

人民日报评陈永洲事件：

# 有职业操守才有媒体公信

记者节临近。

接连几日，围绕着新快报和这家报纸记者陈永洲的风波，引发社会的广泛关注，关于媒体道德的揶揄段子在民间瞬间流行，不断加剧着中国新闻人的内心憾恨。诚然，案件仍在审理，一切还未尘埃落定，但这并不妨碍我们对媒体责任的体认、对职业操守的反思。这样的一个事件，将一道考题如此沉重地摆到了新闻从业者的面前：我们正处于怎样的历史方位，面临何种时代挑战，担负什么社会期许，又被赋予了哪些使命？我们该如何铸造铁肩，担负起时代的道义？

人们最为关切的其实是：转型期的中国，面对错综复杂的生存环境，新闻人何以立足、如何自处、怎样作为？当十八大报告将舆论监督与党内监督、民主监督、法律监督并列，提升到新的高度，我们的舆论监督生态是否健康，我们的媒体从业者能否当得起这份信任？

对任何一个追求文明进步、民主法治的国家来说，新闻媒体的作用不可小看。它们客观公正的报道、抑恶扬善的定位，是公众利益的守护者，是为社会导航的瞭望哨、雷达监测仪。锋芒锐利的舆论监督，每每刺穿社会的脓疮，成为推动社会进步的重要力量。

行进在现代化历程中的当代中国，一样对媒体监督的社会功效，有着生动而丰富的揭示。正是记者调查揭开了“孙志刚之死”的谜团，引发全社会反思，推动了收容制度最终废除；正是媒体坚决不为私利所诱、秉持正义良知，“封口费”最终没能封住山西繁峙矿难的真相，也催生了一场新闻行业的清理门户行动；正是财经媒体独立、

专业的报道，令基金黑幕大白于公众，迎来了证券基金市场的行业整治；正因有对“被精神病”现象的不断批评监督，推动了“精神卫生法”有关条文对这一现象的关切……对于那些坚持新闻理想、职业操守的媒体和记者编辑来说，这份职责，神圣而崇高；这种奉献，虽九死而不悔。

社会转型的特殊阶段，利益关系的深刻调整，一方面令媒体的作用日益增大，另一方面也让媒体人“节操失守”的风险增大。允中守直的媒体风骨，时常被无孔不入的名缰利锁绑架。尚不健全的法治精神、市场精神，各种失范、失序、失德的现象，前所未有的考验着新闻人的良知与操守。一些媒体从业者以舆论监督之名，行要挟逐利之实，把媒体平台当成谋取个人和小团体利益的私器。一些利益集团，千方百计阻挠新闻舆论监督，以各种收买笼络、威逼恐吓甚至是挖设陷阱的手段，试图“摆平”一些意志薄弱的媒体或记者。一些企业在恶性市场竞争中，变相供养记者，污染媒体环境，推促一些传媒机构走向堕落……凡此种种，不仅败坏了媒体声誉，也使舆论监督“污名化”，严重削弱了社会公众对媒体舆论的信任，是新闻事业健康发展的毒药。正如老新闻工作者指出的，今天的媒体人，本着富贵不能淫、威武不能屈、贫贱不能移的操守，坚持真理，实在非常重要。

100年前，一位著名报人说：一个愤世嫉俗、唯利是图、蛊惑民心的媒体，最终会制造出像自己一样卑劣的民众。两年前，《世界新闻报》因严重违反新闻操守而遭到同行与公众的“零容忍”，停刊。

## 各方观点

**段万金律师：**警方涉嫌侵犯陈“任何人不得被强迫证明自己有罪”的权利；只有法院判决有权认定被告有罪，央视不能超越法律道德审判；只有口供不能定罪；陈在央视供述只能说明过失不能认定捏造；关注警方程序是否合法、央视操守比陈是否有罪更重要。

**共识网：**如果说长沙警方成了中联重科的家丁，那么，央视就是长沙警方的美容师。

**中国公共关系网17PR：**用“五味杂陈”来形容企业公关圈和媒体圈对这个事件的感受，似乎是比较恰当的。

**齐鲁时评：**所有媒体都应当从这一事件中吸取深刻教训，不仅要对旗下的记者关心和信任，支持记者履行正常采访尤其是批评报道的正义监督，更要强化对记者的自律和素质教育，对涉及商业利益的批评报道一定要慎之又慎。

新快报在为陈永洲鸣冤叫屈的声明中，用到两句古诗：“养活一团春意思，撑起两根穷骨头”。如今这两句诗，成了对作虚假报道、行新闻敲诈者的一种反讽。但诗的本意



东方IC

是不错的：新闻界尤须铭记自身使命、恪守职业操守，清理门户、整肃力量。如此，才守得住铁肩道义的媒体风骨，当得起时代赋予的庄严使命。

据人民日报

## 人大校内开豪华俄式餐厅



## 两人一餐吃掉半月伙食费

不久前，一组豪华西餐厅的照片在网络上流传开来，这组照片据称是开在中国人民大学内的一家俄式餐厅，被网友大呼“高端大气上档次”，“人大真土豪”！引来很多人围观。周末，这家餐厅已经开业，记者前往探访发现，该餐厅是由人民大学老教工食堂改造而成。这是一排低矮的房子，看上去十分复古。餐厅有两个大门，一个是“1958餐厅”的正门，一个是“1958甜品”的门店。

记者翻看菜单发现，服务员主推的焗蜗牛随香草法棍为98元，各种牛

排从80多元到150多元不等，两人吃一餐的花费在300元左右。而据公共管理学院的陈同学说，她一个月在食堂的花费能控制在400元以内，如此看来，“1958餐厅”的消费标准对于基本没有工作收入的学生而言的确价格不菲，吃一顿差不多半个月的伙食费。

即便是价格不菲，到了晚餐时间，这间俄式西餐厅里依然是食客满座。四位正在切红酒牛排的大学生告诉记者，八十几块一份牛排的价格他们还可以承受，“又不是经常吃，偶尔来尝鲜还是可以的。”据北京青年报

药店卖奶粉被指便利性有所欠缺  
未来或网上下单

没有赠品、退货不便捷，也做不到像药品一样24小时销售……婴幼儿配方奶粉上周六进入药店ATM机“自助”售卖后消费者反应平淡。记者了解到，除奶粉品质、价格与超市和网店相比没有差异和优势外，药店销售奶粉的便利性也有欠缺。“奶粉进药店”项目主导方国际贸易学会国际品牌管理中心表示，未来可考虑建立销售网站，消费者在网上先下订单，就近到药店自助取货。

此前奶粉企业曾向记者谈及药店售奶粉的一个优势，就是消费者能24小时自助购买，可临时解决奶粉之急。

记者从多家试点药店得知，虽然药店是24小时售药，对奶粉也是参照药品管理，可设在里面的奶粉ATM机需要消费者自己刷卡完成（夜间外人不能进入药店），所以还不能做到24小时售卖奶粉。另外，很多消费者觉得有些麻烦的是，一旦遇到奶粉质量问题，找卖奶粉的药店是不管用的，只能拨打运营商的客服电话，由他们来协调奶粉厂家鉴别处理。消费者胡女士说，“这比超市的程序要复杂一些，我在超市买，有问题肯定直接先找超市投诉”。

目前5家试点药店推出的促销，只有一个9折优惠，且1段奶粉还不享受折扣。“商超经常会有力度较大的促销并送赠品，药店却没有”，到永安堂买药看奶粉的吴女士说，她可能会考虑选择在更信任的药店买，但希望也能像超市一样，给一些小赠品。对此，奶粉售卖辅导员表示，如果有促销活动，会提前通知。

中国国际贸易学会国际品牌管理中心主任许京表示，目前“奶粉进药店”是测试阶段，最终确定消费者可以接受的价格，并试点封闭供货的方式。将来还会考虑建立销售网站，消费者可以在网上先下订单，到就近的药店自助取货的模式。

“我们希望‘奶粉进药店’最终实现三个目标，即药店的监管、母婴店的服务和电商的价格”，许京说，将逐步完善安全规范的封闭供应链体系，也接受社会监督，届时会邀请多方人士成立监督团，监督奶粉生产场地、供应链。

## 学校垄断经营 学生打砸食堂

24日，因不满校园管理及食堂高菜价，河北廊坊市东方大学城内的廊坊市东方职业技术学院的数百名学生，在学校以掀翻食堂桌椅等形式表达不满。廊坊市有关部门表示，经过做学生工作，这起事件大约经过2个小时后平息。目前，学校已成立以学生为主体的物价监管委员会，全程监管学生食堂及购物商品物价，并调整校园封闭时间。

根据该校官网介绍，今年上半年起，廊坊市东方职业技术学院实行准军事化管理，周一至周五校园实行门禁管理，周三下午以及周六全天开放。据廊坊市有关部门通报，24日上午9时左右，学校民航服务与旅游管理两个系60多名学生向学院反映食堂饭菜价格较高、供应热水系统改为刷卡消费、学校封闭管理、不许从外面订饭等问题，引发数百名学生以散步形式聚集，并在食堂掀翻部分桌椅。

廊坊市有关部门表示，一些学生对这种管理方式不满，部分辅导员工不到位，导致一些学生抵触情绪较为严重。“目前，学校已成立以学生为主体的物价监管委员会，全程监管学生食堂及购物商品物价，并调整校园封闭时间，同时恢复学生公寓热水供水系统。”

据新京报

## PPTV聚力引入苏宁、弘毅战略投资 打造视频全产业链

略资源，以及被投行业产业链，进一步提升PPTV聚力的市场竞争能力。

本次交易，苏宁投资2.5亿美元，占PPTV聚力44%比例，成为第一大股东，也是苏宁迄今为止最大的一笔战略投资。苏宁副董事长孙为民表示，“互联网零售与智能视频行业的结合将大大加快苏宁打造全渠道融合、全产品经营和全客群服务的云商模式。”苏宁曾于8月底发布“一体两翼互联网路线图”，而与PPTV聚力的合作正是这一路线图落地的最新举措。

孙为民介绍说，双方将加快进军方兴未艾的OTT领域，融合彼此的技术研发、内容运营能力与渠道优势、客户群体优势，为上游彩电厂商

和内容供应商搭建开放的技术平台、海量的内容产品平台和丰富的视频应用平台，建立从研发生产、流通渠道、内容供应到用户体验的OTT领域首个完整的产业链条。而苏宁每年超过1000万台电视的巨大销售量也将为OTT业务发展提供有力的保障。

苏宁的互联网战略中已经明确了要从实体商品向内容商品、服务商品拓展的全品类战略，而数字内容产品就是其中一个重要的领域。合作之后，苏宁将通过自主采购、对PPTV聚力持续投资的方式，以及借力弘毅在文化领域的被投企业资源，提高对版权内容的整合能力，为苏宁的用户提供更为丰富的影视体育综艺等内

容产品和消费体验。

针对此次交易，孙为民表示，与PPTV聚力的合作是苏宁互联网路线图的一次完整实践，有助于苏宁抢占互联网的多屏入口，丰富数字内容产品经营，打造全新的互动购物体验，成为苏宁互联网零售战略发展的新的支撑点，并在市场竞争中获得庞大的优质客户群体。

据悉，在即将开始的苏宁首届O2O购物节上，双方将就以上的战略方向开展合作，包括4天的店面视频互动直播团购，市场推广的双向引流，以及联合开展购彩电即送机顶盒的“客厅风暴行动”。与此同时，双方下一步的深度整合正在全面规划之中。（吴光军）