



人才缺口大 这些冷门专业“热”起来



中青报·中青网记者 孟佩佩

“不需要很多人学，但总需要有人学。”李右溪对甲骨文专业“一见钟情”，毕业后依然坚持在这门“冷门绝学”里，做起了甲骨文科普短视频博主。

学甲骨文到底有什么用？实际上，在我国已发现的大约4500个甲骨文字中，仍有近2/3无法被释读，中国文字博物馆以最高10万元/字重金悬赏破译人员。

古文字破译人员成了市场上“重金难求”的人才。

就业市场上还有一些学传统冷门专业的学生也意外备受青睐，成了“香饽饽”。

在河北师范大学今年举办的家政学专业毕业生专场招聘会上，来自京津冀的36家单位一共提供了750余个就业岗位，岗位数是应届家政专业毕业生人数的28.8倍。在上海电机学院材料学院，大多数焊接专业的毕业生手握多份Offer（录用通知）。

只谈热爱不足以成为真正被需要的专业技术人才

大学本科学习汉语言文学专业，李右溪在古代汉语课程上第一次了解到了每个字是怎么造出来的，她一下子就被吸引住了，“就会有一种好奇心，想知道每个字最初是什么样子的”。

凭着极大的兴趣，李右溪选择了甲骨文方向硕士研究生专业。可没想到，这一专业“又难又冷门”。

她告诉中青报·中青网记者：“刚开始都不认识‘字’，入门的书半天可能只能看一页，就算看懂了，却不知道连在一起是什么意思。”读研阶段，李右溪几乎天天“泡”在图书馆里学习，“就连写毕业论文也是边学边做研究”。

去过互联网公司工作，又重新拿起甲骨文专业，李右溪还是想“一头扎进”自己热爱的领域。“汉字本身也是我们文化的一部分，背后具有极大的文

化价值。”很多人在李右溪的讲解下，感受到了中华传统文化的魅力。李右溪觉得，“学习甲骨文就像在‘破案’，一部古文字史就是一部中华远古科学技术文化史，里面可挖掘的东西太多了”。

“学古文字真的是毕业即失业吗？”她在自己的短视频中回答了这一大家关心的问题，“这一冷门专业虽然可以找的工作没有那么多，但少且稳定，受市场经济影响小，像考古文博机构、编辑出版、教育科研机构，还有相关政府部门和事业单位都会需要古文字专业人才。”

不过，她也坦言，虽然竞争压力没有热门专业的压力大，“但薪资普遍偏低倒是真的，靠的主要就是热爱”。

年轻人开始依自己的兴趣选择专业和择业，曾经的冷门专业“热”了起来。北京师范大学考试与评价中心曾参与发布的一份《00后高考志愿兴趣报告》显示，人文专业方向，学生最感兴趣的前3个专业分别是历史学、文物与博物馆学以及考古学。

只谈热爱不足以成为真正被需要的专业技术人才。在深圳博物馆藏品保护部主任、副研究员蔡明看来，近年来，一些考古类影视作品和相关纪录片的热播，带火了考古学专业。

考古学专业是一个需要“坐冷板凳”的专业，“也不是挣大钱、挣快钱的行业”。蔡明建议，“如果仅仅是受影视作品影响而报考是不成熟的，真实的工作场景或许跟想象中不一样，在考古一线工作需要吃苦与坚持”。

河北省文物考古研究院研究员、汉唐考古研究室主任张春长坦言，之前的考古、文博专业还属于“在象牙塔里的冷门小众专业”，“随着我国经济实力的提升，人民生活水平的提高，国家和地方政府对文化的重视等，这些专业的社会关注度越来越高，很多人喜欢上了考古与文博专业，这是一个好趋势”。

张春长告诉中青报·中青网记者，“考古工作为弘扬中华优秀传统文化、增强文化自信提供坚强支撑，但目前，我国考古行业对于人才需求仍迫在眉睫，特别是中高级职称人才是极度缺乏的，这一行业人才的缺口一时间难以得到填补”。

文旅部数据显示，2022年年末，全国共有各类文物机构11340个，但从



8月18日傍晚，安徽阜阳，求职者在颍州区夜市招聘会现场寻找适合自己的就业岗位。

视觉中国供图

业人员仅有19.03万人，其中高级职称12757人，仅占6.7%；中级职称24129人，占12.7%。

他也观察到，大量考古文物机构特别是一些文物大省，都正在进行大范围招聘，并采取相应人才引进政策，吸引更多有志青年加入文物考古事业。“‘十四五’期间，河北省考古研究院扩充编制至180人，现有在编人员仅有60余人，近几年的人才需求量比较大”。

在他看来，考古学专业毕业生目前的就业前景还是不错的。“我国力争到2025年文物考古科研人员数量增长25%，壮大考古人才队伍，加强考古学科和队伍建设，因此全国考古学专业机

构的人才需求量远大于考古学毕业生的人数。”

“中央、各级文物考古研究机构、文化遗产保护机构、博物馆、设有文博考古专业的高校、文化行政管理部门，以及文化旅游部门、美术馆、拍卖行、文物鉴定机构、文物商店、海关、出版社、报社等单位都是主要的就业去向，所以未来的就业前景也是十分广阔。”张春长说。

面向国家所需、行业发展，冷门专业背后蕴含更大的人才市场需求

报考哈尔滨工程大学水声工程专业

前，陈洪英“完全没听说过”。在了解专业情况的家人建议下，她选择了这一专业。今年硕士研究生毕业，她早就拿到了Offer（录用通知）。

陈洪英和同学们经常会聊起“去哪里就业”的话题。在她看来，尽管专业名称“很冷”，就业选择却很多元。“可以选择船舶行业、航空航天、科技公司，也可以选择一些电子信息类专业对口的工作等。我收到五六份Offer（录用通知）都算数量少的。”

工作近一个月，陈洪英更加了解了自己所学领域的重要性。她告诉中青报·中青网记者，“研究生阶段跟着课题组做项目，初步接触了国家战略所需的工作。入职后更了解到，我们现在处在

海洋强国建设发展的重要时期，人才缺口比较大，对我们来说是非常好的机遇，可以发挥自己所学知识”。

“严格意义上讲，水声工程从诞生开始就是海洋声学与信息技术的交叉学科。”中国科学院声学研究所研究员、博士生导师迟晋告诉记者，该领域学习的理论和处理方法与普通信息技术专业是一样的，也涉及人工智能等最前沿的技术探索。

“虽然大家一听这个名字会比较陌生，但就业市场一点都不冷，供不应求。”他说，从国家战略需求来说，当下海洋领域人才缺口比较大，个人就业选择就更多了，“央企、国企、科研院所、高校、前沿科技企业等，都可以投递简历”。

“社会不断发展，行业发生变化一些冷门专业所对应的行业其实是在逐渐升温的，像新能源汽车、航空航天、集成电路等先进制造业和战略性新兴产业等在快速发展下，相关高端制造人才需求越来越大。”上海电机学院材料学院直属党支部书记张静说，既懂技术又懂智能化的人才制造业的紧缺人才。

这一人才紧缺在焊接领域显得尤为突出。根据人力资源和社会保障部发布的2022年四季度全国“最缺工”的100个职业排行，焊工排名第12名，连续3年上榜。和市场庞大的需求相比，人才缺口显而易见。

上海电机学院材料学院焊接专业教师杨森说，焊接是目前唯一能够实现永久连接和密封连接的一项技术，用途非常广泛，既应用于航空航天、芯片制造、船舶制造等重大工程，生活中遇到大多数产品都可能需要用到焊接工艺。“与传统印象中不同，其实不少看似接地气的技术落后，同样也会掣肘行业的发展”。

“但大家的认识往往不够，可能还认为焊接就是传统的迸着火花的操作方式，劳动条件还艰苦。”杨森坦言，希望社会对此类专业的认知度更高一点，这对焊接方向人才培养更有利。“技术是与时俱进的，比如材料技术发展了，自动控制技术发展了，焊接也在进行智能化改造，通过大数据、自动控制、机器深度学习等方式，都能逐步实现智能化的焊接。”

由于每年焊接专业仅招一个班30人，焊接专业毕业生的就业并不成问题。“可以说，关系到国计民生的领域都离不开焊接。在国家重点发展的能源、矿产、交通运输业等11个重要领域，新材料、先进能源、海洋技术、空天技术等8大前沿技术，以及大型飞机、载人航天与探月工程等16个重大专项中，有超过一半的技术实现需要焊接人才的支持。因为抢手，他们的薪资水平也都比较高。”

暑假文博文创火热 如何因地制宜发展

中青报·中青网见习记者 李丹萍

场内人潮涌动，场外一票难求……今年暑假，“博物馆热”持续升温，与同样火热的还有博物馆文创。以院藏文物青玉人首蛇身玉佩为原型，河南博物院的玉佩棒棒糖每日销量超1500份；故宫博物院推出的松鹤延年创意升降水果篮，累计销售上千件；中国国家图书馆“甲骨文”系列文创产品销量已达7万余件……

让文物不再是束之高阁的古董，让文化遗产不再是尘封于书本的记忆，各大博物馆正进行文创开发，让文物“活起来”，焕发绚烂光彩。

“文博文创是大众与生活的超链接。”北京师范大学教授、文化创新与传播研究院副院长杨越明认为，文博文创将过去、今天和未来串联在一起，让大众在当下的生活中感受到穿越时间的魅力。

当前博物馆文创呈现出怎样的特点？在新时代，博物馆应如何因地制宜发展文创？

从打卡留念到品质品味

2020年4月，一头须鲸在海南省澄迈县桥头镇搁浅死亡。得知消息后，中国（海南）南海博物馆将其运回馆内，请专家进行标本制作后开设《南海鲸灵一馆藏鲸类标本展》，并推出随展文创“鲸喜系列”。

由“须鲸”这一元素延展，博物馆将关于鲸的自然知识印制在笔记本内，推出鲸喜系列科普笔记本。同时，选取鲸鱼、抹香鲸、虎鲸、座头鲸的形象，结合美济礁灯塔、华光礁1号、南海馆建筑、玉壶春瓶等南海元素，推出“冰箱贴”“行李牌”以及系列首饰。

在“马踏飞燕”毛绒玩偶火爆出圈后，甘肃省博物馆再以镇馆之宝“铜奔马”为原型，推出“铜奔马”立体拼装积木。研发团队历时半年，在保留文物原有特色“歪头杀”的基础上，推陈出新。馆方出品的首款产品以859件颗粒积木拼配而成，让玩家既能享受拼装的娱乐，也能感受文物鲜活之美。

以首饰为载体，让文化回归生活。深圳博物馆以馆藏的金漆木雕文物为设计灵感，设计开发出了“喜上眉梢”“梅竹长春”两个系列文创首饰。湖北省博物馆则以馆藏彩漆木雕鸳鸯形盒及

文物上的击鼓舞蹈图案为灵感，推出乐臻圆满系列，包括箱包、渔夫帽、丝巾等出行用品。

在杨越明看来，现在文博文创产品大致分为4类：第一类是打卡留念型，例如文具、书签、冰箱贴；第二类为颜值趣味型，这类产品通过创意设计将原生态的文博资源卡通化、趣味化，引起大众对文博资源的注意力，例如考古手袋；第三类是参与体验型，例如考古盲盒、解谜书，让使用者在体验中加深对产品的理解；第四类则是品质品味型，即重在满足高阶美好生活的需求，体现个性化，例如基于馆藏珍品的贵金属饰品、高仿真摆设。

当博物馆文创变身盲盒，是形式单一还是独具特色

作为近年来在年轻群体中广泛流行的潮流玩具，盲盒不仅在动漫领域备受欢迎，在文博文创方面也全面开花。

广东省博物馆推出的“南海1号”水下考古盲盒，是盲盒更是DIY产品。在盲盒中，不仅有水下考古发掘的瓷器、铁器展示，还将沉船的整体打捞过程在打开盲盒时得到展现。四川广汉三星堆博物馆的“三星堆X号坑考古记”教育体验盒“采用场景化的构造方式，将考古现场等比例微缩，并设置有在线考古报告，让体验者在体验考古的同时了解相关知识”。

不同于考古体验馆的“挖呀挖”，鄂尔多斯市博物馆的“发现之旅——盲盒香氛蜡烛”采用了“烧呀烧”的方式展现文创产品形态。盲盒以博物馆建筑外形为蓝本，内置8款鄂尔多斯动物纹饰青铜件。当蜡烛徐徐燃烧，青铜饰件逐渐浮现，未知的答案缓缓展现。

除了考古现场体验，很多博物馆还将盲盒和文物制作过程有机结合。河南博物馆推出的“雕刻的宝物·传拓盲盒”，通过拓片将文物的纹饰呈现在纸张之上，让大众亲身体验传拓这门传统工艺。安徽博物院将手工皂作为介质，模仿青铜器冶铸的整体流程，推出“铸客来了——文物冶铸盲盒”……

“盲盒具有一定的趣味性和偶然性，能够激发人的好奇心。”杨越明认为，盲盒不仅仅是碰运气，它更大的价值在于挖掘的过程。很多考古体验馆配有指导手册，写明注意事项例如戴手套、注意“文物”与空气的隔绝等。她表示，盲盒看似小小的，实际上它将考

古挖掘的常识、中国尊重文化的精神都浓缩其中，这是文物挖掘面向公众的一个良好尝试。

然而，很多人对于博物馆盲盒存在质疑，认为形态单一。对此，杨越明并不赞同：“盲盒作为一种成熟的市场产品，确实具备一定的重复性，但我们也要看到盲盒内在文物资源的独特性。”她认为，只要设计者“尊重文物”的初心不改，让更多人能够通过盲盒感受多元的文化和文物资源，“何乐而不为”？

如何因地制宜发展文创

当国潮渐趋流行，当文博不再小众，博物馆应如何在新时代因地制宜发展文创，成为行业从业者关注的话题。

杨越明认为，找到最能够吸引大众的文博资源是关键，“名气大”不等于“合适”，“能够和大众形成沟通的藏品才是最好的”。同时在开发产品时要避免盲目性，“文博文创可以和馆内的常设展结合起来，让文创成为展览的延伸，而不只是一个普通的产品”。此外，博物馆要建立健全文博机构内部文创开发的机制，不论是内部挖潜还是外部增量，都有可能为博物馆的文创赋能。

河南博物院文创助理馆员刘维认为，博物馆因地制宜发展文创首先要创新，在尊重历史的基础上讲故事。

天津自然博物馆副馆长、研究员王凤琴表示，除了文创产品，文创类研学科普活动、科普剧等方式也值得探索。

刘少奇同志纪念馆坐落于湖南省宁乡市花明楼镇，地处5A级景区之中。纪念馆办公室主任龙文阳介绍，纪念馆的文博文创发展主要通过“文化+旅游”的方式来实现：将文创和红色文化相结合，推出主题党课、红色课堂进教室等活动；在展览方面，纪念馆多次推出主题展和特色展览，并成立博物馆行业协会。

“博物馆因地制宜发展文创，可能不仅需要做好文创产品，陈列、研究等方面的工作都很重要。”中国（海南）南海博物馆副馆长、副研究员朱磊说，文创的发展不是单打独斗，需要博物馆不同部门之间相互配合和融合，各个博物馆之间的相互学习和交流，不断地创造新的认识，实现创新性的发展和转化。



保护生物多样性

共建万物和谐美丽中国

2022年全国公益广告大赛获奖作品