

广播主持人如何完成角色重塑

刘 焕

随着我国电子商务与互联网的不断发展，媒体融合日渐深入，相较于传统媒体时代，当下的媒体主持人被赋予了新的工作内容。本文旨在从主持人个人IP打造、角色变化、目标群体等方面探讨在融媒时代主持人如何完成角色重塑。

2020年的疫情改变了我国不少领域的商业结构和运营模式，在广播领域同样如此，由传统的线下广播逐渐演变为线上广播与线下广播相结合的全方位立体融合媒体生态圈。受疫情的影响，车载广播领域受到了不小的冲击，只有大概31%的用户还在使用车载广播，其全年播放率更是下架了1.8%，听众规模也由去年的6.82亿减少到了6.62亿。^①疫情的出现虽然对传统的广播媒体造成了不小的冲击，但是也为互联网广播的方式带来了新生，超过82.8%的人在疫情宅家期间使用互联网来收听电子广播。^②

在这个大背景下，浙江电台城市之声较好地完成了融媒背景下传统的广播方式转型。《城市之声》利用多家短视频以及直播平台多方输

出，收获了更多的受众。在这期间，不少主持人也在自己的主持风格、语言表述能力和盈利模式等方面做出了改变。

一、重塑IP，提高竞争力

个人IP简单来讲是个人的人设与个人影响力的一个统称。在广播领域，主持人拥有良好个人IP最主要的表现是能够做到主持人与节目的高度融合，当人们在想起这个节目的时候就能够想到这个主持人。比如，天津相声广播中的《包袱抖不完》，杭州交通经济广播的《我的汽车有话说》，这些经典的节目都与某一位主持人进行了深度的绑定，也逐渐成为了主持人表达自己独特观点的重要平台。

不同的广播载体也对主持人提出了不同的挑战。传统广播是有声广播，而在融媒背景下，主持人不仅仅只需要语音播报，还需要做到多面化，能够根据不同平台的要求对自己的节目做出多元化的优化，对传统的播音演出形式附上表演的价值，在演出的过程中主持人要熟练运用各个平台，在微信公众号平台要能够做

到文字回复，在传统播音平台要做到绘声绘色地讲解与解读，在抖音快手等直播平台更应该灵活地运用自己的专业知识，塑造现场节目效果。同时，主持人还应当利用信息的反馈来进行播报。一般的城市交通广播都会根据当地人所反馈的路况来对相关路段的路况进行播报。

二、主动转移节目受众，打造“出圈”效应

无论是从传统的扁平化规范化的创作环境来看，还是从新型媒体的多元发展环境来看，广播主持人的广播内容、个人IP、商业化转变都是广播主持人的重要组成因素所在。随着互联网的不断发展，越来越多的主持人会根据媒体形式对自己的主持内容进行优化，在多个媒体平台切换主持风格，打破传统媒体主持方式的桎梏，让灵活多变的主持风格、幽默诙谐的语言表达不断地为自己积累人气，从而达到粉丝数高速增长，影响力不断增强的目的。

(一) 夯实融媒内容，实现垂直领域的迭代更新

1. 创作优质内容，提高核心竞争力

优质的视频内容既是内容电商的重要竞争力所在，也是在融媒环境下主持人核心竞争力的体现。传统的媒体是以主持人的声音资源作为产品收获价值，而在互联网时代，广播节目的优秀主持人应当对自己的主持表演模式进行分析，将自己的表演模式和主持模式进行多元化发展。

浙江电台城市之声《上班路上》这一节目的优秀主持人邹雯就完美地完成了多元化的转变。在广播节目中她高质量地完成了新闻的播报与解读，当节目完毕之后她又将在广播节目中发现的诙谐有趣的段子剪辑成短视频，并发送到各个短视频平台。高超的播音技术和视频剪辑技术都让她获得了不少的粉丝量。她私人账号的粉丝量更是在短时间内冲破了400万大关。

2. 塑造多种角色，成为垂直领域的“收割者”

广播主持人在融媒背景下要做到和演员一样，在不同类型的媒体平台面前要有不同的主持方式与主持风格。对节目内容的传递也应当根据信息传播平台进行适当的调整。在传统的



广播节目中应当对自己的声音进行严格要求，用自己的声音形象打动听众；在微博等公众平台投稿发放时，应当对图片内容和文字信息进行高质量编辑；在短视频直播平台则应当对自己的仪容仪表、表情、讲话方式进行整体把控。平台不同角色不同，做到多角色自由切换，就能够做到垂直领域所向披靡。比如，浙江电台城市之声《上班路上》的节目主持人袁逸在广播中是知性的节目主持人，在短视频平台上是一个搞笑的MISS袁，在有声读物中她可爱清新的嗓音又是孩子们心中的大姐姐。她的有声读物产品已经相继被喜马拉雅等播音平台签约。

(二) 打造个人“IP”，实现平台共赢

1. 打造“IP”，拥有自己的话语权



个人的IP往往跟自己的人设和工作内容挂钩。播音主持人如果想进一步提升自己的IP价值和核心竞争力就应当对自身进行一个反思。反思自己在日常工作中做得不好的部分并且加以提升,努力培养自身的专业能力和专业素养。打造个人IP最为重要的一点就是在自身整体的专业能力没有问题的前提下拥有自己的独特性。应当抓住互联网发展的重要机遇,利用自己的专业知识不断推销自己。找准自己的目标定位,优化自己的主持风格和语言表达能力,才能够让自己的节目有更多的人喜欢。

例如浙江电台城市之声《城市私家车》主持人晓北对自己的定位方向就比较明确。在早些年她就清楚地了解到广播的最主要受众人群还是车主。于是她开始针对车主这一群体展开了思考,决定做车主维权问题的广播。在短视频平台上她经常会投放一些高质量、能够切实帮助广大车主朋友解决问题的短视频,并通过直播的方式让更多的人认识自己,了解自己。特别是在一档车主维权的视频中,她独特的主持风格和宽阔的知识面成了她的核心竞争力,她的个人形象也深受广大受众的喜爱。

2. 实现平台共赢

所谓的平台共赢就是指当一些广播频道主持人有了一定的知名度之后,他们就会将自己在工作中的视频剪辑成短视频的形式,在短视频平台上进行内容的发布。当获得了一定的粉丝数量和人气之后,他们就会将这部分粉丝重新拉回到自己的广播节目中,实现在短视频平台和自己广播平台的共赢,既实现听众的扩流,也实现听众的引流。

(三) 实现商业变现,成为一专多能的“高价值”主持人

2020年的疫情使得不少的实体经济都受到了严重的打击,但是从另一方面来说,正是因为实体经济领域受到了冲击,不少实体经济都在往电子商务的销售方式上转型,电子商务也就此火爆了起来。短视频带货、直播带货也成了新时代背景下内容电商的重要组成部分。主播、传媒公司和生产公司就形成了一条产业链,主播和传媒公司通过帮助生产商进行带货,为生产商带来不小利益的同时,还能拉到巨额的

广告费用。

1. 角色立体、内容垂直是商业变现的重要因素

如今,不少公众人物和主持人都在不同的短视频平台开通了自己的账号。像董浩叔叔、金龟子等著名主持人都在抖音、快手、哔哩哔哩平台开设了自己的个人账号,并都拥有几百万的粉丝数量。他们通过自己在工作中的知名度可以直接和短视频平台进行合作与签约,工作中独特的主持风格、搞笑的精彩瞬间都让他们的粉丝量涨幅很大。

广电主持人抖音账号(不完全统计)

主持人	节目类型	账号名	粉丝数	总获赞数	内容领域
金龟子	少儿节目	金龟子	331.8万	1181.1万	生活日常
尼格买提	综艺节目	尼格买提	921.6万	3527.2万	生活日常
月亮姐姐	少儿节目	月亮姐姐	498万	2636.5万	生活日常
张丹丹	访谈节目	张丹丹的育儿经	192.1万	462万	母婴教育
曼曼	娱乐节目	曼大小姐vivi	428.3万	3688.1万	美妆时尚
艾雪	购物节目	芒果主播雪儿妈	397.9万	1727.8万	母婴健身
尚明	经济节目	尚明儿	387.7万	2723.3万	创意搞笑

抖音账号统计

他们所产出的视频内容更加的专业化,对自己的定位很明确,所产出的视频大多都很有针对性地指向其受众群体。笔者认为主持人在做短视频的时候,一定要对自己有一个合理的把控,找到自己擅长的领域。

2. 广电主持人拥有“网红”的天然优势

近年来,短视频APP与直播APP异军突起,不少草根网红都利用平台获取了不菲的收入,但是这些网红的质量和素质参差不齐,甚至还有一些网红价值观存在问题,其带货也不具备稳定性。广播主持人具有良好的思想道德素质,有一定的粉丝基数,做网红产业的话起步也会很快,最主要的是广播主播的语言逻辑和思路都比较清晰,他们在进行售货的时候往往会将商品讲解得更加细致,也能很好地突出商品的卖点。

目前,已经有一部分广播主持人破圈成功。城市私家车栏目的主持人就利用自己诙谐的语言、缜密的逻辑,在抖音上拥有了800多万粉丝。同时她还致力于助农行动,在短视频直播平台直播带货,利用自己庞大的活跃粉丝基数

和自己逻辑性很强的讲解，单场直播点赞成交量创下新高。

3. 主持人网红打造需要中长线思维和长远规划

与一些靠短视频平台或直播平台进行盈利致富的网红不同，广播主持人开设账号的目的是为了能与听众更好地互动，他们并不懂得运营，也没有长远的打算。但是如果想要成为网红，还需要对市场进行考察，用专业的团队来完成运维和推广宣传，找到自己的受众人群，有针对性地产出视频，从产品、内容、投放、活动、社群、数据等诸多方面进行精细化分析研判，从建立流量产生、承接、运营、转化的系统性方面加以运转，从资金、技术、体制层面上进行设计和突破。

对于主持人来说，直播带货是帮助提升广播媒体社会影响力和经济利益的一种尝试性挑战，这并不是广播主持人的初衷，因此广播主持人在创新探索的同时，一定也不能忘记自身所肩负的职业道德与责任担当。

三、结语

在融媒体时代的大背景下，广播主持人只有不断地进行创新，赶上时代的潮流，不断提升自己的工作能力和灵活运作，才能在大变革的浪潮中存活并不断发展。在融媒时代，每一位广播主持人都应当发现自身的优势所在，利用多种平台多角色切换，在扩流吸粉和引流中更好地完成角色重塑。

参考文献：

①胡婧《融媒视野下群众文化主持人才培养探究》，《新闻传播》，2021年第14期，P134-135。

②潘倩玉《融媒环境下农业专题节目主持人的新定位——以〈致富经〉为例》，《中国广播电视学刊》，2021年第7期，P82-84。

③陈文《融媒环境下新闻节目主持人形象管理问题研究》，《新闻传播》，2021年第10期，P111-112。

④徐华《融媒时代播音与主持专业人才培养的塑造与培养》，《出版广角》，2021年第9期，P86-88。

（作者单位：浙江电台城市之声）

