

# 网络主播媒介形象呈现研究

刘旺姣

湖南大学新闻传播与影视艺术学院 湖南省长沙市 410012

**摘要：**传统媒体得益于专业素质和主流传播地位，成为新闻事件的权威讲述者。传统媒体对“网络主播”的相关报道，是社会大众对“网络主播”认知与评价的主要途径；也是建构“网络主播”媒介形象的基本方式。本文主要研究“网络主播”在传统媒体上的形象呈现，从报道倾向、报道主题、报道主体三方面进行分析，一方面分析“网络主播”的媒介形象；另一方面研究“网络主播”媒介形象建构的途径及成因。

**关键词：**网络主播；媒介形象；媒介呈现

2016 年被称为是我国视频直播元年，与之伴随的是一大批“网络主播”涌现。网络主播不仅是一门新兴职业，也是一道独特的网络文化景观。本文运用内容分析法，研究网络主播的媒介形象及成因分析。

## 一、研究对象及样本的选取

从发展历程来看，网络直播经历了文字直播时代、图文直播时代、语音直播时代、以及目前交互性更强的视频直播时代。与此相对应的是，网络主播的概念也随着直播技术的发展产生了变化，扩充了不同的内涵。本文所指的“网络主播”，与传统主播行业相异，主要指在视频直播时代，通过才艺表演、闲话家常、游戏解说等形式与观众实时互动，通过观众“打赏”作为收入来源的一类网络人物群体。

读秀学术搜索是由海量全文数据及元数据组成的超大型数据库，同时是全球最大的中文文献资源服务平台，故选其作为研究数据库。在读秀学术搜索上，在“报纸”搜索栏下以“网络主播”为关键词进行高级搜索，得到从 2007 年-2017 年一共 689 篇报道。筛选该数据库，删除不符合样本素质的报道：与本文“网络主播”定义不是精准吻合的报道，如青岛早报的《奥运网络主播等你投票》；报道内容未涉及“网络主播”，如电脑报的《清晰到毛孔的直播，网络主播电脑配置推荐》；不涉及“网络主播”形象报道，如“网络主播”赛事和招聘，信息时报的《网络主播受热捧，海底捞“遇冷”》。由此，删除不相关报道 59 篇，得到从 2013 年-2017 年 630 篇报道。

根据百度指数（表 1），“网络主播”一词的搜索热度从 2014 年底呈上升趋势，2016 年达到峰值，与笔者筛选出来的样本每年分布量走势大体相似。这也说明筛选后的样本，能有效地对“网络主播”媒介形象进行分析研究。

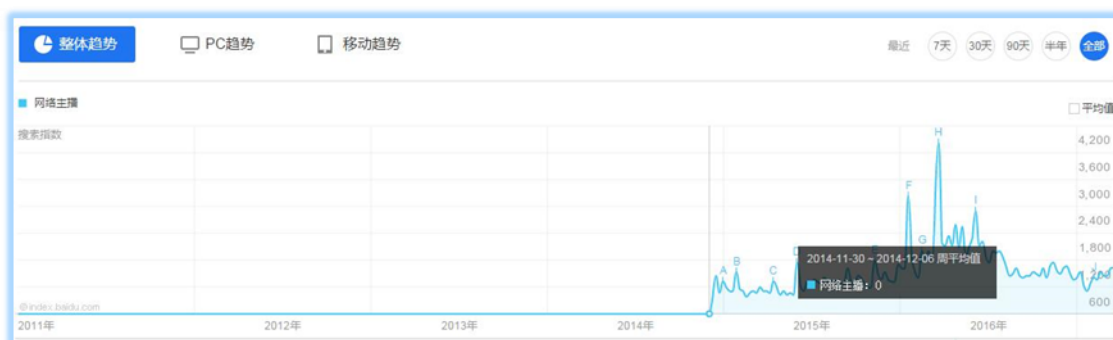


表 1：以“网络主播”为关键词的百度指数

## 二、研究样本结果分析

其中 2017 年的数据截止至今年 3 月 7 日。笔者通过对样本的报道倾向、报道主题、报

道主体进行分析, 得出有关“网络主播”历年报道状况。

年份	2013	2014	2015	2016	2017
报道数量	1	21	53	512	43

表 2: 2013 年-2017 年媒体有关“网络主播”报道数量分布

### 1、报道倾向

样本统计结果显示, 正面报道数量为 105 篇, 占总样本的 16.7%; 中性报道数量为 213 篇, 占 33.8%; 负面报道数量为 312 篇, 占 49.5%。从具体年份上看, “网络主播”的报道倾向呈现出明显差异(表 3)。从 2013 年-2017 年, 相关“网络主播”的正面报道比重骤降; 负面报道呈明显的上升趋势。其中, 2014 年, “网络主播”的正面报道比例达到峰值; 2016 年, 负面报道比例上升至历年来最高值。

倾向性占比%	年份				
	2013	2014	2015	2016	2017
褒性	0	81	47	11	21
中性	100	14	43	33	35
贬性	0	5	10	56	44

表 3: 2013 年-2017 年“网络主播”倾向性占比分析

### 2、报道主体

从报道内容进行分析发现, 样本所涉主体可归为三类(表 4): 一是作为个人的“网络主播”, 如《三门一草根网络主播 5 年赚了 400 万》; 二是作为群体的“网络主播”, 如《西安 500 名网络主播遭遇“欠薪”》; 三是“网络主播”所属行业。从下表可看出, 个人类报道仍是媒体报道的重点; 群体类报道比重呈骤降趋势; “直播热”过后, 媒体更关注“网络主播”行业发展前景、商业价值。

报道主体占比%	年份				
	2013	2014	2015	2016	2017
个人	100	47.6	49.1	44.9	55.8
群体	0	52.4	20.7	27.4	14
行业	0	0	30.2	27.7	30.2

表 4: 2013 年-2017 年“网络主播”报道主体占比分析

### 3、报道主题

2013-2017 年有关“网络主播”报道主题排名及比重分析	
2013	个人心路历程(100%)

2014	可观经济收入及行业商业价值（61.9%）；主播个人走红分析（23.8%）；破除职业偏见及职业前景（19%）
2015	主播培养、日常生活、难处、励志故事等（34%）；关注经济收入及商业价值（22.6%）；主播行业揭秘及职业前景展望（17%）
2016	博人眼球、触及法律底线、色情直播等直播乱象（45.7%）、主播地域化明显、职业历程、身份跨越等（12.9%）；行业自律和政策监管（10.5%）；关注经济收入及行业内收入差异（9.8%）；高额打赏（3.3%）；主播作为弱势方（3.1%）
2017	高额打赏及其探讨（30.2%）；对行业理性分析及商业价值探讨（18.6%）；政策监管（11.6%）；博人眼球触及法律底线、直播迷信等违规直播现象（11.6%）

表 5：2013-2017 年有关“网络主播”报道主题排名及比重分析

从上表可以看出（表 5），“网络主播”最初作为一门“高收入”的新兴职业被报道，媒体通过报道职业内容、难言之隐、职业前景等对“网络主播”祛魅，破除大众对“网络主播”不务正业、不入流等负面刻板印象。从 2013 年-2015 年，“网络主播”在媒体上整体呈现出“低投入、高收入、好前景”的形象。

2016 年是我国的“视频直播元年”，国内视频直播平台层出不穷，“网络主播”群体数量激增，呈现出“一派热闹”的景象，实则造成“直播乱、监管难、治理难”局面。“网络主播”的“高收入”特性仍被媒体看好，但跻身报道首位的是作为负面形象的“网络主播”直播乱象，如《一网络主播在城站火车站直播晒“枪”，刚说完他就被请进了派出所》、《广州三男地铁上晾衣支桌子吃饭系网络主播炒作》、《“公益关爱”岂能成为敛财手段？——网络主播赴四川凉山开展假慈善事件调查》等内容占据各大媒体报道版面，引发公众热议，严重损害以往媒体报道呈现的正面形象；同时，2016 年也是监管最严的一年，《北京网络直播行业自律公约》、《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》、《互联网直播服务管理规定》、《网络表演经营活动管理办法》等相关文件下发，使得直播平台与“网络主播”成为媒体重点报道对象，也促使“网络主播”负面形象再次在大众印象中加深。同时，“网络主播”作为弱势方、受害者等相关报道也占据一定的报道比例。

2017 年媒体报道最显著的特点是，从关注“网络主播”个人、群体开始转变为关注“网络主播”行业发展；报道回归理性，不再停留在对某个人、某一现象的单一报道，更强调对整个行业的辩证性思考。

### 三、网络主播媒介形象主要特点

传统媒体作为大众传播的主流途径，其报道规模和报道倾向直接影响大众对事物认知与评价，也间接建构事物的整体形象。综合以上各家媒体对“网络主播”的报道，“网络主播”在媒介中呈现以下几种形象：

为博出位而不择手段的形象。在激烈的竞争下，不少主播不提升自身的业务能力，而是走极端化路线博取关注，甚至一些直播行为触及法律底线。

轻松赚取的高收入者形象。一台手机、一部电脑就能当主播，相比其他行业，网络主播只要在屏幕前与观众聊天、进行才艺表演等即可，而且收入更高、时间更自由。

被误解、不为人知的苦涩形象。网络主播置装、培训等费用投入高，直播时间长，作息不规律，而且经常被人误解为非正当行业；同时，“网络主播”并非人人人口中的“高收入”

者。

坚韧不拔、积极励志的形象。尽管存在不少误解，但不少网络主播借直播平台找到自己的兴趣，实现自己的梦想，并开始了自己的职业规划。

为达高收入的引诱者形象。网络主播演变为诱惑的源泉，不择手段引诱未经世事的未成年进行高额打赏。

社会弱势群体一员的形象。“网络主播”就是我们日常生活中的人，也会陷入被诈骗、被欠薪的窘困境地。

从以上对“网络主播”形象的总结，我们可以看出媒体对“网络主播”形象的构建总体上是全面的、多角度的、平衡的。一方面，“网络主播”作为高收入者形象背后，有不为人知的艰辛与苦涩；另一方面，“网络主播”并非奇人异士，也会陷入诈骗、欠薪等纠纷。同时，“网络主播”并非总是正面形象，其在发展过程中也出现了不少极端、典型失范现象。

#### 四、网络主播媒介形象呈现之成因

传统媒体对“网络主播”的报道，主要受到内外因素的影响。从内部因素看，传统媒体扩大报道范围，关注网络空间；对“网络主播”进行报道，也是传统媒体与网络媒体竞争，争夺议程设置权，发挥舆论引导的途径之一；从外部因素看，“网络主播”及所依赖的直播平台是新生事物，本身具有极强的新闻价值；“网络主播”在发展过程中出现的问题与存在的弊端引人关注。

##### (1)、从内部因素看

###### 1、扩大报道范围，满足受众需要

“网络主播”活跃在社交、直播平台，其中不少“网络主播”从线上走到线下，或是跨界发展。对该群体的认识与客观评价，不仅是社会大众的需求，也是“网络主播”更好发展的客观需要。同时，传统媒体除了关注现实社会外，也将视角转向网络空间。有关“网络主播”的代表性、典型性事件，既是媒体日常新闻报道的线索来源，也可以为媒体延伸报道、深度报道提供新闻源。再者，传统媒体也需要制造热点，吸引受众目光。通常“网络主播”自身携带的个性、夸张行为、独特才能等特质成为传统媒体娱乐化、戏剧性报道的重要素材，如在标题为《为给网络主播“打赏” 女会计贪污公款 164 万》一文，“贪污 164 万”、“为打赏主播”等要素，给受众以强烈的视觉冲击，形成阅读期待。

###### 2、传统媒体的舆论引导责任

网络媒体、社交媒体的崛起打破传统媒体的议程设置权，赋予不同主体参与新闻事件建构的权利。然而多元意见的发表并不必然得出理性、公正的结果，网络的匿名性、网民参差不齐的素质水平等极有可能导致某一事件，尤其是负面新闻彻底娱乐化，演变成一场集体的狂欢。直播平台的娱乐性、主播爱“秀”等易成为网民“创作”源泉，加深大众对“网络主播”行为失范、不务正业的负面印象。

传统媒体介入“网络主播”形象的建构，因其专业素质与权威地位，更有效地赋予议题的显著性。对“伪慈善”等博出位、触及法律底线的行为，传统媒体主动发声，如《“公益关爱”岂能成为敛财手段？》，预先为大众设定评价基调。同时，传统媒体还注重从公益直播、励志主播等正面角度报道“网络主播”，传递真善美，由此引导“网络主播”的健康发展。

##### (2)、从外部因素看

###### 1、高卷入度下刺激观众“打赏”

卷入度（Involvement）由学者库拉格曼最先提出，是消费者对产品或服务感受到的依恋以及对它的忠实程度。<sup>[1]</sup>直播平台的特性、网络主播的个性及大众自身的娱乐化需求促使大众高度卷入，自觉进行“打赏”。

直播平台天生地带有一种“全民狂欢”氛围，观众只要点击进入就能看到网络主播们劲歌热舞、纵情游戏……从而不自觉地卷入这种“狂欢盛宴”中。直播平台有效地延伸了大众的日常娱乐空间，在此空间里，由于匿名、隐蔽的特点，无论是大众还是网络主播，都能更主动、更频繁地进行自我表露，凸显真实的自我，进而增进网络主播与观众的亲密感，形成一种信赖关系。在观看过程中，观众个人依据自己的喜好、兴趣选择某一主播直播间，通过弹幕、打赏直接与主播互动；主播在自我才艺展示的同时，及时回应观众的问题与要求，实现二者双向互动。受众基于个人认同而选择的主播，观众的粘滞度更强，更愿意追随主播，听候主播“号令”。在这种以主播为中心的社区化趋势中，主播一方面巧妙地引导观众“打赏”，另一方面对高额打赏者展示特有的“青睐”，诱发其他观众争相“打赏”以显示自己与主播的独特关系，以及通过多次、高额打赏满足自身的虚荣心，这就推动主播的“高收入”。

## 2、“网络主播”多重身份引关注

“网络主播”作为网络文化景观中存在的特殊群体，因其特殊职业、巨额打赏、低投入高收入的等特性造成公众成见，从一开始便引发公众关注，成为媒体重要报道主题。在传播过程中“网络主播”一方面作为平台的形象输出，另一方面作为内容输出的传播者，自然而然地受到平台、政府、社会公众的监管，更易成为媒体关注的对象。

“网络主播”离不开粉丝的拥趸，他们是某一频道、平台甚至是某一领域的KOL，主播个人形象以及播出内容极易在粉丝群体产生放大效应，甚至成为模仿的对象。从这一点而言，“网络主播”作为公众人物，肩负着相应的社会责任，应当发挥模范带头作用。而现实生活中，不少“网络主播”违规直播造成不良社会影响。媒体对典型个案的报道，是发挥正确舆论导向作用的体现。同时，“网络主播”相较于普通大众，因为拥有更多话题属性，当其作为社会事件“弱势”一方时，“网络主播”更容易引发关注，占据媒体报道版面。如2016年“网络主播”身陷诈骗案、讨薪案等作为弱势方被媒体纷纷报道。

## 3、利益驱动下博出位现象频发

网络直播是裹挟着经济利益的高度人际互动。在利益驱动下，大多数主播难以在追求经济收入与保持节目健康调性之间保持平衡。

主播节目以主播为核心，由主播自导自演。主播倾向于将属于后台的私人场景和角色表现搬到前台，实现后台前台化<sup>[2]</sup>，极大地满足观众的窥私欲。由于主播节目脱离传统节目严格的制作流程和审查机制，主播为追求收视效果，将个人私生活在平台上暴露无遗，如直播造人事件、更衣门等。实质上，主播节目由主播与观者二者互动完成，主播进行才艺展示与话题引导吸引、粘滞观众，观者以弹幕与礼物传达情绪、表达自我。脱离熟人社会的道德伦理约束，主播与观众的话题尺度变大，涉黄涉性等非常规话题频现，一些主播一味无下限迎合观众的要求，直播失范问题凸显。同时，为追求收视效果，主播个人主动地对一些低级趣味的内容进行直播，并对不良行为进行恶意营销炒作；或是利用粉丝信任，公众同情为提升自身知名度而进行一系列虚假慈善活动等“博出位”行为。

## 4、“网络主播”自身发展规律归因

媒体对“网络主播”的关注点在不同时期有所不同，这主要是由于“网络主播”在不同发展阶段所呈现出来的特征差异。

“网络主播”最初是以新兴高收入职业进入大众视野，尚未成规模，主播个人的职业内容、生活作息、走红原因成为媒体报道的关注点；随着“网络主播”进入高速发展期，媒体开始关注主播群体、主播行业的发展现状与态势；主播群体竞争白热化导致部分主播“博出位”，怪异、不寻常、触及法律底线等典型行为自然是媒体关注的重点；近年来，政府加大力度进行网络监管，对视频直播平台以及网络主播的监管已是题中之意。随着“网络主播”进入发展的成熟期，展现出产业化的趋势，关注主播个人发展；分析行业发展困境与难点、分析研究主播行业的发展方向尤为必要。

#### 四、结论

传统媒体的报道倾向直接影响社会大众对某一事物的看法与评价。对负面事件的集中报道是加剧“网络主播”负面形象的主要原因，如对“伪慈善”事件的报道，众多媒体都采用《“公益关爱”岂能成为敛财手段？》一文。通过对样本分析，可以看出，大多数媒体倾向于报道“网络主播”娱乐性、冲突性、戏剧化事件，有关“网络主播”的公益、励志行为只在地方性媒体报道，很少能够得到规模化报道。对典型负面事件的关注与报道是媒体的责任使然，但同时，媒体也应多角度、多侧面对事件进行全方位解读，不应众报同声加深“网络主播”负面形象的形成。

传统媒体应本着客观、审慎的态度来建构“网络主播”媒介形象，既通过报道正面事件弘扬正能量；也通过报道负面事件起到警示作用。当下，“网络主播”处于新的发展阶段，网络主播个人如何在已有的直播内容上，实现良性创新发展，避免同质化直播，引起审美疲劳等问题，以及整个网络直播行业的产业化道路，商业模式运作等方面还存在许多问题。因而，传统媒体在发挥舆论指导作用的同时，应该关注网络直播行业的发展，通过正确的报道倾向，理性的舆论引导，守望网络直播环境，监督网络主播群体，为我国网络直播产业健康发展迅速发展提供媒介支持与帮助。

#### 参考文献：

- [1] 范叶妮. 对新闻互动行为中卷入度研究[J]. 新闻界, 2010(6): 14-15
- [2] 贾毅. 网络秀场直播的“兴”与“衰”——人际交互·狂欢盛宴·文化陷阱[J], 编辑之友, 2016(11): 42-47

### Research on the Image of Network anchor

Liu wangjiao

Tianma Campus Apartment, Hunan University, Changsha City, Hunan Province 410012

**Abstract:** Due to professional quality and the status of mainstream communication, Traditional media has become the authoritative narrator of news events. The reports of network anchor on traditional media is the main way to form the public about the cognitive and evaluation in network anchor. Meanwhile, It constructs the image of network anchor in basic way. This paper mainly studies the media presentation of network anchor in traditional media, it analyzes the three aspects from the report tendency, the subject of the report and the main body of the report. On the one hand, this paper analyzes the media presentation of network anchor. On the other hand, it studies the way and the cause to construct the image of network anchor.

**Keywords:** Network anchor; media image; media presentation

**作者简介:** 刘旺姣，女，湖南大学新闻传播与影视艺术学院 2015 级学术型硕士研究生

研究方向：媒介经营管理

联系方式：刘旺姣，湖南省长沙市岳麓区橘洲街道湖南大学天马学生公寓三区 10 栋

邮编：410012

联系电话：18670347025

电子邮箱：biejiao0309@163.com