

■今日时评

让主流强音响彻新时代

中国记协党组成员、书记处书记 田俊荣

当前,互联网已成为新闻舆论工作的主战场。习近平总书记围绕掌握信息化条件下的舆论主导权作出一系列重要论述,党的二十届三中、四中全会对推进和深化主流媒体系统性变革、提高主流舆论引导能力作出战略部署。

在深化主流媒体系统性变革背景下,党报亟须打造坚守主流价值内核、适配互联网主战场传播,以理性表达、人文共情、可视化载体、高效率传播实现正能量、高质量、大流量相统一的“好评论”。中国记协坚持以业务引领业务、以变革推动变革,团结引领主流媒体探索评论创新工作,让主流强音响彻新时代。

改革“指挥棒”,优化评价体系。在中宣部有力指导下,今年我们对中国新闻奖奖项设置进行了较大幅度改革,对评论项目新增“积极回应关切,有效引导舆论”的要求。中国记协“我的代表作”栏目今年4月改版以来,评论类作品的投稿数量和上榜数量在各类别作品中均位居第二。

搭建“交流台”,夯实内容根基。我们建设“记者之家”大学堂金课体系、覆盖近30万名新闻工作者,发展中国记协“一网四号”传播矩阵、粉丝数从3年前的10万增长到目前的800万。通过这些平台,面向新闻界交流包括评论创作在内的经验体会。精心办好原创评论类栏目“钟记平”。

培养“优质IP(知名内容品牌)”,放大传播声量。党报评论要依托优质个人IP、栏目IP阐释政策、剖析热点。中国记协将启动主流媒体优质IP培养计划,首批已遴选出117个优质账号,其中相当部分是评论类账号。

划定“AI(人工智能)边界”,把准赋能尺度。好评论的核心要素——思想锐度与价值温度,无法被算法取代。AI是打造精品的“磨刀石”,但不是内容创作的“操刀者”。要划定“人机协同”边界,坚持主体性、维护原创性、遵循真实性、严守规范性,确保技术服务于内容而非主导内容。

来源:人民日报

别让缺斤短两砸了量贩零食的招牌

近期,赵一鸣、好想来等头部量贩零食品牌接连陷入缺斤短两争议。对此,内蒙古包头、山西运城、江苏盐城等多地市场监管局接连出手,紧盯连锁零食门店,开展计量专项整治,对缺斤短两违法行为重拳亮剑。(据新京报网9月7日报道)

量贩零食靠平价走量、凭口碑出圈,根基是消费者信任。缺斤短两,贪的是蝇头小利,毁的是行业信誉。唯有守住诚信,做到货真价实,行业才能走稳走远。(廖卫芳 文/沈海涛 图)



■画中说

移风易俗,重在新事新办

□李平

乡村移风易俗,难在何处?人情、仪式、面子,是乡土社会的“刚需”。旧形式被一纸禁令取消,但需求不会消失,随时可能换壳回潮。基于这一实际,许多地方开始创新举措,把“疏堵并举”往前推一步,不仅规定哪些不能办,而且在新事新办中涵养新风新俗。

贵州黔东南苗族侗族自治州在村寨推广“合约食堂”,承办村民宴席,设定标准、统一管理,省时省心还省钱,有村民表示光烟酒就节约数千元。安徽凤阳县卸店村推出“美德存折”,红白事简办记正分、大操大办则扣分,积分可兑换生活用品,助“要我改”变“我要改”。广东高州市自2014年倡导“有喜事来种树”,将“人情消费”转为“生态投资”。

这些举措的共同之处,不在于“管得更严”,而在于重新设计了乡村仪式“供应链”。群众要的“隆重感”没有被取消,只是从“比金额、比铺张”变成了“比体面、比文明”,从中还可以得实惠。深化移风易俗,如果只做“堵”的文章,缺乏“疏”的功夫,没有提供新形式、没有抓住关键群体,结果必定是墙上村规年年换、酒席排场照旧开。

移风易俗,关键在于把新场景搭起来、新里子立起来、新实惠给到位。推动新事新办,新风自能从墙上走进心里。来源:人民日报

“喜事服务包”是倡导新风好举措

□孙建国

山东省青岛市城阳区推出“喜事服务包”,新人只需提前预约,就可以享受社区电子屏播放婚纱照、制作海报等服务。除了这些,结婚那天,秩序引导、饺子宴、锣鼓助兴,一整套服务也全都免费。如今,“喜事服务包”已服务新人超千对。(据《光明日报》9月8日报道)

婚嫁是人生大事,讲究体面无可厚非。但一些地方高额彩礼、大操大办依然盛行,不仅加重家庭经济负担,更扭曲婚恋观念。“喜事服务包”的可贵之处,在于以柔性服务破除陈规陋习,而非简单、生硬地进行限制。这一做法既尊重了群众对婚礼仪式感的需求,保留了婚嫁的喜悦氛

围,又通过普惠性公共服务,大幅降低了办喜事的经济成本,让新人及其家庭不用重金铺张就能拥有庄重温馨、值得铭记的婚礼体验,也让文明新风可感、可及、可行。

推动婚俗改革,是回应群众关切的民生实事,也是涵养文明新风的必然要求。风俗之变,非一日之功;文明养成,重在久久为功。“喜事服务包”为婚嫁“减负”,是倡导新风好举措。期待更多地方借鉴推广此类惠民举措,立足群众实际需求,做实便民服务、厚植文明新风,多措并举引导群众转变观念,让简约、真诚的理念深入人心,让喜事回归幸福与美满的本质。来源:河北日报

