娱乐周刊

A18~A19

□王悦

著名导演郭靖宇手撕收视率造假乱象，一石激起千层浪，也让这个困扰已久的行业顽疾再度暴露出来。随着话题发酵，不仅获得了各方声援，广电总局也在第一时间回应将就收视率问题展开调查。从早年的几千元一集到如今90万一集，操纵电视剧收视率背后有着巨大的利益链条，涉及多个环节，往往牵一发动全身。在这场圈钱游戏中，谁是始作俑者？又怎样才能终结？监管部门之责，任重道远。

设计/徐雪茹

收视造假人人喊打 为何还越来越“贵”？

□王悦

崔永元晒了“阴阳合同”，后续发展迷雾重重，郭靖宇爆出“收视率造假”，捅破了最后的窗户纸。不禁让人联想影视市场繁华的背后，亦是暗潮汹涌。所谓行业潜规则的各种传说由来已久，“收视率造假”是被公认的毒瘤，却又难以切除。此前，郭靖宇实名举报被逼购买收视率，80集的戏要花7200万“保护费”，他拒绝后遭到利益集团报复。事实上，这并非郭靖宇和操纵收视率的黑势力第一次正面交锋，三年前他也遭遇过“敲诈”。

而这一次他不是一个人在“战斗”，引发了业内齐声讨伐。光线传媒总裁王长田、导演陆川、陈思诚等先后“站出来”讲述了类似的个人经历。广电总局在第一时间发文表态称，已采取相关措施，将和有关方面抓紧开展调查，一经查实违法违规问题，必将严肃处理。不少卫视也官方发声表示支持。

关于收视率造假一事，多年来官方一直三令五申坚决抵制，也采取了相关措施，但屡禁不止还越来越“贵”的原因，还是背后畸形的利益关系。制作单位被逼迫买假收视率，而每部剧要增加几千万成本，一旦做成功了，收视率高了，又向电视台要高价。这种饮鸩止渴的恶性循环使得大多数电视台不堪重负，更让许多制作公司血本无归。

说到底，收视率调查原本是为广告商向电视台投放广告服务的，并非评价电视节目优劣的标准。而随着网络时代的到来，评价方式也更为多元化，全网讨论指数、社交平台热搜次数、豆瓣猫眼评分等指标，都成为参考。然而，遗憾的是这些数据也在遭受“污染”，刷量、评分都能明码标价。

从当前的技术条件看，造假问题并非不可解决。优化电视剧评价体系，反对唯收视率论、唯流量论才是正道。

封面娱文

[一周娱乐]

“我很喜欢古典音乐，也一直在听古典音乐，而且我做主持人的时候也一直是做文艺类节目，接触到了大量的这样的作品，所以也积累了这方面的一些知识，包括一些作曲家的作品，这些在我心里都还是有的。”

——对于周涛而言，当上音乐季的总导演是一件兴趣爱好与工作正好吻合的乐事

“妈妈是唯一一个不需要考核就可以自动上岗的职业，需要更多人的理解。”

——马伊琍谈母亲身份

“钟汉良一直都是我心中的程天佑，而马天宇、孙怡、于朦胧则是见过一眼就确定下来的演员，演员对了戏就对了。”

——《凉生，我们可不可以不忧伤》导演刘俊杰分享选角过程