

时评

依法保护个人信息 规范在线旅游发展

在处理旅游者个人信息过程中,无论是旅游者,还是在线旅游平台,亦或各级文化和旅游主管部门,都应严格遵循个人信息保护法的相关规定,依法行使权利,依法履行义务,依法履行监管职责

□ 王天星

近日,十三届全国人大常委会第三十次会议表决通过《中华人民共和国个人信息保护法》,并将于11月1日起施行。该法立足于个人信息权益保护,全面回应社会关切,对个人信息处理者使用个人信息的行为设定了系列规范和要求。在线旅游运行和发展的基础是旅游者提供的个人信息。在处理旅游者个人信息过程中,无论是旅游者,还是在在线旅游平台,亦或各级文化和旅游主管部门,都应严格遵循个人信息保护法的相关规定,依法行使权利,依法履行义务,依法履行监管职责。

在线旅游平台处理旅游者信息应依法进行。在线旅游平台在提供机票、酒店、景区门票预订等服务过程中,获得了大量的旅游者个人信息。在处理旅游者个人信息时,在线旅游平台应遵守个人信息保护法确定的信息处理规则:第一,处理旅游者个人信息达到国家网信部门规定数量的,在线旅游平台应当指定个人信息保护负责人,负责对旅游者个人信息处理活动以及采取的保护措施等进行监督;第二,在线旅游平台应定期对其处理个人信息遵守法律、行政法规的情况进行合规审计;第三,利用旅游

者个人信息进行自动化决策的,应当事前进行个人信息保护影响评估,并对处理情况进行记录;第四,用户数量巨大的在线旅游平台,应当按照国家规定建立健全个人信息保护合规制度体系,定期发布个人信息保护社会责任报告,接受社会监督。未遵守上述规定的,在线旅游平台依法应承担相应的法律责任。

旅游者在接受在线旅游服务中依法享有相应权利。旅游者通过在线旅游平台预订机票、酒店住宿、景区游览等服务,需要按照在线旅游平台规则向其提供部分个人信息,同时也对在线旅游平台处理个人信息活动享有相应的权利。依据个人信息保护法,除法律、行政法规另有规定外,旅游者对在线旅游平台处理其个人信息享有知情权、决定权,有权限制或者拒绝他人对其个人信息进行处理;有权向在线旅游平台查阅、复制其个人信息;发生在线旅游平台违反法律、行政法规或者约定处理旅游者个人信息等情形时,在线旅游平台应主动删除旅游者个人信息;未删除的,旅游者有权请求删除。

为保障旅游者的信息权利,依据个人信息保护法,旅游者有权要求在线旅游平台对其个人信息处理规则进行解释说明。同时,在线旅游平台也

应建立便捷的个人信息权利申请受理和处理机制,拒绝旅游者行使权利请求的,应当说明理由。对于在线旅游平台拒绝旅游者行使权利的请求的,旅游者可以依法向人民法院提起诉讼,以维护自身合法权益。

各级文化和旅游主管部门应依法履行旅游者个人信息保护职责。为了将个人信息保护法确定的个人信息处理规范与义务在旅游领域落到实处,需要各级文化和旅游主管部门依法履行开展个人信息保护宣传教育,指导监督在线旅游平台开展旅游者信息保护,接受、处理与个人信息保护有关的投诉举报等职责。

在履行旅游者个人信息保护职责中,各级文化和旅游主管部门依法可以采取检查与旅游者个人信息处理活动有关的设备物品等措施,可以依法对在线旅游平台的法定代表人或主要负责人进行约谈,可以要求在线旅游平台委托专业机构对其个人信息处理活动进行合规审计,发现违法处理旅游者个人信息涉嫌犯罪的,应及时移交公安机关依法处理。各级文化和旅游主管部门只有严格履行监管职责,才能够推动在线旅游平台不断提升遵守个人信息保护法定要求的自觉性、主动性。

在线旅游平台应依法承担法律责任。一些在线旅游平台为追逐高额

利润,常常突破法律确定的规则与限制,侵害旅游者的合法权益。对于在线旅游平台违法行为,文化和旅游主管部门应依法作出责令改正、给予警告、没收违法所得、暂停服务或终止服务等处罚,并对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以罚款,决定禁止相关人员在一定期限内担任相关企业的董事、监事、高级管理人员和高级信息保护负责人。同时,可以依照法律和行政法规规定,将在线旅游平台的违法行为记入信用档案,并予以公示。对于给旅游者个人信息权益造成损害、在线旅游平台不能证明自己没有过错的,应当承担损害赔偿责任等侵权责任。侵害众多个人的权益的,人民检察院、法律规定的消费者组织和由国家网信部门确定的组织还可依法向人民法院提起诉讼。在线旅游平台的行为,构成违反治安管理行为的,依法给予治安管理处罚;构成犯罪的,依法追究刑事责任。上述法律责任体系,对在线旅游平台形成巨大的威慑。

法律的权威在于执行,法律的生命也在于执行。在新时代法治中国建设中,在线旅游业相关主体要认真学习贯彻个人信息保护法,为促进在线旅游业发展法治化而努力。

(作者为北京第二外国语学院文化旅游政策法规中心副主任)

来论

延安红街爆红的启示

只有红色旅游的展示立体鲜活、真实可感,才能得到游客尤其是年轻一代游客的认可

□ 周荣光

近期,延安红街在网上爆红,充满浓郁陕北特色的红街开街首日游客逾26万人次,3天客流超过60万人次,仅10天客流就突破100万人次,“80后”“90后”“00后”占比超五成,抖音、快手等短视频平台的网红争相打卡。

延安红街爆红的背后,一个重要原因是凸显了红色文化的灵魂:长达1.5公里的步行街,由北往南依次分布着会师广场、边区广场、圣地广场、抗大广场和胜利广场,象征着中央红军长征到达陕北与陕北红军会师,经

历13年艰苦卓绝的奋斗,最终走向胜利的艰难历程。沿海岸打造的长征公园则是红色主题集中展示区:以长征路线为线索,结合标志性节点打造瑞金出征、遵义会议、飞夺泸定桥、爬雪山、大会师等主题场景,每个场景都可以扫码听取录制好的长征故事。

更重要的是,延安红街演出的红色室内情景体验剧《再回延安》没有座位,边走边看,观演双方零距离沟通,剧情就发生在身边。由过去镜框式的“坐着看”,改为行进式的“走着看”,以互动沉浸式的新型观演形式,

受到了广大游客尤其是年轻一代的青睐。由于利用了声光电、智慧模拟等高科技手法,打造出多重感官的互动体验,观众置身《再回延安》剧场,可以真切感受那段光辉岁月,发出“仿佛就是一名红军战士”的感慨。

延安红街的爆红充分说明,年轻游客喜爱红色旅游,但排斥呆板、不接地气、不严谨的“人造场景”。

事实上,有的红色旅游景区在硬件上追求“高大上”,却在内容建设上敷衍塞责,让观众兴味索然,也使得红色旅游效果大打折扣。还有些纪念馆、展览馆,忽略革命文物原有

的内涵,一味贪大求全。表面看是提升游客的旅游舒适度,实质却丢掉历史的现场感,让游客失去对历史的真实体验。

一个景区要成得了“网红”、扛得住“后浪”,并非易事。只有红色旅游的展示立体鲜活、真实可感,才能得到游客尤其是年轻一代游客的认可。顺应当代人所思所盼,讲求时代感,坚持追求新求活、不断延伸,游客就容易有代入感,容易与历史中的人物、故事,与红色旅游彰显的历史精神产生深度共鸣。

延安红街的经验值得借鉴,在新的时代背景下,要用新的方式点燃年轻一代学习党史、赓续红色精神的热情,向年轻一代讲好“红色故事”。如此,红色旅游才能引起人们的共鸣,让红色旅游成为一次涵养红色精神之旅。

拓宽展览视野,拉长展览时间。因此,很多展览主办方都会在创意上做文章,通过创新体验增强展览的吸引力和融入感。除了技术运用和创意提升,还应该在技术设备提供、互动情节、场景设置以及观展环境维护等方面下足工夫。

总之,沉浸式展览不是一件简单的事情,并不是动用高科技就能实现的,需要统筹考虑、科学布置,在科技运用方面应恰到好处,这样才能让观众自然地沉入其中,获得沉浸式的享受。此外,展览要紧扣主题,确保展品质量和服务效率,在内容上保持传统展览的水平。

沉浸式展览拼的是创意

沉浸式展览需要统筹考虑、科学布置,在科技运用方面应恰到好处,这样才能让观众自然地沉入其中

□ 吴学安

近年来,看展览已成为年轻人的休闲活动之一,特别是一些沉浸式展览更受年轻人青睐。随着沉浸式展览越来越多,也有人提出困惑:展览真的能让人“沉浸”吗?

沉浸式展览是在展览中加入3D、VR等技术,利用人的感官体验和认

知体验,营造氛围,让参观者参与互动的一种展览形式。作为一种注重体验和互动的展览形式,沉浸式展览比传统展览更加饱满和丰富,也更具有吸引力,有巨大的市场前景。

2016年,故宫博物院和凤凰卫视联手打造高科技互动艺术展演《清明上河图3.0》,所使用的多媒体技术手段进一步升级,并且增加球幕电影

等,让观众更有身临其境的体验。

打造沉浸式展览需要在科技、创意、内容、细节等多方面下工夫。沉浸式展览拼的不仅是科技,更是创意。一方面,应该确保展览本身的质量,以优质内容为沉浸式展览奠定基础。另一方面,应该让科技与内容浑然一体、无缝对接,这样就可以让观众在不知不觉中沉浸其中,拓

● 聚焦“十四五”文化和旅游发展规划

创新驱动多方联动龙头带动 推进黄河文化旅游带建设

□ 唐金培

文化和旅游部印发的《“十四五”文化和旅游发展规划》提出,保护传承弘扬黄河文化,实施黄河文化遗产系统保护工程,打造具有国际影响力的黄河文化旅游带。笔者认为,为使黄河文化旅游带建设开好局、起好步,需要集思广益、统筹协调,通过创新驱动、多方联动和龙头带动,不断增强黄河文化旅游带的发展内生力、区域集聚力和国际影响力。

首先,以创新驱动激发黄河文化旅游带发展内生力。黄河文化旅游带建设是一项复杂的系统性工程,要创新体制机制,推进省部合作、区域协同和精准对接,不断激发黄河文化旅游带建设的内生动力。

一是创新区域协同发展体制机制。成立黄河文化旅游带建设专门综合协调机构,编制和实施黄河文化旅游带总体规划以及相关专项规划,研究和解决建设过程中的政策落地、项目安排和平台建设等重大问题,协调和化解相关区域黄河文化和旅游资源保护利用方面出现的矛盾和纠纷。

二是创新区域市场监管制度机制。加强黄河文化旅游智慧平台建设和智能化管理,全面提升黄河文化旅游带建设的综合管理能力和监督水平。严格执行文物保护法规、环境保护法规及其相关责任追究制度。跟踪和监督黄河文化旅游带建设的推进情况,并及时作出科学合理的评估。

三是发挥重点项目的引领带动作用。针对当前黄河文化和旅游市场化水平不高、大型文化和旅游企业数量不多的现状,要充分发挥好文化和旅游产业和项目关联度高、辐射范围广、综合带动力强等优势,有针对性地重点培育一批黄河文化和旅游产业园区,培育一批竞争力强的黄河文化和旅游企业,规划建设一批有影响力的文化和旅游重大或重点项目,催生一批新的文化和旅游新业态和产品,构建“中华源·黄河魂”品牌体系。

四是发挥大型景区的示范带动作用。景区不仅是支撑黄河文化旅游带建设的重要节点和窗口,而且是黄河文化和旅游发展的重要引擎和标杆。要依托当地特色文化和旅游资源,建设一批富有黄河文化底蕴的世界级旅游景区和度假区,在提升旅游服务品牌品质、打造旅游目的地等方面做表率。优化升级精品旅游线路,促进景区与乡村旅游、工业旅游、生态旅游等联动发展。

近年来,河南郑州、洛阳、开封以及济源在黄河文化和旅游融合发展方面都进行了积极探索,并已经有一定基础和不同程度提升,河南与陕西、山西、山东等省在黄河文化和旅游合作方面也进行了有益尝试。站在新的历史起点上,要协同建立创新体制机制和合作交流平台,以创新驱动、多方联动、龙头带动提高黄河文化旅游带建设的内生力、集聚力和影响力,努力开创具有国际影响力的黄河文化旅游带建设新局面。

(作者为河南省社会科学院历史与考古研究所副所长,副研究员)

五是坚持黄河文化和旅游区域联动。在总结黄河文化和旅游区域联动发展经验的基础上,进一步打破行政区划藩篱,协调推进黄河流域相关市县之间在黄河文化和旅游资源保护、产业开发、人才培养、营销推广和市场监管等方面的联动。通过省内外相关市县之间发展规划和营销市场的统筹协调以及文化和旅游基础设施体系、服务体系、服务体系的互联互通,共同打造品牌统一的产品体系,建设黄河文化和旅游共同体。

六是坚持黄河文化和旅游城乡联动。针对当前城乡文化和旅游基础设施建设、服务体系、管理人才及资金投入等方面存在的差异,坚

持续筹城乡公共文化服务网络建设,进一步优化城乡资源配置,扶持一批研学、康养、民俗等乡村特色文化和旅游产业,建设一批具有流域特色的康养小镇和美丽乡村,推动黄河沿线城乡文化和旅游互动发展。

三是坚持黄河文化和旅游要素联动。要整合与黄河有关的传统文化、红色文化、先进文化和生态文化资源,并将其内涵融入吃、住、行、游、购、娱等各种旅游要素中去。打造以黄河为主题的文明探源、古都文化、根亲文化、安澜文化、生态文化、石窟文化、红色文化、乡村振兴以及非遗等旅游线路,实现黄河文化和旅游要素跨界联动。

再次,以龙头带动提高黄河文化旅游带国际影响力。充分发挥重点城市、重大项目、重点景区的引领带动作用,推进沿黄地区文化和旅游产业规模化、高端化、集约化发展,共同打造黄河文化旅游带新名片。

一是发挥重点城市的辐射带动作用。要充分发挥郑州国家中心城市在黄河文化旅游带建设中的辐射带动作用。充分利用郑州的经济、区位、资源、交通等优势,形成以郑州为中心,以洛阳为副中心,以开封、新乡、焦作、三门峡、濮阳、济源等城市为主要支撑的中原黄河文化旅游城市群,逐步形成黄河文化遗产系统性保护与黄河文化和旅游融合发展的群内群外双向互动良好局面。

二是发挥重点项目的引领带动作用。针对当前黄河文化和旅游市场化水平不高、大型文化和旅游企业数量不多的现状,要充分发挥好文化和旅游产业和项目关联度高、辐射范围广、综合带动力强等优势,有针对性地重点培育一批黄河文化和旅游产业园区,培育一批竞争力强的黄河文化和旅游企业,规划建设一批有影响力的文化和旅游重大或重点项目,催生一批新的文化和旅游新业态和产品,构建“中华源·黄河魂”品牌体系。

三是发挥大型景区的示范带动作用。景区不仅是支撑黄河文化旅游带建设的重要节点和窗口,而且是黄河文化和旅游发展的重要引擎和标杆。要依托当地特色文化和旅游资源,建设一批富有黄河文化底蕴的世界级旅游景区和度假区,在提升旅游服务品牌品质、打造旅游目的地等方面做表率。优化升级精品旅游线路,促进景区与乡村旅游、工业旅游、生态旅游等联动发展。

近年来,河南郑州、洛阳、开封以及济源在黄河文化和旅游融合发展方面都进行了积极探索,并已经有一定基础和不同程度提升,河南与陕西、山西、山东等省在黄河文化和旅游合作方面也进行了有益尝试。站在新的历史起点上,要协同建立创新体制机制和合作交流平台,以创新驱动、多方联动、龙头带动提高黄河文化旅游带建设的内生力、集聚力和影响力,努力开创具有国际影响力的黄河文化旅游带建设新局面。

(作者为河南省社会科学院历史与考古研究所副所长,副研究员)

四是发挥重点项目的引领带动作用。针对当前黄河文化和旅游市场化水平不高、大型文化和旅游企业数量不多的现状,要充分发挥好文化和旅游产业和项目关联度高、辐射范围广、综合带动力强等优势,有针对性地重点培育一批黄河文化和旅游产业园区,培育一批竞争力强的黄河文化和旅游企业,规划建设一批有影响力的文化和旅游重大或重点项目,催生一批新的文化和旅游新业态和产品,构建“中华源·黄河魂”品牌体系。

五是坚持黄河文化和旅游区域联动。在总结黄河文化和旅游区域联动发展经验的基础上,进一步打破行政区划藩篱,协调推进黄河流域相关市县之间在黄河文化和旅游资源保护、产业开发、人才培养、营销推广和市场监管等方面的联动。通过省内外相关市县之间发展规划和营销市场的统筹协调以及文化和旅游基础设施体系、服务体系、服务体系的互联互通,共同打造品牌统一的产品体系,建设黄河文化和旅游共同体。

六是坚持黄河文化和旅游城乡联动。针对当前城乡文化和旅游基础设施建设、服务体系、管理人才及资金投入等方面存在的差异,坚

研学游必须把教育功能放在首位

□ 胡蔚

去红色土地上一堂党史教育课、去航天发射中心看一场火箭发射、去太白山上体验《本草纲目》的精髓……研学游近年来涌现出多种新主题、新玩法,如结合建党百年主题的党史研学游、因航天精神而风靡一时的航天研学游和受疫情背景影响备受关注的中医药文化研学游等。

随着“双减”政策的落地,学生能有更多时间参与各类研学活动,研学游的市场规模有望进一步扩大。看中了研学游的市场潜力,各类机构纷纷进入或准备进入这一行业领域,但有的参与者自身并不具备教育资质,有的只是打着研学游幌子,其研学游产品在专业性、体验性、独特性、安全性等方面都难以满足家长和孩子需求。因此,开发具有更深内涵、更高层次、更广维度的研学游产品十分迫切。

研学游归根结底是一类教育产品,“游”只是形式,“学”才是目的。如果重游轻学就失去了根本宗旨,反而沦为一些机构牟利的工具。现在市场上一些研学游产品,实际上是假借“研

学”名义对普通旅游产品进行包装,达不到所承诺的研学效果,反而收取超出常规的费用;还有的研学游传递的知识不严谨、不准确、不科学,有的甚至因为自身知识储备不足或是盲目追求趣味,带孩子错误的知识。

研学游不能一味追求商业利益,必须保证应有的知识性。要重视研学游的内容品质,在设计开发、路线开发、过程评估、总结反馈等环节都要严格把控质量,把教育功能和知识性贯穿研学游全过程,让孩子们在研学游的过程中,真正能够有所得、有所思、学有所乐、行有所获。目前,很多优质研学游把科学教育、红色教育、传统文化教育作为主题,让孩子们能够生动体验和近距离接触这些领域,不但能够收获知识,还能陶冶情操,有效提升研学游的效果与口碑。

研学游要在活动组织上力求新颖多样,善于借助信息技术手段,增强沉浸式、互动式体验,让孩子们在享受旅游乐趣的过程中培养自主学习和主动探究的意识和习惯,从内心深处激发他们的学习兴趣,展现研学游应有的价值与意义。

旅游不文明 教训很深刻

据北京市公安局海淀分局官方微博消息,针对“圆明园一游客踩踏遗址”的情况,海淀警方会同公园管理处迅速开展调查。经查,9月8日,违法行为人李某在圆明园遗址公园违规进入远瀛观遗址踩踏、拍照。目前,李某已被海淀警方依法行政拘留。警方提示,游客要文明旅游,对于不遵守游园秩序,损坏文物古迹的行为,警方将依法查处。

人民视觉 供图

