

# 融媒时代播音员主持人的 坚守与创新

张 玥

**摘要：**融媒时代为广播行业带来了新技术和新发展环境，同时也面临众多需要攻克挑战。对于播音主持而言，如何顺应发展创新意味着要从角色、思维到职责的诸多转变。本文以融媒时代为背景，多方面分析播音员主持人在融媒时代的坚守与转变创新之道。

**关键词：**融媒 播音主持 转变路径 坚守价值

融媒时代的到来，新技术和新渠道的产生，时刻挤压着传统媒体原有的生产模式和行业认知。求新求变成了传播行业从业者面临的课题。播音主持作为由来已久的信息传播主要途径，应意识到自身知识结构的转变需求，未来的身份定位也不再是专一的角色，更多的是拥有多维知识矩阵的“杂家”，因而主动学习和适应当下市场，并有所坚守，才能发挥应有的价值和效力，进而迈向更为美好的未来。

## 一、当下播音主持行业的转变现状分析

### （一）央视带头开启的多样探索

面对融媒时代的趋势变化和机遇挑战，央视成了探索转变的行业带头人。先是2017年《朗读者》和《中国诗词大会》的火热，紧接着2018年中央广播电视总台组建，在中央电视台（中国国际电视台）、中央人民广播电台、中国国际广播电台的三者融合下，央广的播音员们走出中国之声，来到《新闻联播》，为人们带来了全新的视听体验。2019年

央视相继推出了《主播说联播》《记忆犹新》等各类新型节目。与此同时，央视的播音主持更是以个人为单位，推出专属的融媒创新节目。例如，康辉的《咬文嚼字》系列短视频，朱迅、尼格买提等人的抖音账号等。

正是在央视播音主持的积极带头下，各大主流媒体作出了多样丰富的尝试。例如，浙江之声在2020年“十一”长假期间推出“我和我的家乡”融媒直播，每场直播点击量破千万；2020年上海广播电视台为喜迎党的二十大联合上海市16个区融媒体中心共同推出《人民之城融媒直播》，反响良好。目前在多方实践和共同摸索下，播音行业正在形成新的行业格局和内容生态。

### （二）求变过程中的失范错位

行业求变迎来了新的面貌和内容，但在行业生态格局变化重构的同时，一些播音员主持人却出现了严重程度不一的失范错位行为。例如语言的失范，一些主持人经常会在节目中运用粗鄙低俗的网络用词，错把“东拉西扯”当作“灵活用语”。再例如，一些主持人在主持行为上失当，过度参与各类非正规非官方的娱乐活动，在一些场合丧失原则，对行业和社会造成不良影响。播音员主持人失范错位的现象一方面是行业发展太过迅速的结果，在行业积极探索实践的同时却未及时树立正确认知；另一方面融媒时代的到来导致创作门槛变低，播音员主持人原有的职业边界日益模糊，许多播音员主持人不仅未能充分适应新的角色与环境，反而进一步迷失，丧失了原则和坚守。

## 二、融媒体时代播音主持的转变途径

### (一) 以突破边界实现角色转换

如今,播音主持已不局限于以往的广播电视系统,早在2005年,著名主持人李静就嗅得先机,牵手新浪打造了网络视频互动节目《静距离》。2014年之后网络音视频新应用呈现爆发式增长,在自媒体与机构资本多方发力下,秀场主播、知识主播、带货主播等新角色如潮涌现,促使播音主持必须主动转变角色,不再只做“幕前播报”员,而需进军更为宽广的新媒介舞台,实现更多样的角色转换。从王冰冰、朱广权的B站爆火到yoyo酱的网红主持人形象的成功经营,如今越来越多的播音主持开始关注个人IP的构建,从主持风格、生产内容到表现形式,纷纷注入了自身的特色和理解,以期实现媒介的外延和形象的重塑,打破播音行业固有的边界与定位。由此可见,角色转换是如今融媒体时代播音主持转变的有力途径之一。播音主持职业群体的长期实践已经在人们脑海中形成了一种典型图式,而角色的转换正是需要依托更多元的网络技术及渠道,突破这一典型图式,将直播、短视频、AI等更多样的元素融入到播音日常工作中。

### (二) 以平台联动构建传播矩阵

在传统的广播生产系统中,播音主持工作者对于渠道的使用十分单一,往往只依赖于电视广播这样的传统媒介,不仅传播力度有限,可以触及的受众范围也十分狭窄。特别是在当下,只有依靠不同平台的联动协作,围绕节目类型和风格等进行品牌定位,以媒介融合的方式更大程度发挥原有节目的传播力和社会功能,才能真正适应当下的市场变化和受众需求。在这一点上,已有诸多成功案例可以参考,例如,2020年4月6日,央视“谢谢你为湖北拼单”公益行动首场带货直播开播,当场数据显示观看人数为1.2亿人,两小时带货为湖北武汉送去总价值4014万元的援助。央视直播成功正是一次平台联动下的

跨界破圈案例,同时我们也可以看到,在这一案例中,央视直播的成功更多依赖的是明星效应和品牌流量,有央视及两位著名主持人的背书加持,直播可谓水到渠成。然而从普适性的角度看,播音主持行业关于传播矩阵的构建,还必须充分考虑自身节目的内容特性和传播受众,从而选择妥当合适的平台与渠道,而所谓渠道的全覆盖也有侧重点和资源配置的不同。

### (三) 以缩小题材转变内容切入点

在过往的新闻播报和内容生产中,播音主持的话语体系往往习惯于宏大的叙事角度,即使是有关民生的资讯报道都会放置在宏观的背景和立场中。然而融媒体时代下,媒介渠道的解放和多样化改变了人们的审美偏好和信息需求,较之宏观的叙事,人们更为在意有趣接地气的内容素材。内容需要具有较高的可看性和话题性,才能保证信息的传播效力。为此,播音主持应该将自身的视角下移,以平实亲切的切入点讲述宏大有力的主题。在这点上可以参考主持人劳春燕的《说典事儿》、赵舞阳的抖音趣闻模仿秀等等。在这些案例中,创作者都较好地选择了贴近生活的题材,并一改往日过于严肃的画风,从而吸引了大批受众。

## 三、融媒体时代播音主持的价值坚守

### (一) 坚持主播专业本色不变

《主播说联播》中,以康辉为代表的各位新闻主播在语言风格和播报方式上多有出新,但这些主播依然保持着十分专业的主播形象,从清楚标准的发音到明确亲切的态度,从流畅清晰的表达到舒适亲和的交流,处处彰显着《新闻联播》播音员扎实的政治文化修养和过硬的业务水平。相对于央视主播的专业本色,部分播音主持在工作中逐渐产生认知和行为的偏差,不仅对口语传播产生误解,很多用语难登大雅之堂,同时还过分关注平台流量和个人风格,却忽视了基本的价值观和个人基础素养的建设。所谓技术之中立,

正是在于使用者层次和智识的高低。对此，播音主持应该时刻坚守自身的岗位职责和修养道德。

## （二）主动担当信息的把关人和价值的引领者

在融媒体时代播音生产系统被顺利打通，播音员主持人在负责幕前播报的同时，时常还需要兼任文本创作和评价反馈等工作。这让播音员主持人的职责范围得到了很大的扩充。当社会出现新的重大事件和舆论风波时，理应“中立”的播音员主持人并不意味着“毫无立场”，而是应该充分运用自身的渠道优势和信息优势，为群众梳理信息分辨真假。当播音员主持人在创作新媒体节目时，较之流量和节目效果，更应该重视节目所传达的价值。融媒时代播音员主持人所展现的不仅

仅是独特的自我风格和熟练的融媒素养，还应该呈现积极正面的个人价值观和一以贯之的职业作风。虽然新媒体环境下，传统主流媒体的话语权受到一定程度的分散，但播音员主持人依然能够利用所在岗位和媒体优势，做信息的把关人和价值的引领者。

## 四、结语

对于播音员主持人而言，融媒体时代的变与不变始终源于自身心中所执的那一杆尺，以“融”应变、顺势而为是播音员主持人在当下应该做的，而价值导向和职业素养的坚守则是播音员主持人始终不可动摇的部分。形式内容的革新，技术渠道的应用始终应该更好服务于社会文化的建设，而其效益的提升，恰恰是自觉猛进有所坚守的自然结果。

（作者单位：宁波广电集团多媒体新闻中心）

