

建立文物与公众的“超级链接”

■刘阳

前几天的全国两会上，有人大代表建议，让文化遗产“活”起来是最好的保护。针对我国文物修复保护人才匮乏的问题，有政协委员表示，将建设“文物医学院”，培养更多“文物医生”。代表委员们的建言献策，让更多人关注文物保护利用的话题。

随着近年来文博事业发展带来的博物馆热，人们在领略文物之美的同时，也开始关注文物从被发掘到被修复，再到展现在公众面前的整个过程。不久前，一个以“修复文物，遇见文明”为主题的H5成了“爆款”。这一新媒体作品展现了三星堆出土的金面罩青铜人头像、陶三足炊器，以及金沙遗址出土的“太阳神鸟”金饰等3件代表性文物的修复过程。网友只要

轻触手机屏幕，就可以“亲手”完成文物的修复工作，从而感受文物修复的独特魅力。

随着媒体融合向纵深发展，文物知识的普及获得了更多更新的渠道，创造了更加多样化的传播方式。2017年举行的国际建筑博览会上，人们欣赏到了敦煌莫高窟精美的洞窟壁画，同时，远在千里之外的莫高窟的人流、壁画实时环境状况，也一同通过数字传输同步呈现；第四届世界互联网大会上，乌镇国际互联网会展中心用三维高清采集、三维打印等技术，将临潼的兵马俑请到了乌镇，观众不仅可以看到它，还可以与它亲切握手。

文物作为历史的物质遗存，是光辉灿烂的中华文化的重要载体和精神瑰宝。现在，人们通过互联网，用更多元的方式感知文物、与文物互动。2016

年底，国家文物部门与中国移动、腾讯、百度、网易等企业签订了战略合作协议，推进“互联网+中华文明”行动计划，鼓励社会力量参与博物馆建设，通过技术平台的引进，将智慧博物馆由理论推向实践。众多博物馆积极应用大数据、云计算、人工智能技术，建立与公众的“超级链接”，通过门户网站、手机APP、公众号等多种渠道，集中展示精美文物，讲好文物故事，不断创新文物传播方式。

在文物传播领域，3D数字动画技术、VR、AR等技术的运用，让中华优秀传统文化得以更广泛、更多样、更迅捷地传播开来。“阳春白雪”的内容得以通过人们喜闻乐见的形式，深入人心，润泽千里。“修复文物，遇见文明”等文物主题文化产品，就是创新文物传播方式的典型案例，通过新的媒体

样态将文物的前世今生进行了立体呈现，进而在历史的经纬上拓宽了人们对文物的认知。传奇的故事、生动的表达、多样化的参与方式，进一步激发起人们对文物的兴趣和保护文物的意识，也进一步增强了人们了解中国历史、中华文明的渴求，无声无息间，拉近了人们与文物、与历史、与传统的距离。

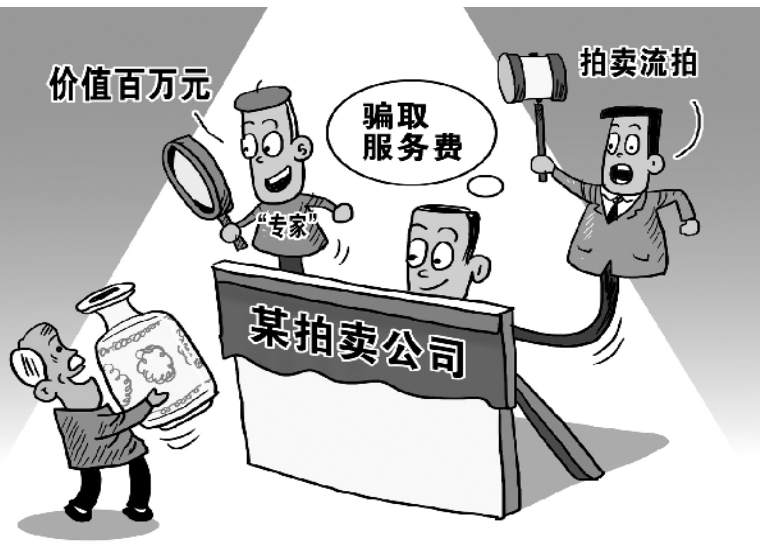
习近平总书记强调，要让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。今年的政府工作报告也提到，加强文物保护利用和非物质文化遗产传承。希望有更多更好的文化产品出现，让人们通过精妙的故事、立体的呈现、多元的互动，认识和了解更多的文物和文物故事，更好弘扬中华民族优秀传统文化。

画中有话

自导自演

邀请老年收藏爱好者免费鉴定藏品，冒充专家把廉价藏品估价至百万元，收取万元“标的费”后自导自演“拍卖会”制造藏品流拍“剧情”，最终按照协议把“标的费”全部据为己有……明明是正规有资质的拍卖公司，却专门行骗，让人防不胜防。

新华社发 朱慧卿 作



小修补 大文章

■苏艺

前几天，家里有个小柜子坏了，我准备拿下楼扔掉，老爸一看连忙阻止，边修边教训：“明明可以修好，为啥只想着扔了换新的？”

东西坏了、旧了，扔掉换新的，在如今的年轻人当中并不少见。现代生活节奏普遍很快，年轻人工作忙，要花时间、花精力对旧物进行维修、改造，一些人难免觉得麻烦，不如买新的方便。

也有人不怕麻烦。他们像老爸一样，想着法子翻新家里的旧东西接着用，有些人更是把这事做成了生意。去年冬天，我就成了这门生意的客人。

一个很偶然的机会，我在家附近的街角发现了翻新羽绒服的小店。于是，一件闲置多年的羽绒服获得了新生：旧绒配新面，省钱不说，暖和又时尚。翻新完羽绒服，身边的朋友看了觉得效果好，纷纷光顾小店。

类似的事情，这几年越来越多。参与的人多了，主打旧物回收改造的平台也就跟着多了起来。网上还有不少视频，教大家把旧毛毯做成脚垫、旧书改装成座椅……简单的小改造，省了钱省了物，也为生活增添了不少意趣。

促使这种转变发生的，除了惜物，还有低碳环保的理念，体现的是一种绿色的生活方式。

有人说了，我买买买，拉动了消费，是给国家做贡献。这话说对了一半。如果买买买伴随的是扔扔扔，后果将会怎样？恐怕道理并不复杂。用更多资源消耗、更大环境损害换来的“消费贡献”，不要也罢。

小修小补中，也有着大文章。修修、改改，不仅节约资源、保护环境，也是对消费的一种拉动。年轻人没工夫修修改改，您找人翻新旧羽绒服、改造旧物件，不也是花钱消费吗？往大了说，这种消费理念，还有利于催生新的产业、新的行当。资源再回收、再生产、再利用，这里面的需求潜力、供给潜力，都大着呢。

让闲置资源重新为我所用，不是一句空洞的口号，它就在我们身边，随时等着我们去发现、去践行。这方面，需要媒体多做宣传，也需要学校教育、家庭教育齐头并进，还需要各级政府大力推进。

当然，无论旧物怎么改、怎么用，都不能浪费更多资源、产生新污染，否则就违背了绿色、环保、低碳的初衷。

“夸夸群”里“挠痒痒” 千万别当真

■罗筱晓

据媒体报道，近日，在高校里出现了许多“夸夸群”，其功能就是“互相夸奖”。无论是做了小事、蠢事还是倒霉事，在群里都可以得到多角度、全方位的夸奖。甚至，在电商平台上还出现了商业化“夸夸群”，只需花十元到几十元不等的费用，就可以为自己或亲友安排一次被数人同时夸奖的体验。

这让人想起去年红极一时的“互怼群”。吃榴莲和不吃榴莲的、爱吃肯德基和爱吃麦当劳的、北方人和南方人……在“互怼群”里，只需要一个标志性的差异，大家就可以怼得不亦乐乎。

在好玩、有趣的表象下，“夸夸群”的出现，是为了满足年轻人对情绪表达的需求。“谦虚是美德”这一传统观念在当下依然具有强大的影响力，即使是90后、00后，也大多不会像西方孩子那样，从小在赞扬声中长大。等到上了大学，无论是准备考研还是求职，巨大的竞

争很容易让人受到挫折。于是，几年前，“丧”文化一度当道。

互怼的原理也大致一样。从小接受的教育是“要与人为善、不语旁人是非”，但在“互怼群”里，年轻人就可以凭着“竟然有人不吃香菜”，把另一方怼得人仰马翻，进而收获嘴仗得胜的快乐。

无论是互夸还是互怼，因为是在一个特定的情境和环境下，有的让人觉得安全、放松，有的让人在挫败时得到一些安慰，只要不出格，总体来说无可厚非。但夸过、怼过之后，还想问一句：然后呢？

“无所不夸”，让“夸夸群”备受追捧，但同时也是它的软肋。且不说被夸之后，现实中的难题和烦恼依然存在，单就被夸的内容而言，感受过两三次之后，也就不新鲜了，不免有“挠痒痒”的感觉。由于群成员大多互不认识，夸赞虽然多有创意，却难以做到直击要害、“货真价实”。这样的夸赞难免“短命”。

其实，即使是古人，夸起人来

也是毫不含糊的。比如杜甫写李白的诗有十多首，基本每一首都夸李白，一句“白也诗无敌，飘然思不群”更是让后人笑言杜甫完全就是李白的“粉丝”。

但不得不承认，李白真受得住如此夸赞——其一，在诗人这一行当竞争极为激烈的唐代，凭着天赋和多年的积累与努力，李白得以获得“诗仙”称谓；其二，也多亏杜甫了解李白，若是他晕了头，去称赞李白为官从政的才能，那就真的会是笑话了。

曾有在国外的朋友说，时间长了，会发现外国人口中的“interesting(有趣)”“very good(非常好)”，也不过是“挠痒痒”的场面话。可见，古今中外，想要取得一些“长寿些的”赞赏，不在此前付出巨大努力甚至栽几个跟头，都是不现实的。

下一次打破水杯了、工作项目进展不顺了、考试失败了……还是可以去“夸夸群”问一问、笑一笑，但攒足力气，还得继续向前。