

拿什么拯救你，我的偶像？

——透视李代沫吸毒事件背后的负面效应

新华社记者 袁汝婷



因在“中国好声音”中出色表现而走红的歌手李代沫因涉嫌容留他人吸毒19日被依法刑事拘留,同时李代沫本人也被查出吸毒。近几年,娱乐圈频频曝出各类丑闻,艺人吸毒、嗜赌、酒驾、无证驾驶、艳照等事件让一些公众人物的道德操守屡次“亮红灯”。这些丑闻主角身后都有着庞大的青少年粉丝群体,各种失范、失德、违法行为的示范效应令人忧心。

■吸毒酒驾嗜赌,“问题明星”知多少?

李代沫被曝吸毒后,一项即时发起的网络调查显示,超过九成网友对此“并不吃惊”。在网易娱乐针对这一消息发起的调查中,八成网友选择了“吸毒也不奇怪”和“娱乐圈是个大染缸”选项。

人们为何对明星各类丑闻司空见惯?追溯近年来的新闻可见一斑。

2007年,歌手谢东因吸毒被治安拘留,此后数年几度复吸,最终强制戒毒;2009年,歌手满文军因聚众吸毒被抓获;2011年,台湾艺人孙兴因涉嫌吸毒、藏毒在北京被捕,孙兴承认吸毒多年;2012年,张国立之子、艺人张默因吸毒被警方抓获……在吸毒明星的名单里,还有苏永康、张元、谢天笑、莫少聪、萧淑慎、应采儿、酒井法子等耳熟能详的名字。

赌博之风也在娱乐圈盛行。一些明星常被媒体曝光在赌场豪赌,如林文龙、吴启华等,因《继承者们》而成为万千少女偶像的韩国艺人李敏镐也涉嫌“贪赌”。此前,青少年偶像韩国男星 Rain,因赌博欠下巨债被起诉。

还有酒驾。2011年,知名音乐人高晓松因酒驾导致四车追尾,锒铛入狱;2012年,影星王志文在上海酒驾被抓获;此前,艺人吴京、胡彦斌、受邀担任亚洲青年运动会的火炬手;2007年,满文军曾被选为北京奥运火炬手。

■偶像负能量,害了多少人?

“李代沫,我爱你,吸毒没关系……”19日,在李代沫拥有78万粉丝的新浪微博,一名粉丝如此留言。

粗看一眼评论,不少粉丝正为其鸣不平,甚至发出“吸毒怎么了?”的反问。更有甚者,与留言指责李代沫不该吸毒的网民掀起了骂战。

中南大学社会学教授李斌认为,娱乐圈所谓“偶像”频频违法、违禁,触碰道德底线,昭示出公众人物道德行为约束已成为一个重要课题,一些青少年对明星吸毒、赌博、酒驾等行为司空见惯,甚至出言辩护,“值得忧心。”

中国青少年研究中心2012年一项针对全国中小学生的调查显示,近七成青少年崇拜的偶像是文体明星,主要是歌星、影星和体育明星,而其他领域杰出人物被视为偶像的比例仅占一成多。

粗略梳理相关新闻即可发现,不少丑闻涉事明星都曾以优质偶像、青少年榜样的形象出现在公众视线中。去年8月,李代沫作为青少年优质偶像,受邀担任亚洲青年运动会的火炬手;2007年,满文军曾被选为北京奥运火炬手。

“青少年文娱偶像和道德楷模,这两个概念如果不能区分开,会造成极大的不良影响。”李斌认为,许多孩子将文体明星视为榜样,效仿其言行举止,依据其行为树立心中的是非标准,偶像频频身陷违法违禁丑闻,或将引发部分青少年道德危机。

■对负面偶像,我们是否太宽容?

如何才能肃清风气?李斌认为,首先在打造和宣传道德榜样、让明星做公益时要有分寸。“某一个领域里天赋异禀,不代表道德品质已经及格。这两者决不能混为一谈,更不能大肆宣扬对明星个人的迷恋。”

有不少人发出疑问,我们是否对犯过错的明星太过宽容?因吸毒被抓的谢东,在第一次被拘留之后,担任戒毒形象大使参与各类公益活动,此后却被曝复吸,影响恶劣。不少明星在丑闻缠身之后,发出道歉声明,而后仍旧活跃在荧屏之上。更有甚者,借由丑闻,给原本平平的人气“添柴加火”,出场费、代言费直线飙升。

李斌认为,明星偶像作为公众人物,承担着影响甚至引领青少年的社会责任,一旦触犯法律和道德底线,应秉持严肃的态度加以处理。“不能给孩子留下一种吸了毒、酒驾了,鞠躬道歉发个声明开个发布会就万事大吉的印象。”

专家建议,应增加公众人物违法和触犯道德底线的成本,“一旦丑闻认定,就应该脱离这个领域,不能继续以偶像明星的身份示人。”

校园课堂 走进宁波博物馆

本报讯(记者陈青 通讯员项聪颖)昨天下午1点半,宋诏桥小学五年级的36位同学开始了他们与众不同的一堂课。开课的“课堂”、千年前的“课本”、带着扩音器的“老师”,边走边看边玩游戏的“课程”——这正是在宁波博物馆与宋诏桥小学共同举办的越窑青瓷互动体验之旅的特别课程。

宁波博物馆是社会教育第二课堂和市民的终身课堂,此次与宋诏桥小学合作启动新的教育试点工作,以宁波的名物越窑青瓷为主题,开展为期约三个月的实践课程。通过6堂连续课程,学生们可以学习体验陶瓷器制作的全套流程,包括拉胚、修胚、上釉等工序,用自己的双手制作出独一无二陶瓷器,在实践中了解越窑青瓷,学习海洋文明的发展史。

昨天是本次课程的第一堂课,36位小学生在专业讲解员的带领下,踏上了专为他们准备的宁波历史之旅。很多小朋友还是第一次到博物馆,他们看着河姆渡古朴的陶制品、优雅的唐代秘色瓷、造型各异的越窑青瓷啧啧称奇。本次课程与一般讲解最为不同的是,宁波博物馆安排了“随堂抽问”的环节,但是这里的抽问比起课堂上,可是轻松不少。一个半小时的时间悄然流逝,不仅是小朋友,连带队的老师都显得意犹未尽,对于接下来的陶器制作课程,学生们更是跃跃欲试。

宁波博物馆作为国家一级博物馆,每年接待参观游客超过100万,其中未成年人的比例接近四分之一。自开馆以来,宁波博物馆定期开展形式多样、内容丰富的教育活动,也形成了“青少年探索体验活动”、“流动博物馆”、“东方讲坛”等一系列活动品牌,力求让青少年在实践中获得乐趣,在传统教育之外,开拓更广阔的实践教育天地。



陈凯歌新片《道士》热拍

郭富城演武林高手

本报讯 据新浪娱乐消息 3月17日,由陈凯歌执导的新片《道士下山》正式公布郭富城加盟主演,他将在片中扮演顶级武林高手,戏份极重。至此,《道士下山》阵容继王宝强、范伟、林志玲、王学圻、李雪健、房祖名、吴建豪、元华、林雪、陈国坤等众多明星加盟之后,这部功夫电影再添一员猛将。

郭富城的演技有目共睹,而良好的舞蹈功底和多年的打戏经验,成为导演陈凯歌力邀其加盟出演武林高手的重要原因。郭富城进组试戏时,一身干练的短打造型,配上利落的短发、犀利的眼神,陈凯歌表示,郭富城的造型给人以“正气凛然”的感觉,十分贴合角色的特点,并赞他有“宗师范儿”。

据报道,索尼哥伦比亚已与《道士下山》中国出品方新丽传媒达成战略合作,将全球同步发行。《道士下山》的幕后班底也可谓全盘国际化,由曾提名奥斯卡的澳大利亚摄影师担任摄影指导;曾揽《了不起的盖茨比》、《斯巴达300勇士》、《黑客帝国》的工作室负责特效制作;而来自德国的作曲家创作的《加勒比海盗》、《汉尼拔》、《珍珠港》和《碟中谍2》等曾获得过奥斯卡最佳音乐提名。

张艺谋将执导《长城》

章子怡有望加盟



本报讯 据国外媒体报道,2011年传奇影业与华谊兄弟共同组建制片公司传奇东方,该公司的首部影片确定为悬疑惊悚片《长城》,由著名导演爱德华·兹威克执导。如今三年过去了,兹威克因为拍摄日程和创意分歧退出,中国著名导演张艺谋有望接班,让一度搁置的《长城》拍摄项目重启。

《长城》原由《最后的武士》的导演爱德华·兹威克执导,马歇尔·赫斯科维兹撰写剧本。这对老搭档曾合作过《血钻》、《最后的武士》、《爱情与灵药》等多部佳作。演员方面,“超人”亨利·卡维和《吸血鬼猎人林肯》主演本杰明·沃克确定为影片的两位主演。

《长城》讲述两名英国士兵来到15世纪的中国,见证一项浩大惊人的工程,这项工程就是之后被世人所知的长城。他们发现长城并不仅仅是为了抵御外族的入侵,还要防备可怕生物的袭击。

已经被搁置一段时间的《长城》如今迎来了新的进展:中国著名导演张艺谋有望接手这一项目。卡维尔和沃克目前尚未确定是否会继续参演这部影片,而曾经和张艺谋有过多次合作的章子怡有望加盟并担任女主角。

二张分家之后,张艺谋除了正在洽谈中的《长城》之外,之前已经确认将执导环球影业投拍的惊悚片《死亡拼图》。

(新浪)



安吉丽娜·朱莉

新片海报曝光

女儿首次出境

本报讯 据国际在线消息 3月18日,迪士尼新片《沉睡魔咒》曝光朱莉版女巫海报。海报中朱莉身后的巨大黑色翅膀让腹黑女王造型活灵活现,不仅如此,朱莉女儿首次出境的照片也被发布出来,女儿的模样与朱莉如出一辙,萌态可人。

《沉睡魔咒》的故事来源于迪士尼经典动画《睡美人》,而故事的主角不再是童话中的公主,而是邪恶的女巫。《沉睡魔咒》这个故事的目的在于探索一个人是如何一步步走向邪恶,走向残忍的,影片的重点是向人们揭露这个女巫背后的故事。

全球首个“加勒比海盗”游乐项目

入选上海迪士尼

据新华社上海3月19日电(记者许晓青)上海迪士尼度假区宣布被称为“神奇王国”的迪士尼主题乐园六大园区中第一个园区主题,该园区被命名为“宝藏湾”,内容将淋漓尽致地呈现系列电影《加勒比海盗》中的故事和角色。

这是上海迪士尼度假区开工以来,首次公布主题乐园内的景点。同时,对于系列电影《加勒比海盗》而言,这将是电影问世后首次推出的高科技游乐景点,也是第一个直接并大量借鉴这部电影角色和场景而打造的景点。

上海迪士尼方面称,园区中的主要景点包括一个全新的高科技船载游乐项目“加勒比海盗——沉落宝藏之战”。19日恰逢该景点的主要结构施工完成。

据了解,“加勒比海盗——沉落宝藏之战”将迪士尼经典的故事讲述和顶尖水准的科技相融合,游客将被“召至”杰克船长的麾下,与他共同踏上探寻戴维·琼斯船长宝藏的史诗般征途。该大型景点将运用众多新颖独特的特效和技术,带领游客来到海洋深处,穿过海盗战舰,直击激烈海战,同时在海上乘风破浪、勇往直前,体验非同一般的海盗探险历程。

上海迪士尼度假区位于浦东新区,计划于2015年年底开门迎客。



3月12日晚,由青岛市京剧团带来的现代京剧《红灯记》拉开了镇海区“雄镇大舞台专业剧场——高雅艺术展演活动”的序幕,本次展演活动还上演了传统京剧《望江亭》,话剧《香水》和浙江交响乐团的《“唱响中国梦”交响音乐会》下月也将上演。

(南华 姜君杰)

Attos借势华润五彩城

打造余姚奢侈品第一店

——访问 ATTOS 品牌总监刘鹏波

继本报刊出华润置地携手高端餐饮“王品台塑牛排”入驻余姚华润五彩城的消息以来,不少读者纷纷咨询开业时间,询问还有哪些高端品牌将会入驻等相关细节。据了解,全球知名的奢侈品集合店——Attos(爱徒奢华之家)也已确定入驻余姚华润五彩城。届时,余姚市民在“家门口”就能轻松触及全球超新的时尚奢侈品。

近日,笔者受邀前往位于上海外滩六号的Attos全球旗舰店,走访了Attos品牌总监刘鹏波。

知名奢侈品集合店品牌

开启余姚奢侈品消费模式

奢侈品集合店是将多家官方授权品牌集中在一家店铺内的奢侈品“店中店”。奢侈品集合店中的各大品牌产品均经过精心挑选,针对集中的高端客户群体,且相对拥有较为明显的价格优势,是近年在国际和国内一线城市非常流行的高端零售模式。入驻华润五彩城的Attos是一家国际知名的奢侈品集合店,是国内拥有官方品牌授权量和授权产品品类最多的奢侈品集合店之一,和包括LVMH集团在内的多个大型奢侈品集团均有合作。此次Attos将把手中的各大资源释放在余姚。

“我们在开店的选择上都是非常慎重的,我们会选择不同的品牌、不同的品类、不同时间段的产品,和不同的商业综合体进行有益的组合。”Attos品牌总监刘鹏波介绍道,“Attos奢华之家在全国开的每一家店里面的品牌都不同,这是因为Attos都是单店的官方授权。打个比方,我们在余姚五彩城这家店所有的品牌都是单店授权给余姚华润五彩城店的,这个店的货不可以移到其他的店铺去销售。”刘鹏波强调,“我们只做新款,只做与欧美同时期同款的商品。”

中国消费者对奢侈品提到的最敏感字眼就是“价格”,对于Attos奢华之家来说,另外一个巨大优势就是价格。“Attos所有的新款零售价大概优势会在20%以上,换言之就是至少八折以上的折扣。”Attos品牌总监刘鹏波介绍到。

认同华润五彩城在余姚的中高端定位

Attos 借势进驻余姚

截止至2014年1月底,全国奢侈品进入了一个相对的低迷期,开店的风险有所增大,各大奢侈品牌在中国开店脚步也越来越谨慎。目前,传统的以及新进的很多品牌都在宁波,竞争态势越发激烈,那么Attos为什么还会选择入驻余姚呢?

“我首先要对华润团队表示特别的感谢,因为华润团队是我们所接触到的国内最专业、认真和用心的商业地产运营团队之一。在我们选择余姚之后,华润团队和我们分享了大量的专业看法和经验,对我们进入余姚给予很大的帮助。”刘鹏波说道,“华润在每一个项目启动之前都会进行大量的、专业的市场调研和分析工作,他们的商业项目几乎全部自持,很少对外售卖,这是一个商业运营商对未来有信心和理想的表现。Attos奢华之家也一样,对于每个城市选择都会做大量的前期调研和分析,以期得到更多品牌的授权。当初选择余姚这个城市的时候,说实话作为品牌方的我们心

里是稍有‘忐忑’的,对这个城市是否能够承载那么多精品销售有所担忧。但是后续随着我们对于这个市场的研究和发现,认为华润的选择没有问题,余姚的精品零售市场潜力非常巨大。同时,余姚五彩城的中高端定位也是走在前列的。”

刘鹏波继续讲道:“为什么这么说呢?我们来看看上海消费市场,在上海的消费市场中我们能够发现超过半数以上的奢侈品客群是来自江浙地区,而在江浙地区中很大一部分就是来自于浙江,浙江很大一部分来自宁波及余姚等地。这仅仅是上海一个地区,其余还有香港、欧美等地,因此宁波余姚有大量的精品消费力在外流。但是今天我们传来一个理念就是‘Attos来了’,我们希望能把欧洲更多、更新、更全、更有实力的品牌带到余姚当地的家门口,我们会和当地有实力的消费群体更多良性的沟通和互动,让他们知道不用走出余姚就在华润的五彩城一样可以分享到欧洲及中国香港、澳门乃至更多、更全的奢侈品牌,而这一切信心均来自于华润系统对我们更多的数据分析,对市场价值的判断。所以我们相信在整个余姚精品市场上Attos会带来全新的改变。”

充分研究余姚市场

为五彩城高端消费者提供专属服务

“今天的时代就是一个品牌为王的时代,Attos奢华之家作为奢侈品集合店的使命之一就是我们在努力把更多欧洲成熟品牌带到当地市场。”此次Attos进入余姚华润五彩城,在单店奢侈品品牌的合作洽谈上可谓煞费苦心,超过半年的谈判时间让Attos和传统的国际一线品牌、一线品牌的副牌、国际二线品牌都达成了非常好的合作框架,同时Attos考虑到宁波或余姚当地消费者的生活方式的差异性,在前期也做了很多分析,那么到底什么样的品牌和产品适合余姚当地市场呢?

刘鹏波讲道:“我们现在希望引进的品牌在设计感、质地及整体产品线上都能和余姚当地的消费者无缝连接。随着整个中国经济格局的改变,消费者的需求也越来越多样化,并不是过去纯粹讲究‘Logo’的时代,现在客群在奢侈品的选择上也是更具个性化,而这个消费需求恰恰就是他们对奢侈品选择看作是一种个人价值或者个人内心的独白。我们发现他们在品牌的选择上都不是特别张扬,而是那种特别简约并极具设计感的品牌。而这些品牌恰恰就是我们进入华润五彩城的出发点,和余姚五彩城本身的时尚定位也是不谋而合。”

同时据了解,Attos在时下颇热的体验式消费环节也是做足了功夫,并利用先进的会员管理系统为每一位Attos的VIP客户提供与其兴趣和爱好相关的单品推送,不时地举行相关品牌的沙龙活动,为消费者带来品牌的关爱。

听完Attos品牌总监刘鹏波详细而全面的介绍,你有没有开始对Attos充满期待呢?其实据了解,在五彩城高端消费业态中Attos只是其中之一,还将会有更多只在一线城市才能看到的高端品牌进入到余姚华润五彩城。可以预见,五彩城将会被打造成余姚最具品质和影响力的高端商业综合体之一,为余姚人带来全新的城市商业生活体验。今年夏天你就可以在华润五彩城,不出余姚亲身感受高端的购物体验了!