

新媒体背景影响下的访谈及节目主持人职业的转变

贺星

湖南广播电视台广播传媒中心

[摘要]新媒体背景条件下,访谈脱口秀节目无疑面临着更巨大的社会冲击,节目主持人应该作为整个访谈类节目运作的一个核心,是一个节目运营的积极组织者和主要指挥者,以及是连接整个节目运营和节目受众间的主要桥梁。在中国新媒体和多元传媒文化事业的深入发展和媒介传播和渠道创新的持续多样化快速发展历程中,访谈节目既面临着新的机遇,又面临巨大的挑战,节目主持人的角色和风格应不断顺应新媒体时代的发展而转变,将访谈节目打造成为受众喜爱的热点节目。本文是对当下新媒体背景条件下电视访谈和节目主持人类型的发展转变情况进行做了综合分析梳理和系统探讨,以供参考。

[关键词]新媒体;访谈节目;主持人;转变

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1214

一、前言

访谈节目是观众普遍较为喜欢的,一个好的访谈节目在于能否与受访者进行直接对话,谈及的话题覆盖面是否广泛,以及文化内涵是否深刻。访谈栏目主持人作为主持人整个采访节目内容的主要灵魂,影响到着主持访谈类节目制作的一个整体质量,主持人团队的专业综合艺术实力也能在一个很大一个程度上的决定了谈话内容的准确表达、节目的定位方向以及品牌效应。在新媒体背景下传播渠道和传播方式的转变,受众群众越发精准,对访谈节目的期望值也更高,优秀节目主持人必须把握住节目未来前景的发展重心,积极转变自身的角色和主持风格,并根据新媒体时代节目发展的方向和定位,使访谈节目成为受众热点关注的话题。

二、新媒体背景下传播机制的转变

(一) 新媒体传播的特征

在新媒体背景下,与传统媒体相比较,新媒体时代信息传播的主要特征如下:

1. 信息传播方式由单向转变为双向

传统的新媒体信息的传播的方式都是相对静态的,信息的分布需要在规定好的时间段进行,这种信息传播方式缺乏流动性,受众只能单向地接受信息而无法反馈信息。新媒体时代科技的飞速发展,信息的传播交流方式正在逐渐开始由传统单向的转变双向,信息的发布者既可以是媒体信息发布者,也可以是受众群体,实现了双方的互动交流。比如广播电台一直以来都要比手机短信、微信等方式更加注重与受众进行互动,受众能够更加积极主动地参与到节目中,其参与感获得较大的提升。

2. 传播内容和形式更具个性化

新媒体时代,每个社会人都都想能真正成为社会信息资源的自由发布者,这种完全通过个人博客网络等多种方式进行传播各种信息内容的互动方式,使得这种传播的内容形式和表达形式几乎完全是取决于其个人,每一位媒体受众几乎都可以自由随意地发表他们自己个人的思想观点意见和看法,传播自己认为比较有价值的信息和内容。这种方式在传统媒体时代是无法实现的个性化的信息传播方式,每个人都能感受到自己的信息分享为他人带来的影响和快乐,但是由于个人传播信息的内容完全是自由的,这也在一定程度上为传播平台带来了些

许的弊端,平台管理更加困难,不得不对受众选取信息的能力提出严格的要求。

3. 接收信息的方式由固定转变为移动

新媒体时代在无线等移动终端技术应用的深入发展条件下,信息传递接收处理方式会更具流动性,受众主要通过手机、笔记本电脑,可以在高铁、汽车等的移动状态下观看的节目。随着手机5G技术应用的逐渐普及,新媒体移动性传播的新特点将无疑会由此变得更加清晰显著。

4. 传播速度实现了实时化

传统的媒体环境下所需投入的电视制播资金成本均较为复杂昂贵,制作发行过程则相对较繁杂,人力成本配置方面也投入非常过多,而随着新媒体时代的到来,以社交互联网应用为信息基础平台的移动社交媒体、直播新媒体应用等移动新媒体平台实现了海量信息的实时化快速传播,以即时直播互动的传播方式来向广大受众对象进行更精准实时而最直接快速的内容传播,不需做任何繁复的前端后期特效制作、剪辑设计与后期合成,也就是无需任何复杂繁琐的排版,这恰恰是一些传统纸质媒体网站无法轻松实现到的,画面实时传播等各方面的功能也受到了目前各主流大纸质媒体网站用户的热烈欢迎,极大程度上也缩短了传播时间和与受众空间上的时空距离。

(二) 受众的特征

传统大众社会媒体生活中采用的一种新闻直接传播活动的基本方式主持人是一种主要的指主要通过于诸如电视、报纸、广播等各种媒介产生的新型社会化的大众媒体,主持人也是新闻媒体作为这种媒介信息进行传递中的最直接地传播者,是整个媒体在传播新闻活动的过程当中的又一个主要中心元素之一和新闻第一的大传播要素,对其后续信息的传播与活动将起着最关键性的引导作用。受众也只能通过被动来接受这些信息。随着新媒体时代到来的到来,传统传播方式被改变,媒体环境也发生了很大的变化,处于这种环境中的信息传播者和接收者的角色同样发生了转变。受众不再是单一的信息接收者,而是转变为了接收者和传播者的双重身份。新媒体背景下,每一位受众似乎都仅能看成是信息传递的主动传播者和主动接收者,这两者之间存在的相互界限显得愈发模糊。在如今互联网技术高速发展形势下,每天节目都将有人在大量的时间进行相关信息的制作编辑和发布传播,转变为了人们过去看电视只能进行被

动的欣赏信息的传统节目形式,越来越多的网站用户已经主动地参与加入到参与了该节目活动队伍中,传播后的内容信息自然也能被全国各大主要网络平台上的广大用户及时进行检索浏览和评论。

新媒体背景下,每个人都能传播信息,且任何个体都希望自己能成为信息传播中的中心。因此,每个个体都应在信息传播过程中注重内容的正能量。当前时代下,作为公众人物,很多人都采用线上平台讨论等互动的方式来更加贴近目标受众群体,受助者也能直接通过平台来发表自己的想法,媒体从业人员对于倾听受众们的反馈声音一向是非常地重视的,对于来自他们自身的各种意见也都比较能做到虚心客观的予以接受,并都能适时根据听众提出反馈的改进建议及时对谈话节目方案进行了整改充实和进一步调整,访谈类节目内容的对外传播沟通渠道也正因此的更加深入广泛,受众将在从原本习惯于被动地接受新闻信息渐渐转变成成为新媒体时代环境下获取信息的第一重要用户。也正是因为如此,使得新时代媒体信息的具有即时性、互动性、开放性、精准性以及个性化等特征更加明显。

三、新媒体背景影响下的访谈及节目主持人职业的新转变

(一) 网络转变

1. 学会运用网络流行语言进行交流

新媒体背景下,互联网平台每天都会产生大量的信息,有些信息在短时间内得到了广泛的传播,更被大众所接受,更有一些语言发展成了网络流行语言,被广泛应用到了各种交际活动中,成为新时代下人们的常用语言。这一点也就会使得电视访谈的节目主持人们要学会与时俱进,关注网络流行语,并能学会使用这些语言,这样不仅可以活跃现场氛围,使访谈节目更具幽默化,节目过程更加自然、流畅。另外,贴近普罗大众日常生活的娱乐流行语,也将能为广大观众朋友带来了更多的认同感,使访谈节目更加具有交际性和娱乐性,这样才能引起大众的关注和喜爱。因此,访谈型节目主持人还必须同时要学习会熟练使用一种网络流行语言,将其作为节目与普通受访者面对面进行语言交流中的最主要工具,并能以此来调动节目气氛,突出节目的个性化特征。

2. 注重提升节目个性化的主持风格

新媒体背景下要求节目主持必须具备个性化的风格和特点,访谈节目主持人作为节目的灵魂,实现个性化主持是时代发展的必然趋势。新媒体时代的访谈节目要获得观众的喜爱,就应做出具有自身特色、适合节目的个性化访谈。

(二) 访谈节目主持人角色的转变

1. 巧用采访技巧,有效获取受访者信息

在访谈节目中,主持人预先设置了的采访问题往往对被受访者最终的采访回答与方向等有着十分直接深远的心理影响,且其直接也关系决定着受访者个人在本期节目内容中最终所想呈现出来自己的人格特征、面貌性格及思想价值观念等。因此,主持人们在整个节目正式开始进行之前也必须充分

做好了全面周密的心理准备,并应充分地考虑到节目采访准备过程之中可能要出现各种各样的各种情况或者是提问,以便于做出准确及时恰当的节目应对措施,了解受访者的实际信息,以此为根据来评估采访过程可能会出现的某种状况,学会巧妙运用采访技巧,以正问或反问等的方式来有效获取受访者的各种信息。

随着直播媒体的发展和深入,访谈节目主持人应学会用直播的方式,使节目的传播形式更加丰富,只有紧抓热点话题,贴近受众的喜好,才能使节目更受观众的欢迎和支持,才能大大提高节目的影响力,并能成为最具核心竞争力的节目主持人。

2. 丰富传播媒介,提升品牌效应和观众粘性

在新媒体时代下,访谈类节目主持人们要坚持做到与时俱进,尽快地进行战略转型,提升公司自身业务的互联网数字科技及应用研发能力,丰富传播媒介,应用互联网融自媒体技术,构建自媒体营销平台,形成深具互联网粉丝经济效应和社群效应的移动互联网思维,逐渐实现个人价值,扩大了节目自身的品牌效应,同时也要根据节目受众的喜好,打造了一个兼具艺术品质性和个人影响力性的艺术社交圈,提升艺术节目品牌粉丝地粘性度和个人粉丝粘性。

3. 深入学习专业知识,提升核心竞争力

新媒体背景条件下的访谈节目主持人,要不断思考,重新出发,深入地学习新闻传媒学等多方面的综合专业知识,提升自我沟通与创意技能和多方面综合能力,进而提升自身的核心竞争力和节目的传播竞争力。在这个快速发展的媒体时代,只有能够紧紧把握抓住目标受众群的眼球,脱离出将电视、广播报纸等信息作为媒体主流内容的新媒体时代,并逐步能做到在移动大数据时代学会精准分析目标受采访者,从而能在当前新媒体背景环境下能够逐渐能提高我们自身公众的文化综合传播素养能力和社会沟通的能力,增强传播实力。

结束语

综上所述,新媒体背景下,访谈节目主持人应学会全面展示自己的个性风格,引用贴近受众的热点话题,为受访者设置身临其境的氛围,使受众在观看节目的同时,感受到节目主持人的独特创新,将访谈节目的文化传递和舆论导向作用在新媒体时代下充分发挥出来,并期待能为广大受众群体带来快乐。访谈型节目与一般其他谈话类型形式的谈话电视节目的不同的一个地方就是在于,其本身是一个以口头语言信息交流形式为主要的媒体传播形式,访谈是以提问的方式,来探寻和发现新素材。

参考文献:

- [1]王春颖.浅析新媒体背景下访谈节目主持人的转变[J].中国传媒科技,2020(04):99-101.
- [2]王会英.新媒体环境下电视新闻访谈节目转变及优化分析[J].新闻文化建设,2021,(16):127-128.