

三赞奉化广电的“新闻业务大考”



张弓慢评

张弓

从微信公众号“掌上奉化”获悉，9月2日，53位奉化广播电视系统的编辑、记者，参加了一次“建台以来最严格的业务大考试”。考试要求在2个半小时内完成三篇文章，分别是一篇消息，字数300—500字，占20分；一篇新媒体作品，字数不限，占30分；一篇新闻评论，500字左右，占50分。试卷提供了两个新闻素材，考生任选其一写作，满分为100分。除了组织编辑、记者考试外，还开展播音主持、节目制作、网络技术等大比武。整个活动结束后，奉化区广电中心将邀请宁波市副高级职称以上的相关专家组成评委会，评出一、二、三等奖若干名。

看完这条微信，我当即留言：赞成业务考试，赞成评论占比50%，赞成让外人当评委。

广播、电视属于传统媒体。传统媒体的日子不好过，大家都知道。于是不少媒体的领导，把更多的精力用到了经营上，这也无可厚非。在此种情形下，一个现象自然而然地出现了，就是提高新闻业务能力这一项十分重要的工作，被严重地忽视了。作为受众，即使不做调查，从每天的新闻报道中，也能清楚地感受到，新闻报道的质量在明显下降。同样处于严峻的经济形势下，奉化区广电中心却下决心抽出时间和精力，组织这样一次涵盖全体、要求严格的“新闻业务大考”，值得一赞。

编辑、记者的考试，满分是100分，消息、新媒体作品、新闻评论三种文体分数的占比，分别是20分、30分、50分，这可能有点出乎一些新闻人的意料。按照媒体界的一般理念，“消息”无疑是最常用又是最重要的，各级新闻奖评选也向消息倾斜。如果考虑到传统媒体急需向新媒体转型或者与新媒体融合的需要，让“新媒体作品”占分高一点，也在情理之中。但这

“新闻评论”占分50%，是前两种体裁占比之和，非常少见。不知道这是谁的主意，但我满心赞成。这不仅是因为我偏爱评论，更因为新闻界太需要评论作品了。新媒体的发展，给评论带来了新的发展机遇，可是评论人才一直跟不上。传统媒体想找年轻的评论员补充，简直比上天还难。新媒体想物色合格的网络评论员，也不比入地容易。

于是，无论是传统媒体还是新媒体，不管是政治评论、经济评论、文化评论还是社会评论，优秀的作品凤毛麟角，合格的文章也是稀缺品。有的文章，自称新闻评论，出现在报纸、电台、电视和网络，可仔细一看，里面既没有新闻，也没有观点，更缺乏分析评论，倒像是新闻陈述或散文抒情。让这样的所谓评论去承担引导舆论的重任，实在有点勉为其难。这就需要媒体单位下大力培养和激励评论人才。而新闻行业里的编辑、记者，兼做或转行从事新闻评论工作，跨度最小。奉化区广电中心关于三种文体占比比例的分配，体现了这样一种急切心情和责任自觉，也值得一赞。

应该点赞的第三点是，这次大

考评委会的组成原则。奉化区广电中心对评委会组成人员的选择，有两个特点：一是邀请专家而非领导；二是避免了既当运动员又当裁判员这种陋习。说它是“特点”，因为新闻界常见的各种各样评比，评委会成员往往是“领导为主，专家点缀”。领导是统领人才，专家是专门人才，专业的事让专家去做，更合适。有些领导本身就是作者——被评选的对象；有些领导评委虽然自己没有作品参评，但参评作品中有的是他亲自策划的，作者之中有的是他赏识的部下，评上还是评不上，与他的业绩多少有些关系，发言、投票，就很难做到公正。从不搭界的第三方那里找专家，就可以避免这些弊病，使评分准确服人，从而保证大考能产生积极效果，还能将评比的副作用降到最低。

现实情况下，无论新媒体还是传统媒体，经济压力都很大，重视经营理所应当。但越是在这种时候，越要守住自己的底线。因为我们是媒体，新闻业务是我们的立身之本，受众满意是我们的成事之基。把“根本”与“基础”丢了，生存同样会发生问题。

下“笨功夫”“苦功夫”攻克深度贫困

新华时评

晏国政

习近平总书记对深度贫困地区脱贫攻坚座谈会上的讲话中强调，攻克深度贫困堡垒，是打赢脱贫攻坚战必须完成的任务，全党同志务必共同努力。

这是以习近平同志为核心的党中央为核心的党中央下达的向深度贫困进军的总攻令，表明脱贫攻坚进入了攻坚中之坚的决战阶段。全社会需要以更大决心、更强举措合力攻坚，确保深度贫困地区和贫困群众同全国人民一道如期进入全面小康。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视扶贫工作，全党全社会积极行动，脱贫攻坚取得显著成效。然而，在不少自然条件恶劣的地方，很多贫困群众仍住在没有保障的土房里，吃饭靠天收、挣钱无门路，有的生活仅靠救济，有的身患大病一贫如洗。类似的深度贫困现象，成为当前脱贫攻坚工作的重中之重、坚中之坚。

习近平总书记为解决深度贫困问题开出了合理确定脱贫目

标、加大投入支持力度、集中优势兵力打攻坚战、区域发展必须围绕精准扶贫发力、加大各方帮扶力度、加大内生动力培育力度、加大组织领导力度、加强督查督办等八剂“药方”，为攻克深度贫困提供了基本遵循。

各地应按照习近平总书记的要求，聚焦问题，分析原因，寻找解决途径。各级领导干部和帮扶力量要真正沉下心来，下“笨功夫”“苦功夫”，扑下身子深入基层找准致贫原因，结合突出问题对症下药，要着重破解易地扶贫、支出型贫困、贫困代际传递等深度贫困新难题。

脱贫攻坚终究要靠贫困群众自身的力量，对深度贫困地区和贫困群众而言尤其如此。各地在攻坚深度贫困过程中，不能为了完成脱贫指标而“干部干、群众看”，忽视调动贫困群众积极性，要重视扶贫与扶智、扶志相结合，大力培育贫困地区和贫困群众内生动力，引导贫困地区群众和党中央一起“撸起袖子加油干”。

脱贫攻坚本来就是一场硬仗，而深度贫困地区脱贫攻坚是这场硬仗中之坚的硬仗。随着全面建成小康社会目标日渐临近，各级党委政府对深度贫困地区脱贫，要有时不我待的紧迫感，勇于攻坚克难，务求决战决胜，如期完成脱贫攻坚任务。

(新华社太原9月6日电)

画里话外



据9月4日新华社报道：近日，央行等七部门联合发布公告称，任何组织和个人不得非法从事代币发行融资活动，各类代币发行融资活动应立即停止，已完成代币发行融资的组织和个人应当做出清退等安排。

代币发行融资是指融资主体通过代币的违规发售、流通，向投资者筹集比特币、以太币等所谓“虚拟货币”。代币或“虚拟货币”不具有与货币等同的法律地位，不能也不应作为货币在市场上流通使用。

话说虚拟币，近年炒作起。可惜终姓虚，难与真钱比。

别被概念迷，莫进骗局里。管控已着手，秩序重梳理。

郑晓华 崔莹 文作

炮轰“牛蛙战争”究竟在炮轰谁

冯海宁

开学之际，上海一位68岁退休教授撰写了一篇《牛蛙之殇》的文章，炮轰“幼升小牛蛙战争”，字字扎心。在上海有个说法：小孩考上上海四大民办小学，是牛蛙；没考上，是青蛙。为了备战“幼升小”，很多小孩从3岁开始，就被家长“打鸡血”，以便赢得这场“牛蛙战争”。该退休教授全家入一场耗资3年的“牛蛙战争”，却以失败告终（9月6日《新华每日电讯》）。

这位退休教授所写的情况，既令人同情，也让人愤慨。同情是因为，为了让自己的孩子成为“牛蛙”，继而上了重点高中、进入名牌大学，从3岁开始的每一天，他家的孩子被家长用各种跨年龄层的知识填满了，结果孩子因患幼儿抽动症没能如愿，医生说这是由于长期压力导

致的病症。愤慨是因为，在这种“牛蛙战争”的背后，家长、学校、不均衡教育资源扮演了不光彩角色，起了反作用。

“望子成龙”是中国家长的普遍心理。家长希望孩子上好学校，出发点也没错。但为了孩子上好学校，很多家长既忽视了教育规律和孩子的承受力，也忽视了孩子的权利。对3岁到6岁孩子的教育，我国《幼儿园工作规程》要求“以游戏为基本活动”，即以“玩”为主。然而这位退休教授的外孙，承受的却是超负荷教育。孩子因“压”患病，“祸首”是家长。从这个角度而言，退休教授炮轰“牛蛙战争”，实际上是在炮轰自己以及类似的中国家长。事实证明，家长的攀比心理、“拔苗助长”等错误做法对孩子是一种伤害，而不是真正为孩子好。

其次，这位退休教授也是在炮轰上海四大民办小学。虽说民办小学有自主招生权，但《义务教育法》明确规定，“适龄儿童、少年免试入学”；各级教育部门也多次重申，公办、民办学校均不得采取考试方式选拔学生。然而，上海四大民办小学却实行考试入学。包括这位退休教授在内的很多家长，为了让孩子通过考试进入四大民办小学，不得不给孩子填充各种跨年龄层的知识。

这些学校除了考学生，还会“考”家长。比如，通过父母对体重的控制来看家庭的修养，通过父母的工作背景来看孩子未来的发展等，这种“考”的确很荒唐。今年5月，媒体就曾曝光过这种现象，上海市教委获悉后，曾给出4条处理意见，包括通报批评、追究责任、核减明年招生计划等。但这样

的处罚是否能遏制民办小学考学生、“考”家长呢？

同时，这位退休教授也在炮轰教育资源分配不公。在上海，从公立学校考上复旦这类名校的机会，基本被几所重点高中垄断。而这些重点高中的名额，又基本被几所民办小学的孩子“提前预定”。也就是说，孩子只有进入几所民办小学才有更大机会进入重点高中和名牌大学。可见，这几所民办小学及几所重点高中集中了上海的优质教育资源，迫使家长不得不参加“牛蛙战争”。

虽然民办小学占有优质教育资源是市场决定的，但其他公办小学、初中缺少优质教育资源，当地教育主管部门应反思。因此，笔者希望《牛蛙之殇》所涉及的问题，能引起教育主管部门高度重视，并下决心真正解决教育资源分配不公、义务教育违规招生等问题。

就该让“特供产品”从市场上销声匿迹

史洪举

工商总局等十部门近日印发《严肃查处虚假违法广告维护良好市场秩序工作方案》。方案指出，要切实加强对广告导向监管，继续严肃查处含有“特供”“专供”国家机关内容广告，严厉打击发布虚假违法广告行为（9月5日人民网）。

曾几何时，“专供”“特供”产品因其价格、渠道等的隐秘披上了一层神秘色彩，而今这些产品及类似广告成为被清理对象，不得不说是种进步。清理“特供产品”“专供产品”，不仅是遏制攀比之风、特权崇拜的需要，更是规范市场竞争秩序、维护消费者知情权等权利的必然措施。

易使公众对商品的质量或者产地产生误认的标志不得作为商标使用。根据广告法，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。广告内容不得使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象。而所谓的“特供产品”等广告用语显然带有欺骗性，容易使消费者产生误解，认为该产品是专供某某部门使用的，是质量的保证和身份的象征。只要稍加分析就可知道，这样的“特供产品”是不存在的。如果真是“特供产品”，即厂家为一些国家机关定作、定向供应的产品，则只能向该特定单位供应销售，不能流向市场。如果生产并面向市场销售“特供产品”，经营者将面临难以自证清白、左右为难的尴尬——既然是“特供产品”，为何会

流向市场？如果不是“特供”，为何又标示为“特供产品”并广告而告之？要知道，“特供产品”字样不得作为商标、商品标示和广告语，否则就涉嫌虚假广告和欺诈消费者，责任人不仅应该承担最高200万元罚款的行政处罚责任，还应该对消费者承担退一赔三乃至退一赔十的责任。

很多所谓的“特供产品”包装得非常高大上。殊不知，宣称“特供”于某些单位，等于擅自将该单位作为“代言人”来使用，是典型的“使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象”的违法广告。这既是对被冒名单位的名誉损害，也是对其他同类商家的不正当竞争，相当于无形中“贬低”其他商家，更是对消费者的欺骗。早在2008年，工商总局就发

文清理“特供产品”。此后，有关部门又多次开展严查、清理“特供产品”的专项行动。有业内专家称，市场上的“特供产品”“专供产品”绝大多数为假冒伪劣产品。可见，这些看似神秘兮兮实则假冒伪劣的“特供产品”根本就不该存在于商品市场。

对此，执法部门有必要切实行动，协同共治。一是直接将“特供产品”认定为假冒伪劣产品和虚假广告，依法对涉事者作出行政处罚。二是鼓励购买到此类产品的消费者依法索赔，让商家为其欺诈行为承担责任。三是要求电商尽到监管职责，及时屏蔽带有“特供”“专供”字样的产品信息。如此，才能让“特供产品”从市场上销声匿迹，还商家及消费者一个公平、诚信、法治、有序的市场环境。

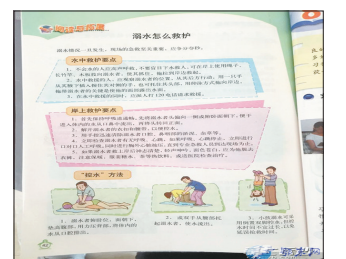
热点 @ 微评

本期主持：杨继学

据9月6日《北京青年报》报道：随着各高校陆续开始军训，内务检查中“把被子叠成‘豆腐块’”的要求，成为不少新生的挑战。在许多网购平台上，一种用密度板制作的“叠被神器”成为抢手货。卖家介绍，使用这类“神器”只需60秒钟就能把被子叠成“豆腐块”。

点评：人们常说军营是座炼炉，学生军训的目的，不仅是锻炼身体、培养能力，更能磨练意志、涵养精神，从而养成良好的工作生活作风，为将来的人生打下坚实的基础。因此，军训的每一个项目，应按要求不折不扣地完成。动歪心眼“走捷径”，说轻点，是对自己不负责；说重点，是对规则的藐视和不诚信的表现。

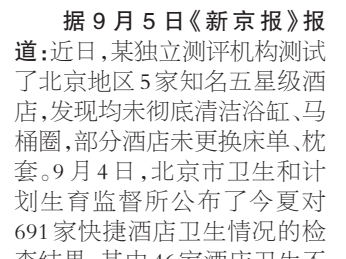
①打卡：如果让“叠被神器”介入，学生会失去动手体验的机会。
②乐凯大街：叠“豆腐块”有很多技巧，叠的过程也会让人有很多感悟。



据9月5日《长沙晚报》报道：9月4日，长沙市红十字会救护员罗格发现，湖南省义务教育地方课程实验教科书《生命与健康常识》关于“溺水怎么救护”的内容，其“控水”方法存在两处“致命错误”。教材编写方回应称，教科书的內容更新比社会知识要慢，修订时间“不好说”。

点评：教科书是学生获取知识的主要途径，学生对它往往笃信不疑，因此，教科书不仅是严肃的，更应是科学的。当然，再权威的出版物也难免出错，但教科书不同于一般出版物，发现了错误却不及时修订，难免误人子弟，危害性不可小觑。

①燃烧室：教科书编写必须十分严谨，不然逻辑就乱，成本太大了。
②郭汜：教科书专业知识的编写应该请相关专家审核。



据9月5日《新京报》报道：近日，某独立测评机构测试了北京地区5家知名五星级酒店，发现均未彻底清洁浴缸、马桶圈，部分酒店未更换床单、枕套。9月4日，北京市卫生和计划生育委员会公布了今夏对691家快捷酒店卫生情况的检查结果，其中46家酒店卫生不合格，大肠杆菌等超标问题比较突出，35家被罚款。

点评：做生意的，总想着利益最大化，在服务上“偷工减料”就成了商家的选择。但这种行为，普通消费者往往难以发现，也很难用脚投票。这就要求监管部门必须加大监督、惩处力度，通过制度化惩罚，倒逼商家恪守职业伦理，合法合规经营，保障消费者利益。

①疯狂飞轮：一天一换，不脏也洗，是不是不够环保？
②郑岛：价低的靠不住，价高的也不一定靠得住。



据9月5日《北京青年报》报道：日前，陕西省文物保护单位——榆林市定边县安边镇惠楼长城遗址遭当地村民破坏。有关部门责令当事人停止施工并恢复遗址周边原状，同时对当事人作出行政处罚5万元及警告的行政处罚。

点评：文物是不可再生资源，是全人类的共同财富，一旦遭遇破坏，花再大代价也难保文物原有的历史风貌和精髓。因此，对任何文物的保护不能寄望于“亡羊补牢”，而应更多事前防范。除了提高民众的文物保护意识，更需要管理部门乃至全社会创新思路、发挥合力。
①单极分裂：当地人天天见，可能并不把它当文物看。
②枫苓口服液：一般的老百姓谁知道文物的价值，职能部门应多宣传。