

Media
Criticism

媒介批评

第六辑

蒋原伦 张 柠 主编

21世纪的前卫批评

本期核心话题： 微信公众号

- 唐宏峰 公众号时代的电影批评
郝延斌 “亚洲电影”：想象的抵抗及其矛盾
米金升 我们和屏的爱与纠缠——屏媒介试论
鲍海波 薛 龙 文化走秀、红包狂欢与仪式生活的重构
王颖吉 楼程莉 技术与科学视觉主义的建构
——浅析唐·伊德的视觉媒介技术观



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

MEI JIE P I P I N G

媒介批评

第六辑

长 柠 主编



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

媒介批评. 第六辑 / 蒋原伦, 张柠主编. — 桂林:
广西师范大学出版社, 2016.7
ISBN 978-7-5495-8545-8

I. ①媒… II. ①蒋…②张… III. ①传播媒
介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 171660 号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码: 541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 张艺兵

全国新华书店经销

桂林广大印务有限责任公司印刷

(桂林市临桂县秧塘工业园西城大道北侧广西师范大学出版社集团
有限公司创意产业园 邮政编码: 541100)

开本: 787 mm × 1 092 mm 1/16

印张: 18 字数: 286 千字

2016 年 7 月第 1 版 2016 年 7 月第 1 次印刷

定价: 49.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



目 录

核心话题:微信公众号

1/公众号时代的电影批评 / 唐宏峰

21/品位教育、读者与资本

——作为“文化中间人”的时尚类微信公众号 / 董倩

28/你关注的微信公众号也有“病”吗? / 朱奕霖

43/文艺批评的新玩法 / 牛寒婷

时尚文化及其源流

51/足球媒体转型与知识人分化 / 陈镭

60/当代中国流行文化中的“古典情结” / 康春华 程瑶 张怡莹

80/韩国综艺节目“中国热”探源

——以 Running Man 为例 / 贾佳 陈天鸽

88/超慢新闻实验:一种文化学的解读方式 / 陈弢

影像批评

101/“亚洲电影”:想象的抵抗及其矛盾 / 郝延斌

111/“半月”:活在战国时期的现代女性 / 毕琳

116/月光宝盒里的“归来” / 罗小茗

124/《老炮儿》:历史位置与意义生产 / 肖琼

新媒介学理探析

135/我们和屏的爱与纠缠

——屏媒介试论 / 米金升

152/“媒介归因”逻辑中的国产动漫

——对国产动漫整改事件的传播学观察 / 张勇锋

162/媒介后果：“文学发烧友”与“网语速食化” / 陈定家

172/当代中国媒介文化生产中的权力结构演化 / 王敏芝

日常生活研究

184/文化走秀、红包狂欢与仪式生活的重构 / 鲍海波 薛龙

195/广场舞与都市公共空间 / 刘天宇

208/从李毅吧到“帝吧”

——一种网络社群文化的形成与嬗变 / 林品

图像与视觉文化

222/技术与科学视觉主义的建构

——浅析唐·伊德的视觉媒介技术观 / 王颖吉 楼程莉

232/翻拍的武侠景观：技术的“神话” / 郑二利

239/埃尔·格列柯的手势语言 / 维特科夫尔著 梅娜芳译

252/亚洲时间 / 张晴

281/编后记



公众号时代的电影批评^①

唐宏峰

我一直关注互联网时代以来的中国电影批评,写作过几篇相关文章,这种持续的同一话题的写作能够完成,完全由于对象本身不断发生新变,使得研究者的观察和判断必须随时跟进和更新。从早期的BBS、门户网站,到专门的电影网站、豆瓣与时光网,再到博客、微博,最后发展到今天的微信,网络影评随着各种依托于互联网的媒介形式的发展而不断发展变化,如今的影评人在很大程度上成了“微信影评人”。微信公众号兴起已有三年多,关于电影的公众号也出现了几十个,各种关于电影的咨询、片源、评论的信息每天通过微信推送。公众号文章在悄悄改变中国影评的面貌,影评人从过去的单纯的内容提供者转变为一个复合的媒介运营者,身份的转变带来了一种新的公众号文风。本文对此进行分析,肯定微信影评的各种积极意义,同时也提出公众号文风的某些不良倾向。

^① 本文系北京市社科基金项目“北京网络电影文化研究”(项目编号14WYC049)和中国文联项目“文艺评论热点双月报告”的阶段性研究成果。

一、电影公众号类型

电影公众号是在微信平台上运营的关于电影信息发布的媒介产品。目前存在的各种电影公众号可以根据其内容分为综合、资讯、片源、产业、评论等几大类,也可以根据其运营主体分为个人、团队或公司操作等不同种类。

目前电影公众号中的强势大号基本是由大的团队或公司经营的综合类资讯产品,如“今日电影”“毒舌电影”“独立鱼电影”“电影头条”等。这类公众号内容丰富,包括影片推荐、片源提供、院线资讯、欧美日韩剧集信息、产业信息、电影节消息、导演与演员新闻、电影评论、打分、排名等等。这类公众号为关注用户提供全方位的电影资讯,内容丰富但有嫌杂芜。此类公众号关注度最高,适用于最广泛的普通电影观众。还有各类偏重于某类信息的公众号,比如偏重提供热门影片讯息和片源的“电影工厂”“电影资源共享”“鲸鱼出没”,偏重产业信息的“艺恩网”“影投人”,偏重某类小众电影的“光影驿馆”“映画台湾”“电影山海经”,偏重于电影拍摄技术的“电影摄影师”“65毫米”等,这类分众化的公众号吸引各自的影迷群体,塑造着当代中国的迷影文化。还有一些公众号是既有媒体(包括传统纸媒和各类网站)的发展,如豆瓣网、时光网、格瓦拉、迷影网、《外滩画报》等都开辟了自己的公众号,原有的功能经过改造适应于微信使用,编辑将信息精选后呈现于公众号。

这些电影公众号发展迅速,受众越来越广,与既有的电影信息媒介如传统纸媒、豆瓣网、时光网、格瓦拉和微博等相比,公众号越来越成为电影受众获取信息的主要渠道。手机屏幕更近身、更能切入所有的细碎时间,便于随时随地、随时开始随时结束的阅读,公众号信息的接受方便度远远高于主要通过电脑屏幕的各类电影网站。同时,公众号界面简洁,适应于手机屏幕,每日推送数量有限的信息,便于阅读,而非时间特性不强的呈现海量信息的网站主页。这些使得各类公众号已经成为电影信息传播的重要途径,在中国电影产业高速发展的环境下,电影公众号传播各种电影信息与知识,塑造迷影氛围,助推电影产业与市场的发展,有益于中国电影文化的普及与提升。

二、微信影评人

在各种相对专门的电影公众号中,有一类偏于电影的深度评论与专业知识的讲解,包括各种艺术影片推荐、院线电影评论与打分、导演研究、电影节资讯、访谈、翻译文章、经典电影解析和许多关于电影之艺术与历史的知识,比如“虹膜”“知影”“桃淘电影”“文慧园路三号”“迷影网”“后窗”等。在我看来,这批深度评论公众号是电影公众号中最有价值的部分,也是本文讨论的重点,可将其称为影评公众号。本文所有的赞扬与批评都是针对这些对象,而非泛泛的各种电影公号。

首先简要列举一下本文写作期间各大公号的推送内容,帮助我们了解影评公号的基本面貌。“知影”发布如下文章:《〈春逝〉——我逝去的爱情葬在春天里》,对过去佳作做介绍分析;《麦田电影院:2016 奥斯卡金像奖最终猜想》,对提名影片进行故事介绍,对其艺术水准进行评析;郭连凯的《观熊记》系列,对柏林电影节进行连续报道。“虹膜”发布如下文章:《影评圈也是个充满恩怨的江湖,中外都一样》,是一篇美国影评文化史;LOOK 与著名导演叶京的访谈文章;《看完这些最经典的浪漫爱情喜剧,你的心思又活络了》,对美国浪漫爱情喜剧的发展史做梳理;《颠覆你的常识:电影一秒钟 24 格,这错了吗?》,探讨电影速度这一技术问题。“虹膜”公号还有一个主打产品“影向标”,由二十几位固定的影评人为院线电影进行打分和评价。“文慧园路三号”发布如下文章:《难以想象的二十年,银河映像以双脚行路》,是一篇对香港银河映像电影的历史梳理;《难民题材擒下柏林金熊,主流关注还是多元视角?》,对柏林电影节获奖影片做介绍和分析;《商业与艺术汇流中的贾樟柯:一个新电影大佬即将崛起?》,是对贾樟柯新成立的“暖流”电影公司的报道和分析文章;《专业影评人那么多,为什么自己不去拍电影呢?》,辨析影评工作的意义;《新片〈奔爱〉:有多少人坚持到了这段凄美的百合之恋?》,分析影片《奔爱》。“后窗”发布如下文章:《50 年后,我们仍会想起〈太阳照常升起〉》和《史上最强〈穆赫兰道〉全解析》,是两篇细致的经典影片分析;《记一位定格硝烟岁月乱世民生的油头青年》,记述民国导演孙明经的经历与创作。

这些文章通常具有较强的知识性和良好的艺术感受力,是既有网络影评中最有价值的影迷(Cinephilia)影评在微信中的延伸(对这些写作的具体分析容后文再谈)。它们通常是个人或同仁经营,具有鲜明的个人特色,其写作者基本来自既有的优秀网络影评人。所谓影迷影评,是我对当下网络影评的分类,与之并列的是另一种大众影评,在此有必要对中国网络影评的发展历程进行梳理,这样才会明白公众号影评的来源与脉络。

在中国,网络影评的兴起首先与各种盗版影碟和网络下载相关。从1990年代后期开始,盗版碟与网络同时兴起,盗版碟造成海量的资源与个体的使用,使得观影交流成为内在需求,而网络的低门槛与亲民性使其成为主要的交流渠道。网络塑造了一个共通的影迷空间,从这一网络空间中不断走出了许多电影人、影评人、电影专业从业者、电影专业学生等等,比如陆川、卫西谛、Magasa等。此种影迷的影评在早期多体现为对欧美日本艺术电影、台港电影、大陆独立制片电影的展示和讨论,后来随着中国电影产业的崛起、话题大片的出现,影迷影评也参与到当下院线电影评论当中。此种从网络影评发端即开始出现的影迷影评,随着各种网络媒介从BBS一直发展到当下进入微信公众号,在我看来,这是网络影评的高端一脉,可以将之称为影迷影评。

在影迷影评之外,中国网络影评更表现为众声喧哗、参差不齐的大众影评。以新世纪初大片的出现为起始,网络影评的参与者大量增多,形成网络影评的大众化与狂欢化。这种大片讨论模式延续至今,几乎所有的大制作大导演作品都会成为网络评论热点。同时另一方面,各种小成本的喜剧片、网生代电影、粉丝电影,从创意,到制作,再到完成、宣发、公映和大众评论,全部与互联网紧密结合,网络话语从影片尚未诞生就伴随左右,直至上线下线,票房与网络口水齐飞。必须说,较之影迷影评,大众影评才是当下网络影评的主体,在大量简短、杂乱、真挚、武断、粗暴、感受性、粉丝性的话语中造就着网络影评的基本面貌。

因此,我强调在评价网络影评的时候,必须看到不同的层面,既有影迷的高端一脉,也有大众的粗砂一脉,两者区别来谈,判断才会准确、妥帖而有效。在我看来,网络影评参与者的核心是具有较高的电影知识、大量观影经验、较好的艺术感受、专业或半专业电影评论者、影迷,他们往往拥有稳定的影评平

台,持续发布观影评论,虽然这个核心在数量上并不一定是主体,但在精神导向和影评质量上却是核心,他们通常有很多拥护者,其观点和意见会影响一部分人,他们在网络上有很强的稳定性。这批人进入微信后,许多成了公众号的主要操作者,优秀的公号文章可以说是迷影影评的代表。在迷影影评外围则是大量上网看影评,偶尔发帖、回帖,文字多为短评或者观后感类型,也会有情绪发泄式的文字,同时具有非稳定性和流动性,但这种外围参与者数量上更大,形成网络影评的基本面貌。我认为,评价网络影评必须同时看到这两者,这样才不会以一个笼统的判断来平均衡量对象中差异非常大的不同层面。

从上世纪 90 年代中后期的欧美艺术电影影迷发展到今天,迷影群体是一群热爱电影艺术、电影技术和电影历史的人群。他们的职业各式各样,包括电影从业人员、媒体从业人员、电影学专业学生、学院电影研究者、IT 业白领、理工科博士等各类,但在网络上进行关于电影的写作,都是占据其生活与工作极大分量的活动。由于人们在网络上大多使用匿名 ID,网络影评人的身份一直是比较隐蔽的,在这里我整理出一份主要网络影评人情况表(难免挂一漏万),由此我们可以对他们的身份、经历、职业等情况有较清晰的了解。

网络影评人情况表^①

	网名	本名	简介
1	Magasa	骆晋	《虹膜》主编、知名影评人、电影史研究者。曾担任戛纳电影节“国际影评人周”评委、华语电影传媒大奖评委。
2	LOOK	吴李冰	自由影评人。
3	木卫二	叶新代	知名影评人。曾担任金马奖评委、华语电影传媒大奖评委、华语青年影像论坛选片人。
4	卫西谛	樊卫锋	知名影评人。1998 年创建西祠胡同“后窗看电影”版,“后窗放映”发起人、金马奖评委。主编有《为希区柯克尖叫》、“电影+”系列、《后窗看电影》等书籍。

^① 本表资料主要来自迷影网作者团队简介、《虹膜》作者简介、豆瓣电影个人主页、影评人微博、微信公众号文章作者简介等各种网络公开资料。

续表

	网名	本名	简介
5	谋杀电视机(KTV)	董舒	知名影评人。译有《电影、形式与文化》，运营知名电影群体博客 Moviegoer, 开创网络视频影评节目《电影公嗨课》，担任上海国际电影节选片人。
6	大旗虎皮	李洋	法国戴高乐大学博士，北京大学教授、博士生导师，中文电影百科网站创建人，著有《迷影文化史》，译有《莱昂内往事》等。
7	云中		电视编导，影评人，华语电影传媒大奖评审，重庆民间映画交流展选片人。
8	本南丹蒂	吴觉人	影评人、策展人、青年电影学者、电影保护修复研究者，任职于上海电影博物馆活动部。
9	柏拉不图		影迷，电影学博士，中国传媒大学讲师，致力于视觉艺术与文化的研究，并为媒体撰写影评、书评。
10	奇爱博士	沙丹	现任中国电影资料馆节目策划，专业研究中国电影史。
11	妖灵妖	徐鸢	知名影评人，电影文化工作者，影展策划人，创办电影 101 工作室，《电影节十日谈》主编。
12	肥内	王志钦	台湾影评人，毕业于北京电影学院电影学系，外国电影理论专业，愿做电影文字的修行者，毕生研究小津安二郎与马克斯·欧弗斯的电影。
13	仁直	王强冬	曾担任《世界电影画刊》执行主编，曾任职于《看电影·午夜场》和《影响》。2015 年 11 月因病逝世。
14	赛人		影评人，2001 年进入《看电影》杂志，成为该杂志骨干编辑。2002 年任《新电影》杂志主笔。2005 年任《电影世界》杂志副主编，同年，在 CCTV6《电影报道》(前身为《中国电影报道》)担任策划一职至今。
15	howie	虞晓毅	资深影评人，《南方都市报》娱乐部副主任，华语电影传媒大奖评委会秘书长，《华语电影》系列丛书主编。
16	感恩而死	蔡剑平	日本电影研究者，致力于中日电影交流，并担任上海电影节选片人。

续表

	网名	本名	简介
17	独孤岛主	王培雷	上海戏剧学院戏剧与影视学博士,上海国际电影节选片人,自由影评人,曾参与编著《中国国际获奖电影的国家形象》《导演之维》等。
18	图宾根木匠	虞昕	电影学博士,制片人,编剧,业余影评人,出版《疯狂影评》影评集。中国电影家协会理论评论委员会理事、上海电影评论学会会员。
19	风间隼		社会学博士,香港电影、宗教及民俗学研究者,动作电影及电影艺术爱好者。文化研究学者,社科院工作。
20	大奇特	亓冠奇	影评人、电影院工作者,重度影迷,酷爱老片以及经典好莱坞电影。译有肖恩·康纳利传记《暗香浮动》,常年组织济南地区的放映活动。
21	九只苍蝇撞墙	开寅	1997年毕业于上海外国语大学法语语言文学系。2011年获得法国巴黎第一大学(索邦)电影理论博士学位。研究方向为电影与意识形态、电影语言与技巧演变及中国电影史。曾任电影专业媒体编辑、记者,电影编剧、电影项目策划。
22	前海一支剑	石川	上海电影家协会副主席,中国电影家协会理事,上海戏剧学院教授、博士生导师。
23	张小北	张勇	著名影评人,编剧,“太空堡垒预告片工作室”联合创始人,曾参与电影《李献计历险记》《匹夫》等的编剧。
24	Tigertyger	汤惟杰	同济大学人文学院副教授,中文系比较文学与世界文学专业硕士生导师,研究兴趣:中国现代文学、中国电影史、都市研究与视觉文化研究。
25	Luc	董铭	影评人,曾多次参与报道戛纳、威尼斯等电影节,对欧洲电影尤其关注。
26	胤祥	王垚	北京电影学院导演系博士在读,研究方向为东欧电影。业余影评人,票友导演,拍过《此间的少年》。
27	兰波(其实偶是导演)	兰波	影评人,曾供职媒体,任电视台编导和凤凰视频VIP频道主编,目前是电影从业者,常年给凤凰、搜狐、新浪等媒体撰稿。
28	叶航	叶航	电影学博士,青年学者,影评人,华语电影传媒大奖评委。参撰《电影+2005》《后窗看电影》《香港制造》等书。

这份名单让我们看到网络高端影评作者的基本构成,有专业的电影学出身的学者,也有非专业的电影热爱者,基本对半分。在知识门槛降低的网络时代,专业知识可以被更多的人获取,这些影评人凭借对电影知识与技术的真挚热爱,自称迷影者,写下了大量关于电影的文字,成为高端网络影评的源源不断的出处。

这份表格中的第一位 Magasa 是中国网络影评的重量级人物,我们可以其为例,来观照中国网络影评人的发展历程与当下现状。Magasa 原名骆晋,现年 36 岁,理工科出身,英文很好,具有强大的获取知识和信息的能力,在 2013 年成为中国第一个被邀请担任戛纳电影节“国际影评人周”评委的影评人。他自 2000 年左右网络兴起以来,在各种网络形态下讨论电影,其发展与网络媒介的发展历程息息相关。早期是 BBS 和论坛,在南京大学“小百合”论坛开创“第七艺术”版,在水木论坛 movie club 版面活跃,在此时期,凭借其丰富的电影知识吸引了第一批粉丝。后来是在“互联影库”(前时光网)写作和发表文章,并结识一批志趣相同的影评人。同时间博客兴起, Magasa 开设个人博客,写作了大量文章。2005 年,他又开设了群体博客 Moviegoer,一个关于电影的小众群博,逐渐在影迷群体和电影圈中形成好口碑、高信誉并产生重要影响。Moviegoer 的作者采取邀请制,而非论坛式的开放制,即并非所有人都可以在上面发言,只有少数经过筛选的作者才可以发表文章,这些人“首先是一名电影爱好者,其次他们必须在电影艺术及科学的某一方面具备比较专精的知识储备,最后非常重要的是,他们也应该是在热衷分享、观念开放、乐于探讨的互联网传播精神的代表人物”。^① 这些人写作的文章具有相当的知识深度和良好的艺术感觉, Moviegoer 也因此成为彼时中国网络影评最高端、最有价值的文字的集中地。Moviegoer 一直持续到现在,但到 2013 年文章更新已经基本停止。在 Moviegoer 网站发展的同时,随着豆瓣和时光网在同时期(2005、2006)的兴起, Magasa 及其同好均在两个网站上建立了账号和个人主页, Moviegoer 也在豆瓣上建立小站,同步发布消息。再同时,大旗虎皮与 Magasa、Talich、卫西谛等一批网络迷影人发起“中文电影百科(电影维基)”(2006 年 12 月正式开放),

① moviegoer 网站作者介绍: <http://www.imoviegoer.net/writer>

致力于建立一个独立的、公益的、参与性的中文电影知识信息库。此电影维基在 2013 年式微,被转化为一个以《迷影学刊》为中心的电影学术信息网站。再后来,微博兴起,Moviegoer 群体建立了各自的微博,现在微博已成为他们发布信息与文章的主要平台之一。各种新型社交媒介的兴起,促成了博客的衰落,Moviegoer 式微,而新的“迷影网”在 2010 年兴起。与作为群体博客的 Moviegoer 相比,迷影网是一个关于电影的综合性网站,包括电影资料、院线评分和翻译、访谈、影评等大量文章,其作者依然是邀请制而来。如今迷影网也已式微。在为迷影网写作的同时,Magasa 于 2013 年 9 月推出了基于各种移动平台的电子杂志《虹膜》,双周出版,迄今已出 61 期,其主要作者成员已成为高端迷影影评人的代表。再到微信兴起,“虹膜”“迷影网”“文慧园路三号”等公众号上线,微信公众号基本取代了此前的网站成为迷影影评人最主要的信息与文章发布渠道。

以上是 Magasa 的个人电影文字经历,同时更是中国迷影影评群体的共同经历,从早年的各种论坛,到博客和 Moviegoer,再到豆瓣、时光网、微博和微信,迷影影评一直在发展。这种迷影影评已形成一定可辨识的风貌和稳定的中坚群体,他们包括 Magasa、大旗虎皮、奇爱博士、谋杀电视机、云中、木卫二、卫西谛、本南丹蒂、LOOK 等等,他们在各种网络平台上撰写了大量关于电影的历史、艺术与技术的文字,其文章包含着良好的趣味、丰富的知识、优秀的艺术感受力和极大的阅片量,可视为中国影评人的代表。大旗虎皮曾这样评价巴赞:“……但巴赞与其他迷影人的不同之处在于,他有一种深深埋藏在个人激情背后的‘使命感’,我们可以把这种‘使命感’看作战后所有为电影而工作的迷影人的代表性气质,巴赞带着扎实的理论储备和非凡的美学修养,拥抱求知若渴的大众,他支持民间放映,积极结交影评人和知识分子,用最平实的语言撰写最深入的文章。”^①我愿意说,这种“使命感”也在本文所述的这批迷影影评人身上存在,他们热爱电影,乐于分享,创办网站和杂志,举办讲座、展览,积极引导观众和影迷的口味与眼界,努力建造和培育一种丰盈的电影文化。

如今,迷影影评进入了电影公众号。我们从公号产品“影向标”的作者构

^① 李洋:《安德烈·巴赞的遗产》,载《作家》2007 年第 5 期,第 10—14 页。

成就就可以非常清楚地看到这一点。在公众号上,他们介绍欧美新片,评论国产院线,介绍电影之艺术与历史的知识,讨论伟大的导演、有才华的新人,为影片打分,发布意见,引导观众,中国最有价值的电影批评文字大体集中在这里,中国最热爱电影的人群大体也集中在这里。相比微信之前的网络影评媒介,作为自媒体的公众号更为开放,为更为丰富的迷影文化的培育提供了条件,凡是热爱电影的人都可以开设,传播自己的信息。而这不同于在豆瓣、时光网、格瓦拉等网上发帖发文章,尽管在网站和论坛发布文章也是面对受众传播观点,但公众号文章则是一个独立的主体自主发布的信息,而非某大网站的内容组成部分。同时,网站文章作者基本只是单纯的内容发出者,而微信公众号则首先是一个独立的媒体产品,公众号主人并非纯粹的内容写作者,而是首先作为一名媒体经营者,负责一个完整产品的方方面面,独立构建一个影评媒体的全方位的面貌。这在微信公众号之前是绝难实现的,此前影评人们只是各个大型网站的内容提供者,如今他们或个人或同仁小团体按照自己的喜好经营着自己的媒介产品,吸引着与其气味相投的关注用户。

三、公众号文风

从单纯的内容提供者到独立的自媒体经营者,电影公众号在创造更为丰富与多样的迷影文化,但与此同时我也察觉到了由这种转变带来的一些潜在的危险。我一直不吝惜对优秀网络迷影影评的赞美,将之视为当下中文电影批评最有价值的部分,但也慢慢发现这种网络迷影影评在公众号媒介条件下,正在发生一些变化趋势,一种公众号文风正在兴起,它正在带来一些危险关系,也许并不有利于电影批评的深度发展。而这种危险恰恰来自从内容提供者到媒体经营者的身份转变。

我们首先来看一下网络迷影影评文字的基本面貌,可以电子刊物《虹膜》和迷影网上的一些文章为例。“提倡用趣味性包裹的知识性。我们希望为读者提供中文世界最具深度和创见的电影文字。”这是《虹膜》对自己的定位,也是 Moviegoer、迷影网和“虹膜”公众号的共同追求,“最”自然未必属实,不过“知识”和“深度”是确凿的。本南丹蒂(吴觉人)《当引力消失以后:郭敬明韩寒

电影合论》一文说：

《小时代》是纯粹的白日梦电影，它和现实关系远不是通常我们遇到的映射关系。可以说，它在力学上篡改了现实世界。在《小时代》里，充斥着大量的同义反复的镜头段落。这些段落并不构成一种氛围或者风格，因为它们本身是从客观现实中拼凑借调来的。这些段落虽然伪装成情节的一部分，但实际上它们并不是故事的元素。因为这些镜头段落是“非历时性”的，它们摆脱了时间流——叙事电影的天然结构，形成了高度浓缩的“黑洞”。随着（观众的）时间，《小时代》的故事会被这些“黑洞”吞噬。最终它会成为一个最纯粹的广告：关于自身的广告。^①

这段论述从镜头和叙事进行分析，道出了《小时代》的虚无本质，体现出作者很强的艺术直觉与感受力。LOOK（吴李冰）《从〈苏州河〉到〈推拿〉：将爱欲和痛苦“风格化”》一文讨论影片《推拿》，同时联系了娄烨的整个创作历程，在总体上分析其全部作品的基本镜头风格、剪辑手法与处理情绪和故事的特点，同时将娄烨与法国新浪潮导演的关系勾连出来。^② 这样的文章显示出作者进行导演研究的能力和对电影语言的准确理解。知识与深度确实是迷影影评的基本追求，从根本上区别了网络大众影评。许多迷影影评已经与学术论文比较相似，其作者很多都有着电影学的专业学习经历。^③

总体说来，优秀的公众号文章延续了如上的风格和质量，并且多屏互动更是常态，网络影评人通常掌握全套媒介平台，文章同时发布于微博、豆瓣、迷影网、《虹膜》和微信等。奇爱博士曾说：“我理想中公号写作的一种理想形态：借

① 本南丹蒂：《当引力消失以后：郭敬明韩寒电影合论》，载《虹膜》2014年下半年合订本，第59—65页。

② 吴李冰：《从〈苏州河〉到〈推拿〉：将爱欲和痛苦“风格化”》，《外滩画报》2014年11月29日。

③ 但区别依然存在，一是迷影影评不会很长，《虹膜》文章最长不会超过5000字；二是迷影影评无需遵守学术论文规范，资料的使用更加随意，即使是电影史、电影理论方面的文章也没有注释，不提供资料的来源、参考的文献，而是直接使用各种材料进行叙述和论证，使得文章更加流畅，判断更直接和清晰，但问题就是不够严谨，并时常混淆已有资料和自己的描述。因此，这些文章可以在各种媒体上出现，包括网络、报纸副刊、文化杂志、电影杂志等，唯独很少出现在学术期刊上。这也是为什么Moviegoer群博文章结集《木乃伊防腐指南》一书，著作权标注的是“编著”而非“著”。

由尽量有趣的风格、行文和途径,为大家普及一些专业内容,让自己的研究心得普及化。”这其实就是前引《虹膜》所说的“趣味性包裹的知识性”。奇爱博士在“文慧园路三号”上发表的一些文章,结合自己对中国早期电影史的研究尤其是电影史料兴趣,善于将评论对象与电影史上的类似现象结合起来,进行较有深度的挖掘和分析。如他对《西游记》题材拍摄史的梳理;还有对《高跟鞋先生》的分析,一方面同中国电影史上的易装表演联系起来,另一方面又将其放在酷儿电影系列和坎普(Camp)理论中思考。

这些文章为读者介绍新片、传播影史知识、提供观影意见、赞美佳作、批评烂片、引导创作,是当下中国影评文化中最优秀的一部分。但除此之外,我也看到一些微小然而重要的转变开始出现。当影评人从单纯的内容写作者变为一个复合的媒体经营者的时候,媒介自身的属性对操作者的强大控制开始显现。我曾经呼吁通过体制尊重和媒体让利来支持中国独立影评的发展,但当影评人更主动掌握了媒体,便开始某种程度上投合于媒体(也许是无意识的),这是未预料到的。当网络影评人们还不能操控媒体,只是提供内容的时候,其写作的媒介适应性并不那么强,而现在一旦成为了自主的自媒体人,媒体经营者的身份很快将其拉入适应媒介特性,取媚用户,改变文风。媒介理论早已告诉我们,媒介不是透明的中介,而是会对内容产生偏向。^① 微信是娱乐产品,公众号也不例外,何况电影有着强烈的娱乐属性。总体说来,公众号文风开始越来越偏于娱乐化(尤其是在更加年轻的影评写作者笔下),而这并不有利于电影批评的深度发展。

第一,微信继承了微文化的“微”传统,篇幅短小,文字有限,便于读者轻松阅读。在微博刚刚兴起的时代,有限的字数控制还让人非常不舒服,感觉表达受限制,而在现在,短小已经成为常规,长了反而费劲,写作三五行的比豆腐块还小的评论文字,已经成为影评人最轻车熟路的工作。豆瓣短评就是在微博兴起之后设立的,短评与长评并存是豆瓣的特色,如今短评越来越多,长评越来越少,以往一部热门电影总会有几十篇长评,现在十数篇已经算多的了,而且实际上所谓长评也根本不长,也就是在千字左右。短评在迷影网的“院线评

^① 参见伊尼斯《传播的偏向》,何道宽译,中国人民大学出版社2003年。