

短视频语境下的泛主持人现象探讨

龙薇薇

摘要：近年来，短视频平台上出现了大量的短视频主播。他们并非传统广播电视主持人，但又带有鲜明的主持人特征，通常称之为“泛主持人”。在当前短视频内容多样化、碎片化的背景下，不少优秀泛主持人似乎更能适应新媒体格局，对受众有着更精准的心理把握。本文以短视频为例，分析短视频传播背景下泛主持人现象的特点、存在的问题，并与广电主持人试作比较。

关键词：短视频 新媒体 泛主持人

在互联网大潮下，内容行业发生了巨大的变化，5G加速万物视频化，娱乐、知识、资讯获取的视频化趋势明显，渗透在用户端的视频，在广度、深度方面均有明显体现，据央视索福瑞2021年10月发布的《2021年短视频用户价值研究报告》显示：我国10岁以上网民观看短视频的比例为90.4%，通过视频建立社交联系成为趋势。^①在短视频普及的当下，人人皆可当主播的泛主持人现象日益凸显。

一、短视频泛主持人的特点

（一）大众性

短视频泛主持人兴起于移动互联网社交媒体，广泛参与的大众性是其核心特质。网速提升、智能手机普及，特别是移动互联网的即刻连接特质，将视频创作门槛拉至最低，掀起了大众短视频创作的时代。短视频平台包含的字幕、音乐、美颜、“一键大片制作”等模版和功能，持续激发普通受众跨越电视生产专业训练、专业设备的高门槛，进入随手拍生活，随手拍大片的行动中。知识、健身、萌宠、母婴、旅游、艺术等类型丰富的个人视角，让人人都有机会成为主持人。

（二）垂直性

与此同时，移动互联网将长尾效应发挥到极致，使生产垂直领域信息获得关注，或转化为收益成为可能。垂直深耕、提供专业信息、二创或跨行业另类垂直解读，是洞见、偏见，也是看点，并成为不少产出的短视频受欢迎的原因。这些原因让生产者的短视频具有较强的可见性，也满足了消费短视频用户的娱乐需求，以及“浅度专业”所带来的快捷精神满足感。

（三）亲和性

“意公子”用你能听懂的话聊艺术；“何同学”把冰冷的科技化为真实的感动和浪漫；“戴老师”在诗词里教大家恋爱，并讲述人生道理；“阿特警官”与“粉丝”警民联手打击违法犯罪，由于UGC短视频创作来自生活，短视频泛主持人让人觉得近在咫尺。这种强大的亲和力，是由UGC短视频创作者的身份和创作特性决定的。而传统专业的广电主持人，由于传播语境和内容调性是有刚性框架的，在亲和性方面较短视频泛主持人略逊一筹。

（四）重构性

在B站，“罗老师”横空创造“法外狂徒张三”，并在刑法普及中讲述单口相声；2022上海疫情期间，十七岁少年“蔡同学”谈及如何成为解决几百人吃饭问题的“团长”，其独立生活能力，社会责任意识，组织和表达能力让人思考教育该有的模样。当传统媒体在主流视频制作的关注度、点击率、参与率等方面取得不错成绩的当下，短视频泛主持人凭借沉浸式切身体会和经验总结，以短见长，重构内容生产和宣发。大众传播的守门人曾经是参与社会现实建构的主要群体，新环境下，优秀的短视频泛主持人正在参与这一重新构建。^②

二、短视频泛主持人的共性问题

（一）容易出圈也容易出错

短视频平台不同于传统媒体行业。几乎人人都可以在平台上创建和上传短视频，其个性化空间相对较大，审查制度不够严格，版面内容良莠不齐，部分泛主持人为博出圈，往往容易出错，产生负面影响。特别是当流量成为重要价值观时，这种负面影响实则很难避免。

（二）容易超车也容易撞车

拥有创造性思维的短视频泛主持人，容易在同类题材中超车，但在海量用户入场、海量内容提交的环境下，抄袭、撞车的也大有人在，内容同质化非常明显。未来或凭一己之力收获影响力的短视频泛主持人，或凭团队、资本打造个人IP的短视频泛主持人，将让这一领域竞争呈现更加多元化、个性化和产业化发展势头。

（三）容易火爆也容易冷却



在流量机制和带货诉求引导下，短视频泛主持人一旦找到“密码”，极易快速到达巅峰，坐拥千万甚至上亿粉丝，拥有传播意义上的超级权力。流量同时会带来巨大的商业收益，也催生海量的专业MCN机构。而带来这一切的“密码”，一方面来自平台的算法支撑，另一方面来自背后机构的流量采购，并非全部由内容主导驱动。一旦外部环境发生变化，“网红”也极易冷却。

三、广电主持人与短视频泛主持人的比较

（一）名人和素人的区别

在受众心中，短视频中的泛主持人多为素人、草根，而专业广电主持人往往具有名人、精英气质。广电“名主持效应”能为节目公信力加持，更好地带动收视，但从收视关系上看，还是以单向输出为主。而短视频泛主持人往往会从平等视角娓娓道来，从而提升与用户的互动。

（二）主串和主创的区别

常规的广电主持人未必是专业领域专家，而短视频泛主持人个人积累和视角就是内容本身，且一人兼任“采编播制”多个岗位，对创作的主导性更强，垂直性表现更明显，个人风格更突出。广电主持人更多是一档栏目的串联者，后者则是短视频不可或缺的主创者。

（三）集体和个体的区别

专业的广电主持人具备良好的职业素养和深厚的语言艺术知识，但以个人命名的节目往往占

据少数，常规节目大多是集体智慧的结晶，主持人只是节目中的一环。而短视频形式更加简洁，主题更加集中，泛主持人不用在节目中寻找与自己“人设”不相符的定位，只需做好自己。因此，短视频泛主持人是个人的创作行为，而广播电视节目中的主持人更多是集体的创作行动。^③

四、结语

目前大量短视频泛主持人仍然存在许多不足，例如，受时间和体量限制，无法清楚地说明事件来龙去脉，深度和个性不足等。随着5G技术的不断成熟，相信优秀的长中短视频泛主持人将更多地涌现出来。而广电主持人在媒体深度融合的当下，也可以考虑自身在内容专业化、领域垂直化、运营精细化方面的突围空间，以兴趣为中心在节目的研发阶段找到切入口，与观众和用户建立情感认同，以优质的内容为核心，稳固长期互信关系，为大屏和所处的平台赋能，为自身的职业生涯持续赋能。

参考文献：

①新榜研究院《B站UP主创作趋势》，“山顶大会”公众号，2021年2月4日推送。

②③张通勇、昌蕾、梁劲芸、甘清《我国短视频传播语境下的泛主持人现象研究》，《戏剧之家》，2020年第20期，第200—202页。

（作者单位：浙江电视台钱江都市频道）

