



6天30亿元,同比增长67%,“史上最强春节档”新鲜出炉。上班第一天恰逢情人节,电影票房继续膨胀。7天36亿元,相当于去年全国电影单月票房的平均值。

一周跑完一个月的路,这速度自然可喜可贺。另一个现象同样值得关注,那就是现实题材影片的匮乏。有望改写票房纪录的《美人鱼》虽关注环保问题,却用一个虚构的奇幻故事来演绎;《西游记之孙悟空三打白骨精》重新解读了西游传奇;《年兽大作战》讲的是年兽为拯救春节在人间经历的奇异冒险故事;《澳门风云3》是部脑洞大开天马行空的赌片。热热闹闹的春节档,是远离现实的奇幻试听盛宴的大获全胜。

现实题材的缺失,不独春节档独有。往回数,有《捉妖记》《大圣归来》《万万没想到》《寻龙诀》开路;往后看,还有武侠片《卧虎藏龙2》、动画片《青蛙王国2》接棒。在电影票房井喷的2015年,叫座的电影不约而同地驰骋在虚幻的世界里。

现实题材的影片本来就寥若晨星,又往往在市场上遭受冷遇。贾樟柯的《山河故人》,讲述了大时代变迁下的人心与人情,口碑再好,票房也只有区区3200万元。文艺片当然不能与商业片比拼票房,但现实题材的市场悲情却是不容回避的现实。

今天“别人家孩子”

明天“别人家父母”

□ 李尚飞

家长更应该重视的,是孩子自身成长过程中的纵向比较

我曾经做过一项调查:对于父母的各种教育行为,作为子女,最讨厌的是什么。结果答案出奇地一致:孩子最反感的,就是父母拿自己来与别人的孩子比较。“别人的孩子”,成为了孩子成长历程中的梦魇。

那一句句“你看某某”“你看人家”的背后,是一种极易引起我们注意的教育恶习——攀比。

作为父母,之所以这样做,原因很多。有的出于对自己孩子的不满,因为孩子没有自己想象中的那么出色,或者没有完全地达成自己的意愿;有的出于对孩子的“鼓励”,试图借助于优秀的榜样,让孩子向他们效仿学习;有的纯粹就是一种习惯,就是一种下意识行为,没有其他高明的教育方法,只有不停地比较。

其实,不论怎样的孩子,都有他的优秀之处,也有他的欠缺之处。把“别人的孩子”挂在嘴上的实质就是,拿自己孩子的短处,去与人家的长处相比较;拿自己孩子偶然的表现不如意,去与人家偶然的表现优异相比较。然后要么反身斥责,要么唉声叹气,要么满脸绝望,要么怒其不争。不平就产生了,心态就失衡了,却丝毫没有想到,这种行为对自己的孩子伤害有多大。

孩子会觉得委屈:我也在努力呀,怎么在爸爸妈妈的眼里总是不如别人呢?会觉得愤怒:既然别人的孩子好,你们为什么不把他们找来做自己的孩子?会觉得沮丧:原来在父母的眼里,自己如此差劲,连别人的小指头都比不上。不论父母比较的目的如何,总体来看,效果都与想象中的相反。这一教育行为一旦出现,就是对孩子自尊的强烈打击,伴随着孩子的,都是不解、愤恨、自卑、压抑,甚至有的,还会出现极端仇视“别人的孩子”的情况。

卢梭说,教育即成长。成长说到底,是属于生命个体的事情,是属于孩子自身的事情。这,是教育的本质。什么样的孩子才是好孩子?它同样存在于比较之中,但却不是与“别人的孩子”的比较,而是自己与自己的比较。中国传统教育最为优秀的地方就在这里:“苟日新,日日新,又日新”,只要个人不懈地努力,每天都有新的收获、新的提升、新的领悟,就是最好的人生表现。因此,所谓的成长,其实就是一种超越——超越旧有的自己,不断地发展,日胜一日地变得智慧、明达、高尚、丰盈,最终让生命趋于圆满。对于一个人年龄幼小的孩子,他昨天没做好的事今天做好了,他原来有一个不好的习惯现在改变了,他过去有点消极怠惰而今相对变得积极勤快了,这就是很好的成长。而作为家长,更应该重视的,就是这种孩子自身成长过程中的纵向比较。

试想,如果孩子整日将“别人的父母”挂在嘴上,这又叫人情何以堪啊。

火爆的票房亏欠了谁

□ 姜苑

电影欠了观众一份现实,观众欠了电影一个要求。一个健康向上的电影消费,需要市场和观众的共同进步

当不现实的故事主宰了现实的票房,似乎透露出某种心照不宣:在当前的电影市场中,非现实的题材远比现实故事更稳妥,也更有利可图。

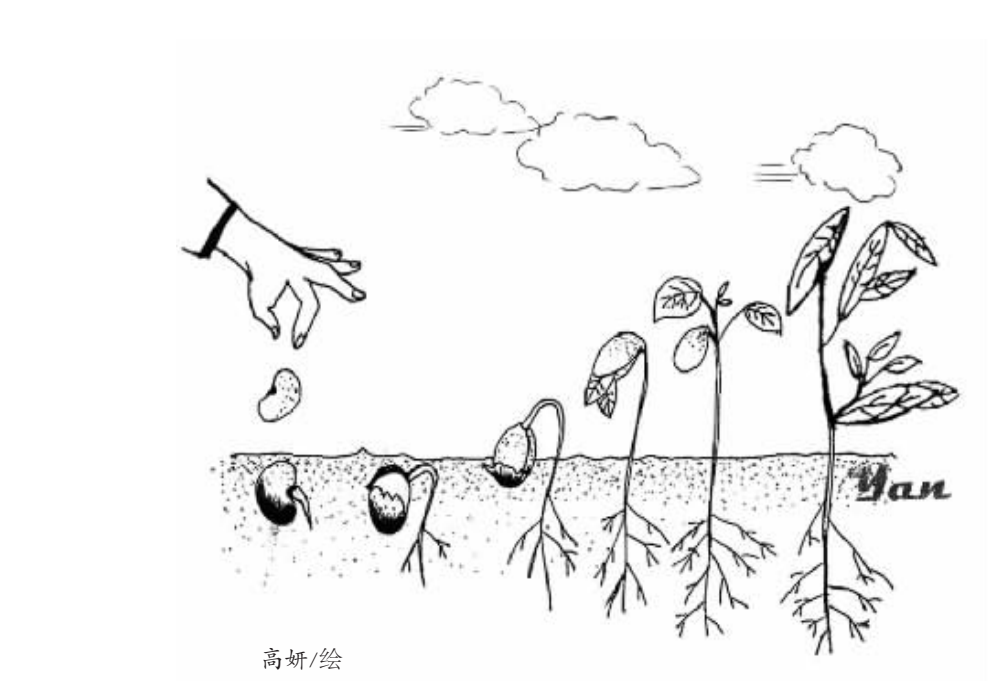
这样的判断自有合理之处,也有市场统计数据为证,可谓有理有据。但是,再绚烂的市场表现也不该成为电影发展的一票否决权。只盯着市场的风向标,瞄准市场的喜好,就容易忽略电影的文化担当和价值引领,票房和口碑分化的尴尬就是这种失衡状态的典型写照。

市场的特点,就是以客户为中心。客户喜欢看什么,就拍什么就排什么。当主流观影人群的接力棒交到90后手里的时候,电影市场为他们量身定做了这样的成长故事:主人公有神奇的际遇和超常的能力或潜力,在奇幻的妖怪精灵、仙境魔宫中演绎正邪大战,在拯救人类的同时寻找和显示自己的存在

感。多数卖座奇幻大片中,都可以找到这样的模式。相比脚踩大地的现实叙事,天马行空的架空故事有更充分的想象空间、体验空间以及娱乐空间,也更符合当前青年群体的二次元文化需求。

投其所好的另一面,是顾此失彼。无论大城青年还是小镇青年,在电影里都看不见他们脚下的生活了。看不见城市的悲欢离合,更看不到农村的喜怒哀乐,连《失恋三十三天》这样的现代小品也难得一见了。至于变革中的阵痛,矛盾中的人性,独具特色的时代人物,深厚的中华审美理想,更是在电影中难觅踪影。旁观了别人的想象,远离了自己的当下,电影真的成了一个无所依傍的梦境。

随着资本跨界、技术更新、市场变革的强势推进,电影市场的提速有目共睹,电影品质的提升毋庸置疑。遗憾的是,与电影产能和渠道的快速扩张同步的票房增长,并没有带



高妍/绘



高颜值

当与高智商、高情商相得益彰,才能打造出有口皆碑的好剧

世说

只要目标仍在、不断前行,发展中的每一个矛盾都别具意义,经历的每一次阵痛都是充满希望的生机



“只要目标仍在、不断前行,发展中的每一个矛盾都别具意义,经历的每一次阵痛都是充满希望的生机”

年年到三亚,心中总有些纠结。除了碧海蓝天,这还有些别的“景致”。走着走着,身旁的男子突然“噗”地朝地上吐了一口“血”,接着健步离开。汗水遍布地面,旧的被太阳晒干,很快新的又被谁吐出来,令人心惊肉跳。有些公交车也有特色。几年前是农户挑着担子就上车,你一转头,很可能就与鸡鸭对视;如今是司机拒载拿行李箱的乘客,因为多占了空间,车票会少收几元,有时还附赠高声抱怨,嫌老年人上下车动作慢。这样的“景致”与绝佳的气候风物摆在一起,再想想“国际旅游岛”的目标,怎不令人纠结?

三亚人看着外来人,也在纠结。几十万东北“候鸟移民”年年来过冬,占了当地人口的半壁江山。当地人坐在自家门口,皱眉看着“候鸟们”跳广场舞、扭大秧歌,感叹房子、吃食都在涨价,还有一批批东北商户来做买卖,当地人憨厚朴实,生意做不过人家。更重要的是

恶却是浅表的、浮夸的,是编剧编出来、演员装出来的,真的没有一点说服力。这样低幼的电影电视偏恰皆是,《女医明妃传》的智商绝不是最低的,至少也是个中等水平。

这几年,电视剧的“好看”指数直线上升,《甄嬛传》《琅琊榜》的成功,为一众从业人员指明了方向,小鲜肉、老干部一个比一个颜值高,服(装)化(妆)美(术)一个比一个用心。

然而,《甄嬛传》之所以奉为佳作,许多人反复刷看,画面华美养眼是其表,对人性深刻的洞悉和描摹才是其核。你且看,宫里不同等级、不同身份之人的言谈举止、气度教养都对位准确,哪位娘娘表面上不是优雅贤惠,知书达理、温婉动人?各种较量博弈,哪一件不是表面波澜不惊,暗底电闪雷鸣?哪一桩没点审时度势、运筹帷幄的真本事能做成?同样包装精美的《芈月传》为何遭遇差评如潮?“傻白甜”的人物设置缺乏的不仅是智慧,还有与之相应的可信度和合理性。

爱美乃人之天性,影视作品追求颜值,追求服化美的高精尖不是坏事,对于

阵痛过后是生机

南北文化不和谐,很容易就引起误会。城市管理者的心理也很微妙。有政府人士私下表达忧虑,三亚这个养老圣地吸引了不少老年人,可这一大群的消费太少,出门坐公交车,上景点自备面包,连瓶矿泉水都不买,资源占用了,消费却拉不起来。同时大批度假房盖起来、卖出去,市场繁荣了,但人口急剧膨胀,配套的医院、教育、交通、停车场等公共服务设施建设跟不上,城市建设压力很大……

然而,在每一年的纠结心情中,人们都会发现新的变化。新的道路铺好了、新隧道开通了、环岛高铁建成了;外来人口越来越多,当地人因而兴旺了生计、盖盖了小楼;老年人的聚集引来了几孙归巢,三亚成了更多人举家团圆的第二故乡,度假经济的红利越滚越大;政府争取留住更多外来人口,提升管理、提倡融合,管理手段和视角都更加科学理性。种种纠结仍在、矛盾仍在,但向上向好的步伐从未停止,

来叙事缺陷和题材短板的同步飞跃。不仅如此,在资本和市场的诱惑之下,对于现实生活、底层社会和个体生命,电影不仅没有给予深切关注和温情守护,反而表现出了有意的冷漠和忽视。

当前,电影市场正从一二线城市向三四线城市的快速扩张,中国电影市场坐二望一进程不断加快,电影将在大众文化生活中扮演更重要的角色,也将在中华文化的世界影响中承担更重要的任务。如果任由奇幻的故事唱主角,任由娱乐成为电影的唯一功能,即使中国电影成长为巨人,也将是跛足的大而不强的巨人。

电影欠了观众一份现实,观众欠了电影一个要求。佳片的不足和观众的宽容已经成为一种恶性循环。没有了现实土壤的滋养,没有了时令食材的输送,没有了对今天真善美的弘扬和假恶丑的鞭挞,主打单调的速食类影片的时代,不会必然走向电影的高品质时代。观众的宽容也渐渐演变成任性,看似是相逢开口笑过后不思量的潇洒,其实是在纵容市场的类型化重复,更是在损害自己的文化肠胃。食物的多样化才会带来营养的全面均衡,精神营养也是如此,需要多样化的有营养的影片的合理搭配。一个健康向上的电影消费,需要市场和观众的共同进步。



俭是一粒种

俭是一粒种,它虽然不起眼,但不经意间却能长出一棵茁壮的苗。“俭则可以成家,俭则可以立身。”“国以俭得之,以奢失之。”家不可缺少它,国更应传承之。俭这粒种,不可小觑啊!

□ 赵 婷

提高全民的审美情趣助力颇多。然赏心悦目,悦目之余还须赏心方能长久。观剧如交友,美色固然是吸引关注的不二法宝,但若想从萍水相逢发展成为知己(或红颜知己),总要有志趣相投、为人倾慕之处。观剧亦如打球下棋,双方旗鼓相当,才有兴致;对手技高一筹,自己时有进步,才愿追随。如果对手空有一张俏脸,却走不上一个回合,长此以往乐趣何在呢?

剧中千变万化,无一映射着现实中的困境与焦虑,编剧必须比多数观众更智慧,更高明。如果自身才识有限,或一味看低观众,通过把剧中人物简单化、低幼化来解决问题,真是自绝于观众。高颜值当与高智商、高情商相得益彰,才能打造出有口皆碑的好剧。腹有诗书气自华的道理,在电视剧上同样有效。这一大波的古代偶像剧,秀外已经很稳定了,慧中之路却还很漫长。我理解漂亮演员易找,好剧本难求。也正因此,投资方、制作方须把请男神、制服装的注意力和银两多匀些给好剧本,才是正道。

□ 栾笑语

不管是百姓还是政府,都日渐善于与矛盾和平共处,在纠结中安之若素。这是一种平和的心境,也是一种发展的态度。在经济社会发展转型的大背景下,恐怕没有哪个城市、行业的进程会一帆风顺,甚至每个升斗小民的生活细节都有时代阵痛的影子。要接受经济增速放缓带来的心理落差,要壮士断腕般地去过剩产能,要不断弥合社会保障的差距,要面临人生道路的再次选择……有的难题需要艰难而迫切地改变,有的则需要更多时间和空间的磨合,但只要目标仍在、不断前行,发展中的每一个矛盾都别具意义,经历的每一次阵痛都是充满希望的生机。在三亚,行走在背街小巷感受市井,或倚在酒店阳台眺望海滩,人们看到的图景是不同的,这取决于观察者的位置、当下的心情以及解读的角度。当我们拉开点距离再看这个时代,看到的不仅是时代焦虑,更有勃勃生机。



适应预约时代

□ 华 实

以推行预约挂号为契机,解决医改更深层次的问题,是人们对着病“预约”时代的更大期待

就像坐飞机一般都需要提前订票一样,以后上医院看病也会需要提前预约。有消息称,今年年底前,北京22家市属大医院全部取消现场放号,届时除急诊外,市属大医院窗口不再提供挂号服务。这意味着,看病就诊将全面进入“预约”时代。实际上,这次挂号变革并非心血来潮,而正是医改“在路上”的一个重要体现。自去年6月起,北京儿童医院就开始试点非急诊全面预约,除影响生命体征的急诊病症外,其余患者均通过手机APP、微信、电话、网络或现场自助机等方式进行预约就诊。

就在前几天,笔者刚巧有了一次与“预约就诊”亲密接触的经历,可以谈谈个人感受。儿子的鼻炎犯了需要看医生,我的第一反应是按原来老习惯跑到北京儿童医院去排队挂号,到现场时发现已不见排队长龙,而是被工作人员引导到自助机上查询挂号,结果是当天已经没号。无奈之下,只好根据医院明显的提示扫码安装了手机APP,想试试正推行的预约挂号新渠道灵不灵。颇为惊喜的是,第二天一早,竟通过手机预约上了当天的号。跟过去半夜起来排队挂号相比,真是省时又省力!尝到甜头之后,接下来的日子我又多用了几次,却也渐渐体验到了些不足之处。比如,有时再三刷新,手机屏幕上却总显示“网络不给力”,眼看着号源就没了;一些热门科室的号还是很难挂上,常常显示“号源为零”。再往细里深里想想,“预约就诊”确实是一项缓解“看病难”的有效举措,也可以在很大程度上遏制“号贩子”,但要全面迎接看病“预约”时代,医患双方还有很多功课需要做足做实。

对医院来说,预约挂号能否被患者接受,“服务到位不到位”是关键。开展预约就诊,主要目的是改善医院系统服务功能,方便群众就医,因此人财物等各种保障措施一定要跟得上。包括配备相应人员和适当的装备,对门诊各科室和辅助科室之间的工作进行合理安排,做好服务流程之间的衔接等。从试点情况来看,有些就诊者不把预约挂号做首选,主要是因为知晓率低、对预约流程不熟悉、嫌操作程序麻烦等。此外,部分老年人和农村来的患者,习惯排队挂号,暂未接受或无法操作新的挂号方式也是重要原因。因此,医院还需要多站在患者的角度想一想,进一步完善技术手段,积极宣传引导,充分运用管理智慧和能力破除“预约就诊”的各种障碍。

对患者来说,适应看病“预约”时代,也需调整心态,行动起来,与时俱进改变就医习惯。过去是感觉“到现场的挂号窗口排队更踏实”,现在也要形成“看病先预约”理念,积极学会运用多种便捷的科技手段来挂号。过去总想着“有病就到最好的医院、找最好的医生”,现在也应走出小病“大治”的误区,视病择医。

进一步看,“看病难”的问题由来已久,期待一项新政出台能从根本上解决顽疾,也不太现实。预约挂号仅是挂号方式的调整,而优质医疗资源短缺的现状并未改变。解决“看病难”,不仅要解决“挂号难”,还涉及优质医疗资源的壮大、医疗保障体系的完善等诸多方面。因此,以推行预约挂号为契机,加快推进分诊体系、层级诊疗,解决医改更深层次的问题,也是人们对看病“预约”时代的更大期待。