

# 到博物馆去 可以成为更多人的生活方式

□ 任冠青

约三五好友一睹期待已久的敦煌艺术展，周末带孩子沉浸式体验一次《红楼梦》主题的特展 近几年，看展式社交蔚然成风，到博物馆去 成为一种社会新风尚。据国家文物局数据显示，2021年有7.79亿人次 打卡 全国各地的博物馆，博物馆的免费开放率也不断提高，达到91%。

让更多博物馆 零门槛 开放，使博物馆更可触达，提供了一种普惠性的文化福利。很多人对这样的经历并不陌生：一开始听到要去某家陌生的博物馆时会兴致盎然，因为对相关的文化和历史背景并不了解。如果还要为此付费，就难

免动力不足。

事实上，逛博物馆很多时候是个 真香 的过程，往往是在置身其中，看到展品的那一刻，在听到内行人的生动讲解之后，才能体会到其中妙趣。博物馆免费开放，可以提供一种无形的拉力，让更多人感受到这种文化上的 真香 体验。

对文化 发烧友 来说，免费开放博物馆也可以让他们更加畅快地进行文博探索。很多综合性博物馆藏品众多，如果只去少数几次，就不免会浮光掠影，无法放慢脚步、驻足细品；一次十几元、几十元的门票虽然不算贵，但若想大幅提高参观次数，甚至每次专为欣赏一件展品，也会是一笔不小的开支。免费开放后，会让文博爱好者的游览更为随性、从容。

如今全国91%的博物馆免费开放，传

递的是一种清晰的文化价值导向：到博物馆去 并不是一种专门为之的仪式感，而应当成为再寻常不过的生活方式，它可以像去喜欢的餐厅一样日常、频繁。

在降低门槛、吸引更多人来参观后，接下来，博物馆也有必要向纵深发展，为公众提供更加丰富、便利的文化体验。

这其中，更新对展品的介绍方式应成为重要一环。文物并不会自己 开口 ，需要有人替它去讲述。传统的标签式简介，往往将展品扁平化为 时间、地点、人物 ，很难满足人们对背景知识的需求。充分调动社会上的智力资源，鼓励更多专家和爱好者参与志愿讲解，是丰富观众参观体验的有效路径。

一次笔者在参观 宅兹中国 展览

时，就发现一位志愿者在饶有趣味地讲解玉环、玉璧和玉琮的区别，并由此引申到中国的姓名文化，吸引了不少参观者驻足聆听。与 毫无感情的复读机器 不同，这种充满热爱的讲解才更有感染力。

另外，要让文物真正 活 起来，不妨尝试更有创意、更加多元的策展方式。传统意义上，文物的展览方式较为固化，比如按年代、类别划分等。这样做虽然充满秩序感，可是难免会让人感到沉闷。近些年，不少博物馆都开启了更为灵活的策展模式，以主题策划的方式，打破了时间空间的界限，令展品之间呈现出有趣的呼应和对话。

例如，2020年故宫就策划了一场苏东坡大展，以人物经历为主线讲述 苏轼和他的朋友们 的故事，使书画、碑帖、

器物等呈现出别致的空间语言，也让观众感受到了不一样的故宫体验。类似的布展创新，应当被鼓励和支持，也需要更多的专业人士才支撑。

除了消除 门票门槛 ，博物馆还可以针对不同人群、在更多层面提供便民服务。比如，对青少年群体，不妨设计模拟文物修复体验、感受活字印刷等趣味性较强的活动，引导他们在参与互动的过程中体会文化之美。在有条件的情况下，也可以适度延长开放时间、探索夜间开放模式，为忙碌一天的上班族提供一场暖心、放松的文化之旅。

总之，博物馆不应该是 高冷 的，而应当成为融入人们日常生活中的 标配 ；到博物馆去 也不该止于一阵风潮，它可以成为更多人的生活方式。

## 动物园喊 穷 直播筹款不丢人 保护动物是初心

□ 默城

红山动物园最近穷得揭不开锅了，开放了一批动物认养。近日，博主七英俊的这条推文在微博上引起关注。还有博主称，南京红山森林动物园从10月29日封园开始，每天都是0收入，非常艰难，需要大家的支持。据报道，该动物园的直播间也附上了捐助链接，在18万人的帮助下，已筹到264万元。目前，已有约150只动物被认养。

红山动物园一直被称为 爱心动物园 良心动物园。这家动物园即使面临亏损，也拒绝让动物表演以及售卖投喂动物饲料，坚持让1.4m以下儿童、60岁以上老人以及残障人士等免费入园。说得直白一点，这可能是一家脱离了低级趣味的动物园，也算是动物园界的 孤勇者。

在这家动物园的价值观和世界观里，动物园亏损不丢人，通过喊 穷 直播筹款，开放动物认养，来维持和改善动物园的运营，也不丢人，但如果是把动物园给关了，抛弃这些动物，放弃保护动物的初心和坚守，以及没人在乎和关注他们在乎的事业，才是真的丢人。

这其实也不是红山动物园第一次喊 穷 直播了。不过，红山动物园一方面，扩大了影响力，用温情唤醒更多人，让更多人加入关注和保护野生动物的行列中，在社会上形成

尊重动物和爱护动物的氛围；另一方面，认养动物也是动物园增强开放度的方式，对动物园是精神鼓励和支持，对公众也是一次难得的教育体验，有助于让公众更加深入了解自然、了解动物。

就拿这次的情况来说，无论是短短几天筹集到264万元善款，还是150只动物被认养，都说明，红山动物园的努力和作为，让社会公众对这家动物园保护动物的价值追求十分认可和尊重。社会公众愿意买单，伸出援手，原因也正在于此。

在一些动物园依然追求盈利，以动物表演才艺为主的大背景下，红山动物园扮演的则是 逆行者 的角色，非常难能可贵，也依靠努力和实力突围，击中了公众内心最柔软的地方，赢得社会的广泛支持和崇敬。

红山动物园凭一己之力，不仅实现 自力更生 ，更大声告诉行业和社会：动物园可以不是动物的牢笼和枷锁，也可以不是用来取悦人类的。就像在募捐简介里写的那样：动物园不是人与动物关系的终点，而是爱与尊重的开始，共建美好动物家园，让每个生命都享有自然之美。

一个真正追求人与自然和谐共生的文明社会，绝不能让保护动物的动物园倒闭，还应该让保护动物的星星之火，成燎原之势。

庄子说：天地与我并生，而万物与我为一。愿每一个动物园都成为保护动物的 拥趸，愿每一个人都不要去掉尊重和爱护动物的初心，愿 人与自然和谐共生 的价值理念，成为这个社会永远不变的文明底色。

## 告别野蛮生长 让剧本娱乐行业好玩又有益

□ 夏熊飞

近年来，以密室逃脱、剧本杀为代表的沉浸式娱乐活动受到年轻人追捧。据央视财经报道，2019年全国剧本杀实体店数量由2400家飙升至1.2万家。工商登记信息显示，2020年内新增剧本杀相关企业超过3100家。与此同时，一些密室逃脱、剧本杀中充斥暴力、血腥、色情等野蛮生长的情形引起关注。近日，记者在探访中发现，一些商家为吸引年轻人，在宣传海报上印有 鬼食招魂 噩梦循环 人偶附身 共度青春 等招揽图片。（《中国青年报》11月9日）

要说当下最受年轻人追捧的娱乐活动，密室逃脱、剧本杀绝对名列前茅。相关数据也可提供佐证，中国娱乐行业协会与中国青少年研究中心共同发布的《青少年沉浸式娱乐及权益保护研究报告（2021）》显示，超六成的青少年表示很喜欢玩密室、剧本杀类沉浸式游戏。对恐怖主题密室，未成年人年龄越低喜爱程度越高，12岁以下占比高达66.7%。可见，在青少年群体中，有一大批密室逃脱、剧本杀游戏的忠实拥趸。

作为新兴的娱乐方式，密室逃脱、剧本杀类沉浸式游戏，参与感更强，在确保娱乐性的同时，还具有很强的社交属性，因而成为很多年轻人摆脱虚拟线上社交，开展线下互动交流的首选。正因为受众广，且还多为消费能力不弱的年轻人，很多资本纷纷投入剧本娱乐行业。这为整个行业发展壮大、拓宽消费者的选择提供了重大契机，但同时也带来了泥沙俱下、质量良莠不齐等问题，不仅造成了对剧本娱乐行业的污名化，也给消费者尤其是青少年玩家造成了身心上的伤害。

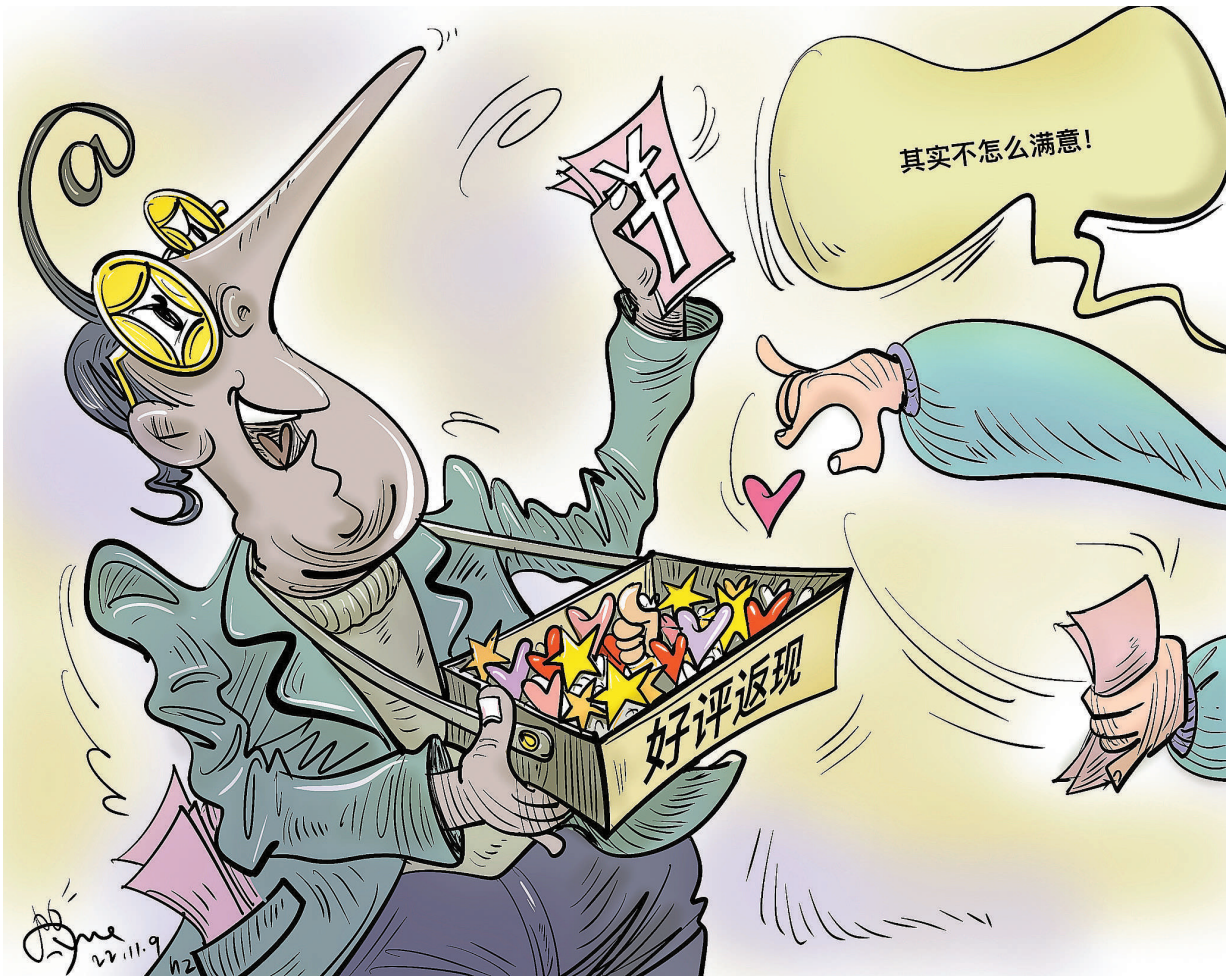
一些商家为了招揽顾客，不是在提高剧本质量、改善经营场所环境上下功夫，而是通过在密室、剧本中增

添色情、暴力、封建迷信等元素，通过猎奇的旁门左道来增加人气。还有的商家看见热门受欢迎的剧本，不是购买版权而是选择非法盗印。而为了节约运营成本，不少密室逃脱、剧本杀场所都选择开在小区居民楼、地下室等存在消防安全隐患的地方。尤其是不少密室逃脱、剧本杀对未成年人简直可谓 不设防 ，一些堪称 限制级 的剧本轻而易举就能进入未成年人的视野，对他们的三观造成巨大冲击与负面影响。

以密室逃脱、剧本杀为代表的剧本娱乐行业，如果继续如此野蛮生长，不仅会频频触碰法律与监管的红线，更会遭到来自家长与舆论的强烈抵制，同时也会因为行业乱象丛生而摧毁整个业态。其实，早在今年6月，文化和旅游部等五部门联合发布了《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》，首次在全国范围将剧本杀、密室逃脱等剧本娱乐经营场所新业态纳入管理，实行备案管理。外在的监管相当于给剧本娱乐行业套上了 紧箍 ，目的不在于限制该行业的发展，而是确保其沿着正确的轨道前行。

在确保他律实施到位的同时，各从业者也要不断加强自律。一方面要依法依规经营，如尊重版权拒绝盗版、抵制暴力色情等不良信息、非法定节假日严禁禁止未成年人进入等等，廓清萦绕在行业头上的 不良场所 等污名。另一方面更要主动作为，充分挖掘剧本娱乐行业的发展潜力，如不断加强优质剧本的创作、加大与VR等技术的结合让体验感更佳等，做到寓教于乐、健康文明娱乐，把真正有创意有创新、高质量的优质内容呈现给年轻人。

以密室逃脱、剧本杀等为代表的剧本娱乐行业要想做大做强、行稳致远，就得把 有意思 与 有意义 结合起来，目前多数商家已经能做到前者，但后者有所欠缺。可见，如何让剧本娱乐行业越来越有必要，或将是所有从业者及整个行业都需要思考与改进的方向，而这一切的前提都是和此前的野蛮生长模式彻底告别。



买好评

近日，江苏省市场监督管理局通报互联网领域反不正当竞争典型案例。其中，扬州一公司因宣称 好评返现 虚构好评 被处以罚款1.5万元。至案发时，当事人在网上购买了1万张 小额打款1元 卡，发出6300张卡片，共返现3160笔。（中国新闻网11月9日）

漫画 徐简

## 儿童智能手表真的需要那么多 功能 吗

□ 杨鑫宇

×××电话手表，能打电话的手表！无论你在哪里，一个电话马上找到你！最近几年，这样的广告词，越来越频繁地出现在家长群体视野之内。在各路厂商的大力营销下，具备电话、上网、远程监控等多种功能的儿童智能手表，似乎正在从少数家庭才会买给孩子的 奢侈品 ，变成中小学生校园生活的 必需品 。校园之内，功能更丰富、外形更时尚的智能手表，很容易成为小朋友们追捧的对象。校园之外，不少家长对此也极为上心，想方设法为孩子挑选具有更多 亲子联络功能 的智能手表。

然而，近日有数据显示，许多消费者对儿童智能手表的质量并不满意。江苏省消费者权益保护委员会最新发布的调查报告指出：近一半消费者对儿童智能手表质量给出负面评价。其中，有超两成消费者遇到定位不准问题，超四成消费者表示所购产品信号不稳定，通话质量差，近三成消费者认为儿童智能手表内容的复杂性容易影响孩子心智健康。质量问题之外，消费者对个人信息泄露问题也是十分担忧。

任何一类商品、任何一个品牌，要取得消费市场的信任，都必须解决好质量问题。厂商在营销领域投入再大，如果不能让质量跟上宣传，都难免让消费者产生

货不对板 的不良印象。家长为孩子购买儿童智能手表，首要需求就是与孩子联系，并取得孩子的实时定位。因此，定位不准、通话质量差等问题，对这一商品类型而言可谓致命缺陷。如果一块儿童智能手表，连核心功能都实现不好，无异于给阉割版的手机原件套了个 表壳 。这样的商品设计，既不关心作为使用者的儿童，也不尊重作为消费者的家长，迟早会在日趋严格的行业监管之下受到淘汰。

质量问题固然重要，但是，对于儿童智能手表这个 新生事物 ，社会的疑虑与担忧却不局限在质量问题上。在网络舆论场上，质量相对较好、销量相对较高的一流儿童智能手表品牌，反而更容易引起争议。这些品牌推出的手表，往往功能强大 时髦值高 ，让孩子和家长都觉得买了 倍儿有面子 。然而，孩子在使用手表时，某些功能却不免让人感到不太舒服。

还是以江苏消保委的报告为例：不少消费者认为 儿童智能手表内容的复杂性 会影响孩子心智健康，这说明：社会并不认为儿童智能手表的功能 多多益善 。相对于普通手表，智能手表最大的特点就是加入了通话定位功能，给孩子加了一份安全保障，而非独一無二的创作，智能手表的卖点则在于不会让孩子过于自由地接触游戏、上网等容易使其在学习中心的功能。过度强调儿童手表的功能性，尤其是社交、娱乐功能，很容易使其手

机化 ，一方面会对自制力不强的孩子形成诱惑，另一方面也容易激起学生的攀比心，乃至造成基于手表品牌、档次的 社交分化 。

会受到儿童智能手表某些功能 诱惑 的不仅是孩子，还可能是家长。某些儿童智能手表的 家长监控 功能过于强大，也会给家庭教育造成负面影响。此前，有博主专门发布视频，曝光了当代儿童智能手表惊人的 监控力 ，引发了广泛的关注与讨论。

具体而言，一些儿童智能手表型号可以在孩子完全不知情的情况下，不限时、不限次地将孩子身边的声音 转播 给远方的家长。家长固然有了了解、教育、管理孩子的权贵，但少年儿童应有自己的隐私空间，如此才能健康成长。家长如果不加节制地对孩子实施全方位、全天候的 监控 ，很可能使家庭关系变得紧张。更何况，这些隐私信息经由儿童智能手表处理，还有潜在的外泄风险，更加令人担心。

今年7月，中央网信办等部门联合举行暑期未成年人网络环境整治专项行动，聚焦未成年人使用频率高的学习类App、电商、儿童智能设备等平台，集中解决涉未成年人问题乱象。儿童智能手表正是儿童智能设备 中的一类。对于这一产业，社会还应高度关注其对孩子权益、儿童教育可能产生的影响，并引导其发挥积极的社会作用。

如何强大，目前仍只能依赖已有的数据建模。换句话说，AI绘画只能临摹已有的流派和表现形式，既无法开辟新的表现形式，更无法凭空创造新的流派。

科学技术的发展必然意味着原有格局的打破，有人因此不得不走出 舒适区 。每一次科技革命，都有人 被 夺去饭碗 ，重新定义自己的位置，但人类社会并没有因此停滞不前，反而爆发出更大的创造力。究其原因，在于科技只能替代科技可以解决的问题，而无法替代人类的思考和创造。

如今已有太多简单机械的岗位被人工智能取而代之，在最应该呈现出创造力的艺术领域，出现AI绘画这样的 搅局者 ，又有什么值得大惊小怪呢？如果一个艺术家担心被AI绘画工具取而代之，那只能说他对自己的创作没有把握，对于创新缺乏信心。

艺术的真正魅力，在于具有独一无二的灵魂，这既是一种很难被抽象表达的概念，同时也是一种很难被数据化计算的领域。而这，难道不正是艺术家所应该探索和追求的目标吗？

基础上探索新的商业模式。

虽然AI技术已深深地嵌入公共生活，但当AI尝试染指艺术的时候，还是不可避免引起了绘画圈内的热议。更有甚者，猜想艺术家是否会 被科技 夺去饭碗 ，或丧失原有的创造力，不得不重新定义自己的工作。这样的担忧，正在成为现实：一些画师在投稿时，会标注 纯人类手工绘画，无AI建模 ；一名参赛者用AI绘画工具生成的作品，在艺术比赛中拔得头筹；一幅由人工智能创作的画作《埃德蒙德 贝拉米的肖像》，竟然拍出43.25万美元的高价 当业内人士还在为AI绘画是否属于艺术的时候，外界反应似乎已经给出了明确的答案。

著名美术教育家罗恩菲德有一句名言：在艺术教育里，艺术只是一种达到目标的方法，而不是一个目标。虽然谈

## 社区食堂怎样 让年轻人 吃得好

□ 胡不归

近期，有关社区食堂的建设备受关注。

10月31日，住建部、民政部联合发布的《关于开展完整社区建设试点工作的通知》中，要求完善社区服务设施。其中提到，适应居民日常生活需求，配建便利店、菜店、食堂、邮件和快件寄递服务设施、理发店、洗衣店、药店、维修点、家政服务网点等便民商业服务设施。这当中，社区食堂的概念尤其引人注目。

社区食堂并不是最近才出现的，其一直是各地惠民实事项目的重要内容之一。此前，不少地区已经陆续出现了社区食堂，有的甚至已经经营多年，但一直处于存在感较低的状态。

从目前各地已投入经营的社区食堂看，鸡肋、不实用、满意度低，是不少居民的普遍评价。具体说来，社区食堂的问题大多集中于菜品简单、口味不佳、环境简陋以及无法保障食品安全等几方面。

既然如此，为什么仍然需要建设社区食堂呢？一个重要原因即在于其便利性。

在很多城市，尽管餐饮业整体已经很发达，但仍存在分布不均衡的问题，尤其是对于生活在郊区的居民来说，饮食选择相对少了很多。此时，位于家门口的社区食堂，则能够最大限度满足就近与多样化的需求。

此外，还得看到，对于占据城市人口大多数的年轻人来说，社区食堂在某种程度上可以很好地解决他们下班好累不想做饭，以及 今天晚上吃什么 的烦恼。

但是，社区食堂如何推行、怎么运行才能真正发挥作用、解除痛点，避免成为 鸡肋 产品，仍然需要认真且长远的规划。

社区食堂与其他餐饮产品最大的不同，并不在于地理位置，而是在于它的公益性。也就是说，社区食堂是一项惠民工程，首先考虑的是公益属性，其次才是营利性。

这一性质也决定了社区食堂无法赚快钱、赚大钱，可能需要政府补一点、企业让一点，在营利与公益之间寻找一个平衡点。因此运营方的 准入标准 相对也会更高，这就需要社区严把考核。

当然，企业让一点 并不代表其他标准也要 让一点，社区食堂需要考虑不同人群的饮食、用餐习惯，尤其是老年人、残障人士以及困难家庭等特殊群体。其实，从社区食堂设立的初衷看，很大程度上也是为了给这类特殊群体提供更好的服务。

事实上，最近关于社区食堂的讨论多了以后，网络上也不乏质疑的声音。比如，有的人疑问社区食堂的存在会不会取代小饭馆，甚至还有人担心社区食堂会变成 大锅饭 。

其实，社区食堂的存在是在小饭馆之外给居民更多的选择。它不是 国营食堂 ，用心经营就不会变成 大锅饭 。社会资本的参与以及对市场规律的尊重，可以让社区食堂朝着可口、健康，以及多样化与个性化的方向发展。倾听社会与居民意见，根据社区特征制定运营策略，做精做细餐饮服务，应该是如今社区食堂的一大亮点。

无论是充分发挥公益性，还是拥抱市场化的运营，社区食堂都不能成为弃之可惜、食之无味的 鸡肋 产品。面向如此广阔的市场，其带给居民的幸福感也应该是实实在在的。

□ 赵志疆

据人民网报道，在2022世界人工智能大会上，Tiamat人工智能艺术团队的展位吸引着好奇的观众，他们中有不少人是首次尝试AI绘画，普通人竟能像名家一样画画，呈现毕加索、蒙克、莫奈的画风？这听起来不可思议，但人工智能的确具有这能力。

最近一段时间，各类AI绘画工具如雨后春笋般涌现，相关话题也多次登上热搜榜。只需在屏幕上输入几个关键词，AI绘画工具就能快速生成令人惊艳的绘画作品，如此新奇的体验令不少人欲罢不能。应用市场的火爆，反过来也刺激更多开发团队投身其中，致力于通过 秒生图，生精图 来跑马圈地，并在此基

础上探索新的商业模式。