

《家有儿女》疑似被恶意打分，影视剧的网络评分还靠得住吗？

最近，家庭情景喜剧《家有儿女》疑似被恶意评分一事登上网络热搜。不少黑粉对作品只打出一星，并贬损、攻击主演之一的杨紫。

这部作品不仅承载了一代人的童年回忆，也收获了各界广泛好评。忽然遭到恶意差评，引来观众们的费解与不满。

《家有儿女》并不“独惨”。演员迪丽热巴的电影处女作《阿娜尔罕》近期也出现新状况。它的豆瓣评分从8.1突然降至6.2，并出现大量差评和攻击性言论。该剧不仅获得过五个一工程奖，还提名了中国电视剧最高奖项飞天奖。“为何对这么优秀的作品有如此大的恶意，就算是针对不喜欢的演员，也不至于牵连其作品吧。”有电影制片人痛心疾首地表示。

此前，《庆余年》《陈情令》等近年来获得较高口碑的影视作品也遭到过恶意刷低分，原因也大致类似。不少网民认为，以往饭圈之间的纷争，主要针对正在播出的作品，现在却越来越多地殃及经典作品，实属过分。

随着生活节奏加快，现在人们越来越习惯在看影视剧前看看网络评分，因此评分高低成为观众选择作品的重要参考。不过，由于掺杂各种利益和非理性情感因素，引起的纷争越来越多。如此一来，评分还靠得住吗？

当下，饭圈将网络评分视为一种应援明星的方式，很多人单纯冲着演员去点评作品，不少人甚至完全没有看过作品，只要是自己喜欢的明星就打高分，对自己厌恶的或者被视为自己偶像的竞争者演出的作品一律差评。

在豆瓣一些热播剧的评论区，充斥着浅白的追星言论，而围绕作品本身是否优秀、演员表演是否到位等分析帖子并不多。在一些粉丝群里，各类“打分攻略”详细指导粉丝如何有效打分，如何伪装成纯路人“客观”评分。而饭圈的这些操作，让很多艺人及其经纪团队也

被迫卷入。他们为了自己的作品避免被恶意刷低分，需要投入更多的精力和宣传经费去控评清分。

有粉丝刷分控评，就有黑粉或纯路人给予差评。这样情绪性评分，对作品评价同样偏颇。对更多的观众来说，他们希望通过相对客观的评分选出优秀作品，却经常陷入饭圈与黑粉的乱斗中。特别是有偶像明星参演的影视作品，短期内往往难以收获公正客观的评价。

此外，近年来还出现自导自演通过恶意评分进行炒作的现象，让正常的评价体系更加混乱。原本评分可以帮助观众快速找到优秀作品，远离烂片，但以上操作使评分机制频频失灵。

应当承认，网络评分给观众提供了一个可以反映心声的平台，是对以往专家、学者才拥有更多评价话语的“平权”。人们相信，群众的眼睛是雪亮的，大众评分能为观众在选择作品前提供可靠参考。或许正是由于它的影响力日增，出品方、粉丝和黑粉都希望通过自己的力量来操控评分，进而影响作品口碑。如此，评分的公信力从何时说起呢？

在业内人士看来，明星和粉丝之间应该是共同成长、共同激励的关系。粉丝与其盲目为自己喜欢的明星演出的作品刷分，还不如给出客观评价。只有鞭策明星演出真正的好作品，才能为他们积攒更多人缘，获得更多观众认可。据扬子晚报



《家有儿女》剧照



图片来源：网络



变“流量”为“留量”，网络演出如何“反哺”线下？

中国演出行业协会日前发布的《2022年中国演出市场年度报告》显示，当年专业文艺表演团体开展的各类型线上直播活动达1.21万场，线上观众人数57.3亿人次，线上收入2.43亿元（人民币，下同）。

网络演出一定程度上能“反哺”文艺表演团体的线下演出，直播平台受众的无限性赋予了演出行业线上线下融合的新活力。如何实现由线上到线下“带客”的正循环，各家文艺表演团体给出了不同的答案。

正在巡演中的话剧《惊梦》由陈佩斯导演并领衔主演，所到之处一票难求。该剧出品方大道文化是

一个地道的民营院团，每一分钱都需要从市场上获取。在当下中国戏剧市场，陈佩斯的明星光环也不意味着一定能卖上座。

陈佩斯之子陈大愚一手操办系列短视频“陈佩斯父与子”，以逗趣为主，在相关平台粉丝量已超过1035万，有单条视频播放量达2.6亿。在陈大愚看来，短视频是传播的一种有效途径，“毕竟戏剧没法天天演，我们做短视频一方面是回馈喜爱我父亲的观众，另一方面也确实对票房有帮助。”吸引短视频的粉丝用户走进线下剧场，大道文化正致力于变“流量”为“留量”。

国有文艺院团则走一条不尽相

同的路。段奕宏、关晓彤等演员参演的话剧《抗战中的文艺》去年11月首次在互联网平台演播，观看人次突破了400万。中国国家话剧院院长、该剧导演田沁鑫表示，创排之初就确定了该剧将在线下演出、线上播出，动用优秀主创，汇聚众多明星，采用多机位多角度的专业影像拍摄，希望为观众带来不亚于现场感受的“全明星矩阵戏剧影像大片”。

中央民族乐团在团长赵聪推动下多次与直播平台合作。在今年2月初新春音乐会直播演出中，以大型民族管弦乐团与室内乐结合，搭配近距离、多机位，打造用户如同亲临音乐厅的观演体验。据早前统

计，截至2022年10月，中央民族乐团“乐上花火 国乐大会”“山河国乐”等话题的直播、短视频播放量突破1.5亿，获得极大曝光率，优秀演奏者被更多观众看见和喜欢。

面对“线下演出市场全面复苏，线上直播是否还有前景”的问题，中国艺术研究院副研究员孙佳山认为，网络直播行业不会受到根本性的改变，经过这几年的发展，其影响已内化到了演出行业的方方面面。在他看来，网络直播已经从最初舞台艺术的辅助和补充形式，变成了全新媒介形态，未来将继续发展。

据中新社