

时评

让红色文化与红色旅游相得益彰

□ 特约评论员 银 元

要深刻认识红色文化传承与红色旅游发展之间的互动关系,进一步在资源挖掘、形式创新、有效传播上下功夫,以红色旅游高质量发展促进红色文化高水平活化利用,让红色文化与红色旅游相得益彰

进入七月,旅游市场迎来了暑期出游高峰。红色是暑期旅游市场的一大亮点,越来越多的游客选择走进红色景区、参观红色遗址、聆听红色故事、体验红色场景、感悟红色文化、接受红色教育,各地纪念馆、革命旧址、红色景区等游客预约量、参观量大幅增长,红色旅游掀起新热潮。

红色旅游蓬勃发展,彰显了红色文化强大的吸引力、感染力和影响力,体现了广大人民群众听党话、跟党走、感恩奋进的真挚情感和思想自觉,是高度文化自信、文化自信的直接体现和时代表达。

实践证明,红色文化传承与红色旅游发展之间具有相互促进的良性互动关系。一方面,红色文化是红色旅游的灵魂所在。红色文化是我们党艰辛而辉煌奋斗历程的见证,是党的百年奋斗史最鲜活生动的历史教材,是具有鲜明中国特色的文化形态、文化现象,为形象说明、生动诠释“中国共产党为什么能,中国特色社会主义为什么好,归根到底是马克思主义行,是中国化时代化的马克思主义行”提供了可看可感可信的文化视角、体验场景和实物证明。

另一方面,红色旅游是红色文化的传承载体。红色旅游作为一种特殊

的旅游形式,是活化利用红色文化的有效载体,在传播中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化方面发挥着重要作用。红色旅游凭借旅游受众的广泛性、旅游活动的综合性、旅游营销的灵活性、旅游体验的持久性等特征,以人民群众喜闻乐见、全身心体验的形式,让红色文化“动起来”“活起来”“火起来”。

在扎实推进中华民族现代文明和社会主义文化强国建设、推进文旅深度融合发展的时代背景下,需要更加深刻认识红色文化传承与红色旅游发展之间的互动关系,进一步在资源挖掘、形式创新、有效传播上下功夫,以红色旅游高质量发展促进红色文化高水平活化利用,让红色文化与红色旅游相得益彰。

一是深挖细研,在资源挖掘上下功夫。红色旅游竞争力大不大,很大程度上取决于红色文化资源是否得到全面梳理、深入挖掘、系统研究。

这就需要始终把红色文化资源的挖掘和整理作为基础性、长期性工作,通过纵向的深度挖掘和横向的广度归纳,为红色旅游发展提供丰富的文化资源支撑,进一步畅通红色文化研究成果转化为红色旅游吸引物的通道,为红色旅游提供不竭的源头活水。

如2022年,上海市政府公布了《上海市红色资源名录(第一批)》,包括重点旧址、遗址、纪念设施或场所类共612处,重要档案、文献、手稿、声像资料和实物类共236件(套),为进一步推进上海红色资源保护事业和发展红色旅游奠定了坚实基础。

二是深思细想,在形式创新上下功夫。红色旅游吸引力强不强,很大程度上取决于红色文化是否得到全面展示、灵活表现、深度体现。

红色文化真实而又鲜活,具有跨越时空的感染力。这就要求不断实现形式和载体创新,在“一看二听三唱”的基础版本上,迭代升级多维度、多视角、多媒体、多场景的形式和表达,推动红色旅游向复合型、科技型、互动型方向发展。特别是要引入跨界融合理念,重点运用沉浸式舞台技术,营造更加生动的体验场景,让游客既能听到红色故事,又能看红色故事的画面,更能走进红色故事的场景。

近年来,一些地方相继推出了《中国出了个毛泽东》《重庆·1949》《只有河南·戏剧幻城》等全景式、体验式、沉浸式实景演出,创新和丰富了红色故事的叙事手段和演绎场景,让游客在极具震撼的沉浸体验和全面立体的

感官冲击中,接受红色文化的精神洗礼和思想升华。

三是深耕细作,在有效传播上下功夫。红色旅游影响力大不大、寓教于游效果好不好,很大程度上取决于红色文化是否得到有效传播。

红色文化所蕴含的爱国主义、革命英雄主义、奉献精神等具有历久弥新的时代价值,是凝聚人心、激励向上的澎湃动力。红色旅游发展的核心是进行红色教育、传承红色基因。这就要求进一步拓展红色旅游的游客群体,不断扩大红色文化的受众群体,提高红色文化的传播深度和广度。

途牛旅游网发布的《2023年上半年红色旅游消费报告》显示,2023年上半年,参与红色旅游的用户中,18至35岁的中青年用户出游人次占比达到50%,亲子客群出游人次占比达到36%。

可以看出,中青年已经成为红色旅游的消费主力。各地应积极关注和把握红色旅游年轻化、亲子化、国际化等趋势特征,针对重点游客群体,开发配套产品和服务,树立具有吸引力的红色旅游品牌,助推和强化红色文化的大众传播、代际传播和国际传播,让更多人知晓、熟悉、传承红色文化。

来论

“交换式旅游”应以信任为前提安全为基础

□ 卞广春

相关部门要加强监管,对“交换式旅游”涉及的法律、安全问题予以提醒,要求从外地来的朋友履行报备手续。网络平台要结合监管要求,履行相应的审核、提醒、督促责任,进而推动“交换式旅游”更加安全、健康发展

随着旅游市场加快复苏,不少新兴旅游模式正在逐渐兴起。“交换式旅游”就是近期突然火起来的一种,因其“免费住”“零成本”等特点吸引了很多人关注。

“交换式旅游”,即两个陌生人之间达成一致,在到对方所在城市旅游时互相到对方家里免费居住。这样做除了节省大笔开支,还能扩大社交圈子,让原本陌生的两家人彼此熟络起来,并有可能建立深厚的友谊。

“交换式旅游”之所以受到许多年轻人的青睐,客观上是因为住宿费用在旅游支出中的占比较大。有些年轻人想出去看看,享受“诗和远方”的浪漫而又囊中羞涩,因此节约成本是“交换式旅游”兴起的主要原因。

然而,与“交换式旅游”相伴而来的是安全问题。正如有网友所担心的

那样,“交换式旅游”存在“引狼入室”的安全风险或漏洞。某社交媒体近日发布的相关调查结果显示,有62%的人认为“交换式旅游”不靠谱,仅有30%的人认为可以试试。可见,人们对“交换式旅游”存有戒备之心,正是出于安全因素的考虑。

据了解,“交换式旅游”有两种交换方法:一是双方约定好时间同时交换,二是错开时间交换,某一方先接待另一方入住,过些时日,再由另一方负责接待。

如果把“交换式旅游”作为一种新型社交方式,“我住你的,你住我的”,互相提供自己的住所免费居住,同时还能提供所在城市旅游的规划线路和建议,既能节约成本,还能更好地游览当地美景,并以此结交异地好友,看上去确实是很诱人的方案。

不过,“交换式旅游”成功匹配,并给双方留下好感的个案并不多。不论“交换式旅游”是自愿形成的民间协作,还是由第三方平台牵线达成的接待关系,都可能会因为双方性格、生活习惯、个人素质等存在差异引发争议。如果事先没有心理准备,双方的住宿条件差距又大,就可能不适合进行“交换式旅游”。即使双方谈得拢,形成默契,也应约法三章,把安全风险降到最低限度。

要从家庭居住环境出发,看是否适合进行“交换式旅游”,与对方交流需求,看能否作为“交换式旅游”的伙伴。事前,还要对居住环境进行必要的清理、筹备,使接待过程成为一种发自内心的服务。如果居住环境小且杂乱无序,不具备接待和服务的条件,可能会让对方觉得诚意不足,影响“交换式旅游”的顺利进行。

要结合对方需求,提醒家人及对方需要注意的地方。让家人真诚接待,也让对方全面熟悉家中情况,防止对方使用家电等设备时发生意外,避免因不熟悉而影响双方的情绪。

作为客人,当然要做有心人、有情人,在他人居室内不随便走动、不随便打探他人的情况,做到客随主便,不给对方增添麻烦或负担。

“交换式旅游”的前提是信任,然而安全不能全凭“信任”。旅游、市场、公安等相关部门要加强监管,对“交换式旅游”涉及的法律、安全问题予以提醒,要求从外地来的朋友履行报备手续。网络平台要结合监管要求,履行相应的审核、提醒、督促责任,进而推动“交换式旅游”更加安全、健康发展。

新业态催生旅游新职业 优化就业服务势在必行

□ 高明

旅游行业灵活就业群体面临着收入不稳定、社会保障弱、纠纷调处难等问题,亟待监管流程变革和发展路径优化

就业是最基本的民生,是经济发展的“晴雨表”,社会稳定的“压舱石”。当前,高校就业季与旅游市场加速复苏叠加,旅游行业就业形势出现新的特点,值得毕业生和业界关注。

综合前程无忧、58同城、青团社等互联网平台调研数据,超过九成的受访者处于就业状态。得益于互联网技术进步,旅游行业亦催生了一大批灵活就业的新岗位。除了前厅接待、餐饮服务、计调等传统岗位外,在移动互联和移动支付等技术的推动下,平台经济快速发展,孕育了如旅游直播、美食博主、数字游民、即时导游员等新职业。

激发新业态新模式创造就业的潜力,促进新岗位新职业不断涌现,培育更多就业增长点,无疑对做好旅游行业就业工作具有重要的指导意义。

一定程度上,旅游行业灵活就业形态表现出鲜明的去雇主化和平台化特征:岗位进出相对宽松,个人经营、非全日制、时间自主等形式契合了一部分求职者的实际情况。

尽管如此,我们还应清醒地认识到,旅游行业灵活就业群体仍然面临着收入不稳定、社会保障弱、纠纷调处难等问题,亟待监管流程变革和发展路径优化。

从薪酬看,旅游行业灵活就业群体以计件为主,虽然收入比传统岗位高,但是收入来源不稳定。社会保障方面,由于从业者大多是刚毕业或毕业不久的青年群体,参保意识与传统岗位相比不够强。纠纷调处方面,部分灵活就业人员在劳动合同签署方面意识淡薄,一旦发生拖欠工资等纠纷,需要通过法院诉讼,维权成本高。

更好保障包括灵活就业从业者的合法权益,事关高质量就业和行业健康发展。笔者建议可以从以下三方面进行优化调整:

一是人岗互配,实现人岗匹配从“听口碑靠感觉”到“看技能比评价”的方式变革。针对旅游行业灵活就业人员和企业之间信息不对称、背景调查较为复杂等痛点,数字技术是破题的重要手段之一。

一方面,建议在相关旅游目的地开展先行先试,搭建“可信就业”平台。平台提供求职者信用信息以及企业信用信息(包括登记管理、劳动保障信用登记、失信情况等)查询功能;精准掌握灵活就业用工求职者个人信息、工作技能、职业经历以及用人单位的实际需求,通过用户画像形式智能匹配符合条件的从业者,精准推动“岗位找人”。

另一方面,建议花大气力培育“地域性不强、附加值很高”的数字文化产业。重点面向文化和旅游资源富集但交通条件较弱的加快发展地区,引导数字文化精品创作、沉浸式体验项目开发、乡村数字文化品牌培育等项目,依托数智人才为我

国广袤的乡村地区培养在地化、有技术的新时代文化和旅游行业“数智零工”。

二是权益智保,实现权益保障从“三无三难”到“智慧调处”的路径变革。破解行业灵活就业人员普遍存在没有劳动合同、没有保险、没有社会保障的“三无”问题,破解发薪难、参保难、维权难,关键在于流程优化。

一方面,要推广薪资“代收代付”的第三方监管模式在旅游领域的使用。灵活就业者线上接单后,用人单位需将薪酬打入第三方支付账户,待工作完成、双方确认支付后,资金直接支付给从业者,推动破解欠薪难题。完善线上接单的保障措施,推进同步签订电子劳动合同、同步缴纳伤害保险“双同步”工作。针对“社保”缴纳成本收益计算复杂的问题,开发“社保计算器”应用,明确缴费基数、标准、收益等关键数据,辅助灵活就业人员综合研判决策。

另一方面,建议学习借鉴一些地方的好做法,如上海的“一网统管”、浙江浙里办的数字化改革经验,对各经办服务环节实时监控,特别是对于出现违约、社保权益受损或不支付报酬等情况及时预警及介入,必要时提交劳动监察、劳动仲裁等行政管理部门处理,全力保障灵活就业人员和企业的合法权益。

此外,还要不断完善公共文化服务和旅游公共服务,打造全链路的“灵活就业”服务体系。建议联动人力资源和社会保障部门,为在旅游领域投资兴业的企业主体提供商业保险、人才库运营、社会保险代理和职业课程培训等工作,为尚处于复苏期的经营主体纾困解难。

三是动态监测,实现灵活就业从“空白人群”到“精准画像”的管理变革。

首先,要推广规范的用工管理方式。当下,文化和旅游行业零工的雇佣者大多从事餐饮、旅行社、电商、文创设计等子业态,且以中小企业为主。建议借助数字技术的精准滴灌,按政府出资为雇主单位提供排班考勤、薪资发放、格式电子合同应用,提高对灵活就业人群的掌握。

其次,要建技能导向的零工画像。联动“支付宝芝麻工作证”数据,构建真实的涵盖技术技能水平、就业创业意愿、培训服务需求等零工精准画像。按照平台思维,围绕“信息摸排、招聘求职”这一高校毕业生就业核心诉求,加快打通平台企业的岗位数据和注册人员数据,形成岗位数据库和人员数据库。

最后,要在保证信息安全基础上,以更高频次对供求双方的数据进行碰撞,提升政策感知精度,进一步助力包括应届毕业生在内的求职人群积极就业。

(作者单位:浙江旅游职业学院)

声音

“美丽中国建设造福人民,美丽中国建设依靠人民,人民群众是美丽中国的主人”

——针对一些景区周边公路被修起围墙遮挡景观、设点收费现象,新华社日前发表评论指出,一些地方打着“保护”名义,把风景名胜围起来希望通过门票增加财政收入。然而,筑墙挡景不仅挡住了游客的视线,也挡住了当地发展旅游业的视野,这道墙阻挡了当地深化旅游业集群化、规模化发展的脚步,损失了口碑降低了美誉度,错失了发展机遇,得不偿失。

“博物馆方需要在设置游客人数上限后,做好一系列服务来保证所有门票都由有实际参观需求的游客无需溢价获得”

——《光明日报》近日发表题为《博物馆一票难求还需发力治理》的评论指出,对于当前存在黄牛代抢购门票等问题,博物馆方不能止于声明购

票必须选择官方渠道,还应周全考虑从技术、规则等多方面扼制黄牛代抢行为的发生。当前,很多网络购物平台会搞秒杀活动,它们拥有相对成熟的反代抢系统设计。博物馆自身购票系统也应借鉴类似系统,提升自身购票系统的防冲击能力。

“从维护游客体验和评价角度出发,网红城市和景区更应有以优质的服务展现城市温度的意识”

——城市走红后,难免会遇到各种问题。如何处理某些突发状况,考验着“网红城市”的反应速度和能力。对此,《工人日报》发表评论指出,维护网红城市或景区的形象地位,离不开主管部门和经营服务者的共同努力。从拓展网红效应、做大流量经济的角度看,决策者不仅要懂得“见招拆招”,还须将眼光放得长远些,把工作做得细致些,以独特的灵魂气质打造专属的品牌优势。

(本版编辑 龚立仁 整理)

商业街“5分钟清凉圈”为户外劳动者送关爱

夏日炎炎,北京的一条商业街,由多家社会单位、企业自发参与,形成“5分钟清凉圈”。除了为户外劳动者提供纳凉场所外,还提供免费的矿泉水、绿豆汤和其他防暑物品,令人倍感温暖。在高温酷暑的季节,为户外劳动者送上一丝清凉,事情虽小,却展示了全社会对于劳动者的尊重与爱护,体现了“人人为我,我为人人”的崇高理念。 视觉中国 供图

