

# 主持人如何面对 网络时代的新型审美趋势

赵石

**摘要：**随着社会的不断发展，新旧媒体的不断融合发展，电视节目创作者和受众之间产生了诸多不同于主流审美的新型审美需求和趋势。本文主要探究主持人如何辩证地看待网络时代的新型审美趋势，针对不同的审美情绪进行自我反思与引导。

**关键词：**主持人 创作者 审美需求

随着网络和个人移动终端的普及化，网络时代，信息的繁杂程度呈几何级数增长，各类广播电视节目也在网络媒体的传播下进一步扩大自己的影响力。但新时代也面临着新挑战，在网络时代到来的今天，广大人民

群众的审美逐渐产生了一些不同于主流审美的需求。身为广播电视节目的主持人，在时代潮流推动之下，应该如何应对网络时代的新型审美趋势的考验呢？

## 一、广播电视节目中的主流审美

广播电视节目的审美，来源于电视节目的受众和创作者共同形成并认同的一套优质的榜样模型，且其本质依然是当下社会中的主流审美本身。可以说，广播电视节目中的主流审美是受众的一面镜子，当然，无论是受众还是创作者，对于广播电视节目所展现出的主流审美都随着时代的变化出现了潜移默化的更新。

## 二、对立性的新型审美情绪存在及产生的诱因

随着自媒体等发声渠道的兴起，越来越多的个人言论被广泛转发，这样生产出来的内容往往能引起很多相似人群的共鸣，再加上网络新媒体与传统媒体不同的“流量规则”和管理方式，让这些创作者们更大胆、更大尺度地去颠覆主流审美。<sup>①</sup>那为什么会有这样的情况出现呢？笔者认为，其一是新时代网络社会下人们的新型价值追求；其二是大量下沉群体的负面宣泄需求。尤其是新媒体时代，网络世界的海量信息催生大数据信息算法，同时各大互联网公司建立的网络基础生态和应用平台使得广大民众随时随地能够将自身言论发表于网络。网络上的这些海量信息良莠不齐，且同时对所有人开放浏览，从而使得网络用户的审美角度和追求发生不同程度的改变。例如：“有钱就是成功”“扮丑就有关注”“炫富是优秀”“漂亮是捷径”“外国人一味的说中国好就是流量密码”等等。

## 三、新型网络审美情绪在广播电视节目创作中的双向作用

### （一）在新型审美潮流下的主持人对受众的影响

主持人是在不断发声的一个群体，网络时代更加放大了意见领袖的话语权。一个优秀的主持人在正确的价值观的驱使下，能够在一定程度上引领受众的审美选择。例如，《小强热线》的主持人小强，在各大新媒体平台开设创作“小强说”账号，这是主持人小强在电视节目之余的一种有效补充。因为受众对其20年电视新闻背景的认可，“小强说”自开设以来，受到了很多互联网用户的关注。我们看到账号中的视频内容并不是在演播厅录制的，户外、办公室、车里等各种生活化的环境都有，但受众喜欢这种“亲近”的交流方式，并且由于互联网的特性，观众可以和小强直接交流。在“小强说”的自我介绍一栏，有一行字：“讨厌哗众取宠，拒绝道听途说”。这是一名新闻工作者对新闻客观真实的最强有力的呐喊。通过其创作

的内容，也能看到一个优秀主持人在信息虚假繁杂的互联网世界里，正在不断拉回一部分人扭曲的审美，时刻以正能量去影响受众。

又比如，很多主持人转型为创作者，不光输出原本既定身份的内容，同时会丰富自身角色的多样性，展示与传统镜头印象中不一样的一面。例如，浙江电视台经济生活频道主持人潘蓉就开设了“主播潘小蓉”的账号。这里不光有她日常上班的记录，更让受众喜爱的是，她经常展示主持人幕后的各种花絮和主持人日常生活中的一面。这样的呈现不仅拉近了她与受众之间的距离，更是一种流量与关注度的补充。而她的创作也让受众感受到了主持人的专业特性与可爱的一面，从而更了解更尊重主持人这个职业。这无疑积极正面的审美引导。

不过值得注意的是，虽然由于网络时代的普及，其发声渠道更加广博，却依然有大多数沉默者。这些沉默者的审美选择很难被主流视角观照到。这一部分“沉默的人”，虽然不发声，但绝对不应该被忽略。因此，即便是在网络时代的浪潮中，主持人的创作也不能一味地迎合那些“发声”的受众，没发声的人也需要被“看见”。

### （二）新型审美潮流下的受众对主持人的影响

当前，网络上的声音已经成了一股不可忽视的力量，其中受众的审美变化也在不同程度上改变着传统发声渠道的表达方式。例如，电台直播节目中，主持人常常转用或者播放来自网络端的评论，甚至抛起一个话题，让大家畅所欲言形成一个完整的互动型节目。这在网络时代到来以前是不可能做到的事。又比如，电视综艺节目中的环节设置、话语表达、形象塑造越来越多地来源于网络。

当然，在这种新型审美的趋势下，主持人也面临着很多危机。这其中就包括“主持”本身的危机。例如，随着制作技术的不断发展，主持人的主持作用在网络时代逐渐被技术化手段替代。随着社会节奏和受众生

活节奏的加快,观众对主持人的需求程度也在衰减。<sup>②</sup>主持人在当前媒体环境下的话语权客观上被削弱了,其功能与创作者高度重合。这种感受在笔者个人身上尤为明显。

作为一名曾经的综艺方向节目主持人,其实随着电视环境的变化,工作内容产生的变化是巨大的。过去是有节目并且做好主持人的部分即可,而现在是没有固定节目并且需要自行创造项目来参与整体执行。这种变化是媒体多元发展的结果,是受众的选择,相信很多人也都面临着这样一种局面。那么如何破局呢?笔者以为,答案是从单一主持人到全媒体人,从个体执行者到全方位创作者。

面对这样的局势,笔者做过很多尝试。比如,在很多网络平台开设账号创作短视频,与受众直接交流。比如抖音上个人账号的创作是从流量数据和留言状况来分析下一个选题,这是受众决定的。笔者曾尝试做不同于主持人的领域,比如剧情号《赵镜子先生》,创作情感出租车系列,首条即破百万赞。

与此同时,在台里的官方网络平台上,我们也积极踊跃地进行创作。2021年底在朋友圈里刷屏的抗疫MV作品《浙世界那么多人》就是由笔者和主持人黄臻重新填词演唱创作的。这个作品在全网达到5亿次播放,引起了全国范围的现象级传播,给无数人带去了疫情困境中的慰藉。这个作品我们从选歌、填词,到传播方式,其实更多的是遵循网络审美需求来进行。比如歌曲的选择是来自2021年网络热门歌曲排行榜,填词的风格是网民更喜欢的细微、朴实的风格,传播也是在网络端首发。虽然在这个作品中,笔者从“主持人”转变成“歌手”,但的确是主持人与创作者相互结合的一个较好的例证,也是网络新媒体时代网络审美需求下的产物。因此,每一位主持人都要根据自己的特点融合到创作的内容中。

对于我们这样转向为“创作者”的主持人来说,还需要大量的思考、探索和研究。比如,如何常态化地保持创作的频次和质量?如何给所在单位带来效益?身为党的喉舌,如何在网络端正确有效地发声?如何将新媒体创作与自身工作相结合?多元化是新时代媒体的主要特征,每一个主持人的情况都不一样,“没有标准答案”便是其中的规则。我们还需“摸着石头过河”,与时俱进,随机应变,踏实走好每一步。

#### 四、结语

面对网络时代的文化浪潮,主持人应当牢记自身的社会定位,把真实客观作为节目主持与创作的第一要素。同时,面对广播电视节目“去主持人化”的客观现象,辩证思考其意义,将“主持”与“创作”有机结合,在受众的反馈和清醒的调研之下,尽可能分辨出广大人民群众真实的审美需求,同时去伪存真,坚持正确导向。

在目前的媒体环境中,受众认可什么样的节目,也代表了其承认该节目描绘出的审美标准。受众承认这样的审美标准,就会在潜移默化之中将自己尽可能地贴近这个标准。<sup>③</sup>广播电视节目主持人和创作者在面对新型审美潮流时,更要不忘初心,牢记使命,有责任、有担当地讲好新时代的每一个故事。

#### 参考文献:

①向绪安《论移动互联网时代广播媒体如何创新发展》,《传媒论坛期刊》,2018年第11期,第41-42页。

②胡函博《新媒体环境下传统主持传播的“解构”与“重构”》,《沈阳大学学报(社会科学版)》,2020年第22期,第521-526页。

③张国光《融媒体时代电视节目主持人转型策略》,《湖南师范大学社会科学学报》,2017年第46期,第41-47页。

(作者单位:浙江电视台钱江都市频道)