

编者按

1666年,英国物理学家牛顿做了一次非常著名的实验,他用三棱镜将太阳光分解为红、橙、黄、绿、蓝、靛、紫的七彩色带。社会现象包括公益现象就像一束白光,需要多元多色彩的解读,认知不同或许因为角度不同,“三棱镜”专栏希望摒除非黑即白的思维方式,多元解读公益人物公益现象,我们每期的点题也是开放的,欢迎朋友们向主持人点题。专栏版在《公益时报》、《深圳公益周刊》、《云南信息报公益周刊》轮流刊出。

点题:

“不捐钱的个人选择”

近日,已经成立7年的嫣然天使基金首次在香港募款,其间聚集了来自香港和内地的300名富豪和明星,刘嘉玲、那英、赵薇、杨千嬅、邓超合力助拍,当晚一共筹得5619.6万港币,折合约4447.6万人民币,创下了嫣然天使基金历年慈善晚宴的募款之最。但吸引眼球的还不止这些……走出大陆,在香港注册基金会、明年要开嫣然天使咖啡馆以及计划创立设计品牌等等一系列信息,让人看到的是一项自发公益项目的专业化转型努力。本期,让我们一起来谈谈明星与公益。

标签、基因与事业



张梦颖/文

娱乐明星们的职业本质上就是要接受四面八方的关注,而关注的程度高低取决于他们在登上公众视野的舞台之后,对公众传达的是什么。美貌?歌喉?演技?可能还不够。

抽出时间来做公益,应该说是明星身份必备的一种基因,这是接受社会瞩目的代价,你要大家关注你,你本身首先就要打造良好的社会形象接受公众的审视,独善其身还不够,你要对你所生活的社会、社区作出贡献。

明星做公益,确实是一条双赢之路,说实在的,一个名不见经传的公益组织或者公益活动,确实有可能因为一位明星的支持而短时间内就收获大量关注。邓飞就承认在他免费午餐项目发展早期,马伊俐等明星的参与对项目关注度提升起到了相当大的作用,某种程度上引爆了后续的发展。

直接受邀参与公益活动,对明星来说是省时省力的方式,要做的只是选择项目、安排时间出席,可谓明星公益的“懒人模式”,但也相当灵活。

想说的是,这种主动参与式的公益活动中,从明星的角度来说,可能需要避免标签化或者非常浅层的参与模式,需要更关注实际的效果和契合度。举个例子,李冰冰和WWF“地球1小时”活动的携手就是一个比较成功的案例,公益项目在较短的时间里获得了良好

的推广效果,而明星塑造了自身与环保话题的联结。

明星公益的另一个层面是真正地把自己对公益的参与转化为事业。相比于参与式的明星公益,事业式的明星公益更主动了,需要更多的思考和计划;相比客串式的临时演出,明星们需要付出更多,这回不是别人搭好台子去站一下的问题,而是自己要搭台子,还要搭好台子;比起更多收获掌声和赞许的参与式公益,公众对事业式公益的关注方式也不一样,公众对明星的要求不仅仅是亮相就给你掌声,而是要看你作为公益的实践者到底专业度够不够,动机纯不纯,你的每一个承诺都会被监督。

近期有关明星公益的新闻中,有一条是5月底嫣然天使基金的慈善晚宴在香港举办的消息,天后王菲拉着自己的好友刘嘉玲等站台,交上了募款五千多万港元的成绩单。此次是嫣然首度跨出大陆地区之举,募款额创历年之最。李亚鹏和王菲做为嫣然天使基金(刚刚宣布在香港注册了基金会)的发起者,从7年前因为女儿的先天缺陷而走上的公益路,现在看起来越来越像李亚鹏夫妇打算要长期从事的事业。

从当初成立基金,到嫣然天使医院,到现在李亚鹏宣布打算要做的嫣然天使咖啡馆,再到已经有所启动但并未大肆铺开的“嫣然公益设计”,事业的战略布局设计得有板有眼。

审视这些年嫣然系列公益走过的路途,不难发现公众对这样事业化的明星公益是会越来越习惯于将其放在专业公益的领域去考量和监督。嫣然走过7年,公众对嫣然财务、项目实施等方面的关心、监督甚至是质疑也一路相伴,人们并不会因为你是明星而放低要求,反而会观察得更加仔细。

话说回来,只要不把公益变成“生意”,无论标签、基因还是事业,相信公众一定都是持欢迎态度的。

(作者为《公益时报》副总编辑)

明星公益的三个层次

刘敬文/文

昨天跟深圳慈善展会的组织者见面,他们很希望慈善展会现场人气旺一点,不要都是行业内部的人,问我有啥办法,我说这个说难也不难,所有的展会都会用这招,就是请几个明星过来,现场就会疯掉的。

寇廷丁老师曾经说过一句话,当然这句话的原创似乎是《读库》的主编老六,她说,做公益天生就是占理的事情,可是在传播上,又是天生不占理的。这话说得实在,做公益活动的人都有一个实在的感受,就是喊破喉咙,应者寥寥,反而是隔壁一个二三线明星的见面会,挤爆门窗,所以,公益跟明星结合,公益人有需求。

不过呢,我今天也想讲一句话,在这个娱乐至死的年代,当明星其实也是一个天生不占理的事,当然在传播上他们天然占理。这话怎么说呢?就是大部分人(除了明星的铁杆粉丝以外)都会对明星有一定的阴暗心理,例如,凭什么你无端端就红了,赚大钱了?尤其是那些所谓的偶像派们,这方面的压力是很大的,于是,明星其实本来就有参与公益的愿望,借此塑造良好的公众形象,所以在明星这一方,他们也有需求。

当然,明星参与公益的越来越



多,我看了看,大致能够分为三个层次,第一个层次就是参与。这个其实每位明星都能做到,例如多点出席慈善晚宴和义演,在微博上转转公益帖子,帮忙公益组织代言,到社区探访弱势群体。

第二个层次就有点难度了,就是自己发起公益项目。这个的难度在于,本来艺人们的时间就非常紧张,工作压力很大,而公益项目的发起不仅仅需要时间,还需要对公益的深入了解和全情投入。目前明星转型做公益最为成功的典型之一李连杰先生就说过,去募款,不是要装孙子,是真孙子。

公益项目的发起和执行本来就是一个专业程度挺高的事情,跟明星们本职工作相差很大,从目前的情况看,如果是一位资深的明星,他的本职工作占用的时间已经

不多了,而且本人也对公益有很深刻的理解,这个当然可以尝试一下。像李连杰、成龙、王菲和李亚鹏都属于这种情况,而且面临的压力和挑战是很大的,不比他们当年从无名小卒变成大明星要容易。

第三个层次很难达到,不是具体参与一个公益项目,而且身体力行特立独行,把公益当成生活方式,并且引起公众价值观的改变。例如大家最近热议的安吉丽娜·朱莉切除乳腺的案列,朱莉在《纽约时报》刊登自己写的文章《我的医疗选择》,称自己通过基因检测确定遗传缺陷基因BRAC1,她的医生估测她患乳腺癌和卵巢癌的几率颇高,分别为87%和50%,为了孩子、家庭和自身考虑,她选择双侧乳腺切除术,保留乳房,降低患癌风险。并号召全球女性特别是有家族遗传史的女性,可以通过她的经历知道有一条渠道可以检测自身的患癌几率,并也可以选择预防措施。

朱莉参与过很多具体的公益项目,但是她这次特立独行的选择在全球范围引起女性对遗传疾病的关注,相当于做了一次全球性的倡导,可能比女性关怀公益组织努力十年还要有效。这就是明星公益的最高层次。

(作者为深圳晶报《深圳公益周刊》主编、晶报阳光基金负责人)

不要让明星公益沦为运动式慈善



郭敏/文

明星如何做公益是一个很有趣的话题。尤其最近几年,明星投身公益事业俨然成为风尚,这是应该有的事情,也是正常的现象。

我们看到的明星公益事业,大多集中于助学、扶贫、环保几个领域,可能因为这些领域关注面广,易出效果。但是还有一些明星也会关注比较偏僻的领域,比如母婴保健、特殊人群等等。他们或者捐钱捐物,或者直接参与,或者为其代言。至于李连杰创办壹基金后来走上专业化的道路,是少之又少的。

那么明星参与公益的特殊性在哪里呢?当然是影响力和资源动员能力。粉丝就是生产力,这个群体蕴藏着巨大的能量,可以在短时间内爆发出来,这个能量,正是让很多苦心经营的公益人士最为羡慕和需要的。但是我认为明星参与公益最应该被珍视的价值,应该是示范作用,值得被学习,被效仿,被推广。这是因为在一个不太健康的公益环境里,公益事业的边界被严重限制,就尤其需要公益模式创新的突破。我认为唯有实现这个突破,才能不辜负明星效应所动员的力量,不让明星公益沦为运动式慈善。

那么这种理想状态的行为如何发生?我认为有两条路可以走。一条是专业化,即使不能像壹基金那样走上正规军的道路,也应该像对待自己的演艺事业一样认真对待这个事儿,不要用经纪人来谋划公益,应该聘请有见识的公益人量身定做自己的公益事业。另一条路很简单,就是放下身段,和民间打成一片。在公益形象代言以及和

国宇头基金会合作这个层面上,中国的明星资源已经是过剩的。但是有着层出不穷的创新想法的草根组织,对这些明星都是高山仰止,无缘也无力接触合作。如果明星能和这些在地的活生生的资源合作,定会开出美妙的花朵。

事实上,走向专业化的本质,是祛除娱乐圈的浮夸和明星的神一般的光环的过程,是把明星打回人形的过程,哪怕从形象营销的角度,也比那些绯闻靠谱儿。还有一个有趣的现象是,大多数媒体在关注明星的公益行为时,所使用的传播术和报道官员类似行为极其相似。这也是明星公益无法被还原为正常的一个原因。

我们讨论明星公益这个词组,其实是在讨论提高公益资源的利用率问题。这个问题从理论上无论路演多少遍,最终都要回归到人的问题上,也就是说,不是每一位明星都能像李连杰、文章或者李亚鹏一样,投入那么大的心力来做。

(作者为云南信息报《公益周刊》主编)