



文章标题

jia 全部

jia 指定年份

2013

搜索

[· 首页](#) · [杂志简介](#) · [刊首快语](#) · [前沿报告](#) · [传媒骄子](#) · [新闻茶座](#) · [经历](#) · [冷风劲吹](#) · [边看边说](#) · [传媒透视](#) · [国际媒介](#) · [专栏作家](#)
[特约专稿](#) [面对面](#) [专题](#) [语文诊所](#) [理论视野](#) [危机传播管理](#) [经营方略](#) [广电视听](#) [新媒体](#) [素养/管理](#) [往期回顾](#) [主编信箱](#) [新闻实践](#)
[媒体脸谱](#) [传媒视点](#) [观察与批评](#) [调查与研究](#) [传媒个案](#) [读新闻传播学书](#) [学子论文](#) [编读网来](#) [经营专区](#) [采编技法](#) [传媒史话](#)

电视节目主持人品牌的建立

时间:2013-07-04 09:47:00 作者:孙雨佳 来源:青年记者

● 孙雨佳

主持人建立媒介良好形象、获得受众认可,需要从自身做起,对自己进行全方位的策划,建立主持人品牌便是主持人策划中最为关键的一环。

最早提出品牌这个概念的是美国管理学家汤姆·彼得斯,他说“建立个人品牌是21世纪新工作的生存法则”。①建立主持人品牌,更是当下主持人面对媒体激烈竞争的必然选择。

品牌主持人作为一个个体,首先应具有个人品牌。品牌主持人即为:具有鲜明的个性,拥有美誉度、知名度、忠诚度、满意度和联想度,并被广大受众所接受和长期认可,可将其注意力转化为商业价值的人力资源。②这样,主持人在播音主持的实践中才能逐步建立起属于自己的品牌。

主持人品牌的建立是电视节目主持人进入成长期后的发展方向,必须具备时间、经验、专业等各个方面的积累,这同时也是主持人蜕变的过程。主持人建立品牌非一日之功,需要平时点点滴滴的学习和努力。概括来说有以下几点。

寻找个性,突出特点

每个主持人因为个性、气质、形象、品位等方面的不同,会形成自己不同的主持特点,也会引起观众对主持人角度各异的评判和认知。综观现在广播电视主持人的现状,同质化的主持人充斥着荧屏。要想在其中抓住观众的眼球,建立主持人品牌,首先要对自己的个性、特点有正确的认识,在主持中突出展现自己的优势。

新闻节目是电视台立台的根本,大多数的新闻节目都采用传统的播报方式,即主持人在镜头前正襟危坐,严肃地为观众播报新闻。而欧阳夏丹在播报新闻时加入了自己的“味

::: 业界资讯 :::

- [业界资讯集萃2013. 12. 9](#)
- [业界资讯集萃2013. 12. 2](#)
- [业界资讯集萃2013. 11. 25](#)
- [“反论文中介”启事](#)
- [欢迎关注青年记者微信、微博](#)
- [第九届学子论文评选启事](#)
- [青年记者入选全国核心期刊](#)
- [青年记者电子版机构用户增长2](#)
- [今参考加快向山东第一刊迈进](#)
- [业界资讯集萃2013. 11. 18](#)

More...

::: 友媒动态 :::

- [“爱上电视”北京台创意大征集](#)
- [浙报采编大楼开工建设](#)
- [威海日报社办网络电视台](#)
- [电视苏军“情感”升级](#)
- [上海文广重组新媒体](#)
- [广州日报报业集团品牌发展路](#)
- [辽宁日报传媒集团新址奠基“](#)
- [人民日报实行统一版数、统一](#)
- [辽宁日报报业集团更名为辽宁](#)
- [宁夏日报报业集团挂牌成立](#)

More...

::: 学子论文评选 :::

- [第九届学子论文评选启事](#)
- [第八届学子论文获奖名单](#)
- [第八届学子论文评选奖励办法](#)
- [第八届学子论文评选启事](#)
- [第七届学子论文评选揭晓](#)
- [第七届学子论文获奖名单](#)
- [第七届学子论文评选奖励办法](#)
- [第七届学子论文评选启事](#)
- [第六届新闻学子论文评选揭晓](#)
- [第五届学子论文评选揭晓](#)

More...

道”，显现出主持人亲切自然的一面。与其说是新闻播报，更像是与朋友聊天。2003年欧阳夏丹进入中央电视台经济频道，开始主持《第一时间》，节目中的她坚持轻松自然说新闻的特色，成为早间新闻节目主持人中的领跑者。2011年加入《新闻联播》主持人阵营当中，其亲和的播报风格为《新闻联播》带来清新的改变。

塑造良好个人形象

找到自己的个性、特点只是品牌主持人的起点，在长期的播音主持实践中，要将创造个性和艺术特点变为主持人的烙印，在观众的心目中留下良好的个人形象。良好的个人形象，是个人的无形资产和无价之宝，是主持人赖以生存的土壤。

白岩松被公认是央视形象的代表，他在节目中常常一针见血，针砭时弊，最重要的是为广大百姓抒发心声。在2010年两会政府工作报告中温家宝总理说，要遏制部分城市房价过快上涨的趋势。可就在两会结束后的第一天，就在一天之内，北京连续出现了三个“地王”。面对这样的尴尬，白岩松在3月16日《新闻1+1》节目中就说道：“有的时候是你在想，是不是总理说了不算，总经理说了才算。”就是这样简短的一句话，引起社会的热烈讨论，也是这简单的一句话道出了老百姓的无奈。面对如此局面，政府加大了对土地市场、房地产的监管。白岩松的这次评论让他为自己、《新闻1+1》栏目、央视乃至中国传媒行业都树立了良好的形象，提高了媒体的公信力。

建立主持人中心制

在与已经工作多年的主持人交流中，不难发现他们对自己现状的无奈。电视台普遍对主持人的重视不够，主持人常处于一种被动的境地。但是主持人作为电视节目的形象代表，在节目中具有不可忽视的作用。想要制作出具有影响力、获得高收视率的节目，必须拥有主持人品牌。主持人品牌的建立急需大家对主持人的重视，主持人中心制是建立主持人品牌的必要方式。

主持人中心制这个词是舶来品，“即栏目运行采取的是以主持人为中心的做法，栏目内的一切，尤其是栏目的传播内容和传播方式均由主持人一人说了算，栏目内其他成员的活动都以协助和配合主持人以及为主持人的传播提供服务为原则”。③凤凰卫视就是凭借“名主持人、名评论员、名记者”的“三名战略”在媒介市场占据了一席之地。

也有学者称主持人中心制是“主创性主持人”，即“除了主持播出，驾驭节目进程外，还参与节目策划、构思，或采访、编辑等主要创作环节，在节目整个生产过程中处于主创地位”。④所以，业界呼吁“采编播一体化”，很多主持人在主持节目的同时也兼任其他职务：吴小莉兼任凤凰卫视资讯台副台长；杨澜是阳光媒体投资控股有限公司主席；2013年3月22日湖南卫视高层证实汪涵出任《天天向上》制片人。

扩大传播平台

::: 编读网来 :::

- 青年记者2013年11月上评刊
- 青年记者2013年10月下差错
- 青年记者2013年10月上评刊
- 青年记者2013年9月下差错
- 青年记者2013年9月上评刊
- 青年记者2013年8月下差错
- 青年记者2013年8月上评刊
- 青年记者2013年7月下差错
- 青年记者2013年7月上评刊
- 青年记者2013年6月下差错

More...

::: 经营专区 :::

- 山东邮政全力扶持《今参考》
- 《今参考》杂志全力配合邮局
- 山东邮政公司充分肯定《今参
- 《齐鲁晚报》、《今参考》被
- 欢迎订阅《青年记者》
- 欢迎订阅《今参考》

More...

::: 友情链接 :::

- 中国记协网
- 人民网传媒
- 新华网传媒
- 搜狐传媒
- 新闻出版总署
- 网易传媒
- 新浪传媒
- 大众网
- 半岛网
- 鲁中网

More...

电视节目主持人要想在观众心中建立起品牌，就需要不断扩大传播平台，增加主持人的“出镜率”，扩展受众面，增强影响力，将传播效果最大化。

在电视台，传统的出镜时间就是主持人在自己主持的节目中出现，与观众“见面交流”的时间总和。而在全媒体发展的今天，主持人要建立自己的品牌，就要运用各种媒介，扩大自己的影响力。

主持人扩大传播平台、强化传播效果的主要途径有：

1. 广告宣传形象片

除了在所属电视台做节目之外，利用所在电视平台，以主持人为主导，制作所主持节目的宣传片，在节目间隙播放，提高主持人的出镜率。在凤凰卫视最早看到以主持人为中心的宣传片，现在这样的方式已经被以央视为代表的大多数主流媒体所采用，并取得了预期的效果。

2. 利用公共网页宣传

现在我们经常在新浪网的博客、微博，还有人人网、腾讯网、开心网等网站中看到很多主持人开了自己的公共网页。他们将自己在主持工作和休闲生活中的照片、感想与网友分享。很多喜欢该主持人的观众转战网络，持续关注自己喜欢的主持人。

3. 参与公益活动

电视节目主持人在电视上出现与观众交流，具有一定的影响力。作为社会中的一分子，主持人更要利用自己的知名度，做些力所能及的事情，帮助身陷困境中的人们。

结 语

主持人品牌的建立需要漫长而艰苦的过程，除了改善机制，对于主持人来说，要保持品牌主持人的影响并扩大品牌效应，必须付出更多的努力和争取更好的创意。主持人品牌的打造并不是一蹴而就的，需要主持人自身不断的积累，同时电视台给予主持人充分展示的平台。“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”，只要每位主持人都秉承这样的理念，我们的电视上才会涌现出更多节目打造出的品牌主持人。

注释：

①孙家勋编著：《成功打造你的个人品牌》[M]，中国商业出版社，2005年版

②徐浩然：《主持人语言逻辑与管理体制研究》[M]，中国传媒大学出版社，2009年版，第243页

③高贵武：《解析主持传播》[M]，北京广播学院出版社，2004年版，第155页

④吴郁：《主持人的语言艺术》[M]，北京广播学院出版社，1999年版，第163页

（作者单位：山东师范大学传媒学院播音主持系）

来源：[青年记者2013年6月中](#)

编辑：解西伟

[【发表评论】](#) [【打印本文】](#) [【收藏本页】](#) [【返回顶部】](#) [【关闭窗口】](#)

讨论区

已有 0 位对此新闻感兴趣的网友发表了看法 [点击查看](#)

我来评两句

请 [登陆](#) 后发表评论。如果您还不是本站会员, [在此注册](#)

• 所有评论仅代表网友个人观点 • 请各位遵纪守法并注意语言文明

[发表](#)

大众网版权与免责声明：

- 1、大众网所有内容的版权均属于作者或页面内声明的版权人。未经大众网的书面许可，任何其他个人或组织均不得以任何形式将大众网的各项资源转载、复制、编辑或发布使用于其他任何场合；不得把其中任何形式的资讯散发给其他方，不可把这些信息在其他的服务器或文档中作镜像复制或保存；不得修改或再使用大众网的任何资源。若有意转载本站信息资料，必需取得大众网书面授权。
- 2、已经本网授权使用作品的，应在授权范围内使用，并注明“来源：大众网”。违反上述声明者，本网将追究其相关法律责任。
- 3、凡本网注明“来源：XXX（非大众网）”的作品，均转载自其它媒体，转载目的在于传递更多信息，并不代表本网赞同其观点和对其真实性负责。
- 4、如因作品内容、版权和其它问题需要同本网联系的，请30日内进行。

地址：济南市经十路16122号 邮编：250014 编辑部电话：(0531) 85196697 85196066 85196311 85196286

《青年记者》投稿邮箱：qnjzbj@qq.com 杂志发行电话：(0531)85196303 网站电话：(0531) 85196311

《青年记者》邮发代号：24-213 《今参考·政界》邮发代号：24-216 《今参考·商界》邮发代号：24-61

Copyright©2001-2007 qnjz.com All Right Reserved

转载需注明来源，未经许可，不得转载

鲁ICP备11011784号-2