

融媒体时代县级媒体 主持人的“网红”探索之路

章霞

在浪潮奔涌的融媒体时代，网络正催生着传统播音主持行业的变身。县级融媒体中心主持人迎来了前所未有的机遇和挑战。作为党的喉舌，主持人既要坚守主流舆论阵地，也要融入日新月异的新媒体，使自己在继承中发展，在应变中创新；不仅要让自身提升为一个采编播制四合一的“全能选手”，更要成为一个独立、个性、智慧、正能量的社会“人”，将传统与创新相融合，以“网红”新身份去完成不同的媒介宣推，使主流舆论实现润物细无声的效果。

一、勇于接受充满机遇的融媒体时代

融媒体是多种媒体的高效融合，是基于现代网络技术之上、融合多种媒体形态的新型媒体的总称。县级融媒体是县级电视、广播、报纸、互联网站、微信公众号平台的有效融合，资源共享，集中处理，衍生出不同形式的信息产品，然后通过不同的媒介平台传播给受众。从总体上看，融媒体不再是单一落点、单一形态、单一平台的，而是在多平台上进行多落点、多形态的传播。电视、报纸对于受众来说，也不再仅仅是几个节目、几个版面，而是一个平台，通过这个平台，受众可以获得更多信息，并通过多方途径进行有效互动。简单来说，融媒体是信息时代背景下一种媒体自我更新、协同发展的理念，是在互联网迅猛发展基础上各种媒体的有机整合。

融媒体时代营造了广阔平台，给县级媒体主持人带来了机遇和挑战。主持人不仅要熟悉不同的媒体特点，掌握相应的传播规律，实现信息的最佳传播，更要提高专业素质及媒介素养。因此思考如何转型，让自身优势在这个平

台上不断放大，让更多的受众接受和喜爱，是摆在众多主持人面前的课题。

二、敢于打破主持人和“网红”的界限

飞速发展的网络时代，新媒体如雨后春笋，层出不穷，不但有较早出现的飞机、高铁、地铁公交等移动媒体，而且还有如今流行于人们指尖的互联网媒体，网络环境仿佛变成了你方唱罢我登场的大杂烩综艺节目，只需注册开通，在抖音、快手、bilibili、微信视频号等新媒体平台上，每一个人都可能成为一个强大的自媒体，只要有抓住受众眼球的能力，比如土味文化、花样旅行、奇葩搞笑、荒莫怪诞、相貌出众、能歌善舞等等，都能凭借自己的优势登上舞台。而“网红”一词也渐渐从以低级搞笑等博得大众眼球的网络小众群体，转变为近乎于明星之类有分量的人物标签。这一“贬义”到“褒义”的转变，甚至使得很多一线明星都纷纷放低身段出现在某些网红的短视频当中，以博取更高的流量。

随着网红直播的开通，“网红主播”这个新名词火遍全球，“主播”再也不是传统媒体新闻主播的专属。比如网络红人李佳琦和薇娅，与其说淘宝直播为他们提供了展示自己互联网销售能力的平台，不如说淘宝已经将直播购物做成了一档大型节目，并捧红了一批互联网时代下“直播购物”主持人，而他们的粉丝量数以“千万”记。一场直播，经常是多达几千万人在线。这对于央媒主持人来说都难以办到，更别提县级媒体主持人了。自此，主持人和网红在这个互联网的时代似乎成了一对矛盾，究竟网红是不是主持人？传统主持人在这个网红时代又将怎样发展？

面对一系列的挑战，主持人行业开始面临强烈的职业危机，这个危机实质就是传播力、影响力的竞争。这也迫使电视主持人要发生转变，就必须积极向全媒体融入，深入研究新形势下受众的心理特点和接受习惯，充分运用现代信息技术，全面推升自身的传播力与影响力。就县级融媒体主持人而言，网络的无地域、无国界，让受众面可以从一个县城无限扩展，及时把握住这个机遇，形成互联网思维，创新节目形式，转变播报风格，重新打造形象，并借助新媒体平台全新亮相，赢取受众点击量。不少主持人在这个新媒体浪潮中成了新晋网红，比如在抖音拥有3856万粉丝的重庆卫视主持人涂磊，单条视频点赞量就拥有近200万；再比如深圳主持人李蠕蠕已经成了拥有1367万粉丝的声咖。当然这是本身自带流量的知名主持人，但是在抖音、快手、微信视频号等平台，同样涌现了不少县级融媒体主持人，他们也成了不折不扣的网红主持人。

一个个成功的案例总结出了许多好的经验与做法。作为兰溪市融媒体中心的主持人，如何打破县级主持人制约，突破传统播报方式，将自身优势最大化，在新媒体平台中拥有自己的一席之地，是笔者在媒体融合之后一直思考探索的问题。2020年4月10日，笔者创立了微信视频号“章小那个霞哟”，并发布了第一个一分钟短视频作品《下陈晚春，云雾晚茶》，至此开启了新媒体平台的创作之路。到目前，共发布19个作品，微信视频号总浏览量超200万。

三、乐于创意创新“网红”风格

现代社会越来越快的生活节奏已经让大多数人群习惯了从指尖媒体中获取大量信息，短视频正成为互联网时代的重要舆论阵地之一。对于主流媒体而言，如何从新媒体的海量信息中突破局限，尤其是如何借力短视频扩大声量、增强影响力，这就要求“网红”主持人积极创新思路，迎合大众口味，充分结合地方特色，将本地特色景点、人文风情等进行深度挖掘，创作符合当下媒体传播潮流的精品短视频。这时，主持人不仅仅是短视频的出镜者、配音员，更是集策划、编导、后期制作于一身。一个成功的短视频，出镜主持人起到了很大的作用。

跟传统媒体的主持人相比，融媒体时代的网红主持人有哪些特性呢？

（一）更具互动性

利用好短视频的评论功能，受关注度高的作品，点赞评论自然就高，这样的互动可以瞬间拉近我们与受众之间的距离，虽隔着屏幕，却如朋友般心意相通，倍感亲密。2020年5月1日，兰溪市兰江水上游首航，这是打响旅游经济复苏的重要工作内容。笔者在参与首航游直播的同时，从第一视角出发，用手中的手机独立完成拍摄、文案、配音、剪辑制作，创作了《诗路·兰溪》短视频，充分展现古今兰溪的文旅特色，用美轮美奂的江岸风情向世人绘制了“诗路兰溪”的动人画卷。这个作品单条浏览量突破50W+，点赞量1.1万+，转发量近2535次，评论731条。在评论区，有人有感而发创作诗歌，如“蓝天碧水两相望，溪流千里尽风情。明眸善睐斜柳腰，珠光涟漪闪金波”；很多受众表达美好祝福，如“古老的家乡兰溪是我出生的地方，愿她和江水一样生气勃勃，永远流淌，焕发出生生不息的辉煌”；还有不少受众说这是自媒体的力量。这样轻松的交流互动，既拉近了彼此的距离，更巩固了一大波忠实的粉丝。

（二）更有亲和力

传统媒体播音员主持人在屏幕上的形象很大程度上代表着媒体的形象，端庄大气、自然亲和，身上的“官方”色彩较为浓厚，播报的内容也是代表政府和主流媒体在讲话。但是短视频则不同，主持人从“高高在上”的电视走进智能终端设备，势必要放下身段。要想对受众产生一定的吸引力，就要从普罗大众的审美出发，在语言风格上更具亲和力，更容易让受众接受。比如在六月高考来临之际，笔者创作的短视频《以梦为马，不负韶华》，作品中笔者回到母校兰溪市第三中学，在这个印刻着青春华年的地方，重新与学弟学妹们一起上课、聊天、打球，重新拥抱青春。这个作品点击量近20万，点赞量3143次，转发量1216次，评论259条。

（三）更有人情味

县级融媒体主持人在主持完一档节目之后，没有办法第一时间知道该节目的收视率和播出

效果，新媒体则不同，一个短视频一经发布，浏览量、点赞量、转发量、粉丝量实时更新，对于作品的质量和受观众喜爱程度的分析更为直观和精准。这也要求短视频主持人要接地气，更有人情味。要将我们所拥有的粉丝，当作一群即将成为我们朋友的同路人，与朋友交谈、交心，交流思考与看法。在这个自媒体的时代，唯有把粉丝或关注者作为朋友，人情味在心里自然而然就产生了。如短视频作品《光影兰溪》拍摄了兰溪市三江六岸的美丽夜景，全篇由一句“兰溪最美好的时光，我想和你一起分享”开始，用朋友的口吻将兰溪的商埠文化、名人资源和艳丽夜景尽情展示。这个作品点击量达30万+，点赞量7707次，转发量3398次，评论418条。

（四）更具个性化

在融媒体时代，人们感受较深的一点就是信息的“快餐化”，越来越多的新媒体力求用更加简单、短小的形式来展现所要表达的内容。在短视频时长的选择上，笔者坚持只做一分钟，既确保镜头足够唯美，也有效避免受众看了时长就悄悄溜走的尴尬。当然时长是一方面，更重要的一方面在于主持人的个性化。在创设视频号之前，我对自身进行了精准分析，发现有几个特点，一是年纪已三十有加不再年轻，二是声音比较甜美，三是诵读有一定的基础。就这些特点而言，蹦蹦跳跳的活泼形象已经不再适合我，反而是知性温婉的姐姐风格更能展示我的优势。于是在文案选择上，我采用文艺风，用讲述的方式展现，并配以适当的优美诗文进行提升。如廉政短视频《廉莲不息常满塘》，展现了拥有千亩荷塘的兰溪市赤溪街道常满塘村处处可见的廉政元素，文案中引用了“接天莲叶无穷碧，映日荷花别样红”等诗句之外，还特别创作了廉政藏头诗“清塘碧叶掩羞花，政通人和气清朗。廉让三番自不忘，洁身孤傲立村塘”，让人回味无穷。这个作品点击量破十万，转发987次，点赞量1863次，评论45条。

（五）更有价值引领

主持人是节目的灵魂，传统电视、广播节目如此，短视频亦是如此。因为传播面广，主持人在短视频中的观点用语尤为重要。有人说

既要顺应市场，又要弘扬正确的价值导向，这对主持人来说也是一大挑战。在短视频创作上，我进行了几次尝试，如每年六七月，兰溪的母亲河兰江都有可能引发洪水，这时一些市民往往就有负面情绪，发表“欢迎来兰溪看海”等负面言论。就此，我推出了作品《母亲河》，用全新的纯配音方式，向观众呼吁在母亲河最难挨的日子，让我们祈祷母亲早日恢复平静，重漾碧波。“拥江兴城”是兰溪市委市政府提出的四大战略之一，在视频中，我们也表达了只有抱紧了母亲河，才能让兰溪复兴，实现拥江兴城。视频一推出，就收获了7万点击量，转发432次，点赞量1465次。而在抗美援朝70周年来临之际，我们又特别采访了抗美援朝老战士王受盟，制作成了短视频《一语家国，永篆心间》，得到了6万点击量，转发300次，点赞1045次。由此可见，在短视频质量参差不齐的融媒体时代，传统媒体的主持人更应该且必须坚持正面价值观疏导、主流舆论引导，受众同样会乐于接受此类正能量作品。

（六）更突出能力

与传统媒体时代的主持人不同，“网红”主持人不应该只停留在采编播配音等专业能力方面，还要懂得市场规律，知晓受众喜好，要有敏锐的嗅觉和火热的激情，心中有爱，眼里有光。因为我们面对的已经不是一份简单的工作，还担着沉甸甸的压力和责任。因此，在题材的选择上必须下大功夫，从用户下沉到内容下沉，深挖接地气的内容，通过受众的身边事展示最鲜活的生活场景，如城市形象、风俗风貌、历史人文等。我在2020年6月拍摄兰溪最为热闹的夜宵夜市“大阜张夜市”发布的短视频《烟火，兰溪》，就是因为李克强总理考察山东烟台一处老旧小区时，称赞地摊经济、小店经济“是人间的烟火，是中国的生机”。这个作品一经推出，点击量破十万，转发量469次，点赞量1370次，评论96条。另外，短视频《夜阑沐江风》踩着兰溪大力推广夜游兰江的节点发布，作品唯美动人，将夜游兰江的舒适惬意展露无遗，获得了16万+点击量，转发1113次，点赞量达2936次，评论159条。

除了上述特性之外，融媒体时代的主持人

还要懂得适应新媒体传播的剪辑方式，这样一方面可以努力学习新媒体短视频剪辑软件，另一方面要在剪辑中感受作品的优缺点，不断提升自我的鉴赏能力，力求每一个作品都成为精品。

主持风格的突破，各方面能力的加强，更贴切地说，是主持人身份向“网红”身份的转变，切实带来了流量，集聚了粉丝，实现了传统媒体以往难以达到的传播效果。传统媒体的主持人要敢于创新，打破原有模式，作进一步

的探索和提升。笔者认为，县级媒体主持人的“网红”之路不但可以走，而且还能越走越远。针对融媒体时代下跨屏传播的新形势，我们必须深入、系统地学习融媒体时代下信息传播的方式和特点，持续提升自身播音主持专业技能，不断掌握新的信息、新的知识、新的思想，并与已知相碰撞，迸发出创新的火花，更好地探索形成最适合自己的风格，并一以贯之，才能更久地留住受众目光，更好地传播优秀作品。

（作者单位：兰溪市广播电视台）

