



靠“偏方治大病”，难！



今天，你群聊了吗？

微信群已成为我们生活的一部分，它有时让人烦，有时让人腻，但它也给人温暖、轻松和欢乐

□ 雨吟

忽如一夜春风来，千树万树梨花开。突然发觉，“群”开始占领我们的生活空间。有时，加你的人还算客气：“咱们有个同学群，我想邀请你加入，可否？”更多时候，根本无需“请示”，睡一觉就发现自己被拽进了某个群。

工作群一般临时性较强，为了完成某项任务，几个人集合在一起，说要求，谈部署，阶段性工作完成，“群”也完成了使命。同学群要复杂丰富一些。毕业多年后，对彼此还有个模糊印象，有的恐怕对着照片都想不起来名字了。往往是某个热心同学建了群，一个拽一个，没多久，这个群开始有二十几个人的规模。

大学群，研究生群往往单调些，因为彼此专业相同，从事职业相对集中，交流起来热度持续不了很久。最有生命力的反而是初中群。一群懵懂无知的“小伙伴儿”，几十年没见面了，当初淘气的男生，担忧的女生已为人父母。最妙的是，从事行业差异性极大，有的与当初的学习成绩有巨大反差。有个别同学早已出国，群里白班夜交替、交流起来跨度之大、内容之繁让人顿生“这是一个万能群”的感慨，群里24小时有人值班，定期开个主题班会，七嘴八舌，火花四射，创造上百条发言已很平常。

从最初的发毕业后轨迹、贴近照开始，到回忆青葱岁月的趣事糗事、贴毕业照，仰慕当初的帅哥女神，然后是交流工作心得、育儿经验、健身养生、揭发当初暧昧、商议行业商机等等，各种交流都有专业人士，话题层出不穷。更难得的是，“小伙伴们”都保存着彼此最美好的印象，无心机，无遮拦，无顾忌，够坦诚，够直白，够给力。为了不耽误工正事，只好把群提醒变成静音，下班后集中批阅上百条“奏折”，“每晚抱着手机傻笑”成为大家新添的毛病。

然后是聚会，每当有外地同学回乡，群主一声呼唤，必引来应者云集。发合影、揭老底、谈人生，引发一轮小高潮。总有个把喝多的，有个把盼合影的，有个把新入群群的，把群的热度再次增加。

再有趣的群也有进入衰退期的时候。群成员相对固定，该问的都问了，该聊的都聊了，该见的都见了，多年积累的思念也宣泄得差不多了，如果不说话，一个群的活力指数开始下降。有时一天没有几条发言，有时总有个把人贴无关痛痒的心灵鸡汤来刷屏，有的开始私聊，不愿暴露在众人目光之下，有的总是潜水从不冒泡，即便群主再有魅力，这个群也进入了衰退期。

有人总结说，一个温馨的微信群，往往是这样构成的：“一两个风姿不减当年的万人迷，三四位逐渐转型成功的学霸，五六名不甘老去的世俗愤青，七八个三天两头晒食物的吃货，若干喜爱户外摆各种姿势拍照的潮人，众多宁愿潜水也绝不退群的米粉，再加上几个有事没事经常互掐的好友，时不时蹦出几句冷幽默的疑似思想家，还有几个热心有余动辄踢人的管理者，以及一个极端八卦的群主。”总结得真是到位，不少人开始一一对应，找到自己的定位。

现代科技手段让人与人交流变得如此便捷。一个群里，交流着天南地北、海内海外的冷暖，传递着经济、社会等各种信息，折射出一个阶层的生活现状，容量之大让人吃惊。忽然之间，你会发现，微信群已成为我们生活的一部分，它有时让人烦，有时让人腻，但它也给人温暖、轻松和欢乐。不管你压力再大、工作再忙、心情再糟，想到总有一个地方，大家彼此了解，互相支撑，还挺正能量。话说，初中群都这么火爆了，明天，会不会出现小学群？

育推广，比如说扶持促进校园体育，比如说举办一些业余的地方性的低级别联赛，这些事情虽然无经济利益的产生，但是对大众体育的发展和培养职业体育的球迷、球员有着决定性的作用。各司其职，杜绝越位，才是大众体育和职业体育并行发展的良性局面。现在的关键还是某些体育主管部门担心放手后会损失利益，尽可能地把握营权和决定权死死地抱住不放，所以出现一些剑走偏锋不够职业化的反思也就在所难免了。

马三立先生说过一段著名的相声《偏方》：“我有一个本家二大爷，他光信偏方，不信大夫，谁要上医院他还拦着：上医院干嘛去？偏方治大病啊！萝卜就热茶啊！”萝卜就热茶，气得大夫满街爬！”斯人已去，其声亦远，但马先生讽刺的这种不讲科学、迷信偏方的现象依然存在。对体育市场化过程中暴露的种种弊端采取回避态度，反而开出这样那样的“偏方”，企求“偏方治大病”，也许能撞对一回两回，但想从根本上解决病患，还是要相信科学规律，老老实实找大夫看病吧。

对体育市场化过程中暴露的种种弊端采取回避态度，企求“偏方治大病”，也许能撞对一回两回，但想从根本上解决病患，还是要相信科学规律，老老实实找大夫看病吧

□ 何不器

制度作出某些调整。这并不是一个好的倾向。把国家队的成绩下滑归结于职业化，并试图做出某种改变，恰恰反映出我们在体育市场化过程中政企不分、管办不分的弊病并没有消除，虽然学者们一直在说，职业体育要从为国争光的思想转化为市场服务，目前政府部门还是把得太紧，但这样多年吁求之后，还是没有发生根本性改变的迹象。

在市场经济体制下，职业化体育和娱乐表演业并无大的区别，都是靠愉悦受众来活跃自身的造血机制，实现市场的良性运转。这种运行是靠投资人来解决，由市场配置资源，以产生最大化的可持续发展的经济效益。政府部门需要做的，是一些非盈利的基础性的事情，比如说大众化体

原则的。它的背后，是父母对孩子潜移默化的影响。在我们祖先的心目中，有怎样的父母，就有怎样的孩子。孩子做得不对，也间接地说明父母没有起到应有的模范作用。所以，晋代名臣谢安的夫人责怪谢安不教育孩子的时候，谢安理直气壮地说，他随时都在教育孩子，因为他为人处世的方式，就是孩子最好的示范。孩子不对，先反省自己，这是传统教育中极为优秀的部分，可惜被我们的许多家长忽视了，抛弃了。

父母撒泼，孩子学会的便是欺骗；父母粗鲁，孩子学会的便是顽劣；父母打骂，孩子学会的便是暴力；父母冷漠，孩子学会的便是孤僻。许多的教育，是学校不可替代的，以至于国外不乏结婚前要先学习教育孩子、功课不能通过不许领结婚证的规定。人父、人母是一个神圣的角色，应该时刻反思自己的教育行为，防止类似的悲剧再次上演。



因其作秀意味太浓而让人误会“少吃一两顿饭没什么，饿肚子也并不难过，说不定还能借此减肥”，反而会使得人们淡化对饥饿和贫困问题的关注度。

其实，对中国的贫困弱势群体来说，填饱肚子早已不是头号难题。教育和医疗支出、就业和收入增长，才是他们最为关心的问题。我觉得，再怎么“体验饥饿”，也不如实地探访困苦的效果更好。

就像前一阵子红火的“冰桶挑战”，虽然玩的人不少，但多是把这当成游戏，实际捐款的人并不多。包括IT大佬和各界名人所捐出的几百万捐款虽然看着不少，但参考历年慈善捐款总数，在全年的慈善捐款中所占比例极小。而我国最著名的冻冻人——成立了浙冻人关爱基金的王甲，目前一个月的花销在6000元左右，为了给他看病，父母已花费近200万元。可见这些捐款连帮一个人都不富余。人们津津乐道的是名人被冰水洗头时的窘态，而很少关注浙冻人弱势群体本身，娱乐化的“冰桶挑战”白白浪费了大量水资源，却并未让多少患者得到帮助。

在基本已解决温饱问题的中国，体验饥饿也很难引起人们的共鸣。真要关心贫困弱势群体，不妨组织各界名人到贫困地

孩子是镜子

一个问题孩子的背后，往往是家长的不负责任

□ 李尚飞

哪怕你不去刻意专注，类似的报道还是会不期而遇地进入你的眼帘：一位父亲，盛怒之下失手打死了自己的孩子；一位母亲，将孩子打得体无完肤，惨不忍睹；至于孩子因受不了父母的责罚而离家出走的消息，更是不胜枚举。每看到这些，都让人难过不已。

孩子是家庭中的一员，孩子受到严重的伤害，那么，这个家庭也将面临困局，哪怕事后加以补救，已经造成的裂痕也是短期内很难弥补的。这，当然不是家长教育孩子的初衷。一位家长能够使用各种方法对孩子进行教育，最起码说明他对孩子还是关注的，还是抱有期望的。看到孩子身上的种种缺点，“怒其不争”，进行教育，也是可以理解的。对孩子进行必要的教育，这是家长义不容辞的责任，但是，如果教育以殴打、伤害、侮辱的形式来表达，那么，

离饥饿多远

再怎么“体验饥饿”，也不如实地探访困苦的效果好

□ 杨国栋

中国扶贫基金会是世界粮食日和首个国家扶贫日期间开展了“饥饿24小时全民公益活动”，让有条件的人在16日晚到17日晚8点切身体验饥饿，以此表达对17日至全世界饥饿人群和贫困弱势群体的关注。虽然中国扶贫基金会副秘书长表示，健康人连续24小时不进食不会有大的问题，但我觉得这么干肯定不会对身体有什么好处？而且还要表达对饥饿人群和贫困弱势群体的关注，也用不着用自己的身体健康下赌注。

就算连续24小时不进食会有什么后遗症，也没必要故意饿肚子。饿肚子不好受，大家不用“体验饥饿”也都知道。这本来就是常识，无须亲身体验来证实。“饥饿24小时全民公益活动”之所以会被网友讥讽为24小时“饥饿游戏”，也无非是因为这样做非但无法让更多人关注和帮助贫困人群，还可能

奇迹无关强弱

即使生命再弱小，我们都有机会创造奇迹！需要的，也许只是我们独特的眼睛和包容的心

□ 程刚

在浩瀚如海的大沙漠里，小小的梭梭树是征服沙漠的强者，它们总是蔓延成片地生长，给荒芜的沙漠增添许多生机和活力。

人们不禁会想，梭梭树能在恶劣的环境里生存，必然有过人的本事和强大的生命力。恰恰相反，梭梭树生命其实非常脆

神剧来自编剧

“电影成本”的概念并非仅限于简单的投资数额，还涉及其他很多金钱无法计算的成本

□ 梁剑箫

从去年热映的《北京遇上西雅图》、《中国合伙人》，到今年的《小时代3：刺金时代》等，不少中小成本影片正成为一匹匹黑马，吸睛又吸金。投资不多的它们为何会超过大成本、大制作？

我认为，电影成本投入看似庞杂，实际都不离三点，即满足受众群喜好的电影剧本创作、导演技巧以及演员表演功力。此三者之紧密结合，成为影响电影成败的“三驾马车”。

剧本是一部电影的灵魂。主角角色的确定、拍摄场地的选择、高科技手段（航拍、3D效果等）的介入、后期制作发行甚至广告投放，都以剧本内容为判断甄别电影能否获得市场青睐的源头。

电影的主创人员在策划拍摄一部影片前，都会聚于一处，从剧本的每个细节入手，进行市场预估，对电影上映后能否赢取票房作出初步判断。毫无疑问，这是并不可靠的主观判断。尽管每年权威部门都会及时公布最新的电影受众情况统计，以便电影从业者第一时间掌握主要受众的年龄层和文化水平等资料，设计出符合特定受众需求的电影剧本，不至于做赔本买卖。这依旧无法避免大量电影吃力不讨好的窘境。原因明显，简单的统计数据无法完全指出电影题材的未来走向，更不能展现观众在接下来的日子里会偏爱哪种类型的影片。电影主创人员只能“摸着经验过河”，最直观的经验就是来自于对剧本的选择。

剧本和票房、资金挂钩之后，就不是一部单纯的文学作品了。它里面的每一个字都会变得举足轻重，对时成本就有限、以分钟计算投入资金的电影来说更是如此。大到整体的故事结构，小到一场打戏、一句台词，都会被投资方、制片人、导演、编剧和文学统筹反复斟酌推敲，一改再改。剧本里某场战争戏是否推进了整体故事脉络的发展？是否值得拍摄？某个需要大量群众演员参与的群戏场面是否有必要？每一场戏的成本，在编剧写作时就已经伴随着他的灵感呼吸共命运了。在票房竞争日益激烈的环境下，如何写出既扣人心弦新颖诱人又能避免大量财力的电影就成为每一个编剧梦寐以求的职业目标。

即使编剧妙笔生花，写出来满足上述种种要求的好剧本，依旧面临进一步挑战，即导演和演员对剧本的把握和拍摄功力。一个好的电影剧本如果缺乏好导演好演员的驾驭，未必会成为一部好片子，甚至会成为一部烂片。当年，《让子弹飞》红极一时，除了剧本自身独特的结构设置和经典的台词搭配，还有导演和演员对剧情的完美契合。导演须对剧本要表达什么，如何表达，对带动全剧高潮的几个“大事件”精准把握，再指挥演员将故事的内涵、人物的性格和精神世界精确演绎出来，才能算是对一部电影的真正收官。

缘此，“电影成本”的概念并非仅限于简单的投资数额，还涉及其他很多金钱无法计算的成本。中小成本电影在票房大战中赢得所谓“大手笔制作”也就不足为奇。

