

少数导游在江东门纪念馆“信口胡说”实在雷人

“快看,这都是慰安妇的脚印”

“你们看,这些可都是慰安妇的脚印……”站在“历史证人的脚印”铜板路前,日前居然有导游作出了这样的解说。据介绍,这种让人“哭笑不得”的解说几乎天天都在上演。对于这种不负责任的解说,昨天有专家疾呼:这是一个爱国主义教育场所,绝不等同于一般的旅游景点,作为导游一定要有历史责任感,任意编造不仅会伤害中国人民的感情,还会削弱爱国主义教育基地的意义。对此,江东门纪念馆更是表态,他们愿意为一些旅行社的导游进行免费培训。

不负责任,一些导游解说很雷人

纪念馆的“悼念广场”有一条铜板路,这是一条“历史证人的脚印”铜板路,一个个深深浅浅、大小不一的脚印全是幸存者留下的,其中还立有倪翠萍、彭玉珍两尊雕像,但就有导游敢这么给游人介绍:快来看,快来看,这些可都是慰安妇的脚印。“我们工作人员正好路过,急忙纠正,其实像李秀英、夏淑琴大家都很熟悉的,况且上面还有男的呢,像余子清、赵斌等,怎么会是慰安妇呢?简直就是瞎讲。”纪念馆相关负责人非常气愤。

馆内有名的“哭墙”也出现了类似荒唐的解说——有导游指着“哭墙”上密密麻麻的名字说,“这是遇难者名单墙,要知道,当时南京死了30多万人,这上面只刻了1万多人,全是当官的,老百姓的都没刻呢,不然不知道要多大的地方……”面对无知导游的讲解,可把幸存者气坏了,“这不是胡说八道吗,我爸爸也在上面,他当啥官啊?太伤人了。”

除此之外,最多的就是“忽悠”。“南京一日游”,玩的是景点,景点越多,也就意味着该旅行社的“产品”越超值。纪念馆免费,那就多搭一个景点,但又不想放太多的时间在上面,于是就出现

了“10分钟纪念馆游”现象。据介绍,很多上海团都这样,从纪念馆正大门进来,然后都不到祭奠广场、悼念广场,直接抄小路到“哭墙”,穿过老馆的“万人坑”到和平广场,走马观花不要10分钟,还振振有词:“展厅不用去看,就几张图,没什么意思。”

“我们管了几次,建议其进展厅看一下,免费的,但是导游根本不理睬。”江东门纪念馆工作人员只能干着急。

调查:不少外地导游很缺历史知识

据介绍,“问题”大多出在年轻导游身上,像浙江、上海、安徽、河南等团队带队的,基本都是些年轻的小导游,“他们往往是现编现卖,慰安妇脚印啊什么的都是他们创造出来的,很让人生气。”纪念馆工作人员谈及现在的一些小导游,“他们缺失的是历史知识,缺失的是对历史的尊重。”

昨天,记者就此咨询了南京几家“南京一日游”旅行社,彩都旅行社一工作人员表示现在导游素质“良莠不齐”,但他们对于进入像纪念馆这种严肃场合的导游要求还是比较高的,而有些旅行社则答复不会做“多余”的功课。

说起导游规范问题,江东门纪念馆更觉“委屈”了,“新馆成立后,我们曾经打出

‘广告’,为各大旅行社的导游进行免费培训,但前来报名的只有7~8个人,而且全是大旅行社的,小旅行社的一个没有。”纪念馆方面强调,如果旅行社有这方面的需求他们仍乐意免费培训。

昨天,记者从纪念馆获悉,他们目前又新招聘了一部分解说员,现在从旅行团进大门到展厅,纪念馆的解说员会免费为团体或者散客进行概要性的讲解,包括新馆开放的时间、馆里万人坑的所在地,以及标志性建筑,“进展厅一般导游也不解说,因为里面图文并茂,大家都有文化,能看得懂。”记者了解到,其实只有祭奠广场、悼念广场、哭墙及和平广场等一些户外需要导游的特别讲解。“我们的讲解词都有,关键是有些导游什么都不想看,不肯学,只要花点工夫,其实是对自己也是对历史的尊重。”据了解,纪念馆里一本详细的解说词只要5元钱,英语、日语等五种语言的都有,“买一本研究一下,其实并不难。”

记者了解到,江东门纪念馆的专职讲解员需要经过2~3个月的培训,熟背几万字的历史材料,然后才能上岗,“如果有的旅行社导游觉得自己不行的话,还可邀请我们纪念馆里的专职讲解员讲解,不过要稍花点钱,人数不一样,讲解范围不一样,费用也不一样,一般30人的团40元左右,反正都是根据物价局核定的。”

用也不一样,一般30人的团40元左右,反正都是根据物价局核定的。”

专家呼吁,特殊景点解说一定要规范

据统计,2007年12月侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆新馆建成开放后,参观者去年一年就达500多万人次,目前每天参观人数都在1.1万左右,碰到周末人数更是接近2万人次。

对于目前发生的导游质量问题,一些专家疾呼:像江东门纪念馆这种爱国主义教育景点,导游一定要规范,这是对历史对人民的尊重。南京大屠杀研究学会副会长、南京师范大学社会发展学院历史系经盛鸿教授明确表示,江东门纪念馆绝不能等同于南京玄武湖等风景旅游区,它是一个进行爱国主义教育的场所,是个基地,到这里态度要严肃,讲解内容上,要严格按照江东门纪念馆的布展内容讲,切忌自己编造,否则伤害的是中国人民的感情,也削弱了这个爱国主义教育基地的意义。“这是多少专家花了多少年调查的心血,不能随心所欲,这是历史。”经盛鸿认为,作为带队到纪念馆的导游,必须具有起码的政治觉悟,能认识到历史的沉痛,否则就不合格。

本报记者 毛丽萍/文 快报记者 顾炜/摄

相关

江东门纪念馆入选世界十大黑色旅游

昨天,记者获悉,今年2月份,江东门纪念馆被西班牙《趣味》月刊评为世界十大“黑色旅游”景点,与世贸大厦遗址、广岛、奥斯维辛集中营“齐名”,是我国唯一入选的景点。

《趣味》月刊在一篇“旅游的阴暗面”的文章中称,“1937年12月13日日军入侵南京,给当地人民带去一场浩劫,日军入侵南京之后在6周时间内大肆烧杀抢掠是一个不争的事实。”因此,被列为世界十大黑色旅游景点之一。而其他入选的9个世界十大“黑色旅游”景点分别为:世贸大厦遗址(美国纽约)、广岛(日本)、诺曼底(法国)、红色高棉大屠杀场(柬埔寨)、奥斯维辛集中营(波兰)、埃布罗河战役的路线(西班牙塔拉戈纳)、柏林墙(德国)、索姆河(法国)、安妮—弗兰克的家(荷兰阿姆斯特丹)。

纪念馆馆长朱成山说,纪念馆是一座典型的遗址型历史博物馆,是一种警示性文化。相比“红色旅游”,“黑色旅游”的悲剧色彩往往更具力量,也更能打动人。

世界品质 你我把关

——金龙鱼第二届世界品质监督员活动精彩启程

食品安全关乎民生大计,今年随着国家食品安全法案的出台,中国食品工业在迎接挑战的同时也迎来了一次历史性的发展机遇。保证产品品质万无一失,已经成为中国食品行业决胜未来的先决条件。

今年8月,一向致力于为中国百姓创建健康生活、专注健康品质粮油食品研发生产的金龙鱼,继2008年首次世界品质监督员招募之后,再一次发起了一场金龙鱼品质监督员的招募行动,让更多的人加入到金龙鱼世界品质严把质量关的行列中来。本次行动不仅是对刚出台的《国家食品安全法》政策精神的积极响应,更是一次全面提升百姓健康生活品质的重要举措。

公开参观 尽显企业风范

自2008年金龙鱼世界品质监督员招募以来,企业接待了很多消费者与品质监督员的参观考察。金龙鱼工厂开放日,让消费者真正零距离地看到了金龙鱼高品质食用油产品从精炼到灌装、流通等各个环节。与此同

时,金龙鱼工厂的企业科普长廊帮助参观者了解到更多的食用油知识与健康知识,让广大消费者对健康品质的食用油产品有了更加深入的认知,走出了食用油选择购买与使用的种种误区。金龙鱼面向公众开放工厂的行为不仅显示其中国粮油行业领军者的风范,同时也赢得了广大消费者的信赖与支持。

2009年,伴随着金龙鱼第二届世界品质监督员活动的精彩启程,金龙鱼再次面向社会开放工厂,迎接更多关注与关心金龙鱼的消费者的到来。今年,为了让广大消费者更好的体验金龙鱼产品的世界品质,企业斥巨资在上海、天津等工厂精心打造了集各种视听感受于一体的互动展示区域,即益海嘉里营养健康体验区。

益海嘉里营养健康体验区由观摩厅、中心产品展示区、品尝区、售卖区等组成。该项目的最大特点是主要针对益海嘉里的油、米、面、杂粮等产品线情况进行了全面而系统的展示,让参与者在了解生产流程与科学工艺之余,获得更为广泛的



消费者到金龙鱼上海企业工厂参观,监督金龙鱼世界品质

粮油产品常识。

该项目首次面向社会盛大揭幕的当天,引起了广大新闻媒体的高度关注,同时也博得了众多参观者的一致喝彩。一位行业协会领导参观过后这样评价:金龙鱼为了让百姓更好的体验其产品给高品质生活带来的改变,通过各种科技手段将产品理念与企业内涵通过这样一个展示区完美呈现在百姓面前,这不仅开创了行业的先河,更是一种粮油产品体验式营销模式的创新,值得行业借鉴!

广泛纳新 再掀各界热议

金龙鱼第二届世界品质监督员招募计划的启动,可以说是对去年活动的延续与深化。09年招募计划消息一出,便引来社会各界热议。人们不禁要问,金龙鱼动员百姓监督品质,勇气源自哪里?其实答案很简单,这份勇气与自信来自自身的卓越品质,更来自对社会、对消费者负责的责任感。金龙鱼企业负责人表示,

之所以继续招募第二届世界品质监督员,一方面是为了通过招募不断壮大金龙鱼世界品质监督员的队伍,让更多的消费者参与到企业的品质管理中来,通过监督信息的反馈,为金龙鱼提出更多保障产品品质的宝贵意见与建议;另一方面,金龙鱼希望通过品质监督员的继续招募,让广大消费者深入了解金龙鱼粮油产品的健康品质以及金龙鱼给健康生活所带来的改变,让金龙鱼成为一个在百姓心目中值得信赖的

健康粮油品牌。据悉,金龙鱼即将开通免费咨询电话:400-666-8186,供广大消费者致电垂询。

继往开来 金龙鱼勇攀品质之巅

在中国的食用油发展历史上,金龙鱼每一个成长阶段都承担着引领发展潮流的角色。作为中国小包装食用油早期的传播者与开拓者,金龙鱼以其高度的战略眼光和强烈的社会责任感,推动中国人从吃毛油到品尝安全卫生的小包装油、从普通小包装油到营养健康小包装油两次历史性转变,成为小包装食用油在国内市场的领先者,并引领了中国食用油产业的迅猛发展。

今天,金龙鱼将通过科技创新与产业链的不断延伸,以及牵手公众共同把关产品品质的行动,再攀品质之巅,为中国百姓不断奉献更为丰富多样的高品质健康粮油产品。也许在不远的未来,“金龙鱼”将不仅是一个值得百姓信赖的健康粮油品牌,更是一种健康生活方式的代名词,伴随13亿中国人健康生活的每一天!

雨榭