

G【敢当头条】

假期开放体育设施值得推广

长沙743所公办学校体育场馆向社会开放,昆明首批免费开放39所学校体育场馆设施,北京推进中小学假期向学生开放体育设施……正值暑假,多地学校明确免费开放体育场馆,受到广泛好评。

体育是提高人民健康水平的重要途径,是满足人民群众对美好生活向往、促进人的全面发展的重要手段。近年来,无论是从“村BA”“村超”“扒龙舟”等群众身边的全民健身赛事活动火热出圈,还是马拉松比赛经常“一签难求”、诸多社区健身场馆预订爆满,都不难看出全民健身需求之高涨、参与人群之广泛。但与此相比,现实中存在全民健身公共服务总量不足、质量不高,公共服务资源布局不优等

短板,尤其是一些一线城市由于人多地少,可利用场馆较少、新建体育场馆难等问题更加凸显。

如何回答好群众“健身去哪儿”?去年国家体育总局等多部门发起的“全民健身场地设施提升行动”明确了三个方向:扩大健身设施增量、提升健身设施质量以及用好健身设施存量,最大限度利用学校设施正是用好存量的探索。早在2017年,教育部、国家体育总局就发布了关于推进学校体育场馆向社会开放的实施意见,明确有效缓解广大青少年和人民群众日益增长的体育健身需求与体育场馆资源供给不足之间的矛盾,促进全民健身事业的繁荣发展。在此背景下,湖南等地实施“一场两门”开放服务,有利于

充分发挥学校体育资源对推进全民健身运动的积极作用。

与此同时,还有一些地方探索“逆向”共享。例如一些中心城区学校,面对原有的体育面积满足不了学校体育教学的需要的,打破学校体育用地与社会之间的壁垒,与社区共享足球场、篮球场等运动场馆。无论如何,底层逻辑是打通共享。而正如大学校园开放餐馆类似,共享背后关于管理和安全的隐忧必须提前应对。例如,北京要求体育设施开放学校应具备健全的体育设施安全管理规范、完善的安全风险防控机制与应对突发情况的处置措施和能力。银川等地对于推动安全隔离改造、规范日常管理、加强设施维护等方面都做了要求,包括对开放时段、时

长、预约方式及各项管理制度等内容进行公示等。此外,还有政协委员建议,可创新运营思路,尝试市场化运营,探索以政府购买服务的方式,将开放工作交由第三方机构进行统一管理,保证场地和设备有序、合理共享。

“现代化最重要的指标还是人民健康。”从高架桥下建起运动公园,到废旧厂房化身体育园区,再到“15分钟健身圈”遍布城乡,有目共睹的是多地不断回应公众需求,强化全民健身公共服务基础设施建设,见缝插针式打造健身“金角银边”,为广大群众提供了更便利的体育锻炼选择。从学校开始,探索支持具备条件的地区开展机关、企事业单位体育场地设施向公众开放试点,值得更多期待。(据新华网)

J【金玉良言】

割除“强制购物”这颗旅游市场的毒瘤

旅游本是美好愉悦的体验。然而,近年来频繁曝光的强制购物现象却如同一颗毒瘤,严重侵蚀了旅游市场的健康肌体,让游客的美好体验蒙上了阴影。据红网报道,近日天津一位女导游在大巴车上的嚣张言论,再次将强制购物这一旅游业顽疾推向了舆论的风口浪尖。她以侮辱和威胁的方式强迫游客购物,声称“花钱你是上帝,不花就是狗屁,不买东西走不了!”这种嚣张跋扈的态度,将旅游中强制购物的乱象展现得淋漓尽致。

被强制购物确实非常破坏旅游体验,让游客倍感不爽。一些导游为了个人利益,不惜违背职业道德,利用游客对当地不熟悉、对行程有依赖的心理,将游客带至与旅游无关的购物场所,强迫消费,浪费时间不说,还经常被宰,买回一堆不适用、品质低劣、价格虚高的东西,花了不少冤枉钱。有时候游客不愿意购物,还被导游威胁、辱骂,让原本美好的旅游体验,变成了受“窝囊气”的不快之旅。

旅游必须得购物,几乎成了一些旅游团的“潜规则”,这不仅损害了游客的

权益,也扭曲了旅游的本质。强制购物是寄生在不完善的旅游市场上的毒瘤。尽管有关部门一直在重拳打击,但这毒瘤割了又长,屡禁不止。究其原因,是其背后隐藏着一条扭曲的难以割断的利益链条。导游、旅游公司、商家之间形成了默契的配合,通过游客的购物行为来获取高额回扣。在这种模式下,游客成了被宰割的羔羊,他们的消费不是出于自愿和喜好,而是成为被迫完成的任务。这种利益至上的行为不仅违背了市场经济的公平原则,也严重破坏了旅游市场的健康秩序。

要割除强制消费这颗毒瘤,需要有关部门、旅游企业、导游以及游客等多方面共同努力。有关部门应加强监管力度,完善相关法律法规,对违法违规行为进行严厉打击。同时,建立健全游客投诉处理机制,提高处理效率,确保游客的合法权益得到有效保护。有关部门也可以向网约车、外卖平台学习,引入顾客评价机制。游客可以通过小程序对旅行社和导游进行评价,甚至可以对服务质量好的导游进行“打赏”。

旅游行业应优化薪酬制度,提高导游的合法收入,降低其对购物回扣的依赖。要杜绝不合理低价揽客行为。可以适当提高游客团费,进而通过提高基本工资、带团津贴等方式,确保导游能够获得合理的收入。同时,企业应加强对导游的培训和管理工作,提高其职业道德素质和服务水平。

导游要树立良好职业形象,严格自律,恪守职业道德,尊重游客的权益和选择。摒弃强制购物的短视行为,转而注重提升服务质量,为游客提供真正有价值的旅游体验。通过提供专业的讲解、贴心的服务等方式,赢得游客的信任和好评。

游客也应增强自我保护意识,对强制购物行为说“不”。在旅游过程中,若遇到导游强制购物的情况,应勇敢站出来维护自己的权益。可以通过向旅游公司投诉、向当地旅游部门举报等方式,共同打击这种违规行为。同时,游客在选择旅游产品时,也应更加谨慎,选择信誉良好的旅游公司和导游,以降低遭遇强制购物的风险。

(据新华网)

Y【有此一说】

何必让孩子“强行吃苦”

体验农村生活、野外拓展训练、暑期打工、家庭劳动等,都是当前流行的吃苦教育。总结这些方式,不外乎两个特征:一种是“一般苦”,主要是物质层面的苦难训练“劳其筋骨”;另一种则是“高级苦”,偏向于精神层面的挫折打击“苦其心志”。

在我们的日常生活中,很多家长甚至学校,是乐于让孩子吃苦的。原因很简单,惩罚和锻炼。曾有媒体报道,“爸爸带厌学男孩去工地搬钢筋”“抱怨读书苦被妈妈罚泔水桶洗脸”……这类父母将吃苦视作惩罚手段,以此告诫孩子“不吃读书的苦,就要吃生活的苦”,督促孩子听话懂事。还有一类家长基于自己或是社会的经验,相信“经历风雨才能见彩虹”“吃得苦中苦,方为人上人”,所以偶尔“人工降雨”,磨炼孩子的意志和韧性。正如电影中的父亲,以自己的成功经历为模板,刻意为孩子制造苦难,促使他走向成功。

古人讲“天将降大任于是人也,必先苦其心志”“艰难困苦,玉汝于成”,这成了不少人崇尚吃苦教育的理论依据。抛开其具体的、适用的场合而言,一个吃过苦的人一定成功,这实际上缺乏严格的科学论证。仅以成功案例去反推“一个人成功是因为吃了足够多的苦”,并不科学严谨,也可能存在“幸存者偏差”。

吃苦教育还有可能引发“反噬”。比如,降低“配得感”。很多父母混淆了吃苦教育和挫折教育,片面认为给孩子苦吃,就能提高他们的抗挫折能力。但事实上,刻意为之的苦会打击孩子的自尊自信,让孩子认为自己不配拥有快乐幸福的生活。再如,产生负面行为。有学者指出,吃苦更容易滋生负面情绪。从小受苦的人一旦得势之后,更容易产生放纵、奢侈等行为。

教育是为了让人在爱和陪伴中形成健康健全的人格。把“吃苦”视为捷径,强行吃苦、没苦硬吃,大可不必。(据新华网)

H【画里话外】

小心陷阱

一些App推出“7天免费试用”“1元享7天”等颇具噱头的“福利”,不少消费者掉入背后暗藏的自动扣费陷阱,待回过神来,却维权无门、投诉无果。

(据新华网)

