

# 融媒体时代下电视播音主持价值坚守与应对策略研究

张家驹

中国传媒大学播音主持艺术学院

**摘要：**随着互联网信息技术的不断进步和广泛应用，极大的推动了我国媒体行业的发展，人类逐渐进入到融媒体时代。在融媒体时代下，给电视播音主持工作的开展提供了便利，但与此同时也带来了全新挑战，为了进一步促进电视广播行业的可持续发展，电视播音主持必须要积极更新工作理念，借助融媒体技术，探索更为先进、有效的工作模式和方法，强化电视播音主持的社会影响。鉴于此，本文主要基于融媒体时代背景，就电视播音主持的价值坚守和创新途径进行了简要分析。

**关键词：**电视播音主持；融媒体时代；价值坚守；应对策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.02.074

## 引言

随着融媒体时代的到来，促进了传统媒体的转型升级。电视播音主持作为传统媒体中的重要信息传播者，也应顺势而为，加强对融媒体时代特征的研究，准确把握融媒体时代对播音主持行业及从业人员的新要求。但在融媒体时代下，部分媒体从业人员为了吸引受众眼光，会采用低俗行为或语言达到“出其不意”的效果，导致各种负面信息、虚假信息充斥在舆论环境中，给民众价值取向和思想行为的形成造成了不利影响。因此，电视播音主持除了要在工作理念和工作模式进行创新外，还需要围绕电视节目定位，坚守播音主持的价值阵地，优化舆论环境，促进社会和谐发展。

## 一、融媒体的概述

关于融媒体的概念，可以这样进行解读：是一种将新媒体与传统媒体的有机结合，形成的全新性的媒体形式和媒体平台。因而相较于传统媒体，融媒体更具现代化和信息化特征。融媒体时代的到来，给整个媒体行业的大战带来了全新机遇和调整。首先，在融媒体时代下，受众思维发生了很大转变，传统媒体的单向信息传播方式难以满足受众的需求，而融媒体的双向互动传播，则可以有效弥补这一缺失，契合受众对信息传输的需求；其次，随着信息技术的广泛应用，数据信息的传播速度不断加快，并且呈现出较强的个性化特征，而融媒体时代的到来，则可以有效满足数据信息大范围 and 多样化传播的需求；最后，在融媒体时代下，数据信息的传播有着更强的互动性，用户可以进行实时交流，这样不仅可以增强用户的使用体验，同时也为电视播音主持的转型提供助力。

## 二、融媒体时代下电视播音主持语言传播特征

### （一）规范化和艺术化

不论是传统媒体还是新媒体，都要求电视播音主持

必须要具备良好的语言表述能力，可以字正腔圆、口齿清晰、语气适宜的将各类信息通过声音的形式传递给受众。在融媒体时代下，不仅要求电视播音主持使用规范化的主持语言，而且还要求电视播音主持的语言具备一定的艺术性，即电视播音主持可以根据节目类型、主体以及受众群体中，对自己的主持语言风格进行灵活调整，形成独特的主持风格，为受众营造出优质的视同审美空间<sup>[1]</sup>。

### （二）形式与内容并重

在融媒体时代下，数据信息类型及传播方式都发生了巨大转变，比如，受众接收信息从以往的电视“大屏幕”向现在的手机“小屏幕”转变，如此一来，受众则可以随时随地的获取信息，并实现实时互动。面对这一全新的改变，电视播音主持的语言传播也逐渐呈现出交互式传播的特征，可以通过声音实现信息传播的同时，与观众进行实时互动。基于融媒体环境下电视播音主持的双向互动特征，要求电视播音主持从业人员应积极使用多元媒介，促进与受众的互动，打造“受众圈”。比如，开通抖音账号，并定期将一些优质的新闻资讯或是自己的工作日常推送给受众，然后借助抖音平台的评论功能，及时了解受众的反馈和真实想法，并进行互动交流，这样更易于增强与受众的黏合度，促进电视播音主持职业群体的可持续发展。

### （三）语言美学特征

在融媒体时代的电视播音主持语言主要包括有声语言、副语言两种形式，其中声音作为电视播音支持语言的重要载体，是对电视节目的内容和情感的补充<sup>[2]</sup>。而在融媒体时代下，要求电视播音主持的有声语言应更具美学特征，如富有音乐感的声线、带有韵律感的语言等，这样才能更好地引发受众的情感共鸣；而副电视播音主持的副语言是指主持人的表情、动作和眼神等，受

众在观看电视节目时也可以从这些副语言中获取到有效信息。而在融媒体时代下，电视播音主持应注重副语言的应用，增强与受众之间的互动，这样也会更有利于受众解读信息，提升受众对于主持人专业度的认可。

### 三、融媒体时代下给电视播音主持暴露出的问题

#### （一）主持人作用弱化

在融媒体时代下，电视广播行业获得了良好发展，近年来涌现出了大量的电视节目，极大的满足了受众个性化和多样化的观看需求。但随着电视节目的多元化，很多网友认为电视节目似乎不需要主持人，主持人在节目中的组织、互动和娱乐功能逐渐减弱，只有读赞助广告时，主持人才会妙语连珠<sup>[3]</sup>。这一现象的出现，可以看出电视播音主人的角色功能逐渐淡化，同时也体现出部分电视播音主持人尚未找准自己的定位，未能根据节目类型和受众需求，灵活调整自身的主持风格。因此，在融媒体时代下，电视播音主持人应加强对相关方面的重视和研究。

#### （二）电视媒体功能弱化

在融媒体时代下，虽然出现了各种类型的电视节目，但观看电视节目的受众数量却越来越少，对于多数受众而言，以往的电视节目是播什么流行什么，现在的电视节目是什么流行播什么，难以给人带来耳目一新的感觉，并且同类型的电视节目主持形式“套路化”严重，不能很好的引起受众的情感共鸣，传统电视媒体的舆论导向、思想传播等功能被弱化。另外，还有部分的电视播音主持为了吸引受众眼球，在主持时会采用一些低俗语言，将不良思想观念和价值取向传输给受众，给社会和谐带来不利影响。

#### （三）内容生产力弱化

在融媒体时代下，电视媒体已经形成了一个较为完整的内容生产体系，而随着信息制播工具数量的广泛应用和普及，受众也逐渐从信息接受者的角色逐渐转变为信息制作者、信息传播者的角色，只需要一部手机、一个视频剪辑软件，就可以完成短视频的制作和传播，这也进一步激活了大众参与信息制播的热情<sup>[4]</sup>。面对这一全新的改变，对于电视播音主持的信息内容生产力提出了更高的要求。但由于电视播音主持涉及内容和环节较多，在信息制播上远不如自媒体灵活、多样，再加上部分电视播音主持人的创新意识和创作能力不强，导致电视播音支持的内容生产力遭弱化。

#### （四）电视播音主持的核心地位被弱化

在传统媒体时代，电视播音主持在电视节目的制作和播放中占据着核心地位，受众对于电视主持的依赖性

较强，在观看电视节目的过程中整个思绪都会跟着主持人走。但在融媒体时代下，受众可以在互联网和移动终端的辅助下，随时随地获取多样化的信息，并且自媒体平台的出现，也可以帮助受众更好的进行信息交互，解读信息内涵，对于电视播音主持的依赖性也会逐渐较弱，电视播音主持在电视节目制作和播放中的核心地位被动摇<sup>[5]</sup>。

### 四、融媒体时代下电视播音主持的价值坚守

#### （一）发挥舆论导向作用

不论是在传统媒体时代还是在融媒体时代，电视节目的主要功能都是舆论导向，将积极、正确、真实的信息和价值观通过媒体形式传输给受众，对受众的思想行为和价值取向进行指向指导，促进社会和谐发展。因此，在融媒体时代下，电视播音主持必要坚守价值导向就是实现内心的精准输出，发挥电视媒体的舆论导向功能。为此，电视播音主持必须要根据融媒体上会带下电视播音主持语言形式与内容并重的功能，在主持节目的时能够使用标准语言、明确态度，将真实的信息内容传输给受众，同时主持人可以借助丰富的副语言，帮助受众对信息内容和内涵进行解读，增强电视节目的舆论导向作用<sup>[6]</sup>。以“改革开放”为主体的电视节目主持中，电视播音主持就可以提出问题：“您认为改革开放在哪里？”并通过对受众互动的方式，调动受众思维、唤醒受众对改革开放的记忆。然后主持人可以结合我国的发展现状，采用简明优美的语言，向受众介绍我国改革开放的变化和成就，带动受众思绪，让受众跟随主持人的语言，领略改革开放的变化，理解改革开放的现实意义，进而将积极正向的思想意识和价值观念传输给受众，发挥电视节目的舆论导向功能。

#### （二）做百姓的发声者

在融媒体时代，电视播音主持的职业角色发生了很大变化，其不仅需要真实的信息内容传输给受众，更为重要的是要成为信息内容的生产者，将受众最关心的问题通过电视节目的方式报道出来，帮助受众解决实际问题，这样才能真正提升受众对电视节目的接受度和认可度。为此，电视播音主持必须要借助新媒体平台，深入到受众群体，准确把握受众的关注点、兴趣点，并在此基础上选择合适的信息内容，编辑出高质量的主持稿件<sup>[7]</sup>。而要想实现这一点，电视播音主持除了要具备过硬的专业素养外，还需要具备良好的政治素养、思想觉悟和敏锐的洞察能力，能够在与受众的交互过程中，找准切入点，并提出独到见解，为受众解读信息提供思路 and 方向，成功转变为百姓声音的发声者、舆论的引导

者。同时在电视节目的播报之前，电视播音主持需要对稿件进行认真审核，仔细推敲稿件中的措辞，保证语言规范性的基础上，对稿件进行艺术化的加工，形成自己独特的风格，充分彰显电视播音主持的亲和力和专业性。

### 五、融媒体时代电视播音主持新变化的应对策略

#### （一）借助融媒体平台，增强受众黏合度

虽然在传统媒体时代下，电视播音主持在电视节目的制作和播放中占据着核心位置，但由于受众很少会有机会接触到主持人，因而电视主持人对于他们而言是非常权威、陌生的。但融媒体时代的到来，为受众提供了更多了解电视节目和电视播音主持人的机会，能够有效拉近电视播音主持与受众之间的距离<sup>[6]</sup>。为此，电视播音主持则可以借助各种融媒体平台和技术，分享自己的工作日常，为受众提供了解电视播音主持的窗口，并在与受众互动的过程中，拉近与受众的距离，增强受众黏合度。比如，电视播音主持人潘蓉就在抖音平台上开设了个人账号“主播潘小蓉”，并在该账号中分享了很多主持人的日常，让更多的人认识到电视播音主持的工作内容和后台情况，同时也打破了人们对于电视播音主持人的刻板印象，拉近了播音主持和受众之间的距离。

#### （二）借助多元媒介，增强与受众的互动

在传统媒体时代下，电视播音主持与受众之间缺乏有效的互动渠道，因而在电视节目的播出过程中，多数受众跟着主持人的思维走，即便是有部分受众有不同的声音，也难以传到电视播音主持人那里，导致电视节目制作难以满足受众个性化和多样化的需求。随着这样可以有效凸显电视节目的权威性，但对于电视广播行业的可持续发展是非常不利的。在融媒体时代，这一现状被打破，受众在观看电视节目的过程中，可以借助点赞、评论和弹幕等功能，与电视播音主持进行实时互动，受众的意见和建议会在第一时间反馈给电视播音主持。为此，在融媒体时代下，电视播音主持应借助多元媒介，及时与受众进行互动，并根据受众的实时反应，对主持内容、主持风格等进行调整，保证电视节目与受众的适配性，调动受众参与互动的积极性，促进电视广播行业的可持续发展。

#### （三）提升自身素养，创新信息传播方式

在融媒体时代下，电视播音主持人应该不断提升自身专业素养的基础上，紧跟时代发展步伐，对电视节目的信息传播方式进行创新。为此，电视播音主持应加强对融媒体技术的学习和应用，让电视节目的信息内容更具丰富性，提升电视节目的感染力和影响力。比如，

除了传统的电视节目外，电视播音主持人还可以借助各种短视频平台、直播平台，将一些电视节目制作过程呈现出来，或者也可以将一些新闻报告背后的故事展示出来，让受众接受到更加丰富的节目信息，增强电视节目对受众的吸引力和感染力。近年来中央电视台就通过vlog的方式将新闻事件的采访过程向受众进行展示，满足电视节目亲民化、年轻化的需求，这一做法取得了显著成效，吸引了大批年龄群体关注电视节目和新闻报道，年龄群体受众人数的得到了显著增加<sup>[9]</sup>。另外，电视播音主持人还应加强对现代受众需求的分析，并根据电视节目类型和内容，在播音主持的过程中采取受众喜闻乐见的主持方式，增强青年群体对电视节目的接受度和认同感，促进电视广播行业的可持续发展。

### 六、结语

综上所述，融媒体时代的到来，使得电视播音主持中存在的问题逐渐暴露出来，如主持人作用被弱化、电视播音主持内容生产力减弱、电视播音主持核心地位被多元媒介解构等。为了更好地适应时代发展，电视播音主持必须要对这些新变化进行分析和研究，并不断更新工作理念，借助融媒体技术和平台，创新播音主持方式，增强与受众互动、提升受众接受度、增强受众黏合度、整合多元媒介、创新信息传播方式等，提升自身业务能力，增强电视播音主持的感染力和影响力，促进广播电视行业的可持续发展。

### 参考文献

- [1] 许伟倩. 融媒体时代电视播音主持有声语言表达[J]. 大观(论坛), 2021(11): 81-82.
- [2] 张倩. 融媒体时代广播电视播音主持有声语言研究[J]. 时代报告(奔流), 2021(10): 95-96.
- [3] 李璐. 媒体融合时代下广电播音主持的创新与发展[J]. 大众文艺, 2021(17): 101-102.
- [4] 江苏闽. 融媒体语境下电视播音主持的转型探讨[J]. 传媒论坛, 2021, 4(15): 30-31.
- [5] 李思睿. 融媒体时代播音主持人面临的机遇、挑战及对策分析[J]. 新闻爱好者, 2021(07): 91-93.
- [6] 井洋. 融媒体时代电视播音主持创新研究[J]. 中国报业, 2021(10): 104-105.
- [7] 张玲雅. 新时期广播电视播音主持艺术的创新[J]. 西部广播电视, 2021, 42(06): 189-191.
- [8] 李春鹏. 融媒体时代广播电视播音主持工作的开拓与创新[J]. 新闻前哨, 2021(03): 39-40.
- [9] 庾静. 关于电视播音主持人创作个性化的思考[J]. 西部广播电视, 2021, 42(05): 147-149.