

吴国宏表示，剧本符合文化和套路——对应于人们社会生活的“脚本”，人们围绕现实生活的“情节记忆”就是脚本化的，所以什么“英雄救美”“好事多磨”“逆袭”这样的套路早就根植在普通人对世界的诠释理解之中，欣赏起来有时用“倍数”播放就是这个道理，不用考虑逻辑合不合理，主要是情感共鸣，因为“不出所料”，所以不用深究。

登不了大雅之堂，无妨

短剧最“神”的地方就在于，它总能得到屏幕外观众的即时反馈。这也会倒逼制作人调整短剧拍摄的方向。冬漫社汤明明，现在是 @ 艾青的女人剧场的负责人，能够完成转型蜕变，靠的正是认真洞察受众群像的喜好和口味。

汤明明告诉《新民周刊》，从题材到内容，再到时长、投放群体等，用户对短剧的评价也会反作用到创作者身上。在快手星芒计划开始初期，汤明明一共报了六个项目，印象特别深刻的是一个专攻“30+ 赛道”的《女人的复仇》。

当时汤明明和团队成员觉得，内容方向偏少女的赛道有点挤了，面向 30+ 成熟女性的短剧反倒做的人很少，于是就放手一搏，果然成了爆款。“恰恰说明站在短剧困境中的人数之多，我们没有期待短剧能改变法律，但能给困境中的人以力量，也是好的。”

但微短剧写手李宇不这么认为，他今年 20 岁，目前主要写“小程序短剧”。每个月写两三部，每部 100 集左右。关于微短剧，

专攻“30+ 赛道”的《女人的复仇》。



短剧女人的复仇

他有自己的看法。以近两个月写的四部短剧，内容上有 60% 相似，题材也是大同小异。主角在这部剧中是卖鱼的，下一部就换成杀猪的。关键的反转情节，有的发生在寿宴，有的发生在主角家里。

李宇不愿让身边朋友知道他在写短剧，怕被吐槽“这么垃圾的东西原来是你们写出来的”。也会担心大家觉得短剧没有营养，也没有文学价值、艺术价值，登不了大雅之堂。但创新不是编辑和平台想看到的，大家只想稳着来，趁风口还在的时候赚点钱。

一位负责过千万粉丝账号的编导表示，“恶婆婆和好媳妇”是可以不断拆解复制的元故事。如果受众是年轻的女性，故事就是塑造媳妇的委屈和可怜。反之，也行得通。一面是接受现代教育的年轻人，一面是陈旧观念的捍卫者。“手撕”和“断亲”意味着对权威的消解。

爆款短剧《闪婚后，傅先生马甲藏不住了》导演严沛樑也认为，短剧本来就有情节大同小异，（如果）经常看短剧，会发现很多人物的名字都差不多，根本分不清。目前市面上的很多短剧也没有所谓的影视语言，说白了就是网络小说的动态 PPT。

许苗追剧追了四个月，追了不下五十部，在她发来的资源网盘里，还有十几部剧在持续更新中。但回忆起来，许苗能记住的没几部。“看过就过了，感觉就像一颗跳跳糖，我这口吃完了，不需要回味，当下愉悦了就好，至于有没有意义，没那么重要。没有短剧也不影响什么。”

五个月前，雷米刚刚生娃时，被生活搞得喘不过气，趁着娃睡觉的工夫，上午和下午分别一小时，她才能做回自己。“两小时的休闲时间里，我不是一个母亲，也不是一个妻子，我就是我自己，我不用是谁，也不用为谁而活，不过是在一地鸡毛的生活中，给自己多点幻想。”

吴畅畅告诉《新民周刊》，微短剧不需要走精品路线，受众奔着的就是这种粗放式、粗犷式的制作风格，剧情本身不能有效地把自由率转化成必然率，从而迎合观众的期待，才是大家在意的点。

吴国宏认为，微短剧的质量会不会提高取决于观众的需求，产生的流量反过来促使更多的投入，从而在各个方面改善微短剧的质量。当然，资本投入和观众口味之间最终会在市场的调节下找到微妙的平衡。随着科技的发展，互联网传输技术、智能化终端的改善，传播方式也会相应进行调整，但万变不离其宗的是人们的需要。■