

浅谈全媒体时代下节目主持人的角色定位与职业素养

谢佳恩

(重庆市龙门浩职业中学校, 重庆 401336)

【摘要】为充分应对全媒体时代变革所带来的机遇与挑战,节目主持人已成为电视产业占领市场、赢得收视率的王牌。为发挥自身职业价值,实现对媒体、受众和社会各方的正向引导,电视节目主持人首先要明晰新型传播形态下的行业现状,找准自身角色定位,实现个人角色、职业角色和社会角色有机统一,并不断从道德水平、文化底蕴、业务能力、心理素质等全方面、多领域综合提升自身职业素养,以满足服务受众和节目传播的需求,逐步形成自身品牌效应,从而实现主持人职业生涯的可持续发展。

【关键词】全媒体;主持人;角色;素养

【DOI】10.12294/j.issn.1673-0992.2022.05.006

在报刊、书籍、广播、电视、影音、网络等各类传播工具飞速发展的全媒体时代,媒体传播方式和受众需要不断变化,电视产业开始更迭重组。这不仅是传播观念和传播方式的变革,更是对电视行业从业人员的挑战。主持人作为电视节目的“门面”,需对自身角色精准定位。本文将结合全媒体时代下主持人行业现状对国内电视节目主持人的角色定位和职业素养进行探讨。

随着大数据、智能时代的来临,科技助推传播生态发生巨大变革。随着手机、平板电脑等智能化移动端的普及和下沉,传统媒体的传播路径和节目形态也随之发生变化。在此背景下,与传统媒体紧密配合的电视节目主持人也应顺势而为,在以公众推送平台为新的宣传途径的形势下及时适应角色转化。全媒体是多种媒体、多种信息、多种渠道的融会贯通,最终是要更加全面地向受众传播信息。在全媒体语境下,媒介之间的优势互补、信息共享需要电视节目主持人无论在专业学识的造诣上,还是在语言表达上都要有所变化和提高,以期达成更好的宣传效果和信息可信度。笔者在工作中发现,在具体落实电视节目主持人岗位要求前,从业者往往只注重于变化之后的结果,而对于变化本身缺乏系统化、理论化的认知。因此,要明确全媒体语境下电视节目主持人的新要求,首先要明确媒体融合背景下受众多样化和信息接收复杂化的新形势,从而对电视节目主持人的发展提出可行性方案。

一、全媒体时代背景下的电视节目主持人概述

(一) 主持人所处的全媒体时代

随着科技的进步,多重媒介传播方式交融,受众获取信息的渠道覆盖广泛且立体多样;群体细化

分流日趋明显,对信息的专业性要求不断提升;媒介传播逐渐由“单向传播”方式向“双向互动传播”方式发展,传统媒体的话语权威逐渐削弱,面临更新重组的紧迫任务。由此,麦克卢汉的著名观点在实践中得到证实:媒介是人体的延伸。全媒体时代的到来,打破了电视节目原有的时空限制,对主持人的职业素养提出新要求。

(二) 主持人角色定位的新要求

20世纪50年代,美国哥伦比亚广播公司编导唐·休伊特首次使用“anchor”一词代指主持人。该词源于体育界术语,本意是锚、面临危险时的依靠,即在关键时刻能够提供强大支撑力的人或物,由此引申出接力赛跑中最具爆发力、跑得最快、最能扭转败局的队员。在电视传播活动中,主持人需具有控场能力,并在突发状况时力挽狂澜,保证节目播出的完整性。可见,此概念从启用之初就已被赋予明晰的内涵:电视节目传播中最关键的人物。随着时代变迁,各传播平台间的壁垒正逐渐消融,传统媒体面临极大冲击。承担电视节目传播任务的主持人只有与时俱进方能长足发展。

扮演好传播环节中“最关键人物”的角色,其决定因素在于准确定位自身角色,即确保电视节目主持人个人角色、职业角色和社会角色三者关系和谐统一。首先,主持人作为自然人,受自身成长环境、教育背景等多方面影响,其言行举止具有主观性和独特性。在节目中,既要调整自身形象、语言习惯和行为方式以适应节目定位与传播风格;又要凸显个人特色以增强节目辨识度。其次,电视节目主持人是联结节目与受众的纽带,是实现媒介传播意图的桥梁。主持人的中介作用客观上对其职业角色的

具体内容做出了要求：第一，媒介意识的体现者；第二，公众代言人；第三，先进文化的传播者；第四，节目的主导者。最后，电视节目主持人拥有公众话语权的背后也承载着社会责任与义务的更高期望，这是电视主持人社会角色的根本要求。

电视节目主持人作为一档节目的“当家人”，既要全面把控节目，服务信息传播；也要了解和满足受众需求，建立尊重、理解、真诚、服务的新型传受关系，“找到‘应知’与‘欲知’的结合点。”在全媒体时代背景下，电视节目主持人角色定位应将社会角色置于主导地位，个人角色服务于职业角色，保障节目生命力，营造风清气正的舆论环境。

（三）主持人职业素养的高标准

职业素养从广义上讲，指人在特定的先天条件下，通过多方面、多层次和划分阶段的学习与修炼所表现出的各种综合能力之和；从狭义上讲，指人生理、心理的先天禀赋。节目主持人的职业素养包含道德水平、文化底蕴、业务能力、心理素质等四个方面的要求。作为传统主流媒体，电视节目主持人必须具有绝对辨识度。首先，主持人要有高尚情操和正确价值取向，感染和引导受众摒弃陋习、弘扬正气，推动全社会道德水准提升，发挥电视节目的教化作用。其次，主持人要做“杂家”，既要广

泛涉猎政治、人文、社会、自然、生活等领域的内容，涵养科学文化知识和高雅艺术审美素养，增加节目含金量和可看性。再次，主持人要坚定正确的政治立场，规范使用国家语言文字，掌握有声语言表达和采编技能。最后，主持人要有愉悦的情感、健全的人格、敏锐的观察、迅捷的思维、较强的协调能力和严谨的工作态度，与受众建立情感共鸣。唯有上述基本素养全面协调，才能支撑电视节目主持人实现职业价值，践行公众人物的社会责任，推动社会主义文明建设，重拾话语权威。

二、我国电视节目主持人的现状

（一）现状的闪光之处

目前，我国电视节目主持人队伍正向年轻化、多元化方向发展。全媒体时代电视节目主持人不仅应整合个人、职业和社会角色，以情感符号强化节目传播意图；更依托各类新型媒介形态与受众进行互动交流，加强节目的参与感和交流感，实现双向传播。

（二）现状的不足之处

如前所述，主持人既是一档电视节目风格与内涵人格化的体现，又承载着名人光环下社会公众的期待，同时还具有个体思维模式和情感体验。当主持人多重角色失调时，角色扮演就无法正常进行，节目播出效果及自身公众形象大打折扣，甚至产生



广泛的负面影响。如天津卫视节目《非你莫属》主持人张绍刚本应以服务节目为本，在求职者出现口误、遭遇尴尬时及时圆场，但由于对自身角色定位的偏颇，当郭杰现场晕倒后他的第一反应是质疑“你是在表演吗”，当与刘俐俐针锋相对却始终处于下风时，他以“我很少彻底对一个求职者失去兴趣，各位请提问”的言论粗暴表达情绪、终结话题，使得舆论一致倒向求职者一方，最终张绍刚不得不离开节目舞台。

（三）造成不足的原因分析

眼下我国电视节目主持人素养良莠不齐，究其原因主要分为两个方面。从主观上看：第一，主持人政治素养与价值取向缺位。在快餐文化冲击下，主持人年轻化、明星化和商业化气息日渐浓重。个别主持人缺乏政治理论修养，在利欲支配下将传播信息、服务受众为主要目的的电视节目变为“秀场”，引发个人角色和职业角色间冲突。第二，语言能力与文化底蕴缺失。语言表达是主持人的基本业务技能，决定信息传播效度；文化底蕴是主持人人格魅力的物质基础，影响信息传播的可信度和受众的接受度。一旦缺失，主持人个人形象和节目公信力受损，导致个人角色与社会角色间发生冲突。第三，角色职能错位与人文精神缺失。一方面，主持人或越俎代庖发表错误言论，或缄口不言未尽权责，丧失职业价值；另一方面，为求节目亮点过度娱乐化，缺失人文关怀。

从客观上看，市场竞争压力使知名主持人成了某些节目抢占市场份额的王牌，其中不乏为博人眼球、牟取收视率而利用自身角色定位偏差制造话题的现象。诸如不合理设置嘉宾主持，使主持人职业角色与嘉宾角色相互混淆、职能分界不明，甚至喧宾夺主，出现主持人被嘉宾完全取代的现象。“术业有专攻”，绝大部分嘉宾主持未历经专业培训，语言能力、自身素质、信息传播等方面尚存弊病，甚至在节目中口无遮拦、行为失当。

（四）不足现状的提升路径

中央电视台著名主持人白岩松曾说道：中国的主持人有两重身份，在观众中享有巨大的知名度并被广泛尊重，而在电视圈的同事中却不被看重，甚至被看低。对此他提出的应对之道是把“主持”缩小，把“人”放大。要解决当下我国电视节目主持人普遍存在的不足，对主持人而言，首先应准确进行角色定位，并不断修正偏差，既保持个人思维模式和语言风格的独特性，又摒弃偏见和不当利益追求，坚持个人角色、职业角色和社会角色三位一体。

其次要全面提升业务水平，把握节目创作环节脉络，以完成信息传播、文化教育、社会宣传、高雅娱乐和服务大众为首要任务。最后要不断丰富个人修养，以人格魅力征服受众，彰显内在价值，延长个人职业生涯的荧幕寿命。

同时，电视节目要在市场竞争中以最短的时间和最深的印象为受众接受，就必须发挥主流媒体的正确导向作用，以创意和心意取胜，而非通过怪异、粗俗的方式哗众取宠。一方面，定位节目性质和节目风格之初，要从受众需求出发，精准定位受众群体，打造包容性和针对性并存的节目内核。另一方面，设置和培养形象、气质、语言等方面与节目高度匹配的主持人，让节目形象以主持人形象走进受众视野，实现人格化的情感交流。唯有电视节目与节目主持人相互依托，相互成就，才是占有收视率的长久之道。

三、全媒体时代下电视节目主持人的发展前景

（一）增进传播价值，应对时代冲击

在全媒体环境下，传统媒体不再是信息的唯一来源。以网络信息技术为物质基础，普通公众也可以汲取信息并向外界传播自己的观点。然而，因其缺乏专业训练，尽管信息发布迅速但往往流于表面，更难免掺入主观感受，进而降低了新闻的真实性。由此，主持人要发挥自身职业优势，从单纯传播信息转变为深度加工信息，真实还原事件，并就新闻背景、诱发原因、社会影响等多个维度进行客观解读，发挥舆论的正向引导作用。

（二）找准自身定位，形成独特风格

从电视节目内容来说，首先要准确分析目标受众群体，了解其具体需要，打造内容丰富、专业性强、制作高端的优质节目。以传播信息、传承文明、教化大众和提供服务为己任，从各类同质化严重的电视节目中突围。对节目主持人而言，在准确把握自身角色定位的前提下，维护健康的职业形象与培养鲜明的主持风格并举，方能提高自身和电视节目的唯一性和辨识度。

（三）提升职业素养，打造品牌效应

电视频道窄播化的出现伴随着电视节目专业化的提升，同时预示着节目主持人终将完成“多能一专”转型。专业性强的电视节目需要有一批功底深厚、才智卓越的“专家型”主持人来共同适应市场需要。同时，节目主持人要以较高的职业素养为抓手，通过有声语言、副语言表达带给受众身心的愉悦和享受；同时要加强节目传播活动中的人文因素和情感体验，以接近性和服务性打造节目品牌，培

养受众忠诚度。

（四）媒体融合背景下主持人不破不立

鉴于传统媒体的生态链已经发生重大变革，与之相关的一切也应做出新的要求。作为电视节目主持人，最重要是在观念和自身定位上的思维转化，必须摆脱刻板的说教形象，在仍然保持高度专业性的同时，更要把电视节目主持人定义为有情感、有温度的宣传形象，而非与受众保持固定距离，自顾自地进行节目创作。要将受众的认可度作为衡量节目、主持成功与否的重要标准，因为只有与受众同向同行，采用受众喜闻乐见的形式做节目主持，方能得到受众的认同，收获关注度，成为一档可持续发展的电视节目。也唯有如此，才能使电视节目主持人在全媒体时代始终立于不败之地。

媒体融合的大背景下充满着机遇和挑战，注定会进行一场优胜劣汰的选择。这对电视节目主持人同样是一次考验。近年来，以中央广播电视总台为首的媒体单位频频在媒体融合上发力，《新闻联播》播音员康辉、《今日说法》播音员撒贝宁、《新闻30分》播音员朱广权等人打破传统壁垒，凭借过硬的专业素养和舞台掌控力纷纷“出圈”，参与到各种新式电视节目之中，在各短视频平台中大胆表达、积极互动，赢得大批受众的青睐和喜爱。中央广播电视总台的大胆尝试为各电视节目主持人提供了很好的范式，所谓不破不立，只有勇于创新、敢于实践，探析受众需求，掌握媒体融合发展规律，才能更好地适应全媒体语境下的新形势。

四、结语

综上，正如中国传媒大学胡智锋教授认为的那样，“进入20世纪90年代以来，主持人逐渐成了中国社会最具影响力的公众人物。很少有一个群体像主持人那样，几乎所有的从业者都是名人。这样一种情况，使得主持人可能会在巨大的名和利面前迷失自我、走向自恋和自负。”就主持人个人而言，要想实现职业的可持续发展，首要是找准自身角色定位，即：做到个人角色、职业角色和社会角色和谐统一。就个人角色而言，主持人应当是一个“人”，真诚、真实、健康向上、充满人文关怀；就职业角色而言，主持人是代表媒介的符号，体现媒体意志，作为信息传播环节中的关键一环，不能缺位、越位或者失语、乱语；就社会角色而言，主持人则是具有社会良知的守望者，既要有广博而能够满足公众需求的才能，又要有致力于引领公众的前瞻视野和开阔格局。在全媒体时代下，电视产业为充分应对媒介变革所带来的机遇与挑战，对节目主持人的综

合能力要求越来越高。想要成为一名优秀的节目主持人不仅需要具备先天基础条件，更要通过后天的不断努力丰富科学文化知识，坚定政治立场，培养个性魅力。以服务节目为出发点，以服务受众为落脚点，逐步形成自身品牌效应，成为电视节目的有机组成。

步入全媒体时代，我国电视事业方兴未艾，充满了无限的可能性。正在成长的新一代电视主持人如何应对挑战、抓住机遇，我们拭目以待。

参考文献：

- [1] 陈虹. 节目主持概论 [M]. 北京：高等教育出版社，2013：89-96
- [2] 吴郁. 当代广播电视播音主持 [M]. 上海：复旦大学出版社，2007：69-70
- [3] 毕一鸣. 播音与主持艺术纲论 [M]. 北京：中国广播电视出版社，2011.5:172-178
- [4] 刘洁. 电视节目主持人 [M]. 武汉：武汉大学出版社，2004.11：66-70
- [5] 姚喜双. 播音导论教程 [M]. 北京：中国广播电视出版社，2001.3：29-35
- [6] 卢杉、晓澄. 感悟与升华：节目主持人素质修养论纲 [M]. 上海：上海教育出版社 2000.6:1-55
- [7] 白岩松. 我们能走多远——关于主持人话题的胡思乱想 [N]. 北京：北京广播学院学报 1996-1
- [8] 李中豪、赵友. 功夫在诗外，个性在其中——李中豪访谈录 [N]. 北京：北京广播学院学报 1995-6
- [9] 李茜. 浅谈电视节目主持人的角色转换及定位 [N]. 四川：四川文化产业职业学院学报 2008-2
- [10] 曾鸿. 节目主持人的角色意识 [J]. 当代传播 2007（1）：23-24
- [11] 言靖. 论媒介融合时代全媒体新闻人才的培养 [J]. 新闻界，2011（5）：150-151
- [12] 王尔山. 提问是记者的天职 [M]. 北京：高等教育出版社，2003:1-18
- [13] 邓敏. 论中国电视节目主持人角色的“变迁” [D]. 湖南：湖南师范大学，2007
- [14] 罗鑫. 什么是“全媒体” [J]. 中国记者 2010（3）：82-83
- [15] (美) 尼尔·波兹曼，章艳译. 娱乐至死 [M]. 广西：广西师范大学出版社，2004：20-116
- [16] 李盛之. 主持人：角色的尴尬与超越 [C]. // 李立. 节目主持人卷：尴尬与超越. 北京：北京广播学院出版社，2000:152-164