

浅谈主持人型制片人的发展与创新

摘要：

大数据的时代环境下，之前所有节目采用的老旧的宣传方法都会出现相当大的改变，此时，主持人型制片人也需要进行适应性的改变并遵守规定。笔者作为节目唯一一名法治、警讯类、深入普法一线与案发现场的主持人型制片人，阐明了制作节目内容、塑造品牌、控制团队以及主持人职业规划四方面内容，阐明主持人型制片人能够正向地影响节目的发展与创新。

关键词：主持人型；制片人；发展；创新

一、主持人型制片人更易达到节目内容制作制高点

（一）节目内容与创意的聚合

大数据时代环境下，电视节目的突出点在于创意的聚合功能，其中特别关键的就是节目内容。在我国电视环境下，实力强大的竞争者始终保持着强大的实力，而实力差的越来越差，一个节目的活力与生机是由观众的审美思想与消费需要直接决定的，所以节目的看点成长到越来越关键的地位，节目的主旨与创意充满新意，扩大了观众审美挑选的领域，在一个节目中得到的审美感觉更剧烈，才能有节目超长规的成长。

（二）主持人参与节目制作

从节目全面风格的完整而言，主持人与制片人两类工作彼此交融能够发挥出非常关键的功能，也更加不难创造出观众采纳承认的不变风格。对于大部分创意形成的节目来说，主持人根本就是节目的关键。一名突出的主持人，在全部节目制作过程中必须做到贯通全部过程，并且想要拥有优异的选题，则从最初就必需投入到话题中去，主持人是关键的总设计师，对于节目内容与风格来说非常关键，一挥而就，以编导的立场投入选题创作，接着出现在镜头前投入拍摄，最后到播室节律气氛的管理。

笔者采用编播一体化，坚持节目的稿件自己写，以能够更好的确认自己的风格。主持人型制片人能够极致地扩大实施力度、风格、创意设计等节目制作有利条件，相对于合并节目的高水平、节目风格而言，能够产生极为关键的效果。

二、成为塑造节目品牌的有效尝试

（一）塑造节目品牌

对于节目品牌突出标志的主持人型制片人来说，其实现节目内部重组与外部形象合并更加轻松，接着变成节目的新鲜招牌。例如湖南卫视的《快乐大本营》主持人何炅，他的高情商、阳光幽默的性格到了节目中使得节目特征性突出明显，各种话题、游戏，比起其他的综艺节目，真是出类拔萃。

依据品牌的塑造，可知国内大部分卓越的电视节目，例如湖南卫视的《快乐大本营》主持人何炅，在相当程度上，节目的影响力与知名度是由个人魅力确定的，在主持的节目时，主持人也是采用增加知名度的方法，使自身品牌价值增加与节目品牌价值共同获利的时候。

（二）塑造节目品牌的方式变化

大数据的时代环境下，之前所有节目采用的老旧的宣传方法都会出现相当大的改变，主持人通过个人微博，在自己的社交圈开展节目话题炒作早已变成一类从未有过的交流宣传的传播方式。在微博迅速发展的几年内，例如何炅、鲁豫等

国内一线主持人差不多都是微博大V，他们通过微博大号，既公布节目讯息，也会采用创新的方法试着与观众、粉丝交流，在自媒体的时代，所有人的社交圈都代表着联系附近的人注重点，大部分电视观众会再一次宣传乐于观看的节目精粹，导致这类宣传变成双向交流，使得节目内容话题地商榷区域与主持人的社会感染力获得最大程度的增大，这也变成全新的塑造节目品牌的形式。

三、电视团队管理效率最大化

在控制成本上，主持人型制片人能够实现创新，并给予主持人型制片人的控制职能，让主持人拥有更强的执行力来进行节目选题与节目走向上的思考，这其中覆盖了任用人、节目更新、决策等。在管理学范畴中，达到管理质量的灵魂就是领导职能，控制过程中的关键步骤也是领导职能。

艺术产业中的管理和其他产业不一样，对于电视产业而言，创意越突出越能在行业中获得极佳的地位。判断是制片人最关键的任务。既判断详细创意可否使用，详细拍摄片断可否组合到一起，片子是否达标，更关键的是确定节目的全面趋势，确定观众、市场与所在电视媒体对该节目或者栏目的需要。制片人本身就能产生服务调整的效果，在节目中，一个极度拥有艺术气质的主持人，兼任制片人既能够达到沉淀个人职业经验的目的，也能够良好地认识节目中剩余工作人才的个人性质与特点，发现节目中拥有创新思想的人才，增加创意人才集体的控制质量。

主持人成为制片人之后，能最大程度的集合栏目各项资源，打造精英电视团队。湖南团队、江苏团队等国内先发改革的电视团队经过一系列的创新驱动，迅速崛起，使得真人秀节目在中国越来越流行，大部分卓越的电视制作人学习了活在突出电视节目创意精粹，在我国产生生存你节目形式风格的电视精英团队，从相当程度而言，这种变化不仅仅产生了一次电视史上的创新革命，更让一大批优秀的节目主持人脱颖而出，并迅速成为节目的领导者。

四、主持人的职业生涯规划让主持人的价值最大化

在实际生活中，仅有部分卓越的主持人能够变成节目制片人，接着实现工作发展的改革机会。业务是大部分卓越的主持人拥有的极大长处，从主持人的升职而言，既要拥有从主持人、制片人再到上层管理者的不变思维，还应当基于专业职称升职保障开拓更新，给大部分退下主持人工作的电视人提供越来越大的发展区域，注重主持人的业务情况既要表面，更要落实到主持人后续职业生涯的发展上。

现实中，由于各电视台的情况不一，各个台之间的条件有差距，部分电视台的人力资源不足、财力不足。而主持人作为同时拥有制片人生身份的人，大多能够采取有效的方法进行应对。笔者是所在电视台唯一一个拥有主持人兼制片人的人，由于台里人才缺少，机制不活，需要制片人客服人力财力的困难。

在电视频道中，最关键的一个内部资源是主持人，所有职业与工作的工作人员到了特定年龄后都必须接受转变道路，大部分在职业生涯经过中未获得相当高知名度的主持人，在年龄越来越大的情况下，早已不适合从事主持工作了，全国每个台对老一辈主持人的控制制度各不相同，大部分采用闲放的方法，导致积累许多工作经验的过时主持人没有事能做，在我国，大部分电视台的主持人控制工作了解依旧有缺陷，未能充分有用地使用资源，大部分过时主持人的职业生涯差不多进入听天由命的状态。

总结:

综上所述,大数据时代环境下出现了主持人型制片人,其是电视表格成长与创新的推动力,其产生与成长是媒介交融时代传统媒体变革转变的新种类人才创新形式,也将在电视节目内容更新方面占据非常强大的地位。当今,媒介新技术持续创新进步,在移动互联时代下,即使广电技术的表格能够具备大量的方法,最后的目的也应当是统一的,为了使观众投入到节目内容的制作过程中,该目标才是过去电视持续变革的趋势。

参考文献:

- [1]张赫彬.主持人兼制片人制的发展趋势[J].海南师范大学学报(社会科学版),2017(5).
- [2]王瑾昭,张燕.论名主持的个人品牌塑造[J].传播实务,2016(3).
- [3](美)菲利普·科特勒等.塑造知名度——科特勒论个人品牌营销[M].北京:人民邮电出版社,2015.
- [4]魏冬青.管理让主持人实现最大的价值[J].南方论坛,2015(5).