



从吴亦凡因涉嫌强奸罪被检察机关批捕,到郑爽在被爆“代孕弃养”之后,税务机关又依法作出对其追缴税款、加收滞纳金并处罚款共计2.99亿元的处理处罚决定,最近娱乐圈频频拉响警报。再算上参拜靖国神社伤害国人情感的演员张哲瀚、深陷“性侵门”的主持人钱枫、因个人丑闻退圈的歌手霍尊等。时间再往前推,2018年、2019年和2020年,“出轨门”令吴秀波在娱乐圈消失,范冰冰逃税2.48亿、被罚8.8亿,翟天临学术造假、仝卓学历造假和艺人的“收礼门”事件等,简直不胜枚举。近年来,一部分艺人的种种问题频频曝光,已深刻影响到大家对娱乐圈整个行业的认知。

艺人德不配位,枉为偶像明星,不仅给整个演艺行业带来极为负面的效应,更扭曲并摧毁着众多粉丝的“三观”,尤其让人深感忧虑的是,大量青少年被误导煽动,被灌输拜金主义、享乐主义、消费至上等不良观念,造成恶劣社会影响。本刊摘选了一组评论,对演艺圈生态进行了一次分析和透视。

应重构明星偶像的价值衡量机制

荒唐!

不靠演技靠瞎捧,
“流量明星”注定成流星

流量经济的兴起改变了很多行业的运行逻辑,娱乐圈是典型中的典型。

一段时间以来,流量小生、人气小花成了这个行业的宠儿,他们往往一出道即是C位,前呼后拥,众星捧月。尽管这些“流量明星”常常演技尴尬出宇宙,“面瘫”、抠图、倒模、替身等跌破职业底线的行为林林总总,但却片约不断,代言无数,年纪轻轻就暴得大名、赚了大钱,可谓少年得志。

为何?密码就在这“流量”二字上。在“唯流量论”下,一些娱乐资本上下其手,一方面打造虚幻明星人设,培育畸形饭圈文化,诱导粉丝疯狂追星;另一方面,以各种手段刷流量造数据,通过数据注水制造虚假繁荣,上演了一幕幕闹剧、丑剧,给整个行业生态造成了难以估计的损害。

有一段时间,有无“流量明星”几乎成了影视剧投资和制作的“第一要素”,尽管演技“感人”,烂片不断,但依然抵不住资本的趋之若鹜和粉丝的疯狂追捧。与之相比,一些有实力无流量的实力派演员却备受冷遇,可谓咄咄怪事,荒唐至极。

更有甚者,一些“流量明星”不下苦功夫练习修德,却放纵自我,猖狂自大,以至在价值观念、历史认知上出现偏差,言行举止屡屡冲击公序良俗,更有挑战法律底线锒铛入狱者。他们不仅没有担起公众人物应有的责任,反而给社会做了恶劣的示范,造成极为消极的影响。

当然,流量没有罪,造星也非不可,但要尊重艺术规律和原则。演员要拼演技,歌手要论唱功,说到底都是要提升自己的职业修养。因为艺术创作根本上还是要以品质评价为核心,做到思想精深、艺术精湛、制作精良相统一,唯如此,文艺事业才能有一个风清气正的发展空间,从而获得持久发展。

盛极必衰,月满则亏。我们看到,情况在悄悄发生改变,“流量明星”已不再是票房的“杀手锏”,好口碑正在成为叫座的“风向标”,文艺创作正在回归理性和正轨。“流量明星”们也该清醒清醒了,艺人还是要把心思放在作品上,磨砺演技方是光明大道,打造作品才是立身之本,否则,一时再红也注定是短命“流星”。

据央视网

流量明星德不配位,不仅给整个演艺行业带来极为负面的效应,更造成了恶劣社会影响,尤其是给青少年灌输拜金主义、享乐主义、消费至上等不良观念,严重误导其价值观。如果不以身作则、自尊自爱,终有一天会“裸泳”上岸,贻笑大方!

——央视网评

“流量明星”大行其道在于粉丝经济是一块人见人馋的“肥肉”。应援、打榜、疯狂购买偶像代言产品……粉丝对明星“爱的供养”滋生畸形消费市场,一些资本操控下的平台更是“因势利导”,变着法子让粉丝们花钱。明星名气大了,资本市场估值高了,平台流量升了,一个个赚得盆满钵满,唯独粉丝成了“冤大头”。

——央视网评

治理粉丝经济,要清晰梳理产业链中“粉丝—平台—资本—明星”等各环节,对粉丝经济中出现的一些灰色地带进行“精准滴灌”式监管。各大平台首当其责,有必要探索打破唯流量的单一评价指标,建立多维度的评价体系,强化技术向善导向;演艺行业更有必要进行“从艺之道”的大讨论,挖疮割痈、激浊扬清,从源头上解决“什么人能当明星”的问题。

——央视网评

“娘炮形象”等畸形审美必须遏制

近年来,“娘炮形象”在影视界和娱乐圈愈演愈烈,成为一种社会问题。所谓“油头粉面A4腰,矫揉造作兰花指”,一些举止忸怩作态、喜欢撒娇卖萌的“小鲜肉”,经由影视制作

机构和经纪公司商业包装和市场运作,成为许多青少年的偶像。而其中有些人因人品艺德不佳,频频爆出负面新闻,触碰道德底线,甚至踩踏法律红线,不仅为大众所唾弃,甚或身陷囹圄。

常言道:“不作死,不会死。”一枚“小鲜肉”新星陨落或不足惜,但这股从娱乐圈席卷而来的病态审美风潮,对青少年审美取向的恶劣影响,不能不引起全社会的重视。

“娘炮形象”发端于某些娱乐节目和影视作品。日韩明星中的“花美男”形象,成为一些中国艺人效仿的对象,他们打

着“做自己”的旗号,在节目、剧作、社交媒体上展示所谓的独特个性和审美,并通过媒体宣传和商业运作进一步包装美化。

近年来荧屏银幕上还有一种吊诡现象。一些偶像剧和综艺节目中,男艺人和男性角色有的妆容浓重、衣着妖艳、雌雄难辨,甚至把刻薄没教养当成个性,自私自利、缺乏担当。部分现实题材和革命历史题材创作也邀请“小鲜肉”出演英模、硬汉,使本该阳刚、成熟、正气的形象变得幼稚、邪魅。特别是一些抗战题材作品,男主演妆容面若桃花,战斗时一袭华服、头油锃亮,一番厮杀过后发型丝毫不变,还时常摆酷造型,令观众大跌眼镜。

借助商业运作,“小鲜肉”们迅速走红,片酬也水涨船高。一些明星为了保持自己的商业价值,刻意制造热点,曝光私生活,炒作绯闻,蹭热度,引导粉丝投票刷榜。更有甚者故意挑起或煽动粉丝之间的争端,造话题、买热搜,刻意制造一场场网络骂战,使得社交媒体上乌烟瘴气。不少青少年为了成为像他们一样的明星,用青春做抵押,离开学校,开始“练习生”生涯。

事实上,大多数青少年并不真正欣赏那些病态形象。今年庆祝党的百年华诞,一批高水准主旋律影视剧作品被青少年广为称赞,如电视剧《觉醒年代》《山海情》,电影《1921》《革命者》等。许多青年观众观后感慨,这才是中国青年该有的样子。文艺工作者应该从中有所启悟,认识到只有用正能量赢得大流量,才会既有市场,更有口碑。只有多管齐下,才有可能从根本上扭转这股畸形审美风气。

据《光明日报》



饭圈治理 需要从资本源头抓起

针对饭圈乱象,国家网信办开展清朗饭圈整治行动以来,围绕明星榜单、热门话题、粉丝社群、互动评论等重点环节,深入开展整治“饭圈”乱象行动,取得了明显成效。

同时,治理还要注意从造星造势的资本源头抓起。饭圈乱象的背后是庞大的偶像产业和粉丝经济,有着一条围绕着“流量”而打造的完整产业链。

一些明星不是因出色的唱功或演技而成功,而是被资本打造而成。逐利是资本的本性,资本打造顶流明星只是为了攫取利益。他们可以通过砸钱、砸资源、买热搜,让一个毫无特长、碌碌无名的普通人成为明星,即便他毫无作品和口碑基础,也可以在流量的加持下“红得发紫”。一旦明星出现道德甚至法律问题,只要他还有流量,还有粉丝基础,还有商业价

值,资本就会无节制地公关、“洗白”。

回顾吴亦凡事件,吴早已不是第一次曝出性侵丑闻,但因为其商业价值和影视资源,其背后的团队、资本和平台此前便通过各种公关手段将舆论热度压下来,安抚粉丝,试图让吴全身而退。而一旦遭到“实锤”或者拘捕,失去了流量与商业价值,资本便会迅速从他身上撤离。

偶像产业要想跳出饭圈消费和流量变现的模式黑洞,必须接受引导和监管,走健康、有序、可持续的产业发展道路。一方面,要切断资本市场与粉丝群体间的利益链。偶像产业的资本方想方设法下沉到粉丝群体中,实现从造星到控粉到扩流再到收割的资本闭环,以规避投资风险、扩大逐利空间。未来的偶像产业必须加强

对资本的监管,严禁不良资本、灰色产业下水搅局,尤其需要对明星周边、社交平台以及粉头等实施管控,切断产业链上下两端的利益传输带,保护产业链底端的粉丝利益,引导理性追星。

另一方面,应及时重构明星偶像的价值衡量机制。在流量为王的时代,明星偶像不再以业务能力和艺德修养论长短,只有流量才能让他们变现。而资本参与到了从偶像选拔、节目制作、IP版权、影视创作,直到播出渠道、商业渠道的全部环节,实现了一条龙式的流量变现。只有减少资本的参与度,建立“内容为本”的评价机制,让艺术回归初心,才能在源头上营造清朗、阳光、健康的追星生态。

据《南方都市报》