



VIACOMCBS Insights

79%的人表示电影/电视需要更多的多样性

■编译/如今

流媒体平台“派拉蒙+”、派拉蒙影业以及 CBS、MTV、Nickelodeon 和 Comedy Central 等电视频道背后的娱乐巨头维亚康姆 CBS 在一项新研究中发现:全球只有一半的人对他们在电视节目和电影中看到的能代表他们形象的水平感到满意,79%的人表示电影/电视需要表现更多的多样性。

根据该公司最新的名为“反映我:全球银幕代表性”(Reflecting Me: Global Representation On Screen)的“全球洞察”(Global Insights)研究报告中提到,在认为自己属于在银幕上代表性不足的群体的人中,要求更多多样性的呼声上升到80%以上,而近90%的黑人在其中。”

维亚康姆 CBS 在总结主要调查结果时强调,在那些感觉代表性不足的人中,近60%的人表示像他们这样的人没有在影视作品中得到足够的体现,而52%的人则认为由于描述不够准确而缺乏代表性。

根据调查结果摘要,在接受调查的每个国家,电影和电视中的代表性问题要么是集中在种族和族裔中,要么是经济地位上。维亚康姆 CBS 表示,在美国、英国、澳大利亚、南非、荷兰、尼日利亚和新加坡种族和族裔排名第一。不同经济地位人群的影视表现是阿根廷、巴西、墨西哥、智利、德国、意大利、波兰和马来西亚的最缺乏的。

超过80%的人表示需要做更多工作来确保电视节目和电影在镜头前代表不同的群体和身份,这表明银幕上的角色代表对全球观众的重要性。维亚康姆 CBS 表示,虽然全球84%的人同意“制作电视节目和电影的公司应该致力于增加影视作品中的多样性和代表性”的说法,但83%的人同意他们应该致力于提高屏幕外的多样性和代表性。85%的受访者赞同代表性通过影响人们的看法对现实世界产生影响的观点。

维亚康姆 CBS 对电视和娱乐产品如何“教导人们了解自己和他人”的探索调查了来自15个国家的15000多名13-49岁的人,并在该集团的全球包容周(Global Inclusion Week)期间发布。该研究由维亚康姆 CBS 国际公司的种族与公平工作组委托,作为公司“内容产品变革”的一部分落地,这是一项旨在通过公司的文化、创意供应链及其创建的内容产品来抵消种族主义、偏见、刻板印象和仇恨的全球倡议。

“媒体代表是与不同受众和群体建立真正联系的关键组成部分。”维亚康姆 CBS 的执行副总裁兼首席研究官科琳·法赫·拉什(Colleen Fahey Rush)表示,“除了启动我们扩大的内容产品变革计划外,这项研究还反映了维亚康姆

CBS 如何积极采取措施改造我们的整个创意生态系统,以更好地为我们的观众服务,并为现在和未来创造有意义的变化。”

该公司的全球流媒体和企业洞察高级副总裁克里斯蒂安·库兹(Christian Kurz)补充说:“我们知道,正确的银幕形象代表可以帮助改善全球人们的生活,我们不仅有责任继续我们行业内的改革,而且还可以作为世界各地社会积极变革的催化剂。”

以下是维亚康姆 CBS 研究的更多发现:

人们感觉被银幕形象代表的程度取决于他们在世界上是谁,位处哪个阶层。例如,种族和族裔的区别在阿根廷、智利、德国、意大利和波兰的受访者中排名在前5名并不是问题。另一方面,年龄的区别在英国、澳大利亚、德国和波兰排名第二。而宗教或信仰在巴西、马来西亚和新加坡排在第一位。

许多觉得代表自己的银幕形象没有足够多的人喜欢他们,是取决于这些角色的外表。近70%的人认为代表自己的银幕形象很差,他们表示,根据他们的体型和穿着方式等因素,他们没有看到足够多的人喜欢他们。在感觉自己没有太多银幕代表的身体残障人士中,近40%的人表示他们没有在屏幕上看到与他们体型相同的人。

然而,那些感觉代表自己的银幕形象不佳的人不只是提到外表,还说他们没有看到足够多的银幕形象“像我一样”(33%)、“和我一样经济水平”(29%)、“说话口音或方言与我相同”(22%)、“拥有像我这样的家庭”(21%)和“住在像我这样的家里”(21%)。

“对不同群体的长期刻板印象和懒惰的描绘对观众造成了巨大的伤害。”维亚康姆 CBS 还发现,“有害的刻板印象在某些种族群体中尤为明显,他们认为自己被描绘成特别消极的形象。例如:中东和阿拉伯人(20%)以及黑人(18%)认为他们被描绘成罪犯;中东和阿拉伯人(19%)以及土著人(10%)觉得他们被描绘成易怒的人;中东人和阿拉伯人(17%)以及黑人(16%)认为他们被描绘成危险人物。”

银幕代表形象表现不佳也会对观众的感受产生负面影响。“将近60%的人认为代表自己的银幕形象很差,这让他们感到自己不重要、被忽视或感到失望。”维亚康姆 CBS 发现,“在那些感觉代表自己的银幕形象不佳的人中,缺乏良好影响的前三个方面是:自尊和自信(41%)、归属感(40%)和机遇(34%)。”

然而,在接下来的五年里,“全球近一半的人认为自己在电视节目和电影中的形象代表会变得更好。”维亚康姆 CBS 发现。

国际票房点评
10月29日—10月31日

《007:无暇赴死》国际市场夺冠

■编译/如今

上周末,因为环球影业和米高梅的《007:无暇赴死》抵达中国市场,助推这部影片登上了国际周末票房榜的冠军宝座,上周末该片在国际市场新增票房5190万美元,其国际累计票房已达4亿7240万美元,全球累计票房已达6亿580万美元。影片上周末在中国首映,收获票房2820万美元。在续映地区中,影片在英国/爱尔兰新增票房460万美元,当地累计票房已达1亿1640万美元;在德国新增票房480万美元,当地累计票房已达6200万美元。影片在续映市场中,票房跌幅为33%,法国上周末的跌幅仅为15%;英国/爱尔兰上周末的跌幅为25%。影片将于11月11日在澳大利亚上映。

华纳兄弟公司和传奇影业的《沙丘》与索尼公司发行的《毒液2》并列第二名。《沙丘》上周末在国际市场中

新增票房2140万美元(较上上个周末的跌幅为54%),其国际累计票房已达2亿2270万美元,全球累计票房已达2亿9210万美元。影片在法国的涨幅为3%;在韩国的跌幅为14%。从累计票房方面来看,最大的国际市场是中国(当地累计票房已达3300万美元)、法国(当地累计票房已达2900万美元)、俄罗斯/独联体(当地累计票房已达2100万美元)、德国(当地累计票房已达1990万美元)和英国/爱尔兰(当地累计票房已达1810万美元)。

《毒液2》上周末在国际市场中的票房收入为2140万美元,全球累计票房已达3亿9600万美元。《毒液》第一集在2018年上映时,其全球票房高达8亿5600万美元,其中中国的票房为2亿6900万美元。《毒液2》尚未确定在中国上映的世家,而在那里上映可能



会改变该片全球的票房成绩。影片将于11月25日在澳大利亚上映,12月3日在日本上映。

全球票房周末榜(10月29日-10月31日)

片名	当周票房(美元)			累计票房(美元)			发行情况		
	全球	国际	美国	全球	国际	美国	国际发行公司	上映地区数	本土发行公司
《007:无暇赴死》 No Time to Die	\$59,721,525	\$51,903,000	\$7,818,525	\$605,756,260	\$472,427,000	\$133,329,260	环球	73	UAR
《沙丘》 Dune	\$36,930,000	\$21,400,000	\$15,530,000	\$292,101,232	\$222,700,000	\$69,401,232	华纳兄弟	76	华纳兄弟
《毒液2》 Venom: Let There Be Carnage	\$27,150,000	\$21,400,000	\$5,750,000	\$395,839,000	\$205,400,000	\$190,439,000	索尼	54	索尼
《长津湖》 Battle at Lake Changjin, The	\$19,065,739	\$19,065,739		\$844,916,334	\$844,916,334		MULTICN	1	博纳
《月光光心慌慌:杀戮》 Halloween Kills	\$16,653,000	\$8,153,000	\$8,500,000	\$115,112,610	\$29,479,000	\$85,633,610	环球	64	环球
《天赐灵机》 Ron's Gone Wrong	\$10,328,000	\$6,500,000	\$3,828,000	\$33,339,987	\$20,700,000	\$12,639,987	迪士尼	50	20世纪
《亚当斯一家2》 The Addams Family 2	\$9,697,353	\$6,421,000	\$3,276,353	\$87,098,872	\$34,241,000	\$52,857,872	环球	50	UAR
《我的英雄学院:世界英雄任务》 My Hero Academia: World Heroes' Mission	\$7,126,957	\$723,671	\$6,403,286	\$37,827,919	\$31,424,633	\$6,403,286	MULTI	7	FUNF
《鹿角》 Antlers	\$6,660,000	\$2,500,000	\$4,160,000	\$6,660,000	\$2,500,000	\$4,160,000	迪士尼	32	SL
《Soho区惊魂夜》 Last Night In Soho	\$6,456,000	\$2,296,000	\$4,160,000	\$6,456,000	\$2,296,000	\$4,160,000	环球	20	焦点

北美票房点评
10月29日—10月31日

《沙丘》北美连冠

■编译/如今

上周末,华纳兄弟公司的科幻大片《沙丘》继续为北美原本平淡无奇的万圣节周末票房增色不少,上映第二周的票房收入为1550万美元,并且仍然位居北美周末票房榜第一名。这一成绩较上上个周末下降了62.1%,其北美累计票房已达6940万美元。这部PG-13级影片上周末在北美的4125家影院上映,平均单厅收入为3764美元。迄今为止,IMAX银幕的收入占该片北美票房收入的1700万美元。

第二名是《月光光心慌慌:杀戮》,上周末新增票房850万美元,较上上个周末的跌幅为41.2%。这部环球影业的R级影片上周末在北美的3616家影院上映,平均单厅票房收入为2350美元。影片在北美上映三周,累计票房



已达8560万美元。

第三名是米高梅的《007:无暇赴死》,该片在上映第四个周末,新增票

房780万美元,较上上个周末下跌35.9%,在北美的3507家影院上映,平均单厅收入为2229美元,这部PG-13级的影片北美累计票房已达1亿3330万美元。

第四名是上周末北美影市中最大的惊喜,因为FUNimation娱乐公司发行的日本动漫续集《我的英雄学院:世界英雄任务》在北美首次亮相,票房为640万美元。这个系列的第三部在北美1581家影院上映,平均单厅收入为4050美元。

第五名是索尼公司发行的《毒液2》,这部PG-13级的影片上周末新增票房580万美元,跌幅为38.2%。影片上周末在3270家影院上映,平均单厅收入为1754美元,上映五周后,北美累计票房已达1亿9040万美元。

美国周末票房榜(10月29日-10月31日)

名次	片名	周末票房/涨跌幅%	影院数量/变化	平均单厅收入	累计票房	上映周次	发行公司
1	《沙丘》 Dune	\$15,530,000 -62.10%	4125 -	\$3,764	\$69,401,232	2	华纳兄弟
2	《月光光心慌慌:杀戮》 Halloween Kills	\$8,500,000 -41.20%	3616 -111	\$2,350	\$85,633,610	3	环球
3	《007:无暇赴死》 No Time to Die	\$7,818,525 -35.90%	3507 -300	\$2,229	\$133,329,260	4	米高梅
4	《我的英雄学院:世界英雄任务》 My Hero Academia: World Heroes' Mission	\$6,403,286 -	1581 -	\$4,050	\$6,403,286	1	FUNimation娱乐
5	《毒液2》 Venom: Let There Be Carnage	\$5,750,000 -38.20%	3278 -235	\$1,754	\$190,441,558	5	索尼
6	《Soho区惊魂夜》 Last Night in Soho	\$4,160,000 -	3016 -	\$1,379	\$4,160,000	1	焦点
7	《鹿角》 Antlers	\$4,160,000 -	2800 -	\$1,485	\$4,160,000	1	探照灯
8	《天赐灵机》 Ron's Gone Wrong	\$3,828,000 -47.60%	3560 -	\$1,075	\$12,639,987	2	20世纪
9	《亚当斯一家2》 The Addams Family 2	\$3,276,353 -27.10%	2757 -150	\$1,188	\$52,857,872	5	UAR
10	《法兰西特派》 The French Dispatch	\$2,759,000 1.046	788 736	\$3,501	\$4,636,210	2	探照灯

