

爱出者爱返,“大眼睛”方能持续发光



本报评论员
陈江

希望这场用爱和奉献筑就的梦,一直延续下去,为更多的“大眼睛”带去希望。

说起希望工程,很多人会想到一张海报,想起海报上那双闪闪发光、饱含期盼的大眼睛。

这是当时年仅8岁的女孩苏明娟的眼睛。1991年,希望工程海报上这张照片一经问世,就牵动了无数国人的心,这双清亮纯真的大眼睛便刻在了人们的心头,成为记忆里的一道希望之光。希望工程的意义,捐资助学的精神,都通过这张海报表现无遗。

这张照片,也彻底改变了“大眼睛”女孩苏明娟的人生。

据人民日报客户端报道,在无数爱心人士的帮助和感召下,苏明娟小小年纪就踏上了公益助人的道路。上学时,她帮助其他贫困学生;参加工作后,她把第一笔工资全部捐给希望工程,此后每月捐出收入的一部分;每年,她还拿出1000元资助贫困生,从未

间断。

30年前,她身处逆境;30年后,她涅槃重生。两年前,她设立了“苏明娟助学基金”,参与援建了两所希望小学,致力于帮助更多的贫困学子。

30年的漫长时光里,苏明娟在无数双眼睛的注视下,一路收获着帮助、掌声和鲜花。她没有迷失,依旧是那个淳朴本分、不卑不亢的“大眼睛”。她身体力行,爱出者爱返,努力将善意和希望传递下去,实现了从受助者到捐赠者的转变。

8岁时的苏明娟生活在贫困地区,这是她的不幸;因为一双羞怯而充满渴望的“大眼睛”被关注,命运发生逆转,这是她的幸运。可以说,公益助学的使命就是苏明娟的福音。得益于全社会的关注、资助,无数失学儿童得以重返校园,圆了求学梦,苏明娟

就是其中的一员。苏明娟不仅是希望工程的代言人,也是贫困儿童不屈服于命运、拼搏上进的代言人。

苏明娟的人生出彩,是公益助学事业推进的必然,也是个体努力的必然。扶贫先扶智,授人以鱼不如授人以渔,教育不仅从根本上改变个体命运,更具有塑造人格的力量。故而,我们看到:苏明娟从泥泞中拔出来了,不忘帮助贫苦弱小群体。这一系列义举折射出的价值观,将善意的温暖与家国情怀相呼应,成为时代变迁中一代人视觉里的光亮,托举起这个社会的希望。

“因为自己淋过雨,所以想给别人撑把伞”,这是“助学筑梦”时代光影中打动人心的细节。希望这场用爱和奉献筑就的梦,一直延续下去,为更多的“大眼睛”带去希望。



特约评论员
谢军

相较于流量、资本,演技、艺德才是艺人行稳致远的法宝。

流量不是真功夫,“塑料演员”走不远

“他们不是文艺界的,而是流量界的,是被包装炒作出来的‘塑料演员’!”近日,中国电影家协会主席、国家一级演员陈道明在北京一次文艺座谈会上的发言视频刷屏了。陈道明发言称,当前的一些流量明星,都是被炒作出来的“塑料演员”,和艺术毫无关系。

优秀的影视演员无一不具备良好的文化底蕴、出色的演艺技能和高尚的道德修养,尤以艺风艺德为重。他们的高素质不是与生俱来的,离不开夜以继日的积累和努力,诸如王劲松、冯远征等老戏骨,勤学苦练提升演艺水平,修身守正塑形聚粉,拓展了演绎舞台、延伸了艺术生命。

与此形成鲜明对比的是,一些流量明星“拍戏靠抠图”“对白念数字”“啥都用替

身”……说那些流量明星是“塑料演员”,一点都不为过。他们没有演技可言,可出镜率很高;他们出演作品鲜有好评,片酬却高得离谱;他们连台词都背不好,却还能成为顶流。

一份职业,一份职责。无论身处哪个圈子,想要出彩,既不能缺少真功夫,更不能没有好品德。演艺明星想要站稳舞台,必须脚踏实地。众多老戏骨哪怕技惊四座,也是数十年如一日敬畏舞台、默默奉献。

而一些所谓的流量明星却对演技与艺德毫无追求,他们没有真本领、硬功夫,更没有想着补上演艺必修课;他们没有为社会带来自强不息、积极向上的正能量,却在公德、私德上频频“失态”,从人品到艺品不断刷新下限;他们不敬畏职业伦理,仗着流量任性

放飞自我,践踏职业伦理的红线,甚至触犯法律。

而今,净化演艺氛围成为社会热门话题。从中央到地方,各主流媒体接连发声,反对流量至上,抵制唯流量论;监管部门也行动起来,严格制度约束,以雷霆之势重拳出击。与此同时,流量明星由于影响了优秀创作者的声誉,遭到同行和观众的一致抵触。

这些都释放了鲜明的信号:相较于流量、资本,演技、艺德才是艺人行稳致远的法宝。艺人想要在演艺舞台上继续保持精彩,必须坚持演技与艺德双修,要多点责任心,少点“任我行”。

只有守住个人品行,锤炼个人演技,拿出优秀作品,塑造经典角色,艺人才能真正为观众喜爱,才能使自己的演艺事业常青。



特约评论员
何勇海

追求美是每个人的本能,只有追求学识、能力、素质,让自己由内而外地美,才是真的美。

“少儿美妆博主”这股歪风,该刹一刹

教化妆、代体验、防踩坑,一些靠谱的美妆博主是不少爱美人士的心头好,也受到诸多美妆品牌的青睐。然而,这股美妆风过早地刮向了孩子。据新华社报道,近期社交媒体平台上出现了一批打着“全网最小美妆博主”“跟着萌娃学化妆”等噱头的少儿“网红”。背后的成年人赚得盆满钵满,表演和观看的未成年人却可能因过早接触成人世界而三观迷失。

美妆博主是在社交媒体上教人化妆、穿搭的人。对于许多化妆小白来说,美妆博主是他们变美路上的导师,有的美妆博主以其强烈的化妆风格、鲜明的妆容特色,成为受人追捧的人气博主。在越来越多的美妆博主中,出现了少儿的身影,他们忙碌在抖音、B站等视频平台,有的教人“妆”嫩,有的教人“妆”成熟。据报道,某00后小学生的化妆视频火爆网络,化妆手法十分娴熟,浓妆艳抹。

为何会有少儿做美妆博主?一方面,随着生活水平提高以及对美的不断追求,化妆

不再只是成人的专利,少儿也要化妆,且不只是在舞台表演时。由此,少儿化妆品得以大发展,口红、眼影、睫毛夹、高光、腮红等应有尽有,一些孩子或其家长不知怎么使用,就需要同龄美妆博主示范。另一方面,随着少儿化妆品行业的成熟程度越来越高,有竞争也要有推销,少儿美妆博主就有了用武之地。

然而,少儿做美妆博主,具有较大的危害性。一方面,他们的皮肤比成人娇嫩得多,长期化妆特别是不当使用化妆品,可能会对皮肤健康产生影响,出现皮肤疾病,甚至可能影响发育。有些化妆品中有重金属、激素等成分,长期使用,会产生累积效应,比如雌激素吸收过多,可能会导致孩子青春期的经期提前。

另一方面,少儿做美妆博主,并诱导其他孩子过早化妆,可能导致他们忽视对内在知识、智慧、涵养的追求,容易产生“颜值焦虑”。毕竟,他们的价值观远远没有成熟,对审美价值缺少理性思考。这些年来,受“颜

值即正义”等思想的影响,不少人迷失自我,未成年人更容易受到干扰。

对于少儿美妆现象,学校、家庭、社会要加以正确引导。要让那些小博主等未成年人明白:追求美是每个人的本能,只有追求学识、能力、素质,让自己由内而外地美,才是真的美。

相关部门要加强宣传和执法。利用孩子做美妆博主,帮助化妆品做广告,是一种违法行为。根据我国广告法,在针对未成年人的大众传播媒介上发布医疗、药品,保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告,是不被允许的。少儿化妆品商家不能无视法律规定,把孩子当作营销工具。



扫一扫
一起来评论