

# 期待支教研学告别“公益秀场”

余瑞



相通。

支教之旅竟是付费研学？近日，大凉山商业研学支教乱象引发社会关注。据媒体报道，一些研学机构利用四川省凉山彝族自治州（以下简称“凉山州”）的孩子们作为“噱头”招募“支教志愿者”，推出所谓“7天收费万元就能拿到志愿者公益证书、乡村助学研学报告”的研学项目。“公益支教”变味为“商业研学”，而“被参与”的大凉山孩子们奔波于各类“公益课堂”“免费夏令营”之间，成了商业研学的“道具”和“背景板”。

这一现象被曝光后，引起网友广泛关注。当地迅速反应，6月11日，凉山州教育和体育局出台相关文件，在全省范围内严查以“支教”名义进行的各类“研学”和“公益”活动，并要求进一步规范社会支教管理。这些举措一定程度上遏制了事态发展，但本应是传递知识的公益服务沦为商业机构的牟利工具，还有一些问题值得我们思考。

首先，支教与研学的界限何以变得模糊不清？在人们的认识里，支教和研学是两码事。支教作为一种教育帮扶手段，是对学校教育的有益补充，它以帮助孩子们的学需求为中心，客观上要求施教者本身具备较高的知识水平、教学能力、道德品质等。而研学一般指学生在课堂教学外，通过校外实践、社会调研等，探索更广阔领域的知识，它以研学者的需求为中心，目的是拓展研学者的眼界，丰富其知识面。二者主体不同，目的各异，显然并不

此次“公益秀场”曝光，说明对大凉山的“伪苦难”消费从未真正停止。为此，既要及时识别各类“卖惨式”营销，推动整治打击行动常态化，形成强有力的震慑，还要千方百计加大对大凉山当真实面貌的宣传，多管齐下，不断挤压各类虚假叙事的生存空间。

还涉及另一个问题，对支教活动的监管如何更有力度？与研学活动可以引入商业运营不同，支教属于志愿服务，具有公益性、奉献性。近年来，随着社会对城乡教育公平日益关注，前往大凉山支教的机构和人员不断增多。笔者查阅资料发现，为规范社会支教工作，凉山州早在2016年就曾发布社会支教人员管理办法，规定了支教人员的审核派遣程序，明确了组织管理机构及监管责任。如今支教乱象依然存在，某些商业机构花样百出的利益“算盘”是主要原因，相关部门监管不力也有责任。大凉山刚刚摆脱深度贫困，底子薄弱基础弱，的确需要依靠外力来带动人气、带动发展。而当地自然风光秀丽、人文底蕴深厚，为各类研学活动提供了丰富的场景，吸引了大批青少年前往。发展势头越是向好，越应该着眼长远，下大力气维护好秩序环境，让正常的支教、研学为当地教育、文旅事业源源不断注入活力。希望当地以此次专项整治为契机，彻底堵住监管漏洞，切实强化管理，引导支教、研学各自归位、回到正途。

最后，我们还要问一句：为什么受伤的总是大凉山？从前几年大凉山“视觉贫困”乱象到今天的“商业支教”乱入，不同的表象下，隐藏着贩卖悲情牟取私利的老套路。一些研学机构的宣传视频里，频频出现大凉山孩子光着脚、身背干柴走山路等镜头，极力渲染“大凉山师资匮乏”，诱导不明真相者付费“支教”，与此前一些网红“摆拍卖惨”收割流量如出一辙。接二连三的闹剧下，社会善意被消费、爱心被透支、信任被辜负，但最受伤的还是大凉山。当地农民特别是乡村孩子的感情和尊严受到伤害，当地形象在一次次舆论风波中受到损伤，甚至有可能让人们为大凉山的脱贫成果、真实发展产生误解。近年来，当地政府部门加大了对大凉山名义虚构苦难、虚假营销的治理力度，此次“公益秀场”曝光，说明对大凉山的“伪苦难”消费从未真正停止。为此，既要及时识别各类“卖惨式”营销，推动整治打击行动常态化，形成强有力的震慑，还要千方百计加大对大凉山当真实面貌的宣传，多管齐下，不断挤压各类虚假叙事的生存空间。

公益变生意，实属不该；打着“助学”的旗号伤害脱贫地区，更是于法于理于情不容。大凉山从来不是流量野蛮生长的“温床”，更不应成为各方追名逐利的“秀场”。期待这些喧嚣早日消散，让路给那些致力于缩小城乡教育差距的真诚帮扶，还大凉山孩子们一个纯净的学习环境。

近日，两名游客在一野外溪流涉溪滑倒后，被溪流冲走的视频在网络上流传。据后续报道，二人被找到时已无生命体征。据了解，这条溪流位于当地一个废弃景区，并未正式开放。汛期将至，对游客去“野生”景点探险致害现象当警惕。

这种发生在“野生”景点的人员伤亡事故并非个例。“野生”景点大都位于鲜有人迹的山区，有的靠近水域，由于尚未被规范管理，游客在探险时就更容易触碰风险“盲区”，在发生危险时也很难第一时间寻求救援，容易酿成悲剧。防范类似悲剧，还需各地政府对当地的“野生”景点加强摸底排查，在附近设置有效拦截和安全提醒。对于各媒体平台流传的“野生”景点攻略，有关部门要督促平台方对此类图文笔记、视频禁流、下架，加强对相关词条的监管力度。还要提醒游客，不要抱有侥幸心理前往“野生”景区以身犯险，守住安全旅游防线。

这正是要提醒游客，不要抱有侥幸心理前往“野生”景区以身犯险，守住安全旅游防线。



“吃人”的野景 作者：朱慧卿

## 让文化特派员扎根乡村“种文化”

余泽帅

前不久，浙江省选派首批100名省级文化特派员，与全省100个乡镇（街道）的100个村结对开展工作。目前浙江多地农村已经迎来专属他们的文化特派员队伍，标志着浙江的文化特派员制度正式启动。

提到特派员，可能很多人首先会想到科技特派员，20余年来，全国各地的科技特派员深入山乡，为农民提供技术咨询和指导服务，取得了良好的效果。文化特派员则尚属首次，笔者了解到，当地瞄准乡村文化发展，希望借此制度将文化素养高、业务精湛以及眼界开阔的文化人才大规模输送到农村，达到科技与文化双轮驱动的效果。

要让文化特派员制度真正发挥作用，首先要确保这些文化人才能够“沉下去”。要让这些文化特派员通过高频次的到村服务为村社群众传递文化知识和经验，在农村营造浓厚的文化学习氛围。报道显示，文化特派员原则上每年要在乡镇（街道）工作100天左右，每月至少在基层指导服务一次，开展多项任务，不失为好的尝试。

其次，在人才选配上也做到因地制宜。十里不同风，百里不同俗，不同村庄的习俗不同，对文化的需求也相应的有所差异，在向乡村输送文化人才时，也要考虑到当地的文化底蕴、人文风俗。为此，可以借鉴科技特派员制度中一些有益经验，组织和服务地的有关部门要做好双向需求对接，当人才特长与村庄需求相匹配时，这些文化特派员将有充足空间发挥自身特长，或许可以达到事半功倍的效果。

最后，还要给予足够的制度保障和关心关怀。在制度保障方面，可通过建立培训交流、动态管理、评价体系等工作机制，确保文化特派员能将所学知识运用到农村，能够通过丰富的授课形式提高农民参与度，提升文化下乡效率。与此同时，还要在特派员定期下乡时提供适当的后勤保障，必要时也可以给予一定的物质激励，来支持这些人才以更大的热情投入到工作中。在做好日常文化服务的基础上，还可以鼓励文化特派员积极探索文化与农业、旅游、体育等的多元化融合发展之路，让文化的“种子”在农村生根发芽、开花结果。

有被“泼水”的热闹所迷惑，而是看到了“节”背后的文化意义，婉拒网友建议。这也提醒我们，地方政府在发展文旅产业时，要保持发展定力，不被流量裹挟，根据本地实际情况作出清醒判断。

事实上，随着近两年各地文旅开启“疯卷”模式，追求流量“置景造节”的现象并不少见。以往的案例中我们不难发现，文化挪用、生搬硬套的文旅项目往往槽点颇多，难以实现可持续发展。文旅产业是当下扩大内需、拉动经济增长的新引擎，地方政府以其为抓手促发展确实是一条便捷之路。但越是这样越要有定力，不能简单复制粘贴别人的特色，更不能盲目跟风。就拿之前文旅局长出镜“花式卖货”来说，侯客火了跟风拍快客，书生火了再去跟风拍书生，等到发布时往往已经错过了最高峰的流量。而除了少数“出圈”者外，相当数量的文旅局长淹没在海量换装视频里，并没有换来流量和红利。

文旅产业的竞争力在其独特性，“我有你没有”才是制胜的法宝。地方在发展文旅产业时要因地制宜，明确自己的优势和特色在哪里，避免生搬硬套、简单移植和同质化发展。比如，陕西西安依托盛唐文化打造的大唐不夜城步行街，把无形的文化融入有形的体验，获得了良好的品牌口碑和商业效应。而那些跟风推出的不夜城们，虽然也结合了当地文化，但相似的场景、雷同的套路导致体验内容日益同质化，游客留下的也只有对高价小吃的吐槽和审美疲劳。可见，只有真正嚼烂、消化好了当地文化和历史，找准其与旅游融合发展的契合点、联结点，才能建立自己的特色旅游品牌，赢得游客青睐。与其跟风短期热度，不如持续深挖当地资源禀赋，提高自然风光、历史古迹、地方民俗、传统村落等特色资源的开发利用率。另外，发展文旅产业还要注重创新，可借助VR、AR等数字技术打造沉浸式文旅项目，探索文旅与农业、教育、康养、医疗等产业的跨界融合，助力文旅新业态、新场景、新模式出现。只有这样，才能激活文旅发展的新动能，打造创新、智能、绿色、融合的新型文旅产业，推动地方文旅产业持续健康发展。

韩松妍



云南西双版纳傣族泼水节作为国家级非物质文化遗产，吸引了众多国内外游客慕名前往。近日有网友建议，有“火炉城市”之称的重庆是否可以效仿举办泼水节活动，相信很多市民愿意参加。重庆市文化旅游委对此答复，泼水节展现了傣族人民感悟自然、爱水敬佛、温婉沉静的民族特性，具有典型的地域特色，重庆不宜复制举办泼水节。

在重庆举办泼水节，乍一看颇有可取之处，一方面，可以丰富市民娱乐活动，为高温“蒸烤”下的城市带来清凉一刻；另一方面，也可以拉动文旅消费，让错过云南泼水节的游客在重庆体验别样魅力。可仔细想想，作为傣族人民重要庆典活动的泼水节真的适宜在重庆落地开花么？其实未必。一则，泼水节能在



本期关键词

景区门票

## 摆脱“门票思维”是好事

任萍

景区执行首次实名购买门票、终身免门票政策，降低了游客旅游门槛，有利于提高游客复游率，这种摆脱“门票思维”的做法值得点赞。

近几年来景区门票价格偏高，“套娃式”收费、用围栏遮挡风景等情况时有发生，不仅没能用高门票换高收入，这种片面追求门票收益的做法还影响了景区的口

## 门票免不免 不能“拍脑袋”定

吴晓亮

吐鲁番免门票收入并非首先开河，近年来还有旅游景区用这种方式吸引游客，有的是立足本地实际出发，有的却是跟风模仿，效果并不都尽如人意。可见，景区免门票不是吸引游客的“灵丹妙药”，还需谨慎而为。

免费游景区确实有吸引力，但如果大部分景区都跟风推出类似举措，这种吸引力会逐渐递减，到那时景区若再想重回收费的回头路，恐怕会难

上加难。本次吐鲁番靠减免门票“出圈”，是因为其先前有成功案例，且吐鲁番是古丝绸之路上的重镇，人文旅游资源丰富，省内游客有二次旅游甚至多次深度游的基础，最后当地在经过深入调研后才做出此决定。对其他地方来说，要想通过摆脱“门票思维”等方式吸引游客，不能“拍脑袋”决定，而是要多方考虑调研，谨慎做出能兼顾客流和经济效益的选择。

## 免门票不能免服务

姜丽媛

吐鲁番景区执行一次性门票可在短期内推动当地旅游发展，但想要实现长远发展的目标，当地还得从优化旅游服务质量、挖掘旅游资源等方面改善，做到免门票不免服务。

免门票后可能会有大批游客涌来，景区应提前做好接待游客准备，确保游客旅游体验不减。比如可加强景区基础设施建设及维护，制定景区秩序管理方案，使旅游服务设施匹配景区容量，让

游客有序舒适地游玩。相应的，与旅游相关的住宿、餐饮等服务也应加强改善，提升游客吃住住行等硬件条件的同时，监督相关服务行业明码标价，开启透明式消费，杜绝隐性消费、宰客式消费等行为出现。从长远来看，若想让游客回头消费，景区还需在丰富旅游产品、打造差异化旅游线路上下功夫，多开发值得游客反复游、深度游的旅游资源，让游客愿意做回头客。

## 征稿启事

近日，四川某村一小龙虾养殖基地遭“哄抢”事件引发关注。有视频博主在养殖基地捡龙虾，并发布短视频称“随便捡”“根本捡不完”，一些人跟风误入养殖基地捡虾，导致养殖户损失十几万元。

许多网友对养殖户的遭遇表示心疼，认为捡虾行为侵占养殖户权益，应让随意捡虾者付出代价；还有网友呼吁，帮助养殖户设置好能起到拦截效果的围栏，避免养殖户受损；也有网友提出，近年来人们对打野、赶海等活动兴趣颇高，只有从根本上满足人们这一需求，方能避免随意捡虾甚至是哄抢行为再次上演。对此，你怎么看？

欢迎各位读者围绕上述话题，踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbpinglun@163.com，邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜，论述不面面俱到，观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期：6月25日。

## “第一书记直播间”不能止于卖货

江武

眼下，通过直播带货助力乡村振兴已经不算稀罕事。不少驻村干部也纷纷下场，开设“第一书记直播间”，帮助村民销售本地农产品。这类直播间没有中间商赚差价，利润都给到老百姓手里，取得了不错的效果。

实事实求是地说，为了通过“第一书记直播间”不能止于卖货，驻村干部在直播带货的同时，也要把培养新人作为一项重要工作来抓，只有让更多村民掌握直播带货的技能，让他们也能勇敢地走进直播间，为自己、为村里的农产品吆喝，才能让当地的农产品持续热销。

授人以鱼不如授人以渔。“第一书记直播间”不应该只是驻村干部直播带货的场地，还应该是村民学习、掌握直播带货技能的“练兵场”，让越来越多村民通过在“第一书记直播间”的学习锻炼，提高农产品销售能力，把自家产品销出去、销得更远更好。