，以实现场合的转换。上下两个相接镜头的主体可以相同，也可以不同。

5. 主观镜头转场

主观镜头转场是指上一个镜头拍摄主体在观看的画面，下一个镜头接转主体观看的对象，这就是主观镜头转场。主观镜头转场是按照前、后两镜头之间的逻辑关系来处理转场的手法，主观镜头转场既显得自然，同时也可以引起观众的探究心理。

任务二 配音与配乐

【任务描述】

小张已经学会了分镜头视频剪辑，但是在配音配乐上，总是与视频的节奏不够协调，并且音乐层次感不够，他也不知道该如何调整，本次任务我们将帮助小张解决这个问题。

【任务目标】

1. 学生能够区别短视频配音配乐与传统后期制作配音配乐。
2. 学生能够使用剪映软件给视频进行配音配乐。

【任务需求】

1. 电脑/手机
2. 手机剪映 App/电脑版剪映软件

【任务实施】

步骤 1：打开剪映软件，打开任务一制作的视频，然后点击“导入”添加音频，在素材包项目四任务 2 中选择“任务二音频”，然后点击“打开”即可添加音频。如图 4-42 所示。

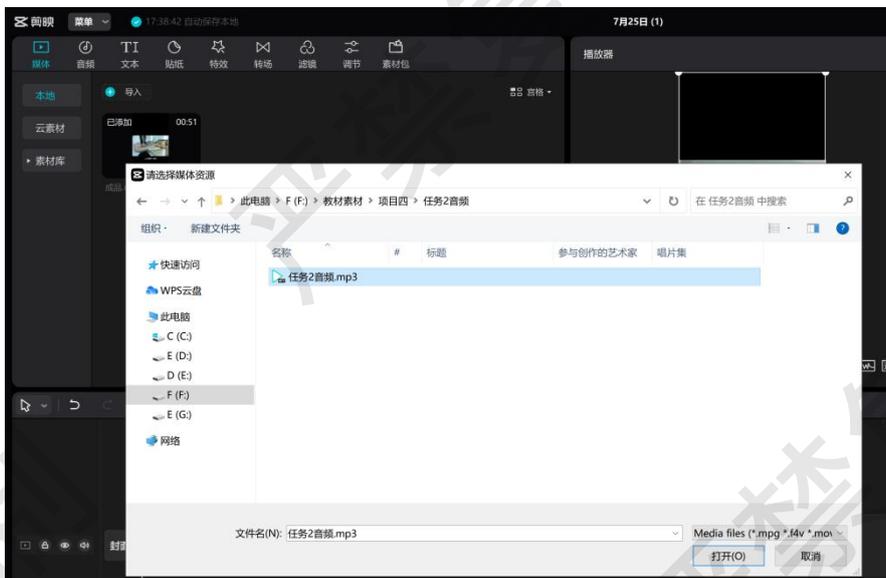


图 4-42 导入音频

步骤 2：点击左端的“关闭原声”按钮，然后点击“添加音频”按钮，如图 4-43 所示。

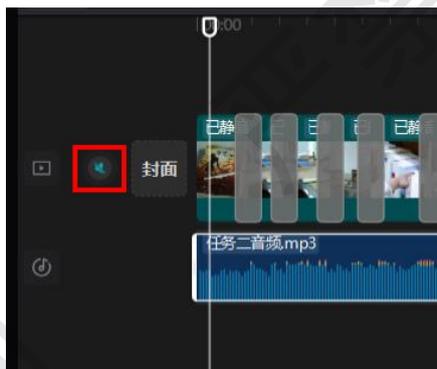


图 4-43 关闭原声

步骤 3: 选择添加的音频素材, 拖曳其右边的白色控制条, 将播放长度裁剪为“30 秒”, 长按音频素材调整其位置, 使其与上方的短视频长度相等, 如图 4-44 所示。

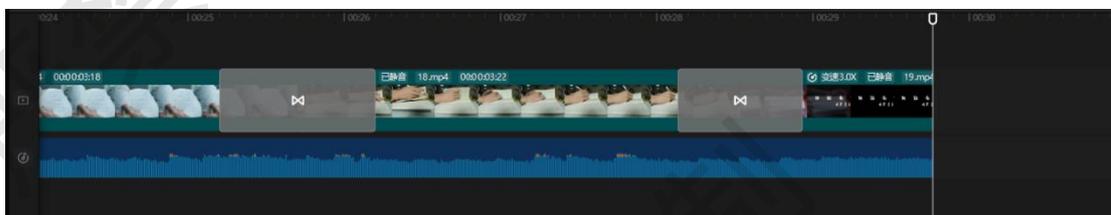


图 4-44 调整音频位置

步骤 4: 点击音频素材, 再点击右侧音频调整音量大小, 如图 4-45 所示。接下来点击“淡入时长”, 将时长调整为“1.2 秒”, 完成后点击“确定”按钮, 即可完成短视频的配音配乐。



图 4-45 调节声音



知识拓展

短视频添加音乐的好处

短视频添加音乐，还可以在在一定程度上增加用户观看短视频的停留时间，试想，如果你制作的短视频内容吸引力不大，但是如果配上一段与之相容的音乐，整个视频内容就会得到质的提升。另外，用户在观看这段短视频的时候，如果对这个音乐比较感兴趣，即便是内容并不是用户想看的，也可能会因为这段音乐而更多的驻足停留。

选择短视频音乐的时候，一般从当下比较火的音乐中选取，一般也会有推荐的音乐，如果推荐的因为觉得不合适，还可以自己搜索想要的音乐。如果你的视频内容是关于冬雪的，可以搜索与雪有关的音乐。

任务三 特效制作

【任务描述】

小张为了给视频增光添彩，需要给视频做一些特效片头，虽然有好的点子，想要制作简单的文字特效，但是却做不出想要的效果，本任务我们将帮助小张来制作短视频的特效效果。

【任务目标】

1. 学生能够举例说明特效对短视频制作的作用。
2. 学生能够使用剪映软件制作短视频的特效。

【任务需求】

1. 电脑/手机
2. 剪映 APP/剪映软件

【任务实施】

步骤 1：打开任务二中制作的添加声音的视频，然后点击“文字”选项并新建文字，如图 4-46 所示。

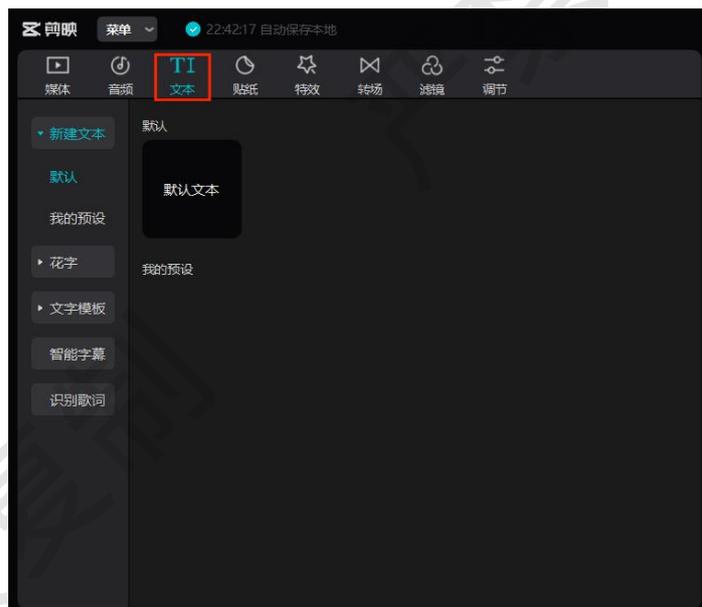


图4-46 新建文本

步骤2: 点击视图中的文本, 修改文字内容、字体、字号、颜色、样式、预设样式、字体间距、位置大小、不透明度、描边的相关参数, 如图4-47、4-48所示。



图4-47 修改文本



图4-48 字体间距、位置大小、不透明度、描边参数设置

步骤 3: 添加动画，选择动画入场加逐字翻转如图 4-49 所示。



图4-49 添加动画

步骤4: 选择动画出场（时间轴在快结束的时候）加逐字翻转效果，再选择动画循环上弧如图4-50所示。



图4-50 动画特效添加

步骤5: 导出视频。点击“菜单”，再点击“文件”，选择“导出”，在导出设置框中设置导出的作品名称、导出的路径等相关设置，然后点击“导出”即可导出MP4格式的视频。

如图4-51所示。最终完成片头特效效果如图4-52所示。

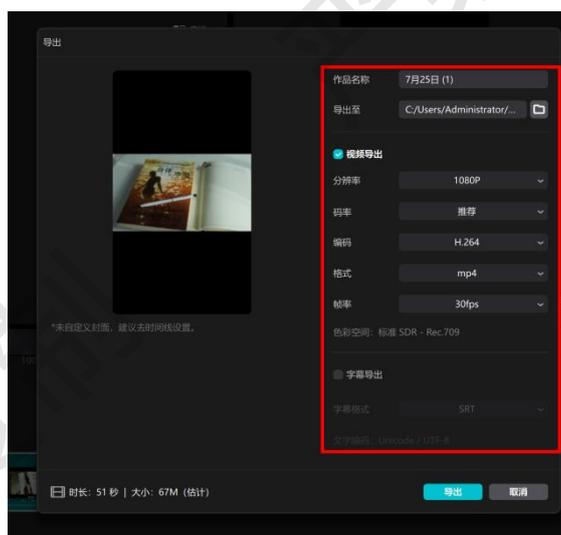


图4-51 导出视频



图4-52 片头成片效果



知识拓展

添加字幕注意事项

1. 字幕位置

一般来说字幕通常都会优先居中对齐，并放置在画面的下方。但有时也会由于视频画幅比例的问题，在上下方出现了大片的空白区域，这时就可以考虑在上方放置视频的文字标题，在下方放置字幕。

在使用剪映进行添加文字操作时，用户只需要移动文字至中间处，就会自动出现居中对齐的辅助线，非常方便校正字幕的位置。

2. 字幕的颜色

短视频中建议采用白色的字幕，这样会比较明显且符合大众审美。同时为了避免出现白色与视频背景颜色相冲突的情况，可以给白色字幕添加一个描边，描边不需要太粗，否则会影响美观度。

3. 字幕的风格匹配

短视频中的文字各种各样，有些文字好看，但却未必适合自己视频的风格，因此在创作字幕的时候，要注重字幕样式和视频本身风格的契合度。比如俏皮可爱风格的视频，字幕就可以选择一些偏卡通类的样式。

任务四 分组制作一个剧情广告类短视频脚本

【任务描述】

A 公司是一个新成立的公司，90%的员工都是新员工。近期公司接了一个新的项目，需要制作一个剧情广告类短视频脚本，但是大家对这种类型的脚本制作还不熟悉，本任务就带着大家一起来学习一下剧情广告类短视频脚本的制作。

【任务目标】

1. 学生能够陈述什么是剧情广告类短视频脚本。
2. 学生能够举例说明剧情广告类短视频脚本设计步骤。
3. 学生能够根据剧情广告类短视频脚本设计流程来设计剧情广告类短视频脚本。

【任务需求】

1. 电脑/手机
2. 良好的网络环境

【任务实施】

步骤 1：分组（4-5 人/组）分析讨论表 4-2 的剧情广告类短视频分镜头脚本。分析讨论剧情背景、镜头拍摄方法、剧情类型、音乐音效、广告植入等几个方面。

表4-2 《小嗨森》剧情广告类短视频分镜头脚本

镜头	拍摄方法	时间	画面	解说	音乐	备注
1	全景定	3s	一个女孩一个人坐”在教室里,同时女孩捂着肚子,面露难色		无	字幕: 15岁的烦恼
2	全景定	3s	一个女生和一个男生手拉着手在游乐园,男生指着过山车,女生捂着肚子摇头,男生有点不高兴	男生说;我们去坐过山车吧	游乐园嘈杂的人声	字幕: 20岁的烦恼
3	全景定	3s	一位女白领正在会议上讲述报告,突然身体有一点颤抖,然后离开了会议室	白领说:不好意思我去趟厕所,小陈替我一下	开门的声音以及高跟鞋走路的声音	字幕: 28岁的烦恼
4	中景跟	4s	深夜,女孩正在卧室里写作业,妈妈推门进来,手里拿着一个礼物盒交给了女孩		轻轻推门的声音	无
5	中景跟	4s	晚上,女生正在寝室里面看书,室友从柜子里面拿出一个礼物盒送给了女生。		开柜子的声音	无
6	中景跟	4s	女白领回到家中后,老公从正面抱住了她,并交给她一个礼物盒		钥匙开门的声音	无
...						

步骤 2: 分组分析讨论完成后, 完成表 4-3 的填写。

表4-3 《小嗨森》剧情广告类短视频分镜头脚本分析表

短视频名称	
剧情背景/故事梗概	
镜头拍摄方法	
剧情类型	
音乐音效	
广告植入方法	

步骤 3: 完成剧情广告类短视频分镜头脚本分析表后, 结合课前所学的剧情广告类短视频脚本撰写技巧与方法, 按照分好的组进行剧情广告类短视频分镜头脚本的创作, 每个小组创作 1 个广告类短视频分镜头脚本。各小组脚本设计好之后填入表 4-4 中。植入的商品由小组讨论确定, 洗护类、服饰类、食品类、酒水类均可。

表 4-4 《_____》剧情广告类短视频分镜头脚本设计表

镜头	拍摄方法	时间	画面	解说	音乐	备注

步骤 4: 各小组完成制作后, 选取 1-2 个小组派 1 名代表在同学面前进行分享。



知识拓展

“钩子”定律

一个优秀的短视频脚本中，必须要埋着“钩子”。当一则短视频通过“黄金三秒”初步留住了用户之后，接下来要考虑的，就是如何确保用户不会中途“溜走”。

在短视频脚本中有意识地埋入“钩子”，可以起到提升短视频完播率的效果。反转、悬念、彩蛋等手法，都可以扮演短视频脚本中的“钩子”。

反转，是很多爆款短视频常用的手法。通过人设、剧情的反转，往往能产生意想不到的戏剧效果，满足用户的好奇心和娱乐需求。比如在抖音上常见的“换妆”反转：一个长相平平无奇，甚至有点邋遢的女孩，镜头一切之后就摇身变为一个惊艳的美人，前后的反转会让用户体验到视觉的冲击。除了视觉上的反转，剧情上的反转也能让用户收获刺激与快乐。

在剧情中埋入反转，就能在用户看完前3秒和看完整个视频之间制造一个强有力的“钩子”，让用户不至于看到十秒、十几秒就将视频划走，从而提升视频的完播率，为视频的流量打下基础。

除了“反转”，在开篇展现“悬念”或者在开篇预告视频中有“彩蛋”，也是一种“钩住”用户的小技巧。“悬念”能让用户在好奇心的支撑下尽可能久地观看视频；而许多短视频在开篇就会告诉用户“视频末尾有彩蛋”，让用户带着发掘彩蛋的预期去看完视频。

任务五 分组完成剧情广告类短视频制作

【任务描述】

由于是初次接触剧情广告类短视频，为了保证短视频的质量，小张决定策划一种十分常见而且效果不错的剧情广告类短视频。虽然这类短视频对策划、拍摄和后期剪辑的要求不是非常高，但如果内容、节奏等各方面把握得好，也能成为热门的短视频。

【任务目标】

1. 学生能够应用剧情广告类短视频广告产品的植入方法。

2. 学生能够根据剧情广告类短视频分镜头脚本完成剧情广告类短视频制作。

【任务需求】

1. 拍摄设备：摄影机、手机、电脑、演员、导演、灯光、反光罩、滤光镜、稳定器、手机支架、摄影机支架、麦克风、服装、道具。

2. 拍摄场地：根据任务四小组制作的脚本需求来准备

3. 拍摄商品：根据任务四小组制作的脚本需求来准备

【任务实施】

步骤 1：每个小组推选 1 名导演，各小组根据任务四完成的脚本来准备拍摄设备和拍摄场地。

步骤 2：各小组根据脚本分镜头进行拍摄，小组导演注意统筹兼顾，演员注意表演情绪，尽量多拍摄镜头方便剪辑合成。注意灯光的使用，多用正面光和侧光，镜头以中景镜头和近景镜头为主，特写和远景为辅。

步骤 3：视频配音。视频拍摄完成之后，根据视频中每个人的口型在录影棚/安静的房间内采用麦克风进行录音，录音可以根据脚本多旁白录音，增加视频气氛。

步骤 4：剪辑视频。使用剪映根据音频波纹幅度和声音同步音频，然后按照分镜进行剪辑，加入各种音效和配乐。

步骤 5：制作后期特效和片头片尾。根据脚本设计，在剪映中选择合适的特效，为视频添加特殊的效果。片头修改文本并增加动画、片尾修改文本并增加动画，字幕使用剪映语音识别功能自动生成字幕。如图 4-53、4-54、4-55 所示。



图4-53 制作后期特效与片头片尾



图4-54 制作后期特效与片头片尾



图4-55 制作后期特效与片头片尾

步骤 6: 完成视频制作。点击“菜单”，再点击“文件”，选择“导出”，在导出设置框中进行相关设置，然后点击“导出”即可导出 MP4 格式的视频。如图 4-56 所示。



图4-56 导出短视频设置

步骤 7：各小组完成制作后，选 2-3 个小组派一名代表展示制作效果。



知识拓展

短视频广告植入需要注意的事项

1. 选择和自己内容契合的广告主

例如，短视频内容偏向娱乐化，可以重点考虑对接游戏的广告主。游戏在互联网的天然变现优势，一直是互联网广告的尝鲜者。

2. “软植入”是观众感知的软植入

现在“软植入”和“硬植入”的边界越来越模糊，papi酱、戏精牡丹在内容中直接进行品牌的展现，但观众并没有感到厌烦。

3. 保证内容的统一性，呵护粉丝的感受

虽然说变现对于短视频IP很重要，但广告主之所以通过短视频进行品牌的推广，看重的是IP的庞大粉丝群体，及对粉丝的影响力。不应本末倒置，不顾粉丝的感受会导致粉丝的大量流失，就得不偿失了。

项目评价

学生自评表

序号	知识点	达标要求	学生自评		教师评价	
			达标	未达标	达标	未达标
1	短视频后期制作、短视频后期制作的重要性及其发展现状	1. 能够说出短视频后期制作的定义 2. 能够说出短视频后期制作的重要性 3. 能够描述短视频后期制作的重要性				
2	短视频后期制作与传统后期制作的区别	1. 能够描述短视频后期制作的定义 2. 能够描述传统后期制作 3. 能够区别短视频后期制作与传统后期制作				
3	短视频后期制作的风格	1. 能够说出短视频后期制作的四种风格 2. 能够区别短视频后期制作的几种风格				
4	剧情类短视频视觉元素、听觉元素、视听结合及镜头拍摄手段的应用	1. 能够描述剧情类短视频视觉元素、听觉元素、视听结合的应用 2. 能够描述镜头拍摄手段的应用				
5	剧情类短视频脚本的撰写技巧和方法	1. 能够举例说明剧情类短视频脚本的撰写方法和技巧 2. 能够应用剧情类短视频脚本的撰写技巧和方法				
6	剧情广告类短视频制作的流程	1. 能够说出剧情广告类短视频制作的流程 2. 能够说出剧情广告类短视频广告产品的植入方法				

7	视频剪辑软件	1. 能够说出视频剪辑的两种常用软件 2. 能够说出常用的两种剪辑软件的异同				

序号	技能点	达标要求	学生自评		教师评价	
			达标	未达标	达标	未达标
1	使用剪映剪辑软件对提供的素材进行剪辑与合成	1. 剪映操作熟练 2. 短视频脉络清晰 3. 剪辑流畅，色调鲜明				
2	使用剪映剪辑软件给短视频进行配音和配乐	1. 能够根据不同短视频合理选择配音配乐 2. 能够根据画面卡点进行配音配乐 3. 操作流畅				
3	使用剪映剪辑软件进行短视频的后期特效制作	1. 特效观感好 2. 特效放置的位置合理，没有违和感 3. 特效不可过于浮夸，偏离主题				
4	设计剧情广告类短视频分镜头脚本	1. 主题突出、立意新颖 2. 人物设置、场景设置、道具设置合理 3. 故事线索清晰 4. 广告植入巧妙 5. 影调、背景音乐设计合理 6. 景别及镜头运用准确				
5	制作剧情广告类短视频	1. 拍摄符合拍摄脚本要求 2. 构图符合要求 3. 镜头运动合理 4. 特效效果好 5. 视频制作完整				

序号	素质点	达标要求	学生自评		教师评价	
			达标	未达标	达标	未达标
1	团队合作精神和协作能力	1. 认同团队目标 2. 自我认同团队角色 3. 良好的团队关系 4. 合作完成团队任务				
2	交流沟通能力	1. 语言流畅、思路清晰 2. 准确表达自己想法 3. 善于沟通交流 4. 善于体察别人想法和感受				
3	信息素养和学习能力	1. 具有信息收集、整合和使用能力 2. 学习能力强，能主动接受新知识				
4	独立思考和创新能力	1. 遇到问题善于思考 2. 具有解决问题和创造新事物的意识 3. 善于提出新观点、新方法				

教师评价表

序号	知识点	达标要求	学生自评		教师评价	
			达标	未达标	达标	未达标
1	短视频后期制作、短视频后期制作的重要性及其发展现状	1. 能够说出短视频后期制作的定义 2. 能够说出短视频后期制作的重要性 3. 能够描述短视频后期制作的重要性				

2	短视频后期制作与传统后期制作的区别	1. 能够描述短视频后期制作的定义 2. 能够描述传统后期制作的定义 3. 能够区别短视频后期制作与传统后期制作				
3	短视频后期制作的风格	1. 能够说出短视频后期制作的四种风格 2. 能够区别短视频后期制作的几种风格				
4	剧情类短视频视觉元素、听觉元素、视听结合及镜头拍摄手段的应用	1. 能够描述剧情类短视频视觉元素、听觉元素、视听结合的应用 2. 能够描述镜头拍摄手段的应用				
5	剧情类短视频脚本的撰写技巧和方法	1. 能够举例说明剧情类短视频脚本的撰写技巧和方法 2. 能够应用剧情类短视频脚本的撰写技巧和方法				
6	剧情广告类短视频制作的流程	1. 能够说出剧情广告类短视频制作的流程 2. 能够说出剧情广告类短视频广告产品的植入方法				
7	视频剪辑软件	1. 能够说出视频剪辑的两种常用软件 2. 能够说出常用的两种剪辑软件的异同				

序号	技能点	达标要求	学生自评		教师评价	
			达标	未达标	达标	未达标

1	使用剪映剪辑软件对提供的素材进行剪辑与合成	1. 剪映操作熟练 2. 短视频脉络清晰 3. 剪辑流畅，色调鲜明				
2	使用剪映剪辑软件给短视频进行配音和配乐	1. 能够根据不同短视频合理选择配音配乐 2. 能够根据画面卡点进行配音配乐 3. 操作流畅				
3	使用剪映剪辑软件进行短视频的后期特效制作	1. 特效观感好 2. 特效放置的位置合理，没有违和感 3. 特效不可过于浮夸，偏离主题				
4	设计剧情广告类短视频分镜头脚本	1. 主题突出、立意新颖 2. 人物设置、场景设置、道具设置合理 3. 故事线索清晰 4. 广告植入巧妙 5. 影调、背景音乐设计合理 6. 景别及镜头运用准确				
5	制作剧情广告类短视频	1. 拍摄符合拍摄脚本要求 2. 构图符合要求 3. 镜头运动合理 4. 特效效果好 5. 视频制作完整				

序号	素质点	达标要求	学生自评		教师评价	
			达标	未达标	达标	未达标
1	团队合作精神和协作能力	1. 认同团队目标 2. 自我认同团队角色 3. 良好的团队关系 4. 合作完成团队任务				
2	交流沟通能力	1. 语言流畅、思路清晰				

		2. 准确表达自己想法 3. 善于沟通交流 4. 善于体察别人想法和感受				
3	信息素养和学习能力	1. 具有信息收集、整合和使用能力 2. 学习能力强，能主动接受新知识				
4	独立思考和创新能力	1. 遇到问题善于思考 2. 具有解决问题和创造新事物的意识 3. 善于提出新观点、新方法				

课后拓展

【拓展案例】

从朱一旦到导演小策，“热度密码”变天了？

张策等幕后创作者出圈，证明了观众审美和资本市场的新趋势。就算不看短视频，恐怕也听过朱一旦的“大名”。2019年，在系列短视频《朱一旦的枯燥生活》中，老板朱一旦穿着 Polo 衫、带着劳力士，用极夸张的台词和表演，把土味视频拍的又好笑、又讽刺。仅半年时间，就收获了全网 800 万粉丝。和纯靠脸、靠才艺的网红不同，朱一旦有个“秘密武器”，每逢采访，他都会提到负责内容的张策。作为系列短视频的导演、编剧、策划、配音，张策既是朱一旦的员工，也是内容生产的灵魂。有他的加持，《朱一旦的枯燥生活》每条内容都算过硬，热度也维持了相当长的时间。

2020年10月前，系列短视频在 B 站的平均播放量达到 300-600 万，《一块劳力士的回家路》甚至突破千万。随着那句洗脑的：“有钱人的生活往往就是这么朴实无华，且枯燥”，朱一旦一时风光无两。但盛极之下，危机也悄然而至。2020年9月27日，第 229 期上线后，账号停更了半个多月。10月6日，张策的妻子在微博透露二人已经成立了新工作室。10月16日，张策发声，称不再担任《朱一旦的枯燥生活》策划、导演、编剧、配音，并从原公司辞职，未来将创作自己的作品。不到一个月时间，朱一旦视频的“魂儿”没了。朱一旦、张策两人分道扬镳的原因，无非是有东西没谈拢。身为局外人，聊不出什么干货。但他们各自发展后，内容、热度何去何从，可以看作多方能量的角逐，颇有研究价值。所以一年之后，当张策的账号“导演小策”，已经获得 271.2 万粉丝，成为 B 站新的高热账号。朱一旦的播放量反倒跌至 50 万区间时，这场较量，基本得出了答案。

离开朱一旦团队前，张策就已经名声在外了。每逢采访，朱一旦都习惯性的把他挂在嘴边，生怕观众只记得主演，忘了幕后的张策。毕竟没有张策的日子，朱一旦在影视行业没少投资，更没少亏钱。张策的新号“导演小策”在初期还是遇到了不小的麻烦。虽然靠着创意和固有粉丝，视频播放量下限也有 50 多万，更不乏百万级别的爆款。但和《朱一旦的枯燥生活》比，新号的每条视频都是各自为战，缺乏系列化开发，加上没有独特的标签，破圈成了难题。2021 年前后，连续 7 个视频热度达不到预期。加上朱一旦恢复更新后，播放量也有较大的滑坡，有一种观点认为，张策的这次离职，注定是双输的结局。然而情人节那天，张策上传了新一期的内容，彻底把天平碰歪了。

作为新系列《广场往事》的首期，张策的演员不再是年轻人，谈论的也不再是职场那点事儿，而是找来几位大爷大妈，演了一出由凡尔赛开头，最后落在关注空巢老人等社会议题的偏现实作品。靠着扎实的内容、大爷大妈们颇有喜感的表演以及较有深度的主题，《广场往事》第一期火了，播放量迅速突破 800 万。更重要的是，通过这次意外走红，灵活的张策终于找到了内容方向：深耕《广场往事》系列、用好一批大爷大妈，并向“农村+新鲜”的“偏锋”方向发展。

对行业而言，这种改变，会让资本更深刻的意识到导演、编剧的作用，头部项目的核心，还是要由内容生产者担任。同时，选择短视频投放时，把内容打磨的更好、广告和内容连接更顺畅的创作者，恐怕也会拿到更多单子，毕竟热度散尽后，能留下的只有好内容。而对幕后创作者来说，张策与其他出圈的小伙伴，无疑增强了他们的信心。在台前主创，长期摘取大多数“果实”后。随着观众审美的升级，幕后人员只要打磨好本领，终究会有被观众和业内看到的那天。

想一想：

短视频的投放成功需要哪些因素？

思政园地

【思政案例】

短视频不能“短”文化，15 秒如何变“戏精”？

4 天时间，抖音和 7 个国内知名博物馆联手推出的文物创意视频“第一届文物戏精大会”，累计播放量突破 1.18 亿，点赞量达 650 万，分享数超过 17 万，这一播放量相当于大英博物馆 2016 年全年参观总人次 642 万的 184 倍；仅是其 H5 版本（移动端的 web 页面），访问量就突破 550 万。过亿的播放量，背后不仅仅是短视频这种新崛起的网络文化在吸睛，更是极具底蕴的传统文化在“戏精”。

在抖音开启博物馆之旅前，微博也启动了“加强传统文化和新时代美好生活优质内容的扶持计划”，初期预计投入价值 5 亿元的资源 and 现金，推动人文、历史、读书、收藏等传统

文化领域的优质短视频内容生产和传播。短视频平台之所以加大文化底蕴，也是基于现实考虑，即通过深层次、难以模仿的文化内涵，以及和博物馆、非遗传承人等进行独家合作等方式，在整体风格短平快的短视频中，形成一个内容门槛，让自己在如火如荼的短视频平台淘汰赛中，具有真正的差异性优势。短视频内容创作者也正在基于相似的考量，正在加速为自己的内容添加文化底蕴。许多网络主播拍摄的关于农村题材的短视频，并获得大量点击和评论。这些视频有的展现乡村的秀美风景，有的是在深山老林里摘杨梅、挖野菜，有的是在山泉溪流里捕鱼捞虾。在《半月谈》的一则报道中提到“美丽山村、乡土情结，通过农民网红的短视频，成为了城乡文化沟通的一种新风尚，同时还能帮助农产品‘带货’。”

做别处没有的短视频，做能够 15 秒看过后还有记忆的短视频，做能让用户有更多获得感和满足感，而非简单感官刺激的短视频。文化的魅力和底蕴，对于短视频平台、内容创作者以及文化机构来说，已经开始变得更加深邃而潜力无穷了。至于如何在 15 秒里拍出文化底蕴，那是迎接短视频新风口的姿势问题，不妨百花齐放、百家争鸣。

请针对上面的案例思考以下问题：

1. 如何理解短视频不能“短”文化？
2. 短视频平台加大文化底蕴对社会发展起到了哪些推动作用？