

BROADCAST

播音主持

方言节目主持人**品牌塑造策略初探**

郑爽

一档节目如何赢得观众？除了节目整体质量过硬，内容深得民心之外，节目主持人的作用也不容小觑，符合节目定位、形象可亲、能力出众、富有特点的主持人会让节目锦上添花。作为电视节目连接观众最直接、最能沟通情感的桥

梁，主持人也是节目中最积极、最能传情达意的主导角色。在融媒体时代，主持人不能只是编导的“传话筒”，背背节目串词的“机器人”即可，一名优秀的主持人应该深入参与节目制作的全过程，拥有节目的话语权。

BROADCAST

《西津茶馆》是永康市融媒体中心下辖的永康电视台的一档日播型方言类民生新闻栏目，5位主持人都是土生土长的永康人，“永康人讲永康话，茶馆里说永康事”成为节目的一大亮点。方言节目主持人作为一群特定的存在，用当地方言演播是它的特色，利用自身的天然优势拉近了与受众的距离，较好地展现了方言的艺术魅力和传播优势，对当地观众能够形成一种更为亲切、更接地气的互动传播。5位主持人凭借良好的工作作风和多年的工作积累，业已成为当地的“主持明星”，很受当地观众的欢迎。正是基于此，《西津茶馆》栏目在2022年频道重新调整改版甫一到位，就充分利用栏目主持人数量多、素质较强、搭配得当的优势，以积极挖掘主持人的潜能为目标，充分发挥主持人的主观能动性，把主持人立为创作的“原点”，共画“同心圆”，精心策划、强力打造“主播来啦”系列品牌，在主持人“品牌塑造”方面进行了积极有效的探索和尝试。

一、品牌来自于走村入户，努力践行扎根基层的“脚力”

2021年国庆节期间，《西津茶馆》率先策划推出了《主播来啦——一起阅读吧》系列，5位主持人分别走进抗美援朝老兵、新永康人、中学生等寻常百姓家，或探班医院、消防队，寻找长假期间坚守在岗位上的人们。抗美援朝老兵住在较偏远的山村，新永康人上班的公司也在路途较远的开发区。主持人不辞辛苦，一定要走到他们身边，走进他们的环境，只有这样才能体现出“一起阅读”的真正意义。而且主持人选的诗篇都很有针对性，比如和老兵爷爷共读的是《谁是最可爱的人》，和医生护士共读的是《在武汉的日子》，和中学生共读是《我最亲爱的祖国》。在拍摄现场，适合身份的角色和共情的感受让朗读者们很快沉浸在浓浓的诗情中，更关键的是用方言朗读，当一声声乡音在耳畔响起，很多人的心头都会涌上故乡泥土的芬芳。正如语言学家刘半农所说：方言是一种“地域的神味”，方言是地域文化的底色。在“乡愁”成为一个高频词汇的当下，在传统文化越来越受到重视的今天，方言版的“朗读者”，让听觉上的乡愁勾连起更多的文化记忆。尽管

他们的朗读不像主持人那么训练有素，但是那种投入和真情把对祖国的祝福表达了出来，把节日的美景和欢乐晒了出来。主持人也承担起了责任和担当。5位主持人的现场主持温情、向上，有故事、有细节，气氛热烈，既抒发对祖国的挚爱之情，也展现劳动者的奉献和担当。该系列作为永康市融媒体中心融媒零距离“百村共读 精神共富”系列活动的衍生延伸，成为其中的一个亮点，被写进了《浙江省永康市融媒体中心推出融媒零距离“百村共读 精神共富”系列活动——与村民共读共听 解百姓所需所盼》一文，在《中国新闻出版广电报》2021年10月第7578期第2版头条刊登。这份荣誉让主持人倍感欣慰、备受鼓舞。

二、品牌来自于留心观察，现场锤炼发现新闻的“眼力”

随后的重阳节，永康市融媒体中心又推出了《主播来啦——走进百岁老人》系列。有了之前的经验积累，5位主持人的现场出境更加娴熟，和老人们的互动惊喜不断，让整个系列生动有加。主持人湘湘走访的是一位百岁老奶奶，聊天中得知老奶奶原先曾开过早餐店，有着远近闻名的做饼的好手艺。奶奶不经意地说，现在继承生意的孙女都不一定有她做饼做得快。湘湘从老人的话语和脸色中读到了一点点可爱的“傲娇”神情，顺水推舟说：“奶奶，我做饼做得很好的，咱俩比比试怎么样？我想向您学习学习。”“好啊。”老奶奶爽快地答应了，于是就有了一组精彩的老奶奶的做饼“手艺秀”。老人的鹤发童颜，老人的童心未泯，就在这活泼欢快的场景中被尽情展现了出来，透过屏幕都能感受到老人的幸福晚年。因为一句话衍出生动的新闻现场，这个《百岁奶奶做肉麦饼》的节目在重阳节当天推出，之后分别被《浙江新闻联播》《新闻深一度》采用，同时还被中国蓝新闻微博官号、蓝媒头条、美丽浙江抖音、浙江日报抖音、今日头条等众多省级以上媒体转发推送，点击率几十万+，成为永康台内宣策划带动外宣开花的典型案例。在不同的约稿要求中，主持人又多次参与改拍、改写、改编，在外宣的献智献力中也展现出较大的积极性和创造力。

三、品牌来自于迎难而上，提升善用镜头说话的“笔力”

2021年11月初，为迎接永康首届世界五金发展大会召开，茶馆栏目又推出《主播“数”说永康五金》和《主播巡访世界五金精品馆》两个系列，为世界五金发展大会营造良好的氛围。前者是透过一组关键大数据展示永康五金的发展成就，后者是主持人化身讲解员，带观众畅游新建的世界五金精品馆，发现新、奇、特的五金精品，仍然都是以主持人作为主体进行采制。按理来说选题比较常规，但如何“旧瓶装新酒”，主持人和编导煞费了一番苦思冥想，最终决定用vlog的形式呈现：突出“记录”的意味，5位主持人像是出演一个一个单元剧一样，进行一场又一场短时间内的“快闪”表演。这对5位主持人提出了较高的要求和考验。5位主持人迎难而上，一遍遍地熟悉使用拍摄手机，一遍遍地走位演练，一遍遍地寻找最佳视角，经过整整一个下午的拍摄，最后五个充满新意和诚意的短视频，以流畅的表达、更具互动性和真实性的剪辑在众多的短视频中脱颖而出，获得最多的点赞。网友纷纷留言，说很有参与感和临场感，这种“走心交流”更具吸引力。拍摄下来，5位主持人也很有感慨：在融媒时代，不仅主持人要“会说话”，镜头也要“会说话”，给观众更新鲜的表达，我们永远在路上。这些vlog作品把握节奏，在世界五金发展大会会前、会中、会后踩节点妥当安排播出，后又上送在蓝媒号头条等平台推送，5位主持人一时又刮起了一阵炫丽的“五金旋风”。

四、品牌来自于主动作为，锻炼思考时代命题的“脑力”

短短两个月时间，“主播来啦”先后推出了《一起阅读吧》《国庆长假主播带你游》《茶馆主播走进百岁老人》《主播“数”永康五金》《主播巡访世界五金精品馆》《双十一来啦》六大系列报道，并制作相应的短视频在大小屏联动推出，取得良好的反响，得到了中心领导的肯定和观众、网友的好评。历经六大主题策划报道

的锤炼，中心的五位主持人配合越发默契，个人风格特色越发彰显，3位资深主播和两位新人主播以老带新、以新促老，彼此成就。现场的即兴发挥总是让人惊喜，创意策划还是火花四溅，现场采访依然准确到位，执着钻研让报道锦上添花。不断的肯定和点赞，也让主持人更有成就感和责任感，融合传播效果凸现。5位主持人也表示，通过一个多月的磨炼，增强了策划能力和创优意识，年轻主持人采写的本领也得到锻炼，表现力、感染力、控场能力自感有了很大的提升，对于今后参与更多的新闻报道、主题报道，也有了更多的底气和自信。

著名主持人汪涵说过：“方言是这个世界上最响亮温暖的声音！”即便在普通话早已成为“官方语言”，并被大力推广的情况下，具有深厚的民间文化土壤的方言依然也有其保护和传承的文化价值。尽管方言节目主持人的影响力受到一定地域的限制，但对于民族文化的传承和文化自信的树立是不受任何限制的，方言节目主持人要发挥方言更“接地气”的传播优势，更妥帖地传达地域情感，唱响永康好声音，讲好永康好故事。

当然，在取得一定成绩和经验的基础上，还是存在一些不足和亟待改进、完善的地方，比如，主持人想在前面、主动策划的积极性还有待加强，现在的选题还更多依赖编导的安排，今后还需出台相应的制度，鼓励主持人自找选题、自组小组主导完成报道。比如，让后期人员提前介入，尽早参与策划和脚本的创作，这样在后期制作时有一脉相承的衔接，更好确保质量。同时，一些主题策划的创意、手法还比较传统，缺乏“新、奇、特”的灵光，还有很大提升空间。在新年的栏目改版计划中，《主播来啦》会成为《西津茶馆》一个常态化的子栏目推出，也希望《主播来啦》能用一个有思想交锋、有立意深度、有丰富情感的新面貌，为方言主持人提供发声的新舞台，不负观众的厚爱和期待。

（作者单位：永康市广播电视台）