

关于《央视主持人大赛》的创新与思考

陈欣好

(吉林大学2018级新闻与传播学院 吉林 长春 130000)

【摘要】日前,《中央广播电视总台2019主持人大赛》在央视综合频道开播,来自全国各地的优秀主持人同台竞技,其中不乏已经从业多年,“功成名就”者。被网友们称作“神仙打架”的这档节目首播以来,展现出节奏明快、内容饱满、气质阳光的特征,密集的知识输出和浓烈的情感激荡牢牢锁住了大众的注意力,并收获豆瓣9.2分的高分。节目播放仅两期,相关话题阅读量就超过33亿,34城收视率破1%,视频播放量破3亿,登上微博热搜19次。[1]在综艺扎堆、选秀当道的今天,这样一档专业、严肃的节目显得有些“另类”,本论文主要通过运用横向对比、纵向分析的方法,尝试总结这一具有导向性的综艺节目的创新之处,并展望其发展前景。

【关键词】创新;发展;人才;高效;博弈

一、央视主持人大赛的创新之笔

(一) 去草根化的神仙博弈

节目中的选手算得上八仙过海,各显神通,但其他选秀类综艺节目为了获取一定的节目效果,往往会通过选手实力的强弱对比来制造话题,如创造101锦鲤女孩杨超越。反观主持人大赛,选手则完全去草根化。从规则到赛程,全程高手博弈,将当前电视行业僧多肉少,优胜劣汰的特点发挥的淋漓尽致。

我们可以发现,节目选手0素人(这里的素人指的是实力上的素,龚凡虽非科班出身,但是其外貌,文学积淀以及强大逻辑都表明其综合素质要高于大部分科班主持人)。他们过往优秀的履历在节目中,只是轻描淡写的用字幕一笔带过。

横向对比,很多人对选秀类综艺还停留在选手用情怀感染评委,用眼泪博取晋级的认知层面,但是在这档综艺中,煽情只能做实力的陪衬,有瑕疵必然出局。

同时也体现了电视行业的就业导向性,过去的舞台可能会见证一个主持人从青涩到娴熟,但是现在高压高速的电视行业,迫使每一个电视追梦人奔跑前行,跟不上步伐则出局。

(二) 高效紧凑的比赛形式

从节目开场到比赛开始,没有冗杂的多余介绍。迎接登台选手的是3分钟自我展示,以及接踵而至的90s即兴评述,之后便是短促的评审环节,3分钟听经历,90s辨能力,如此快节奏的比赛形式展示的不仅是比赛选手的主持人专业功底,还是高强度下评委团的扎实点评水准。

优秀的选手经得起考验。参加央视主持人大赛的选手,都是历经层层选拔,最后站在舞台上的佼佼者,对于他们来说,高效紧凑的比赛形式不在话下。

评委阵容强大。从评委阵容来看,每一位评委的经历足以填满5分钟的演讲稿,名字组合可构成电视行业的半壁江山,但是节目并没有以评委阵容做噱头,一个镜头带过,把有限的时间与舞台让给选手。炫耀往往源于自卑,真正的实力不必言说,评委席上端坐的一张张熟悉的脸庞,足以扫除任何对央视主持人大赛高效紧凑的比赛形式的结果的质疑。

(三) 高素质观众

大众评审素质高。300名大众评审也都并非素人,大众评审由公证处工作人员监督筛选,从报名的上千名热心观众中,为每期节目挑选400人,组成“在线大众评审”。通过偶邦智能提供的人工智能技术,“在线大众评审”们通过自己的3D形象来到演播室现场,为喜爱的选手加油鼓劲,还能和主持人嘉宾进行亲密互动。

观众是精心筛选的,所以与普通观众相比,他们不仅仅有随时代发展日益增长的挑剔性,还有作为电视人的底蕴和理性,这使比赛结果更加客观公正,同时这次比赛也为相关行业的人,提供了一个“进修专业”的机会。

有助于培养高素质的观众群体。据调查结果显示,该节目的主要受众群体是学习者,节目中的题目,为面临高考的青少年提供素材和灵感,同时也为准备从事电视主持行业的人指明大道,少走些弯路。

(四) 经典与时俱进

传播媒介的拓展。早在社交媒体诞生前,央视主持人大赛就已打响,当时还是电视这一传统媒介的统治时期,综艺节目如“非常六加一”“星光大道”都是以电视为媒介进行传播。时至今日,当社交媒体崛起,传统媒体褪色,央视主持人大赛这一经

典综艺并不是如化石一般顽固不化,它与时俱进,采用电脑、手机等新新媒介进行传播,相较于之前,可以说是一种创新。

融合现代科学技术。在本次主持人大赛中,AI智能小果果,龚凡的写诗机器人,3D大众评审的一一亮相,不仅展现了节目组的开放态度,更是主持人职业的包容进取精神。

二、浅析央视主持人大赛并展望未来

(一) 节目口碑好

1988年,第一届CCTV电视节目主持人大赛 金奖:程前、张泽群、鞠萍

1995年,第二届CCTV电视节目主持人大赛 金奖:张小琴、王志、袁鸣、周洲

2000年,第三届CCTV电视节目主持人大赛 金奖:撒贝宁

2004年,第四届CCTV电视节目主持人大赛 金奖:包捷

2007年,第五届CCTV电视节目主持人大赛 金奖:胡蝶

2011年,第六届CCTV电视节目主持人大赛 金奖:王宁

从上归纳来看,主持人大赛将继续延续以往间断播出的方式。央视主持人大赛一向以精为主,央视的节目播出审查必然严谨,央视选出的人才必然高品质。

(二) 比赛形式的继续创新

选手定位。过去的几届央视主持人大赛并没有对主持类型有明显的界定,仅仅是综合性的对主持人的专业素养进行考核,而在本届主持人大赛中,将参赛选手分为了新闻类和文艺类,这样的环节设定使比赛更人性化,使选手能够结合自身优势自主选择。

新技术的融合。当下全媒体时代,新媒体异军突起,本次主持人大赛就引入了人工智能技术和智能机器人的制造技术。在这里我想大胆推测。

在下次举办央视主持人大赛时,选手的类别会更加丰富,甚至选手与AI的合作,选手比赛过程中的融媒体元素会更加丰富。

(三) 断层人才的弥补

每一位选手都很优秀,但是大多数距离真正的央视主持人,仍然有差距。这体现了如今电视行业的分层现象,所以这也侧面解释了为什么央视“老人”不退,新人在电视行业难求发展。央视主持人大赛起到了一定的发现人才,补齐电视人才断层的作用,希望未来会越来越好。

三、总结

央视主持人大赛看似是神仙打架,其实是广播电视行业的翘楚在替如今受到争议的传统媒体发声,不论时代的脚步有多么的迅速,不论新媒体异军突起的势头多么迅猛,不论AI技术如何的具有挑战性,中央电视台作为传统媒体的代表,必将用目前任何冰冷技术都无法模拟和体会的呼吸和情怀,吸纳受众,并不断创新,带给受众一个百花齐放的全媒体时代,而为梦发声的电视人,将带着高品质和强实力汇聚成一团星火,照耀每一个需要光明的角落。

参考文献

[1]徐琳琳.重构央视主持人大赛的品牌形象[D].北京:北京大学,2010.

[2]刘军.我国电视节目主持人的发展方向——从《荣事达》杯电视节目主持人大赛和《挑战主持人》节目得到的启示[J].声屏世界,2001,(8):36.