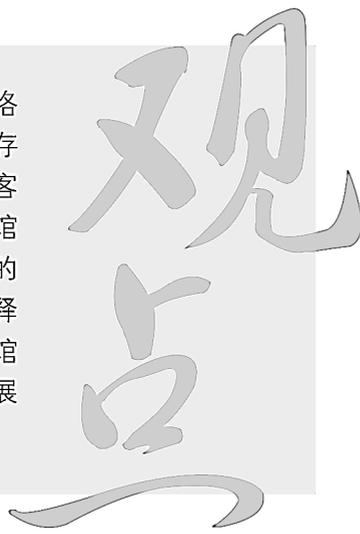


# “用照片代替文物”，博物馆挨骂冤吗？

近日，有游客发视频吐槽，位于洛阳的隋唐洛阳城应天门遗址博物馆，存在以照片代替实物展览的情况。该游客表示，自己花费60元购票进入博物馆后，发现部分展品为放在玻璃框架内的文物图片。对此，涉事博物馆方面解释称，博物馆入馆的确需要购买门票，馆内并非所有展品均为照片，而是部分展馆采用了视图展示方式。



## 既然收费，经营行为就得符合市场公平原则

据最新消息，隋唐洛阳城应天门遗址博物馆工作人员于近日表示，馆方确有不足之处，展柜部分已经撤掉，目前正在进行整改，并与相关单位对接商讨如何完善优化，后续将发布公示。

应该说，这种有错就改的态度令人欣慰，也期待该馆能够尽快让文物归位，也让参观者满意。打着“遗址”符号的博物馆还是应当履行好基本责任，展示和遗址相关的物质与非物质遗产，把不少展位让给照片这样的非文物，的确不合适。此外，“花钱看文物照片”也是网友质疑的一个点。据介绍，应天门的全价门票是60元每张，参观范围包含一层遗址层和二层观光平台及展览馆。按馆方解释，其中仅有一个展馆部分采用了展品视图。经常去博物馆的人应该有类似体验，遇到展品被借外地展览或拿去研究等，相应的空展位会放置文

物图片或者文字说明。遇到一个两个还好，而且如果是免费参观的博物馆，对于参观者来说，心里都更容易接受。既然是收费的博物馆，其经营行为就得符合市场公平原则。名副其实、货真价实并非过分要求，保障参观者的知情权、不让人感觉受骗，更是起码要求。

当下，文博热方兴未艾，一些热门博物馆更是一票难求，但随之而来的，社交媒体上文博机构的吐槽帖文也越发增多，有人发出个别博物馆踩坑、避雷帖；有人直言展品品质不佳；还有人指责部分博物馆管理水平不高、体验感不好等等。在这种氛围下，博物馆当有严格规范的自觉和经得起拷问的底气。博物馆不是“生意馆”，即便收费，也应保持初心和体面，在博物馆的运营需求、公众的文化需求以及社会的整体利益之间，找到平衡。

## “文博热”是机会，又何尝不是一轮“洗牌”

博物馆有没有拿游客当“傻子”，和游客有没有感觉自己“当了傻子”，是完全不同的两回事。前者，可能是博物馆结合自身定位制定展出方案的问题；后者，则是游客乘兴而来，抱憾而归的结果。用照片替代实物，也许是不得已而为之，但游客没有义务理解馆方的“苦衷”，馆方却有义务提前说明馆内情况，并为游客提供值得起60元的游览体验。

相关工作人员称，该馆一直以来就是图片展示，没有实物存放。据媒体报道，该馆在售票平台上的确未特别标注相关情况。这就意味着，馆方在售票时未充分尊重消费者的知情权，影响了消费者的判断。游客抱着看文物的期待进馆，看到的却是照片，自然会有“踩雷”的心情。那么，这个“锅”，是该由博物馆来背。

争议的另一个焦点在于，博物馆到底能不能用照片替代实物展出？

这一点，在法律层面并未明确禁止。我国《博物馆条例》规定，博物馆举办陈列展览，可“运用适当的技术、材料、工艺和表现手法，达到形

式与内容的和谐统一”，同时要做到“展品以原件为主，使用复制品、仿制品应当明示”。

显然，涉事博物馆没有把握好其中的尺度，已经破坏了游客的观感。从“观”的角度来说，文物被定格在照片里，其欣赏价值就已大打折扣；从“感”的角度来说，游客没充分感受到与文化的联结，却感觉这博物馆多少有点“草台班子”。这样的局面，不只让游客、网友窝火，也是对博物馆形象与口碑的一次损害。

如今，文旅市场加速复苏，“文博热”强势席卷。在此背景下，博物馆迎来了绝佳的发展机会，现实层面的盈利也越发可观。但是，博物馆的本职不是做生意，赚每一分门票钱都要取之有道，拿出对得起游客的服务质量。“文博热”是机会，又何尝不是一轮“洗牌”？良币总比劣币更具性价比，只有在方方面面都精益求精的博物馆，才能被列入大家的“必去”榜单，而不是被丢进“避雷”帖子。

综合重庆日报、红星评论等  
(谕路 整理)

## 挪开高龄“参团游”“绊脚石”需综合发力

□ 余明辉

“70多岁的父母退休后想出去玩，但做子女的没空，报团又因为年纪大被要求‘提供健康证明’‘家属陪同’。”银川市民刘梅红为了圆父母去北京旅游的愿望，跑了好几家旅行社都没成功。

民政部、全国老龄办发布的《2023年度国家老龄事业发展公报》显示，截至去年末，全国60周岁及以上老年人口29697万人，占总人口的21.1%；全国65周岁及以上老年人口21676万人，占总人口的15.4%。《中国老年旅居康养发展报告》预测，到“十四五”末，我国老年旅游收入有望超过万亿元。

遗憾的是，现实中，像刘梅红父母这样的高龄老人，在出游时却遭遇了种种障碍，被年龄“拴”住脚步的，不在少数。这不禁让人发问：在老龄化日益严重的今天，我们该如何挪开高龄“参团游”的“年龄绊脚石”，让老年人也能畅游四方，享受生活的美好？

首先，得正视旅行社的顾虑。高龄老人出游，确实存在一定的风险。身体状况的不稳定、突发疾病的可能，都让旅行社在接待时格外谨慎。但这绝不是拒绝的理由。不能因为害怕风险，就剥夺了老年人享受旅游的权利。旅行社应该做的是，通过更加细致的服务和更加周到的安排，来降低这些风险。比如，

可以针对高龄老人的特点，设计更加舒缓的行程，避免高强度的运动和紧凑的日程；可以配备专业的医护人员和常用药品，确保老人在出游过程中的安全和健康；还可以提供个性化的服务，如定制游、小团游等。

当然，政策的支持也必不可少。与西方国家相比，我国在针对老年人旅游的优惠政策方面还存在较大的差距。政府应该加强对老年人旅游市场的政策支持和引导，推动这一市场的健康发展。比如，可以出台针对老年人旅游的优惠政策等；还可以鼓励和支持旅游企业开发适合老年人的旅游产品和服务项目，推动“银发游”市场的繁荣发展。

值得一提的是，随着科技的发展，还可以利用互联网和大数据技术，为老年人提供更加便捷、智能的旅游服务。比如，可以开发针对老年人的旅游APP，提供旅游线路规划、景点介绍、门票预订、酒店预订等一站式服务；可以利用大数据技术，分析老年人的旅游需求和喜好，为他们推荐更加适合的旅游产品和服务。

挪开高龄“参团游”的“年龄绊脚石”，需要政府、企业、社会等各方面的共同努力。只有这样，才能让更多的高龄老人享受到旅游的乐趣。

## 甘愿做“职场蠢人”是更消极的摆烂

□ 唐传艳

从“职场虐我千百遍，我待职场如初恋”，到今天“上班恶心穿搭”，继而“职场蠢人”频频“出圈”，职场究竟怎么了？最近在网络上流行的“职场蠢人”一词，称得上是“上班恶心穿搭”的进化，是对抗职场的升级。中新网记者调查发现，一些职场“打工人”开始以“扮蠢”的方式，来回应繁重且无穷无尽的工作、复杂的人际关系，工作压力面前——不会、不知道、干不了，用“一问三不知”作挡箭牌，尽可能使自己在职场上“隐身”。

从表面上看，做“职场蠢人”属无奈之举，甚至显得颇为聪明。职场似乎很欺负老实人，谁当“老黄牛”，谁就有加不完的班、干不完的活。相反，有个性或脾性的职工则领导不敢惹，同事不敢近，能够按时完成本职工作已属不易，哪敢额外增加其工作量？更何况这些职工还用“不会”来保护自己，甚至用恶心的着装来疏远周围人，因而更容易落得清静。

但实际上，职工做“职场蠢人”属于下下之策，比直接躺平更进一步，是更消极的摆烂。职工时时提防他人、处处精打细算，或许能够获得一些好处与清闲，但人人都喜欢和诚实本分人打交道，对于“精明人”则会敬而远之，甚至会出于本能对其设障使绊。俗话说

老实人福报多，“精明人”福报浅，正是出于这一道理。

“职场蠢人”频频“出圈”，给社会带来的不良影响不容低估。“恶心穿搭”不仅凸显了一个员工对职场的不尊重，还会导致及加剧不和谐的同事关系。当职工能够通过“扮蠢”减轻工作量时，也会引来更多效仿者，进一步加大老实人的工作量。这种颓废的做法是职场的一剂毒药，对职场生态具有多重危害。

改变这种现象需要多方一起努力，共同营造积极向上的职场文化。职工个人要见贤思齐，见不贤而内自省，不做“职场蠢人”。用人单位则要优化管理方式，通过更加科学的分工、更有序的日常管理、更公平的薪资分配等，让老实人不吃亏，让滑头者无法获得更大好处，才能让“职场蠢人”失去生存的土壤。

“天行健，君子以自强不息”。中华优秀传统文化提倡积极进取、勇于担当。职场工作量大、加班多、竞争激烈、“内卷”厉害等，不是个人退缩和逃避的理由。把“扮蠢”和“恶心穿搭”当作对职场的回击，最终只会导致多输，并将自己置于更加不堪的境地。一个积极进取的人，无论职场情势多么复杂，面临的困难多么大，都会力求通过行动来改变现状，而不是随波逐流或自甘堕落，把“扮蠢”当作职场生存的一种手段。