

发挥全媒优势 塑造区域品牌

——以“朔州品牌之光”全媒推广创建示范活动为例

□赵志斌

媒体深度融合要打造具有主流媒体影响力的传播品牌,产业健康发展要打造具有核心竞争力的产业品牌,从这个意义上来说,媒体深度融合与产业健康发展具有相同的追求,那就是塑造品牌。朔州市融媒体中心策划开展的“朔州品牌之光”全媒推广创建活动,并于三月进行了首场全媒专场推广活动。通过“朔州品牌之光”全媒推广创建活动,打通了主流媒体与产业发展之间的内在逻辑,产业品牌有了面向全网的品牌窗口,全媒推广增强了“朔字号”的影响力,形成了较好的社会影响,走出了双赢的路径。

一、朔州品牌,酒香是否怕巷子深?

党的十八大以来,是砥砺奋进的十年,是深化改革创新的十年,更是我市地方企业发展突飞猛进的十年。在政策、市场的竞相推动下,全市经济社会发展取得新的历史性突破,经济运行总体平稳,经济结构持续优化,经济实力、科技实力、综合国力和人民生活水平跃上新的台阶。这十年,我们始终以“政府引导、企业自愿、社会参与、市场运作”模式,通过“高标准+严认证+强监管”管理机制,把品牌建设纳入企业发展战略规划和地方经济发展总体规划中,一大批“朔州制造”的自主品牌在市场竞争中脱颖而出,成为带动各行业的龙头和消费者满意的品牌。

特别是围绕小杂粮、干鲜果、畜产品、中药材、药茶等特色产业,我市抓好区域特色优势农产品认证,大力发展无公害、绿色、有机农产品和地理标志农产品认证,积极开展国家和省级“三品一标”示范基地创建,通过自主创新、品牌经营、商标注册、专利申请等手段,打造更多具有知名度、美誉度的朔州品牌。目前,全市新注册商标1442件,增长56%,有效注册量达到6249件;三种专利有效量192件,其中有效发明专利166件。“怀仁陶器”成为朔州市第一个国家地理标志保护产品,“怀仁绿豆”“怀仁羔羊肉”地理标志保护产品分别通过了国家知识产权局技术审查和初审;“右玉土豆”正式上报地理标志证明商标,“右玉沙棘”“山阴小米”地理标志证明商标有望近期申报。右玉羊肉、应县青椒与胡萝卜、平鲁区红山荞麦等7个农畜产品荣获国家地理标志。

可以说,朔州有着品质过硬、类别丰富的品牌产品,然而,朔州品牌普遍缺乏系统宣传投入与维护投入,地域性较强,对外覆盖与辐射较差,品牌拉动力量尚未形成,品牌尚未形成有效软实力。究其原因,是朔州企业普遍持有“酒香不怕巷子深”的传统观念,严重影响了品牌的增值。

二、主流媒体,店大是否可以懒运营?

一方面是产业品牌整体对外覆盖与辐射较差,另一方面,区域性主流媒体的品牌意识也有待提高。

近年来,传统媒体整体收益持续下跌不外以下原因:

1、广告市场的下滑:随着新媒体的崛起和技术的发展,广告市场的格局正在发生变化,传统媒体的广告收入开始下滑。尤其是在疫情期间,许多企业缩减广告支出,使传媒收入下降。

2、内容创作成本高昂:随着传媒行业的竞争越来越激烈,内容创作的成本也越来越高。这导致了传统媒体的成本过高,难以盈利。

3、用户需求的变化:随着社交媒体和移动应用的流行,观众对于媒体的需求也在发生变化。年轻一代更倾向于使用各种社交媒体来获取信息和娱乐,而传统媒体的受众逐步缩小。

4、技术的发展:随着移动互联网技术的发展,观看视频、阅读新闻等传统媒体方式正在被替代。传统媒体需要不断更新技术并提供新的服务来满足用户需求。

总之,传媒持续大跌和广告市场下滑、内容创作成本高昂、用户需求变化以及技术发展等因素密切相关。主流媒体需要不断改进自身,适应新时代的发展趋势,以保持竞争力并实现可持续盈利。

目前,主流媒体的深度融合已经向

先进技术与成熟硬件转型,但不可忽视的是,在传媒品牌打造上,主流媒体的意识同样较为固化,也存在着“独家买卖”思维,尚未形成具有高辨识度、高依赖度的文化品牌与产品品牌,服务意识与运营意识尚待加强。

三、品牌之光,携手是否可以换双赢?

实施质量强市战略,事关朔州“两个转型”发展大局。实施品牌拉动战略,对于创优营商环境同样具有现实意义。

立足主流媒体深度融合发展的时代命题,市融媒体中心积极破题,寻找牵一发而动全身的融合发力点,适时推出“朔州品牌之光”全媒推广创建活动。

主流媒体为朔州品牌提供媒介宣传、电商直播、商业策划、短视频推广一站式服务,依托融媒矩阵效应,短视频运营、直播电商培育、品牌孵化加速器四大动力,形成产业发力点,创新融合业态,为增强朔州品牌影响力提供有力助推。

目前,“朔州品牌之光”全媒推广创新活动已经开展近百场,随着活动的深入开展,以市融媒体中心自有平台为主阵地,带动了“朔州智慧通”手机客户端、广播频率节目的活化,进而辐射抖音快手等外部平台,朔州富硒小米、红山荞麦、沙棘汁等一批朔州特色产品向全网推荐。“朔州品牌之光”全媒推广创新活动还与新疆阿克苏广播频率联手,实现了推广跨地域优质产品。

四、蓄势发力,热闹能否成为新常态?

2023年5月,俞敏洪亲自带队东方甄选团队,历时一周,带领全国网友沉浸式“游历”世界文化遗产云冈石窟、“悬空千年的建筑传奇”的悬空寺、与比萨斜塔比肩的应县木塔、中国佛教第一山之称的五台山,将商业直播与文化传承相结合,在山西上演了一场商业与文化碰撞的好戏。

此次东方甄选山西行带来了多方共赢的盛况:山西文化出圈,特产纷纷爆单,掀起文旅热潮;粉丝在观看直播、购物中得到了文化熏陶,双方皆大欢喜。事实上,东方甄选正在引领一种全新的商业文化模式。

据《山西经济日报》介绍:5月20日,直播整整18小时的“东方甄选山西行”山西好物专场,让山西火遍全网。这一天,现场人山人海,热情的“山西丈母娘们”陪伴主播至下播;这一天,看直播的全国网友疯狂刷屏,以点赞留言和闭眼下单支持山西;这一天,主流媒体和自媒体无比活跃,看不尽的直播片段,刷不完的幕后花絮;这一天,短视频播放量达3亿,超2400万人次通过直播观看,100多种山西特产几乎售罄,全场销售额突破7500万元,订单数超130万单。骄人的直播成绩让山西沸腾,让全网沸腾。

面对此情此景,其实给传媒人带来的思考远不止“热闹”二字。

外行看“热闹”,“热闹”背后是东方甄选的品牌运营、团队合作、产品营销、渠道打通等方面的“门道”。与之相比,“朔州品牌之光”可以说是萤火之光。仅以光亮程度而言,我们似乎毫无存在必要。但是,真的如此吗?

东方甄选能否天天关注山西?东方甄选能否日日带你飞?恐怕不能。东方甄选不能做的事情,恰恰就是地方主流媒体应该做、必须做的事情。

按照《山西省加快推进媒体融合发展实施方案》和《朔州市加快推进媒体深度融合发展实施方案》,市级主流媒体要加快推进内容生产供给侧结构性改革,更加注重网络内容建设,综合运用全媒体方式、大众化语言、艺术化形式制作新闻产品,加大音视频内容供给,多生产短视频、微电影、公益广告、海报图片、有声新闻等产品,打造更多群众喜爱、刷屏热传的作品。

下一步,“朔州品牌之光”还需要继续秉承品牌理念,加强品牌升级、品牌全网推广,推动朔州品牌迈向更广阔的市场,在激烈的市场竞争中实现长足发展。与此同时,借鉴东方甄选的先进经验,聚合非遗传承人、带货主播的力量,以“文化带货”打造“内容电商”,将“热闹”变为常态,把“流量”转化为“留量”,真正找到市级主流媒体的“流量密码”。(作者单位:市融媒体中心)

传承劳模精神是推动企业高质量发展的可靠保证

□赵丹

职工的进步离不开企业高质量发展,只有职工的成长才能带动企业全面创新发展,而企业的高质量发展又给职工提供价值体现的良好平台,相辅相成。劳模作为企业的一个群体强有力地推动了企业的高质量发展,这是因为

劳模精神始终是时代进步的光辉旗帜,弘扬劳模精神就是弘扬时代主旋律,我们要让劳模成为时代的精神符号,社会的中坚力量和激励群众前进的榜样,奏出这个时代进步的最强音。

一、劳模要做企业改革发展大潮的践行者、参与者

企业的高质量发展离不开组建一支高质量人才队伍,我们要建立内外交流通道,互相学习、加强联动,构建学习型团队、培养高质量人才队伍,成为模范,成为指引。劳模要在工作中继续保持严谨敬业的工匠精神,牢固树立主人翁意识,立足自身岗位,充分调动工作热情,挖掘自身潜力,以更高的格局和更饱满的热情投入到企业改革发展大潮中来,共同推动企业实现高质量发展。一要主动融入企业改革发展大局。要继续发扬艰苦奋斗的精神和顽强拼搏的作风,自觉地做企业改革发展大潮中的践行者、参与者。二要提升自身素质。勤于学习、善于积累、注重创新,把学习作为立身立业之本。不断自我加压、勇毅争先创优,与强者为伍,激发最大潜能,不断提高工作质量和效率。要主动帮助基层解决安全生产经营中的棘手问题,薪火相传,做到技术“不断档”“绝技”不失传,以“不做盆景做森林”的思想境界带领团队共同发展、共同进步。三要做好团队精神的培育。要有大格局的境界和胸怀在各行各业形成“头雁效应”“劳模工匠效应”,在工作中善于发现人才,培养人才,大胆使用人才。四要不断锤炼作风。“不忘初心、牢记使命”有担当,有作为;始终坚持谦虚谨慎、艰苦奋斗的工作作风,发扬吃苦耐劳、任劳任怨的奉献精神,影响和带动广大职工建功立业。

二、把劳模精神有机融入企业文化中,发挥灯塔效应

当前,“流量明星”成为一些年轻职工追捧的对象,形成一股“饭圈文化”,他们通过包装自己,博人眼球,引流“圈粉”,迅速成为“网红”,以实现快速发财的目的,这类现象必须引起我们的高度关注。而许多事实证明,缺乏内涵的“网红”就像昙花一现,与其费力争当不切实际的“流量网红”,不如踏踏实实做一个“行业网红”,让自己成为行业状元和优秀技能人才。要大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,宣传劳模的精神品质、人格魅力,激发职工群众向劳模看齐,争当劳模的信心。开展劳模事迹宣讲活动,号召职工广泛学习他们坚守岗位、以矿厂为家的敬业精神。组织开展劳模爱岗敬业漫画展、演讲比赛等,开设《爱岗敬业》短视频栏目,引导全员珍惜岗位、知责思为,形成“人人参与、个个响应、全员进步”的良好局面。二要充分发挥劳模在传承技艺、创新攻关、“传帮带”的示范引领作用,不遗余力、毫无保留传授业务技能和经验,培养出一支具有高素质和技术型、技能型、

三、企业高质量发展必须有爱岗敬业做保证

企业的高质量发展离不开一代代职工的艰苦奋斗,更离不开一批批爱岗敬业、甘于奉献的模范先进。笔者在基层调研时发现有的职工开始“躺平”了,工作上追求“过得去就可以了”,业务上“完成基本任务就行了”,这样的心态不仅在普通职工中存在,个别党员干部也有这样的思想,这对于我们建设世界一流现代化能源企业集团的目标是不利的,必须加以引导。爱岗敬业不仅是企业每位干部职工的价值观,还是传承劳模精神的根本保证,没有爱岗敬业就不会有劳模,也不会有劳模精神,更谈不上企业的高质量发展,职工也就失去了体现个人价值的舞台。

由此可见,每位职工在工作中都要始终保持一种爱岗敬业、争创一流的态度,牢记使命任务,精益求精完成好本职工作。一要继续保持艰苦奋斗,改革创新的工作作风。要从企业发展大局和个人前程的角度去思考问题,提高管理水平,改进操作技术,以高效率为企业节省成本,在成就企业的同时也就成就了自己。二是立足市场化、职业化岗位要求,根据企业发展规划和个人成长成才规划,转变思维方式,扎实工作作风,从本职岗位做起,将爱岗敬业的职业精神融入到本职岗位的血脉中,全力支援项目建设,生动践行“企业爱心洒职工,职工忠心献企业”的新型劳动关系。争做艰苦奋斗、改革创新的时代典范,为推动企业高质量发展作出贡献。

弘扬、传承劳模精神,进一步激励广大劳模和技能人才切实增强荣誉感、使命感、责任感、归属感,充分发挥示范引领、辐射带动、建功立业的积极作用,团结引导广大职工为企业高质量发展贡献智慧和力量。(作者单位:晋能控股煤业集团地煤公司姜家湾煤矿)

浅谈新闻记者的采访技巧

□李晶

人们常说新闻是跑出来的,好的新闻作品“七分采访三分写作”。采访能力是作为一个新闻记者的必备能力。在短时间内与采访对象建立信任关系,拉近与被采访者之间的距离,采集到有价值的新闻线索和事实,记者需要掌握一定的采访技巧,确保采访获得成功。笔者在新闻采访实践中总结出以下几条经验,分享以供参考。

俗话说:“知己知彼,百战百胜”。记者采访前要了解新闻事件的背景和概况,针对采访对象进行全面了解,搜集相关资料,包括受访者的生活习惯、兴趣爱好、采访重点和目的等,这样才能保证在采访过程中可以迅速抓住采访的切入点,获取重要信息。记者在了解基础上可以列个采访提纲,跟采访对象交谈时方可心中有数,游刃有余。

记者是采访过程中的主体角色,必须要通过主动的谈话来从采访对象那里获取信息,所以,记者在采访中应重视提问技巧。好的提问技巧能帮助记者迅速获得重要信息,达到采访的目的。

一、提问要循序渐进

记者在采访时,和被采访人大大都是初次见面,多多少有些陌生感。这时就需要记者巧妙地把“破冰”,用一些简单的家常话迅速打破初见面对面的尴尬,拉近和被采访人的关系,让对方放下警惕,积极配合记者的采访。如果记者一见到被采访人就问十分宏大抽象的问题,大多数人一时间是很难回答上来的。记者在和采访对象交流时,应切忌说一些大而空的话,多说一些老百姓听得懂的家常话,什么是百姓听得懂的家常话,就是要说他们熟悉的人和事,他们能够接得上话的一些话题。待对方的话匣子打开后,再逐渐深入提问自己想要的问题,采访往往会取得成功。

如果记者采访的对象是受过高等教育的知识分子,或者经常与媒体打交道、能言善辩的人,那么采访就相对容易些。如果是生活在田间地头或工厂车间的广大劳动者,他们相对来说不太擅长表达自我,这个时候更需要记者耐心引导,循序渐进地进行提问。例如,笔者曾采访过一次“泥瓦匠劳动技能大赛”,比赛中,需要采访一

创新型年轻优秀人才,让晋能控股的事业在一茬又一茬、一代又一代中传承发扬。三要搭建好各类劳模培养平台,创造管理、技术、技能三个职业晋升空间,让劳模有名有利,营造尊重劳模、宣传劳模、人人羡慕劳模、争当劳模的浓厚氛围,着力打造独具晋能控股特色的劳模服务品牌,把劳模精神有机融入企业文化中,发挥灯塔效应。而广大劳模要珍惜国家、企业给予的荣誉,不负企业的关怀和培养、组织寄予的期望,始终成为劳模精神、工匠精神的传承者、践行者,以新担当、新作为创造出新业绩,在建设世界一流现代化能源企业集团中发挥引领示范作用。

二、企业高质量发展必须有爱岗敬业做保证

企业的高质量发展离不开一代代职工的艰苦奋斗,更离不开一批批爱岗敬业、甘于奉献的模范先进。笔者在基层调研时发现有的职工开始“躺平”了,工作上追求“过得去就可以了”,业务上“完成基本任务就行了”,这样的心态不仅在普通职工中存在,个别党员干部也有这样的思想,这对于我们建设世界一流现代化能源企业集团的目标是不利的,必须加以引导。爱岗敬业不仅是企业每位干部职工的价值观,还是传承劳模精神的根本保证,没有爱岗敬业就不会有劳模,也不会有劳模精神,更谈不上企业的高质量发展,职工也就失去了体现个人价值的舞台。

由此可见,每位职工在工作中都要始终保持一种爱岗敬业、争创一流的态度,牢记使命任务,精益求精完成好本职工作。一要继续保持艰苦奋斗,改革创新的工作作风。要从企业发展大局和个人前程的角度去思考问题,提高管理水平,改进操作技术,以高效率为企业节省成本,在成就企业的同时也就成就了自己。二是立足市场化、职业化岗位要求,根据企业发展规划和个人成长成才规划,转变思维方式,扎实工作作风,从本职岗位做起,将爱岗敬业的职业精神融入到本职岗位的血脉中,全力支援项目建设,生动践行“企业爱心洒职工,职工忠心献企业”的新型劳动关系。争做艰苦奋斗、改革创新的时代典范,为推动企业高质量发展作出贡献。

弘扬、传承劳模精神,进一步激励广大劳模和技能人才切实增强荣誉感、使命感、责任感、归属感,充分发挥示范引领、辐射带动、建功立业的积极作用,团结引导广大职工为企业高质量发展贡献智慧和力量。(作者单位:晋能控股煤业集团地煤公司姜家湾煤矿)

户、养殖场养殖户、土特产公司负责人等等时,他们在涉及到收益时,往往不愿意说,问其原因,原来是担心别人知道收益后,就会和他们一起竞争,所以他们一般不说,或者把收益往少说,这些都对记者采访报道造成困扰。这时就要根据报道的需要,要么不去触及被采访者的“顾忌”,要么经过合理疏导,让他们放下心理包袱,心甘情愿地说真话。

四、彰显人文关怀

很多时候,记者不能为采访而采访,记者不能为了完成自己的采访任务,不顾及被采访人的感受。更不能在采访报道后给被采访人造成心理负担。在采访活动中,如何判断哪些话题可以提,哪些不可以,就十分考验记者的人文素养了。

记者不能把自己的思维仅仅局限在新闻报道上,应深入广大群众中了解民生疾苦。记者在和一些基层群众打交道时,也要了解他们的实际情况,不能拿着一些文件不顾实际情况苛责被采访人,要多一些人文关怀,多一些包容理解。

在脱贫攻坚阶段,笔者经常去农村对脱贫户进行采访,一般都是由村干部或者扶贫干部带领记者前去。经常会发现不少脱贫户不愿意配合采访,后来经过打听才明白,原来是这些脱贫户担心接受了记者采访后,让村

里人知道他们已经脱贫致富了,从而失去了国家给予脱贫户在医疗、教育、就业等方面的补贴。其实国家对贫困户实行摘帽不摘帮扶政策。后来笔者跟他们真诚沟通,他们也放下了心理包袱,积极配合笔者采访了。不仅如此,随着农民生活水平的提高,很多曾经的贫困户主动要求退出贫困户,有的甚至还用好自己的劳动所得在疫情期间捐款捐物呢,真是一种可喜的变化。由此可见,在基层采访遇到阻力时,不要一味指责对方,要真诚和对方沟通,将心比心地交流,或许彼此还能成为知心朋友呢。这就是记者人文关怀的魅力。

记者在采访中获得大量素材,采访后应及时将这些素材进行整理。有些信息记者在采访现场可以用笔、摄像机等设备记录下来,但不少信息保存在记者脑海中,记者要趁着采访记忆犹新的时候,及时将这些信息总结归类,围绕主题安排各类素材,进而组织成稿,将自己的逻辑思路清晰展现出来。

采访作为记者职业活动中最重要的环节之一,需要讲究技巧和方式方法。一名优秀的记者,要运用好采访技巧,不断增强自己的新闻捕捉能力和思考能力,争取采访到真正具有新闻价值的材料,写出无愧于时代和人民的新闻作品。

(作者单位:市融媒体中心)

电视新闻播音的创作分析

□张晓婷

播音是指播音员和节目主持人运用有声语言和副语言,通过广播电视进行传播信息的创作性活动。播音员主持人在任何播音中所占的位置都是非常重要的,播音员播报的风格、技巧以及情感把握会直接关系到一档节目的播出质量。

电视新闻播音是电视新闻工作中的重要一环,电视新闻节目的效果受播音员水平高低的影响。而播音员的再创作是展现播音主持艺术的重要部分,可以提升电视新闻节目的传播效果和影响力。如何提升新闻质量和水平,这就要求播音员要有认识 and 把握电视新闻播音这个特殊的过程及再创作的过程。在播报前播音员应当对新闻信息进行全面深入的剖析,更好地进行电视新闻播音再创作。

电视新闻播音的再创作是相对于记者采编新闻稿件而言的,不论是从播音员与新闻稿件的关系来说,还是从播音员和观众的关系来说,播音都属于一个再创作的过程。播音员在新闻节目中一向都给人以严谨、严肃的形象出现,而在新闻播音中,往往又会有许多情感的表达和流露,这就使得播音员不仅需要到新闻事实进行客观报道,更需要有自己适度的情感去传达,特别是在民生新闻播报中,如何体现民情,这就更加考验播音员对情感的把握了。

新闻的再创作可提升电视新闻播音的温度,在电视新闻播音中播音员扮演着新闻信息串联者、播报者的角色,依照新闻稿件原本史料尽管可避免发生差错,但缺乏温度的新闻播报是很难收获理想的新闻传播效果的。为调动起观众观看的积极性,提高观众对新闻节目的关注度,同时在看节目时产生情感共鸣,播音员的再创作显得尤为重要。

新闻播音要求客观、公正的报道,播音员需要正确的把握情感,所以对于播音员来说在情感的运用方面是有一定难度的。怎样才能既保证新闻节目的严肃性,同时又能够让观众感受到来自于播音员的情感传递,让新闻节目变得更有生命力,这是新闻播音中主持人需要掌握的重要技巧之一。

让新闻节目变得更有生命力,在播报中运用到情感应该适应节目的氛围,同时也要符合党和政府的要求。新闻播音中的情感表达应该是来源于新闻稿件本身的,播音员在播报时,必须明确稿件的主旨和立意,只有这样播音员才能通过有声语言来生动形象地传播信息,并从中恰当地把握自身的情感运用,新闻播音员在播报新闻时的情感切记不能掺杂自己的好恶。同时播音员必须具备很强的专业知识才能理解新闻稿件中的主旨和立意,这就要求播音员在平时的生活中必须认真学习,注重实践,才能“适度”运用情感。

情感是指在播音过程中播音员的播报态度和语气。新闻播音中的情感表达应该是来源于新闻稿件本身,播

音员要想恰当地把握所播新闻的情感就必须从稿件的内容入手,只有在完全了解新闻的主旨和要点之后才能通过有声语言来生动形象地传播信息,并从中恰当地把握自身的情感运用。

在播报新闻之前,播音员要认真地去分析每一则新闻,要对新闻内容和背景进行深入地了解,明确新闻的主旨和播出目的,然后选择合适的播报基调,以最佳的播报状态传递信息、传达情感。作为播音员来讲并不是播报的每一则新闻都亲身经历过,所以这就要求播报者对每则新闻都必须去仔细揣摩,同时要有丰富的生活阅历。

就市级新闻来说,市级广播电视台覆盖的范围大多是在地市的行政管辖区域范围。这就更加确定了一个市级电视台就是为一城一地服务的媒体。而且在报道中要求新闻工作者的报道角度与报道手法等方面都能够与当地观众的胃口和喜好相符。涉及到有关老百姓关注的话题,一些发生在“身边的、家门口的新闻”对于市民们的吸引力会更大。

新闻表达一定要恰当地把握重音、停连、语气、节奏的基本技巧。同时在备稿的过程中需要播音员具备快速分析理解稿件的能力,要在较短时间里迅速掌握文章的主题、内容的核心、播出的目的和基调。由此可见,如何在短时间内准确地把握好每条新闻是特别考验播音员的。那么想要准确地理解、把握好每条新闻,需要播音员掌握各方面的知识和技能,因为播音员播出的节目所涉及的内容极其广泛,并不是单地去念字读新闻。

播音员绝不是播新闻的机器,在播报过程中应该是有情感的,电视新闻播音员在播报新闻时面对镜头一定要做到将“目中无人”化为“心中有有人”,要增强对象感,自身始终保持状态积极。播音员一定要有播出欲望,才能带动受众、感染受众,从而拉近与观众的距离。

电视新闻被越来越多的人所接受,同时也影响着市民和整个社会。这就要求播音员、主持人必须要有一定的舆论导向性。播音员是“党的喉舌”,所表达的情感必须要与党和国家的政策一致。在播报新闻时要求播音员对情感的把握要做到适度、恰当、有分寸。播音员的情感应该是发自内心的,既不能用情太深,也不能用情不足,在充分表达情感的同时切记不能丢失新闻传播的严肃性。

在播报新闻的时候要求我们做到“感而不入”,就是指播音员必须了解新闻所表达的内在含义,而且必须要把这种新闻本身的意义传达给受众,切记在传达的过程中不要夹杂着自己特殊的情感,也不要过分地沉溺于新闻情感中。

电视新闻报道是客观真实、全面严谨的,它有着上情下达的作用,虽然新闻对于任何人都不发生强制作用,但却能产生一种精神力量,在无形中引导人,能够宣传、教育、鼓舞人们积极向上。

(作者单位:市融媒体中心)

声明

登报声明作废。
苑军不慎将朔州市朔城区恒基骨外科医院有限公司开具的山西省医疗单位医药费统一发票丢失,发票代码:114001971903,发票号码:00902742,发票金额:壹万陆仟叁佰玖拾陆元叁角玖分(16396.36元),现

张连龙(身份证号:14212819500428001X)不慎将朔州骨外科医院有限公司开具的山西省医疗单位医药费统一发票丢失,发票代码:114001971903,发票号码:00902742,发票金额:壹万陆仟叁佰玖拾陆元叁角玖分(16396.36元),现	登报声明作废。 苑军不慎将朔州市朔城区恒基骨外科医院有限公司开具的山西省医疗单位医药费统一发票丢失,发票代码:114001971903,发票号码:00902742,发票金额:壹万陆仟叁佰玖拾陆元叁角玖分(16396.36元),现
--	---