



别让影评人沦为“马屁精”



微语录

@李晨:收到一个手机壳……



背景:近日,李晨晒出一对情侣手机壳,正在众人揣测手机壳的来源时,张馨予在评论中甜蜜做出回应,并“招认”白色的是自己的。如此看来,两人的恋情丝毫未受流言蜚语的影响,爱得正浓。

@倪妮V:今天偶遇了游戏在海葵间的两只小“Nemo”,怎么可以这么可爱?



背景:演员倪妮在微博上晒出一张“漂浮照”,照片中她穿着救生衣漂浮在水面上,露出白皙修长的长腿,十分迷人。网友大赞她身材好,也表示十分羡慕冯绍峰的好福气。

@赵薇:虽然电影和逝去青春有关联,可我相信青春可以一直陪伴我们。她只是在不同的人生阶段以不同的面貌陪伴着我们!她的力量就像薪火与热情,与岁月其实毫无关系!



背景:赵薇在微博曝光了新作《致我们终将逝去的青春》的剧照,风格怀旧且文艺,获得了网友的一致好评。

@金铭:谁说姥姥就不能白衣飘飘?



背景:在新版《天龙八部》中饰演天山童姥的金铭秀出自己在剧中的造型。

@赵子琪:卖小猪喽!



背景:演员赵子琪晒出自己将女儿夹在怀里的照片,不少网友评论:“这个小香猪真可爱。”

中国电影年年票房上涨,今年又将创新高。但形成对比的是,今年上映的几百部电影中,十片八赔。电影虽然亏本,但却有一批“闲人”早涝保收,除了前几天被曝光的“水军”之外,就是影评人,最牛影评人月入6万元,引得不少网友感叹“影评人是个好职业”。一位叫“玻璃唇”的网友称,很多是拿了钱的无骨文人,“夸一部电影夸得没底线,与‘水军’无异。”

我们不否认,影评也有“吹捧”表扬的含义,但表扬要实事求是,不能无原则地一味叫好,更不能只要多给钱就胡乱“拍马屁”。然而,现在一些电影公司竟然圈养起一批影评人,有的缺乏专业知识,有的缺乏道德修养,他们有的是“吹”的本事“拍”的本事,只要言辞犀利,马屁拍到位,就能换来丰厚的收入。至于能否月入6万元,或可继续核实,但“影评人是个好职业”,

影评人收入不菲,或是不争的事实。

在笔者看来,影视评论和文艺评论一样,其魅力在于批评不在于吹捧。文学评论因“红包批评”、“人情批评”的大量存在,严重丧失了文学批评的公信力和影响力,因而备受诟病和批评。如今,电影界的“马屁评论”也盛行开来,无疑不利于电影业的健康发展。我们知道,电影评论是解读电影思想性和艺术性的,是好就要说好,但电影评论的重点是发现和解剖电影的缺陷和不足,唯有让电影人不断改进缺点不断进步的影评,才是电影人真正需要的评论。可是,有些电影人不愿听实话,竟玩掩耳盗铃的游戏,竟邀影评人自吹自擂,这是非常危险的。

其实,影评人、乐评人、书评人都确实确实有存在的价值,因为现在信息海量,电影看不完、音乐听不完、书读不完,而影评人、乐评人、

书评人能指导你看什么电影听什么音乐读什么书,让你投入较小的精力尽可能地增加你的知识储备。当然,影评人、乐评人、书评人囿于自己的教育程度、经历、价值观,对事物的认知未必就全面而客观,但影评、乐评、书评的价值是无法否认的,我们这个社会是需要的。

只是,我们不能让影评人沦为“马屁精”,这个社会需要影评人,但不需要“马屁精”。导演万里说,我们需要的是专业影评人,提高我们对电影的鉴赏。是的,我们需要专业的影评人,不是只会吹捧的“马屁精”。也就是说,影评人不仅需要专业知识,更需要道德修养。我们应该警惕的是,我们没有《泰坦尼克号》、《阿凡达》这样的电影,却出现了把国内电影吹捧得赛过《泰坦尼克号》、《阿凡达》的影评人,那会让观众和电影人笑掉大牙的。
据《北京晚报》



别让电影毁于水军

□韩浩月

7个月前,《赛德克·巴莱》在内地公映的时候,许多媒体人、影评人不吝赞美之词,给予了它很高评价。导演魏德圣甚至“求”观众进影院,但这些加在一起并没有改变这部电影的命运,它最终以票房惨淡收场。

相比之下,作为一部称得上好电影的《一九四二》,赢得了绝大多数观众的好评,不过媒体和影评人在推荐它的时候,却没有再现《赛德克·巴莱》时的那种热忱。也许,水军的阴影让不少人开始字斟句酌,唯恐自己也会被当成黑手。

首次当导演的徐峥在谈到水军时说了这么一个观点:“很讨厌水军这种事情。因为这变得不是在一个专业里有序竞争了,而是用一

种恶意的方式来做。”

正在公映的《王的盛宴》不算一部优秀的电影,但相比80%以上的国产片要强很多。乃至有人在微博上发狠:“那些在豆瓣上打一星的人良心都被狗吃了。”可这部电影的票房还是毁于自身的一些不足,同样也毁于水军。有人说,李安的《少年派》不是口碑持续增长、票房后继有力吗?这是个事实,除了国际水准的大制作,这部电影不只给人观感,还有众说纷纷的情节解密,无关好坏,令水军难以插手。

于是乎,怎样把好电影,尤其是国产好电影推荐给观众,成了国内电影市场一个令人关注的课题。现在看来,观众对国产片的态度可以

用“六亲不认”来形容,根本原因却不赖观众。

打铁还需自身硬,仅是一部两部昙花一现的好片出现是不够的,国产电影必须在整体质量上赢得观众的信赖和尊重。此外,电影营销也要重塑观念与手段。一部好电影真正的观点在哪儿,如何传递到观众?这不是个简单的决定过程,调动观众的经验、记忆是关键。在一个规范的电影市场,原著、原事件、编导演口碑和预告片基本上构成了营销核心。只有在一个不规范市场,雇佣水军当托儿、肆意炒作才能浑水摸鱼。把好电影推荐给观众,有很多学问需要电影营销者去掌握,但别忘了诚意,否则怎么做都是烂梨一筐。



图片秀

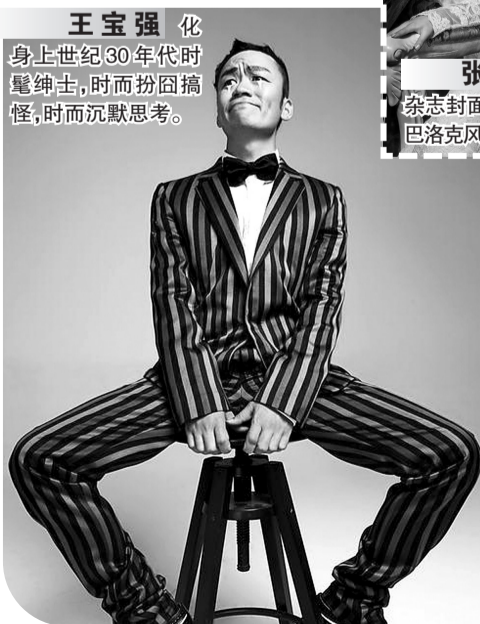
复古范儿



赵薇 拍摄的一组写真曝光。赵薇黑色面纱蒙面,展神秘气质。



张歆艺 登某杂志封面大片,奢华的巴洛克风典雅唯美。



王宝强 化身上世纪30年代时髦绅士,时而扮囡搞怪,时而沉默思考。



周迅 再登顶级时尚杂志《VOGUE》封面,这组特殊大片全部由“时尚大帝”卡尔·拉格斐亲自操刀拍摄。据了解,在老佛爷的镜头里,周迅仿佛从中世纪欧洲穿越时空而来。