

# 电视主持人坚守与“出圈”对策

冯光喆

“出圈（quān）”在营销界是个常用词汇，来自于网络流行语，代指某个事件或明星的热度不仅停留在自己固定的粉丝圈中，更被圈子外的人所知晓。直白地说就是突破现有圈层，成功获得新的流量。对于“出圈”一词的含义，套用到当前电视节目主持人自身发展诉求中，比跨界、转型，要来得更加贴切。主持人“出圈”不是脱离原有平台，而是守住阵地后的新探索，最终是反哺平台。

作为传统媒体名片的主持人眼下正迎来前所未有的挑战。播音员主持人的“出圈”尝试，既有来自平台的规划，也有源于个人专业化发展前景的诉求。作为播音主持岗位上的笔者，希望通过不同媒介特点，反观职业主持人在媒介新形态中的素养，寻找电视播音员、主持人新的努力方向。

## 一、电视主持人的困境

### （一）主持人地位的去中心化

2012年《中国好声音》的出现制造了节目内容创作的分水岭，新综艺和真人秀的开发，均有主持人去中心化的表现。晚会节目中主持人的话语空间也在不断被压缩。在近几年的江苏卫视跨年音乐会中，甚至削弱了主持人的采访功能，节目中仅保留简单串联及广告口播功能，其中缘由是节目生产思路和媒介渠道的不断变化。流媒体下受众想看什么直接拖动时间条，没有实质内容、没有个性色彩、没有犀利观点的主持人话语将直接被跳过。新的收视习惯和审美情趣下的受众促使节目开发迅速往真人秀方向发展，主持人在节目中的功能作用进一步削弱。

### （二）嘉宾的泛主持人化

在主持人话语空间被挤压的同时，更多的节目选择用嘉宾充当主持人角色。网络综艺《创造101》用女团发起人的名头，让艺人黄子韬做了一回主持人，为节目梳理流程、向五位

导师发问、打节奏。《演员请就位》邀请大鹏为第二季主持人，张大大为第二季终极盛典直播、红毯主持人，演员们以主持人的角色出现在该节目中，让这一以演员为主体、表演为主线的选秀节目，形成了演艺圈闭环。成片中大鹏对现场节奏的把控、是非观念的传达，不亚于职业主持人；更因其演员出身，口语化的表达、不那么标准的普通话，让其主持风格更具特色。节目的泛主持人化是源于节目策划对“主持人+专业化”的需求。邀请和节目主题相关领域的明星嘉宾作为主持人，一方面可带来流量与话题点；另一方面其本身具备的专业知识、专业经历能更好地同嘉宾产生共情，有利于节目话题的流畅推进。

## 二、电视主持人的选择

在种种困境中，电视主持人的“转型论”“跨界论”相继提出，在知网中搜索“主持人转型”共有990个相关主题，较早的相关表述要追溯到2002年。当时的观点仅停留在主持人在不同节目类型中相互转换。而后又出现主持人跨界到影视等其他行业的主张，这样的观点不仅仅停留在文字中，更是一个阶段主持人相继效仿的榜样。依靠某一栏目火爆后，主持人离开原有岗位、原有平台，开始在歌手、演员等领域跨界尝试，企图跨入新的行业拥有新的身份，而这样的尝试久而久之发展成为抛弃原有平台；有些主持人通过积攒到的人脉完成了创业，华丽转身；而有些人则慢慢淡出了公众视野。无数例子证实：主持人的光环是平台赋予的，这样的跨界或转型并不适合所有主持人。

2018年前后，随着短视频及直播带货等新的爆款媒介产品出现，主持人们有了新的选择。在《广电MCN模式下主持人如何转型发展》这篇文章中作者指出2018年10月，湖南娱乐频道率先成立Drama TV以MCN模式进军短视

频领域。作为从传统广电媒体成功转型MCN机构的范例，签约短视频达人120多位。目前在抖音平台拥有560多万粉丝。在2020年5月1日康辉、撒贝宁、朱广权、尼格买提4人组成的“央视Boys”3小时直播带货中，吸引了1600多万粉丝，卖货销售额更是超过5个亿。截至2021年1月16日，央视新闻抖音号已有粉丝量1.1亿。<sup>①</sup>诸多数据表明主持人的短视频和带货尝试有很好的“出圈”效果。这样的改变对主持人本身和电视平台的融媒发展是双赢的。

### 三、电视主持人“出圈”应有的素养

小屏和大屏天生就有不同，收看电视有一定的空间距离，以家庭为单位的受众群体与其说在收看不如说是在观赏，主持人需要端庄的仪态和标准的表达。手机端的观看场景更加私密。近距离、戴耳塞，加上画面机位单一，受众更像是在和一个熟悉的人视频连线，需要的是亲切感、自然感、个性感。把电视节目中的那套有声语言表达技巧直接搬进小屏是难以形成爆款效应的。手机里的主持人看起来应更像一个“鲜活的”人。

#### （一）领域深耕，做真实的意见领袖

互联网圈说到的“kol（意见领袖）”概念近几年被套用在广电MCN机构的建设中，把主持人和意见领袖划等号。然而当下大部分的主持人尚不能被称为意见领袖。纵观优秀的带货主播，他们都是在一个小品类中沉淀多时的准备者，举得最多的例子是李佳琦，他对口红的了解甚至强于大多数的柜姐，什么色号衬什么肤色，他能说得头头是道。2018年9月，他个人创下了30秒涂口红最多人数的吉尼斯世界纪录。在最近的直播中更是对某大牌口红包的定价直言不值，真实的表达让他获得了青睐。然而他也因选品不佳在“不粘锅事件”中翻车。成为意见领袖不仅仅需要对单一领域进行长期的研究，更要发表真情实感的言论。这一点在手机为载体的草根受众中是一个刚性需求。知名抖音号“麻辣德子”的主理人也曾说，与橱窗带货相比，直播带货的粉丝信任感更强：“毕竟你是自己出境，卖自己家的东西，大家都会很信任你。要是橱窗里挂的东西，大家可能不会特别信任。直播带货的时候，大家有什么问题，我可以随时回答。”《虎哥

说车》抖音号目前拥有2980.7万粉丝，正是由于虎在汽车领域近20年的积累，让他懂车，也懂得爱车的人想听的是什么，他不仅仅是一个汽车节目的主持人。从“虎哥带你去看豪车”“虎哥去旅行”“看特种车”等一系列视频背后，他更主导了短视频领域有关汽车话题的选择，并在一段时间里掀起了素人模仿潮。

#### （二）基于不同媒介的特质，弹性的有声表达

如何做到真实，成为令人信服甚至被模仿的意见领袖，除了领域深耕外，更需要的是对有声语言表达得游刃有余。主持人的声音经常被外界加上“播音腔”的标签，这虽然是对专业的肯定，但在我看来也是距离感的体现。主持人的语言样态应该简洁生动、个性塑造，适应全媒体的碎片化传播。<sup>②</sup>在自媒体浪潮铺天盖地的今天，更需要主持人的有声语言表达平易近人。饱满的口腔开合度和唇部的控制是为了让声音过电后清晰、不浑浊。但过度强调口腔开合度以及调值的准备，会使语感偏向新闻，偏离有交流的说。有意识地降低共鸣而采用口语化表达能够拉近和手机端受众的距离，能够产生“你既是标杆，又有被模仿的可能”的印象。离开央视的郎永淳2019年开始在抖音发布短视频，曾经知名度极高的他，最初的几条短视频反响并不强烈，点赞并没破万，既有初次尝试的“冷启动”原因，也有发声距离感强的因素。近期他的短视频风格渐渐明晰，放下“腔调”做新闻评论，娓娓道来的讲述感再加上磁性的嗓音让他的短视频听感有了改观，点赞量单条最高60余万。再提到《虎哥说车》，他通过节奏感极强的文案，和夸张不做作的语言表达，让人感觉上头、“洗脑”。这奠定了他能被网友模仿的基础。成都广播电视台主持人刘羊漾的抖音粉丝量有325.8万。她的作品更加活泼轻松，有着同谢娜般搞笑的性格和自然的语流，夹杂部分方言词汇，让其抖音作品有趣、生动。她的口语表达不失清晰，不会刻意地突出调值，而是放下了口腔控制的诸多要求，给受众以素人感、自然感。或许这是她每条点赞率都能破万的原因。

#### （三）灵活应用副语言，树鲜活形象

对于副语言的学习，并不是每一个播音员主持人都能灵活掌握，其中一个关键原因是角

色限定了自己，越强调自己是主持人，越将副语言使用程式化。舞台上、电视镜头前对副语言有更规范的要求，但是面对手机镜头，那份端庄大可不必，手机镜头前请放下一切的做作成为一个真实的“人”。表情随表达内容的自然流露非常重要，哪怕是刻意强调的也要走心才行。手机端的你和受众距离更近，皮笑肉不笑会显得更加明显，受众会对真诚与做作的表现做出生理上的反应，喜欢和厌恶会非常直接。有人会说性格使然，但其实是方法上的错误。

副语言的修炼不仅仅是去模仿某种表情，或模仿情境中的体态。而是需要丰富自己的生活情趣，在生活中寻找真实且多彩的自己。如果播音员主持人在生活中就是高冷、严肃、“完美”呈现表情的人，那镜头前一定会不自然，面部的僵硬难以言表，眼神中的空洞立马露馅儿。表演中有“解放天性”的说法，这时就派上了用场，解放的不是心理上的敢不敢，而是对不同情绪的不同投入，情感的真实调度会让人流露出真实的表情和体态。手机镜头前投入到内容中，带着分享

的真实感情来演绎脚本，打心底里相信自己所说的，会使视频中的自己更加自信和自然。

#### 四、结语

短视频及自媒体平台的直播给电视节目主持人提供了一个新的机会。在“出圈”的尝试中，通过真实、自然的表达，寻找自己的垂类受众，不仅能够丰富职业经验，更能助力电视平台的融媒发展。面对手机端的受众，放下专业及职业的束缚，如真人秀般把自己“解放”出来，是在自媒体平台 and 素人比拼的关键所在。刻意地打造人设固然必要，但都不如真实地做回自己，热爱生活，分享美好，这样反而越能建立起受众对你的信任感。

#### 参考文献：

①袁志超《广电MCN模式下主持人如何转型发展》，《新闻研究导刊》，2021年12月1月。

②茅莹《全媒体时代财经节目主持人的个性塑造》，《视听纵横》，2018年第5期。

（作者单位：浙江电视台经济生活频道）

