

## 全媒体时代广播文化节目

## 融合发展路径初探

## ——金华电台《诗画金华 为你读诗》实践分析

许日华

**摘要：**地方广播根植本土，熟悉本地优秀文化资源。如何抓住媒体融合机遇，多措并举提升广播文化类节目的传播力、影响力，具有理论价值和现实意义。本文以金华人民广播电台《诗画金华 为你读诗》节目为例，以地方广播把诵读类节目作为突破口，剖析精准定位目标受众、整合优势内容资源、跨平台多渠道分发、强化全链条互动运营，以较小成本打造具有一定本土影响力文化类节目的实践经验。

**关键词：**精准定位 跨平台 热点思维 互动运营

近年来，我国广播电视界推出了《中华诗词大会》《经典咏流传》等众多弘扬中华优秀传统文化的优秀节目。这些节目以老百姓喜闻乐见的形式，弘扬优秀传统文化，令人耳目一新。这些文化类节目大都是中央台、省台或者大型文化影视制作公司主导推出的。市、县地方台由于受资金、人才、技术和文化资源短缺等诸多因素的限制，文化类节目一直难有突破。

2019年4月1日，金华人民广播电台开办了一档《诗画金华 为你读诗》的诵读类文化节目。周一至周五每天一期，每期5分钟。节目推出两年多来，赢得了众多关注，成为了金华本地一档“人气”广播节目。这其中到底有何“秘诀”呢？

### 一、精准定位 内容本地化受众清晰化

《诗画金华 为你读诗》以“如诗如画金华 倾听最美心声”为宣传语，节目的精准定位主要是两个方面。首先是对内容的定位，作为一档诵读类的日播节目，《诗画金华 为你读诗》

确定的诵读内容为“金华籍诗人名作、历代诗人在金华创作和歌咏金华的名篇”。作为一档广播节目，必须要突出广播的“声音”特色。“有声语言最为明显的特征，就是韵律美。”<sup>①</sup>而把诗歌作为诵读内容，最能体现“韵律美”。

金华人杰地灵、历史悠久，诗歌资源丰富。唐代骆宾王的《咏鹅》千古传唱，他是金华义乌人；“人民诗人”艾青，写下许多不朽诗篇，在国内外具有广泛影响，他是金华金东人；李白、李清照、陆游等历代著名诗人，都留下了与金华有关的诗篇。根据“唐宋文学编年地图”搜索统计，唐宋时期有18位著名诗人在金华停留，留下诗作136首。<sup>②</sup>这还不包括其他朝代和现当代诗人，可以说可供选择诵读的内容非常广泛。这样的节目定位，可以确保《诗画金华 为你读诗》传播的内容是经典的，并且是接金华地气的。

除了对内容进行精准定位之外，节目对受众也做了精确分析和定位。全媒体时代，“用户至上”的理念深入人心，节目只有目标受众定位清晰，才能取得良好的传播效果。《诗画金华 为你读诗》把节目的受众确定为中小学生和他们的家长。

据初步统计，现在金华市区以“口才培训”为内容的社会培训机构将近100家，参加培训的学生超过万人，诵读类节目拥有潜在受众群体。节目播出时间安排在早晨7:40，这刚好是金华的上班高峰期，也是大部分家长送孩子上学的时间，可以保证较好的传播效果。

为了让节目的受众群更清晰，提升节目的到达率与黏合度。《诗画金华 为你读诗》节目，

充分借鉴UGC（用户生成内容）生产理念，直接把中小学生请进录播室，参与节目录制，让受众成为节目的生产者和节目的主角；栏目主持人变成配角，承担起节目录制、剪辑、配乐、串接等工作。把演播室舞台交给受众之后，节目得到了更大的传播舞台。

## 二、精心制作 让小节目变成大舞台

《诗画金华 为你读诗》把节目诵读内容定为“金华籍诗人名作、历代诗人在金华创作的和歌咏金华的名篇”，这样就具有了传播地方文化的特质。这为节目的推广带来了不少便利。

节目组联合金华市图书馆和金华市少儿图书馆，筛选把关诵读内容。同时与金华市关心下一代委员会、金华市少工委进行对接，走进中小学校，开展节目推广和诵读招募活动。活动推出后，受到了很多学校的热烈欢迎和支持。

确定内容，招募学生诵读者之后，就进入了录制环节，节目组精心组织录制。为了不影​​响学生上课，节目基本上一周录一次，一次录制一周的播量。每一次录制，节目主持人阿胖都全程指导。

按照每次录制一周的播出量，一次大概有15位学生参加。录制时间基本安排在周末，有时候是下午放学后。虽然仅仅只有十几个学生，十来首诗歌，但经常一录就是几个小时。有些学生因为没有经过专门的培训，有些学生虽然经过口才培训，但难免会拿腔拿调。为了让节目具备播出水准，主持人和录音师不厌其烦地进行示范和纠正。

节目录制的一般流程是：先让学生朗诵，然后主持人示范，学生再朗诵，然后主持人一字一句拆分讲解、示范。录制过程变成了学习的过程，对参加节目的师生触动很大。比如金华市环城二小的叶雨灏同学，录完节目后，在留言本上写道：“阿胖老师用温和的语气，纠正着我们的读音，我认真地听着，一直自以为朗读还不错的我，此刻完全没有了底气。不过阿胖老师并没有嫌弃，反而耐心地纠正我的问题，告诉我朗读时应该更有中气，感情表达应该更到位。”环城小学高燕云老师说，阿胖老师精益求精的态度令人佩服。孩子稚嫩的笔触、老师由衷的话语，都是对节目的信任和支持。

截至目前，已有30多所学校参加《诗画金华 为你读诗》节目的录制，很多学校都要求再组织学生参加。现在，金华很多学校还把参与节目作为“本土文化第二课堂”，将学生阅读的诗篇以及音频内容，配上老师的解读和学生的感想，通过学校的微信公众号、每篇编发、推送，让节目获得更广泛的传播。可以说《诗画金华 为你读诗》节目在制作中通过主持人、导播的精益求精，为节目注入人格化符号，以口碑赢得受众真心支持。

## 三、全链条运营 做实节目后续服务与开发

受众深度参与《诗画金华 为你读诗》节目，节目组始终以受众为中心开展节目运营，将“用户至上”理念落实落细。节目录制是“传、受”互动的开始，如何让这种“传、受”互动持续到节目播出之后？解决这个问题不仅可以稳定受众，更能精准收集受众意见，促进节目后续改进提升。为此，节目组一开始就组建了微信群，把每一次参与录制的老师、学生、家长都邀请到群里，目前群成员已经超过400人。

在这个微信群，节目主持人阿胖经常和家长、老师、学生交流诵读心得。不少喜欢诵读的学生，课余时间经常自己或者通过家长发问，节目主持人阿胖都会一一耐心解答。一段时间下来，主持人阿胖就梳理了一个“问题清单”。

借助智能手机和音频录制客户端，有兴趣的孩子经常上传自己的作品到群里，让阿胖老师指点。通过经常性的互动，主持人阿胖在家长和学生中具有了一定的知名度，节目的影响力也得到了提升。不少家长感慨，参加《诗画金华 为你读诗》让孩子爱上了诵读。有了家长和老师全力支持孩子参与节目录制，节目组以更精益求精的态度对待每一次录制。

为了进一步扩大节目的传播效果，除了在广播播出之外，节目同时上传客户端，方便大家回听、留存、转发。2019年7月，金华广电艺术培训中心正式开课，《诗画金华 为你读诗》节目还成了培训中心课堂分析、讨论的素材资料。节目资源在多次传播利用的同时，更加深入人心。可以说，对《诗画金华 为你读诗》跨

平台全链条的运营，提升了节目传播力、影响力，深化了节目的价值内涵。

#### 四、借势借力 化新闻热点为传播热度

做文化节目同样需要增强“脚力、眼力、脑力、笔力”，围绕新闻热点开展的主题阅读让节目增色不少。《诗画金华 为你读诗》节目在运营中，经常结合时事热点，围绕中心工作，进行诵读内容编排，取得了不错的效果。

当前，浙江省正全力打造“四条诗路”文化带，做优诗路文章，助推浙江大花园建设，金华启动了“诗路金华”建设行动。《诗画金华 为你读诗》节目顺势推出“诗路金华 山水诗歌”阅读季，诵读历代诗人歌咏金华山水的诗篇，为金华建设“浙中大花园”营造良好舆论氛围。

艾青诗歌节期间，节目推出“艾青诗歌”阅读季，为艾青诗歌节的宣传和推广尽一份自己的力量；世界读书日到来之际，节目组联合金华市妇联，邀请书香家庭走进录播间，助力全民阅读；“六一”儿童节前后，节目推出“亲子阅读季”，顺应节目开播以来听众通过热线要求报名参与的热情，向社会公开招募亲子阅读人员。活动一经推出就吸引20多个家庭报名参与。

为庆祝新中国成立70周年，2019年9月开始，节目组策划推出“红色诗歌阅读季”，精选金华诗人艾青、冯雪峰写作的具有浓厚革命豪情和爱国主义情怀的诗作，组织诵读，传承红色文化，弘扬奋斗精神。今年，为迎接中国共产党成立100周年，节目组联合金华市朗诵艺术协会推出主题诵读。

除了根据不同节点，分类推出主题阅读之外，节目组积极通过举办线上线下活动提升影响力。2019年8月，节目组与金华市相关部门一起在金华山鹿田书院为海外学子举行了一场别开生面的“中外诗会”。来自德国、意大利、南非、克罗地亚等国家的学子们与他们的中国搭档默契配合，共同演绎金华和来自读诗的海外学子自己祖国的诗歌，“以诗会友”“以诗言志”。在诗会上，海外学子和志愿者朗诵了《重提八咏楼》《金华山》《金华牧羊儿》《对酒行》

《鹿田寺》等李白、王柏描写金华的诗歌，从新的角度了解中华文化，了解金华山故事。这种深度的文化交流让海外学子对金华有了更深的了解。《诗画金华 为你读诗》节目知名度和美誉度也得到进一步提升。

2020年抗击新冠肺炎疫情期间，节目组举办了“最美的诗歌 献给白衣天使”主题征集活动。通过《诗画金华 为你读诗》节目微信群，发动参与节目的阅读爱好者，通过手机录音软件，诵读一首自己最喜欢的诗，献给最美逆行者，节目组进行后期包装后播出。这样的活动不仅丰富了阅读爱好者居家隔离期间的文化生活，也为战“疫”提供了舆论支持。

#### 五、结语

统计显示，我国至少有一亿年轻听众喜欢收听有声读物。<sup>①</sup>这让“声以载道”的广播，面临前所未有的机遇和挑战。目前有声类诵读客户端超过200款，大家都在瞄准这一受众群体。金华人民广播电台以较小的成本，把《诗画金华 为你读诗》打造成了在金华本地拥有稳定受众、具有一定影响力的广播诵读节目。该节目在“精准定位”“贴地服务”“互动运营”“用心借力”等方面的努力探索，对全媒体时代地方广播诵读类文化节目的转型升级具有一定的实践意义。

总之，地方广播要做好文化类节目，必须深入挖掘本地文化内涵，坚持“受众”第一，在融合运营中发挥广播特色，跨媒介、跨平台整合优势资源，才能避免节目陷入“传者用心、受众无心”的尴尬境地，在媒体融合的激烈竞争中才能更好地发出主流声音。

#### 参考文献：

①张颂《朗读美学》，中国传媒大学出版社，2010年版，第7页。

②唐宋文学编年地图，<https://sou-yun.cn/MPoetLifeMap.aspx>。

③王秋《抓住大有可为的机遇期 开创有声阅读的新时代》，《中国广播》，2018年第4期，第1页。

（作者单位：金华市广播电视台）