

首席评论

高校博物馆“开门迎客”需多方支持

江德斌

据统计,目前我国备案博物馆有 7000 家左右,其中高校博物馆超过 400 家,70%以上为小型馆。突出的问题是,很多高校博物馆“门难进”“缺服务”“没有讲解员”。高校博物馆是“校园里的宝藏”,更是全社会,甚至人类的共同精神财富,应在服务校园师生的基础上,突出大众化、专业化、社会化改造方向。(10月20日《工人日报》)

在知识的海洋中,高校博物馆如同一颗颗璀璨的明珠,镶嵌在学术的殿堂里,熠熠生辉。高校博物馆的藏品,往往承载着丰富的历史与文化内涵,是学术研究的重要资源,也是传承文明的重要载体。它们不仅是学术研究与文化传承的宝库,更是连接过去与未来、校园与社会的桥梁。遗憾的是,部分高校博物馆却“紧锁深闺”,保持“高冷”姿态,外人很难进入参观,导致其社会价值削弱。

高校博物馆的对外开放,不仅是对公众文化需求的回应,更是对文化传承与教育普及的担当,也是其实现自身价值与功能的重要途径。从理念上来说,2024 年国

际博物馆日主题为“博物馆致力于教育和研究”,重点强调了文化机构在提供全面教育体验方面的关键作用,高校博物馆,也应担此重任。从制度规定来看,《国家文物局、教育部关于加强高校博物馆建设与发展的通知》中提到,要增强高校博物馆的社会服务能力,积极创造条件,提升社会服务效益,最大限度地向社会和公众开放。开放高校博物馆,既能让资源得到充分的利用,也有助于推动学习型社会的构建和科教兴国战略的推进,何乐而不为呢?

博物馆作为文化的展示窗口,其影响力与吸引力决定社会价值大小,通过开门迎客,高校博物馆可以吸引更多普通市民,形成多元化的观众群体,让更多人近距离接触到这些珍贵的文物与资料,从而激发对知识的兴趣,拓宽视野,提升文化素养。这不仅有助于提升高校博物馆的知名度与影响力,还可促进学术与社会的互动,推动文化的交流与传播。

当然,高校博物馆并非无原则地开放。需要制定合理的开放政策,在保障藏品安全、保证正常教学秩序、维护

学术尊严的前提下,设置开放时间、预约制度、参观人数限制等,以确保博物馆的正常运行与教学不冲突,并满足观众的入馆参观需求。同时,高校博物馆还可安排学生志愿者,提供专业的讲解与导览服务。比如学术性较强的展品,可以提供详细的解说词或背景资料,帮助观众理解学术价值与意义;对于趣味性较强的展品,则可设计互动环节或趣味游戏,增强观众的参与感与体验感。

推动高校博物馆“开门迎客”,需要得到社会各界的支持与关注。政府可以出台相关政策,鼓励高校博物馆的对外开放,并提供必要的资金与技术支持;媒体可以加大对高校博物馆的宣传力度,提高公众对其的认知度与关注度。

此外,高校博物馆在对外开放时,还应注重与社会的互动与合作。高校可通过与社区、学校、企业等建立合作关系,共同策划展览、讲座、工作坊等活动,以丰富博物馆的活动内容,拓宽博物馆的受众群体。通过这些活动,提升高校博物馆的社会影响力,促进文化的交流与传播,推动社会的和谐发展。

漫画新闻



破获假药案

■近日,贵州省贵阳市市场监督管理局与贵阳市公安局南明分局联合行动,成功破获一起特大生产销售假药案,涉案金额达 113 万余元,查扣了大量假药、制假工具和原辅材料,一举捣毁了假药生产窝点和销售点。

新华社发 朱慧卿 作

第三只眼

严打假冒进口水果 维护消费者权益

杨玉龙

十年来,我国进口水果市场稳步向好。如今的进口水果越来越丰富,给人们带来独特口感和体验的同时,它还可以作为礼尚往来的馈赠佳品。但是,当您品尝那些宣称来自异国他乡的水果时,是否意识到,买来的可能是假的进口水果呢?近日,记者走访部分水果市场,揭开了假冒进口水果的真相。(10月20日 央视新闻)

据媒体报道,许多商家直接就将国产水果装到贴有进口标签的盒子里冒充进口水果出售。这也是市场里公开的秘密。多种国产水果穿上“洋外衣”进行销售,在北京、上海、广州等地的水果市场上都很常见,在这些充满了外文标识的外包装礼盒里,承装的其实就是国产水果。

同样值得注意的是,现场“加工”换标签,进口水果造假方式多。一些商家通过打信息差、仿冒进口包装礼盒等手段,把普通的国产水果包装成了进口水果,售价瞬间提高几倍。而市场上假冒进口水果的主要方式之一,就是堂而皇之地进行标签造假。贴了假商标的水果和真品摆在一起,有时连品牌商都难以辨认。

上述现象值得警惕,不仅是对消费者权益的侵害,更是对水果行业发展的破坏。一则,须加大对水果标签的监管治理。据悉,在电商平台一些水果不干胶标签销售店铺在公开售卖进口水果标签;有的店铺为了规避风险,一些标识被更改了部分形似的字母,还有一些则干脆给注册商标进行了模糊处理。这些均为“假冒进口贴标水果”提供了便利,亟须依法打击。

二则,应加大对印刷环节的监管治理。按照我国《印刷业管理条例》第二十六条的规定,印刷企业接受委托印刷注册商标标识的,应当验证商标注册人所在地县级工商行政管理部门签章的《商标注册证》复印件,并核查委托人提供的注册商标图样。而这就意味着,一旦这一环节失守,就让“假冒进口贴标水果”有了可乘之机。对此,须加强对行业的监管治理。

三则,对不法商家须依法从严治理。制售仿冒的外国知名水果标签行为,已涉嫌假冒注册商标罪,根据情节严重程度,最高可处三年以上十年以下有期徒刑,并处罚金。假冒进口水果的销售行为已涉嫌欺诈。监管部门须加大水果市场日常监督管理力度。假冒进口水果的商家不需要承担进口水果的运输、关税、质量检测等费用,却能以进口水果的名义销售,不仅打乱了正常的市场价格秩序,获得不正当的竞争优势,还挤压了正规商家、国产优质水果的生存空间,对此不能纵容。同时,更须严格核查进口水果的各种入境手续,对不法商家及时处罚。

此外,消费者也应该增强防范,如见到可疑现象,应积极到市场监督管理部门进行举报或投诉,进行维权。

百姓看法

景区“徒手逮猪”不能忽视风险

苑广阔

游客在景区猎场徒手抓“野猪”“野兔”“山鸡”,抓到还可以带走。近日,四川绵阳市北川羌族自治县一景区“徒手逮猪”旅游项目在网络上受关注,引发质疑。舆论发酵后,涉事的九皇山景区回应称,视频中所谓“野猪”实为野猪与家猪的杂交品种。北川羌族自治县文化广播电视和旅游局相关负责人表示,将协同相关部门对该项目的安全性,以及检疫、宰杀的规范性进一步监管。(10月20日 新华社)

首先需要厘清的一个事实,就是该景区允许游客参与“围猎”的“野猪”,其实并非是真正意义上的野猪,而是野猪和家猪的二代杂交猪。而景区繁殖养育杂交猪、兔子、环颈雉等动物,也是经过当地林业部门批准的。同时,野猪虽然于 2000 年被列入《国家保护的有益的或者有重要经济、科学研究价值的陆生野生动物名录》,但是在 2023 年,在部分地区,致害严重的野猪已被调出“三有”名录。

然而即便如此,该景区允许游客参与抓野猪的做法,还是引来了社会各界不小的质疑。毕竟景区是将之当作野猪来宣传的,如此一来,游客心理就会产生可以逮猎和食用野生动物等观念。因此不管这些动物带有多少“野味”,但在野生动物保护方面所形成的误导确实存在。在我看来,景区为了招揽游客,推出如此吸引眼球,带有娱乐性质的旅游项目,还存在诸多风险隐患。

首先就是法律风险。《全国人民代表大会常务委员会关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障人民群众生命健康安全的决定》

明确指出,禁止食用人工繁育、人工饲养的陆生野生动物。专家指出,九皇山景区的“野猪”能否宰杀食用,能否由游客自行带走处理,需当地监管部门进一步规范。

其次就是游客抓野猪过程中的安全风险。很多人都知道,别说是家猪和野猪的杂交猪,就是真正的家猪,一旦达到了一定的重量,和人接触过程中,也存在把人撞倒、拱翻以及咬伤的风险,更别说游客主动去追逐它们,围猎它们了。事实上,已经有游客表示,在抓野猪的过程中导致摔倒,衣服都摔破了,如果真的有游客在抓野猪过程中发生了意外伤害事件,景区恐怕就要陷入被动境地了。

最后,则是食品安全风险。该景区对于成功抓到野猪的游客,可以提供宰杀、烹饪服务,同时也允许游客把抓到的野猪带走,自行处理。这下问题就来了,我们平时在市场上购买的猪肉,需要具备相关资质的企业进行宰杀,同时还要符合国家的检验检疫标准,而景区繁育养殖的野猪,由游客自行带走,显然不符合国家相关宰杀和检验检疫的要求,游客拿回家和亲朋好友食用,也存在一定的食品安全风险。

近年来,一些景区为了招揽游客,上马了一些比较另类的“网红”项目,但是任何项目,都要考虑合法合规性,以及避免安全风险,同时还要考虑可持续发展的问題。比如该景区的“抓野猪”项目,多数游客反映抓到野猪的概率很低,并不划算,那么它的可持续性就存在问题。作为景区,还是要深度挖掘本地的旅游资源,开发出更富地域特色和文化底蕴,同时游客参与度也高的项目,才具有可持续发展的可能性。