

察者看台

“童星梦”之重,非每个人可承受

■魏 姗



近日,有记者调研发现,一些家长为了实现孩子的“演艺梦想”,一步步掉进了一些儿童才艺培训机构和演艺经纪机构联手设置的高价陷阱,投诉无门。陷阱套路大致是:以培训机构为“选角”基地,用竞赛选拔精确瞄准“猎物”,再打着才艺培训的幌子,高价贩卖所谓的演出机会、表演角色,进一步用“童星包装”诱导签约。有受访家长表示,花3万元换来了5天培训和2个镜头。可以说,这些孩子好不容易出镜了,也不过是一晃而过的“群演”。“出名要趁早”这句话流传至今,几乎成了一些砸钱造“童星”的家长信奉的“金科玉律”,也逐渐异化成各“童星培训机构”吸引招生的宣传热语。现如今,追逐“童星梦”之

人确实越来越多。笔者搜索输入“童星经纪”“童星培训”等关键词,会有超过400万个相关结果。更有数据显示,到2023年,“童星”产业有望达到1161亿元的市场规模。“有梦想谁都不起”,只不过,现实有时就是过分骨感。“1%的童星,99%的炮灰”这一儿童演艺经纪人总结的数据,深刻描述了追逐“童星梦”的残酷。可惜的是,这盆冰冷凉水依然浇不醒“装睡”的那些人。近年来,有关家长砸钱培养“童星”,“经纪公司”“培训机构”借势疯狂圈钱的新闻不绝于耳,已让吃瓜路人产生了逆反心理,甚至有时还会感叹一句“槽多无口”。
 有一说一,家长的心理不难理解,他们自带“爱的滤镜”,觉得自家宝贝是人中龙凤,心甘情愿付出大量人力物力去培养;另一方面,社交网络的日益发达、娱乐圈的门槛渐低,也都在为“造星梦”推波助澜,让不少家长产生了“童星梦”似乎触手可及的错觉。
 但错觉终究需要纠正,这是因为孩子们的成长过程是不可逆的。家长们需清醒认识到,并非每个孩

子都具备明星潜质,如若一味“滤镜过厚”盲目“造星”,不仅很容易深陷套路陷阱,更可悲的是,还可能适得其反、耽误孩子。毕竟,孩子的成长过程有其客观规律,切不可揠苗助长。过犹不及的各项才艺、表演培训,动摇的不止是基础文化根基,也会让成长期的孩子平添过重的负担。
 还有一点,即便真的梦想照进现实,成为万中挑一的童星,谁又能真正帮他们分担青葱年纪本不该承受的过重压力呢?纯真是儿童最宝贵的财富,让其过早地接触成人世界的功名利禄、灯红酒绿,很难不谓之是“捡了芝麻、丢了西瓜”。
 在此,笔者奉劝“望子成龙”心切的家长,应尽早认清现实。因为大多数孩子,其实并不太习惯镁光灯的照耀,他们更需要健康快乐地成长,树立正确的三观。至于相关监管部门也请尽快有所行动,受访专家所言的“儿童演艺培训灰色产业链在各地都有”并非无的放矢,该整顿的整顿、该规范的规范,严惩浑水摸鱼、欺诈违法的“培训机构”,也是监督市场、净化市场的应有之义。

有话就说

虚构涉税信息偷税得不偿失

■杨阳腾

近日,深圳税务稽查部门通过“被任职”冒用申诉风险线索查获一例冒用个人身份信息偷税案。据悉,深圳某公司在2017年至2018年间,通过“黑中介”购买了一批在校大学生个人信息,冒用后在未签订劳务合同、未实际发放工资的情况下,虚列人员开支,偷税10多万元。目前,深圳税务稽查部门正对此事依法处理。
 2020年,我国首次开启个人所得税年度汇算清缴。这是体现量能负担、税收公平、深入推进减税降费的有力举措。在汇算清缴期间,各类媒体对其进行了广泛宣传,可是仍

有一些营销平台兜售所谓“退税攻略”,还有个别人借汇算清缴自主申报时填报虚假涉税信息骗取退税,结果被税务部门大数据监控到。偷税漏税显然属于违法行为。捏造虚假信息,以达到少缴税的目的,这种做法为了图一时小利,失去的却是长远利益,还可能会对他人合法权益造成侵犯。身为纳税人不履行纳税义务,铤而走险偷税,必定会受到法律的处罚,还会在个人信用上留下难以去除的污点,对自己就业、升学、贷款等都会带来不利影响。
 诚信联合褒奖,失信联合惩戒。当前,我国正在加快推进社会信用

体系建设,以增强社会成员诚信意识,营造优良的信用环境。尤其是在守信激励和失信约束机制上,一方面在将“看不见”“摸不着”的个人信用逐步“变现”,化为个人、企业的一种财富;另一方面,“一处失信、处处受限”的联合惩戒机制正在建立健全,对违法失信行为的惩治力度也必将不断加大。
 在经济社会快速发展的当下,“守信”“守法”是一个自然人、一个企业生存发展的最大资本。随着全社会信用体系的扎实推进,“失信者”必将变为“透明人”,一处失信,处处受限。因此,千万不能无视诚信、亵渎诚信。

世相观点

“实名注册”助力网络文学长远发展

■赵壹晨

近日,国家新闻出版署印发《关于进一步加强网络文学出版管理的通知》,要求网络文学控制总量,实行网络文学创作者实名注册制度。此举为网络文学定下了规范化基调,也为其长远发展铺平道路。
 网络文学在中国兴起以来,产业规模迅速扩大,作品数量不断攀升,近年来尤为凸显。《2019年度网络文学发展报告》显示,中国网络文学创作者已达1755万人。然而,数字的增长远不能代表一个产业的繁荣健康发展。在市场机制作用下,网络文学作品常常给人以质量低、同质化、片面追求点击率的印象。在此背景下,中国网络文学要如何打个

漂亮的翻身仗?抛弃“唯点击率”的市场思维,实现从“量”到“质”的飞跃,将成为网络文学实现规范化发展的必由之路。
 《关于进一步加强网络文学出版管理的通知》的发布,在监管层面,为消除“烂文”提供了有力武器;在平台层面,落实网络文学出版单位的主体责任,充分发挥其“把关人”的角色;在作者层面,对网络文学作者进行“实名制”管理,将作者与作品一一对应,也有利于强化创作者的责任意识。
 此次网络文学创作者实名注册制度的落地,是网络文学向精品化发展迈出的坚实一步。一方面,有利

于规范市场秩序,维护优质作者的合法权益,使版权纠纷、刷票乱象有迹可循;另一方面,扒掉烂文作者的层层“马甲”,让真正的好作品浮出水面,有助于一改泥沙俱下的现状,提升网络文学整体创作水准。
 中国网络文学品质的不断提升,惠及读者、惠及产业,也惠及中国文化影响力。如今,网络文学已与“小众”“冷门”渐行渐远。近年来,随着优秀网络文学作品走向海外,网络文学也成为中国向全球输出文化影响力的重要载体。以网络文学创作者实名注册为代表的规范化管理,在为网络文学精品保驾护航的同时,也为中国文化走得更远打下“好底子”。

热点发声

重“术”轻“道”实不可取

最近有媒体报道,临近毕业季,疯狂涨价的硕士学位论文查重服务,引发不少毕业生不满。有人抱怨:“论文查重简直就是坐地起价,毕业前还要被宰一次。”“为什么口罩、头盔涨价有人管,论文查重涨价就没人管?”



1.毕业季来临,硕士学位论文查重价格猛涨,这让不少学生不堪重负。此事的复杂之处在于,似乎没有明确的个体或单位,来为涨价负责。从某种意义上说,这就是个环环转手、层层加码的生意,最终呈现在电商网店的终端报价,已经经历了太多“中间商赚差价”。
 表面看来,此轮涨价与相关论文数据库官网毫无关系。这是因为,此类官网并不对个人提供查重服务,理论上说学生是没办法去网上买到查重服务的。严格说来,电商平台上就不应该出现售卖给个体的查重服务。没有买卖也就没有报价,故而也就不会“挨宰一刀”了。
 当越来越多的“用户”购买查重服务,甚至直接推高了地下市场的报价。我们有必要追问的是,其意义在哪里?查重是为了杜绝抄袭等学术不端行为,而不是平白无故给学生增加负担。高校固然有严格把关的责任,但学生却没有额外花钱“自证清白”的义务。清者自清,何必多此一举!
 ——评论员 蒋璟璟

2.论文查重只是防止学术不端、确保学术纯洁性的一个技术手段,而非根本手段。加强学术道德教育,增强学术诚信意识,恪守学术操守,踏踏实实完成论文,才是遏制学术不端的根本。大学应该尽可能给学生提供免费查重的便利。毕业生也应该有“打铁还需自身硬”的意识。
 论文查重乱象折射出一个社会现象:人们在解决某个问题时,很容易对看似立竿见影的手段过度依赖,而忽视了本质,结果造成新的问题。重“术”轻“道”实不可取。就治理学术不端而言,高校可以借助查重技术辅助,但绝不能把它当成万能的灵丹。相反,那种学生宁愿被“宰”,也要一哄而上竞相购买查重服务的急切和不满,恰恰是对审查方式、评价手段单一的一种映射。与不惜花高价查重之类的“刚需”相比,诚信笃实、严谨细致、独立思考、自由探究等学术精神,才是真正的刚需。
 ——评论员 李思辉

说道说道

1.教育部近日会同市场监管总局、公安部、国家卫生健康委印发《校园食品安全守护行动方案(2020-2022年)》,部署开展2020年至2022年校园食品安全监管工作。《行动方案》要求,各地持续加大监督检查力度和频次,严惩重处校园食品安全违法违规行,主动公开查处结果。
 “民以食为天,食以安为先”,校园食品安全更是“大于天”。从供给角度看,校园食品采购、加工、出售处于一个相对封闭的环境,外部监管监督的难度相对较大;从消费角度看,校园食品的消费群体主要是未成年人,这一群体自我保护能力相对弱,只有严格加强食品监管,才能保护未成年人健康。各地应就《行动方案》制定具体的实施细则。如果能对“加大监督检查力度和频次”进行量化,比如规定每月至少检查多少次,将有利于基层监管部门把握政策火候。如果能对“严惩重处”提出更细化的要求,将便于基层执法部门准确裁量。无论是监督检查还是严惩重处,都应当规定更详细,执行才能更到位。
 ——评论员 丰收

2.人们耳熟能详的端午习俗中,除了吃粽子、挂艾草、戴香包、赛龙舟,还有哪些能让孩子们更多地了解传统节日的文化意蕴?今年端午节期间,北京一批老字号策划了相关主题活动,利用云课堂的方式讲述非遗知识,展现精湛技艺,其中包括多种文创产品。如一得阁墨汁推出IP联名款,采用俏皮呆萌的熊貓形象包装,让老手艺焕发出时尚范儿。
 这些年来,创新精神与工匠精神常被放在一起讲,文创也是如此,这个行业需要精益求精的工匠精神。以此次端午文创为例,不少样式都是前人留下来的,体现了一代又一代的传承。如果一款文创产品只顾追风口、蹭热量,忽视了对品质的追求,恐怕也不会有什么未来。特别是对于从业者来说,一定要有工匠意识,耐得住寂寞,老老实实做产品。一个好的文创从业者,既要懂文化、会创造、肯琢磨,还要融合“文化人+创意人+手艺人”的特征。这三者从来都不是分立的,现在对此提出了更高的要求,做好了这些,文创产业和从业者何愁没有光明的未来。
 ——评论员 东原