

大众日报
客户端大众日报
微信

□ 卢昱

哈佛爸、牛津妈、常春藤学姐、清华北大本硕加中科院博导爸爸……近年来,打着此类名校标签的育儿账号在各网络平台层出不穷。对此,有政协委员提交了《关于严防“名校父母”输出“鸡汤”理念抵消“双减”工作成效的提案》,并在近日得到教育部公开答复。

教育部表示,委员所提建议具有参考意义,将组织专门力量,抽取线上培训机构和重点网站平台,就遵守有关法律法规及“双减”政策要求情况,持续不间断开展线上巡查监管,指导各地清理打着“名校父母”旗号制造教育焦虑的行为。

可见,“名校父母”线上灌输育儿“鸡汤”的套路,已引起相关部门的重视。这种套路不再是一种简单的互联网表演行为,还构成了对国家相关政策的冲击。从尊重个体表达权的角度出发,若真是

从名校毕业的父母、学长,有着一定的社会阅历和育儿感悟,应允许他们分享自己的育儿故事、心得体验。至于他们的育儿理念是否科学、合理,则需要家长增强识别能力。可很多此类账号往往在放水养鱼一段时间后,攒够了粉丝和流量,便植入各种广告,穿插直播带货,其原本公益性的分享内容变了味儿,充斥着种种刺激内卷的活话。

那些臆造“名校父母”的自媒体账号,凭借“开局一张嘴”,分析教育政策、“分享”教育理念,制造并贩卖焦虑以求流量。他们对教育理念、政策虽有一定了解,却时常南辕北辙;有些博主甚至在房地产中介商的支持下,做着学区房概念的垂直销售。

其实,对假冒“名校父母”的“鸡娃号”的治理并不难,平台在审核账号时,依法核实博主的真实身份即可。真正难的是如何净化那些追求超前教育、唯分数、唯名校的思想土壤。这种土壤

从未消失,只是从20多年前的《哈佛女孩刘亦婷》一书,转身披上了互联网的大衣。“还记得当年小姨买这本书时刚怀孩子,这本书的许多内容被她借鉴,对尚未出世的孩子寄予厚望。懵懵懂懂的我借来一阅,全当励志。多年以后我在复读班碰到一个叫刘亦婷的女孩,我淡淡地说:‘你的名字让我想起了那个哈佛女孩。’她无奈地说:‘当年父亲看了那本书,立马给我改名刘亦婷。’”有网友用黑色幽默评价此书。

多年来,不少家长依旧对顶尖名校抱有花非花、雾非雾的幻想,这背后可能是信息的不对称,还有可能是“取法乎上,仅得其中;取法乎中,仅得其下”的智慧——育儿奔着名校去,结果肯定不会差。这清醒的成本核算,以及有限的现实选择权,让人在对名校心生向往的同时,有着遥不可及的无力感。如此看来,种种“名校”鸡汤,还是少喝为妙。

教育是复杂、动态的,家庭、学校、社会同时用笔墨为孩子的人生着色。尤其是家长得破除这样一种执念:孩子进了名校才能有大好前程,自己只是个教育的投资人、旁观者。早在20世纪,鲁迅先生就曾指出,童年的情形便是将来的命运。“我们的新人物,讲恋爱,讲小家庭,讲自立,讲享乐了,但很少有人为儿女提出家庭教育的问题,学校教育的问题,社会改革的问题。先前的人,只知道‘为子孙作马牛’,固然是错误的,但只顾现在,不想将来,‘任儿孙作马牛’,却不能不说是更大的错误。”

做家长的过程,本身也是一种细水长流的反思、学习过程。最重要的家庭教育,是做人的教育,家长更应该关注孩子顺性率真的身心发展。越是早日从“名校”焦虑中解脱出来,就越能腾出精力放到陪伴孩子上,助他(她)成长为独立思考、人格丰满的人。

“摆烂”进入营销界也应走正道

□ 朱子钰

今年双11,营销界扛把子卫龙靠着“摆烂”营销再次脱颖而出,引爆了话题。点进卫龙官方旗舰店,首页“下单就是缘”几个加粗黑字映入眼帘,下面放着一张男士的照片,他头戴灰色毛线帽,抱着卫龙辣条,手捧莲花,双眼无神,望着远方,一左一右还有两行醒目的广告宣传语,“你一单我一单,运营马上能下班”。据卫龙官方旗舰店的客服回应,此男子正是公司的运营人员,他将自己代入“摆烂”角色,化身“打工人”的互联网身替。而在得知同为“打工人”的身份后,网友纷纷感同身受,表示自己要贡献一单,“这运营

太深入人心了。”

将“摆烂”注入品牌营销,卫龙不是第一个,更不是唯一。在餐饮界,商家早已掌握了“摆烂”的流量密码,他们通常在产品设计或宣传语上加入“摆烂”元素,表现出慵懒的姿态、一些“反内卷”的文案等。比如知名茶饮品牌奈雪为了宣传新品“霸气一升桃”,提出“摆烂桃”的概念,并设计出“想桃”“废桃”“少来这桃”“快桃”等表情包和谐音梗被用户积极转发。出圈的营销不仅让“霸气一升桃”热卖,还树立了独具一格的品牌形象,可谓双赢。

在许多消费行为的驱动力中,情绪往往占据主流。“摆烂”营销之所以屡

试不爽,归根结底是它深度挖掘了年轻人的情绪价值,品牌找到相应的载体输出价值观,使消费者产生认同感,刺激消费欲望,顺势将其转化为经济价值。“干啥啥不行,摆烂第一名”,年轻人以“摆烂”自嘲,当看到符合类似情绪表达的商品文案时,会不由自主感到亲切,他们认为自己的观点得到了聆听和认可。由此,消费者与品牌内容产生了情感连接,而在商家设置的特定场景中,用户能够直接表达和宣泄自己的情绪,与品牌深度绑定,最终会提高产品销售。

情绪营销的确可以带来品牌声量现象级的扩散。不过,任何营销手段最终还是要落脚到产品与服务上。即便“摆

烂”是当下炙手可热的网络词汇,商家也利用“摆烂”创造了实实在在的商业价值,但作为一种青年亚文化现象,“摆烂”本身依旧面临着巨大争议,颓废情绪、消极心态、逃避自我……“摆烂”的雷池很容易被消极思想投射,一不小心就会走歪。破罐子破摔不可取,商家一味迎合用户情绪,过度营销“摆烂”制造噱头立人设,很容易将结果引向反面。从这个角度看,“摆烂”营销依旧需要把握好度——不被纯粹的负能量所裹挟,将“摆烂”进行二次创作,为用户创造快乐,化解消极情绪,输出正能量,真正将产品与服务精准对接,才是“摆烂”营销的正道。

联名，大风刮过

□ 李梦馨

最近,《甄嬛传》又在社交媒体上刷屏。起因并不是“甄学家”网友又发现了什么新细节或又淘出了什么新段子,而是《甄嬛传》与喜茶以“甄喜传”为主题展开的联名合作。剧中出镜率颇高的“雪顶含翠”茶摇身变成特调奶茶,四郎为嬛嬛画校梨妆的情节也成为“大橘画梨”饮品的灵感来源,除了饮品,还有按照剧中人物形象制作的精美周边,联动让不少网友直呼“双厨狂喜”。

联名本身不新鲜,不同品类的品牌之间跨界联动已属于正常操作,品牌与

影视、动漫、文创IP之间的联名案例也数不胜数。前不久,喜茶就跟热播剧《梦华录》联动,还原剧中的茶饮,吸引了追剧党的流量。或许是尝到了联名带来的好处,品牌联名的桥段隔三岔五就会上演,不少品牌由于联名的动作颇多,甚至被称为“联名狂魔”,喜茶就是一个典型代表。有媒体统计,从2017年到2021年5月,喜茶已经与74个品牌携手联动,涵盖美妆、服饰鞋包、食品、日用等诸多门类。联名这件事,属实被玩明白了。

跨界联名,目的在于借助双方的品牌效应,吸引大众眼球,收获关注度,刺激消费,从而实现双赢。品牌或IP是否具有联名价值是联名合作能否成功

的关键。从这次喜茶与《甄嬛传》的联名来看,《甄嬛传》自从2011年开播以来一直未曾离开大众视野,长尾效应显著,是国产剧中少有的现象级爆款剧,即便在时隔十一年之后,其IP价值仍是显著的。联名的效果也有目共睹,产品不光在线下销售火热,在线上的众多社交平台也引发了网友对联名的二次创作浪潮。

事实上,并非每一次联名都是有效的。随着联名的频繁出现,这一玩法是否能持续也要引起反思。联名屡出奇效的同时,出现了为联名而联名的现象,将没有任何关联性的品牌硬凑,联名变得有名无实;或是只为了竞逐流量,猎

奇至上,而不管产品的质量如何,营销的力度盖过了对品质的经营;联名次数越来越多,但玩法不够新鲜,创意跟不上,也容易引起消费者的审美疲劳。如果噱头大过产品,当联名的一阵风刮过,便所剩无几。“联名狂魔”也需要考虑,当合作品牌资源行将殆尽时,自己又将依靠怎样的奇招来吸引受众。联名玩得好,可以给消费者带来新鲜的购物体验,实现品牌的合作共赢。但走马灯般的联名过后,最重要的还是要和产品开发和品质经营上下更多功夫。毕竟,联名带来的效应只是一时的,而依靠产品形成持久的竞争力才是品牌更需要钻研的功课。

章鱼哥走红，不必焦虑

□ 王臻儒

章鱼哥翻红了,虽与南非世界杯上一夜爆红的章鱼哥同名,可能在蟹堡王餐厅打工的他自己都始料未及。《海绵宝宝》的忠实观众怎么也想不到,在这部经典动画开播23年后,其中的配角之一“章鱼哥”成为新一代职场人的“嘴替”。不少人表示,章鱼哥就是比奇堡里的另一个自己。在广泛流传的表情包中,章鱼哥上班前颓废,上班时愤怒,下班后兴奋,“我生活中最重要的事情是六点准时回家”“我陪你闹庄,你会给我加薪吗”……他的经典台词既让不少人感同身受,也激发了网友“再创作”的兴致,引发了章鱼哥表情包、章鱼哥语录在各大平台的广泛传播。

章鱼哥是动画片《海绵宝宝》中的配角之一。与派大星、蟹老板等动物形象不同,章鱼哥给人最深的印象是“颓废”,而

这种情绪的来源可能是“上班”——章鱼哥作为蟹老板餐厅的服务员,每天飞奔来上班,总错过打卡时间;在收银台做着机械重复的工作,休息一下还会被老板抓包;面对加班和闲聊,他兴致索然,只希望早点下班回家躺着……

章鱼哥全网走红,其实并不意外。数十年后,当年的小观众长大成人,走入社会,日渐增大的压力、疲于应对的人情都让大家意识到,想要无忧无虑地工作并非易事,上班间隙叹口气又何妨。网络平台为迷因提供了传播机会,也为个体的情绪宣泄提供了出口,让大家把各种烦闷和不愉快借助章鱼哥不开心的表情表现出来。或多或少,每一代人都有自己关于上班的烦恼,在互联网之前,从没有一个平台提供如此广袤的创作天地,方便大家深挖经典影视细节,抽丝剥茧找共鸣。

可以说,源源不断的网络新梗与感同身受的网友互动,共同造就了章鱼哥

这一过气动画角色的翻红。因此有人担心,年轻人会在对章鱼哥的追捧中迷失奋斗的方向。但其实不论是旁观者还是当事人,都不必太过焦虑。章鱼哥的出现本就是工作压力排解的一处出口,从工作中短暂抽离是一种能力,它能让人从高度运转的工作中停下来,从扑面而来的压力中逃出来,喘一口气,从而提高工作效率,重拾迎难而上信心。

网友以幽默调侃来争取紧张生活中的喘息时机,这无可非议。当然,我们不该让这种“颓废”变成生活的常态。与章鱼哥形成鲜明对比的,是终日忙碌在后厨的主角海绵宝宝。面对工作,他满腔热情,既可以半夜三点加班为老板数芝麻,也可以无偿为顾客煎煎饼,这一切付出只因自己的热爱。面对如此鲜明的对比,许多网友表示,小时候喜欢海绵宝宝,因为他对工作满怀热情,但长大后更能理解的,其实是章鱼哥。

我们也不应一味将章鱼哥等同于“颓废”,他“不高兴”的背后,其实是被琐碎工作掩埋的生活热情,而正是这种热情,让观众眼中的他闪闪发光。动画片中的章鱼哥,是一位被无趣工作埋没的人才,虽然上班时的他奔波于机械收款和应对批评之间,但下班后的他依然充满活力,会邀请其他人组织乐队,浇灌自己的艺术梦想,也会在海绵宝宝受委屈时偷偷替他伸张正义。

章鱼哥的“颓丧”是扁平的,这一角色的性格是立体的。也许章鱼哥和海绵宝宝都可以成为我们性格的一部分,取其之长,补己之短。在社交平台上,有许多人分享了自己上班和下班的不同状态,照片中的他们既能严肃认真,也能张扬活泼。越来越多的年轻人已经意识到,工作不再是生活的唯一。纵然生活中免不了要面对一些乏味和无奈,至少,我们还可以保持一颗热爱生活的心。



2022年山东省全民健身工作 联席会议召开

□记者 于晓波 通讯员 马国庆 报道
本报讯 近日,2022年山东省全民健身工作联席会议在济南召开。会议总结过去一年的工作,研究部署明年和今后一个时期的全民健身任务。2021年,山东建立了省级全民健身联席会议机制,并推动全省16市全部建立了联席会议机制。

短道速滑世界杯 李文龙助中国队混合接力夺金

□记者 于晓波 通讯员 郭伟 潘立超 报道
本报讯 11月6日清晨,短道速滑世界杯美国盐湖城站结束了首个决赛日的争夺,中国队夺得了男女混合2000米接力金牌。参加本次接力比赛的中国队由我省的李文龙和国家队队友王欣然、张楚桐和钟宇晨组成。这枚金牌是中国短道速滑队本赛季世界杯首枚金牌,也是新赛季、新周期中国冰雪首金。

2022年全国击剑锦标赛 我省男子重剑揽两金

□记者 于晓波 通讯员 郭伟 梁平 报道
本报讯 近日,2022年全国击剑锦标赛暨全国青年击剑锦标赛在江苏无锡收官。山东男子重剑队在决赛中通过“决一剑”战胜国内老牌强队安徽队夺冠。此前,助山东男团加冕的关键队员修钰涵还夺取了男重个人赛的桂冠。山东男子重剑队包揽了本次全国锦标赛男子重剑的团队和个人赛冠军,实现了征战全国年度最高水平赛事的历史性突破。此外,山东击剑队还在女子重剑和男女子佩剑、花剑项目的比赛中有着出色表现。

2022年短池世锦赛达标赛 山东三将表现优

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 孔军 报道
本报讯 近日,在国家体育总局训练基地举行的2022年短池世锦赛达标赛上,在国家队集训的我省杨浚瑄、王一淳、葛楚彤三名队员参加了比赛,并获得令人满意的成绩。据悉,我省这三名队员此次参赛所有项目的成绩,均达到了短池世锦赛A标。

省体育局与韩国全罗北道 签约促深化合作

□记者 于晓波 通讯员 宋莹 陈洪艳 报道
本报讯 近日,省体育局与韩国全罗北道文化体育旅游局、山东省体育总会与全北亚太大师赛组委会举行线上签约仪式。双方签署《中华人民共和国山东省体育局 大韩民国全罗北道文化体育旅游局体育友好合作备忘录》《大韩民国2023全北亚洲·太平洋大师赛组委会—中华人民共和国山东省体育总会相互合作业务协议书》。

我省发布 全民健身赛事活动安全指引

□记者 于晓波 通讯员 史文平 李开锋 报道
本报讯 近日,山东省体育局、山东省体育总会印发通知,发布《山东省全民健身赛事活动安全指引》。这是我省首次针对省级体育协会、民办非企业单位就如何加强全民健身赛事活动安全而制定发布的标准化、规范化的指导性文件。

全国保龄球锦标赛 在济开赛

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 田延士 报道
本报讯 11月2日,2022年全国保龄球锦标赛在济南吴冰保龄球全民健身俱乐部开赛。据悉,参加本次全国锦标赛的共有来自北京、河北、广东等多个省区市的28支代表队,为确保比赛安全有序进行,组委会严格按照疫情防控要求,制订了详细的疫情防控方案。

济南连续第三次 举办中小学生篮球联赛

□记者 王建 报道
本报讯 11月4日,2022—2023济南市校园篮球联赛新闻发布会在济南一中召开,介绍联赛有关情况。这是济南市连续第三次举办全市范围的中小學生篮球联赛。与往届相比,这次联赛设置小学组、初中组和高中组,覆盖面更广,参赛人员更多。

济宁体彩党支部 开展爱心助农活动

□记者 于晓波 通讯员 赵智 茹婉儿 报道
本报讯 11月1日,山东体彩济宁分中心党支部联合济宁体彩责任彩票党员服务队金乡县分队开展爱心助农活动,帮助菜农销售滞销芹菜。在全体人员的积极行动下,共有500斤芹菜被认购,帮助菜农解了燃眉之急。