



私生活乱、无演技无作品 偶像“招黑” 罪有几宗

俗话说,人红是非多,作为在娱乐圈“炙手可热”的“小鲜肉”,他们面临的是非比前辈多好多。近日,吴亦凡裸照事件中,吴亦凡方把谣言发布者给告了,并索赔22万元。此事件闹得满网风雨,沸沸扬扬。“小鲜肉”天天霸占头条,这些年轻明星为什么这么容易“招黑”呢?打铁还需自身硬,一方面是“小鲜肉”自身确实有问题,吸毒、睡粉、撞车时有发生;另一方面粉丝互骂、公司互黑也让这个圈子的水越搅越浑、越搅越深。

本报记者 邱祎

私生活 争议大影响坏

25日,吴亦凡裸照事件的最新发展是,继传说中的女友“小G娜”接受采访后,吴亦凡方把谣言发布者给告了,并索赔22万元。律所宣布吴亦凡名誉维权案正式立案时,还贴出了法院诉讼收费专用票据一张。吴亦凡名誉维权,再加上“李易峰粉丝团”斥其经纪人失职,要求公司开除李易峰经纪人杨迦茵及其团队等事件,再次挑动影迷的敏感神经。

联想到之前刚刚深夜撞车并被传吸毒的李易峰、被爆耍大牌而被金星批评的黄子韬,再加上因为吸毒而被抓过的柯震东和房祖名,新一代男星群体近两年似乎正在被越来越多的负面新闻缠身。在今天的娱乐圈,“小鲜肉”占据了一半之多。网上更是疯狂,这些“小鲜肉”随随便便一条微博便是数千万甚至过亿的流量,仅转发数量便高达几百万,可见“小鲜肉”的受众喜爱程度有多么恐怖了。但是,近年来爆红的男星几乎无一例外地遭遇了负面新闻,到底是什么原因导致集体“招黑”?

原因还是大众对于年轻一代明星争议太大。人红之后,随之而来的自然是话题和争议,包括作品本身引起的话题,也包括表演、唱功方面的争议,但是上述明星“招黑”都是因为私人问

题而产生的。大家对明星作品的评价见仁见智,但是对于明星的私生活则存在天然的八卦心态。当明星没有更多作品被评议的时候,他们的私生活就会成为大众关注的焦点。

另一方面,静下心来想想不难发现,也与他们的粉丝太年轻有很大关系。这些年轻男星的粉丝大多是一些年纪较小的学生,甚至未成年人占据绝大多数,粉丝对这个社会的认知远远不够,很多事情往往容易理想化,很难对某个人或者某件事情做出正确判断,因此也是最容易被利用的群体。年轻一代明星屡次犯事,尤其是吸毒、睡粉这些行为很容易对粉丝产生错误影响,所以他们的“罪责”才会被公众格外关注。

演技浮夸 催生烂剧

6月11日,在上海国际电影节上,谈到对当今盛行的“小鲜肉”怎么看时,一向谦恭的吴彦祖表现出莫大的愤慨,忍不住开炮:“头发很奇怪,还化妆啊,男人不像男人的那种感觉,这我不是特别明白。如果你打扮成那样,会影响你做演员的感觉。观众会对你有一个印象的,这会影响到你演戏方面的东西。”

北京一家影视制作公司的总监马先生告诉记者,现在年轻一代的明星在圈内是用竭泽而渔的方式榨取自身价值。“很多电影片方目前的生产模式是,先锁定自带海量粉丝的高颜值偶像,随后排定导演、制片,最后才是围绕该偶像量身定制一部剧本。这与过去先有导演与剧本大纲、后定演员的创作完全逆向而行,原因只有一个,唯粉丝是图,唯利是图。”

现在的当红偶像明星几乎出现在每部大片和热播剧中,只要一出来不管演什么都有庞大的粉丝捧场,演技烂也没关系,耍帅卖萌甚至露肉都可以吸粉。

回顾这两年的热播剧和大卖的电影,制作方都学会了这种套路——除了晒美貌外,年轻一代的偶像明星必须有洗澡、换衣服的镜头。黄宗泽、贾乃亮、李易峰、杨洋、韩东君、吴磊……高颜值加好身材,这些青年偶像果然吸引了众多剧迷。对于片方来说,不管多烂的片子,这些自带粉丝的“小鲜肉”都能把风险降到最低。

对于这种现象,马先生无奈地表示,文艺创作本应是个层次丰富的万花筒。“偶像派、实力

派、商业流、艺术流应该各成一体、间或交错,这样才能百花齐放,催生出不同类型的文艺作品。如今,创作的格局被连片打通一概而论,容貌成为左右所有创作理念、创作信仰的唯一标杆,让人担忧,也会让这个行业更浮躁,烂片会越来越多。”马先生表示,在这个“小鲜肉”霸屏的时代,要想能够一直红下去,还是要坚守本心,充实自己,避免膨胀,多多学习,出一些好的作品。

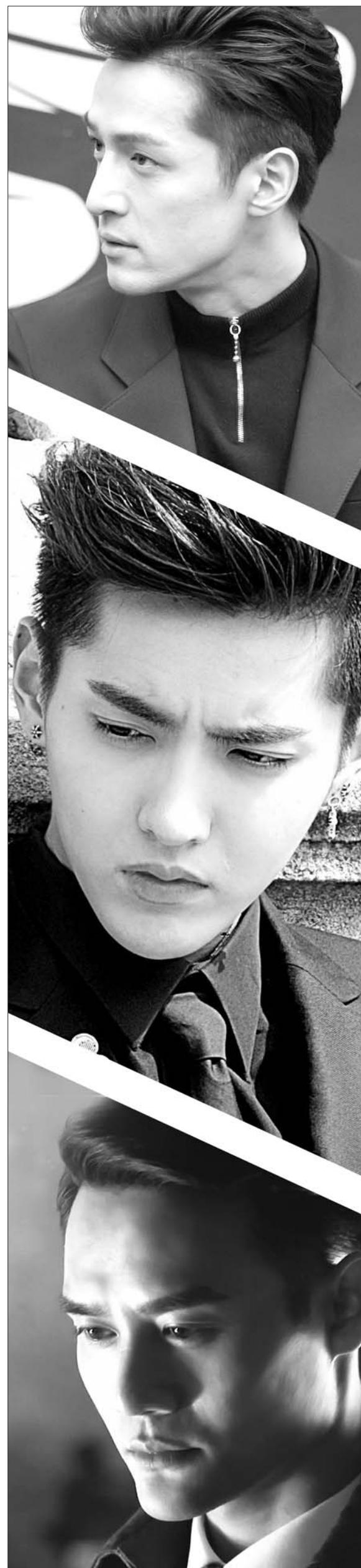
“互黑”成风 作恶成本太低

除了“小鲜肉”自身的几宗“罪”,当下的青年偶像屡次“遭黑”还和这个行业脱不了干系。首先每个“小鲜肉”都拥有严密的粉丝组织和数量庞大的粉丝,但凡有路线、地位相交的同期明星冒出,粉丝就会互掐,例如EXO和TFBOYS粉丝对骂、李易峰和杨洋粉丝互撕。

去年《伪装者》尚未播完,就有粉丝不理智地吹捧自家偶像,踩低别人。《琅琊榜》大红大紫之际,胡歌与王凯事业再上一层楼,双方粉丝更是互不相让,时不时发起挑衅大战。网上曝出横店象山《琅琊榜》见面会王凯坐错胡歌座位被台下嘘的图文,还有网友恶意造出“池塘四美”的段子黑胡歌容不下他人。有人指王凯借前辈上位、团队雇营销号黑胡歌;也有人指明明是胡歌粉在诋毁王凯,气量太小。

此外,各个公司也会操纵网络去黑竞争对手,和传统媒体不同,现在不少公号和大V都缺乏自律和操守,很容易因为利益而沦为造谣的工具。

就像这次李易峰中枪的“L姓小鲜肉吸毒”谣言,就有大V“江小鱼”“胖掌柜1980”“股民赵四”“互联网那点事”等多个微博号直接对李易峰指名道姓,有组织有预谋,环环相扣。有媒体称,互联网带来的传播便利,使得谣言制造成本很低,信谣的成本很低,辟谣的成本却很高。但最令人细思恐极的地方在于,营销号黑明星成功的关键,是利用了大众对于明星丑闻的莫须有心理:李易峰你能不能证明自己没有吸毒,能不能证明自己不是“L姓小鲜肉”?在谣言策划中,这样的神逻辑无处不在,却屡试不爽。业内人士表示,强大的自媒体影响力令谣言传播速度更快,范围更广。同时,谣言被揭穿后道歉了事,反而成为对营销号的又一次运营推广和涨粉良机,造谣好似一场游戏,成本太低。



齐鲁晚报

订制广告 电话: 0531-85196204 85196183

招生培训

★法警学校聘招生代理
0531-88661516

法律咨询商讯

◆申诉执行13156188038

友情提示:

请交易双方妥善查验
对方的相关手续和证件,本
刊商讯信息不作为承担法
律的责任和依据。投资信
息需谨慎,仅供参考。