

“王族免票贵族半价”这个“创意”有点偏

近日，“湖北文旅”微信公众号发布了湖北省内众多热门景点清明节假期票价优惠、免票的消息。其中提到，荆州市“楚王车马阵”景区在清明节假期推出了两项优惠活动：1、楚国王族免费：姓半、姓熊的游客可免费入园参观；2、楚国贵族半价：荆楚十八姓（伍氏、屈氏、项氏、蓝氏、麻氏、钟氏、左氏、靳氏、景氏、鄂氏、卓氏、能氏、庄氏、慎(真)氏、敖氏、荆氏、红氏、上官氏）享半价优惠。

有网友认为“凭血统”或“凭姓氏”的做法具有封建色彩；还有人认为，这种以身份划分优惠的方式涉嫌歧视，违反了平等原则，在人人平等的现代社会，无论身份地位如何，旅游都应该享有同等的权利和待遇。

无需上纲上线且权当一乐

这已经不是“楚王车马阵”景区第一次推出类似门票优惠措施。楚王车马阵是熊家冢国家考古遗址公园核心景点，而熊家冢是现已发现的保存最好、规模最大、布局最为完整的周代楚王陵陵园。但是总的来说，它在旅游方面的知名度不是很高，特别对湖北省外的游客来说，所以景区想打出知名度的迫切心情可以理解。今年春节期间，该景区就推出的几项优惠措施中，包括在楚王车马阵景区背诵《楚辞·离骚》任意连贯20句的游客可免费入园参观。

说实在，相对于背诵《楚辞·离骚》这样比较高雅的营销活动来说，楚王车马阵这个优惠活动一开始确实让人觉得不靠谱。不过话说回来，我们也不必太纠结于这个优惠活动本身，毕竟旅游最重要的还

景区营销不应剑走偏锋

首先，“楚国王族贵族”这一称谓本身就体现出了一种“特权文化”。这种称谓无形之间将游客划分为三六九等，传递出一种人与人之间身份地位并不平等的理念，自然会引发大众的不满。毕竟在当今社会，人人平等已是共识，没有人希望自己仅凭姓氏就“低人一等”。况且，恐怕游客们自己也没想过，封建专制统治被推翻一百多年后的今天，还能听到“王族贵族”等诸如此类的称呼。

其次，该优惠政策实打实地制造出了本不应该存在的身份对立，违背了公平性原则。就这一政策所针对的群体来说，仅凭姓氏就能成为贵族，进而享受到优惠，这真的不是几千年前“王侯将相宁有种乎”的历史重现吗？楚文化是全体楚国民众创造出的文化结晶，并不独属于少数姓氏的楚国特权阶级。因此，无论是不是想借这样的方式达到宣传的目的，都绝不该采取以姓氏划分人群的营销

是玩得开心，享受沿途的风景和文化。

景区根据姓氏开展促销活动就是个宣传营销活动，从好的方面来讲，可以帮助大家记住一些姓氏的源流，何况这种做法在全国其他景区也曾出现过，如河南老君山景区根据老子的姓氏免门票。正如长江大学汉语言文学研究专家所说，车马阵门票促销方案制定者的本意，只是结合楚地王公贵族姓氏对游客展开趣味导向的促销设计，这也算是景区为了吸引游客的一种创意方式吧。毕竟景区有权利自主决定其营销策略，旅游行业有时候确实需要一些特别的策略来吸引大家的注意力，说不定这个优惠活动还能激发大家对自己姓氏的自豪感和归属感。

所以，景区根据姓氏标准开展促销，不必上纲上线，给它扣上“姓氏特权”的帽子，权且当它一乐吧！

方式。这不仅是对普通民众的不尊重，更是一种“历史的倒退”。

从现实层面上来讲，景区想要达到营销目的，还有更好的方式。今年春节期间，“楚王车马阵”景区就推出过“背诵《离骚》任意连贯20句就可免费入园参观”的票价优惠政策。这一政策与其他众多文史类景区推出的优惠措施一样，将文化宣传与营销策略结合得恰到好处，非但不会引起人们的争议，反而收获了大量的好评与点赞。由此观之，景区并不缺乏好的营销策略与手段，也深知什么样的方式会最大限度地博人眼球，为自己带来更多的热度与关注。注重自身发展本无可厚非，但如果越过了隐形的底线，那必然不会被大众所认可。希望各大景区能够汲取“楚王车马阵”景区的经验与教训，将心思真正放在挖掘优势潜力、弘扬历史与文化上，而不是剑走偏锋，哗众取宠。

综合自潮新闻、红网等
谄路 整理

公费师范生违约,预防重于惩治

□ 戴先任

据媒体报道,广东省梅州市丰顺县教育局日前通报:陈某某、孙某二人与县政府签订公费定向培养教师协议,承诺毕业后在丰顺县范围内学校任教至少6年,陈某某任教一年后未履约,孙某毕业后未任教。解除与两人的培养协议,将违约记录归入人事档案,并同步录入全国教师信息管理系统。

为了中小学教育事业的发展,我国从2007年开始在6所教育部直属师范大学实施师范生免费教育。这些公费师范生入学时签订了回省任教的协议,现在却公然违约,是严重的背信弃义。陈某某、孙某被纳入人事档案,对广大公费师范生就是一次很好的警示。梅州的惩戒措施并不算严厉,有地方还要求违约者要退还培养成本,违约行为不仅要被记入人事档案,还要纳入社会信用体系。

当下,公费师范生违约现象并不鲜见,多地都有通报,甚至相关部门的惩戒也难以让他们改弦易辙,除了是他们自身诚信缺失的问题,还有必要反思免费师范生制度的利弊。这种免费就读,鼓励学生毕业后投身农村教育的制度,学生不需要竞争上岗,毕业后去中小学任教成了“宿命”,这容易让学生失去动力;而免费教育,也可能吸引来一些并不热爱教育事业的

学生,要知道,强扭的瓜不甜,这些人就算去了中小学任教,没有违约,他们可能对这份职业也缺乏应有的激情与热情,对教育事业能作出什么真正的贡献?另外,一些农村地区的基础教育薄弱,农村教师待遇不高,也是公费师范生不愿履约的重要原因。

当然,这并非是为这些违约的公费师范生“叫屈”,这些师范生应为自己的选择“埋单”,公然违约,就要为自己的失信行为付出代价。任何原因都不能成为违约的借口。但要惩防并举,而预防重于惩治,更要对免费师范生教育制度进行反思了。这种免费教育,虽然初衷好,但效果并不佳,那免费教育还有多少存留的必要?

要为中小学教育、基础教育、农村教育培养人才、留住人才,更要坚信“栽得梧桐树”才能引来“金凤凰”的道理。从根本上来说,即是要提高中小学教师尤其是农村教师的待遇,让中小学教师岗位本身就具有吸引力。另外,还有必要改变激励机制,完善制度设计,比如对最终选择中小学教育、农村教育的师范毕业生予以补助与奖励,如免除他们求学期间的学费等,将教育阶段免费,变为就业奖励,这样才有利于让激励措施更好发挥作用,让“好钢”能够用在“刀刃”上。

微短剧要“泼天流量”更要“顶天质量”

□ 汪昌莲

近日,艾媒咨询发布的《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》显示,国内微短剧2023年市场规模373.9亿元,已达到同期电影市场规模的近七成,预计2027年中国网络微短剧市场规模将超1000亿元。短短几年,微短剧就完成了从萌芽向“流量高地”的转变,成为越来越多人的“电子榨菜”“深夜泡面”。

然而,微短剧在诞生之初就呈现出野蛮生长的态势,一些微短剧充斥色情低俗、血腥暴力、审美恶俗、三观不正等内容,传播不良价值观,破坏平台良好生态,扰乱网络视听节目传播秩序,导致“劣币驱逐良币”现象出现。

针对上述问题,去年底,广电总局宣布启动为期一个月的专项短剧治理工作,并加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》、加大管理力度、细化管理举措。微信、抖音、快手等短视频平台积极响应,封禁了大量违规发布微短剧的账号,均提到要治理“宣扬以暴制暴、极端复仇、涉黑、暴力行为”。然而,治理之下,一种新兴的小程序类微短剧,利用技术手段脱离监管,发展快、势头猛、不规范、问题多。

可见,尽管专项整治工作取得了一

定成效,但也要看到,治理微短剧不可能一蹴而就,要推动微短剧健康有序繁荣发展,常态化管理机制至关重要。基于此,在专项整治工作结束后,广电总局对微短剧治理工作转入常态化,建立了双周报送处置数据机制、定期发布公告机制和微短剧“黑名单”机制。同时,多名全国人大代表和专家建议,应加快完善互联网法律制度体系,为整治违规微短剧提供有力法治保障。

换言之,规范微短剧市场,要“泼天流量”更要“顶天质量”。加强规范不是限制微短剧的发展,而是为了行业更健康繁荣发展。首先,针对违规微短剧等网络不良信息,需要尽快建立完善治理法律制度,在立法时明确,强化对内容的监管,既要清理低俗有害的内容,也要加强对高质量内容的推广。同时,加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》,以推动完善常态化管理机制。特别是,平台要进一步优化算法推荐,完善广告推流审核机制,及时对违规短视频进行处置;鼓励创作出一些符合主流价值观的精品力作,来满足人民群众的需求。