

察者看台

博物馆找市场，仅靠盲盒还不够

■高 路

盲盒玩具近年在中国市场发展迅猛，这把火也“烧”到了博物馆文创领域。最近几个月，多家博物馆密集推出盲盒文创产品。
 据央视财经报道，7月下旬，四川广汉三星堆博物馆推出了一款以三星堆面具文物为创作原型的盲盒玩具。这套以摇滚乐队组合为创作思路的盲盒，一共有6个形象成员，每一个成员的设计都来自不同的文物原件。除了三星堆博物馆外，敦煌研究院推出以壁画为创作原型的“天龙八部”盲盒；河南博物院推出了考古盲盒，并附带迷你“钻探工具”，让消费者亲身体验挖掘文物的过程……
 这些文创产品的确有种让人耳目一新的感觉，一扫以前博物馆类文创产品形象，拉近了博物馆与观众的心理距离。以前的博物馆，给人的普遍印象像那些高冷的展品，只可远观而不可亲近。现在也知道

新闻漫话

“人才大战”宜淡化

■汪昌莲



进入8月，高校毕业生就业工作到了关键期，从拓宽就业渠道到加大招聘频次，从力挺创业创新到大力支持新就业形态，各地频频出招，助力高校毕业生实现更加充分更高质量的就业。

有话就说

英雄不容轻慢，历史不容戏说

■秦 川

近日，在手游《江南百景图》中，岳飞被设计为“肉袒牵羊”的形象引发众多争议，许多网友质疑该游戏侮辱历史英雄，扭曲史实。
 岳飞，中国历史上顶天立地的大英雄，却把他设计为“肉袒牵羊”的造型，若他地下有知，岂不怒发冲冠？
 但凡稍微熟悉历史知识，都知道“肉袒牵羊”是自辱性极强的投降礼，通过自我羞辱来乞求强敌放一马。但无论从哪个角度看，这都与岳飞挨不上边。而这款手游却反其道而行之，羞辱了岳飞，羞辱了历史，也羞辱了所有敬奉岳飞为英雄的中华儿女。
 身作为一款标榜古风的模拟经营类手游，《江南百景图》应对历史有起码的温情和敬意。要尊重史实，不能一边消费历史一边消遣英雄；要

结合流行文化，研究观众，也就是消费者的心理，放下身段与民同乐，光这一点就足以让大家期待。
 但盲盒有它的先天不足。比如，时间一长新鲜感就没了；盲盒容易以次充好，打开盲盒，带来的可能不是惊喜，而是惊吓，这样的盲盒就是一个消费“坑”了。博物馆推出的盲盒文创产品能不能避开这些问题，也得打个问号。再说，盲盒的本质在于悬念，若博物馆的盲盒里翻来覆去就那几样东西，也就失去了悬念。
 不管怎么说，用户思维总是对的，从流行文化中寻找创作灵感也是一条路子。这是一个好的尝试，打开了博物馆这只盲盒。我们的博物馆相当于一只藏着金矿的盲盒，以前没有将它真正打开，老守着金矿哭穷，现在，市场就在眼前，但要想办法抓住。
 展示方式乏味呆板，缺少与观

众的互动，纪念品千篇一律，几乎是所有博物馆的通病。消费者的心态并不难揣摩，大多数人其实并不排斥一个价格不贵、又有特色的纪念品。而现实中游客对博物馆卖的一些纪念品不感兴趣，很大程度上是因为东西不够好。故宫文创产品的热销，说明好的文创产品能吸引游客的目光。当然，大多数博物馆虽然不具备故宫这样的号召力，但发挥自己的特色占据市场一席之地，是应该能做到的。
 如何做好文创产品，考验博物馆的管理开发能力。意识上的不足能补一补，技术上的缺失也不是没有办法解决，最大的问题是如何创新，如何克服惰性，如何找到受欢迎的产品。
 这恰恰是博物馆的短板，而与文创公司的合作能使部分短板得到弥补。是时候了，博物馆确实需要转变一下思路，借助市场力量来增强自身的丰富性。

据了解，2021届高校毕业生总规模预计达909万人，再创历史新高。但综合各方面情况，今年高校毕业生就业形势继续保持基本平稳的良好势头。其重要原因在于，各级政府为促进大学生就业“用足政策”，利用各种方式拓宽招聘渠道。与以往的“人才大战”相比，今年各大中城市更注重扩大就业容量、优化就业服务，为就业创业营造良好环境。
 走出校门、走上社会，是人生一个重要节点，高校毕业生必然会面临诸多社会压力。对于大学生来说，“保就业”始终是第一位的。享受特别人才政策，只是少数大学生的期许，助力高校毕业生实现更加充分

更高质量的就业，才是实现普惠式就业的关键。这就要求各地政府及相关部门重视服务重点群体，加大对高校毕业生就业创业、人才培养、青年维权等工作的支持力度，切实为高校毕业生服好务。
 因此，我们必须淡化“人才大战”，强化“充分就业”制度支撑。在实行政策激励的同时，通过创办高技术创业园、实施项目合作等方式，为高校毕业生就业创业提供更广阔的平台。同时，要建立起多层次、多功能的青年人才培养基地，以大学毕业生就业创业过程中“缺技能、缺资金、缺信息”等瓶颈难题为导向，积极为创业者筹集资金、搭建平台、营造环境，助力高校毕业生就业创业。



英雄为调侃对象，必然出错，乃至出事。
 英雄不容轻慢，历史不容戏说。戏说历史，亵渎英雄，就是与大众情感作对，这不是上纲上线，而是捍卫历史真实的底线，也是标注历史“消费”的高压线。但愿相关从业者汲取《江南百景图》的教训！

世相浅见

1.近日，教育部办公厅印发了《关于加强学生心理健康管理工作的通知》，提出从源头管理、过程管理、结果管理、保障管理四个方面综合施策，进一步提高学生心理健康工作针对性和有效性，切实加强专业支撑和科学管理，提高心理危机事件干预处置能力，提升学生心理健康素养。
 点评：儿童、青少年学生的心理健康，仰赖于学生的养育、教育环境。一个学生，如果他被养育、教育的家庭土壤和学校环境是适宜的，那么他自然能身心健康地茁壮成长。我们期盼，教育政策能够更好地为学生提供学习、成长的适宜环境，不仅重视学生的认知和学业发展，还要至少同等重视学生的情绪、人格和社会性发展，不仅优化学业学习的学科课程，也有必要增加情绪与社会学习的课程。另一方面，在家校合作方面更加深入细致，探索和建立家校协同教育机制，使得家庭教育和学校教育能够密切配合，协调一致。

2.近日，中国女排队长朱婷在其个人社交媒体贴出《上海市公安局案(事)件接报回执》以及公证书首页，并配文“已公证，固定证据。已报案，请求追究刑事责任。下一站，人民法院。”据报道，朱婷惨遭人抹黑、造谣。
 点评：朱婷勇敢拿起法律武器维护自身权益，这一举动获得众多网友力挺。中国女排征战东京奥运，出师不利，这是谁都不愿意看到的结果。在这种背景下，不去安慰女排姑娘，反而出言不逊，实不应该。观看比赛，应抱持从容而开放的心态。赢了就夸、输了就骂，甚至把运动员骂得狗血淋头，进而想当然地认为输球原因是内江，是广告接得太多，是人事斗争等。这种向运动员泼脏水、放冷箭的行为，是一种病态现象，暴露出偏狭的心理。

3.日前，北京市教委发布《关于做好校园自动体外除颤仪(AED)配置工作的通知》指出，为落实《关于加强本市院前医疗急救体系建设的实施方案》，推进公共场所自动体外除颤仪(AED)等急救设施设备配置，助力健康北京建设。并要求每个学校至少配置一台自动体外除颤仪，在明显位置张贴自动体外除颤仪位置导向图，同时要组织一定数量的相关人员进行仪器使用的培训。通知要求，自动体外除颤仪的购置安装需2021年底完成。
 点评：作为一种便携式医疗设备，自动体外除颤仪用于抢救心脏骤停患者，能够显著提高生存率。同时因为其简单易用，也被称作公共急救的“神器”。北京推进各级各类校园普及自动体外除颤仪，将有效提升校园急救水平，夯实校园安全保障能力。当然，让自动体外除颤仪成为校园标配，尚只是硬件上的要求。提升师生的急救意识和能力，做到敢用、会用、善用，更是必不可少的软件支撑。此前就有“救命神器”成摆设的现象发生，此类情形应在校园内避免。
 综合新华网、人民网

今日论坛

“72变”的农村墙面广告展现了什么？

■丁 励

穿梭于祖国广袤大地农田村舍之间，乡村的墙面广告构成了一道独特的风景线。
 从“要致富先修路，少生孩子多种树”，到“幸福的生活不仅在于丰衣足食，也在于碧水蓝天”，从“介绍招工100人就赚20万”，到“与其到处东奔西跑，不如加盟农村淘宝”，从“扫黑除恶”到“垃圾分类人人做”……从上世纪80年代的化肥、饲料等农资信息，到本世纪初的汽车、家电、智能手机，再到近几年的电商、短视频平台广告，农村墙面广告的变化就是我国农村经济社会发展进程和变迁的缩影。
 一份对农村墙面广告的调查数据显示，农资类广告从10年前76%的占比陡降至8%以下，汽车类广告则从2011年的3%升至20%以上，电商类广告不仅从无到有，现今更是超过了40%的占比。手机、农村金融产品、农村电商等新兴商品广告正在替代传统农资消费品广告。农村墙面的一幅幅广告不仅映射出乡亲们物质生活水平的不断提高，更反映出农民精神风貌的变化。随着国家乡村振兴战略的深入实施，一些医疗、医院的墙面广告被文化墙逐一替代。
 农民消费升级、乡村面貌焕然一新，离不开农村产业和经济的发展。今年3月，农业农村部发布“十三五”期间我国农民收入情况的数据：2020年面对新冠肺炎疫情冲击，农民收入逐季好转，全年实际增长3.8%，收入达到17131元，较2015年增加5709元。
 民族要复兴，乡村必振兴。“谱写新时代乡村发展新篇章”也成为刷上墙的新广告语。乡村振兴的良好开局在乡村墙面广告的变化里“见微知著”。