

《老师·好》触动师生间的“真”与“情”

近期,电影《老师·好》正在上映。看《老师·好》的时候,有一细节令笔者印象深刻:当片尾曲响起,上字幕,影厅亮灯,全场没有一个人离场,大家都安静地坐着,听着深情款款的男声唱“谁在爱你,你在爱着谁……”。屏幕的另一半,是一张张真实的毕业照,各个年代、各个地方,一样的青春面庞。观众们就这么安静地看着,直到屏幕上彻底什么也看不到,所有的声音都归于沉寂。

这样的情景,相信在很多人的观影体验中,并不多见。抛开别的不说,似乎可以这么断言,如果不是电影击中了观众心里的某个地方,或者说抓住了观众的某种情愫,要在影厅亮灯之后还能把观众们留住,并不是一件容易的事。

当然,仅凭细节说《老师·好》是一部尽善尽美之作,恐怕也不能令人信服。观影水平越来越高的网友们已经指出了影片的许多不足。毋庸讳言,就剧情来看,说生硬、不能引人入胜都可能还是客气话,事实上,电影本身讲的就是一个很糟糕的故事。女主角遭遇车祸最终残疾,男主角到最后不辞而别不知所终,同学们的命运更没看出有多少涅槃的可能。就角色来看,男主角苗老师也很难说是令人敬佩、讨人喜欢的好老师。他作风霸道,把体罚当家常便饭;他观念陈旧固执,就知道压迫学生提高分数,甚至戴“有色眼镜”看学生。

但就是这样一个糟糕蹩脚的故事,这样一个很不高大的教师,却给观众们带来了一场20世纪80年代校园生活的集体“回忆

杀”,让观众们笑中又含着泪,恨他(苗老师)又原谅他,让一部并不看好的校园生活电影,一跃而成为票房黑马,赢得口碑与票房的双丰收。究其原因,除却主演于谦高度入戏的表演和老戏骨的卖力客串以外,这部电影自有它本身的魅力。

一是艺术地再现那个时代的“真”——校园的天真、学生的率真、老师的真诚。二是炽热地表达了那个时代的“情”——爱生的真情、朦胧的爱情、互助的友情。这种“真”和“情”,以及它们各得其所的呈现方式,赋予了影片一种特殊的格调和魅力,让蹩脚的故事变得有意思,让粗糙的人物变得有血有肉。有了这种“真”和“情”作为底色,电影内外的笑声就脱离了段子的油滑,泪水也有异于煽情

后的无感。而这种“真”“情”,正是我们教育类电影所缺的,更是我们当下越来越专业化的校园生活和师生关系中久违的。

据说苗老师的扮演者、演员于谦在被采访时说过这么一句话:“老师不是圣人,不可能是完美的。我觉得,只要出发点是为学生好,那这个老师就是一个好老师。”这句话和于谦饰演的角色一样,乍听起来不那么完美,甚至有点“不专业”,但是只要把这个出发点发挥到极致,把心和血都用“真”和“情”交给学生,坚信学生无论在20世纪80年代,还是在21世纪的任何一个年代,都能感受到、判断出是不是一位好老师。时代进步、教育发展、机制健全,应该帮助这句朴实的话成为教师和学生共有的信条。(罗文)

话题 铿锵

“不满14周岁免门票”是减法更是加法

儿童票标准,既是“价格”问题,也是“价值”问题。一直以来,儿童身高问题都是社会关注的热点,在很多人心目中这是“国之大事”。当初实行1.3米以下儿童免票,有其历史合理性,但是随着社会的发展,这个标准已经落后于时代。因此,一直都有人呼吁景区门票不看身高看年龄。现在湖南出台规定如果落实到位,舆论“心病”自然也就痊愈了。

乍看起来,“不满14周岁免门票”会减少景区的收入,这是一道门票减法。可辩证来看,减中有加。坚持以人民为中心的发展思想,把人民群众对美好生活的向往作为

工作目标,必然要求在民生上不断做加法。近日,国家发改委办公厅印发《关于持续深入推进降低重点国有景区门票价格工作的通知》,要求推进景区更大范围降价和更大力度降价。湖南的规定与推进重点国有景区门票更大范围更大力度降价,延续着同样的加法理念,体现的正是公益加法和民生加法。

而从长远来看,“不满14周岁免门票”,也未必就会真正让景区吃亏。除了一些儿童主题景区,在目前景区游客构成中很少有单独的儿童游客,一般都是成年人带着孩子出游。不满14周岁免门票,由此

提升的获得感和幸福感,会极大地影响和吸引家长“用脚投票”。而从旅游的发展趋势来看,推动转型升级,摆脱门票依赖,更是势在必行。少在儿童门票上做文章,其实也是一道转型加法,为景区转型升级创造了更好条件。

“不满14周岁免门票”是减法更是加法。今天迎来了旅游大发展时代,正在转型升级的景区,尤其是国有景区,没有必要再在儿童票标准问题上给社会添堵了。只算眼前小利,而不算长远利益;只看到门票减法,而看不到公益加法、民生加法、转型加法,已然不适合这个时代了。(东原)

观察 南北

文明城市不能容忍“都市牛皮癣”



治愈乙肝、90天快孕奇迹、治早泄,到免费治疗牛皮癣、白癜风、根除精神病……在河南省项城市的大街小巷上,随处可见的低俗、虚假医疗广告,很难让人将其与“文明城市”联系起来。然而,尽管有如此多的问题,据《健康时报》报道,项城市还是“一次性通过全国文明城市提名城市验收”“荣获全国文明城市提名城市”“成功创建省级文明城市、卫生城市”。“文明城市”已然成为项城引以为傲的符号。

仅从对此类广告的治理力度与效果来看,项城确实难副“文明城市”的盛名。在文明城市评选过程中,项城也不乏形式主义问题,“碰到上头人来检查,就把表面工作做一做。检查的人走哪个路线(主要是走湖滨路),就把那个路段上的医疗广告涂掉,车几分钟走过去,就完成了检查”。

不是“不归我们管”,就是“管不住、管不了”。从当地的推诿、踢皮球中,也能对低俗、虚假医疗广告泛滥成灾的原因窥知一二了。

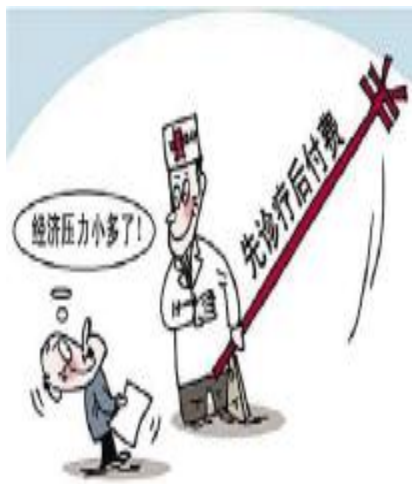
低俗、虚假医疗广告,可以说是都市久治不愈的顽疾。随着大城市治理力度的加大,这些“都市牛皮癣”逐渐向中小城市及村镇地区转移。无处不在的医疗广告,影响的不只是市容市貌,更可能将患者引向缺乏资质的医疗机构,带来健康伤害与致命风险。一旦发生医疗事故,这些医疗机构有可能逃之夭夭,患者的权益根本无法得到保障。

这些牛皮癣难道真的“管不住、管不了”吗?恐怕不是。据报道,相较于医疗广告遍布的农村以及乡镇街道,项城市人民政府所在的人民路上却是另一番景象。宽敞的马路,绿树成荫,未见一张医疗广告。一乱一治的对比,足以说明低俗、虚假医疗广告,绝对不是“管不住、管不了”,而是想不想管的问题。

如果把每条街道、每个村庄都当成迎检线路来管理,办法总会比困难多。一方面,要从根源上加大打击力度,根据广告留下的地址与电话来个“按图索骥”,对这些医疗机构进行检查,对其违法违规印刷、粘贴广告的行为予以处罚。另一方面,从对医疗广告内容的审核,到对街道村落此类广告的管理等,都要对应到具体的部门,哪个环节出问题就追究相应部门的责任。如此,试问谁还敢轻易推诿、踢皮球呢?

一座城市,如果任由这些谋财害命的低俗、虚假医疗广告横行,即使在评选中表现得再优秀,也配不上“文明城市”的殊荣。但愿项城能知耻后勇,正视媒体报道的问题并加以解决,让“文明城市”称号实至名归。(夏熊飞)

“先看病后付费”意味着什么



有人质疑,“先看病后付费”的信用就医,确实很好,但如何保证医院基本的权益不受侵犯呢?比如借着信用就医的东风不付医疗费用等。其实,这一问题在当下现实

中是可以规避的。据杭州市卫健委相关负责人表示,如签约人员未按时结清费用,将被视为失信,补缴后才能恢复使用“先看病后付费”功能,但会留下信用污点,并下调授信额度。

以“先看病后付费”为代表的信用就医,到底意味着什么呢?将其中的便利性和文明属性统一在一起,呈现出来的便是公共服务层面的进步。我们乐意利用技术手段疏解现实社会中的民生痛点,进一步说,社会公共服务的提升,应该作为互联网技术应用的主要选项。而且,这一路径应当长久延续,扩大到更多的社会公共区域和行业,给民众带来实惠。

除此之外,“信用就医”的价值还在于对“社会诚信”的有力推动。用信用机制打底,规避医院的“冷血”,约束民众的行为,保证基本的信用度,便提升了社会层面的融洽度和信用值。而且,这也是一种刚需的社会公共价值,也是一种社会公共服务,值得全社会去努力追求和营造。

(默城)

规范未成年人节目正当其时

近日,国家广播电视总局发布《未成年人节目管理规定》(以下简称《规定》)。《规定》要求,未成年人节目不得宣扬童星效应或者包装、炒作明星子女;不得含有渲染暴力、血腥、恐怖,教唆犯罪或者传授犯罪方法等方面内容。

早在2015年、2016年,有关部门就两次出台“限童令”,对明星亲子真人秀进行降温祛火,之后一些制作单位便转换舞台和形式,叠加近些年直播、短视频的兴起,一些未成年人节目屡屡越界:有的直接鼓励早恋早婚,有的不顾孩子的意愿和隐私制作节目;有的用恶搞、黑化等不当方式诋毁、歪曲中华优秀传统文化……这类节

目过分强调或者过度表现财富、家庭背景、社会地位;宣扬或者肯定不良的家庭观、婚恋观、利益观,催生了浮躁功利的教育观,也助长了唯利是图、拜金主义的风气,喧嚣的节目制作中,诱导未成年人进行成人化和过度娱乐化表演,潜藏着商业化的滚滚暗流。

法律具有明示作用及规范作用,通过法律的强制执行力量有力校正社会行为中所出现的一些偏离了法律、道德轨道的不法行为。从禁止血腥、暴力到注重隐私保护,从服饰、表演风格到广告代言均进行规范,《规定》以法律条文的形式明确告知人们,什么可以做,什么不可以做,哪些

行为是合法的,哪些行为是非合法的,违法者将要受到怎样的制裁等。这是围绕保护儿童成长这个中心,对过度消费少儿现象的矫正,也是对保护未成年人权益的郑重宣示。

规范未成年人节目管理正当其时,出台《规定》重要且必要。一方面,有利于明确政府监管、社会监督以及行业职责,建立健全失信联合惩戒机制。另一方面,可以遏制涉及未成年人影视节目中的歪风邪气,净化媒介生态环境,为少年儿童提供喜闻乐见、健康有益的优质节目,为未成年人茁壮成长保驾护航。

(斯涵涵)