



■本期关注: 电影市场不良舆情

《749局》《解密》《逆行人生》多部影片受舆情影响,票房不达预期——

不良舆情正成为电影市场“隐形杀手”

□本报记者 李雪昆

随着中国电影市场的蓬勃发展,电影产业已成为文化消费的重要组成部分。然而,一个不容忽视的现象也正悄然影响着电影业的生态健康——不良舆情。观察今年的暑期档、国庆档不难发现,两个档期票房相较于去年同期减少了超96亿元,不免让业界感到“寒意”。在业界、学界反思影片自身的内容、品质的同时,也更加意识到了不良舆情这只“隐形的手”对行业健康发展的深远影响。

伴随着中国电影产业的发展和电影市场的扩大,不良舆情一直存在,也一直对中国电影产生着影响。不良舆情往往是一种负面的炒作,是一种非专业的、非善意的现象,因为很多批评完全与电影内容无关,更多的是对影片的一种偏见,并且滋长了社会的一些负面情绪。《中国新闻出版广电报》记者在采访行业人士的过程中,被访者纷纷表现出了忧虑,认为这种不良舆情野蛮生长的趋势若不加以控制,将对中国电影的未来发展非常不利。

针对个人炒作、“水军”攻击…… 舆情干扰深深刺痛着行业

电影作为一种文化产品,其成功与否很大程度上取决于观众的接受度和市场的反馈。然而,随着不良舆情的泛滥,已经在不少案例中显示出对电影票房的直接打击。不久前,阿里影业总裁李捷在朋友圈发文:“这两年的电影投资风险已经不只是内容质量、题材故事、演员演技,而是各种角度出现的舆情,这是一种不可名状的恐怖力量……”言论一出,立即引发众多从业者共鸣,以及行业热议。

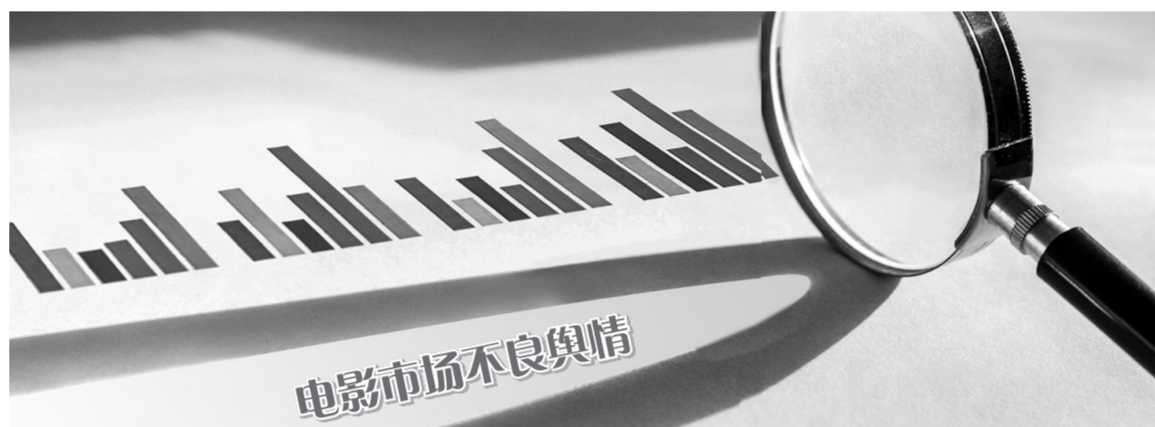
其实,舆情并非新鲜话题,近年来一直在或多或少地影响着电影市场,只是近年来尤为凶猛。事实上,从《雄狮少年》到《唐人街探案2》,从《无名》《满江红》到《独行月球》《流浪地球2》,从《抓娃娃》《解密》到《749局》《逆行人生》,许多影片都曾卷入不良舆情的漩涡之中,受到过不同程度的影响。正如中国电影评论学会会长饶曙光所言,“今年以来的重要档期未达票房预期的重要原因之一,便是因不良舆情而导致很多没有看过影片的人不再走进电影院。”饶曙光告诉记者,现在各种原因导致很多影片不能正常上映,上映以后也常遇到非正常的舆情干扰,导致资源内耗,令投资者对电影业望而生畏,甚至造成有些投资者不敢投资电影,这些都在深深地刺痛着行业。他以《解密》为例道,很多评论并不是针对影片本身进行的专业、深入讨论,而是对导演个人进行炒作。“不客观的舆情对中国电影发展的影响是极为负面的,不仅侮辱性极强,伤害性也很大。一旦被不良舆情绑架,就会割裂行业内的同行信任,挫伤创作者的热情。毕竟,不论我们的影片有多么优秀的品质,多么强大的阵容,多么正向的主题,似乎这些在不良舆情面前瞬间都变得毫无意义,影片直接被观众打入“冷宫”。

最近受到网络不良舆情影响最大的无疑是《749局》,为此,记者在采访《749局》制片人谷雨时,她也坦言,尽管电影在国庆档首日取得了不错的票房成绩,但很快就受到了“水军”攻击。这些攻击不仅使用了统一的话术破坏影片口碑,更有海外IP参与其中,引导网络舆论,令没有看过影片的观众失去走进影院的欲望,导致票房急剧下降。“水军”不仅仅给电影带来了污名,而且还攻击敢于在观看电影后正常发声的普通观众,如果看到有观众在网络上支持《749局》,便会有几十个甚至上百个网络账号用极度肮脏的语言对其进行谩骂羞辱,这也使得很多支持《749局》的观众不敢为电影发声。

通过观察不难发现,今年国庆档首日票房超去年同期6000万元,但对《749局》的网暴不仅直接使《749局》的票房走低,也打掉了今年国庆档的热度,导致今年国庆档大盘同比下滑21.07%。在这样的背景下,电影主创的努力和电影本身的艺术价值被忽视,也让《749局》这部此前预估票房有望达30亿元的影片至今才取得3亿多元的票房。

在中国电影制片人协会理事长焦宏奋看来,尽管中国电影与电影业发达的国家相比仍有差距,但我们依然要自信地肯定中国电影整体质量的提升,包括我们的管理团队、导演团队、演员团队、制作团队等的能力都在提升。因此,从业者有责任呼吁更多人看过电影后再理性、客观地说出真心话。

“从30亿元到3亿元的票房差距,足以说明不良舆情对电影市场的冲击之大。观众去看一部电影前,如果先看到铺天盖地的负面舆论,虽然也会认为这些舆论不一定都是对的,但走进影院的冲动一定会被削弱。”曾参与“流浪地球”系列科技项目的北京大学艺术资本协会会长、清华科幻季执行主席林天强就讲道,《流浪地球》上映之初,他便在不同的群里发现有人煽动观众不要去影院看,说中国拍不了科幻电影。好在那时有一群人站出来直接驳斥了“黑粉”,告诉人们中国人拍的科幻电影一定要去看。后来的事实证明,2019年被誉为“中国科幻元年”,《流浪地球》也被誉为中国电影工业化进程中的里程碑式作品。



怀抱敬畏之心、热爱之情…… 影评的目的在于促进创作进步

“一部电影必须要批评,没有批评怎么有成长?怎么有进步?但是批评是基于电影的分析理解,还是一种情绪化的宣泄,这两者要分开对待。”保利影业投资有限公司总经理李挺伟强调,人的认知和良知都要有,认知是对事情的看法,良知是对一件事情的态度。

“团队尊重每一位看过电影的观众对于影片的真实评价,也尊重任何声音,因为没有作品是完美的,但我们拒绝人为操纵的网络舆论,有组织地抹黑影片、抹黑创作者的行为。当下,一些网络舆情对于电影创作和电影市场的影响,可以说,已经把一批电影企业推向了生死存亡的境地。”谷雨说道。

中国艺术研究院影视研究所所长卫国防谈道,前些年《唐人街探案2》《我本是高山》等影片虽也遇到过不良舆情问题,但原来一年也就遇到一两次,而现在似乎成为常态,这样的趋势蔓延下去肯定会对中国电影发展带来十分严重的影响。“不良舆情问题导致票房失利,进而资本投资意愿减弱,这反映了市场变化的严峻性。”

其实,不良舆情的滋生并非无迹可循,其背后涉及观众心态的变化和信息环境的剧变。在过去,观

同行携手共进、与观众坦诚交流…… 建立健康正向的舆论环境

“没有任何依据,甚至不看影片就进行攻击,这样的现象绝不仅仅是个例。”在交流中,李春利分享亲身经历时说道,“此前遇到一篇稿子,文中充满了恶意的攻击,我便去询问作者是否看过此片,因为当时该片并未公映,也没有渠道流出。作者回答没看过。我也搞创作,特别理解主创的心境、困境。也正因此,建立一个健康、正向、积极的舆论环境太重要了。”

电影产业的健康发展离不开良好的舆论环境,而这一环境的建设需要每个人的共同努力。采访中,被访者认为,《中华人民共和国电影产业促进法》和《“十四五”中国电影发展规划》为电影行业的法治建设提供了基础。在此基础上,仍需要建立起更加专业的评价话语体系和行业标准,使电影的发展不再受制于无端的舆情,而在规则和法律的框架内健康成长。

众可能更倾向于主动搜索电影信息,对影片的好奇和期待驱使他们走进电影院。然而,随着社交媒体和网络评论的兴起,观众越来越多地被动接受来自他人的评价和观点。这种心态上的转变,也使得负面评价能够在短时间内集中爆发,并迅速影响公众对电影的看法。

《749局》监制宋腾表示,电影作为一种文化传播产物,其本身的质量好与不好,仁者见仁智者见智,不符合口味的人可以选择不看或者给出差评,但是没必要把影片骂得什么也不是,要尊重每一个主创的参与和辛苦付出。“如果每部电影都被骂成这样,那以后谁还会去拍电影呢?谁还会走进电影院呢?如果拍电影的人越来越少,看电影的人也越来越少,那我们中国电影市场这个行业的产业链怎么办?”

“在我看来,大家输得起,也经得起批评。”《光明日报》文艺部编务统筹、高级编辑李春利认为,任何一部作品都很难说是一部完美的作品,但批评的目的在于促进创作的进步,而不是一味地贬低。相信导演和主创大都能接受一切认真看完影片后的质疑和意见,并在下一部作品中尽量完善。

“一部电影从前期筹备、开始拍摄到后期制作历时多年,成千上

万人投入其中,如果被几句不负责任的话抹黑并严重影响票房及传播力,真是太可气了。”焦宏奋认为,坚持向善、传递正能量是中国电影能够经受风雨考验,依然坚韧不拔的根本原因。拍电影不仅仅是为了票房,更重要的是传递文化和精神。因此,要以敬畏之心、热爱之情,去对待每一个创作者。

采访中,被访者均提及了批评与良性舆论的关系,认为批评的底线应当是建设性的、非恶意的。饶曙光表示,早在2017年,中国电影评论学会就发布了《网络影评人七大约束》。其中包括:坚持说真话、讲道理,营造开展网络影评的良好氛围;坚持实事求是的批评,不庸俗吹捧、不阿谀奉承,不用简单的商业标准取代艺术标准;尊重每一位观众喜欢或讨厌电影的权利;尊重观众对电影多样化、差异化、个性化的需求;坚持以专业的精神,运用自己的专业知识对电影做专业分析,以理服人,增强公信力;无论优劣,认真对待每一部电影,在没有看完完整片的情况下,不正式发表影评;坚决反对网络语言暴力,不用侮辱性语言谩骂、攻击电影作品、创作者和与自己观点不同的人。“约定的这些内容现在仍然适用。”饶曙光说。

结束采访时,焦宏奋告诉记者,尽管面临严峻的市场环境和舆论挑战,但中国电影人仍然保持着对高质量创作的追求。他们的努力,以及观众对于优质影片的期待,正共同构筑着中国电影产业未来发展的坚实基础。我们有理由相信,只要我们能够持续提升创作者水平,坚守专业精神,中国电影不仅能够克服现有的困难,还能在全球影坛舞台上发光发热,为世界电影带来独特的中国故事和中国智慧。

聚光灯

我们需要什么样的 电影评论?

□朱玉卿

今年国庆档电影市场的高开低走,票房与去年同期相比不增反降,在不久前引发社会和业界的热议。本来国庆节前夕,国家接连推出众多利好政策,释放出大力发展经济、提振社会发展的积极信号,股市大涨,人们消费信心大增。各大片方和影院更是做足功课,迎接这一黄金周。

在此背景下,进入国庆黄金周电影市场的新片达10部,且题材多样,类型丰富。国庆长假首日,全国影院排映场次多达近50万场,共吸引1200余万观众走进影院,产出票房近5亿元。其中,反映抗美援朝的战争题材影片《志愿军:存亡之战》和国产科幻电影《749局》领跑,携手产出3亿元票房。业界普遍预测,今年国庆档有望一扫暑期档颓势,为电影行业发展注入一针强心剂。但没想到,一股暗流从网络上蔓延开来,并很快影响到整个大银幕,到长假第三天,全国票房已经回落到3亿元左右,相比首日几近腰斩。

这股暗流就是网络上对电影不负责任的随意恶评和谩骂。一些不明身份的ID涌到票务平台和热映影片的官方账号上,为影片打出极低的分数,甚至用极其恶毒的词语攻击这些影片的主创人员,进而上升到对这些主创人员的人身攻击,并把个别主创的个人信息放到网络上肆意传播。一些社交平台账号也趁机跟风蹭流量,以情绪化带节奏,对国庆档期上映的多部影片进行围攻。

尤其是《749局》,这部由6000多名工作人员历时8年完成的科幻巨制,在创作和制作方面进行了多方尝试和大胆探索,可以说是中国电影工业化和产业化进程中一部难得的影片。即便这样,依旧有一些别有用心的人将网络ID到影片导演陆川的微博账号进行谩骂,一路上升到国产科幻电影的整体否定。

又如《浴火之路》中的赵丽颖,她饰演一位被前夫卖掉女儿的母李红樱,在苦苦寻找女儿的过程中受尽磨难。为找回女儿,她不择手段,近乎疯狂。赵丽颖的表演与角色融为一体,将角色的痛苦、绝望,以及愤怒呈现得淋漓尽致。但一些人抓住片中赵丽颖与肖央的某些片段污蔑演员,甚至进行人身攻击。这完全偏离了对影片或片中角色的评价,而是不良情绪的发泄。

再看刘江江执导的《出入平安》,这部电影讲述在天灾之下那群罪犯人经历心灵上的“九九八十一难”成为救世英雄的故事,其中古力娜扎的表演可圈可点。但一些别有用心的人对演员从演技到身材再到长相进行口诛笔伐,甚至上升到对整个演艺界的攻击和谩骂,其心可诛。

在种种乱象下,不明真相的人们好像一下子失去了看电影的兴趣,电影市场在这个国庆档很快哑火。《出入平安》在正式公映第四天宣布撤档,而《749局》上映第三天的票房只有上映首日的三分之一。一部电影凝聚着数千人的心血,是众多工作人员的劳动成果,就像一个人,有自己的个性,有优点自然就有不足,有人喜欢,有人不喜欢,这都很正常。既然买票看了,当然有评判的自由和权利。但不能因为不喜欢就信口开河,恶语相向,甚至上升到对主创的谩骂和攻击,为黑而黑,宣泄个人情绪,这样的评论就变了味道。我们需要客观理性的电影评论,需要建设性的意见,需要与人为善的态度,而不是相反。

其实,“网络黑水”并不是今年才出现,只是到今年暑期档,网络上出现的大量负面舆论,在误导观众、影响电影口碑方面引起全世界的高度重视。前不久,中国电影评论学会会长饶曙光在接受媒体采访时表示,电影评论是推动电影产业良性发展的重要一环,不良舆情对电影产业的影响非常严重。他认为,任由舆情野蛮生长对电影行业具有致命威胁,电影行业不能向不良舆情让步,不能被不良舆情“绑架”,要对抗不良舆情的“情绪化”。

为此,建议梳理过去不良舆情对电影行业带来的负面影响,制定清单,以更清晰地认识不良舆情对电影行业、电影创作、电影创作者的伤害、危害。致力于保护创作者、制片人、投资者及整个电影行业,营造积极健康、风清气正的舆论环境。

(作者系中国电影评论学会产业评论专委会副会长兼秘书长,聚影汇创始人)