

# 微信影评场域中的权力博弈

——以微信公众号“毒舌电影”为例

霍胜侠

**摘要:**随着微信公众号的兴起,电影批评出现新的生态景观。特别是批评主体的文化力量与外在的经济、政治权力之间呈现微妙的博弈关系。而立足于个案的中观、微观研究,有助于深描微信影评场域中权力关系的复杂性及动态性。以影视类微信公众号“毒舌电影”为例,一方面,影评主体利用微信新媒体平台,表现出批判性、互动性、公共性等特征,显露了构建公共话语空间的文化力量;另一方面,这一力量在遭遇经济和政治权力的影响时受到显著削弱。但值得注意的是,影评主体并非仅仅被动接受经济和政治权力的宰制,它仍可争取博弈与对话的空间。面对经济力量的介入,影评主体能够加以利用来增强自身文化资本,甚至将其转化为抵御政治权力控制的制衡性力量。而面对政治权力的干预,影评主体可以在文本层面上生产出诸如“寓贬于褒”“他山之石”“借尸还魂”等一系列应对性的话语策略。由此可见,微信影评场域中批评主体与外在的经济、政治权力之间并非简单的二元对立关系,需以辩证、审慎的态度观照之。

**关键词:**微信公众号;电影批评;场域;权力

**中图分类号:**G206;J90 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2020)02-0098-11

**项目基金:**教育部人文社会科学研究青年基金项目(17YJC760024)

## 一、引言

自2012年8月微信开放公众号功能以来,微信公众号不仅极大地改变了大众的日常生活,也为电影批评的再度繁荣带来契机,成为继论坛、博客、微博之后又一重要的网络影评平台。微信影评在网络新媒体的技术赋权之下,深度改变传统影评由少数人参与的封闭生态,持续实现话语权的下放,开启了一个更为自由自在的公共话语空间。<sup>[1]</sup>但是正如不少学者所指出的,微信影评构建的并非是一个乌托邦世界。微信作为新媒体,虽不像传统媒体那样受到规范化、机构化的政治权力或经济力量的严格控制,但其渗透仍不可避免地存在,并对微信影评的自主性与公共性构成影响。<sup>[2]</sup>就目前的研究来看,对微信场域中影评主体与政治、经济权力关系的考察还多停留在宏观描述的层面,缺少中观、微观层面的深描,这就导致了一些问题还未得到充分解答:微信影评所开启的公共领域是否只能被动接受政治、经济权力的宰制?是否存在对话、协商、博弈的空间?如果存在的话,微信影评出现了哪些应对策略?对于以上问题的深度挖掘,有助于规避某些宏大叙述可能造成的简单化结论,揭示微信影评背后权力关系的复杂面向,从而更为全面地呈现微信电影批评的生态景观。

如上所言,中观及微观层面的研究是有待开展的。本研究从电影类微信公众号“毒舌电影”这一个具体案例入手。之所以选择“毒舌电影”作为分析对象,是基于以下一些考量。“毒舌电影”是最具影响力的电影微信公众号之一,在艾媒咨询发布的《2017Q1中国微信公众号影响力排行榜》中,“毒舌电影”于影视类位列第一。<sup>[3]</sup>2016年完成两次融资大动作,整体品牌估值3亿元。2017年6

月,“毒舌电影”公众号因涉嫌违反《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》而被封号,随后更名为“Sir 电影”重新面世。可以说,“毒舌电影”自身具备较强的文化资本,同时遭遇经济和政治力量的显著介入,是探讨微信场域中多重权力关系的一个经典案例。

而法国社会学家布尔迪厄的场域理论可以为本研究提供必须的学理支撑。所谓场域,“可以被定义为在各种位置之间存在的客观关系的一个网络,或一个构型。正是在这些位置的存在和它们强加于占据特定位置的行动者或机构之上的决定性因素之中,这些位置得到了客观的界定,其依据是这些位置在不同类型的权力(或资本)……的分配结构中实际和潜在的处境以及它们与其他位置之间的客观关系”<sup>[4]</sup>。布尔迪厄的场域理论至少在两个层面上对本研究非常重要。其一,布尔迪厄提供了一种关系主义的思维视角。在他看来,社会系统由许多拥有自身逻辑与规律、具备一定自主性的场域构成。但场域的自主性并非绝对。来自场域之外的力量,特别是“统治的经济和政治力量”,会影响场域并转化到场域半自主的逻辑中来。<sup>[5]</sup>这种关系主义视角可以恰当地帮助我们洞悉微信场域内外的多重力量关系。其二,布尔迪厄从动态角度来理解场域。“场域是一个冲突和竞争的空间”<sup>[4]</sup>,是不断变动的场所。场域中的新进者(entrants)需要通过斗争获取合法地位,而且斗争不会一劳永逸,行动者(agents)必得持续不断地扩大自己的资本以稳固支配性地位。“场域的灵魂是贯穿于社会关系中的力量对比及其实际的紧张状态”<sup>[6]</sup>。这种动态视角提示我们注意微信公众号在不同发展阶段的变化及由此引起的权力关系的变化。

笔者以场域理论观照微信公众号“毒舌电影”,将按照三部分展开论述。首先,概述微信公众号“毒舌电影”在网络新媒体语境下的崛起及其在构建公共话语空间方面的表现。其次,分析广告植入、融资等商业行为对“毒舌电影”自主性和公共性的影响。最后,探究封号事件后“毒舌电影”面对政治力量规训所做出的改变和所采用的话语策略。

## 二、“毒舌电影”:微信影评崛起与公共空间构建

20世纪90年代以来,互联网技术进入中国并与电影批评结合,产生了网络影评这一新形式。1998年论坛影评出现,2002年博客影评起步,2007年微博影评兴起。<sup>[7]</sup>“但微信的出现才意味着风起云涌的自媒体时代的来临”<sup>[8]</sup>。微信兼具博客信息量大和微博互动性强的特点,同时在“自由容纳文字、图片、声音、视频等多种语言形态”<sup>[8]</sup>方面展现独有的媒介融合特色,有利于生产出内容更为丰富、形式更为活泼的电影批评。而在传播影响力方面,微信也尽显作为新媒体的后发优势。根据《2018 微信年度数据报告》,2018 年度微信月活用户已达 10 亿,公众号的注册总量超过 2 000 万个。<sup>[9]</sup>相较之下,微博同年度的月活用户仅为 4.62 亿。<sup>[10]</sup>可以说,微信为影评的生产与传播提供了前所未有的媒介保障。以“毒舌电影”为例,原本只是 3G 门户网站娱乐版块创建的一个微信公众号。2014 年 11 月,“毒舌电影”的创始人之一何君带领团队独立创业,仅半年累积粉丝 50 万,至 2017 年 6 月封号前已经拥有公众号粉丝达 300 万。据新榜对 2017 年微信公众号的统计,“毒舌电影”当年的总阅读数超过 4 889 万,每篇文章的平均阅读数达到 98 583 次。<sup>[11]</sup>以“毒舌电影”为代表的微信影评迅速崛起,成为建构公共话语空间的新平台。

“公共空间/领域”的概念来自法国法兰克福学派理论家哈贝马斯。“所谓‘公共领域’,首先意指我们的社会生活的一个领域,在这个领域中,像公共意见这样的事物能够形成。”<sup>[12]</sup>公共领域有几个基本特征:一是批判性。“公共领域的批判性是建立在……自由权利之上的”<sup>[13]</sup>。公众在遵从理性标准的前提下能够自由表达和充分论辩,确保了公共领域的批判性。二是互动性。汤普森指出,哈贝马斯的公共领域在本质上是一个对话性的概念。<sup>[14]</sup>它的基础就是平等的个体在共享的空间中互动,在充分交流的情况下达成共识和形成公共意见。三是公共性。“公共性就是可见性”<sup>[15]</sup>。它意味着凡是不可见的私人领域之外的、涉及公众普遍利益的公共生活都属于公共领域的范畴。

虽然哈贝马斯的公共空间概念是针对 18 世纪末西方资本主义社会的特殊语境提出,但因其为

人文科学研究提供了新的视角而具有长久的生命力。无论在西方还是中国,学界都试图在新的历史和社会语境下延续公共空间的理论效用。将当下中国网络空间的情形与公共空间理论相结合,就是这样的实践之一。虽然对于中国网络空间是否具备理想的公共空间潜质还存在一定争议,但网络空间作为“准公共领域”<sup>[16]</sup>还是获得了相当共识。具体到网络影评,有关其与公共领域关系的探讨已然不少。<sup>[1,7,17]</sup>而微信影评在具备网络影评普遍特征的同时,又有自己的独特之处。下文就从“毒舌电影”的个案入手,分析微信影评如何体现上述的批判性、互动性与公共性特征,积极有效地构建公共话语空间。

### (一) 张扬独立的批判姿态

“毒舌电影”创始人之一何君在解释“毒舌”的命名时,说过“‘毒舌’的定义不仅是吐槽……更多的是独立,公正,有态度”<sup>[18]</sup>。其合伙人陈植雄也指出“‘独立’才是核心竞争力”<sup>[19]</sup>。独立批判姿态的建立,既源于“毒舌电影”对于电影批评的价值诉求,也不能忽视其他因素的影响。首先,微信平台提供了一定的媒介保障。相比于纸质媒介下的传统影评,微信影评更少受到来自学术体制或商业机构的约束与审查,更能保证电影批评的自由与自主。而相比于微博影评,微信影评在内容与形式的丰富性上也更少限制,有利于畅所欲言。其次,“毒舌电影”的经营策略提供了一定的存在前提。何君认为许多公众号所采取的给片商做宣传的经营路线已无太多发展空间,而不受片方左右的犀利批评可以赢取广大读者的信任,拥有广阔的用户前景。“用户路线”的确立可以为独立于片方之外的批评提供底气。但值得注意的是,这也同时使得用户/受众成为制约批评独立性的新因素,为“毒舌电影”的真正独立留下隐忧,这一点留待后文详述。

“毒舌电影”的独立批判姿态落实于文本话语实践,具体表现在内容与形式两个方面。在内容方面,一是对品质不佳的所谓“烂片”给予犀利批评。“毒舌电影”进入公众视野的首篇阅读量“10万+”影评就是对《天机·富春山居图》的粗制滥造给以辛辣否定。<sup>[20]</sup>即使面对好莱坞这样实力雄厚的制片方或张艺谋这样享有盛誉的知名导演,“毒舌电影”也从电影本身出发对《007:幽灵党》和《长城》做出中肯评价。<sup>[20]</sup>由此奠定了“干掉烂片,只说真话”(“毒舌电影”公众号早期宣传语)的公众形象。二是对优质的小众影片进行介绍推荐。这些小众影片包括文艺片、纪录片、B级片、短片、非欧美地区外国片等等,往往本身没有强大的宣传力量,也不具备广阔的市场前景。对小众影片的大力推介,反映了“毒舌电影”不刻意迎合市场,相反地还尝试引导和培育大众观影品味的批评定位。

在形式方面,“毒舌电影”创造并贯彻了一种辛辣、敢言、通俗、幽默的话语风格。从《国产剧,我想告诉你怎么尊重女人》《野鸡电影走再多红毯也是野鸡》《这一次,刘德华正确得没人味》等标题不难管窥其文风一二。与此同时,“毒舌电影”受罗辑思维“魅力型人格体”启发,较早也较成功地创造了虚拟的人格化形象“毒sir”,使“毒舌电影”的风格特色更加鲜活易感。独特的文风与鲜明的人格化形象一起,既呼应其批评内容,又更为大众所喜闻乐见,拉近了与读者的距离。

### (二) 兼容多元的批评声音

批评者与读者的强互动性是网络影评区别于传统影评的一大特色。微信影评保留并继承了这一特点。在“毒舌电影”的文末,通常会节选大量的读者留言,其中不乏与影评意见相左者。“毒舌电影”又常常有选择性地对这些留言进行回复。批评者与读者的多番对话,使批评文本不再是封闭的完成式,而成为开放、不断延异的未完成体。正如研究者所言,微信影评由此变成一个“不断生成、修改、繁殖和演变”的“新的批评文本”<sup>[21]</sup>。

读者反馈的多元化,反过来进一步激活了影评创作的多元化,推动“毒舌电影”开启了虚拟人格形象家族化和公众号矩阵化的进程。对虚拟人格形象家族化的有代表性的一次尝试,是“毒舌电影”于2016年7月7日至14日以“机叔”“钱德勒”“云舅”等不同的人格化形象,连续发布了一组有关国产动画片《大鱼海棠》的影评。这些影评包括《是什么样的国产动画,让我们等了12年》《对不起,〈大鱼海棠〉我给不了高分》《我被〈大鱼海棠〉不顾一切的幼稚感动了》《其实〈大鱼海棠〉讲的是性

压抑》,从电影类型、内容主题、精神分析等多个角度给予《大鱼海棠》截然不同甚至针锋相对的评价。以虚拟人格形象的家族化为基础,“毒舌电影”又在其旗下开设“肉叔电影”“菊椒男孩”“柳飘飘了吗”等多个微信公众号,与“毒舌电影”一起构成公共号矩阵,兼容更多的批评面向,覆盖更广的读者用户。

除了与读者的互动,“毒舌电影”的发展壮大也逐渐受到片方的关注,引起与导演、制片人、影业老板的互动。例如《记忆大师》导演陈正道<sup>[20]</sup>、《长城》出品方乐视影业 CEO 张昭<sup>[20]</sup>、《三生三世十里桃花》制片人萨支磊<sup>[20]</sup>、《爵迹 2》导演郭敬明<sup>[20]</sup>等都曾针对毒舌影评做出回应。虽然部分回应可能带有营销目的,但这改变了传统影评场域中评论与创作割裂的境况。回溯中国电影批评史,除了在 20 世纪 30 年代及 20 世纪 80 年代曾经出现批评与创作热切互动的短暂春天,双方长时间都是处于各行其是的状态。以“毒舌电影”为代表的微信影评,在一定程度上重新开启了批评与创作的对话空间。

### (三) 聚焦热点的公共议题

“新闻化”是微信影评的又一特点,即“微信影评越来越注重批评的时效性”<sup>[8]</sup>,当下的影视事件、社会新闻、公共话题常常成为微信影评的关注对象。这主要是因为影视类公众号不仅是批评主体,还是媒介主体,具备介入热点事件的主观能动性。而电影与社会现实之间紧密的镜像关系,也为影评与公共议题讨论的结合提供了一定客观前提。

就“毒舌电影”而言,对公共议题的讨论一直是其影评的一个重要组成部分。具体来看,“毒舌电影”参与公共议题讨论的方式大致可以分为两种。第一种是通过挖掘影像内容,主动设置公共议题并引发讨论。例如针对纪录片《人间世》,“毒舌电影”以《大型医疗纪录片〈人间世〉秒杀你看过的所有医疗剧》为标题发表评论,细致分析了片中涉及的医患关系、医疗现状、临终关怀等问题。影评将原本关注度并不高的纪录片《人间世》带入公众视野,引发了有关医疗话题的广泛讨论。

第二种是针对已经引起热议的公共议题,从电影批评角度介入话题并参与讨论。例如《榆林孕妇跳楼,我想跟所有准爸爸提提这部片》一文,从陕西孕妇跳楼自杀这一热点新闻出发,过渡到对纪录片《生门》的探讨。《生门》不仅回应了事件中的性别问题,还反映了生育话题所关涉的家庭问题、伦理问题、医疗问题等等。由此案例来看,从电影批评角度介入公共话题,可以凭借电影文本自身的丰富性与多义性,增加公共议题讨论的深度与广度。

综上所述,“毒舌电影”在张扬独立批判姿态、兼容多元批评声音、聚焦热点公共议题等面向皆有表现,与公共领域批判性、互动性、公共性的特征相符合,体现了微信影评在构建公共话语空间方面的潜力与价值。

## 三、经济力量的介入与平衡

“毒舌电影”起初并无成型的商业模式,2015 年天使轮融资失败后,开始以收取广告费的形式自力更生。2016 年进行了更大规模的资本运作,完成了两轮融资。对于经济资本介入网络影评,学界一般都持质疑的态度,认为批评主体会因此“落入资本的圈套,沦为资本的附庸,成为所谓的‘网络推手’‘网络打手’‘水军’和‘商业五毛党’”。<sup>[21]</sup>不过从“毒舌电影”的案例来看,两者之间并非简单的二元对立关系。

广告植入是微信公众号主要的商业“变现”模式之一<sup>[22]</sup>,也是“毒舌电影”最早选择的营利方式。对于广告植入伤害影评纯粹性的可能,“毒舌电影”是有所自觉的,因此采取了两个防御策略:一是只选择品牌广告,拒绝来自片方的营销,以此尽量保持电影批评的独立性;二是在“影评+广告”的文本操作层面,仍以影评部分为重心,尽量不因广告部分的存在贬损电影批评的专业性。以“毒舌电影”的第一篇广告软文《它在一百部大片跑过龙套,但谁也没发现》为例,在这篇为可口可乐公司做宣传的文章中,“毒舌电影”梳理了可口可乐植入西方电影的历史,探讨了广告植入与电影风格有机结合

的正面案例,批评了中国电影生硬植入广告的粗糙做法。在追求商业效益的同时,不失作为影评的专业性。此后,“毒舌电影”更常使用的一种叙述模式是“影评+神转折+广告”。“神转折”<sup>[23]</sup>的存在,既增加了读者阅读的惊奇感,也削减了影评与广告之间的直接相关度,给影评的自由表达留下了一定空间。

可见,广告植入的出现并不意味着电影批评主体性的彻底失落。影评主体可以通过发挥主观能动性,在商业性与独立性的夹缝中创造生存空间。当然,这并不代表广告植入对于电影批评没有任何影响。广告所指向的文化消费与影评所指向的文化批判,在深层逻辑上存在着根本性抵牾。这意味着为了与广告文本在同一语境中共存,影评文本必然在批评对象的选择与批判力度的控制上受到制约,也就是说影评的独立自由受到一定程度的隐性宰制。

相较于广告盈利,融资是“毒舌电影”更大规模也更惹人关注的资本运作。继2016年初获得Pre-A轮融资后,当年6月又获得由贝塔斯曼亚洲投资基金领投的A轮融资,品牌估值3亿元。在大量资本的支持下,“毒舌电影”主要在三方面有所动作——组织电影放映、投资电影拍摄、开发毒舌电影APP。而这些新动作对于“毒舌电影”独立性与公共性的影响是十分复杂的,需要详细辨析。

首先是组织电影放映。2016年12月,“毒舌电影”与网易新闻合作推出“24小时免费看电影”项目,此后又组织了一系列“毒舌影院”活动(见附录1)。放映内容多为中外艺术电影和经典作品,放映地点都选在“私人影院”这一主流院线之外的新兴播放空间。与许多在咖啡厅、酒吧组织的民间或独立放映活动类似,此时“毒舌影院”所搭建的更像是一个电影同好者相聚和共享的社群空间。此后,“毒舌电影”从另类放映空间走向主流院线。2017年11月,与百老汇电影中心合作举办“毒舌电影首届影展·华语电影11人”,展出包括《嘉年华》《村戏》等艺术片在内的12部电影。“毒舌电影”与百老汇电影中心的合作由此走向常规化,于2018年3月启动了“好片院线”项目(见附录2)。不定期组织新片的提前场放映,提供电影主创与观众见面交流的机会。

通过组织电影放映,“毒舌电影”从线上走到线下,将虚拟世界的公共话语空间延伸到现实,为电影创作者、观众、影评人的真实互动提供了平台。但与此同时,当“毒舌电影”从电影产业外围进入内部,它是否还能保持作为批评者应有的疏离姿态和独立视角,就成为一个问题。一个典型的例子是“毒舌电影”曾为李云波(“毒舌电影”成员)导演的《呼吸正常》众筹放映,也发布了肯定影片的评价。但是这部豆瓣评分仅为5.8的电影其实在质量上颇有争议,“毒舌电影”的评论显然受到来自影片本身之外的因素影响。

其次是投资电影拍摄。2016年8月,“毒舌电影”注册成立广州好家伙传媒公司,作为“毒舌电影”旗下的全资子公司专门负责电影项目的投资事务。其目前投资的影片包括《黑处有什么》(2016)、《不成问题的问题》(2016)、《老兽》(2017)、《荒城纪》(2018)等。除了中小成本的艺术片和商业类型片,好家伙传媒还将投资视野投向网络大电影和动漫等新兴领域。2017年2月,其与三七互娱、浙报传媒、广东广电旗下的基金管理平台共同发起成立“好家伙基金”,投资30余部网络电影和网剧,如《镇魂法师》《西河口秘闻》《王者归来黄飞鸿》等。同年4月,联合腾讯影业及其他多家机构启动“比翼新电影计划”,扶植新导演的动漫IP创作。

投资电影拍摄,使“毒舌电影”进入电影产业上游,更全面地参与到产业链条,更直接地影响中国电影文化生态。但是与组织电影放映所造成的问题相似,“毒舌电影”多重身份的附加,有可能与其批评者的角色发生冲突和抵牾。

最后是推出“毒舌电影”APP。2017年1月,“毒舌电影”推出自己的APP。从APP内容设置来看,较之微信平台增加了来自毒舌影评人之外的其他自媒体文章,也增加了让读者更有参与度和话语权的APP社区版块,从而使得“毒舌电影”在互动性和对话性上得到进一步加强。

更为重要的是,“毒舌电影”APP的推出使其有可能脱离对第三方平台腾讯的绝对依赖,加强自身的独立性和自主性。特别是当微信公众号受到越来越严的管控时,APP对“毒舌电影”独立性的

保护意义也越来越得到突显。在“毒舌电影”的公众号被封危机中,APP就切实地起到了避免大规模读者流失的作用。此事例生动地体现了行动者可以如何利用场域中的不同力量实现制衡。“当某个场域的行动者在该场域中处于被统治的不利位置时,他往往会借用在其他场域的有效资本,来为自己在该场域中的权力关系争夺服务。”<sup>[24]</sup>在封号事件中,“毒舌电影”借用其所拥有的经济资本部分地抵御了来自政治权力的控制,保护了其作为公共话语平台的文化资本。

综上所述,广告植入与融资等商业运作以及由此带来的经济力量介入,虽然的确会在一定程度上影响“毒舌电影”的独立性,但两者之间并不是简单的二元对立关系。甚至相反地,在一定情况下经济力量还帮助“毒舌电影”维护和拓展了公共话语空间。二元对立的简单论断忽视了批评主体的主观能动性,及其在复杂场域中周旋博弈的能力。

相对于上述经济力量介入造成的直接的、有形的影响,“毒舌电影”也许更应该警惕的是其造成的间接的、深层的影响。当公众号的用户数量与经济利益挂钩,“毒舌电影”既定的“用户路线”就会进一步强化,甚至从亲近读者走向迎合大众,失去其独立性和公共性。对于经济力量的直接影响,“毒舌电影”尚可调动其主观能动性,但对此间接影响却可能于不知不觉之中束手就擒。从现实情况来看,“毒舌电影”的独立性与公共性已经因此发生了一定程度的异化。

具体来说,独立性逐渐从一种批评态度异化为吸引眼球的标签。如前所述,独立的批判态度既源自于“毒舌电影”的价值诉求,也暗含吸引读者的营销目的。而随着商业资本的涌入以及自媒体竞争的加剧,吸引和争夺读者的动机变得更加强烈,特立独行、标新立异被更多地打造成吸引读者注意力的标签。“毒舌电影”的批评走向偏激化、情绪化,甚至刻意通过“对抗性话语”以激发网民在情感上的“对立认同”<sup>[25]</sup>。像《你说他脸垮?我说去你妈》《笑话郭德纲?你才是笑话》等标题本身就是这种二元对立话语机制的产物。在理性精神消减的情况下,批评的深度也逐渐被抹平,肤浅轻薄与油腔滑调成为趋势。郭敬明在回应“毒舌电影”时,曾将“毒sir”对《爵迹1》和《爵迹2》的两篇影评进行对比。认为早期对《爵迹1》的评论“严苛”而“专业”,新近的《爵迹2》影评却充满“抖机灵”和“嘲讽”,让他无法信服。该评价虽有主观目的,但也客观反映了“毒舌电影”的部分变化。

与此同时,公共性逐渐异化为伪公共性。前文提到,微信影评的媒介属性使它具有新闻化的特征,有利于介入公共议题,参与公共空间的建构。而讨论公共议题的文章也的确容易受到读者的关注,成为微信公众号中的“爆款”。根据清博大数据的统计,2016年微信公众号“热度TOP100文章类型中,社会时事类推文最易引发用户认同与点赞,占比达66%”<sup>[26]</sup>。在这种情况下,推出公共议题类文章也逐渐成为部分公众号出于营销目的、吸引更多读者的投机手段。例如曾经的微信大号“咪蒙”的创始人在其《如何写出阅读量100万+的微信爆款文章》一文中,给出的第一条建议就是“选题要紧跟热点”<sup>[27]</sup>。在抢占先机、争夺用户的心态下,对公共议题真正深入的探讨变得困难。“毒舌电影”的一些文章如《高校学子跳楼,我看到的两个世界》《吃血馒头的人,那是你自己的血》等,皆是热点事件后急于发声的急就章,内容与电影评论的关联十分微弱,有为评论而评论的嫌疑。更值得注意的是,“毒舌电影”所关注的公共议题内容逐渐向娱乐事件、明星八卦倾斜。其公众号矩阵新增成员“柳飘飘了吗”甚至以此作为主要内容。学者陶东风曾经指出,私人事件的公共化其实是一种“伪公共化”,有可能造成严峻的后果。它不仅侵害私人领域更会毒化公共领域,使“本来应该关注、谈论与公众切身利益相关的公共事件、公共问题的媒体,因其热衷于上传炒作艳照、披露明星隐私、炒作明星绯闻而远离了真正的公共问题”<sup>[15]</sup>。

#### 四、政治权力的干预与应对

2017年6月8日,“毒舌电影”因涉嫌违反《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》与其他24家微信公众号一起被永久封停。封号因政府的净化网络行动而起。此前,《人民日报》曾于5月18日刊文《别让“八卦”太喧嚣》,批评媒体为明星私生活八卦推波助澜。6月7日(即封号事件

的前一天),北京市网信办约谈包括腾讯在内的多家网站,责令网站加强用户账号管理,积极传播社会主义核心价值观,营造健康向上主流舆论环境,采取有效措施遏制渲染演艺明星绯闻隐私等问题。“毒舌电影”对国产电影的犀利批评与“营造健康向上主流舆论环境”相背离,可能是其遭遇封号的主要原因。

“毒舌电影”被封不免使人联想到2016年的豆瓣评分事件。与“毒舌电影”在影评类公众号中的代表地位相似,豆瓣网同样凭借其“用户路线”获得大众认可并在影评网站中占据重要位置。2016年,豆瓣网由于对多部国产影片评分过低而受到官方媒体批评。报道一出,网友和自媒体几乎清一色地支持豆瓣。最终,该事件以《人民日报》微信公众号发表《中国电影要有容得下一星的度量》一文宣告平息。“毒舌电影”与豆瓣网的命运差异,让我们看到微信影评主体在享用新媒体技术并获得后发优势的同时,也因发展时间较短而在用户黏度以及相应的文化资本方面存在劣势。这也导致了微信影评场域中的权力博弈更为微妙和复杂。

封号事件发生17天后,6月25日“毒舌电影”重新注册新的公众号,以“Sir电影”之名正式回归。那么,回归后的“Sir电影”做出了哪些新的调整,与之前的“毒舌电影”相比发生了怎样新的变化?是否驯服于意识形态的力量而失落了微信影评的主体性?为了回答这些问题,笔者将公众号被封前一年(即2016年6月8日—2017年6月7日)的1194篇文章与重新注册后一年(即2017年6月25日—2018年6月24日)的989篇文章进行文本分析和对比,总结出以下的变化。

首先,国产影片评论的比重明显上升,美、英、日等外国影片评论数量下降。从下表可以看出(表1、2)，“Sir电影”回归后的一年内,国产片评论的数量大幅增加,比重上升了16.1%,取代美片影评成为占比最高的组成部分。与之形成对比,美、英、日等外国影片评论则分别有2.8%、0.7%、3.4%的下降。在这种此消彼长的情况下,“Sir电影”向着明显侧重国产影片评论的方向发展。

表1 “毒舌电影”(2016年6月8日—2017年6月7日) 表2 “Sir电影”(2017年6月25日—2018年6月24日)

	篇数	占比
美国	300	25.1%
中国内地	265	22.2%
日本	116	9.7%
中国香港	80	6.8%
英国	71	5.9%
韩国	43	3.6%
中国台湾	35	2.9%
印度	11	0.9%
其他(篇数低于10的国家地区及视频、片单等)	273	22.9%
合计	1194	100.0%

	篇数	占比
中国内地	379	38.3%
美国	221	22.3%
日本	62	6.3%
韩国	62	6.3%
英国	51	5.2%
中国香港	49	5.0%
中国台湾	20	2.0%
法国	17	1.7%
印度	12	1.2%
其他(篇数低于10的国家地区及视频、片单等)	116	11.7%
合计	989	100.0%

其次,国产影片负面评价中的措辞更加温和。“Sir电影”在评论国产影片时,犀利毒舌的话语风格有所收敛,态度更为平正克制。这在文章标题的选定上就有所体现。“毒舌电影”的标题中不乏“烂剧”“烂片”“下三滥”等辛辣直切的字眼。经统计,在被封前一年的“毒舌电影”文章中,如上字眼出现共38次,其中28次是直接指涉国产影片。而在“Sir电影”回归后的一年里,这一频次下降到19次,且其中仅有11次是指涉国产影片。

由此看来,封号事件的确产生了十分显著的影响,“Sir 电影”受政治权力的规训而在话语生产机制上做出了相应调整。不过,如若由此得出“Sir 电影”完全失去其主体性的结论却也为时尚早。如前所述,独立的批判姿态是“毒舌电影”能够在微信场域获取文化资本和象征资本的重要原因,也是其在与其他公众号的竞争中能够“显示他们的与众不同……确立他们自己在场域中的地位”<sup>[5]</sup>的重要因素。失去独立的批判力对于“Sir 电影”而言也就意味着失去了在微信场域的立足之基。

因此,在强大的政治权力与其不可丢弃的独立属性之间求取平衡,就成为“Sir 电影”所要解决的问题。那么,处于相对弱势地位的“Sir 电影”采取了怎样的应对策略呢?为了深入探讨这一点,微观政治的理论视角是值得引入的。无论是米歇尔·德·赛托的“弱者”的“战术”理论、詹姆斯·斯科特的“隐藏的文本”理论,还是约翰·费斯克的“游牧式主体”理论,都旨在揭示日常生活及文化空间中处于权力关系较弱势的一方,如何通过迂回、幽微、隐晦的方式,实现对宰制性力量的“微抵制”和“微反抗”。借鉴微观政治的理论视角我们可以发现,遭遇政治权力干预之后“Sir 电影”在文本层面采取了一系列应对性的话语策略。下文列举其中的几种具体表现形式。

第一种可以概括为“寓贬于褒”,影评主要褒奖某一部国产影片,但通过对比的方式指出其他国产影片的问题与弊病。例如《你是不是第一次听我用高级形容国产剧》一文,肯定了国产纪录片《河西走廊》在还原历史场景时的严谨态度。与此同时,将之与《半月传》《云中歌》《盗墓笔记》等影片在制景方面的粗疏进行比较。使用相似叙述模式的还有《国产剧都这么拍,迟早翻身》《这样的国产剧刷爆朋友圈,我们才有希望》《40 个人拍的山寨货,秒杀亿元大片》等等。这种策略,类似于德·赛托所描述的“假发”战术,只是将这一战术的运用场景从日常生活空间转向了虚拟网络空间。所谓“假发”战术,“就是指一些雇员装作是在为雇主干活,但实际上是在给自己工作。”当戴上“假发”,弱者“成功地将自己置于周围的既定秩序之上”<sup>[28]</sup>,以貌似恭顺驯服的外表避让压制性力量的锋芒,从而在权力机制的裂缝处获得一定的自主自由。“Sir 电影”的“寓贬于褒”,正是借整体性的正面褒奖为局部性的批判批评争取存在空间。

第二种可以称之为“他山之石”,文本以非国产影片为探讨对象,但暗含了以之观照国产影片的批评视角。在扮演“他山之石”角色的非国产影片中,尤以韩国电影最为显眼。由于韩国电影在结合商业类型片与现实主义题材上的突出表现,某种程度上成为观照国产影片的一个参照系。这也可以部分地解释为什么“Sir 电影”的美、英、日等外国影片评论普遍下降的情况下,韩国影片评论反而有所上升。在诸如《我们还没资格嘲笑韩国主旋律》《如此反思国家悲剧的韩国电影居然没被禁》《韩国又出神作?这次我们输得不服》等评论中,表面看来并无关乎国产影片。但是,在其“公开的文本”背后其实暗含“隐藏的文本”<sup>[29]</sup>。“隐藏的文本”作为一种“后台”的言说,对它的成功解码,有赖于读者对韩国电影与国产电影互文关系的深度了解,及其与评论者的无言默契。因此相较于“寓贬于褒”,“他山之石”的话语策略具备更高的隐蔽性。

第三种姑且叫做“借尸还魂”,是指在某些非热点时段、不引人关注的位置暗藏机锋。我们以《战狼 2》的评论为例。《战狼 2》上映之初,“Sir 电影”的多篇影评基本以正面肯定为主,包括《如果主旋律电影都像〈战狼 2〉谁舍得骂?》《别再提“主旋律”了,毁的何止是一部〈战狼 2〉》《纯爷们儿吴京》《我们该从好莱坞对〈战狼 2〉的批评学到什么》。然而颇值玩味的是,近 8 个月之后,当《战狼 2》的关注热度渐消,“Sir 电影”发布了一篇题为《别说你看不出〈黑豹〉〈战狼〉谁更强》的文章。<sup>[20]</sup>此文将美国影片《黑豹》与《战狼 2》对比,指出了后者在英雄主义主题书写中的问题:

别误会,我并不认为《黑豹》就是美国版《战狼》。

单提一点——

两者都在输出一种强者形象,但相比后者把几十年内踢馆暴打老外的英雄主义大场面化,《黑豹》的英雄主义显然更文明。

……



什么是有感染力的英雄主义?

有感染的英雄主义,不是响亮的口号,不是刺激的杀人快感,是依次渐升、左右为难的人性音量。

当然,这种游击式的话语策略部分消解了既往“毒舌电影”所一贯标举的独立形象,在主体性上表现出一定的游移和暧昧。但正如约翰·费斯克所言,“游牧式主体”“能够在这一社会机构的网络间穿梭往来,并根据当下的需要,重新调整自己的社会效忠从属关系。”<sup>[30]</sup>费斯克的分析虽然指向受众,在某种意义上却也同样适用于身处弱势地位的创作者。创作主体的游牧状态和流动特性,恰恰可以帮助其巧妙地躲避宰制性力量的控制,灵活地穿梭于复杂的权力体系,从而最终持守自身的主体性。

## 五、结论

本研究立足“毒舌电影”公众号个案,观照微信影评场域中文化、经济、政治等多元力量的互动博弈。依托场域理论和中观、微观分析方法,质询既往研究中惯常的二元对立逻辑和简单化结论。一方面,借助场域理论的关系主义思维和动态化视角,更为辩证地看待和评价微信影评场域的权力关系。特别是针对“毒舌电影”吸纳经济资本的现象,既看到它对微信影评主体性的限制,也试图站在更大的关系格局和更长的时间线索上,看到它对“毒舌电影”文化资本的加持及其对政治权力的制衡。另一方面,使用中观和微观分析方法,更为深入地探照微信影评场域的细处。从而发现,面对经济力量的收编,“毒舌电影”是有所选择和取舍的;面对政治权力的干预,“毒舌电影”在看似驯服恭顺的外表之下依然实施了一系列的“微抵抗”话语策略。

诚如有的评论者所言,互联网“总是呈现出一种中性的面目”,它在“不断地创造着各种形式,为信息、辩论创造新的公共领域和空间”并“鼓励民主的潜在行为”的同时,“也为新的操纵、社会控制和传统地位的巩固提供新的可能”<sup>[31]</sup>。微信作为互联网新媒体也自不例外。只是通过“毒舌电影”的个案分析,我们可以在此基础上进一步补充:当新的操纵和控制发生时,主体依然可以调集它腾挪游移的能动性,生成新的应对策略。这些策略有可能是微小且有限的,却不应因此成为学界予以忽视的理由。

附录1 “毒舌电影”的“毒舌影院”活动总录

活动	片单
24小时影院(2016年12月23日)	《罗曼蒂克消亡史》《电子情书》《心花路放》《极地特快》《我家买了动物园》《你丫闭嘴》《人人都说我爱你》《美丽心灵的永恒阳光》《百元之恋》《摆渡人》《横道世之介》
任性电影院(2017年2月18日)	《天使的一份》《盗钥匙的方法》《疯狂愚蠢的爱》
“你4我的另一8”主题观影会 (2017年4月8日)	《热血警探》《秒速5厘米》《言叶之庭》
“六月青春”观影会 (2017年5月30日—6月24日)	《猜火车》《贝利叶一家》《四百击》《伴我同行》《逆光飞翔》《涉外大饭店》《小孩与鹰》《少女离家日记/野马》
“不得不看的西班牙悬疑片”主题观影会 (2017年11月25日)	《活埋》《沼泽地》
“老片重映:给时间最纯粹的重量”主题观影会 (2017年12月16日)	《我的温尼伯湖》《林肯》《夜车》《八部半》《神女》
“可能被片名耽误的好片”主题观影会 (2017年12月23日)	《我是谁:没有绝对安全系统》《熟男我爱你》《意大利赛车》《美食、祈祷和恋爱》《是的,我们行!》《黑手党只在夏天杀人》

附录2 “毒舌电影”的“好片院线”活动总录

2018年3月23—25日	《爆裂无声》(忻钰坤)
2018年4月13—14日	[英]《湮灭》(亚历克斯·嘉兰)
2018年4月21日	《米花之味》(鹏飞)
2018年5月12—13日	《路过未来》(李睿珺)
2018年5月19—20日	[意]《完美陌生人》(保罗·格诺维塞)
2018年6月4日	《摇摇晃晃的人间》(范俭)
2018年6月19日	《千锤百炼》(张侨勇)
2018年6月30日	《我不是药神》(文牧野)
2018年7月31日—8月1日	[日]《小偷家族》(是枝裕和)

## 参考文献:

- [1] 唐宏峰. 网络时代的影评: 话语暴力、独立精神与公共空间. 当代电影, 2011, 2: 15-21.
- [2] 李道新. 网络影评的话语暴力及其权力运作的生产机制. 浙江传媒学院学报, 2010, 4: 72-75.
- [3] 艾媒. 2017Q1 中国微信公众号影响力排行榜. 2017-04-07. [2019-03-28] <http://www.iimedia.cn/1491560751774i2488.pdf>.
- [4] 布迪厄, 华康德. 实践与反思——反思社会学导引. 李猛、李康译. 北京: 中央编译出版社, 1998: 133-134.
- [5] 罗德尼·本森. 比较语境中的场域理论: 媒介研究的新范式. 韩纲译. 新闻与传播研究, 2003, 1: 5; 13.
- [6] 高宣扬. 布迪厄的社会理论. 上海: 同济大学出版社, 2004: 140.
- [7] 李建强. 网络影评的兴起与发展——一个值得关注和期待的电影批评现象. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2011, 2.
- [8] 李宁. 微信场域下的中国电影批评生态. 文艺研究, 2016, 12: 38; 40.
- [9] 腾讯. 2018 微信年度数据报告. 2019-01-19. [2019-04-25] <http://tech.qq.com/a/20190109/005783.htm>.
- [10] 新浪. 微博月活跃用户增至 4.62 亿, 年度营收破百亿. 2019-03-05. [2019-04-25] <https://tech.sina.com.cn/i/2019-03-05/doc-ihrfqzkc1446626.shtml>.
- [11] 新榜. 2017 年中国微信 500 强年榜. 2018-01-15. [2019-03-28] [https://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzI3MzAxMDE5Ng==&mid=2652166440&idx=2&sn=f04389ef0c835e07b50737235a0fca5c](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI3MzAxMDE5Ng==&mid=2652166440&idx=2&sn=f04389ef0c835e07b50737235a0fca5c).
- [12] 杨仁忠. 公共领域论. 北京: 人民出版社, 2009: 167-168.
- [13] 徐婷, 王健. 公共领域、交往理性与网络空间中的主体性建构. 理论界, 2009, 6: 38.
- [14] J. B. Thompson. Social Theory, Mass Communication and Public Life. The Polity Reader in Cultural Theory, Cambridge, UK: Polity Press, 1994.
- [15] 陶东风. 网络交往与新公共性的建立. 文艺研究, 2009, 1: 8; 10.
- [16] 张忠. 网络空间作为一种公共领域的可能性分析. 北京邮电大学学报, 2014, 5: 9-15.
- [17] 石川. 草根的狂欢: 当下影评失序现象透析. 文艺研究, 2010, 6: 19-25.
- [18] 张峻. “毒舌电影”完成 A 轮融资估值 3 亿元 BAI 领投. 凤凰网, 2016-07-19. [2019-03-28] <http://m.ifeng.com/tech/gundong/sharenews.f?aid=111253499>.
- [19] 浑水自媒体江湖. “毒舌电影”何君 & 陈植雄: 保持独立是因为贪钱. 2016-03-02. [2019-03-28] <https://www.toutiao.com/i6257402897378574849/>.
- [20] 毒sir. 《富春山居图》: 五彩斑斓的屎还是屎. 微信公众号“毒舌电影”. 2013-06-09; 虽然被邀请首映, 但我还是得说这部 007 不咋的. 2015-11-10; 《长城》最大的问题是没有人性. 2016-12-15; 《长城》, 你好大的口气. 2016-12-16; 《记忆大师》拔高了华语片的智商, 也暴露了华语片的幼稚. 2017-05-01; 有一部三俗版《记忆大师》更好看. 2017-05-02; 八月大忌: 看《三生三世》. 2017-08-03; 抱歉, 打压国产片的锅我们不背. 2017-08-04; 别笑, 这可是华语巨制. 2018-05-27; 别说你看不出《黑豹》《战狼》谁更强. 2018-03-09.
- [21] 马楠楠. 论新媒体时代电影批评形式的转换. 浙江传媒学院学报, 2012, 6: 62; 63-64.

- [22] 徐达内. 微信公众号的五类“变现”模式. 新闻与写作, 2015, 7.
- [23] 郑二利. 微信公众号 10 万+的叙事套路分析. 探索与争鸣, 2017, 7:57.
- [24] 虞昕. 论网络时代中国电影批评场域的主要特征. 上海: 上海大学博士学位论文, 2011. [http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CDFD&dbname=CDFD0911&filename=1011163578.nh&uid=WEEvREcwSljHSldRa1FhdkJkVG1BVM9lLzZLT3V6bljU3dqVU1LQ3RsRT0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=Mjk2MDV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUkxPZlkrWnVGeTdrVzdyUFZGMjZIN0srSGRUTHA1RWJQSVI4ZVgxTHU=](http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CDFD&dbname=CDFD0911&filename=1011163578.nh&uid=WEEvREcwSljHSldRa1FhdkJkVG1BVM9lLzZLT3V6bljU3dqVU1LQ3RsRT0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=Mjk2MDV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUkxPZlkrWnVGeTdrVzdyUFZGMjZIN0srSGRUTHA1RWJQSVI4ZVgxTHU=).
- [25] 陈龙. 对立认同与新媒体空间的对抗性话语再生产. 新闻与传播研究, 2014, 11:70-79.
- [26] 郎清平. 日趋理性成熟, 泛媒体化和商业化并存——微信公众号发展现状、问题与趋势. 新闻战线, 2016, 5(上):33.
- [27] 咪蒙. 如何写出阅读量 100 万+的微信爆款文章. 微信公众号“咪蒙”, 2015-11-26.
- [28] Michel de Certeau. *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press, 1984:25-26.
- [29] James C. Scott. *Domination and the Art of Resistance: Hidden Transcripts*, New Haven: Yale University Press, 1990.
- [30] 马克·波斯特. 信息方式: 后结构主义与社会语境. 范静晔译. 北京: 商务印书馆, 2000:20.
- [31] 田磊. 微博: 新技术的美妙与危险. 南风窗, 2010, 26:22.

## Power Game in the Field of Online Film Review: Taking the Example of Wechat Official Account "Dushe Movie"

*Huo Shengxia* (Guangzhou Academy of Fine Arts)

**Abstract:** The research focuses on the complex power relationships in the field of online film review, through the case analysis of Wechat official account "Dushe Movie". "Dushe Movie" shows the value of new media in constructing public space. However, its value has been challenged with the intervention of economic and political power. It argues that facing the intervention of economic and political power, "Dushe Movie" is under their control on the one hand; on the other, it takes a series of strategies to negotiate and balance in the power game.

**Key Words:** Wechat official account; film review; field; power

---

■ 收稿日期: 2019-03-28

■ 作者单位: 霍胜侠, 广州美术学院跨媒体艺术学院, 广东广州 510006

■ 责任编辑: 刘金波