

旅游新法下看香格里拉

汤嘉琛

旅游市场秩序之乱,首先乱在涉事机构和人员缺乏诚信品质和契约精神。游客花钱购买服务,与服务提供者是合同关系。然而,不管是香格里拉导游强制游客消费,还是庐山景区“通票不通”,都明显违背诚信经营理念,更是对契约精神的公然践踏。没有诚信与契约的内在约束,景区再怎么乱都不奇怪。

旅游市场秩序之乱,还源于相关职能部门的定位失焦和监管失职。旅游业是一个商业模式颇为成熟的行业,与旅游市场监管相关的法律与监管制度并不少,但何以未发挥出应有的效能?旅游局以“踢皮球”的态度应对维权者,辱骂和威胁游客,甚至奉劝游客“放弃理性消费”,就是因为没有认清自身

的监管者身份。

除此之外,在很多地方都狂热发展旅游经济的当下,旅游市场乱象往往还牵涉更深层次的利益共谋。监管部门和地方政府,对旅行社、导游一贯的违规之举其实非常清楚,默许和放纵仅是心照不宣罢了。比如,旅行社敢以“行政性变相收费”的名义压榨游客,背后就很可能有行政部门撑腰,也很可能涉及利益分成。

现如今,被媒体曝光并撞上《旅游法》的“枪口”之后,香格里拉景区迅速上演了“媒体曝光—领导重视—突击整顿”的俗套情节。但是,个案式应对不可能根治痼疾,也必然难以杜绝类似的旅游乱象。要实现“拨乱反正”,就必须尽快廓清旅游市场秩序。

具体来说要做到三点:其一,健全内在约束与外部监督机制,既要让行业协会独立发挥作用,引导旅游行业通过诚信经营和有序竞争谋求发展,又要创造条件让公众、媒体参与监督的渠道更通畅;其二,明确监管部门的应有之责,用《旅游法》及相关法规规范各方市场主体的行为;其三,斩断某些职能部门与不良经营者之间隐秘的利益链条,让政府部门更注重旅游市场秩序健康的长远利益。

市场有秩序,则旅游少乱象。只有及时清除扰乱旅游市场秩序的害群之马,并以常态化、制度化的监管为游客创造良好的旅游环境,才能改变游客“任人鱼肉”的状况,也才能让相关从业者和地方政府真正享受到旅游经济的红利。



新民随笔

西风不识相

董纯蕾

马德里。著名的格兰大道(Gran Via)。一夜睡不安稳。有人晚归,有人朗声说笑,有人踩在镶木地板上咚咚作响。在这条被誉为西班牙百老汇的繁华大街上,遍布着寸土寸金的小旅馆,谁一个不留神的造次便有可能搅了别人的好梦。

傍晚从托莱多回来的火车上,一对老夫妻不知何故坐了我们的位。微笑告之,却被报以一脸的不情愿与不致歉。两天前,在里斯本的28路有轨电车上,一位手缠绷带的老先生颤颤巍巍地朝车厢内挪步。旅伴起身让座,老先生坐定,并未言谢。都不打紧,我告诉自己:伊比利亚半岛的英语普及率不高,老人们多半没法用语言和外国人沟通。也是在里斯本,那个为了让我搞清楚该投递哪个颜色的邮筒而比划了好久的,那个举着拐杖大声嚷嚷了好一通才让我明白等错了车站的,都是不会英语的老人。

谁说老外都恪守交通规则,至少在伊比利亚半岛上,无数次被闯红灯的南欧人民甩在身后。谁说到此一游题字留念是中国人的专利,在最早由西哥特人建造的里斯本古迹圣若热城堡的墙头,不知多少次看到不和谐的现代人手迹。必需强调一句,此处绝无姑息之意,哪国人民的“到此一游”都该休矣。

三毛多年前写过一篇《西风不识相》,历数旅欧时遭“洋鬼子”欺负的经历。开篇便讲去西班牙留学前,父母再三叮咛“在外待人处世,要有中国人的教养,凡事忍让,吃亏就是便宜”。结果,“有教养的人,在没有相同教养的社会里,反而得不着尊重”,室友们不是把家务统统留给她,就是只许自己半夜打字不许人家挑灯夜读,“他们享受了我的礼教,而没有回报我应该受到的尊重”。

地球是圆的。罗卡角,欧亚大陆伸向大西洋的最西端,“陆止于此,海始于此”。哥伦布当年若是获得若昂二世的支持,和达伽马、迪亚士一样由此启航,若是没有偏离航向,不断西行也的确能够到达东方。不识相的西风,谁对谁而言更甚呢?只是人家安之若素;我们动辄站在中国人群体的角度来一番反省,然后回到个体立场,想干嘛还干嘛。

旅途中,又见“天安门广场垃圾多少吨”之类的报道。是以杂记之。

新民新语

跑步吧!

左妍

电影《阿甘正传》中有一个令我印象深刻的片段,珍妮离开后,阿甘开始跑步穿越美国,这一跑就是3年2个月14天16小时。

整部电影中,阿甘几乎都在跑步。“RUN! GUMP! RUN!”在一声声的催促声中,阿甘跑着躲过了小伙伴的欺凌,受到了总统的接见,在越南战场中救出了战友。但这一次历经3年的旅途,阿甘没有给出什么特定的理由。他说,我只是想运动,想跑步。

国庆长假里,我两次路过世纪公园,都被壮观的夜跑族吸引。后来翻看微信发现,原来身边有不少朋友早就加入了这项运动,每天记录跑步成果。

我很想加入他们的队伍,但我没有毅力。所以我给他们点赞,带着由衷的佩服和羡慕,尤其是看着他们从大腹便便的胖子变成脸色红润的瘦子。跑步不需要高端的设备,也没什么难度,但要坚持下来不容易。

在夜跑族的眼中,跑步既能减肥,又能锻炼,低碳环保不花钱,随时随地,只要撒开脚丫子,就能上路,多么自在。

夜跑之路,不再是单纯的从A地到B地的位移,它可以绚烂如衡山路,可以清静如世纪公园,沿途美景尽收眼底;也不再是一个人的狂奔,可以约上同事朋友一起跑,也可以加入夜跑群一起跑。跑的路程有近有远,时间有长有短,但却各有各的乐趣。

我有一位朋友,这样描述自己热爱跑步的原因,“刚开始跑的那会儿,一公里就累得直喘;可坚持过后,发现迎风奔跑的自己瞬间什么烦恼都没有了,每个毛孔都在复苏,感觉自己汲取了自然的精华,浑身充满了活力。”坚持跑步1年半后,她在途中结识了自己的现任丈夫。对她来说,夜跑的动力仅仅是单纯的执着,但第一个收获却是爱的归宿。

2500多年前,古希腊埃拉多斯山岩上刻着三句名言:“如果你想强壮,跑步吧!如果你想健美,跑步吧!如果你想聪明,跑步吧!”而跑步的收获,又何止于此。如今,或许可以加上一句,如果你想交友,跑步吧!

跑步,不仅锻炼了身体,磨炼了意志,还成为一种聚会、交友方式,对自我的认同感也在左脚右脚的不断交替中一步步加深。这种大汗淋漓又欲罢不能的感觉,只有体验过的人才懂。



香格里拉导游很“生猛”:不交钱刀架脖子上!一导游上车后要求须交纳藏民家访的费用,三百八十元。 天呈画

文化走出去如何少打“折扣”

权威声音

最近,习近平主席在马来西亚访问时,谈起歌手梁静茹在中国“广为人知”。今年3月,习主席在坦桑尼亚演讲时,也曾提起中国电视剧《媳妇的美好时代》在坦的热播。这些都是文化在国家交往中起到积极作用的具体例证,生动解答了跨国文化传播如何更具灵活性和更加贴近受众需求的问题。

在文化研究中有一个“文化折

扣”的概念,指在跨文化传播中,由于文化差异造成理解的难度,传播会打折扣。有些历史文化积淀较深的作品,固然有其永恒的价值,但在跨文化传播中会受到“文化折扣”的影响。相反,大众文化的传播有利于让异国公众了解自己的国家,认识其社会生活和风土人情,产生文化上的亲近感。

这些年来,我们在跨文化传播中往往只重视欧美发达国家,但欧美发达国家跟中国的生活和文化距离较大,其文化市场对中国文化产品兼容度较差。而新兴

市场国家和发展中国家,其生活方式,包括在传统和现代之间产生的矛盾和问题,与当下的中国同步相近;有些国家发展相对滞后,更希望从中国的发展进程中得到启发。同时,亚洲国家和我们文化更为接近……

一切急功近利和过度策划都是文化跨国传播的大敌。提升“软实力”和文化“走出去”,是个长期而艰难的过程。在这个过程中,保持更为灵活的态度和坚持贴近受众需求至关重要。(张颐武 见今日人民日报,本报有删节)

自由谭

无错不成书,已成时下出版界的通病,但人物传记书籍封面照片出现李代桃僵的现象,则令人愕然。

一本《孙传芳传》的封面,居然用的是段祺瑞的照片;无独有偶,另一本《孙传芳》的封面,用的则是张宗昌的照片。有趣的是,《黎元洪传》的封面,用的是阎锡山的照片,封面上还特意注明——“民国第一伟人”。类似的差错还有不少。1997年版《百年老照片第一册》将晚清重臣张之洞的照片说成是“庆亲王奕劻”;2003年版《吴佩孚全传》和2012年版《最后的北洋三雄》封面图片都将张绍曾的照片取代吴佩孚;2013年版赵尔丰的照片是盛宣

怀,盛宣怀乃晚清洋务巨擘,赵尔丰则是一名武将,任驻藏大臣兼川滇边务大臣,一文一武,气度不同,仔细推敲一下,岂能不生疑?《北洋大时代》中以朱启钤替代杨度,教育家蔡元培又变成著名报人邵飘萍,颠三倒四,都闹出了大笑话。

《乐府诗集·鸡鸣》有云:“桃在露井上,李树在桃旁,虫来啮桃根,李树代桃僵。”近代著名历史人物都有不少照片存世,只要仔细地查一查相关的史料,细致考证这些历史人物的图片,就不会发生李代桃僵的错误。这些简单明显的错误背后,折射出对历史人物图片使用的

吴兴人

随意与对人物图片考证的漠视。出版社通行三审三校制,如能多做一点细致的“核对人脸”的工作,就不难发现上述差错。编辑心浮气躁,编审一眼瞄过,就此放行,实在情无可原。

历史读物最要紧的是注重历史真实。历史人物照片的选用,需要严谨的态度和细致的考证。现在连传主本人的照片都搞错了,其他史料真实性如何,就要打上一个大大的问号。这些民国时期的名人,离开我们不过一百多年,阎锡山离世只有50多年,现经常张冠李戴,以讹传讹,怎么得了!如不纠

错了就错了?

正,若干年后,段祺瑞也许真的要变成孙传芳了!

过去,出版物出了严重的差错,出版社会采取各种办法予以补救,甚至收回。但是,现在有些出版社对出错的态度令人吃惊:错了就错了。记者日前在网络书店上看到,这些“用错脸”的图书,居然仍在销售,而且还货源充足,可以“隔天到货”。

错了岂能就错了?

发现了错误,知错不改,是错上加错;将错就错,是更大的错误;现在的出版界有一种不好的风气,即更正难,纠错难,发现了差错,即使经媒体指出,也是置若罔闻;一不道歉,二不下架,三不重印,“错了就错了”,只要不亏损,面子不在乎。如此出门不认货的态度,可谓是对读者的极不负责,真要改一改才好。