

试论新媒体节目主持人的核心竞争力

张云蔚

(四川大学锦城学院, 四川 成都 611731)

摘要: 伴随着数字化时代的来临, 新媒体技术得到了不断的发展, 相对传统媒体而言新媒体在整个社会信息的传递中占有着更加重要的地位。在新媒体与传统媒体相互竞争、相互融合的同时, 新媒体节目也展现除了自身的优势, 迈出了前进的步伐。新媒体节目能取得如此成果与节目中的主持人有着必然的联系。作为新媒体节目的主持人如若在新媒体与传统媒体的这种媒介融合过程中更能够适应并且懂得运用新媒体技术, 势必能使自己的节目在与传统媒体节目的比较中脱颖而出。而所谓“新媒体节目主持人核心竞争力”这一概念便是指较之传统节目主持人所不具备或表现不明显的独有特性。”此文将以此为点发散说明新媒体节目主持人的核心竞争力。

关键词: 新媒体节目; 传统媒体节目; 主持人; 竞争力

一、新媒体节目主持人和传统电视节目主持人的碰撞与交流

(一) 媒介环境

“施拉姆认为, ‘传播至少要有三个要素: 信源、讯息和信宿’。”在整个传播过程当中需要一个能将传播的这三个要素连接在一起的一个渠道, 即媒介。媒介的形式可以有很多种, 不论是网络、电视、报纸或是手机等移动终端甚至是人与人面对面交流时我们都可以将光和自然地声波看作为媒介。

显然, 新媒体节目与传统节目的媒介有所区别, 也就造成两者之间的表现形式的不同。新媒体是非线性传播, 而电视是线性传播。在最近几年的时间里, 由于新媒体的迅速发展, 致使“视频瓦解电视”的这样的宣言传出。尤其以高中生、大学生为例, 在这一类人群中大部分都选择看视频多于看电视。

当代的人们对互联网的依赖程度更大于电视, 但这是否就说明视频会取代电视? 其实不然, 新媒体节目与传统媒体虽然由于种种性质的不同在某种程度上会产生竞争, 但不能被我们忽视的是这两者的融合之势。例如: 在东方卫视热播的综艺节目《极限挑战2》在2016年4月17日时, 全网独家上线优酷平台, 其第一期节目就已经有了6747万的播放量, 包括预告片等衍生内容在内的总播放量已经超过1亿。这种电视节目与新媒体的融合手段带来的不仅是网络平台所获得的巨大利益, 更加能使节目本身在网络平台上持续升温。

(二) 新媒体节目主持人与传统电视节目主持人的发展态势

在新媒体与传统媒体呈现出融合趋势的同时, 新媒体节目主持人与传统媒体节目主持人也面临着寻找新出路的一个抉择。现如今受众已经不仅仅满足于被动的接受信息, 而是更加注重

于受众本身在节目中的参与性, 因而传统节目的主持人也需要寻找一个出口去突破自身。因此就出现了一部分传统节目的主持人转型成新媒体节目主持人。与此同时还有一些节目主持人则选择兼顾着传统电视节目主持人和新媒体节目主持人的双重身份。

例如: 湖南卫视著名主持人汪涵, 在主持湖南卫视各类传统电视节目的同时也主持了一档优酷视频原创脑洞推理脱口秀节目《火星情报局》, 并在两档节目中根据新媒体节目和传统媒体节目性质的不同展现出不同个性的主持风格。在这种传统节目同新媒体节目的竞争下, 不论是两种节目类型在对主持人的选择上, 以及节目主持人在对自我主持能力和风格的深入探索上, 都是在不断的变化着的。不论新媒体节目主持人还是传统节目主持人都需要在面对不同媒体的交融中不断学习和借鉴, 扬长弊短, 不断的对自身进行完善才能得到更好的发展。

二、核心竞争力——新媒体节目主持人在媒介融合中的适应力

(一) 新媒体技术的掌握

“所谓新媒体技术是指依托数字技术、网络技术和移动通信技术而成的新媒体技术体系。”新媒体节目在产生和发展的过程中离不开新媒体技术的支撑。因此在新媒体节目与传统媒体节目融合的过程中更多的是需要传统媒体节目以及其节目主持人学会去使用及掌握新媒体技术。因此就足以说明互联网以及互联网技术在新媒体发展中占有着很重要的地位。

随着新媒体的不断发展, 传统电视节目也在这种发展中不断的寻求创新, 也会逐渐增强与受众的互动能力。在金星主持的《金星秀》里面的一个环节, 金星会用平板电脑读取观众们所发来的信息, 不过这些信息一般都是提前发来, 并且也是由节目组进行筛选。但由此可看出, 新媒体节目有一个传统电视节目无法比拟的优势——“弹幕”。

由于新媒体节目一般就是在通过不同的播放软件在网络平台上播放, 而观众就能够直接在网上与主持人进行或者对话题进行实时讨论, 在观看节目的同时可以及时发表自己的看法, 这是其一。其二, 因为对新媒体技术的广泛掌握, 新媒体节目主持人对整档节目的参与程度提高, 主持人的作用不再局限于为受众传递信息, 主持人也参与到了节目的策划和后期整个过程, 仍然以马东主持的《奇葩说》和汪涵主持的《火星情报局》为例, 在一定程度上也体现了主持人的“一专多能”。

(二) 话语权

由于我国广播电视体制为国有国营体制的限制, 对传统电视

节目主持人的语言有有着一定的规范和限制。一些受众希望和想要听到的话题在传统电视节目中可能就不能被提及。而在网络新媒体节目主持人的语言限制就相对放宽许多,甚至有很多节目都以犀利的言辞来吸引受众。

例如腾讯视频推出的脱口秀节目《吐槽大会》,节目每一期都会请一位话题名人让他们接受其他嘉宾的吐槽以及自嘲,并以犀利的言辞制造出种种笑点吸引受众。其实这种“吐槽文化”是网络所独有的,除了《吐槽大会》以外还有在微博非常出名的自媒体《papi 酱》,papi 酱在视频中对一些社会普遍的现象进行各种吐槽,也颇得受众喜爱。

其实不论是《吐槽大会》还是《papi 酱》,之所以能如此热播从很大一定程度上要取决于这些节目主持人在对一些现象发表自己的看法和用语时的这种感觉是受众能够感同深受的,换种通俗点的说法就是受众觉得这些主持人不仅说出自己心理所想的并且还觉得这些说法很“刺激”。

随着新媒体技术的发展以及网络的普遍应用,在有些时候网络平台就成为了受众宣泄情感的空间,而在媒介不断融合的情况下,网络新媒体节目主持人在语言方面更能够迎合整个网络空间,因而新媒体节目主持人相较传统节目主持人在话语权方面占据一定优势。

(三) 粉丝文化

“所谓粉丝文化是指依附于大众文化滋生的一种文化形式,是指一个个体或者群体由于对自己内心虚拟的对象或者现实存在的一个对象的崇拜和追捧心里造成的文化消费。”这一方面是从受众来讲。新媒体节目主持人独特的主持风格则是吸引粉丝的最主要因素,而粉丝的作用更多是对节目的或节目主持人的支持以及宣传。

例如大鹏主持的《大鹏嘚吧嘚》这个节目,大鹏在整档节目中的主持风格都体现了戏仿的概念,戏仿,是指在自己的作品中对其他作品进行借用,以达到调侃,嘲讽,游戏甚至致敬的目的。而在这档节目中粉丝对大鹏个人以及他所主持节目风格的喜爱成为了对节目最大的支撑。粉丝文化目前还属于活跃的动态发展阶段,新媒体节目在网络上的生存及发展也主要是依靠点击量,换言之粉丝的聚集其实就是对节目最好的宣传方式。在新媒体节目中主持人也会在节目没有任何过度的插入一些广告,这在新媒体节目中被称为“硬广”,比如在何炅和王嘉尔主持的《拜托了冰箱》中,王嘉尔会在谈话间突然对其节目的赞助商进行宣传,而从受众的角度观看,这样的方式并不让人感觉反感反而让人觉得很有趣,甚至连何炅自己的说自己节目的观众就是莫名其妙喜欢广告,这也算是打破了以往受众对节目广告排斥厌烦的一种心理,但造成这一现象的根本原因难道仅仅是因为观众对广告突然改观吗?当然不是,这还是要归结于主持人王嘉尔的个人魅力所在,而作为节目以及他个人的粉丝就会很乐意接受这种植入

的方式,对产品也会很乐意接受,这当然也就成为节目赞助商也很乐意看到的局面,当然最终受益的也会是节目本身,这也便是粉丝文化所带来的效益。

三、结语

现如今因为数字技术的不断发展已经成为全民皆媒体的时代,受众已经不仅仅只是以往单方面的接受信息,如今受众也需要发表自己看法的平台,这无疑对传统媒体是很大的冲击。而对新媒体节目来讲这也不失为一个发展的机会。新媒体节目主持人要想让自己的节目从与传统媒体的节目或者与其他新媒体节目的相比之下能够脱颖而出,主持人自身就需要做到不断的尝试带给受众不一样的东西,去尝试从自身和受众等不同的方面去了解,从生活和现实中不断的取材引起受众的共鸣,这样才能使节目在与传统媒体的竞争中在与和其他新媒体节目的竞争中脱颖而出,占有一席之地。

参考文献:

- [1] 郭庆光. 传播学教程 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.
- [2] 宫承波. 广播电视概论 [M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2014.
- [3] 陈洁. 全媒体时代对播音主持发展路径的新思考 [J]. 新闻研导刊, 2016 (11) .
- [4] 曾艳. 新媒体时代播音主持行业的机遇与挑战 [J]. 科技传播, 2016 (15) .
- [5] 曹晨芳. 电视新闻播音主持的全媒体生存 [J]. 新闻窗, 2016 (20) .
- [6] 王越. 播音主持的应变要求能力 [J]. 西部广播电视, 2016 (5) .
- [7] 杨保华. 新媒体语境下播音主持专业的应对思考 [J]. 科技与传播, 2016 (13) .
- [8] 宫承波. 新媒体概论 [M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2009.
- [9] 匡文波. 新媒体概论 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009.