

什么是弹幕网站

弹幕一词本意是STG游戏(射击游戏,如东方系列)中密集的子弹,子弹过于密集以至于像一张幕布一样。

在弹幕网站中,由于大量吐槽评论从屏幕飘过,效果看上去像是飞行射击游戏里的弹幕,所以网民将这种有大量的吐槽评论出现时的效果叫作弹幕。专门播放这种视频的站点,就叫作弹幕网站。

有哪些弹幕网站

AcFun:

也叫A站,是内地一家主要关于ACG的弹幕式视频分享网站。开设于2007年6月,最初为动画连载的网站,2008年3月模仿日本视频分享网站NICONICO动画做出了类似的带字幕的弹幕式播放器。

Bilibili:

也叫B站,由一名曾经的AcFun会员建立的娱乐向弹幕视频站点,官方中文写法是“哔哩哔哩”,现属于SMG(上海广播电视台-上海东方传媒集团有限公司)的成员机构。

TUCAO:

也是国内的一个弹幕视频分享网站,该网站于2011年2月10日创建。其网站宗旨是为广大ACG爱好者提供一个欢乐有爱的弹幕吐槽平台。

MioMio:

2012年9月开始公测的一家国内弹幕网站,目前有动画、番组、音乐、游戏、娱乐、军事、宠物、文章8大板块。

弹幕网站热门经典

梁逸风系列:2010年第61届香港学校朗诵节上的他,用自己的表情给弹幕网站的大神们提供了无尽的视频素材,不用多说最出名的就是那首《红日》了。

金坷垃系列:“金坷垃”是某化肥厂于2007年推出的乡土气息浓厚的化肥添加剂品牌,A站的神人茶茶丸使用该广告资源制作了多款动漫歌曲的MOD版本(电波歌),之后金坷垃成为了恶搞专业素材,也是B站全明星之一。

学动画三年系列:号称要制作全世界最棒的3D动画,Really3D公司的3D动画在播出后火遍大江南北,其高超的3D制作技术各种瞎眼,被以“学动画三年”为标题广为流传。

部分名词解释:

up主:up即“upload”(上传)的缩写,“up主”的意思就是视频上传者。

二次元和三次元:分别指2D动画世界和现实世界,两者基本为对立关系,就好像动画美女和现实身边的妹子那样。

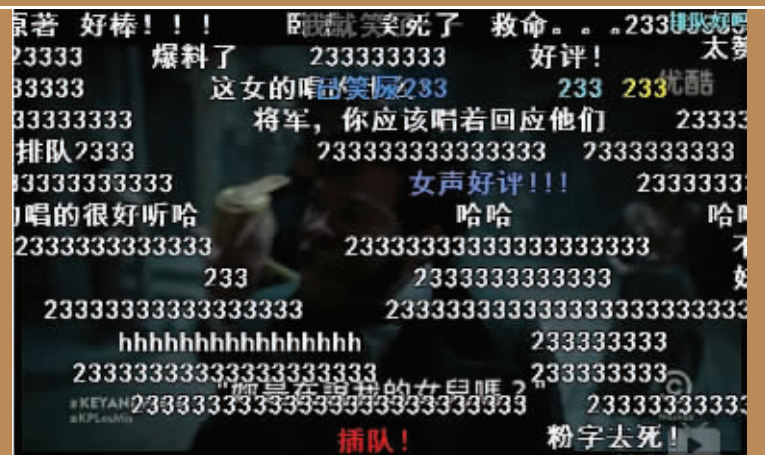
左舷的弹幕太薄了,炮手到底在做什么:指弹幕数量不够劲爆,有点类似“那边的气氛不够热烈,来大家一起high起来”的意思。

前方高能:表示接下来将会有激动人心或逆转性内容的情节或画面,而提前进行吐槽并提醒后来的阅读者、观看者做好心理准备,迎接冲击。同时也表示前方有大量弹幕。

MAD:指电玩文化、动漫文化、同人文化界别中的多媒体作品,可以理解为“二次创作影像”,即利用既存的素材,加以修改、剪辑等“二次创作”并配乐而制作成的“影片”。

空耳:空中的耳朵?错了!空耳的意思就是完全依靠耳朵听视频中人物的发音,自行搭配上各种搞笑无语的台词和歌词,空耳也是日本过来的词汇,意思是幻听。

没弹幕不精彩



虽然优酷等视频网站也有着跟帖、点赞等互动功能,但是网友显然还不满足于这种毫无想象力的互动。于是,弹幕网站逐渐进入网友视野,目前已经聚集了很高的人气。国内弹幕网站目前正处在高速的扩张期,如果你还不了解弹幕网站,那么建议你抽空去逛一逛,说不定就会爱上它。

实习生 吴双 现代快报记者 吴杰

弹幕网站成长记

弹幕网站起源于日本,内地第一个弹幕网站AcFun,2007年建立。之后,内地的弹幕网站发展迅速。借着“吐槽”文化的兴起,原本只在弹幕网站随便看看的“围观党”们,逐渐成了“吐槽党”,而弹幕的特性更是助长了“吐槽党”们的力量,这种互动性更强的视频方式,在内地刚好找到了自己最适合的成长土壤。

弹幕网站相较于其他网站的发家史,其成长可谓一帆风顺,就算A站和B站以前发生过一些变动,那也没有流失总的粉丝和用户,没有对弹幕网站产生过

什么大的不良影响。

而往后,弹幕网站的家族也开始壮大起来,AcFun、Bilibili、TUCAO和MioMio,这四个网站就是现在内地弹幕网站的四巨头了,被简称为A站、B站、C站和M站。总的来说,内地弹幕网站基本上还是AcFun和Bilibili的天下,由于创立时间较早,聚集了一批优秀的up主,不少网友只知道这两个弹幕网站,并不清楚国内其实还有别的类似的网站。目前弹幕网站的用户是很多的,以B站为例,今年3月6日上午10点,该站有46350位在线用户。

弹幕网站的内容

由于大部分弹幕网站是以ACG为主题,所以各个弹幕形式的网站,其板块划分都很相似。

动画板块主要以MAD、原创动画和配音为主,ACG圈子之外的人会在这里找到一个全新的世界观,原来网站有这么神奇动画。

其他还有音乐、娱乐、番剧、影视剧、科学技术、专题等板块。

以上几种板块是所有弹幕网站的主要板块,不过各个网站在创立之后,还建立了一些自己专门的板块。

例如AcFun就设立了一个文

字板块以及一个匿名板块,前者类似情感或者工作的论坛,后者为ACG向的匿名讨论版。

在用户使用习惯和爱好方面,几大弹幕网站的区别就比较明显了。

A站3月6日排行榜前十的,是以lol游戏视频、《冰雪奇缘》和不少三次元视频为主的视频。

而同为弹幕网站的老大之一,Bilibili同日的一周排行榜中,排名前十的是以《万万没想到》番外篇和纳米核心这类视频为主,看来吐槽视频和番剧是Bilibili的主要风格。

进击的弹幕网站

为什么弹幕网站能够产生这么大的影响力呢?为什么这么多人会选择弹幕网站,喜欢弹幕网站呢?

首先,互动是弹幕网站的最大卖点,就是网友可以和大家一起在同个区域中即时吐槽,同步吐槽,在视频播放的哪个画面评论的,弹幕就会出现在视频的那个画面上。

其次是存在感,除了互动之外,宅男宅女最需要的就是“存在感”,弹幕中经常有一句“怒刷存在感”,表明了他们喜欢弹幕网站的一个原因。

另外,弹幕网站的“热闹”和“吐槽文化”,也是弹幕网站吸引网友的原因。在这些弹幕高手手下被整得最惨的,就属恐怖片了,因为无论是多恐怖的电影还是剧集,只要在弹幕网站上看,弹幕总

能帮网友找出一些奇怪的笑点出来,一部好好的恐怖大片,直接弄成爆笑喜剧,就连《咒怨》这样知名的恐怖片,里面那位代表性的小孩,也被弹幕祸害成了涂了白面粉的小正太。

常驻A站、B站等弹幕网站的各位网友绝对个个都是高手,任何一部视频,只要弹幕足够,里面各种新眼老眼漫天飞舞,极具观赏价值和笑点。正是由于大量弹幕高手的努力,弹幕网站一直都是搞笑和恶搞的大本营,所以想要练习吐槽功底,或者刷新笑点下限的话,弹幕网站是一个不错的选择。

因为弹幕网站独成一体的风格,与微博、微信、论坛都有很大的差别,现在,国内弹幕网站也逐渐形成了自己的文化,不在这个圈子里的网友是很难理解的。

弹幕网站的网友们

虽然弹幕网站现在非常热门,但是大部分的网站并不是营利性质的,网站的管理者和上传者对于弹幕网站,也有着自己独特的遭遇和感受。

腐腐:C站创始人,现任站长

“创建于2011年,现在已经三年了,当时A站、B站都已经成形了,也没抱着怎么样的心情去做,所以也没去宣传,每天只有几十个人吧。现在每天在万人以上。”这是C站创建者腐腐的回忆。

“最初建设是兴趣,空余时间太多,待家里好多年了,时间很空闲。”正是由于这样的初衷,弹幕网站和up主们不属于从属关系,而是一种更加松散的关系,同时由于up

主们的流动性很大,弹幕网站的管理者是否能够建立起一个较为稳定的up主团体,也是一个不小的问题。

尽管在名声和发展上不如A站和B站,但是C站如今也有自己的方向和伙伴,腐腐对于这些伙伴,都非常地珍惜和感谢。“这么多年下来,比较成功的也就只有新番区这边。当然特别要感谢新番组的各成员,还有MAD9课与MADisK这两个组织。”

二饼:A、B站游戏达人

很多网友觉得,弹幕网站的建立非常简单,所以上传视频也不是什么困难的事情,就像发邮件一样,而实际情况是,up主们为了自己和网友们,需要付出很多。

身为一位常年投稿游戏区的达人,二饼一直坚持发布自己和他人的《坦克世界》游戏视频,拥有单个视频2.1万的播放量和近千弹幕的不错记录,让他更加开心的是,弹幕网站上,还有一批坚持看他视频的粉丝。

二饼每一期的视频大约是30分钟,但录制、制作、上传需要至少4个小时。

虽然费时费力,但二饼觉得,弹幕网站有着其他视频网站没有的优点:“感觉大家像在聊天一样互动沟通,弹幕反映出观众对你的视频的喜好和积极性。”

二饼坚持自己的风格,喜欢普通话和青岛话混着使用,所以难免会遇到吐槽他的弹幕,但是他认为坚持自己的风格才是优秀up主的重要资本,也正是因为他的坚持,才能够在弹幕网站上获得自己的位置。“风格是关键问题,模仿知名up主的风格,是起步的一种方法。但没有自己的风格实在太平庸。”

舛舛:B站新兴绘图大神

舛舛是在B站投稿的绘图高手,他的视频在今年2月3日初次投稿时有800多播放数,10日以后的投稿就有了1.7万以上的播放数。

“老实说第一次的投稿并没有人气。当时看到初投稿没有人看,感觉很失落。”和二饼不同,身为纯新人的舛舛并没有什么人气基础,很多像他这样的up主,在第一次投稿悲剧之后,往往会选择不再投稿,但是舛舛并没有选择放弃。

而他不放弃的理由,很简单:“看到弹幕的第一感觉,就

像是本来没有关联的人,因为我的视频而发弹幕联系在了一起一样。”

他的初次作品尽管人气不佳,但是这部舛舛的手书PV依然是他最喜欢的作品,因为他的朋友以及弹幕网站上的伙伴很喜欢这部作品,给了他很大的帮助。

“当时自己完全不懂软件和视频压制,把朋友叫来家帮了我三天,她每天6点钟起床走路来我家敲门,挺感动的,另外感谢佑可猫大人的翻唱。”(佑可猫也是B站的一位常驻人气up主)