

算法时代下的信息与价值

——美国电影网络评分机制与电影产业研究

◆刘天琛

(西北政法大学新闻传播学院 陕西西安 710061)

摘要: 2016年12月28日,《人民日报》一篇以《豆瓣、猫眼电影评分面临信用危机, 恶评伤害电影产业》为题, 通过《长城》《摆渡人》《铁道飞虎》等电影评论和评分, 问责豆瓣电影的评分系统的客观性, 以及猫眼专业影评人“一句顶一万句”的话语权。一时间, 电影网络评分机制的公平性再次从一个网络热议的话题成为了一项严肃的电影学研究问题, 这也应和了电影研究的“现代化”范式转向和从媒介切入研究理论的延续。如果说, 艺术需要承担起“公赏力”的职责, 那么电影评价的公信力何在? 在这个媒介变革的时代, 承载电影评价的新的媒介面临哪些问题? 创作界和批评界对其提出哪些新的诉求?

关键词: 算法; 评分机制; 电影产业

事实上, 关于电影评分是否公允、其对电影产业的影响并不是一个今天的问题, 而是从以报刊为主的传统媒体时期就已经开始, 主要从登载在报刊媒体上的专业影评人评分入手, 分析其对电影产业的导向与左右。

而在美国, 在IMDb等普通观众评分, 烂番茄(Rotten Tomatoes)、Metacritic等专业影评人评分, Fandango、Moviefone等在线购票观众评分等电影评分机制来势汹汹的今天, 随着承载评分的媒介发生的变化, 电影评分发生了怎样的改变? 其对电影市场产生了怎样的影响? 这种变化又是怎样反作用于电影评分自身的?

一、电影评分与电影产业

在当前美国电影评分机制的互相影响中, 网络购票用户评分机制 Fandango、Moviefone 与专业影评人评分机制烂番茄、Metacritic 逐步走向经济合作, 另一方面, 作为全美排名第五的网站雅虎旗下的雅虎电影, 将其网络售票业务委托给 Fandango, 并为购票用户提供普通观众评分机制 IMDb。评分机制愈发多样的经济合作, 为电影研究带来了新的问题, 为什么网络售票平台相继推出自己的评分系统, 并提供专业影评人评分和普通观众评分予以比较? 电影评分是否影响电影票房等电影产业?

事实上, 从传统媒体评分时期就已经展开了相关研究, 有研究者认为, 电影票房不仅受到故事类型(type of story)、有票房号召力的明星(box office superstars)、制作成本(production cost of the film)、发行(distributed)等方面的影响, 还受到电影评分(ratings)的影响。(10)其后发展了从网络评分和评论入手的电影产业研究, 但是这些研究各有出发点, 导致其研究结果大不一样, 有些甚至完全相反。

二、评分“初始锚定”

从评分的高低影响票房收入来看, 主要可以从普通观众评分、专业影评人评分和制片方三方面来看。普通观众评分的粉丝刷分现象一般是通过给自己支持的影片刷高分, 给同期或同等评分的影片刷低分达到的, 比如《蝙蝠侠: 黑暗骑士》粉丝刷分事件。影评人的评论和评分会对普通观众的观影选择产生影响, 这种影响尤其在影片上映之初最为显著, 有研究表明, 在影片的上映首周和上映之前, 专业影评人差评的影响力高于好评, 从而产生一种“负面偏见效应”, 越是声望高的影评人影响力越强。对于制片方来说, 有研究发现, 在为高分影片加大广告投入力度时, 将提高票房收入, 而低评分则没有影响, 从而产生了一种“广告就高效应”。

值得注意的是, 这三种情况都在同一个前提下展开的, 那就是影片上映初期的评分, 可称其为影片的“初始评分”。普通观众的粉丝刷分行为通常是在影片首映当天甚至上映之前, 影评人的评分和评论的影响也是在上映之初或上映以前就已经浮现, 制片方的“广告就高效应”的高评分通常从一开始就奠定了基础。这些初始评分为观众提供了一个“初始印象”, 也就是心理学上的“锚定”效应, 这个在普通观众尚未开始评分之前出现的“初始评分”, 就是其后在评分者心上所定下的“锚”(anchor), 从而造成其对“锚定评分”的无意识靠近, 笔者称其为“初始锚定”。这为普通观众、专业影评人和制片方提出了同一个要求, 那就是在个人偏好和产业行为之外, 给电影评分一把公平的尺子, 让其

成为具有公信力的电影评价方式。

三、电影评分建构的审美趣味社群与算法正义

那么, 电影评分的实质是什么? 是一种对电影的整体评价吗? 从电影评分由专业影评人发展到普通观众来看, 电影评分是一种电影审美的解放, 带有一种审美趣味的流动性。但从相关研究中我们发现, 电影评分极易受到“初始锚定”和评分人数基准的影响而同一化, 这从由评分生成的电影榜单也可见一斑, 在IMDb Top250 历年电影榜单中, 每年都上榜的影片高达194部。实际上, 电影评分和榜单是网络时代电影观众审美趣味的结果, 正如布尔迪厄所说, “你的趣味就是你的阶级”, 并以此建构了以审美趣味为核心的网络社群(community), 经过发展又反过来形塑电影观众的审美趣味。这种同一化的评分机制使得这些网络社群一旦建立便会愈发趋于稳固。

既然电影评分对电影收入、电影制作、电影评价等电影产业的方方面面均产生不同程度的影响, 那么, 为什么会产生这种影响? 归根结底, 是源于人们对电影评分的信任。那么, 电影评分是客观的吗? 表面来看, 电影评分对待所有影片都是一视同仁、不含偏见的, 就像有一把“量尺”一样, 尤其由每个人的评分得出的群体均分是按照某种特定的算法进行数据统计得来的。但是值得注意的是, 在计算机科学的背后, 仍然离不开算法提出者的人为因素, 从不同的评分机制所暗含的不同审美趣味可见一斑。如此, 科学的算法为群体均分提供了一种毋庸置疑也无需置疑的“正义”, 并以这种“算法正义”为电影评分尤其是群体均分赋予电影评价的合法性。从当前美国的诸多形式的电影评分机制来看, 表面上是不同评分机制之间的相互角力和经济合作, 实际上是由不同的算法所打响的一场“电影战争”。

结语:

从评分对电影制作的影响来看, 电影评分由专业影评人评分扩展到普通观众评分, 美国网络评分机制愈加多元, 体现了普通观众所带来的“人人都是影评人”的审美共殇。但是, 普通观众评分一方面受到专业影评人评分的影响(烂番茄、Metacritic), 另一方面也受到“有较高审美能力”的普通观众“意见领袖”的影响(IMDb 电影榜单的高权重用户)。如此, 电影评价在经历了审美解放之后仿佛又回到了“精英主义”, 普通观众在获得话语解放后好像又变回盲从的“乌合之众”。

从美国电影评分机制与电影产业关系的现状、影响与现存问题来看, 电影评分尤其是群体均分需要引起普通观众的重视, 需要专业影评人对职业操守的坚持, 需要电影产业与之保持一定的“安全距离”。回到我国当前电影评分机制迅猛发展的今天, 电影网络评分对电影产业同样产生影响, 同时也带来诸多问题。

首先, 电影评价日渐出现了“评分为王”的趋势, 就像此前“票房为王”的问题一样, 都是将电影评价看得过于简单, 这种单线程思维实际上是统计学逻辑, 也就是通过对大样本的统计得出总体倾向和内在规律, 而这恰恰与电影评价从一个样本出发得出多种评价的逻辑相违背, 这需要电影产业界与学术界的敏锐关注。

其次, 普通观众需要意识到, 任何个人评分和群体均分都具有一定的倾向性, 换句话说, 电影审美趣味的倾向性是电影评分的自然(nature)属性, 普通观众不应盲目迷恋, 也不应过度排斥。

第三, 具有群体意见领袖作用的专业影评人, 应站在“电影之内”“产业之外”, 既不应忽视电影作为艺术、工业、事件、现象的多重意义, 也尽量与电影产业保持距离。最后, 对于电影制作工业来说, 不同种类的电影评分机制共同构建了多元的电影评分体系, 但是, 群体均分对两极化个人评分的淹没, 使少数意见中的重要意见被忽略, 这将使电影评价走向单一化, 电影产业应理性、包容, 无需刻意迎合, 也不必过度敏感。以此, 电影评价、普通观众、专业影评人、电影制作需要从不同层面对网络评分对电影产业的影响引起重视, 共同搭建一个得以良性发展的中国电影评价与产业体系。