



赓续红色血脉,记录伟大时代

蔡晓辉

近日,习近平总书记向新华社建社90周年发来贺信,勉励大家在新征程上“赓续红色血脉,坚持守正创新”“为实现中华民族伟大复兴的中国梦、推动构建人类命运共同体作出新的更大的贡献”。贺信饱含着总书记对新闻舆论工作的高度重视、对新时代新闻工作者的殷切期望。对广大新闻工作者来说,这是记者节收到的一份最好的节日礼物,也是有待用行动作答的课题。

有人说,“记者之路注定山高水长,初心在,就会有万水千山。”什么是党的新闻工作者的初心?如何更好地坚守初心,记录下我们这个时代的“万水千山”?

历史是最好的教科书。绵延在岁月深处的红色新闻史,就是一部矿藏丰富的精神之矿。今年是建党一百周年,党的百年光辉历程中,一代代新闻工作者用笔端的文字、镜头里的图像,为时代留下了忠实的记录和永恒的瞬间。

“为伟大的理想而工作”的范长江,“热爱人民,真诚地为人民服务,鞠躬尽瘁,死而后已”的邹韬奋,用生命记录抗战的方大曾,对“勿忘人民”和“坚持真理,把握大局”念念不忘的穆青……他们用大批脍炙人口的新闻作品宣传党的主张,反映人民心声,记录时代精神,传播中国声音,在革命、建设、改革各个历史时期发挥了重要作用。他们不仅为新闻史留下了浓墨重彩的华章,也用坚定的理想信念铸就了流淌于党的新闻工作者血脉之中的红色基因。

今天,更为壮阔的新时代新图景在我们眼前展开,亿万中华儿女追梦圆梦的壮阔征程有待广大新闻工作者以手中的笔墨光影忠实记录。唯有赓续红色血脉、传承红色基因,做党和人民信赖的新闻工作者,才能更好地成为党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者,在新征程上发挥重要作用。

要牢记党的新闻工作者这个身份,自觉服从大局,像冲锋陷阵的战士一样去担当。《冀中导报》是河北日报的前身,1938年创立于战火硝烟之中。“冀中导报”的记者,首先是战士,是游击队员,其次才是记者。”几十年前,这些携带着简单笔墨、油印机、石印机的文化战士,不惧困难和牺牲,及时把党中央的声音、党委的指示传达到冀中根据地的各个角落。今天,河北的新闻工作者,要像红色新闻史上的前辈一样,胸怀大局、不惧风险、迎难而上,在“三件大事”的现场、抗击疫情的战场、乡村振兴的一线,用心用情记录同心筑梦的真实图景,唱响奋进凯歌、凝聚奋斗力量。

要坚持人民至上的理念,永远同群众坐在一条板凳上。范长江曾提出,“一张报纸,一个记者,其基础在群众,前途也在群众。”媒体转型的大潮下,有人感叹读者的口味难以捕捉。其实,读者的口味从来都在那里,群

众心中“好记者”的标准也从未改变:蹲下去听取群众的心声、俯下身打捞群众的诉求,这样写出的新闻,才能受到群众欢迎;这样心贴心的记者,才会赢得群众点赞。新时代的新闻工作者,要像红色新闻史上的前辈一样,以心系人民、服务人民的赤子情怀,带着真挚的感情和群众打成一片,以有思想、有温度、有品质的新闻作品反映人民心声。

记者是永远在路上的职业。这是与时代同行之路,也是一条需要坚守初心之路。记者节不仅仅是一个庆祝的节日,也是新闻工作者追问初心、重申职责与使命的时间节点。党的新闻工作者唯有赓续红色血脉,才能更好地守初心、担使命,不负这个伟大时代的光荣与梦想。

微评

“亲自使用”让产品代言人成为质量把关人

许君强

浙江省市场监督管理局日前印发的《明星商业广告代言行为合规指引》明确,明星代言商业广告应秉承先体验、深了解、后代言原则,亲自体验使用所代言的商品或接受的服务,确保宣称的功效等内容与实际体验相一致,并保存体验过程相关证据。(据《每日经济新闻》11月5日报道)

著名影星代言的网红燕窝宣传与实际情况不符,知名主持人代言的网贷产品导致多人被骗……近年来,明星代言“翻车”事件频发,给消费者带来巨大损失。出现这种情况,一个重要原因就是很多人对所代言的商品或服务根本不在心上,既不亲自体验,更不要商品质检报告,所谓“代言”不过是配合商

家演的一场戏而已。广告法规定,广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明,应当依据事实,符合有关法律法规规定,并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明;代言虚假广告,广告代言人应当承担连带责任。法律对明星代言的态度非常明确,但现实中,一旦代言出了问题,很多人就推脱说自己不了解情况,以此逃避相关责任。

浙江的规定,对法律作出了有益补充,对明星代言行为进行了详细的指引。这对于引导明星更好守住法律和道德的底线,在商业代言领域加强自律,保护好自身声誉,对于保护好消费者合法权益,维护正常的市场秩序都有着重要意义。

纵横谈
中国新闻名专栏
zonghengtan@126.com

集思录

警惕“花钱买掌声”背后的形式主义

贾梦宇

近日,中央纪委国家监委网站刊发了《花钱买来的鼓掌》一文,文章曝光了江苏省连云港市青口镇碱滩村党支部书记张某的违纪案例。2018年5月,曾在该村插队的7名上海知青相约回村看看。村支部书记张某为烘托欢迎气氛,专门制作“热烈欢迎上海知青回村调研”的横幅,并请了几位村民来当啦啦队,事后每人给100元劳务费。张某也因为“花钱买掌声”,受到诫勉谈话处理。(据中央纪委国家监委网站11月6日报道)

鼓掌本是一个人对一些人和事发自内心的赞赏。但让人意想不到的,现实中却有个别干部为烘托气氛,不仅专门制作欢迎横幅,还挖空心思“花钱买掌声”。殊不知,这样以“造假”的方式花钱买来的掌声,即使掌声再热烈,欢迎氛围也极佳,仍然难以掩盖背后的形式主义歪风。

“花钱买掌声”并不是今日才有的新鲜事物。此前,有媒体曾经报道称,某大学100多名学生受聘充当某图片展开幕式“临时观众”。相关领导致辞时,他们按照主办方要求,始终保持“职业精神”。领导说完最后一句话,就

“群情激昂”一齐鼓掌。据悉,“掌托”已成了一些礼仪公司的主营产品之一,而每个“临时观众”一次能得到30-50元的报酬。

不管是花钱买来的还是“自愿”的,只要是“假鼓掌”,其背后的动因都是一样的——用轰轰烈烈的形式代替扎扎实实的落实,用光鲜亮丽的外表掩盖矛盾和问题,以求“完美”。出现这样的“表演式”形式主义,根源在于一些领导干部脑子里装着错位的政绩观和发展观,所作所为不是为了推动发展,不是为了群众谋福祉,而是为了个人的面子和短期政绩。

最近两年,中央着力解决形式主义问题,让基层干部轻装上阵,取得了明显成效。然而,个别基层干部“花钱买掌声”表明,作为作风建设的一大顽疾,形式主义具有反复性和顽固性,而“表演式”形式主义尤为如此。对此,要发扬钉钉子精神,对整治形式主义一抓到底,驰而不息、久久为功,进一步激发广大基层干部干事创业、担当作为的劲头和活力。只有从群众满意之处干起,时刻把群众记在心上,才能杜绝“花钱买掌声”这样的情况再次出现。



画里有话

图/陶小莫 文/徐建辉

“双十一”禁止“先提价后打折”别止于提醒

近日,国家市场监督管理总局下发《关于规范“双十一”网络促销经营活动的工作提示》,旨在规范促销经营行为,切实维护“双十一”期间网络交易市场秩序,保护消费者合法权益。《提示》要求提高促销行为的公开化和透明度,禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销。(据中国新闻网11月6日报道)

防范电商“先涨后降”的消费欺诈行为,不仅要提醒,更要严格执法,形成高压态势,切实维护消费者合法权益。

“线下无理由退货标准”为促进消费助力

胡建兵

近日,苏州市市场监管局发布《放心消费线下购物无理由退货服务规范》,明确“线下购物线上退,本地消费异地退,政府垫付先行退,消费争议调处退”实施方案,让消费者不受地域限制,高效、便捷退货。(据澎湃新闻11月5日报道)

线上七天无理由退货已不新鲜,线下退货却并未与之同步。“线上好退,线下难退”,给线下消费者带来不便,也不利于市场经济发展。为提升线下消费者获得感,优化消费环境,近年来国家有关部门倡议线下门店开展无理由退货活动,倡议发出以后,多地积极响应。但由于“什么能退,怎么退,如何方便退”没有明确的标准,线下购物无理由退货并不容易。

消费者可以选择实体店、线下退货服务站、苏州“智慧315”无理由退货平台三种方式无理由退货,“线下购物线上退,本地消费异地退,政府垫付先行退,消费争议调处退”——苏州的“线下无理由退货标准”,既给出了多种不同的退货方式供消费者选择,解决了如何退的问题,也明确了退货的方式,尤其是政府垫付先行退的形式,能够确保消费者顺利拿到退货款。这消除了线下消费者退货的后顾之忧,也为其他地区提供了参考。

线下无理由退货,顺应市场发展趋势,期待各地从实际出发,明确并不断优化退货标准和流程,让线下无理由退货更便利,为全面促进消费营造良好环境。

勤洗手 预防新冠肺炎

外出归来,口罩戴前摘下,餐前便后,接触公共设施或物品后等,请及时洗手。

中宣部宣教局、国家卫生健康委宣传司 指导
中国健康教育中心 制作

戴口罩 预防新冠肺炎

去人员密集的公共场所、办公场所,乘公共交通工具、电梯,家有医学观察者,到医疗机构就诊等,请佩戴口罩。

中宣部宣教局、国家卫生健康委宣传司 指导
中国健康教育中心 制作