

明星做公益 走点儿心吧



天天娱乐

□张莹

这些天,杨幂“诈捐”的话题持续升温。“诈捐”这个词于明星并不陌生,很多明星都曾卷入“诈捐事件”,赵薇、章子怡、杨澜等明星的公众形象曾由此大打折扣。明星做公益本是好事,为何给自己惹上麻烦?在我看来,不走心是最大的问题。

杨幂的“诈捐”事件,起源于2015年10月《我是证人》的电影宣传。杨幂在影片中饰演了一个双目失明的实习警官,正是基于此,有个叫李萌的中间人,邀请杨幂参加帮助盲人的“白手杖”公益活动。杨幂在电影宣传现场表示,为成都市特殊教育学校的盲人孩子捐献100根盲杖、50台盲人打字机,但两年过去了,捐助并没有到位。此事曝光发酵后,杨幂方晒出了聊天记录,称给盲人的物资捐赠,是中间人李萌主动提出希望以杨幂的名义进行捐赠,杨幂工作室强调具体捐赠工作由李萌负责安排,杨幂和工作人员都相信李萌已经完成了捐赠。

这就出了一个很大的bug,李萌替杨幂捐助四五十万的物资,图啥?明眼人一看就知道这笔钱该由谁出,可惜最后演变成了一场所谓

“鸟龙”。明星做慈善最后演变成“诈捐”事件时有曝光,究其原因,不走心是根本问题。想想看,杨幂在《我是证人》的宣传现场,已承诺给盲童捐赠,随后的新闻报道也有图有真相,作为捐赠人,杨幂需要支出善款,怎么可能不过问事态的发展?不走心,一是没有认真落实“承诺”,以至于开了空头支票;二是压根儿就没想有这笔慈善开支,摆摆样子刷刷脸罢了。这次,成都市特殊教育学校的孩子们较真了,曝光捐赠不到位,事实上也是监督明星公益慈善能否落到实处的问题。不管杨幂和负责捐赠的中间人之间到底出现了啥问题,作为公众人物,既然有了承诺就应该做到,尤其在公益慈善方面,空赚“人设”一旦曝光会大大损伤自身形象,好在杨幂已经补齐了捐赠。

最近一篇朋友圈文章感动了无数人,《浙江卫视最火女主持人消失十年,卖了房子欠了债,只为这些人》讲述了一个叫亚妮的当红主持人,用十年时间关注记录“没眼人”的故事。我这个年龄的中年人,对亚妮还是有印象的,十多年前她是主持一姐。当十多年的时间足够抹掉大家对一个主持人的记忆时,亚妮带着纪录片《没眼人》回来了。十年时间,亚妮用镜头追踪了一群“瞎子”,一群演唱保存左权民歌的“没眼人”。1940年,八路军抗日前线总指挥部设在左权县麻田

乡,为了突破日本鬼子的封锁,八路军把游唱太行的“没眼人”组织起来,以唱曲为掩护,刺探军情、宣传抗日,他们成了一支特殊的情报部队。虽然没有编制、没有档案、没有记录,在太行山卖唱,行走于茫茫大山,但他们却保存着辽州小调完整的曲牌曲目和原生态的演唱方式。如今,左权民歌已经被纳入中国非物质文化遗产名录。

人们之所以感动,是因为亚妮默默无闻的奉献,她用真心去帮助需要帮助的人,为记录他们保存的文化财富,不求回报。像亚妮一样,很多明星的公益慈善是走心的,他们低调为需要的人捐款,捐物,提供帮助,在没有被曝光时我们无从知晓。倪萍、孙俪、江一燕等明星的慈善义举,都是在多年后被无意曝光的,这才是走心的公益。“诈捐”风波一次又一次掀起,明星们是不是该扪心自问一下:做公益走心了吗?!



印度电影汹涌而至,我们该学习什么?

宝莱坞:讲好本土故事才有力量

像陡涨的潮水,印度电影拍岸而来。近有热映的《起跑线》《小萝莉的猴神大叔》《神秘巨星》,去年有超高口碑和13亿元票房的《摔跤吧!爸爸》,再加之早些时候的《三傻大闹宝莱坞》《我的个神啊》等片,印度电影不仅在中国内地影市屡创票房神话,也颠覆着国人对宝莱坞的认识,大家惊呼:感受到了来自印度的一个个“朴实的好故事的力量”。

印度电影改头换面

早前,大部分中国观众对印度电影的认知,还定格在30年前。用宝莱坞自己的话来说,那时印度电影奉行的公式为:三小时片长+穿插六首歌曲+舞蹈的华丽场面。进入本世纪以来,随着新一代中产阶层观众的崛起,印度电影已经在转型升级。

2000年以来,印度电影正在随经济起飞而逐步转型,爱情歌舞片风潮渐退,在阿米尔·汗的《摔跤吧!爸爸》《我的个神啊》等电影中,总能找到新现实主义的影子。它们不炫技、不夸张,关注普通人的价值,寻找淳朴和日常生活的戏剧性,充满对现实的讽喻和批判。

从美学上讲,印度电影是抒情的慢板。它像双面镜,一面

是混乱、多元、充满动荡的活力感,另一面则是安详、散漫、固守传统的凝止之美。这种理性和感性的平衡之术,使印度电影天生具备打通过去和现在、衔接农村和城市、穿越东方和西方的能力,始终保持着异质的审美特征。

印度电影思想深邃,具有高度的思辨性。《三傻大闹宝莱坞》直指印度教育问题,指出“任何教育制度下的自杀,都是谋杀”。《神秘巨星》中,少女突破歧视和阻挠,向母亲含泪表白:“做梦是人的权利,醒来就是为了实现梦想。”这些台词具有穿透银幕的力量。在印度新现实主义电影中,我们随处可见摄像机对现实的针砭,但它并不作高高在上的冷峻批判,最终揭示的主题还是信仰、和平和爱。而且印度电影极具丰富的想象力,即便是外星人题

材,也并没有拍成科幻片和灾难片,《我的个神啊》从外星人视角观照人类社会的怪诞,其主题之深刻,已远远超出了题材框定。

故事好才有共鸣

因为对歌舞要素的执着,宝莱坞电影恐怕是全世界最艳丽且最易识别的电影。如果说,20年前,印度电影中间插入6段歌舞算是一种“取巧”的话,那么,如今印度电影对歌舞场面已有所节制,不过歌舞音乐依然是情节的推手,并和故事水乳交融。《摔跤吧!爸爸》中,音乐和训练、比赛穿插在一起,成为电影中必要的声效,父爱的沉默不语也通过歌曲,以画外音的方式传达给观众。近百年来,印度歌舞同中国

功夫一样成为东方文化标志性的影像奇观。

印度电影让我们感同身受的,还有它无处不在的笑点。大部分印度商业片的主题是复仇和拯救,但调子都不灰暗,绝无血腥,洋溢着乐观的态度。它们擅长把严肃的内容作轻松化处理,《摔跤吧!爸爸》中的父亲和女儿,《小萝莉的猴神大叔》中的大叔和萝莉,我们从成对呈现的人物中经常看到关系的喜剧性反转。

全球化时代,电影作为国家软实力和文化输出的代表产品,在跨文化传播和交流中起着举足轻重的作用。市场越是全球化,故事越需本土化。印度电影提供了一条不同于好莱坞的发展道路,也为本土化叙事做了很好的注解。

今年2月,中国电影票房单月破百亿元,激起业内一

片赞叹。而印度电影半年来对中国影市票房的“贡献”,令人汗颜。无论是阿米尔·汗还是萨尔曼·汗,都带给我们震撼:扎实饱满的故事,朴实灵动的人物和明媚炽热的情感,每一部电影都拍得好看而感人。

跨越千山、直通人心的永远是最简单的东西,我们可以向印度电影学习的是本土化的叙事能力,它脱胎于宝莱坞近百年成熟的电影工业,却根植于南亚次大陆由神话、宗教和民族历史积淀成的富饶深厚的文化土壤。印度电影的逆袭再次提醒我们,从电影大国迈向强国,中国电影要走的路还很长,仅有全球性的市场贏不得尊重,仅凭重金加特效的大制作产生不了认同。

(金涛)