

时评

文旅融合发展有效保护城市历史文化遗存

只有正视城市历史文化遗存的过往,重视其经济价值和社会价值,切实做到保护和发展同向同行,才能真正让城市历史文化遗存焕发生命力,成为人人珍视的宝贵财富

□ 王昆欣

随着城镇化建设不断推进,越来越多的人口向城市聚集,城市土地空间、住房、基础设施、教育医疗等需求急剧增加,不少承载城市记忆的历史文化遗存的生存空间慢慢被挤占,保护历史文化遗存迫在眉睫。近日,习近平总书记在广东潮州考察时指出,在改造老城、开发新城过程中,要保护好城市历史文化遗存,延续城市文脉,使历史和当代相得益彰。笔者认为,旅游业作为城市经济社会发展的重要组成部分,需要城市历史文化的支撑,习近平总书记的重要指示为文化和旅游融合发展指明了方向。

保护城市历史文化遗存就是保护重要的城市旅游资源。文化是城市的灵魂,是劳动人民的匠心和智慧的凝结。从旅游资源角度看,一座城市的历史文化遗存,就是这座城市的历史底蕴,很大程度上决定了城市的旅游核心竞争力。比如杭州因西湖闻名于世,而西湖作为世界文化遗产,承载了这座城市的悠久历史,积淀了深厚的文化底蕴,如果没有西湖,杭州的吸引力将大打折扣。

保护城市历史文化遗存涉及规

划、管理、开发、保护等多个环节,需要系统谋划、久久为功。要平衡好城市发展和文化遗存保护之间的关系,科学衡量城市开发与保护之间的经济效益和社会效益。住房和城乡建设部日前发布的《关于在城市更新改造中切实加强历史文化保护坚决制止破坏行为的通知》明确,“对改造面积大于1公顷或涉及5栋以上具有保护价值建筑的项目,评估论证结果要向省级住房和城乡建设(规划)部门报告备案”,明确表明古城保护和开发工作既不走先毁后补的老路,也不走过度保护的岔路。

保护城市历史文化遗存需要打造高质量的城市旅游产品。城市历史文化遗存不是一朝一夕形成的,而是有其特定的历史渊源。不可否认,由于种种原因,一些历史文化遗存出现空置、破旧甚至损毁的状况。同时,遗存的修复、保护对一些经济不发达的城市而言,经济负担很重,导致当地政府没有能力甚至没有动力去做保护工作。打造高质量的城市历史文化旅游产品,通过旅游开发增加经济收入,是解决上述问题的一个有益举措,要把握好以下原则:

一是要坚持原汁原味。现在有些城市的历史文化街区改造,或一拆

了之、或大拆大建,有人戏言,这些街区最具历史文化特色的可能就只剩一个地名了。游客对一座城市历史文化的了解,主要途径就是通过对遗存的观察与学习。如果给游客看的是新建或是过度新修的“遗存”,损害的只能是当地旅游业的口碑和长远效益。

二是要坚持讲好文化故事。城市历史文化遗存对游客的吸引,不仅因为其造型独特或是规模宏大,而是因为其见证了历史,甚至书写了历史。由于游客文化素养的差异,在观赏历史文化遗存时,大多数游客很难在短期内对其历史文化有全面和深入的理解,这就需要通过有吸引力的故事帮助游客了解其文化精髓。

三是要坚持提升服务水平。游客在体验城市历史文化旅游产品时,会将其作为该城市的文化映射给予比照。如果没有获得高品质的服务,游客很容易对整座城市产生负面印象,甚至形成晕轮效应。

每一座城市都有其自身的特色和精髓,最直接的体现就在于历史文化遗存。以历史文化遗存为支撑发展城市旅游,可以推动城市文化在大众间的传播和传承,扩大城市影响力和知名度。

对市民来说,作为城市的主人,对城市怀有特殊的情感和认同。但

由于城市的存续时间往往长于一代人的时间,前人留下的故事、印迹,大多体现在城市的老建筑、老街区之中。通过发展旅游,市民会更关注并了解城市的特色历史文化遗存,这种实物影响能加深市民对城市的认同,并推动代际传承,激发每一代人建设、发展家乡的动力。比如位于湖南省岳阳市的岳阳楼,其承载的“忧乐精神”已经成为岳阳城市精神的重要内核。

对游客来说,作为城市的客人,期待体验不同城市的独特魅力。游览当地历史文化遗存,是感受城市魅力的最佳选择。意大利旅行家马可·波罗在游记中称赞杭州是“世界上最美丽华贵的天城”,极大影响了西方人对这座城市的认识。其中对杭州的记录,成为当代人研究元朝时期杭州风土人情、文化特色的重要史料,甚至有人将其作为今天杭城旅游的景点攻略。

人们正是通过历史文化遗存这种无声的宝贵城市资源,穿越时空与前人“交流”、与后世“对话”。只有正视城市历史文化遗存的过往,重视其经济价值和社会价值,切实做到保护和发展同向同行,才能真正让城市历史文化遗存焕发生命力,成为人人珍视的宝贵财富。

擘画太行山旅游业转型 描绘高质量发展新蓝图

《太行山旅游业发展规划(2020-2035年)》明确了太行山区旅游业转型发展的基本主线,突出弘扬太行精神、践行“两山理念”和助推乡村振兴的发展定位,立足当前,谋划长远,发挥着指导太行山区旅游业当前和今后一个时期转型升级和高质量发展的作用

□ 席建超

太行山绵延400余公里,是我国东部地区的重要山脉和地理分界线以及华北平原生态屏障,是具有国家文化标识性意义的重要山脉,也是中华民族精神重要传承地和太行精神重要发祥地。近日,国家发展改革委、文化和旅游部联合印发了《太行山旅游业发展规划(2020-2035年)》(以下简称《规划》)。《规划》明确了太行山区旅游业转型发展的基本主线,突出弘扬太行精神、践行“两山理念”和助推乡村振兴的发展定位,立足当前,谋划长远,发挥着指导太行山区旅游业当前和今后一个时期转型升级和高质量发展的作用。未来,“巍巍太行·华夏脊梁”的旅游品牌形象将逐步叫响,太行山将成为新时代弘扬民族精神、展示国家形象、彰显文化自信的一张亮丽名片。

一是契合了国家战略需求。《规划》在总结分析太行山旅游业发展情况以及旅游消费新趋势的基础上,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神,按照党中央、国务院决策部署,全面对接国家重大战略,紧抓太行山周边城市崛起、太行山连片特困地区全面建成小康社会、京津冀协同发展国家战略实施等重大机遇,充分发挥旅游业在太行山区脱贫攻坚、乡村振兴、资源型地区转型发展中的重要作用,加快现代旅游产业体系建设,提升旅游公共服务能力,助推太行山区新旧动能转换和高质量发展。

二是明确了综合目标定位。在总体定位上,《规划》旨在将太行山区打造成彰显中华民族精神的标志性山脉旅游区、践行“两山理念”绿色协同发展的先行试验区、助推脱贫攻坚和乡村振兴的示范引领区。在发展目标上,《规划》提出要分两步走,近期(到2025年)实现太行山旅游形象初步树立,多样化旅游产品体系基本形成,区域协调发展机制逐步完善,太行山东西部重点旅游交通通道全面畅通,产业竞争力进一步增强,旅游业在促进乡村振兴、资源型地区转型和生态功能区建设中的作用更加突出;中远期(到2035年)实现太行山成为弘扬中华民族精神、展示国家形象、彰显文化自信的标志性山脉和国际知名山岳型旅游目的地,旅游产品体系和产业体系不断健全,旅游业成为太行

山最重要的生态产业、富民产业和幸福产业。

三是完善了产业发展布局。《规划》构建了“重点引领、三区联动、板块集聚、廊道串联”的旅游业空间发展新格局。“重点引领”,是以太行山区5A级和4A级景区为依托,充分发挥精品景区辐射带动效应,引领太行山旅游业的转型升级;“三区联动”,是在综合考虑区域发展阶段、市场和区位条件基础上,实现南、东、西太行山三大片区山水生态、文化生态、红色生态旅游联动发展;“板块集聚”,是指在综合考虑生态单元的完整性、资源禀赋、发展水平和区域融合发展程度以及东西向交通通道建设基础上,打破行政区划界线,构建跨区域的旅游产业集聚板块;“廊道串联”,是以环太行山旅游风景道以及各板块内部跨区域旅游风景廊道建设为核心,协同推进太行山三大旅游片区联动发展,构建太行山旅游业一体化、网络化发展新格局。

四是突出了六大主要任务。在与现有战略进行衔接协调的同时,结合新时期太行山旅游业发展面临的新形势、新问题、新机遇和新挑战,提出了大力传承弘扬太行精神、丰富特色旅游多元供给、培育现代旅游产业体系、完善公共服务和市场体系、助推乡村振兴和城市转型、严格保护各类资源和生态环境等6项建设任务,推动将太行山的生态优势和文化优势转变成经济优势,实现太行山经济社会创新、协调、绿色、开放、共享发展。

五是强调了规划实施保障。《规划》提出了建立区域协调机制、合理保障用地需求、加大资金支持力度、加强统一宣传推广、强化规划组织实施等措施,并将按照“国家协调、部门联动、省级推动”的方式和“一事一议”的办法,定期对规划实施进展及相关情况进行跟踪协调和评估,确保规划目标任务完成落实。

值得一提的是,为保障《规划》顺利实施,针对核心问题,在重点畅通太行山东西向交通,推动环太行山旅游公路建设,推进“景区+特色村落”“景区+特色城镇”“景区+沟域生态综合整治”等联动发展,解决孤岛化以及促进以景区建设为抓手,推进欠发达县区乡村振兴与资源型城市有序转型,引领经济社会绿色发展等方面,《规划》都提出了明确的落地举措。

(作者为中国科学院地理科学与资源研究所研究员)

随着秋冬季节的到来,青藏高原各地美景如画,吸引着众多游客前来旅游。专家提醒,秋冬季西藏空气含氧量低、气压变化和昼夜温差较大,游客在享受高原美景的同时要密切注意身体变化,做好疫情防护措施。旅游部门提醒,游客赴藏应选择正规、信誉较高的旅行社并签订正式合同,遵守法律和当地宗教、风俗习惯,切忌独自穿越或前往无人区。

新华社发 王鹏 作



话题汇·民法典时代下的文化和旅游

保障从业人员合法权益 促进文化娱乐业健康发展

□ 郑宁

作为文化产业的重要组成部分,文化娱乐行业包括影视、文学、动漫、游戏、演出、音乐等领域,在满足人民日益增长的美好生活需要、扩大和引导文化消费、促进经济发展、推动社会主义文化强国建设等方面具有积极作用。民法典是社会主义市场经济的基本法,其颁布实施将对文化娱乐业发展产生深远影响。

一是有利于促进文娱行业的人格权保障。人是文化娱乐行业核心的要素,民法典开创性地将人格权独立成编,体现“以人为本”的精神。

首先,加强对肖像权的保护。肖像是在一定载体上反映的特定自然人可以被识别的外部形象。民法典第一千零一十八条不再要求肖像权侵权“以营利为目的”,并规定“为实施新闻报道,不可避免地进行制作、使用、公开肖像权人的肖像”,可以作为肖像权侵权的免责事由,有利于媒体合理使用肖像权。第一千零一十九条禁止利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权,首次回应了利用“深度伪造”技术侵犯肖像权的问题。文娱行业从业人员在进行P图、AI换脸时,要事先获得授权,避免侵权。

其次,强化对隐私和个人信息的

保护。民法典人格权编设了“隐私权和个人信息保护”专章。大数据时代,文娱行业不可避免要收集和处理大量个人信息,此时应当遵守合法、正当、必要、不得过度处理信息的原则,保障自然人对于个人信息的知情同意权,保障信息权利人的查询权、更正权和删除权,履行信息处理者的信息安全保障义务。

再次,促进人格权的商业化利用。一些人格权还同时具有财产属性,民法典第九百九十三条承认姓名、名称、肖像等部分人格权可以被商业化利用,可以许可他人使用获得经济利益,如明星代言、冠名、剧照。民法典第一千零二十三条第二款规定对自然人声音的保护参照适用肖像权保护的规定,名人的声音可以运用到导航、文章朗读等场景中。

二是民法典确立的侵权规则对于文娱行业风险预测、防范和承担具有重要的规范作用。

首先,确立了自甘风险规则。根据民法典第一千一百七十六条,在自愿参加具有一定风险的文体活动时,因其他参加者的行为受到损害的,如果其他参加者对损害的发生没有故意或重大过失的,受害人不得请求其他参加者承担侵权责任。这一规则符合文体活动规律,能够鼓励人们积

极参与文体活动。对于组织文体活动的相关机构而言,还要适用第一千一百九十八条规定的活动组织者的安全保障义务。若因活动组织者保障义务的履行存在瑕疵造成他人权益受损,权利人可追究其侵权责任。

其次,细化了网络侵权规则。网络侵权纠纷涉及被侵权人、侵权人、网络服务提供者各方主体的利益平衡。民法典第一千一百九十四至一千一百九十七条调整了网络侵权责任的“避风港”原则和“红旗”原则规则,细化了通知的具体内容和标准、反通知的规则以及错误通知的侵权责任,强化了权利人和平台的举证及审查义务,力求实现权利保护与信息流通之间的平衡。文娱企业应当完善网络侵权处理机制,尽到合理注意义务。

三是有助于规范文娱行业的合同交易。合同是市场经济的纽带,民法典合同编为规范文娱行业的合同交易提供了指引。

首先,加强对格式条款弱势方的保护。民法典第四百九十六条强化了提供格式条款一方的提示和说明义务,突出了对于弱势方的保护。在文娱行业中,格式合同普遍存在,这就要求制定格式合同的一方应加强合同审查,对合同对方进行合理的提示和说明,否则要承担该条款无效的后果。

其次,确立了情势变更条款。民法典第五百三十三条新增情势变更原则,当事人遇到无法预见又不属于商业风险的重大变化,继续履行合同对一方当事人明显不公平的情况。受不利影响的当事人可以与对方重新协商;协商不成的,当事人可以请求法院或仲裁机构变更或解除合同。例如,疫情对影视行业冲击很大,导致许多合同履行困难,相关主体就可以适用这一条款来进行处理。

再次,首次规定了电子合同的订立履行规则。民法典第四百六十九条明确将以电子数据交换、电子邮件等数据电文,视为合同的书面形式,意味着电子合同和纸质合同具有同等法律效力,将加速文娱行业合同电子化进程。第四百八十二、四百九十一、五百一十二条等对电子合同的成立时间、交付时间和成立地点作出规定。文娱行业应积极完善电子合同条款,诚信履约。民法典的颁布实施,有利于进一步保障文娱行业从业人员的合法权益,鼓励合法交易,规范行业秩序。文娱行业应学好用好民法典,遵守平等、自愿、尊重、诚信、绿色等民法原则,共同推动文娱行业人的全面发展和行业的长足进步。

(作者为中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任、副教授)

声音

“造型可以创意迭出,设备可以与时俱进,但作为公共基础设施,公共卫生间的设计和布局,还要回归到为民服务的本质”

——随着厕所革命深入推进,公厕数量不断增加,一批功能齐备、外观时尚的公共卫生间应运而生。对此,《人民日报》发表评论指出,造型可以创意迭出,设备可以与时俱进,但作为公共基础设施,公共卫生间的设计和布局,还要回归到为民服务的本质。当前,厕所革命早已从景区到全城、从城市到农村、从数量增加到质量提升,成为推动人居环境变革的有力行动。尽管在一些地方还存在布局不合理、区域不平衡等问题,但只要久久为功,积小胜为大胜,就能补齐这块影响群众生活品质的短板,让城市更文明,让生活更美好。

“加强市场监督,对各种经营陷阱、套路必须零容忍,切实维护旅游消费者的合法权益”

——《北京日报》近日发表题为《旅游中的强制消费 何时不再大煞风景》的评论指出,强迫交易行为不仅损害了游客的利益,更是破坏诚信体系建设,影响旅游经营者、景区管理者和商家形象的短视行为,必须加以治

理。市场管理部门要进一步规范旅游市场秩序和经营行为,以高品质的服务营造良好旅游氛围,引导商家诚信经营、文明待客。加强市场监管,对各种经营陷阱、套路必须零容忍,切实维护旅游消费者的合法权益。只有这样才能打造、维护景区声誉,实现旅游行业的持续健康发展。

“面对‘山寨景点’违规违纪高发的现状,旅游监管部门要进一步扎紧法律制度篱笆,从投资、建设到运营的全过程,都要严格监管”

——针对湖南郴州“天空之境”当事景区因发布虚假广告被处罚款12万元,《新民晚报》近日发表评论指出,东施效颦的网红景点,尤其是类似的“天空之境”在全国各大景区都已泛滥。宛如复制粘贴一般的雷同背后,其实是景点管理的缺失。对于仅仅靠营销策略的网红旅游景点而言,自身提供的产品以及服务质量如果不尽如人意,从最初借助营销的火爆到最后的门可罗雀,往往用不了多久。盲目跟风、虚假宣传,超越景区自身特色,打造网红景点导致的危害不仅仅是图文不符的游客抱怨,严重者更有可能引发人身安全事故。

(本版编辑 龚立仁 整理)