

我們需要什麼樣的偶像文化

通過選秀的方式，將普通人變成明星，這是最常見的造星綜藝形式。過去十多年，中國的造星綜藝經歷了技術層面上的不斷革新，粉絲投票的方式從發短信變為微信投票，舞美也融合了人工智能等高科技。在流水線般的“造星”模式下，催生了一批又一批“人造明星”。很多青少年把這些“明星”當作崇拜的偶像，穿衣戴帽、舉手投足、言談舉止，處處模仿后者。

偶像文化如火箭般躡起，已成為一種普遍的社會現象。偶像是社會風氣的指向標，其背後隱藏的是社會價值取向。那種主打“顏值”“炒作”“緋聞”“拜金”的偶像加工手法，很容易將觀眾尤其是青少年帶偏，讓價值觀尚未成型的他們深受其害。一些青少年，為了追隨自己的偶像而應援、打榜，耗費了時間金錢，荒廢了學業人生，偶像原本的正向示範意義完全無從談起。

當然，偶像文化也不是洪水猛獸，對待偶像文化，我們也不宜一味地制造焦慮、宣泄偏見。非理性的偶像崇拜會嚴重影響青少年的發展，而引導青少年理性對待偶像，可以幫助他們樹立正確的價值觀。因此，建立健康積極的偶像文化氛圍，應該是當下

社會的迫切需要。

偶像大都是媒體包裝和塑造出來的。大眾傳媒為什麼樣的人提供舞臺，制作什麼樣的節目，其實就是在推什麼樣的偶像、傳播什麼樣的價值取向。有的節目，讓嘉賓在舞臺上肆意炫富、賣丑；也有一些節目，將鏡頭對準廣大青少年身邊的榜樣。媒體不同的選擇，會塑造出不同的偶像，進而對社會產生截然不同的影響。我們需要的當然是能提供正向示範的偶像。比如，央視的《中國詩詞大會》讓當時的中學生武亦姝刷爆了朋友圈，同時也引發青少年對中國傳統文化的追捧。浙江衛視《少年國學派》中的李國仕，讓觀眾看到了“活”起來的國學，向人們展示了少年可期。

偶像讓人崇拜，但崇拜的不應是媒體賦予他們的各種標籤，而應是他們內在的品質、能力。同時，時代需要的是那些真正能啟發人、鼓舞人的偶像。相較於明星的遙不可及，身邊的偶像，也許能給人帶來更大的觸動和改變的決心。因此，健康而又可持續的偶像文化應該建立在對人們身邊偶像的不斷發掘上。就像浙江衛視的《鐵甲雄心》，緊緊圍繞青少年“燃”的內核，把鏡頭對準校園里着迷于機

甲科技的青少年，不僅讓觀眾在唱歌跳舞這些綜藝節目慣常的內容之外看到了不一樣的科技風景，也為社會進行了一次機器人知識的科普。更重要的是，節目塑造的都是“硬核”偶像——那些孩子，個個身懷硬科技，比如三位年齡不到11歲的小朋友共同設計出了非氣動彈射類鐵甲“海浪花”，來自哈工大的李蘊洲憑借初生牛犢不怕虎的精神，勇敢挑戰國外的冠軍鐵甲，所有這些點燃了無數少年的科技夢想，也讓人看到了中國科技未來的力量。

偶像是粉絲的榜樣，是粉絲想要成為的樣子。粉絲喜歡自己的偶像，就會在偶像的身上尋找前行的力量。現實生活中，有許多沒有站在聚光燈下，却依然勇敢拼搏的人。當他們成為社會的偶像，偶像和粉絲才能真正攜手前行，共同成長。我們希望更多綜藝節目能夠將目光投向那些普通却不平凡的偶像，多講述一些他們的故事，多彰顯一下他們的激情，無數個他們，就會匯聚成引導青少年向上、向善、向前的巨大力量。

(作者：賈磊，系資深媒體人、文化評論員)

(來源：光明日報)

影視股業績集體疲軟 八成預報淨利潤下滑

近期，影視相關股陸續發布2019年半年報預告。據新快報記者梳理，在16家已公布上半年預告的影視股中，有14家企業預虧，1家扭虧，1家略增，影視股的業績表現令人憂心。細看之下，影視股業績下滑與電影項目、市場環境密切相關。

■新快報記者許軒語

華誼兄弟淨利預虧3.3億元

在16家發布中報預告的影視企業中，有13家淨利潤同比下跌，占比達到81.25%，其中有7家跌幅超過100%。具體看，ST中南跌幅最大，中報預告淨利潤收入為-1.3億元，同比預降440%；其次為北京文化，淨利潤同比預降253.7%；華誼兄弟預告期內歸屬上市公司股東的淨利潤虧損近3.3億元，同比預降218.9%。唐德影視、當代東方、華策影視淨利潤同比分別預降186%、154.4%、120.7%。

被電視劇《巴清傳》拖累的唐德影視業績預告也不盡如人意。數據顯示，上半年唐德影視業績首次預告虧損，淨利潤虧損在7250萬元至7750萬元，同比下降180%-186%。

此外，北京文化、華策影視、ST中南、當代東方等影視相關股也都預告“首虧”。在《流浪地球》票房提振下錄得業績增長的北京文化，上半年淨利潤却預虧4800萬元至6800萬元。

在一片“虧”聲中，萬達電影以上半年預盈利4.8億元至6.2億元的業績脫穎而出。不過，雖然淨利潤錄得正數，但與上年同期相比依舊是下降了55%-65%。處於類似狀況的還有光線傳媒，今年上半年預

盈利8500萬元至1.05億元，但淨利潤同比依舊下降了95.02%到95.97%。

“期中考試”的“優等生”是奧飛娛樂和華錄百納，分別預報“略增”和“扭虧”，維持了盈利態勢。其中，華錄百納上半年淨利潤預計6100萬到6600萬，同比增長123%至125%。

電影項目影響業績

在業績預告中，華誼兄弟是淨利潤預虧最大的一家。對此，華誼兄弟表示，上年同期上映的影片《芳華》《前任3：再見前任》等取得了較高的票房收入，今年報告期內上映的電影《雲南蟲谷》及《把哥哥退貨可以嗎？》，收入較上年同期相比存在較程度的下滑。

優質影片的缺失，是華誼兄弟業績折戟的關鍵因素。除了爆款影片產出能力下滑，華誼兄弟今年還遭遇了上映前影片被撤檔事件。如被看好的電影《八佰》上映前突然撤檔，導致公司股價一度跌停。

北京文化也在公告中指出，業績下滑主要受電影項目收入確認周期影響。去年同期有《英雄本色2018》《芳華》等影視作品確認收入，而今年上半年，大熱的《流浪地球》等影視作品尚未計入業績。

無獨有偶，萬達電影同樣表示，業績下滑受電影項目影響較大，“2018年上半年電影《唐人街探案2》取得較高票房，本報告期內萬達影視主控電影上映較少，票房收入與利潤同比下降，導致公司業績同比變動較大。”

影視行業“寒冬”依舊

影視股“遇冷”與行業政策與市場環境脫不了關係。自天價片酬與偷稅漏稅事件發酵后，影視行業迎來了“嚴監管”時代。

今年7月，國家廣播電視總局再次點名“宮斗劇”“翻拍劇”，要求加強對宮斗劇、抗戰劇、諜戰劇的備案公示審核和內容審查，治理“老劇翻拍”不良創作傾向。

從市場表現看，受到電影票房影響，整個影視行業都很疲軟。據國家電影專資辦數據顯示，今年上半年，我國電影市場總票房為311.64億元，同比下降2.7%；觀影人次則從去年同期的9.01億人次下降到8.08億人次，降幅高達10.3%。

電影觀影人數及票房下滑，使得院線股業績也頗為難看。如幸福藍海，預計上半年淨利為0萬元-1000萬元，同比下降88.42%-100%，其在公告中提到，受全國電影票房下滑影響，公司自營影院票房收入有所下降。

在此背景下，不少影視企業打起了“自救”戰。其中，出售資產或采用多起手段融資為影視企業的新方向。7月3日，華誼兄弟擬以擁有的4家影院放映設備及附屬設備、設施，與河北省金融租賃有限公司開展售后回租融資租賃業務，從而拓寬融資渠道，盤活存量資產。再如長城影視，其在影視“寒冬”中擬將公司全資子公司諸暨創意園100%股權出售給優創健康，交易價格為3億元。

新華社白俄羅斯維捷布斯克7月13日電通訊：中國雜技在白俄羅斯講述絲路故事

新華社記者魏忠杰 李佳

13日晚，在白俄羅斯北部城市維捷布斯克舉辦的“斯拉夫巴扎”國際藝術節上，中國雜技演員表演的《絲路彩虹》受到當地民眾熱烈歡迎。

當晚的演出在維捷布斯克市中心的音樂廳舉行。早在演出前半個多小時，音樂廳外就已排起長長的隊伍，還有一些沒有買到票的人在劇院入口處等待退票。演出票多日前就已售罄，白俄羅斯民眾對來自遙遠東方的雜技藝術滿懷期待。

《絲路彩虹》以雜技為載體，加入故事情節，通過音樂、舞蹈、造型、服飾與雜技的有機融合，配以聲、光、電等表現手法，利用美輪美奐的舞臺效果演繹絲綢之路故事，講述古絲綢之路沿綫獨特的風土人情和文化傳統，表現了“絲綢之路既是商賈之路，也是友誼之路”的主題。

“斯拉夫巴扎”國際藝術節總經理拉皮茨基對表演贊不絕口。他說，如此高水平的中國雜技亮相今年的“斯拉夫巴扎”國際藝術節，有助於進一步提升藝術節的專業水準。

7月13日在白俄羅斯維捷布斯克《絲路彩虹》中表演。新華社發(任科夫攝)



中國雜技在白俄羅斯講述絲路故事