



## 封面评论

## 热点锐评

## “红孩儿”成博士 靠的不是《西游记》

□ 徐汉雄

近日，网传86版《西游记》剧中红孩儿扮演者赵欣培已是中科院博士，引发网友热议。中科院研究生部回应，赵欣培是从北大保送到中科院读硕士，然后硕博连读，是计算机相关专业，2005年博士毕业后创办了自己的公司。

赵欣培当年出演“红孩儿”角色时才8岁。他把“红孩儿”古灵精怪、聪明傲气的性格演绎得十分到位，成为一代代观众心目中的经典。如今事隔多年，“红孩儿”在网上走红，不是演艺圈的光环，而是中科院博士与公司老板的身份亮“瞎”了大家的眼睛。

据报道，赵欣培名下关联了52家公司，其中担任法定代表人的企业共有2家（其中一家经营状态为注销），担任高管的企业达24家。这让网友惊叹不已：毕竟是跟着观音菩萨的……被菩萨看上的果然“不同凡响”。这当然是个调侃，赵欣培能有今天的成就，倒不是什么菩萨点化了他，而是他在时代大潮中奋楫前行的结果。

据网络上的资料，赵欣培的父母不是什么“牛魔王”“铁扇公主”这类有背景的大人物，就是个理科技术生。赵欣培5岁时，剧组来到幼儿园挑选小演员，长着肉乎乎小脸蛋的他十分讨人喜欢，因此得到一个机会，出演电视剧《茁壮成长》里的角色。后来出演“红孩儿”，也是因为剧组找不到合适的演员，他被人想起来了。

赵欣培走红后，戏约不断，广告商也找上门来，但他坚持读书，考上北京大学，又被保送到中科院硕博连读，后来创办了自己的公司。

从赵欣培的成长历程可以看出，这孩子靠运气走红了，但他并没有沉迷于其中，而是选择了读书。相较于一些童星的昙花一现，“红孩儿”的走红很能说明问题，靠努力得来的，才可以笑到最后。

不少童星走红后，只顾拍戏商演挣钱，没有厚积也就难以薄发，玩着玩着，就把自己玩不见了。

时间是最好的标尺，能无声又无情地检验一切。“大未必佳”的童星大有人在。两相对照，“红孩儿”的红就更显可贵，在该读书的时候，一定要好好读书；在该努力的年纪，一定要好好努力，只有这样才能够修成正果。

据楚天都市报

## “剧本杀”市场膨胀 “剧本”版权保护必须跟上

□ 蒋璟璟

“剧本杀”是一种推理性质的角色扮演游戏，规则大致为玩家选择人物，阅读剧本，搜集线索后找出“幕后真凶”。近年来，随着综艺带火、线下店铺激增，“剧本杀”近两年市场规模达到百亿级。与此同时，“剧本”盗版猖獗、粗制滥造的问题也暴露出来。有业内人士表示，“许多‘剧本杀’产品质量很差，逻辑不自洽，体验糟糕，没头没尾，前后对不上。”（中国之声）

最近几年，“剧本杀”迅速走红，给人以无限想象。这种集角色扮演与侦探缉凶的线下游戏，因其沉浸式过程以及智力挑战的独特体验，成为当下年轻人热衷的新社交方式。

当然，如同所有新生事物一样，“剧本杀”蛮荒的发展下，同样是乱象不断。

在很多人的印象中，“剧本杀”生意是低成本且一次性投入。然而，现实却并非如此。除了场馆等硬件开支，“剧本杀”生意中的另一项开支大头是购买“剧本”。

一个好的“剧本”，逻辑自洽、环环相扣，不亚于一部好的推理微小说。优质的“剧本”，因其稀缺故而定价不菲。特别需要指出的是，“剧本杀”的“剧本”，玩过一次基本就“剧透”了，同样的客户不会玩第二次。就此来说，此类“剧本”类似于一次性消耗品。故而，“剧本杀”店铺必须

采购大量“剧本”。

很遗憾，如今很多“剧本杀”的“剧本”，比雷人的电视剧剧情还要雷人。为了控制成本，很多“剧本杀”店铺索性“拿来主义”，把别人的“剧本”一顿魔改，盗版猖獗。侵犯版权不说，游戏的体验也是一言难尽。

作为一个蓬勃发展的巨大的市场，“剧本杀”的上下游产业亟待规范。其重中之重，就是建立“剧本”作家的利益保护机制，以及一套“剧本”交易的规范化、标准化平台。确保好的“剧本”得到合理的利益变现，才能支撑“剧本杀”不至于变成“雷人杀”“坑人杀”。

## 新华热评

## 能不能把“4点半”变成“5点半”？

□ 尹思源

这两天，沈阳的“4点半妈妈团”温暖了很多人。在过去的11年里，自发成立的“妈妈团”主动担负起帮邻居们接孩子的重任，规模从4人发展到45人，周边学校的老师也加入进来，办起了免费的围棋班、书法班……“妈妈团”为不少家长解决了接孩子难题，也让人感受到了友善的力量。

但仔细想来，“4点半难题”却是一件颇为无奈的事情——孩子放了学，家长却还没下班。能不能把“4点半”变成“5点半”？近年来，这一问题曾被多次提出。“老

师们已经很累了”“老师们也要生活”……老师们的诉求不无道理，但这一矛盾真的无解吗？

其实，工作压力大的老师大多是班主任和几个重要学科的任课老师，学校不妨尝试，让“生病的体育老师”和“有事的音乐老师”等在放学后组织开展形式多样的课外活动，让学生在增强体质、增长见识的同时也能让班主任和各位重要学科的任课老师得到放松。

当然，把“4点半”变成“5点半”，要以学生为中心，不能搞一刀切。中小學生是否接

受课后服务，要由学生和家長自愿选择。不能为了方便管理就强制学生统一参加，更不能以课后服务的名义乱收费，否则就背离了提供课后服务的初衷。

最重要的是，相关部门要逐步完善经费保障机制，通过政府购买服务、财政补贴等方式，在不增加家庭负担的同时，最大限度地对参与课后服务的学校、单位和教师给予精神上的和物质上的激励。

只有这样，“4点半难题”才能得到有效解决，到学校接孩子的也会变成真正的“妈妈团”。 据新华社

## 麻辣观点

## 以恋爱经历考察情商才是低情商吧

□ 项向荣

据人民日报报道，河北邯郸市市民宋先生反映，他在应聘某公司人事岗位时，居然被要求填报恋爱经历，包括“谈过几次恋爱”“最长的一次多久”等。对方说是要“考察情商”，令他难以接受。

招聘方对应聘者恋爱经历的“霸气打问”，与电影里的经典台词颇有几分相似，“IC、IP、IQ卡，统统告诉我密码。”虽然你可以不告知“密码”，但不告知的结果估计是冷冰冰的一句，“公司有权利不录用你”。

对没谈过恋爱的人来说，打了几十年光棍本就不易，没想到找工作时还要因

此被虐一把，说自己情商不行，伤害不大但侮辱性极强。没谈过恋爱就是交际能力有问题？这个逻辑关系很多人都没看懂。

一些企业在招聘时总喜欢提一些奇葩的要求，比如，说明父母兴趣爱好，写明是否有狐臭，列举婚育计划，问家中是否养宠物……各种奇怪的问题轮番轰炸应聘者，往好的方面猜，可能是为了考验应聘者的抗压能力与临场应变能力，考察应聘者的思维方式与行为习惯。但是，无论怎样考察，都应该以不侵犯隐私、不带性别歧视为基本前提。

劳动者有如实说明基本情况的义务，更有保护个人隐私不被侵犯的权利。企业了解被招聘者的一些情况无可厚非，但必须要遵守法律。恋爱经历是个人隐私，要求应聘者填报恋爱经历的做法，无疑是在刺探他人的隐私，侵犯他人的正当权利，是不应该被容许的。

当前一些用人单位招聘过程中对应聘者居高临下、冷漠蛮横，甚至侵犯他人权利，应该自省。作为用人单位，遵纪守法是运营的底线。如果打破了这个底线，就很难赢得社会的认同和员工的信任，也难以健康发展。 据钱江晚报

## 观点 1+1

## 近视防控不能“近视”

□ 杨博

近日，教育部等十五部门联合制定《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021—2025年）》（以下简称“方案”），方案提出减轻学生学业负担、强化户外活动和体育锻炼以及科学规范使用电子产品等主要任务。

防控近视需要减轻用眼负担。有人从“一增一减”两个角度来概括其特点。“一增”是增加户外运动时间，“一减”是减少学生的学习负担。然而，在“云端”教学被大量采用的今天，为用眼“减负”，殊为不易。《2020中国青少年近视防控大数据报告》（人民网舆情数据中心与中南大学爱尔眼科学院联合发布）显示，青少年平均每天用眼时长在4小时以上，超过推荐值（<2小时）的2倍有余。相应地，2020年1月至7月，青少年平均每日户外有效暴露时长严重不足，仅为32.3分钟。

为什么近视防控比较难？因为儿童青少年近视不仅是教育和卫生领域的问题，也是社会问题。这意味着，近视防控是一项系统工程，需要方方面面的协同和配合。其中，联防联控是关键词。家庭、学校、医疗卫生机构、政府部门都应负起责任，采取行之有效的措施。对学校来说，不得随意增减课时、改变难度、调整进度，确保学习不依赖电子产品；年级组和学科组要对作业的内容、数量和完成时间做好综合统筹，让学生多实践而非多做作业。对医疗卫生机构来说，要完善儿童和青少年视力健康电子档案，落实跟踪干预措施，用好防止近视的技术。对家庭来说，父母要提升陪伴孩子的质量，共同与孩子参加户外活动和锻炼，积极纠正不良用眼行为。

此外，市场也需要积极回应儿童青少年近视问题。怎么讲？以近视矫正来说，以往有商家把少儿近视当作生意的“风口”，推出各种矫治效果不实、生产资质不明、价格不便宜的产品。譬如，宣称使用了“3D训练”“5D热敷”“6D移动光学”等酷炫技术，或者干脆在产品介绍显著位置承诺“每天10分钟视力提高一行”。所以，纠正不良市场行为，维护好健康的市场环境，需要借助监管力量，提升治理水平。包括儿童和青少年使用的教学设施、教学用品、照明灯具、多媒体产品都应符合近视防控卫生要求。 据广州日报