

打卡央美学生毕业展,艺术装置受损触目惊心 美术馆不是“熊孩子”的游乐场

事件概述

又是一年毕业季,中央美术学院毕业展如约而至。在抖音等社交平台上,央美毕业展的话题播放量达1.9亿次,堪称今年夏天京城最大展览之一。但现场不文明观展行为也频频出现——直接用手触摸展品、穿着鞋随意在作品上踩踏,甚至直接扯下展品装置……有“熊孩子”将美术馆当游乐场,部分家长不制止孩子破坏行为。美术馆内,被抹花的油画、被拉扯变形的艺术装置随处可见,令人触目惊心。时常能见到前来修复作品的学生。志愿者表示,很多小朋友试图和作品“亲密接触”,希望家长能及时引导劝阻。(来源:北京日报)

网友评论

@两全其美蒙巴顿:这种展览压根不应该让孩子去,孩子去只会无聊,无聊必然淘气。

@孟浩平:之前作品摆件还有被拿走的情况……

@s-ssssss:年龄有个范围比较好。

@JeffTse9102:规定1.2米以上才让进吧,小孩未开智,遇到不负责任的家长,只会当游乐园,展品也应该有个观看距离,该围的还

是围该挡的也要挡,不然年年看着心疼。

@小确丧兔:现在的家长以为打卡就能提高审美,素质都没教育好看得懂?很多不是孩子问题,是家长一直让孩子站进去拍照。

@躺在衣柜里的鱼:大型行为艺术作品——熊出没。

@人民文创:美术馆不是游乐场,文化熏陶前更应先进行文化素养教育。不要让美好毁于一旦。



如今,对精神的培养和文化的传承日益重视,家长们也都热衷于带孩子参观各种展览。但是孩子看到新奇有趣的东西难免缺乏自制力。这个时候,家长的及时引导显得尤为重要,文明观展事实上也是孩子的一课。可惜,部分家长缺乏这样的意识,有的家长甚至鼓励孩子上手,还在一旁为孩子录制小视频。一味纵容,恐怕终将需要为“熊孩子”买单。

小编说两句



用悲惨照片打广告? “小蓝象”发布致歉信

事件概述

近日,网曝北京朝阳大悦城小蓝象儿童排汗睡衣店,用甘肃白银越野赛事故图片做广告。小蓝象门口的宣传海报上写着“只顾保暖,而忽略了大量出汗引起的失温风险”等字样,底部图片是白银越野赛参赛选手躺在地上抱团取暖的照片。7日,记者实地探访小蓝象,店员称,海报是公司寄到门店,让他们摆上的,因接到投诉现已撤下,会向公司反馈。7日下午,小蓝象发布致歉信,因该司门店“保持干燥,至关重要”画面素材使用不当,引发公众质疑,已进行整改下架。(来源:北京时间)

网友评论

@加加今年捡树枝:什么机灵都敢抖?

@祥康驿站:毫无底线的广告,必须追责。

@每日份份:没十年脑血栓做不出这个文案。

@说好的5872:火中取栗,将商业利益放在社会和家属的痛苦之上,依照广告法应当严惩。

@生腐君:所谓“人血馒头”,不过如此吧。

@闫董:做事件营销是企业的基本功,但有些热点是不能蹭的,比如宗教,民族等等,对于灾难,品牌方要有的是一种悲天悯人的情怀,而不是为了流量不惜一切的难看吃相!

@企查查:企查查App显示,小蓝象公司全称为上海小蓝象服装有限公司,2016年2月该公司曾因广告违法被罚17万。

@托尼PR世界:屡教不改,毫无企业危机管理意识,自作自受!

@Sindy_Rosa:又蠢又坏!

小编说两句

甘肃白银越野马拉松赛,21名选手失去了生命,这是一个大灾难。用它来做商品营销,用上述网友的话说,无异于吃“人血馒头”。企业营销至少应该具备起码的“道德感”吧,无论有意为之还是无心之过,想出这么个方案,“翻车”不是公众苛责。出了这样“不择手段”式营销,除了道德谴责,还应有法律惩罚,断了各大企业“出一出恶名也好”的念头。



家中起火妈妈慌乱 10岁儿子淡定灭火

事件概述

近日,广西柳州一户人家电表冒烟起火,母亲正不知所措的时候,她10岁的儿子提醒:赶紧拿灭火器灭火!这时才想起来,家里备有灭火器。男孩母亲表示,自己不会用灭火器,儿子表示自己在学校学过,会用,便立即冲上楼拿灭火器,淡定用灭火器对准火源将火扑灭。事后,消防员找到这名男孩,并赠予“消防志愿服务证书”。(来源:看看新闻)

网友评论

@Jowingshan:消防员说从学校学完回去要教家里的大人……天呐,大人买灭火器的时候不学的吗?

@没有名字也可以的:这届家长太难带了,着火了还要小朋友沉着冷静自己灭火……

@星眸仙源:所以说多做安全教育是很有用的。

@老挝沉香科技开发:安全教育要从小循序渐进抓起来!不要觉得有些知识无意义,“临到用时方恨少”!

@许你余生红尘相伴:学校,社区,单位……每年都应该进行消防演练。身体记忆,比文字说明可靠些。

@熊麻麻胖胖der:知识要有,装备也要有,家里备有家用灭火器也很重要。

@音乐正漫游:事实证明,冷静处理问题跟年龄没关系的。

@弘历宸心:教育和演练让人遇事冷静不慌。

@暖男一龙:这个学校,是真正地在教!

@奶思兔米鱿兔兔:大学毕业了,我也不会……

@FFFFF静:成年人应该补上这节课。

@Nietzsche 爻:还有急救知识也需要普及。

小编说两句

10岁的小朋友,本来应该是被大人保护的對象,却反过来保护大人:划重点——学校教过。所以,就像很多网友说的,安全教育从小培养是有用的。没有人天生什么都会,只有经过培训和演练,方能熟练掌握技能。一直以来,不少人都呼吁,要让应急培训进入校园,可惜效果都不那么尽如人意。希望宣传普及再加把劲,让更多人能像这男孩一样优秀。



中共一大纪念馆全新亮相 红色文创产品闪亮“出圈”

事件概述

日前,中共一大纪念馆在上海正式开馆。在观众服务中心,“一大文创”商店也正式开业,文创产品突破200款,主营具有上海特色的红色文创产品,以一大元素为主,除了自研产品外还有不少跨界联名产品。文具用品、食品、工艺品、纺织品、体育用品、旅游纪念品等一应俱全,琳琅满目的商品让首日光临的游客啧啧称奇。一大纪念馆事业发展部朱蓓靓告诉记者,目前,还有更多的文创产品在持续设计量产中,通过不断研发、不断升级,让中共一大纪念馆馆藏成为“带得走的红色文化符号”。(来源:光明日报)

网友评论

@有一说一:有创意!

@砂渍:值得收藏和馈赠。

@jim:非常棒,“带得走的红色文化符号”这样的文创设计将红色历史、文化产品、名特优新传统产品融合在一起,收获满满当当的回忆,是一种传承和创新,给赞!

@Ling:天哪!都想买!

@蹦蹦跳跳:冷饮已经去吃过了,好看又好吃的。

@电车152:传说中的光明小红砖,草莓芝士味的冰淇淋吃起来感觉就像是三色杯里的草莓部分,几乎一模一样。

@天色不早了:想去新馆看看啊。

@桂占磊:流连忘返。

@孟庆华:希望价格公道。

@小李子:“一大文创”,传承红色基因、展示美好生活!

@菩提树下:新思路新创新新形象,有声有色的文创活动,将会使红色文化符号更深地植入人们心间。

小编说两句

结合今年的特殊意义,红色文创“出圈”了,可喜可贺。正如电视剧《觉醒年代》爆火,其实“红色基因”是具有顶级价值的IP,年轻人对它是充满好奇与渴望的。红色文创若能不断创新形式,讲好其中的故事,让更多的人去接受和感动,可以具有极大市场潜力和消费者吸引力。希望“一大文创”此次是开了一个好头,让红色文创“火”起来。