

中国影评人公信力陷入低谷

可以这么说,影评人的公信力现在已经到了前所未有的低谷,在人人号称影评人的时代,谁再说自己是影评人,别人的第一反应恐怕是:收红包的。为什么曾经担负电影解读与介绍角色的影评人会沦落至此?记者采访了多位影评人,或许他们的姓名不便透露,但他们所说的事实不容置疑,这些,也为将来者警示。

收红包

这已经是公开的秘密

影评人圈子看似热闹,但在繁荣的表面下,难掩中国电影评论界养份贫瘠的实质。

影评人收红包已是公开的秘密。几乎包揽南方系报刊影评的著名影评人T先生说,“引进的好莱坞大片是不给影评人红包的,国产影片给的红包数额从早期一次300元、500元,到现在1000元一份,也有一次给2000元或5000元的,不过这种片子不多,一年能遇到一两次不错了。”

另一位业内人士W小姐透露,“2010年电影《孔子》宣传时,非常在意收买影评人,请了十个人左右吧,给出了高达6000元一份的红包,杨子出品的《白蛇传说》给影评人的红包是5000元一份。”

从媒体人转行成为资深电影宣传的F先生算了一笔账,“每次国产片宣传,片商都要求我们请影评人来助阵,并且他们心中有一个必请的名单。以北京为例,有影响力的影评人最多不超过20位,就算请20位影评人,每位都是1000元的费用,也就是两万。”

枪稿、红包稿、人情稿,你是否觉得中国的影评“交口”到泛滥的地步?坏品位、做宣传、博口碑,你是否认为中国的影评人已经处于变质的地步?从超级影迷到电影论坛活跃分子,从为自己热爱的影片泼墨到拿片商的红包码字,从笔名的唯一性到同时拥有几个马甲,影评人这三个字,在业内已经接近贬义词。中国电影到底需不需要影评人?

不独立

你看到的影评被“审”过

在片商观念中,影评人的大力推荐是获取好票房的途径之一,但一些成为片商宠儿的影评人却认为,通过电影宣传公司组带实现“交易”的方式,并不能让自己获得最大化利益。

于是,在这行摸爬滚打的部分影评人干脆直接承担起外包影片发评论的活儿。和片商谈好一笔钱,召集一批写手开写。T先生不忌讳地说:“目前尚未下档的某一线导演的影片是我约写的,在网站发布之前,这些影评宣传方都过‘审’了,包括导演影评宣传方都过‘审’了,我们写人再犯傻了,不能全都说好,我们批评影评都掌握了一定的技巧,批评影评和大部分表扬影评放在一起用会大得多。”

曾经被冠以“中国独立影评人”的G先生称:“在中国,影评人不能成为一个终身职业,需要一个平台给你营造一种书写的权利,搞独立是行不通的,只要进入了北京影评人的圈子,和电影大本营太近了,很难不被同化。”

坏现象

当跳板

写影评是为了进入电影圈

几乎所有受访的影评人都必提这么一句:“中国稿费标准太低,如果影评人不收红包,必定饿死。”

转行做更赚钱的事,是目前多数尚活跃在影评界的影评人的心声。看看拿高额红包的影评人这个词对展轨迹,可以发现影评人这个词对这类人而言,已经成为其向编剧进发的跳板。经过两三年的打拼,在北京买了房子,实现了温饱并掌握了一些电影资源后,影评人成为为电影编剧并不是太难的事。于是,一个奇妙的怪圈形成了,影评人参与编剧,制作的电影,在影评人参与编剧,制作的人际网进行口碑营销时,不论片子好坏,“交口称赞”成了影评人无法规避的问题。

对以影评人为跳板进入电影圈的现象,G先生称:“你看现在上某些节目的人,几乎都挂着影评人的头衔,影评人能怎么办?转行吧,转行干吗?不如当编剧吧。”

坏品位

碍于人情谁能不应付

影评人圈子很小,单纯做职业影评人的并不多,在北京很多影评人都在大学或者新闻出版机构工作。当下很多电影宣传人员是媒体出身,又是和某些导演一块成长起来的。人情债,让多数不方便公开身份评论的影评人只能以变换马甲的方式当枪手“还债”,还有部分影评人不想砸了多年经营的好口碑,也选择换马甲来满足“工作需求”。

影评人R先生无奈地说:“比如《画皮2》,我看完了不能说它好还是不好,主要就围绕一句针对15-25岁女观众,这部片会很卖座。”正因为如此,中国影评界出现了越来越多不痛不痒,无法一针见血却也无法真正妥协的人情稿。

T先生承认,一篇千字的应景影评只需耗时15分钟左右:“写得多了,都只需绕路数和用语。”另外,还有一些影评人因为眼界或者个人喜好,常在网发表一些耸人听闻的观点,比如大量称赞某些烂片等。凡此种种,不仅电影评论丧失了原本该有的原创力,还坏了影评人自己和观众的品位。

红包越收越多 评论越写越假 谁还信任影评人

影响小

影响力微乎其微

说到影评人的作用,很多人会想起法国新浪潮和美国的那些牛逼的影评人,那些法国影评人能对电影史产生影响;在美国,影评人很大程度上影响着电影的票房,而中国影评人呢,无论是对导演的影响都微乎其微,你看中国的影评,有几篇是真正的影评?与谁交流?

有这么一个段子,据说当年张艺谋在拍《红高粱》时,拿给老艺术家郑

洞天、北京电影学院的教授倪震两位老师看,结果被臭骂一顿,骂得张艺谋都不敢抬头说话,没想到《红高粱》送到国外电影节上,遍地开花,两位前辈傻眼了。段子归段子,中国影评人不论是学术派还是民间派,都没能成为影响导演制作方向的旗帜或者是中国电影节奖项的风向标。

尽管所有除了投资方以外的从业者都知道中国式影评人的存在可能是形式大于内容,但是影评人依旧拿着红包活得很好,多数受访者并不心虚。

投资方在乎架势,导演在乎个人都在恰如其分地扮演自己不会因影评人的评论而为电影埋单。

记者在广州和北京4家具有代表性的影院抽样调查发现,完全无视影评人的观众分别为67%、63%、60%和44%,占据了绝大多数,而影评能左右他们看片选择的,只有零星几个人。要想通过影评来影响观众的电影品位,基本是一件微乎其微的事情。

先天弱

中国影评人先天不足

提到影评人,不得不说法国新浪潮电影的起源。上世纪50年代末到60年代初,法国新浪潮代表导演特吕弗、戈达尔均是当时法国著名电影杂志《电影手册》的影评人,这些年轻人没有经过科班的电影知识学习,作为电影的狂热爱好者,他们经常为一些激进的杂志撰稿,肆无忌惮地攻击一些保守的电影导演,推翻电影史上已成定论的理论和技术,主张将摄影机的镜头带入现实生活,而不是去进行庞大的叙事或者拍摄一些似是而非的无病呻吟之作。

在美国,影评人和电影研究这门学科挂钩可以从上世纪70年代开始追溯,加

州大学洛杉矶分校、南加州大学、加州大学伯克利分校等高校,都为美国电影工业和电影评论行业输送人才,和奥斯卡奖评奖制度就与美国的影评人密不可分,在美国有多项影评人协会设置的奖项。

中国电影产业与欧美国家相比,本身就有技术上的落后与理论上的先天不足。目前活跃在评论界的影评人大多数是上世纪70年代出生的电影发烧友,他们从书写对电影的观后感开始,逐渐发展为电影评论群体。这个群体并不像西方国家那样具备行业性,更无从提及影响中国电影。

据《南都娱乐周刊》