

浅析融媒体时代交通广播汽车节目的主持技巧及素养

——以江西交通广播为例

刘跃

(江西广播电视台, 江西 南昌 330046)

【摘要】在融媒体时代下交通广播汽车节目主持技巧和专业素养的有效提升,不仅能够获得受众的认可,还可以适应新时期媒体传播的特性,广播节目与新媒体视频等新媒体形式的融合传播,让专业内容变得有价值,通过多形式的融媒体传播,达到线上指引,线下成交,延伸汽车节目的服务链,实现节目价值的有效提升。基于此,本文将对融媒体时代交通广播汽车节目主持技巧及专业素养展开研究。

【关键词】融媒体时代; 交通广播汽车节目; 主持技巧; 专业素养

前言:

在新时期,人们的生活质量不断提高,私家车数量也大幅度增长,在受众购车需求日益增长的情况下,如何一步到位挑选到合适自己,合适家庭的汽车,是购车人普遍面临的问题。而交通广播汽车类节目凭借自身的专业性、可信性、服务性成为受众选车、购车的主要渠道,与此同交通广播汽车节目更需要面对融媒体时代下除传统音频直播以外的其他传播形式,如图文、短视频、视频直播等。这就对汽车专业节目主持人的专业素养和主持技巧提出更高的要求。由此可见,对融媒体时代交通广播汽车节目主持技巧及专业素养进行探究是十分必要的,具体策略综述如下。

一、融媒体时代交通广播的主要特点

(一) 内容生产的链条化

交通广播是伴随着用户和市场需求而诞生的,是专业化频率的重要组成部分。但随着社会的发展和融媒体时代的发展,受众应用场景的改变,传统的广播节目受到了一定的影响,面对传播模式的变革,交通广播不得不发掘更符合当下时代的传播模式,打造沉浸式体验的直播场景,为受众提供多样化的内容服务。

根据江西省公安厅交管局 2021 年 6 月发布的数据显示,江西省机动车保有量达到 1001 万辆。在城市车辆增多的情况下,交通堵塞的几率大幅度增多,及时地了解交通路况和快速找到高效率的出行路线,帮助驾驶人员更为顺利地抵达目的地,有效的信息服务成为时下交通广播内容传播的重中之重。而融媒体时代下的交通广播则正是在新时期发挥了这样的服务作用,有针对性地进行信息分级处理,打破死板的播报形式,将趣味化融入路况信息的传播中,比如江西交通广播早晚高峰的《小雷路况》,将频率大

IP 和主播的个人 IP 相结合,形成具有人物特色的路况内容,让有意识收听在早晚高峰时段成为可能。

其次,融媒体时代交通广播汽车节目还进行了形式上的转变和延伸,不仅拥有较为传统的广播形式还兼顾新媒体直播形式,这使得融媒体时代交通广播节目的受众除了以驾驶人员以外,还囊括了新的小屏受众,比如江西交通广播的线性节目《副驾驶女郎》,从女性视角入手,2 分钟的内容不赘述,便于广播受众消化。而根据节目衍生出短音频、短视频版、图文版的内容,方便不同平台,终端受众接收信息,创造出了更多的社会效益及经济价值。

(二) 服务对象泛化

单一的内容和服务对象无法让交通广播节目在融媒体时代下站稳脚跟,所以交通广播节目必须及时地做出改变。内容生产的多媒体裂变,广播产品的融合传播,使主持人进一步确定了自身在融媒体时代的特点定位。首先,融媒体时代下交通广播的受众群体也发生着巨变,从原来单一的车载调频,扩展到音频 APP,社交媒体等。其次,交通广播节目针对服务对象的服务目的也发生了一定的改变,不仅能够了解驾驶人员了解路况,还能够通过播报娱乐新闻、专业的汽车资讯等多种方式提供车上生活的伴随服务,实现了对交通广播节目内容的有效丰富,更为符合融媒体时代特点。另外,融媒体时代下的交通广播节目是可以实现跨越时间和空间的,例如在 2022 年 4 月 3 辆载有阳性病例的大巴经过江西境内,并在南丰服务区停留,江西交通广播利用广播及时传播效应,通过电波寻找在停留期间的密切接触者,并通过新媒体端扩散传播,“紧急寻人:3 辆载有阳性病例的大巴车在南丰服务区停留”单条短视频播放量为 4832 万、点赞 12.1 万、评论 1.2 万,为疫情的防控作出了突

出贡献。诸如此类的案例还有很多,比如2022年1月稿件“高速不是练车场,莫拿生命开玩笑”单条播放大道3504万,2022年4月“违停路虎阻挡消息救援,消防车可不惯着”单条视频播放大道184万,这类的广播内容的融合传播扩大了受众覆盖,增强了社会反响。

所以在融媒体时代下交通广播节目的内容延伸,不仅可以为驾驶人员服务,还能够为更多场景下的受众提供沉浸式的信息服务,进一步巩固了交通广播节目在融媒体时代下的地位。

二、融媒体时代交通广播汽车节目主持技巧提升策略

(一) 主持专业化

交通广播汽车节目对主持人的要求相对较高,汽车节目主持人不仅是主持人,还是行业的专家,要有较多的行业知识储备才能驾驭专业节目的播出,否则就会出现主持人对节目稿件吃不透,那么传播效果就会大打折扣,从而带来的影响就是受众的流失。而融媒体直播对于主持人的要求就更高,短视频的讲解和视频直播是没有那么多准备的,很多都是实时的,根本不是死记硬背或者提前走场就能实现的,如果没有非常丰富的知识储备和专业的主持经验,就会尬场。比如江西交通广播《缤纷车世界》节目中经常会接到受众选车的热线,受众会给出一些要素,要根据你的知识储备来推荐车型,不仅要快速的从使用场景、外观内饰、动力性能、燃油经济性几个维度进行分析,还要从受众的直播反馈中,分析受众所能接受的价格范围,在同级别车型中,为受众挑选皮实耐用、性价比高、省油的越级配置的车型。在融媒体直播中,这还不仅仅是知识储备的博弈,更是一场心理活动的博弈。一般我们会遇到两种受众,一种是漫无目的的选车,另一种是已经有目标等待专业主持人的肯定,所以在融媒体直播中,汽车节目主持人要将专业的主持技巧和丰富的知识储备相结合,才能在节目中谈笑风生,对融媒体汽车专业节目形态驾轻就熟。

(二) 服务人性化

融媒体时代下与汽车信息传播的形式发生了多样性的改变,从单一的传播源,转换成为多平台分发,通过多样化的方式能够吸引更多的受众,这虽然对传统交通广播汽车节目形成了一定的冲击,但却无法真正撼动交通广播汽车节目在广大驾驶人员受众中的核心地位。基于受众给与传统媒体的信任,融媒体时代背景下,交通广播汽车节目更应该取长补短,延伸节目生态链,除了保证内容生产的基本质量之外,要开拓新的服务模式,让汽车节目主持人从广播、手机中走出来,打造“看得见的交通广播”服务。江西交通广播《车舞飞扬》是一档以新车+汽车维修为主要

内容的专业节目,在传播新车资讯的同时,兼顾汽车后市场的服务。以2017年、2018年为例,节目用户提供线下购车服务近百次,成交比例为85%,组织线下维修课堂4次,每年通过节目链服务的受众近千人,2次收到受众锦旗表扬。

以专业节目为载体,打造专业化的产品,实现链条式发展,是融媒体时代下交通广播汽车节目的走向。没有市场的节目就是失败的,既要考虑经济效益,也要注重社会效益。对于融媒体时代下的汽车节目主持人,要求就不仅仅一个单一角色那么简单,要把自己放在节目制作人的位置,经理人的位置,所以融媒体时代下的交通广播汽车节目不仅是传播形态上的改变,更是运营思维,服务思维的全新变革。

(三) 传播新颖化

在融媒体的时代背景下人们获取信息的方式发生了较大的改变,从原来的报纸、电视、广播、PC端向智能手机端转移。信息获取途径更加多元化,这对于传统的交通广播汽车节目而言,既是机遇也是挑战。把握新媒体传播的优势特点,就更利于融合传播。例如抖音、快手、视频号这类社交媒体公域量大,覆盖范围广,蜻蜓FM、喜马拉雅、云听等专业音频APP的潜在受众多,可以做到产品精准到达,还可以解决传统音视频线性传播不易留存等问题。所以在融合传播的背景下,交通广播汽车节目应该以广播节目为基础,打破传统束缚,丰富汽车节目内容生产的种类和形式,迎接崭新的发展机会,在融媒体时代的冲击下实现蜕变,创造出更多的良性价值。

以下将对交通广播汽车节目传播新颖化的方式展开研究:第一,在传统的交通广播汽车节目中主持人和受众以短信、电话作为媒介进行交流互动,这对于融媒体时代下交通广播汽车节目的发展而言十分不利,存在着较强的局限性,因此交通广播汽车节目应当打破传统模式的束缚,利用新媒体平台作为基础与受众展开多方面的互动,如:微信公众号、微博、抖音、视频号等社交媒体客户端等,以此挣脱出以往的受众范围,扩大受众面积,让更多的人能够加入到节目的交流和互动中,实现促进交通广播汽车节目在融媒体时代下跨屏发展的目的。第二,信息传播速度的提升让越来越多的人对事物的新鲜感停留时间大幅度降低,有研究显示,用户对于广播收听的前五秒决定了他是否会选择收听这档节目,而短视频和网络直播的前三秒就决定了受众是否会选择继续观看这个内容。在这样的情况下就要求主持人在汽车节目架构上要做出革新,广播汽车节目既要符合广播节目的精、准、细,又要兼顾融媒体传播中的短、平、快,以此吸引受众的注意力,使其能够始终在融媒体传播中即时的抓住受众,从而实现对交通广播汽车节目在

融媒体时代下发展稳定性的有效维系。

（四）语言个性化

融媒体时代让交通广播汽车节目主持人迎来了崭新的发展机会，但同时也带来了更大的挑战，交通广播汽车节目主持人应当学会善用自身的优势，明确声音是作为承载人类情感的重要载体，在融媒体的行业发展环境下交通广播汽车节目想要脱颖而出，实现核心竞争力的提升就必须从鲜明化自身特点入手，不仅要创建出自身的语言风格、主持特点，还要兼顾网络传播的语言特性，开发属于交通广播汽车节目主持人的个性化语言，形成“标签”化语言特点，增加主持人形象、声音的辨识度，以此达到巩固受众，加速发展的目的。

此外，交通广播汽车节目主持人在融合传播中还应当注意，将自身的特点鲜明化并不是哗众取宠，应当时刻坚守自身的专业性，恪守道德底线，融合传播亦要把握正确的舆论导向，掌握主持技巧进行语言的特色化，引入大量网络名词，以此加深受众的记忆，同时让受众能够认可交通广播汽车节目主持的专业度，以此保障交通广播汽车节目的长期发展性，而不是在融媒体时代的快速发展下成为昙花一现的“网红”。

三、融媒体时代交通广播汽车节目主持专业素养提升策略

主持人是交通广播汽车节目节奏和进度的掌控者，一档成功的交通广播汽车节目离不开主持人较强的专业素养，因此，作为融媒体时代背景下的汽车节目主持人必然要重视提高自身的专业素养水平，不能一味地躺在自己的舒适区里停滞不前。我认为汽车专业主持人需要从文化素养、道德素养和专业素养三个维度，提升自己的专业领域知识及节目主持的驾控能力。

（一）文化素养

作为交通广播汽车节目主持人与受众之间的互动交流必然少不了，每个受众所要交流的内容都是无法准确预测的，而在融媒体时代，不仅仅是音频的互动，还有视频的直接展现，为了能够与受众有良好的沟通过程，主持人必然要对各方面的知识有所涉猎。比如江西交通广播汽车节目《缤纷车世界》，主持人不仅要对新车有所了解，在二手车评估也要有基本的知识，对车型、配置、二手车市场行情等基础知识要做到听得懂、答得出、讲得透；《车舞飞扬》节目中经常会有受众提问关于车辆故障的问题，主持人需要通过受众的语言表述，及适当的指引，来帮助汽修嘉宾了解车辆大体故障情况，综合研判故障原因。不仅要自己会修，还得表述准确。当主持人自身能够接得住受众的疑虑和提问，节目内容的广度和深度必然会更加深厚。良好的专业文化知识沉淀和对

多方知识的融会贯通，都能很好地帮助交通广播汽车节目主持人为受众们带来更多有用的知识和信息，彰显主持人的个人魅力。主持人应养成良好的专业能力的学习习惯，对汽车的专业知识多些经验积累，对事物存有自己独到的见解，那么自然便能够在融媒体直播节目中引发受众的共鸣。

（二）道德素养

电台节目主持人在百姓心目中有着特殊的地位和公信力。正因如此，主持人的道德素养十分重要。在言谈举止上都要时刻做好公众表率，无论是传统的广播节目还是在网络直播中，都应该社会引导树立正确的表率，坚持正确的舆论导向，积极弘扬道德规范，把握好主流媒体传播价值的大方向。主持人自身应树立正确的政治理想和职业理念，加强政治政论学习，充分理解国家的大政方针政策，才能更好地为受众服务。

（三）专业素养

提高交通广播节目主持人的素质是时代发展的迫切要求^[4]，对专业能力抱有热情与勤奋。主持人应时刻鞭策自己，不能携带，即使身处工作岗位之中也不要忘记了专业能力的提升与练习，保有勤奋之心，保持工作热情，诸如：普通话标准程度、自己驾驭语言的能力、临场应变技巧等，这些专业能力的日常训练不能忽视。交通类节目的主持活动具有明显的实践特征^[5]，在每一次现场连线时调整练习自己的播音面貌，在实践中不断反思总结，调整自己的气息控制能力与节目节奏的把控力，不断优化自己的主持状态。

结束语：

总而言之，随着社会经济的不断进步发展，交通广播行业的发展迎来了变革创新的机会，融媒体是传统广播行业的时代化起点。作为交通广播汽车节目主持人，更应当积极地学习新的知识，增强自身的专业能力水平，不断练习以熟练掌握播音主持技巧。同时还要注重自身专业素养提升，加强职业道德规范建设，保持学习习惯提高知识底蕴，在实践中多反思、多练习，为广大受众呈现高质量的融媒体汽车节目。

参考文献：

- [1] 王卫东. 融媒体时代交通广播主持人的专业素养[J]. 视听界, 2015, 0(6): 97.
- [2] 王夏莹, 谢微, 宋亚妮. 融媒体时代交通广播主持人的专业素养[J]. 西部广播电视, 2019, (22): 161-162.
- [3] 张麟凡. 融媒体时代交通广播的创新与发展[J]. 记者观察, 2020, (27): 115-116.
- [4] 杨雷, 薛霞. 试论交通广播主持人专业素质的提升[J]. 商情, 2011, (47): 118-118.
- [5] 曹家麟. 浅谈交通广播主持人播音素养的提升[J]. 新闻世界, 2011, (4): 70-71.