

# 大学生观影的媒介依赖、习惯与行为研究

## ——以华莱坞的视角

何镇飏 卢林琪

**摘要：**通过对在校大学生的问卷抽样调查，重点考察了大学生的观影习惯与媒介依赖情况，从票价、电影类型、国产电影偏好、观影效果等多个角度，以华莱坞的视角，考察了大学生对华莱坞电影的认知和态度，探索了现状中存在的问题，并提出了建议和反思。

**关键词：**华莱坞；国产电影；大学生；媒介依赖

**作者简介：**何镇飏，男，教授，传播学博士，硕士生导师。（浙江大学宁波理工学院 传媒与设计学院，浙江 宁波，315100）；

卢林琪，女，新闻1102级学生。（浙江大学宁波理工学院 传媒与设计学院，浙江 宁波，315100）

**中图分类号：**J992

**文献标志码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2014) 02-0083-06

华莱坞是电影、是产业、是空间，也是符号、文化、精神和愿景。邵培仁教授指出：华莱坞以华人为电影生产的主体，以华语为基本的电影语言，以华事为主要的电影题材，以华史为重要的电影资源，以华地（包括中国的大陆和台港澳地区）为电影的生产空间和生成环境。<sup>[1]</sup>随着新兴理论的诞生，产生了全新的华莱坞视角，文章以此为研究维度，对大学生观影的媒介依赖、习惯与行为，进行全新的研究和探索。

### 一、研究目的及意义

根据新闻出版广电总局电影局公布的官方数据，2013年，全国电影总票房217.69亿元，同比增27.51%。其中国产片总票房127.67亿，同比增54.32%，占比58.65%。进口片总票房90.02亿，同比增2.30%，占比41.35%。国产片在2013年扭转了进口片在2012年占总票房51.54%的局势，重新赢得市场主导权。

在信息高度共享、互动的新媒体时代，电影依然是大学生日常文化生活中的重要部分之一，其传播方式也由传统的电影院、音像制品、电视电影频道等途径拓展到包括互联网、计算机、手机等在内的多终端、多媒体的方式，从而在一定程度上对观影群体产生了心理、态度和行为的影响。根据相关研究的结论，电影院的观众半数以上由20岁到39岁的青年人群构成，这其中大学生占据相当大的比例，大学生群体是电影产品和电影文化最重要的消费群之一，<sup>[2]</sup>他们的观影行为和习惯，不仅影响电影市场的冷热，也是推动国产电影发展的主要力量。因此，本文以现代大学生观众为研究对象，通过华莱坞的视角，以问卷调查数据来分析大学生观影的媒介依赖、习惯与行为特征，从一个侧面审视当今国产电影现状和不足，探讨新媒体时代华语电影突围对策及“华莱坞”电影发展针对大学生人群的可行路径。

本次问卷调查在2013年11月展开，随机选取了浙江大学宁波理工学院等几所高校各专业的500多名学生，共发放问卷510份，回收有效问卷501份，回收率接近100%。调查的主要内容围绕着大学生

对电影的接触方式、观影频率、观影喜好、观影动机、观影行为及对电影的认知、评价、态度等几个方面展开。

## 二、大学生观影媒介依赖与行为习惯的相关研究

### （一）研究历史与脉络

早期相关电影研究的情况，尹鸿在《喧哗和骚动中走向多元化——90年代中国电影策略分析》提到，处在多种传媒方式和传播手段的重重围困之中，已经从大众文化消费的宝顶跌落下来的中国电影在“一仆三主”的境遇中狼奔豕突、寻找出路。<sup>[3]</sup>当时的电影策略研究较少采用问卷，多以心理历史学的视角看待新时期的电影。张卫在《新时期大众观影心理变迁》中提到：在80年代，能引起了广泛的社会反响和共鸣的电影如《泪痕》作为控诉电影的代表获大众电影百花奖，它满足了千万观众的宣泄需要。<sup>[4]</sup>当时贴近生活反映社会现实是观影选择的重要因素之一。在1998年第五届北京大学生电影节调查报告中，学界较早地以大学生为对象，调查了电影与中国大学生相互影响的现状、影响大学生观片的内外部因素以及大学生对中国电影的态度等。调查指出：电影与大学生相互影响方式存在多样化的特征，经济因素是造成大学生很少进电影院看电影的主要原因。此外大学生认为中国电影的原创水平、电影作品水平、电影的文化底蕴以及电影与现实的关系都差强人意，科技制作水平现状则令人担忧。<sup>[5]</sup>

随着国外高科技影片的引入，如《指环王》、《冰河世纪》等影片在中国市场激起巨大反响。2004年第十一届北京大学生电影节调查问卷将调查点确定在“数字电影”、“电影与高科技”以及“电影与娱乐”上，调查发现，“放松”已然是大学生观众选择电影的最大动机，娱乐也甚至是最被看重的电影元素。在电影的传播介质丰富的21世纪初，传统的影院观影方式包含了更多的仪式感的意义。而当时的大学生大部分对数字电影概念不了解，一方面是由于国内的数字电影还处在起步阶段，另一方面表明，数字电影自身还处在未定型的状态。<sup>[6]</sup>研究表明，当时大学生观影人群对于电影技术的要求并不是很高，而去影院观影的原因多受仪式感和人际关系交往的影响。

### （二）大学生观影行为的因素分析

通过对前人学术成果的研究分析，本次调查针对大学生观影的媒介依赖、习惯和行为，主要考察以下五个因素。

#### 1. 观影方式的多样化

麦克卢汉认为，一个媒体的内容是另外一个媒介。面对一个新的媒介，人们的需求仍旧可以概括为认知、认同和娱乐这三个方面。互联网正是海纳了其他媒介，并且模糊了各种媒介的界限。当一个人在看在线电影的时候，很难说他到底消费的是互联网还是电影了。<sup>[7]</sup>从2010年开始，中国电影票房突破百亿，单从数据上看中国电影的发展似乎进入了井喷期，然而在繁盛现象的背后却隐藏着中国电影一直未能解决的隐忧——叙事手法与形式创新的乏力。而与此同时，大学生的观影方式也趋于多样化，不再对影院抱有先前强烈的仪式感。对于大学生而言，发展迅猛的高科技网络观影已日渐成为大学生重要的观影方式之一。

#### 2. 票价对大学生观影的影响

激发主流观影人群和潜在观影人群走进电影院的愿望，鼓励不去影院的人掏钱看电影，鼓励进影院的人去消费更多次，电影票价依然是个掣肘。<sup>[2] (99)</sup>以宁波为例，学生证半价30元的电影票价基本是最低的，大学生的生活费普遍在每月800元到2000元左右。最便宜的半价电影的一场花费要占掉他们生活费的2%到4%左右。本次问卷设计选项中涉及了合理票价的态度，考察票价因素的影响。

#### 3. 观影需求作用于影片类型

对于目前中国电影市场上的产品种类和类型分布，大学生们普遍表示不能满足自己的观影期待和需求。文献研究表明，大学生的观影趋向中，对喜剧片是一致喜爱，表现出这一群体比较统一的审美取向；对都市爱情题材的较高期待反映了大学生的年龄特点；对文艺片有相当的好感和期待；对武侠片和警匪片依然保有相当大的兴趣。<sup>[2]〔9〕</sup>大学生对电影样式和类型的需求存在多元化可能。

#### 4. 国产电影与国外电影的比对、期待与差距

随着美国大片等众多琳琅满目的国外影片撞入人们的视野中，中国观众对于中外影片明显的差异对比逐渐形成了刻板印象。针对不同观影人群的需求和品味，具体来说国产电影要体现思想性、艺术性、商业性、可看性和真实性，改变商业化过头、娱乐化过激、一味向钱看的倾向。<sup>[8]</sup>在网上常有对于电影领域“爱国态度”和“崇洋态度”的争执与分歧。大学生对于国产电影与国外电影的态度与习惯，是华莱坞电影研究的重要内容，也是本次调研的核心问题之一。

#### 5. 电影品评标准的改变

自2010年以来，国产电影《钢的琴》、《盲人电影院》等以选材精巧、表演上乘、制作精良令人眼前一亮，优秀中小成本影片已经渐渐具备了中国电影所一直缺乏的现代主义色彩，激起了人们构建城市空间的想象和消费欲望。<sup>[9]</sup>随着电影产业相关科技的进步和电影奖项的评比，大学生观影群体审美品味受到一定影响，对于思想内涵、画面情节、制作团队、导演及演员阵容都产生了新的期待与品评标准。

### 三、对大学生观影的实证研究

#### （一）大学生观影的国产偏好

在本次调研中得到数据：65%的大学生偏爱国外电影，35%的大学生偏爱国产电影。这一比例的相关人群分析，将成为整个问卷调查分析的重要类别。

#### （二）大学生最经常观看电影的方式

当下，由于传播科技的发展，观影方式多样化。据问卷调查显示，电脑下载由于其免费、便捷等特性以及大学生人群对于网络的日愈依赖，成为该人群中最为普遍的观影方式，而电影院观影以较大的差距位列第二。在2006年发布的《多媒体互动条件下的大学生电影消费调查分析报告》中，对第13届北京大学生电影节的调查问卷，第三道问题中显示最常用的观影方式排名顺序为电视、音像制品、下载、电影院。<sup>[10]</sup>经过7年之后，本次调研得到的大学生观影方式的顺序是：下载、电影院、电视、手机。

数据表明，大学生现在进入影院观影的意愿比2006年时更为强烈，大学生在电影院观影的习惯正在逐渐养成，这对华莱坞电影工业而言，是一个可喜的变化。从媒介生态角度分析，这一结果和近两年IMAX银幕、3D技术在影院的普及密不可分，技术水平的提高使大学生走进电影院已经渐渐成为习惯，这也可以从近年的电影票房数据中得到验证。在此之后，电视频道、手机观影、影碟DVD等依次排列。

电视观影是大学生假期居家较为常见的一种观影方式，它与电视媒介的个人作用存在着一定的关联。手机观影与电视观影比重相近，由于智能手机普及率在大学生群体中的提高，大学生手机观影的比重比以往有所上升，并且手机终端的移动随身性和手机网络的传输速度，为大学生采用手机观影提供了技术便利。影碟DVD在过去是一种重要的观影方式，但近年来随着音像店的减少，新媒体技术的不断发展，相较其他观影方式，影碟观影的劣势逐渐明显，选择此方式的大学生比重正在减少。

然而通过对偏爱国产电影和偏爱外国电影的大学生观影方式的比较，可以发现，偏爱外国电影的大学生更愿意走入电影院，其对电脑下载的依赖也要高于偏爱国产电影的大学生。而偏爱国产电影的

大学生更依赖电视电影频道、影碟和手机下载。与偏爱外国电影的大学生的区别最为明显，爱好国产电影的大学生依然依赖 DVD 为传播介质来观看电影。

（三）大学生一年的观影数量

据问卷调查结果显示，大学生每年的观影数量集中在 15 部以上，结合问题 1 关于观影方式可以得知，大学生通过网络下载和电影院观影方式，每个月的观影数量都比较可观。

（四）大学生喜欢的电影类型

大学生对影片类型的喜好，调查得出其排列顺序是：喜剧、情感、动作、动漫、恐怖悬疑、警匪、灾难、战争、歌舞、成人。大学生的回答体现出部分已知的观影趋向，例如：大学生对于喜剧片的喜爱比重依然较高，说明大学生对影片的娱乐功能的取向一致。情感类型影片排列第二，情感影片能较好的满足大学生将部分情感寄托于影片的想象。动作、动漫、恐怖悬疑、警匪、灾难类型影片的比重较为接近，说明在学生观影选择中占据一定的市场。而战争、歌舞、成人类型影片成为第一选择的比重较少，但是这些影片中如成人影片等可能隐藏在第一选择之后，并不可忽略其市场需求。早前，影视研究中对于歌舞片失语现象较为担忧并充满期待，《失语：歌舞片在中国类型化影片中的走向》一文中曾提到新世纪以来，中国歌舞片虽然也时有产出，但较之喜剧片、历史片、功夫片等等已经稳定成熟的影片类型，其类型化的趋向并不明显。无论是创作者对歌舞片的认识和定位，还是对受众的研究和培育，都存在明显不足。歌舞片在中国电影产业中，还存在很大的发展空间。<sup>[11]</sup>总体来说，大学生影片喜好类型是多元的，市场可以提供多样化的影片类型，但喜剧和情感的市场需求是最为明显的。

（五）影响大学生观影的主要因素

表 1 影响大学生观影的主要因素

影响大学生观影的主要因素	平均值	标准差
有我喜欢的导演、演员	4. 176	0. 876
前期的宣传	3. 984	1. 055
票价优惠	3. 788	1. 041
媒体影评	3. 684	1. 092
贴近现实生活，接地气	3. 622	1. 069
获 奖	3. 502	1. 107
制作规模	3. 394	1. 070
朋友圈都看，随大流	3. 311	1. 062
爱国主义影响	3. 108	1. 122

大学生观影的影响因素，排名前五的依次是“喜欢的导演、演员”、“前期的宣传”、“票价优惠”、“媒体影评”和“贴近现实生活，接地气”。排名最后的是“爱国主义影响”。如果华莱坞电影试图吸引大学生观看，那么首先要在以上五个重点影响因素上下功夫，而仅仅依靠华莱坞国产电影的爱国主义影响，并不能因此使大学生直接走进电影院。

（六）大学生观影的票价分析

调查得出大学生认可的观影票价，集中在“10~30 元”（48%）和“30~60 元”（33%）。通过对偏爱外国电影大学生和偏爱国产电影大学的数据分析，可以发现：偏爱国产电影的学生在“10~30 元”

区域远高于偏爱外国电影的大学生。其他区域则均为偏爱外国电影大学生高于偏爱国产电影大学生。偏爱国产电影的大学生对价格更为理性，更为偏爱低票价。而 80 元以上票价的选项，偏爱国产电影的大学生无人选择。

(七) 大学生观影动机

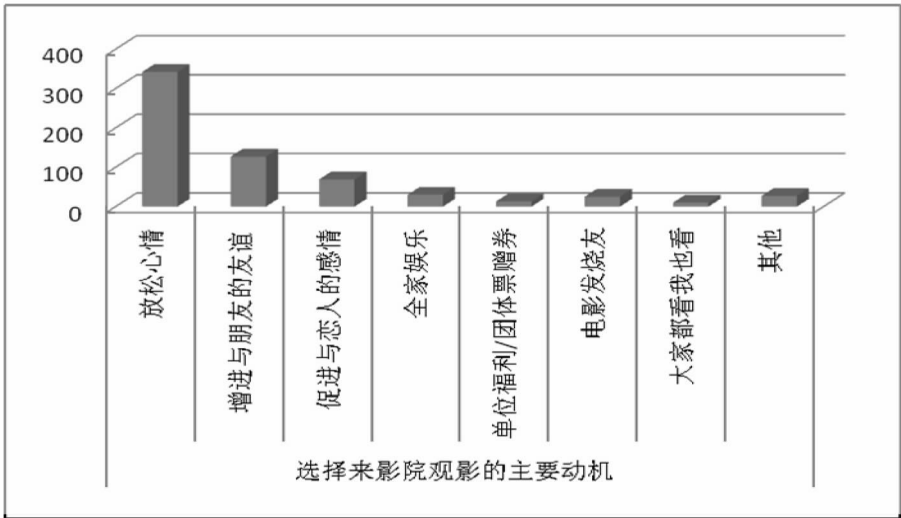


图 1 大学生观影动机

从本地调研看，大学生观影的主要目的是“放松心情”、“增进与朋友的友谊”和“促进与恋人的感情”。结合问题二关于大学生观影的类型，前三位是“喜剧”、“情感”、“动作”。的确和本题结果结合紧密。其中“放松心情”的选择非常显著。观影能够给大学生带来的精神放松和愉悦，是大学生选择观影的主要动机，而友谊和爱情作为大学生主要的精神需求，也成为了观影的重要动机。

(八) 外国电影的产地偏好

大学生对外国电影的偏爱主要集中在美国好莱坞，是排名并列第二的“韩日”和“欧洲”的近 9 倍。好莱坞电影是大学生观影的几乎不二选择。这在其他学者的相关研究中，也得到了印证。学者厉国刚指出：“如同西式快餐一样，西方电影特别是好莱坞电影也以它不同的生活形态和艺术表现以及不同的价值观念占领了我国电影市场相当大的份额，其观众包括大学生这一年轻而重要的受众群体”。<sup>[12]</sup>

(九) 国产电影观影的满意度

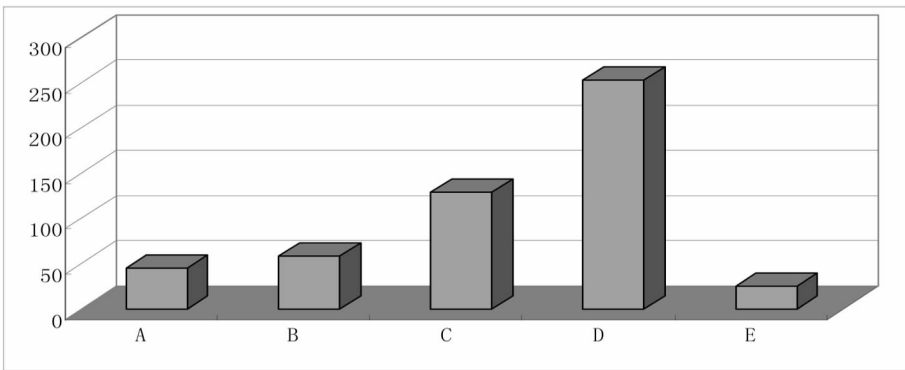


图 2 国产电影观影的满意度

图 2 中 A~E 代表满意度递减的选项设计，结果显示总体满意度不高，但最多的 D 选项还是“虽然不太满意，但还是会持续关注”。可见大学生对国产电影依然有比较高的关注度，即使观影效果不理

想,却还是会持续关注。这也表明了,大学生是华莱坞重要的观影市场和目标人群。

而对于偏爱国产电影的大学生来说,其观影感受与偏爱外国电影的大学生有着明显的区别。“次次都后悔”没有人选择,但在偏爱国外电影的大学生中则有11%表达了他们再也不看国产电影的意愿。偏爱国产电影的大学生中,“非常满意”的选择人数比例超过了偏爱国外电影大学生的三倍以上。

#### (十) 国产电影的民族文化特色

57%的被访大学生选择了“一般,基本体现了民族文化特色,但不多”,这是一个低认可度选项,说明大学生对国产电影的民族文化特色发现和认同不多。一方面是大学生的认知问题,另一方面说明国产电影对民族文化的挖掘、创新和展示不足。

#### (十一) 国产电影缺什么?

大学生认为国产电影最缺乏的是“足够的创作空间”,其次是“高质量的特技场面”和“真实的内涵”,影响大学生观影的首要因素:“优秀的导演、编剧和演员”在本题中排名最后。可见国产电影在优秀导演、编剧和演员的宣传上,并不是大学生认为最匮乏的。而选题的新颖、大胆、创新,剧本创作的质量才是大学生认为与国际水平差距最大的,这也是华莱坞面对好莱坞的最大问题。

#### (十二) 列举一部你喜欢的国产电影

时下走红的《小时代》得到最多的27票,而紧跟其后的《霸王别姬》,列举的国产电影基本集中在热映片和获奖片,则让人对大学生观影的审美有了进一步的信心。但是写不出一部国产电影名字的则有49票,占全部被访对象的10%。

### 四、总 结

问卷调查的信息表明,大学生观影的媒介依赖、习惯与行为发生了部分变化,其特征对华莱坞电影的发展具有重要意义。

第一,从早先的类似问卷中大学生观影目的统计出的结果显示,这些目的同以往的媒介依赖理论总结出来的原因近乎一致。随着观影方式的多元化发展,人们多数选择电脑或移动媒体观影,并且观影占据大部分大学生使用互联网的较高时间比重。所以,我们可以大胆推测媒介依赖使大学生观影的行为习惯和观影心理受到一定程度的影响。华莱坞电影的网络传播将成为重要的研究内容。

第二,随着全球化浪潮的愈演愈烈,各国的文化交流和冲突日趋明显,我国电影业显然已受到来自西方国家电影的渗透和挑战。当代大学生普遍认可美国好莱坞大片,但是对于国产电影仍会关注,其关注度则会受到较多因素的影响。大学生最关注的是自己喜欢的导演和演员,因此明星战略将成为华莱坞电影的重要市场战略,前期宣传、媒体影评等舆论宣传则是低成本、高成效的影响手段。

第三,大学生观影主要为了放松心情,其次是为了友谊和爱情,他们最喜欢的电影类型是喜剧、情感和动作,这为华莱坞的发展指明了方向,也提供了其心理依据。而更新颖的题材、更广阔的创作空间、高质量的特技和真实的内涵,则是大学生对华莱坞电影最大的期待。本研究认为:一部有号召力的明星团队打造的喜剧情感动作片,若有必要的大胆突破,满足学生轻松的友情与爱情需求,则必将成为当下最受大学生欢迎的国产影片。

第四,有10%的被访大学生无法或不愿意写出一部国产电影的名称。大学生普遍认为国产电影中的民族元素表现不够,但在认识到中国电影发展中诸多不足和亟待改善的方面的同时,大学生依然愿意关注国产电影。这也让我们对未来的华莱坞电影充满期待。

(下转第156页)