

→ 察者看台

如此“神操作”，被骂不无辜

■魏 姗

2月13日晚,电影《满江红》官方在众筹网站摩点上授权发布电影周边产品,其中的御赐令牌、萌化秦桧的书签以及疑似风波亭的沙漏等周边产品受到众多质疑和批评,被认为是“美化、洗白奸臣秦桧”。14日,电影官方发布道歉声明并取消众筹,平台也表示将退还资金。

须知,影视周边产品作为文创产业的蓝海,在今年春节档电影中存在感颇高。隔壁《流浪地球2》的周边众筹项目就大获成功了。原本筹款目标只有10万元,可最终众筹总额超过1.2亿元,甚至还有不少网友表示想买更多。究其原因,除了大家支持国产优秀科幻电影的分外热情,还有周边产品与电影气质的相契合,对其中人气角色也有较好展现,都是吸引大家捧场的重要原因。而与之形成鲜明对比的《满江红》周边,却遭遇了“全网黑”。

深究其原因,就会发现此次《满江红》被骂并不无辜。因为其发布的周边中有“令”牌香薰扩香石,这是以电

影中主角张大所使用的令牌为原型按照1:1比例制作,上面写有“宰相通令,全军提调”的字样。影片中,这是秦桧赐给张大查案的信物,而扩香石的两款香型“青梅”和“瑶琴”,则是电影中惨死秦桧手中的两个歌女的名字。居然胆敢将遗臭万年的奸臣所持的令牌做成香薰扩香石,如此恶心人的“神操作”,难怪众筹链接不到24小时就被骂到下架。

不止如此,周边设计制作公司发表的下架声明,也犹如“火上浇油”,让网友更为不爽。什么叫“因产品设计和创意初衷与部分网友理解存在偏差”?敢情言下之意就是“我的创意你不懂”咯。如此傲慢的话,哪里像是致歉,更像是在责怪网友“借题发挥”“小题大做”。

正所谓“天地之间有杆秤,那秤砣是老百姓”。事实上,此次网友对《满江红》周边大为不满,并非小题大做,而是这样的产品确实与千百年来的大众认知相背离。

岳飞文武双全,家喻户晓。他在宋

朝社稷动乱、百姓罹难之际挺身而出,带领岳家军收复失地、重拾河山,一曲《满江红》更是唱响了千古英雄气,激励后世、激励人心。而就是这样一位鼎鼎大名的民族英豪,却被冤死在风波亭,古往今来不知多少人为此垂泪扼腕。现如今,害死岳飞的罪魁祸首秦桧,却疑似被与《满江红》同名的电影周边萌化“洗白”,试问这谁能忍?

一直以来,国内影视内容行业营收渠道较为单一,基本以票房、分账、会员、广告等传统收入为主。随着新零售业态的兴起和消费习惯的改变,内容IP衍生品种类正在变得丰富多元,想象空间非常大。影视娱乐项目出周边,如今已是基本操作。但无论灵感创意如何“独特”“新奇”,都不应该挑战公序良俗、善恶界限,更不应该使产品存在歪曲民族历史、损伤民族情感的嫌疑。奉劝接下来的影视产业周边“设计者”诸君,想赚钱没问题,但请不要“恰烂钱”,否则只会让自身陷入“赔了夫人又折兵”的尴尬境地。

→ 新闻漫话

“浪漫出租车”承载的不只是浪漫

■付 彪

“好运相伴,心想事成”“星光不问赶路人,时光不负有心人”……载着2000多张便利贴,出租车司机周文昌每天穿梭在济南的街道上。“我开的不仅是一辆普通的出租车,更承载了乘客美好的愿望与祝福。”近日,记者坐上周文昌的“浪漫出租车”,映入眼帘的便是形形色色的便利贴,上面写满了各种“花式”心愿。周文昌坦言,乘客被不同的人留下的温暖所感动。

“从1张到2000多张的积累,源于自己的无心之举。”出租车司机周文昌因为某个时段心理压力较大,找不到发泄的渠道,于是在便利贴上写下当时的心情和愿望贴在车内。原本只是想贴一些话鼓励自己,没想到引来乘客们纷纷留言,分享各自的心情和愿望。如今“心愿便利贴”已持续近2

年,一辆普通的出租车变成了一个移动的“心灵治愈室”——一些素不相识的乘客们在小小的移动空间里隔空对话,交换心情,彼此鼓励。

无独有偶,大连也有这样一辆“治愈系”出租车。司机将副驾驶座的椅背改造成“百宝箱”,椅背上挂着纸巾、护手霜、润喉糖、牙线、创可贴,还有一本留言簿。有网友称这辆出租车是移动的“排忧解难杂货铺”。

其实,无论是移动的“心灵治愈室”,还是移动的“排忧解难杂货铺”,之所以能够带来温暖、引发共鸣,充分说明民众有情绪宣泄与情感表达的需求。正如心理专家表示,通过写便利贴的方式表达心愿,向陌生人倾诉心情,有情绪疗养的效果,最终使乘客相互影响和相互治愈。这也告诉我们,“陌生



人社会”并不是牢不可破,只要我们拿出善意、付出行动,陌生人也会变成熟悉的人,变成可以互相信赖、互相激励、互相温暖、互相帮助的人。

→ 有话就说

消除电竞酒店的模糊地带

■赵志疆



据媒体报道,江苏宿迁宿城区检察院在调研一起盗窃车内财物案的过程中,发现仅2021年3月至6月,宿城区12家电竞酒店住宿登记系统就有未成年人入住记录800余条。超高配置的电脑,种类繁多的游

戏,游戏打累了有床睡,饿了还能叫外卖……这是不少电竞酒店内常见的场景。对于那些自控能力较差的孩子来说,电竞酒店堪称“世外桃源”,那里既没有家长监管,也没有老师盯着,查验身份又不严格,只要掏钱就可以任性。

相比起任性的孩子,某些电竞酒店显然更加“任性”。根据《互联网上网服务营业场所管理条例》,网吧不得接纳未成年人进入营业场所。电竞酒店不仅为沉迷游戏的孩子大开方便之门,而且将法律规定置之脑后——未成年人保护法明确规定,旅馆经营者接待未成年人入住,必须查验入住未成年人身份,并如实登记报送相关信息;必须询问未成年人父母或者其他监护人的联系方式,并记录备查……

法律规定清清楚楚,某些电竞酒店却对此置若罔闻。

实际上,电竞酒店乱象不止于此。现实生活中,多数电竞酒店都没有取得《网络文化经营许可证》,其能否从事互联网上网服务,本身就应打上一个问号。酒店不像酒店、网吧不像网吧的电竞酒店大行其道,不仅给未成年人带来极大的诱惑和伤害,而且会诱导一些青少年误入歧途。

电竞酒店野蛮生长,法律必须及时亮剑。毕竟电竞酒店不是沉迷游戏的“世外桃源”,杜绝此类乱象,首先就应该消除法律与监管的“模糊地带”。只有让电竞酒店在阳光下经营,才能确保相关行业健康发展,最大限度地保障公共利益。

世相浅见

1.离婚后,父亲或母亲未探望,孩子是否可以作为诉讼主体,主动要求父亲或母亲对其进行探望?近日,四川省成都高新技术产业开发区人民法院审结一起未成年人请求探望权纠纷案,判决被告文某履行探望权义务。

点评:女儿以“父爱缺失”起诉爸爸,是对亲情的呼唤,也值得所有离婚家庭好好反思。这个世界上最美的是亲情,孩子最需要的是父母之爱。而父母之爱,不仅是父母给予的衣食无忧,还是父母必须给予的亲情和关爱。在这个时代里,我们已经能够坦然接受离婚现象了,即便是孩子也知道“离婚是幸福的一种选择”。但是,离婚之后的事情,离婚之后如何关爱孩子,是不能躲避的话题。

2.最近,视频《我:毕业5年,存款5000 她:中传硕士,火锅店保洁》登上B站热榜,超500万的播放量,令网友直呼“治愈”。视频主人公“弯弯”和“超超”就读于同一所211名校,而且还是室友,但之后她们却“高开低走”。

点评:当大多数人都热衷炫耀成功的时候,敢于分享所谓的失败,也是一种豁达。“名校毕业5年存款5000”之所以抚慰人心,就在于它传递了这样一种价值观——教育只是生活的过程,而不是生活的预备;哪怕一时难以取得成功,听从内心声音、勇敢做“真我”,也弥足珍贵。在平凡的世界里,绝大多数人都会经历形形色色的不如意。面对机会不退缩、勇敢去尝试,需要努力时不吝惜、能吃苦,失败时不灰心丧气、自怨自艾,这两位坦然呈现“高开低走”的名校毕业生,用真诚的态度打动了网友,提供了一种稀缺的“精神食粮”。

3.“社区小广播”每天上午10点准时响起来。每周微党课、防诈骗民警课堂、保健小知识等等,每天不重样。我现在腿脚不方便,不能外出,看字也费劲了,幸福之声小广播很好地解决了我们老年人的阅读问题。”今年95岁高龄的老党员周爷爷说。南通市幸福街道的“幸福之声小广播”成了一道风景。

点评:“社区小广播”被当地社区百姓称之为“社区新闻联播”,虽然主播们和电视台的播音员在播音技术上不能相比,可是社区百姓都十分喜爱,十分认可,一到每天中午的10点,不少在家的老人都准时收听。“社区小广播”通过灵活多变的方式,更接地气、更合时宜地把党的声音、优惠政策、家庭教育理念、社区里发生的好人好事等传入寻常百姓家。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

“浪漫经济”为消费经济发展蓄力

■江德斌

春节经济热度还未完全消退,“浪漫经济”又接续升温——商场人流如潮、鲜花预订爆单、餐厅一座难求……近日,记者探访南京、长沙、西安等城市街头巷尾,体验到“浪漫经济”给消费市场带来的融融暖意。

“浪漫经济”的主体是年轻人,“浪漫经济”的呈现形式兼有浪漫互动、互赠礼物等特色,空间上以“本地+周边”为主,需求上以“食宿+礼赠”的消费特点。

浪漫是一种精神享受,它可以把普通的生活变成一种奇妙的体验,令人心神愉悦。“浪漫经济”则是一种消费模式,商家以情感、体验为核心,通过营造浪漫氛围,为商品和服务赋予浪漫元素,以满足消费者的情感需求,进而获得更高的经济效益。“浪漫经济”能够提高消费水平,促进经济发展。

随着社会消费能力逐步提高,居民消费欲望强烈,体验型、个性化、休闲型消费逐渐成为主流,这些消费模式均有一定的浪漫元素,能够提升消费者的精神享受,获得情感方面的慰藉和满足。可见,“浪漫经济”的市场发展可期,可顺应趋势做大做强,深挖这一细分消费市场,成为支撑消费经济增长的新生力量。

为了更好地发展“浪漫经济”,可以采取综合促进措施,将“浪漫经济”的市场做得更为广阔。比如推广“浪漫经济”概念,提高消费者对“浪漫经济”的认知;提升商家的服务水平,让消费者在购买商品和服务时,能够切实体验到浪漫氛围;鼓励商业创新,提供更多个性化的浪漫产品,满足消费者的差异化需求;建立完善的浪漫经济体系,提高浪漫经济的发展效率。