

浅析“护城河理论”对主持人未来发展前景的启示

◆曹曦元

(中国传媒大学 100000)

摘要: 本论文以主持人发展前景为研究对象,以巴菲特“护城河理论”为依据,采用文献资料法、访谈法等研究方法进行思考和梳理写作,通过研究发现,护城河理论可以对主持人未来发展提供很大的指导,主持人的核心竞争力与自身品牌塑造都将成为自身的能力,越是不可取代,不可模仿,主持人的职业价值就越重要。所以主持人的核心竞争力建构的合理性是需要我们思考的,为此,本文分析了护城河理论以及对主持人未来发展前景的影响,并从合理架构的角度推动主持人核心竞争力的提升,实现媒体品牌建设的步伐。

关键词: 护城河理论;核心竞争力;品牌塑造

“护城河理论”出自于帕特多尔西的一本名叫《巴菲特的护城河》一书,在投资领域中,他提及到,把那些拥有足够竞争优势的企业所拥有的可以自我保护并且免于竞争对手的打压的特征比喻为护城河,并且护城河越宽越大就意味着企业的竞争优势越强,核心竞争力越集中,足够抵御竞争对手的打压。而护城河理论的重要之处就在于,企业能长期保持竞争优势,不断创新,不断改进,更是对手难以复制难以抄袭的品质。“护城河理论”也是巴菲特一个非常著名的投资理念,“巴菲特说,他认定可口可乐、美国捷运、吉列有宽阔的经济护城河,所以他长期持有并收益超群。”归根到底护城河理论不仅仅是提醒每一个企业要有一个良性的核心竞争力,更是要我们去寻找一条保持持续性竞争优势的方法。当这个在投资领域上的理论和主持人策划发展结合在一起,擦出来的全新火花足够我们每一个人在接下来的职业生涯中仔细思考揣摩并赋予到实践当中,让自身优势得以展现,发挥个人价值,完成自身使命。

一、主持人+护城河理论

(一)主持人“护城河”现状

主持人及其所从事的信息传播交流活动因为具有一定的人际性和个性化特色、涵盖了人际传播和大众传播中的许多优势而在现代电视传播领域中具有不可替代的重要地位。但是,“从总体看,主持人队伍的思想观念、政治素养、价值观念、理论水平和业务能力是参差不齐的,还存在许多解决的问题。比如在正确把握导向方面,在保持高水准、高品位方面,在把握节目的能力方面,在语言表达方式甚至在服装发型方面等,都存在着各种各样的问题”。这些问题已经在很大程度上影响着电视节目主持人的发展。同时教育事业一直重视培养专业人才,巨大的教育投入,教师的精心培育使得播音主持人员总数不断增大,如何能在众多主持人中脱颖而出,并且占据重要地位、发挥不可替代、不可效仿的作用,这就要和护城河理论相结合来讨论。主持人的核心竞争力是什么,就是具有竞争优势、具有独特的知识和技能。以具有专业的播音主持职业技能、良好的职业操守、超群的专业素养与沟通能力的主持人为主体的,并通过主持人的不断学习钻研,自我提高为基础,不断进行传播领域的创新,进而在以载体的方式呈现在受众面前时,得到的是喜爱和吸引,并且能够影响到受众的态度和行为,这样的核心竞争力就是有优势的。主持人的核心竞争力的展现有助于向受众提供更好的节目,提高受众的理解度和感知力,进而提高满意率和关注度。

而当前主持人对于核心竞争力的塑造还是有待提高的,主持人作为公共人物,是媒体的代言人,是党、政府和人民的喉舌,是党和政府联系群众最主要的最有效的工具,所以要时刻注意个人形象,保持高度的职业敏锐度,树立正确的公众人物观念,为社会树立一个良好的传播形象。在自身形象的把握上更是要自尊自爱,严于律己,时刻保持良好的形象和举止,不做有损媒体形

象和自身形象的事情,不仅为自身代言更是为整个传媒界做表率。但是,我们依然能看到个别主持人没能够带来积极地影响,也影响了自身的职业生涯。当然也有看到由于自身主持能力的问题没能在主持活动中把握好分寸,而带来负面的评价,像沈梦辰在晚会当中,极力想要展现自己模仿张嘉译老师走路,但是身为一个主持人没能把握好尺度,同时也有一个晚辈对长辈不尊重的嫌疑,惹来网友一片骂声。所以主持人的素质还是有待提高,主持人的核心竞争力则是在更高的领域要求主持人应该不懈怠,继续前进,不能够满足于现状自我陶醉,而是不断进取,在学术上、实践上有心的突破。

(二)建构主持人“护城河”的重要性

1.电视节目的需求

传媒行业的竞争不仅仅局限在节目本身的竞争,也表现在主持人的竞争。在打造节目的过程中,主持人作为节目构成的一个关键性因素,他的形象与节目荣辱与共,一起发展,一起接受受众的评判,所以一个优秀的节目离不开一个好的主持人,而一个优秀的主持人也需要一个优秀节目的支撑。二者相互形象,相互依靠。就像金星的《金星秀》她的存在保证了收视率、保证了看点,保证了品质,金星的个性特征在节目中也得以展现,心直口快,犀利甚至毒蛇,但是在评论时又有独到的见解,把自己的经历以及观念渗透到节目当中,所以无论是主持人还是这档节目,都不能分裂来看。如果主持人能够将自己的核心竞争力,自己的品牌优势运用到电视节目当中,不仅在电视节目的播出时增添亮色,主持人自身的魅力和素养也会被关注到。再像《中国诗词大会》、《朗读者》的主持人董卿,也许有的人会说是节目成全了董卿,但是我们更要说是董卿的自我修养,专业功底、知识能力成功驾驭了这两档节目,在节目中她的一颦一笑,举手投足,无不透露着她的底蕴,她的文化涵养,而后你会发现这档节目的主持人非她不可,换了别人都会觉得突兀,这就是她的不可替代性,更是显示出她强大的宽阔的“护城河”的存在性。

2.受众的需求

受众是大众传媒生存和发展的基础,也正是在受众的积极配合,观看,评价,监督下,传媒事业的发展才更加的蒸蒸日上。在上世纪,受众还处于一种被动的状态,平台播出什么,受众听什么,现在则与原来大相径庭,受众不仅可以根据自己的喜好随意选择节目观看,自己也可以成为一个传播者,通过媒介就可以将自己也要表达的内容传播出去,所以现如今,人人即媒体,人人都可以成为信息的传播者。弹幕的出现给予受众更多的表达空间,对于节目、主持人、节目环节设定的喜好,对于自我情感的抒发都可以在弹幕中出现,受众有了更多的发言权,更多的参与度,自然关注到主持人的目光是不会少的。为了能够有更好的观赏体验,受众自然希望主持者能够有眼前一亮的感觉,吸引着继续关注节目,舍不得错过每一期节目,所以,无论是从传播的内容到形式,还是低领域到高领域,受众对于主持人自身素质的需求都是非常关注的,主持人也是需要考虑受众的心情,思维,以及他的接受信息的习惯与能力,在传递信息时注意受众的评价,对于自身的发展也是有帮助的。

3.自我发展需要

马斯洛的需求层次理论中提到,人的需要分为五个层次:生理需要、安全需要、社交需要、尊重需要、自我实现的需要。最低层次满足自身生理需求,最高层次的就是自我实现,所以很多时候我们不满于现状,还在不断地进去努力,正是因为我们有限的追求,更高的理想,为自己的信念和理想生活,也就是在完成自我实现的过程。杨澜最初是以主持人的形象出现在我们的面

前,知性、优雅、智慧,而现在,她的形象是多元化、多角度的,她不仅是主持人,也是媒体人、企业家、慈善家等,所以杨澜并没有满足现状,而是在打牢基础的同时继续攀登,不断努力,在新的领域发光出彩。总之,塑造主持人核心竞争力不仅是电视事业发展的迫切要求,更是个人自身发展的追求。主持人自我塑造,自我提升,不断发展,为今后传媒领域的不断更新换代做好准备,随时迎接挑战。

二、主持人核心竞争力的建构

(一)不断提升个人素养,为塑造独特风格打好扎实基本功

播音主持人在进行信息传递与表达时,其深厚的文化底蕴是必不可少的,提高个人文化素养,不仅能塑造个性化风格,还能满足广大观众的需求。所以播音员主持人要注意自身素质的培养,从业务能力、政治素养、文化技能和精神素养层面入手,积极投入到自身底蕴储备层面,使得主持人在应对纷繁复杂的社会事件以及紧急性的报道时,具备良好的新闻素养、精准的判断能力,时刻保持清醒的头脑,并将自己平时积累运用其中,真正成为节目的主导者。在这次叙利亚的报道之中,央视驻叙利亚大马士革战地记者徐德智出现在了镜头前,他一个人肩负起众多重任,出镜、编辑、导播、电视连线、摄像等多重人物,被誉为“一个人就是一支队伍”,从2016年开始,他已经完成战地采访任务25次,如此敬业、如此有才华有勇气的好记者,令我深感敬佩,但是更多的让我感受到的是,扎实的专业素养下,面对如此危险境地依然镇守自己的新闻领地,毫不动摇,将自己的所看所感所得,通过镜头向祖国人民展现,这是需要有良好的心理素质,更是要通过平时的广泛积累,刻苦钻研,潜心学习的共同支撑下完成的。同时主持人的品牌建设与管理,还需要构建主持人自身的知识管理系统,使得学习更有逻辑性,系统化,不断提升自己的核心竞争力,成为行业中的佼佼者。

(二)塑造独特风格,呈现品牌节目展现个性化魅力

播音主持人应该不断充实与丰富自己的知识储备,对社会前沿问题进行思考与评判,通过专业的视角,站在受众的角度提出新想法、新策略,让节目焕然一新,同时塑造自己的独特风格,充分展现主持魅力,呈现出品牌节目下品牌主持人的文化标签。主持人王凯通过近期火热的配音竞演综艺节目《声临其境》而大火,主持事业也更是一帆风顺,而在此之前他曾是中央电视台的配音演员,2013年宣布辞职后,创立了自己的儿童故事品牌“凯叔讲故事”,2017年获得了b轮融资,金额达到9千万人民币,从节目主持人再到教育创业者,凯叔的职业跨度变大了很多,但

是主持人和配音员的形象还是最深入人心的,在《声临其境》节目当中,凯叔一身笔挺西装,标志性的光头形象,主持风格沉稳大方,配音能力极强,在与专业配音嘉宾互动时毫不逊色,这就是凯叔自身的个性化魅力,他的主持也是品牌节目中的品牌典范。所以主持人需要不断适应媒介形态下的新的媒体特点,及时调整,刻苦学习、用丰富的积淀和专业化的知识塑造属于自己的独树一帜的风格,在众多媒介环境下拥有自己的一方舞台。

(三)全方面利用平台优势,优化主持人角色

现如今,主持人展示平台已经不仅仅局限在各大电视台,广播电台,新媒体的发展给主持人们提供了更广阔的展示空间,所以主持人可通过多角度尝试,利用网络平台提升自己的知名度(当然在有更高的关注度的同时,自我的潜力应该更大范围的被激发出来而不是简单的获取新平台带来的全新体验,不是一味的获取那样轻松。),优化自己的职业角色,不仅仅局限成为主持人,还可以是制片人,是记者,是摄像等等,在不同领域得到的体验,必将对我们的主持业务有一定的影响。例如被我们熟知的主持人孟非,他的主持事业并不是我们想象的顺风顺水,高考落榜,甚至从事过搬运工、保安等职业,也扛过摄像机做过记者,也正是在各行各业中的体验,积累了丰富的经验,在经过一番刻苦追求后,成为了被大众熟知喜爱的主持人,因为他曾真切体会过社会现实,也曾实实在在的感知着自己的人生变化。平台的多元给与了我们更多的展示机会,它需要我们自身的核心竞争力的展现,同时也会促进它继续向前。

三、小结

主持人要在护城河理论的指导下,明确目标,构建自己的核心竞争力,通过不断地自我深造、学习,端正自身求学理念,严谨工作,踏实肯干,塑造独特的品牌形象,丰富主持魅力,给广大受众带来喜闻乐见的节目,为传媒事业的发展奉献力量。

参考文献:

- [1]曾志华:《电视节目主持人策划》2006.7.1
- [2]帕特多尔西:《巴菲特的护城河》2009.11.1
- [3]曾志华: 电视节目主持人的个性化培育[J]. 视听界, 2016, 01.
- [4]姚喜双:《播音学概论》.1999年第二次印刷

作者简介:曹曦元,女,1994年6月,北京人,硕士学位,中国传媒大学,研究方向:广播电视。

