

本期热评 >>

老 穆

“抢盐风波”的警示与思考

8月24日,日本福岛核污染水排入海洋。核污染水是否对海盐生产造成影响,引发普遍关注。国内不少消费者开启了“囤盐模式”,很多超市的食用盐专柜被买空,我市个别商超门店及零售终端也出现了抢购食盐的情况。

一时的市场风波缘于网络谣言,什么“福岛核污染水将影响我国海盐安全”“吃碘盐可以预防核辐射”云云,引起好多不明就里的恐慌与焦虑。

囤盐有必要吗?答案是否定的。国家有关部门、官方媒体及时引导和科普,为公众提供了指南:当前我国的食盐产品结构占比为井矿盐87%、海盐10%、湖盐3%,井矿盐和湖盐生产均不受日本核污染影响。

也就是说,国人大都吃的是井矿盐,国家供应充足,根本没必要囤。再则,食用盐有保质期,囤多了吃不完会造成浪费。

针对一些市民抢购食盐的现象,市市场监管局、大同盐业公司第一时间发布公告,规范食盐价格行为,保障食盐市场供应,同时郑重提醒,我市食盐库存充足,请大家理性面对,不要盲目抢购、囤盐,也不要在朋友圈、微信群中散布、传播涉及囤盐的信息。

政府快速反应,及时采取措施,确保市场供应,加强舆论引导,风波很快平息了,趋之若鹜的抢购者也从迷蒙状态中清醒过来了。

然而,反观这起事件,一两句荒唐的传言立马就“感染”了这么多民众,到底说明

了啥问题?

窃以为,公众的盲从心理是无形的推手。散布谣言者,或因好奇寻求刺激或出于不可告人的目的,发布一些虚假信息,人们往往“宁可信其有,不可信其无”,不法分子便乘虚而入,抓住公众脆弱的心理“扶摇”而上,囤积居奇,哄抬价格,扰乱市场,牟取暴利。

2011年3月日本大地震诱发福岛核电站核泄漏危机,就在我国引发了一场碘盐抢购潮,相信大家都记忆犹新。12年后的今天,福岛核污染水排入海洋再次引发我国民众囤盐风潮。

情况大同小异,教训何不汲取?说到底,还是谣言推波、盲从助澜。

常言道“谣言止于智者”,然而,智者却止不住盲从的洪水。

我们经历过非典时期的抢购醋、板蓝根,见识过曾经的抢购绿豆、大蒜,看到过新冠疫情期间的抢购布洛芬、连花清瘟,这些抢购、囤积行为,无不是别有用心者谣言蛊惑,而后公众盲从跟风。

对造谣滋事、蛊惑人心的无良之辈,对趁风扬土、趁机发财的不法机构和个人,必须予以严厉打击,同时要强化国民常识教育,培育民众科学素养,通过提高信息覆盖程度、科普教育程度增强国民素质,通过提升宣传教育功能,让越来越多的人遇事保持理性,成为泰然的智者。

有话直说 >>

李洁琼

游学热不能变味 博物馆研学需真学

暑假即将结束,博物馆热度仍然不减。这个暑假,“博物馆研学”火了。数据显示,今年暑假博物馆研学产品订单暴增235%。

走进博物馆,到处都是青少年的身影。当我们欣喜于年轻一代对传统文化的热情时,也从相关话题讨论中注意到“博物馆研学热”背后的一些问题。部分商家挤占公共资源的营利行为,使“博物馆研学热”因“蹭”而变味。

作为公益性文化场所,大部分博物馆是免费开放的。这份“免费的午餐”不仅公众欢迎,也受到部分商家的垂涎。据报道,有研学团推出的故宫“私享团”,一次收费开价高达1000元。还有旅行社、研学团“蹭”起了热门博物馆、展览的流量,将“直播间”直接搬进了展厅,售卖博物馆讲解、研学项目等产品……尽情发挥其“蹭”技。

说到“蹭”,少不了无孔不入的“黄牛”。被“黄牛”包围的博物馆,原本免费入园的南京中山陵收费30元、南京博物院50元至80元、陕西历史博物馆120元至130元、苏州博物馆130元……免费开放变成有偿参观,加重了游客的经济负担,还干扰了博物馆的正常运营。

除了“蹭”,还有一个“闹”字,让博物馆和公众不胜其烦。这个“闹”,既指表面上的喧哗吵闹,比如孩子穿梭打闹、“讲师”声嘶力竭等,让静谧优雅的文化场馆变成了喧闹的“菜市场”,不但影响广大游客的参观体验,甚至可能造成安全隐患。这个“闹”,也指一些研学游成了热闹的观光旅游,无“研”无“学”只有“游”。有参观者反映,在博物馆看到研学团学生们排排坐,不观展不看文物却低头玩手机;有些“讲师”讲解历史知识不严谨、不准确、不科学,给学生们灌输了一肚子“野史八卦”,不仅误人子弟,还造成对历史文化的曲解、对公共资源的滥用。

本来美好的“博物馆研学热”,被这一“蹭”一“闹”,失了真研真学的本色。

暑假即将结束,暑期“博物馆热”也将告一段落。但相关部门、博物馆、学校、市场机构、家长们需要郑重对待一些新的课题:研学游研的价值与游的方法是什么?如何更好维持住这份热衷和认同?“博物馆研学”的质量、价格到底谁来管、怎么管?研学游的“游”和“学”如何平衡?热门博物馆“一票难求”的问题如何破解?

读万卷书,行万里路。当充满厚重历史和文化底蕴的博物馆与嗷嗷待哺的莘莘学子相遇,碰撞出的应当是知识的火花。让学生们“乘兴而来,满载而归”,才是真正博物馆研学”。

据新华网



一针见血 >>

赵志疆

别让“小包团”沦为“大麻烦”

“小包团”旅游是近年兴起的一种旅游模式,由朋友和家人独立包车定制旅游,因其自由方便受到热捧。媒体记者采访发现,暑期游如火如荼的当下,不少游客倒手“转卖”给各地旅行社。由于不具备规模效益,某些旅行社将游客再次“倒卖”给没有营运资格的“黑车”司机。至此,被层层倒卖的“小包团”不仅价格虚高,而且旅客安全和旅游质量都缺乏保障。更为重要的是,由于车辆和司机都缺乏运营资质,一旦发生消费纠纷,游客很容易陷入维权困境,相关监管部门也很难及时介入。

跟团游太累,自由行太贵,“小包团”成为不少人外出旅游的首选。所谓“小包团”,旅游业界也叫独立包团、单独成团、自组团等,就是由家人或朋友组成一个旅游小团队,单独设计旅游路线,单独使用一辆车,聘请一个导游,没有其他人加入。由于路线统一,跟团游的行程往往非常紧凑,甚至沦为“特种兵旅游”。此外,由于团队人多,跟团游往往因众口难调,令人感觉身心俱疲。相比之下,“小包团”不仅便于内部协商沟通,而且还能享受到私人订制的旅游服务,因此备受市场青睐。

尽管“小包团”旅游已经形成完整的产业链,此次报道却发出了一个严肃的警报:某些“小包团”隐藏着“大麻烦”。记者调查发现,一些“小包团”从一开始就布下一个“大圈套”——某些网络平台上的“种草”笔记,实际上并非出自游客之手,而是

旅游中介公司精心炮制的软文。以“种草”为名行“收割”之实,此类旅游中介公司在骗取游客的信任和定金之后,往往将游客倒手“转卖”给各地旅行社。由于不具备规模效益,某些旅行社将游客再次“倒卖”给没有营运资格的“黑车”司机。至此,被层层倒卖的“小包团”不仅价格虚高,而且旅客安全和旅游质量都缺乏保障。更为重要的是,由于车辆和司机都缺乏运营资质,一旦发生消费纠纷,游客很容易陷入维权困境,相关监管部门也很难及时介入。

整治“小包团”旅游中的种种乱象,首先应该规范信息发布,由此需要铲除带节奏的“假种草”现象。在7月21日公安部召开的新闻发布会上,通报了“网络水军”的3种造假方式,包括“通过批量编造发布各类虚假文章、视频吸引眼球、引流牟利”。“假种草”,实际上是一种“真违法”。对于此类行为,不仅消费者有必要擦亮眼睛、提高警惕,相关网络平台也有必要完善管理机制、加大处罚力度,不给欺世盗名者留下瞒天过海的可乘之机。

对于旅行社而言,游客报团是看中了

其品牌效应,无论是从保障游客权益还是维护品牌声誉的角度出发,都应当建立合理合法的签约和旅行流程,不应该将“小包团”当成“一锤子买卖”。换一种角度来看,当越来越多的游客抛弃常规旅游线路,倾向于自主设计旅游路线的时候,实际上也是对旅行社的常规产品投出了反对票。对此,亦有必要引起旅行社的重视和反思——如果旅行社能设计出更多差异化、人性化的旅游产品,游客何必煞费苦心自主组建“小包团”?如果能将更多游客留在规范化的旅游线路内,不仅游客的权益更容易得到保障,旅行社也能获取更多收益,何乐而不为?

另外值得一提的是,对于在“小包团”产业链中处于末端的无证司机,也不宜全盘否定——“黑车”司机罪不在人,而在于缺少合法的身份。从满足多元化的旅游市场需求出发,灵活的旅游服务不失为一种有益的补充。由此,不妨规范和引导个体旅游服务者的发展,将其转化为带动旅游发展的新生力量。多策并举、齐抓共管,才能清除市场乱象,使“小包团”成为惠及游客的“大福利”。据光明网