

西沙“黑旅游”何以屡禁不止?

秦丹

点,但在西沙旅游尚未正式开放前,用任何名义组织西沙游都是违法之举。

让人遗憾的是,旅游的热望,使得有些人不再考虑自己无证游西沙的行为已涉嫌违法,也不再顾虑非法旅游的安全问题。打开蚂蜂窝网、K2户外旅游网、乐途旅游网等“驴友”群体聚集的网站,相关论坛和分享区仍有不少关于西沙旅游的游记、攻略。想想真是后怕,此次出事渔船“琼临高113098”为一艘吨位不到90吨的报废小渔船,只装有一个马达,导航系统落后,也没有卫星电话。如不是有游客求救成功,后果难以想象。

部分人违法出游的冲动,给黑旅游中介公司违法经营带来了商机。虽

然《中华人民共和国治安管理处罚法》有规定:船舶擅自进入、停靠国家禁止、限制进入的水域或者岛屿的,情节严重者处5日以下拘留,并处500元以上1000元以下罚款,但这样的惩罚,区区1000元的罚款,怎可抗衡黑旅游中介公司的谋利冲动?违法成本过低,难以起到遏制西沙“野游”的作用。

正是低成本让这些非法组织不惧违法,而高收益又让他们乐于违法。据此次被困的张女士介绍,他们一行平均每人交纳8500元给所谓的“导游”,23人交了将近20万元。业内人士算了一笔账,这次出事渔船油费加上伙食费也就5万元左右,再减

去中介费用等等,走一趟下来纯利润在10万元以上。这样的高利润,自然会让许多逐利者趋之若鹜。

对黑旅游中介公司的非法经营活动,监管部门怎可视而不见?西沙“野游”是违法行为,相关部门理应及时出手制定措施,维护法律尊严,保护游客安全。相关部门监管的严重不到位,正是西沙“黑旅游”屡禁不止的主因。退一万步讲,即使有一天西沙开通了一些旅游线路,海南省及相关部门也需要及时发现问题、规范旅游市场,如果不能从管理上提高对旅游中介公司资质的要求,任由黑旅游中介公司冲击市场,那公众的出游安全,同样没有保障。

新民随笔

沐浴

沈月明

昨天看了本报的一篇稿子《大众浴室洗不去艰难经营烦恼》,突然想到自己已经十几年没“沐浴”了。

真正的沐浴,我以为一定要掀帘子走进一个热气腾腾的大澡堂,大池子里的水要热到伸脚尖试了再试才敢坐下去。然后就是水浸到下巴闭上眼睛发呆,直到脑门上大汗颗珠滴下来,身上的“老肯”都化了,轻轻一搓就卷起来。当然最好的是付2块钱搓个背。往皮床上一躺,师傅从木桶里拿出一条极热的毛巾,在手上细细缠紧,然后从你的额头开始,仔细地、用力地一层一层往下搓,当中会松了毛巾用力甩个响,换个面缠起来接着搓。那个狠劲,就像要扒了你的皮。

当在莲蓬头下冲干净,走到休息室在浴床上躺下的刹那,大概是人生最值得回味的时刻之一。一觉睡醒或畅聊结束,掀帘子出得门来,只觉得原本刺骨的寒风也变得温和清爽了。

如今洗澡已经是每天的事。各种各样所谓上点档次的澡也洗了不少:大浴场里的各种“药汤”、带花瓣的SPA、雪地里的温泉浴等等,但总难洗出那种每根毛孔里都散发着的舒爽到来。

就像农村的孩子追着汽车奔跑感到快乐无比,城里的孩子喝一杯麦乳精觉得是人间美味,很多曾经快乐如今看来只是因为天真或物质匮乏时代的小小满足,随着城市的现代化和人际关系的逐渐疏远而持续递减。

以大众浴室来说,那么多人共泡一池子水,共用拖鞋、大毛巾,从卫生的角度来说,确不提倡。加上现在基本家家户户都有卫浴设备,再去大众浴室花上两个小时洗个澡,绝大部分人选择了放弃。

当一个时代结束另一个时代开启,个人和社会都不得不舍弃一些曾经的欢乐和便利,以适应可能是更文明更现代的生活。大众浴室的衰落是必然的,但它仍有不可替代的社会需求,甚至铭刻着一个城市独一无二的文化符号。所以选择适当地保护和留存大众浴室,是这个城市的当务之急,但大众浴室的未来很可能与大多数市民的实际生活无关。

雾霾天,为老百姓想细一点

新民网论

最近几天,中城持续雾霾,1月16日,空气质量指数升至248,为发布以来新高。雾霾天,口罩成了“流行”,不过据媒体报道,有专家表示普通口罩其实完全没用,就算是被公认为强力口罩的N95也用处不大。

城市面对空气污染时的健康防护和应急预案不能马虎。污染物细小,我们的应急减排、应急民生预案就不能太粗放,尤其是,面对空气污染,老百姓能做什么,该做什么,也应该有细化明确的说明,别让人无所适从。

这几天全国大小媒体请来不少专家,教公众如何防护雾霾,本意是好的。不过到网上一搜,不免头晕眼花。除了口罩争议外,还有开窗争议、食疗争议等等,各路专家都是理论功底不凡,老百姓却不能自己去读个医学博士再回来判断谁对谁错。还望权威部门给个明白说法,拿出一套雾霾应急防护文本,否则,下回雾霾一来,老百姓又花钱费力空忙一场。

再想细一步,普及防护常识也不能光靠职能部门和媒体。不少老人每天一要出门买菜,二要找邻居晨练聊天;因此,也得把社区面对面的宣传、劝阻、服务工作一一列入。公园等晨练场所,也应有所公示,免得老人错以为一切照常,把园内浊雾当清新空气。对于雾霾天的户外作业、学校户外活动等,同样得有规范和抽查。对于减排责任,政府除了严查企业外,也要有细化规定把各部门公车限行管到位。(新民网评论员,网址www.xinmin.cn)

自由谭

偶遇一位知名出版人,身边人半开玩笑地介绍:如果当年他不是爱书、做了“文化”,以他的聪明和经营能力,哪怕只是炒房产,应已大富大贵。

的确。幸赖这样一些人,有自己的热爱与坚持,不受社会大潮的裹挟,不是懵头懵脑地一味逐利而动,他们以及我们的生活才不至枯燥乏味到只有一张张鲜活的钞票。

个人如此,作为国家投资的公共文化机构,需要的就不仅仅是凭籍兴趣与爱好而起的坚持和努力,还要有更强大自觉的责任意识和文化担当,有清醒独立的判断力,不做盲目跟风者。惟有如此,才能通过逐渐的创新、积累,不仅在市场经济中分一杯羹,更兼成就“百年基业”。

前几天,从媒体上获悉,停播的江苏教育电视台刚刚“重出江湖”,变



够不着

有偿代订车票触犯法规,志愿者免费服务杯水车薪,对于一没有电脑、二不会上网的农民工来说,春运火车票的网上订票服务,就像是缺了几档的梯子,让他们望“票”兴叹。

孙绍波 画

新民新语

事了拂衣去

乐梦融

我可以很负责任地作为经济适用男代表发言:

在雄性族群的黑名单上,不切实际的言情小说和拉动内需的购物网站,常年稳占冠军宝座——尤其是广大女性朋友为前者所勾勒的体贴、忠贞、多金、帅气意乱情迷,把梦想照进现实,来观照现实生活中的我等,诸多不满怎能不从心生?再以此不满为借口,便顺理成章地一股脑儿扎进淘宝网购物大潮里,美其名曰:溺死生活中所有的不快与悲伤。

啊!这两件事情就这么奉天承运,相辅相成着。

每次看微博,看到那些个单衣手袋高跟鞋洁面胶原蛋白粉的推销广告,我都手痒,想点“举报不良信息”转呈给“新浪小秘书”。点慢了,就轮到第二天收快递、第二个月付账单去了。

我总要苦口婆心地开导,做人要适可而止,为妻为母以后尤其是——像家长在考试前才提醒孩子“认真点仔细点”一样——可是一点没用!

淘宝浪潮中,即使是再激进的反对者,也不可能坚持单调的立场了。我现在反而懂得以更多元的角度切入,把淘宝“当作有待剖析的现象多于一个只能否定的对象”(梁文道语)。本能的办法就是视而不见,实在想不开只能趋利避害,想想不用陪着逛马路的好。

前两天,淘宝也算是有了点“良心”,年末的时候开诚布公一下年终消费账单,就是一年消费的总额,也就是差不多是你们家一年额外消费的总额(我也借这方天地,再一次向所有男同胞猛使眼色)。我善意地揣摩,它的本意是要购物成瘾的女人们照照镜子,惭愧一记。可是,淘宝绝非善主,像升级打怪的网游一样,它还挑衅地按照购买总额列出了同城名次,什么意思?就是告诉买主们,你们的路还长着,要再接再厉,下一赛季再去拼杀个你死我活,不消费个几千万进不了上海百强。

陆陆续续看到有好友在微博上晒年终消费账单,正奇怪我家那位竟然毫无动静。终于看到了一位秉性耿直的诤友公开“爱特”我和她,提出请她报数,我这才知道有这码事。我沙发上弹起,冲到卧室,摇醒了正在装睡的她。在一阵不情愿里,还是看到了我家的消费名次——上海市排名超过了95.32%的人。在我的心碎中,她松了一口气,喘了一句“这算什么!”事了拂衣去,深藏身与名。

婚后的“经济适用男”本是“高帅富”的编外积极分子,是有潜力的后备军,现在看来,我天真了——“富”就不想了,主攻其余的吧。

文化业要远离暴红暴利之梦

姜泓冰

成了江苏广电总台下属的一个频道,未来的节目定位,将紧紧围绕着服务教育目标设立。

这一新闻,很难不让人重新想起一个多月前发生的甘露露母女台上爆粗事件。那一小段粗俗市井的视频在网上一度热传,让这家电视台骤然闻名全国,达到了吸引眼球、提高收视率的目标,只是为时过短,一旦惨遭停播,断送了前程,更让自己一下子失去了相对独立运营的地位,虽然复播,已由“台”而整编成了频道。

有人说,如今中国电视业也进入了“大片时代”。一档《中国好声音》成了收视率冠军,就能吸纳数以亿计的资金,多如过江之鲫的种种节目,都只能在余下部分努力占一点自己的

份额。在许多电视台,摆在显眼位置的收视率曲线,几乎已成了悬在管理层和制片人头顶的一把剑。为了提高收视率而热衷抄袭国内外已有成功经验和模式的热门节目,一拥而上迅速将一个节目门类做滥、做毁,甚至不惜有意做出挑战社会道德底线、迎合社会某些低俗趣味的“出位”策划,时不时可见。

但江苏教育台闹剧换来的如此下场,是一种警醒:不是所有频道、版面、栏目,都要以一时一刻的收视率、点击率、转发数来排行和评价的。每一媒体、公共文化机构自有其个性与定位,应有其适度和专业发展目标,而不是一味做大、占尽市场资源,乃至独步天下。以教育电视台而论,明明面对着需求无比庞大的教育市场,

不去发挥优势,琢磨如何在专业领域做得深透、生动,而去跟风娱乐炒作,求一时之成功,无乃自曝其短,虽是一招不慎,也是输在必然。

2012年的中国电影业已经足够让人明白,大片或小片都有成功的机会,也都有走麦城的可能。对于今天中国的各种公共文化机构而言,放弃暴红、暴利的兴趣,在尊重观众、重视市场的前提下,做有个性、有理想、够专业的事,才是未来的成功之道,也才能成就真正的中国梦。文化从业者关注的,绝不该是政府禁令的红线和社会道德的探底,而应是引领整个社会重建健康道德体系、传承复兴民族文化、承担文化使命的自觉。责任塑造形象,品质成就未来,这样的说法不应只是套话。