

主持人化妆 与形象设计

ZHUCHIREN HUAZHUANG YU XINGXIANG SHEJI

● 主编 敖芳 王娜



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

主持人化妆 与形象设计

ZHUCHIREN HUAZHUANG YU XINGXIANG SHEJI

- 主 编 敖 芳 王 娜
- 副主编 程 昕 吴 凡
- 参 编 姚亚非 方志向 陈 佳
黄金婷 张华丽 熊 娟



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目 (CIP) 数据

主持人化妆与形象设计 / 敖芳, 王娜主编. — 武汉 : 华中科技大学出版社, 2017.2

高等院校艺术学门类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5680-2247-7

I. ①主… II. ①敖… ②王… III. ①主持人 - 化妆 - 高等学校 - 教材 ②主持人 - 形象 - 设计 - 高等学校 - 教材 IV. ①J917 ②G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 243489 号

主持人化妆与形象设计

Zhuchiren Huazhuang yu Xingxiang Sheji

敖 芳 王 娜 主 编

策划编辑: 袁 冲

责任编辑: 张 琳

封面设计: 抱 子

责任校对: 张会军

责任监印: 朱 玢

出版发行: 华中科技大学出版社 (中国·武汉)

电话: (027) 81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编: 430223

录 排: 武汉正风天下文化发展有限公司

印 刷: 武汉科源印刷设计有限公司

开 本: 787 mm × 1 092 mm 1/16

印 张: 6.25

字 数: 200 千字

版 次: 2017 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 35.00 元



华中出版

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



前言

ZHUCHIREN HUAZHUANG YU XINGXIANG SHEJI

近年来，随着电视及网络媒体的飞速发展，主持人日益受到大众的关注。对于某个节目，观众首先感受到的是主持人的形象，随后才是节目的具体内容。可以说，主持人的形象在很大程度上代表着该节目、该媒体的形象。因此，主持人自身形象对于整个节目的播出效果和媒体的形象塑造有着至关重要的作用。

本书无论是在理论上还是在案例分析上，既重视形象设计各学科的共性特点，又强调各个专业的交叉特性，在不同学科专业的交叉过程中，构建学生的知识结构。同时为了便于课堂教学及实际操作，每章都有教学任务、教学目标和教学重点供教师教学参考。本书收集了各具特色的主持人形象设计以及知名主持人荧屏形象的图片，可供教师讲解和学生学习，以使晦涩难懂的专业理论知识易于被学生所接受，达到师生互动、寓教于乐的目的。

本书强调形象设计与播音主持专业之间的联系，使学生真正明白学习化妆形象设计的目的和意义，从而对形象设计产生浓厚的兴趣，并将此应用到未来的实践设计中。本书是集理论性、专业性、实用性、知识性和可操作性于一体的专业教科书，是高校播音主持各专业必备的教材或教学参考用书。

笔者希望这本书能够像读者的朋友一样，给读者一些启迪，对读者了解主持人形象及塑造主持人形象有所帮助。

敖 芳
2016.08



1

第一章 形象设计概论

- 第一节 形象设计概述 /2
- 第二节 形象设计的基本原则 /3
- 第三节 形象设计的美学原理 /5
- 第四节 知识拓展与范例参考 /8



9

第二章 主持人形象设计

- 第一节 主持人形象设计的特点 /10
- 第二节 主持人形象设计的类型 /12
- 第三节 影响主持人形象设计的因素 /15
- 第四节 主持人形象设计的学习准备与方法 /17
- 第五节 知识拓展与范例参考 /18



19

第三章 主持人的基础化妆

- 第一节 主持人常用化妆用品与化妆工具 /20
- 第二节 化妆素描学 /29
- 第三节 主持人基础化妆技法 /31
- 第四节 知识拓展与范例参考 /48



49

第四章 主持人矫正化妆技巧

- 第一节 脸型美的标准 /50
- 第二节 圆形脸型矫正化妆 /51
- 第三节 方形脸型矫正化妆 /52
- 第四节 长形脸型矫正化妆 /53
- 第五节 正三角形脸型矫正化妆 /54
- 第六节 倒三角形脸型矫正化妆 /55
- 第七节 菱形脸型矫正化妆 /56
- 第八节 知识拓展与范例参考 /57



59

第五章 主持人发型与形象设计

- 第一节 发质的分类及特点 /60
- 第二节 发型造型常用工具与用品 /62
- 第三节 女主持人发型与形象设计 /65
- 第四节 男主持人发型与形象设计 /71
- 第五节 知识拓展与范例参考 /72



73

第六章 主持人的服饰与形象设计

- 第一节 主持人服饰设计要求 /74
- 第二节 服饰与色彩 /76
- 第三节 服饰与款式风格 /81
- 第四节 知识拓展与范例参考 /82



83

第七章 不同类型主持人形象设计

- 第一节 新闻类节目主持人形象设计 /84
- 第二节 生活服务类节目主持人形象设计 /86
- 第三节 综艺娱乐类节目主持人形象设计 /88
- 第四节 少儿类节目主持人形象设计 /90
- 第五节 知识拓展与范例参考 /92



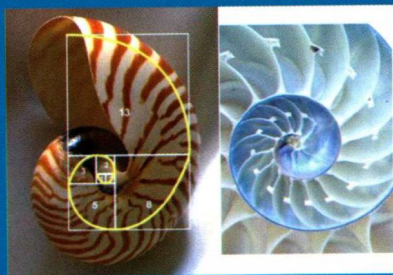
94

参考文献

第一章

形象设计概论

XINGXIANG SHEJI GAILUN



教学任务

了解形象设计的由来以及形象设计的基本原则等，初步认识和理解主持人形象设计的学习方法和学习目的及意义。

教学目标

了解形象设计的概念以及学习主持人化妆与形象设计的意义，对基础的形象设计理论有比较清晰的认识，熟悉学习方法和特点。

教学重点

形象设计的概念、形象设计的由来、形象设计美学原理等。

形象是一个人一生中的战略问题。为什么这样说？因为在人的一生中，一个重要的战略问题就是形象管理，它贯穿我们人生的始终，好的形象有助于人生各阶段“战略关口”的顺利进行。对于主持人而言，形象设计尤为重要。

形象设计既抽象又具体，往往被人们误解以为仅仅是发型、妆容或是服饰的设计，这种理解是不够全面的。形象设计不仅包含发型、妆容、服饰等内容，它还包含精神、文化等多种要素，是人的内在素质和外在形象的综合反映。

第一节

形象设计概述

形象设计起源很早，可以追溯到原始时期的“文身”。有了人类文明，就产生了形象设计。什么是形象？什么是形象设计？没有人能回答这样一个看似普通却并不好回答的问题。我们每天面对着各种各样的形象，形象与我们的日常生活息息相关，但完美的个人形象是不存在的，其实没有完美才可以做得更好。正因为如此，大家可以通过自己的努力，打造出更美丽、更和谐、更优质、更有品位的形象。

形象是一种抽象的东西，它是对事物形状、性质、状态抽象化的概念，是一种和感受相关联的观念状态。而设计是根据一定的要求，对某项工作预先制订图样、方案。通常所说的形象设计主要是针对人或物的外表进行包装和塑造。《辞海》对于形象的定义为：一是指形状、相貌；二是指文学艺术区别于科学的一种反映现实生活的特殊手段，即根据现实生活各种现象加以选择、综合所创造出来的具有一定思想内容和审美意义的具体生动的图画。对于形象的认识和理解，应该从狭义和广义两个不同的视角及层面进行认识和分析。狭义的形象专指人而言，指具体个人的相貌、气质、行为以及思想品德所构成的综合整体。广义的形象指人和物，包括社会的、自然的环境和景物，服务对象可分为城市形象设计、企业形象设计、人物形象设计、产品形象设计等。狭义的认识能了解形象设计的形式、内容及组织结构；广义的理解则能使我们把握化妆与形象设

计艺术的本质及外延。如果将狭义和广义结合起来，就会形成对化妆形象设计比较全面的认识、理解和把握。

主持人形象设计是对主持人个人形象进行整体设计和指导。大多以主持人个体的基本特征，综合人的面部、身材、气质、社会角色及节目风格和传播技术等各方面因素，通过专业工具测试出色彩范围与风格类型，找到合适的发色、彩妆色、服饰色彩、服饰风格款式等，从而解决主持人的形象问题。

第二节

形象设计的基本原则

现代社会中，人是一切活动的核心，而设计的目的应该指向人，以人为中心，从人的因素来考虑与人有关的一切活动，并为这个活动提供最好的条件。设计必须通过具体的操作实施才能完整表现，它不同于一般意义的创作，是物质与精神相结合的产物，随着人类物质和精神需求而发展。形象设计涉及面广，与工艺美术、人文科学、自然科学等密切相关。在设计实践中，形象设计必须遵循以下基本原则。

一、个人实用性原则

形象设计具有知识的多学科性以及专业性，展现了实用性与艺术性的完美结合。同时，由于设计主体与客体的特殊性，决定了其独特的审美特征与设计美学原则。实用性原则对形象设计而言，不仅关乎形象设计本身的效果，同时还涉及提高与形象有关的各种因素，如个人的工作、生活、环境等一系列的连锁反应。从“设计的指向应该是人”的思想出发，实用性原则在形象设计中已提升到“艺术人本位”的高度，强调实用，强调艺术与技艺的结合。设计者应当根据形象设计实用性原则进行适当取舍与组合。

在形象设计过程中，最常见的设计元素是艺术造型和构成材料。这两者在彼此配合时有时会产生产生冲突，例如，有些人皮肤白一点，有些人皮肤黑一点；有些人是油性皮肤，而有些人是干性皮肤等，所以，单一的形象设计是无法满足所有人的需求的。这时必须采用不同的材质，选择最恰当的方法，进行不同的艺术造型，使妆容和形象尽善尽美。在这个过程中我们需要判断和分析：一是准确判断，也就是进行心理特征和生理特征判断；二是全面分析，包括消费心理、审美倾向、主客观条件等，这些都是进行形象设计表现最基本的原则。

二、整体与局部和谐原则

和谐是美的根源，也是形象设计通过各种美学元素的组合、重叠、取舍而产生的美，如形式美、造型美、色彩美、构成美等，都是衡量形象设计是否符合审美、创美要求的系列标准，同时也是进行造型设计应遵循的原则。形式美需要局部形象和整体形象都应具有构图美、结构美、比例美、平衡美、呼应美、变化美或节奏美等。造型美需要形象的外部形态及内部形态构成所具有的塑造形象美的特征，它包括服装的款式、发型的式样、化妆的妆容等。色彩美要求形象设计中的色彩构成能体现出与人肤色的协调美、与形象风格的统一美，局部形象色彩表现相互之间的和谐美以及色彩的流行美、时尚美的表现。构成美需要局部形象相互之间的构成形式、组合状态形成整体形象美。所有上述的这些因素表现，都应使局部形象各具特色，又能使局部形象在整体形象中显示出统一的构合性艺术表现，体现出整体与局部特有的和谐性。很多主持人只关心自身形象是否看起来高贵或者前卫，却忽略了不同场合的形象要求，忽视了与周围环境的和谐性、贴切性。比如有些节目主持人在农村或者工地等场所进行实地现场直播时，还依旧西装革履，这种一成不变的形象在观众眼中会显得刺眼，效果不好。所以，节目主持人在进行形象设计时要根据不同的场合做出相应的调整，使自身形象与环境相协调，才能产生和谐美。

三、鲜明时代特色原则

人具有社会性，各个时代的文化、政治、经济、道德观念及生活形态等，都会对人们审美观的形成和发展产生重要的影响。妆容、发型及饰品是人类美化形体、表现自我艺术形象最基本、最常见的载体形式和表现形式。在化妆造型设计中，人们总是根据自己的审美标准和审美理念来确定和设计自我形象。时代不同，人们的审美观念也不同，不同时代的审美观念，将会直接作用于形象外观美的形成和再造。形象设计应给人美感，让人享受美的艺术创造。这种塑造美的成败不能完全取决于造型师，社会生活中的大众都可以来判别。主持人的形象设计如果不能适应不同的时代、不同流行趋势中的审美标准和审美理念，不能体现时代的特征和满足观众日新月异对时尚感的要求，就必然会失去其表现的意义及风采。因此，主持人在进行形象设计时，一定要注重对时代文化艺术特征的观察、分析，对社会经济发展及时尚形态的考察研究，并善于运用流行时尚元素进行创意表现。

四、独特个性风格原则

一个有个性的节目主持人必须拥有其独特的气质，所以主持人形象设计也是主持人个性化人物形象的创造。个性化人物形象是指具有适合个人的表现形式和造型特征的外观形象，能表现出设计对象所具有的独特气质、风度和韵味，能使设计对象散发出自然美和艺术美的魅力的视觉再造形象。个性化风格是形象设计最基本也是最高的要求，同时也是应遵循的基本原则。因为只有设计对象具有个性表现特色，形象设计表现才具有价值，才能释放出设计对象的风采。具有独特

个性风格的节目主持人，还需要有开拓、探索的能力和创造力，以及随机应变、发挥自如的综合经验。所以，节目主持人具备灵敏的应变能力和独特的个人魅力，才能使节目焕发出夺目的光彩。

第三节

形象设计的美学原理

爱美是人的天性。人类不满足于如何创造或领悟美，更试图去理解它的原理。美是什么？为什么不同事物的美有差异？这些种种关于美的好奇与思考就引发了美学的产生。美学并非是近代的产物，对美的探索与追求自人类诞生以来就开始了。早在原始社会，当人类逐步进化时，美学已开始萌芽。原始艺术的产生以及原始工艺的出现都鲜明地标志着人类对美的渴求。随着社会的发展，人类对美的理论探求表现出前所未有的热烈。无论是西方的古希腊时期，还是中国的春秋战国时期，思想家们都对美表现出热切的关注，他们都从自己的思想体系出发，对美提出了自己的观点，力图说明美是什么，美的重大社会作用是什么，从而奠定了美的理论探索。

在形象设计中，色彩、光线、形体、声音等因素按一定的方法和规律组合后，使美的形式与美的内容密切统一，形成美感。这些人们对美的感受也都是直接由形式引起的，利用造型达到形式上的美，是形象设计最直接的目的。

形式美法则是人类在创造美的过程中对美的形式、规律的经验总结和抽象概括，随着时代的发展而不断变化，逐渐成为表达特定审美内容的表现方法，也成为现代设计的理论知识。形式美法则同样适用于整体形象设计，主要包括对比与调和、对称与均衡、节奏与韵律、比例与分割以及呼应等几个方面。下面我们就根据形式美法则的概念和形式去探索它在整体形象设计中的运用。

一、对比与调和

对比与调和是相辅相成的。没有对比就没有调和，它们是一对不可分割的矛盾统一体。对比是差异的强调，对比的因素存在于相同或相异的性质之间。它是区别于文学等其他语言形式的一种视觉语言，因此，这种对比是在一些明确的形式或明确的感觉中进行，所产生的视觉效果是为了提升视觉的刺激达成视觉冲击力。整体形象设计的对比因素有很多：服装色调的明暗、冷暖、剪裁的曲直等；配饰形状的大小、粗细、长短等。我们在服装的颜色上可以采用对比的方式来突出个性，强调与众不同；在化妆的色彩上采用浓淡等对比的方式突出局部造型。而这些对比效果有时可以同时存在于整体形象设计中，它能有效地激活视觉，体现个人特点鲜明突出的视觉效果。

与对比相反,调和是削弱相互对立元素的冲突,调和不同元素使其趋于和谐,呈现和谐的艺术效果,达到一种适合、舒适、安定、统一的心理感受。整体造型中可以通过适当减弱形、线、色等要素间的差距以达到整体的和谐感。调和设计不仅应用于妆面色彩,还应用于发型、五官刻画的样式及整体搭配中的装饰材质。例如,使用金色的同类色与邻近色组合,能形成和谐宁静的效果,给人协调的感觉;眼妆、唇妆、头饰至指甲的色彩都采用同类色组合,能使整体更加和谐,相互呼应。在一般形象设计应用中,应采取局部对比、全局调和的原则来进行形象设计。

二、对称与均衡

对称与均衡客观上存在着密切的联系,最简单的均衡就是对称。对称与均衡所体现出来的都是一种平衡的美感。一方面是强调视觉上的平衡感;另一方面是满足人的心理需求,因为人的心里总是不自觉地追求一种稳定而安全的感觉。对称实际上是人们最熟知的一种形式,其最初的发现无疑是来源于大自然,如人的肢体形态、植物的生长规律等,都是自然给我们的提示。人一直追求左右对称的美感,用矫正化妆术可以适当调整脸型及五官的不对称,弥补原有的不足。配饰的对称、服饰的对称也给人以平衡的感觉。均衡也叫做非正式平衡或者非对称平衡,在整体视觉上形成不等形而等量的重力上的稳定,是设计元素之间的组合保持视觉上平衡的一种形式。对称与均衡相互联系,均衡比对称要丰富多变。有些发型设计虽是不对称设计,但整体偏一侧的卷发与耳饰的搭配形成了均衡的视觉效果,除耳饰外,胸针也是均衡配饰的一种。对称与均衡是化妆设计追求稳定的一对法则,可以互补,在整体形象设计中经常综合运用,在整体均衡中有局部对称,在整体对称中有局部均衡。化妆中眼妆及眉妆均采用对称的手法,如若将卷发梳于一侧,为了达到均衡,则手提包应放于另一侧。有时大胆地运用不对称形式作为化妆修饰的手段,在保持整体平衡的基础上,通过适当的局部变化或突破,可以达到特殊的效果。

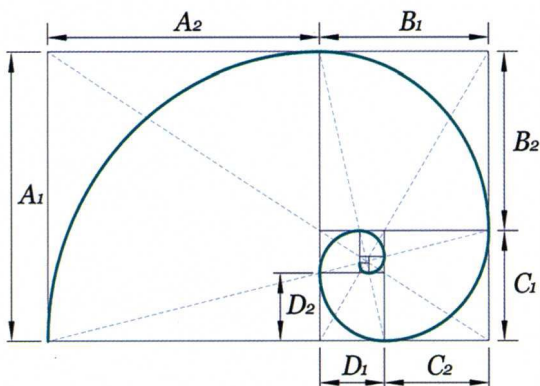
三、节奏与韵律

节奏与韵律是一种重要的艺术美的表现原则,原指音乐、诗歌中的声韵和律动,音的轻重、长短、高低的组合,匀称间歇或停顿。它们是互相依存、密不可分的统一体,是美感的共同语言,是创作和感受的关键。歌德曾经说过,美丽属于韵律。形象设计中线条、色彩、结构的凹凸变化等要素的交替错落、灵活运用会产生一定的生动感和韵律感,避免妆面呆板、单一。例如,将珠片从眼部至眉部,由小到大、由疏到密、颜色由深至浅排列组合,可形成造型上的节奏感。整个妆面造型元素丰富,既体现了立体感又形成了韵律感。韵律是指设计元素表现出的强弱起伏、抑扬顿挫变化的美感。韵律在节奏的基础上更强调某种情趣或基调的体现,是节奏更高层次的发展。在整体形象设计中,有效地把握节奏是体现韵律美感的关键。流畅的色彩过渡与衔接突出了韵律的艺术美感,也打造出了轻柔和谐的造型风格。眼妆深浅、强弱对比过渡到两颊,如流畅的眼妆与笔直的黑色剑眉形成强烈对比,使得整个妆面有了强弱和起伏,产生了节奏感与韵律感。服装中颜色渐变也是韵律的运用形式之一,好的运用能创造出形象鲜明、形式独特的视觉效果,表现

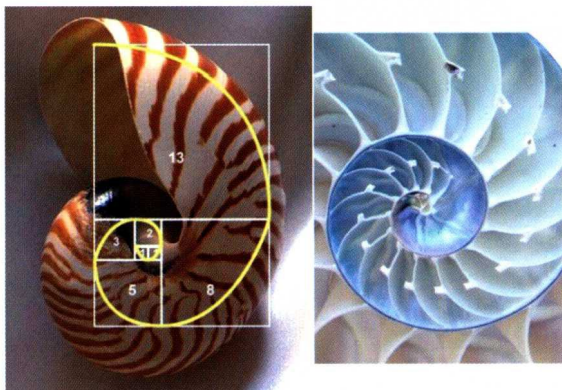
出轻松或优雅,增加形象的美感。

四、比例与分割

比例与分割是相互联系的,鹦鹉螺是最佳的黄金比例与分割的标准参照物(见图1-1)。黄金分割律是公元前6世纪古希腊数学家毕达哥拉斯发现的,后来古希腊美学家柏拉图将此称为黄金分割。首先做一个黄金比例的矩形,即长宽之比为 $1.618:1$,接着在矩形内截出最大的正方形,它应该是以原矩形的宽为边长的,那么剩下的仍是一个黄金比例的矩形,它的长宽比为 $1:0.618$,再以它的宽为边长截出一个正方形,得到的仍是一个黄金比例的矩形……不断重复这一过程,再将所有的正方形的中心以平滑的曲线连接起来,得到的螺旋形曲线叫做黄金螺旋线。鹦鹉螺的外壳形状就是一条黄金螺旋线。黄金比例与分割具有严格的比例性、艺术性及和谐性,有着丰富的美学价值。



(a)



(b)

图 1-1

比例是设计主体的整体与局部、局部与局部之间的尺度或数量关系。比例又是一种用几何语言和数学词汇表现现代生活和现代科学技术的抽象艺术形式。比例主要针对在整体形象中形成规律变化时理性的表达,个体与个体之间的尺寸差异变化同样也能使形象达到意想不到的美感。

对于整体形象设计而言,比例是化妆、服装各部分尺寸大小之间的对比关系,比例的应用对化妆、服装产生的视觉效果起着重要作用。如五官的大小关系、服装色彩的比例关系等。在整体形象设计中,如果放大头发与面部的轮廓比例可使脸型显小;加长刘海的长度可使脸型显短,增加刘海的宽度与侧发可使脸型变窄等。在发型设计中,运用曲线分割将头发按深浅、厚薄巧妙地分割为三部分,能塑造出饱满的立体发型;在服饰造型上,个头矮的人尽量不要穿横向分割线较多的服饰,腿短的人尽量不要穿八分裤,否则会显得腿更短等。

五、呼应

呼应是构图表现的方法之一,是指画面中的各元素之间要有一定的联系,达到均衡、和谐、

含蓄的画面效果。呼应属于均衡的形式美，是各种艺术常用的手法。呼应也有相应对称和相对对称之说，一般运用形象对应等手法得到呼应的艺术效果。在整体形象设计中，呼应可以表现在造型、线条、色彩、质感等方面。在发型设计中，高马尾能与双鬓的弧线进行巧妙的呼应，以此来修饰脸型，并可以打造出高傲、甜美的风格；唇妆的色彩与眼影及装饰物的色彩呼应，能营造出整体的均衡美感。虽然人们在理论上都懂得形式美的法则，但在实际的整体形象设计中能运用得恰到好处却并不容易。

第四节

知识拓展与范例参考

一、知识拓展

形象涉及显性和隐性两大元素，这两大元素直指人的外在与内在。从哲学观点上来看，外在和内在越趋于平衡就越符合事物发展的客观规律。在形象问题上也是一样，个人形象正是向人们展示关于这个人的一切，服装不仅能蔽体，更关乎这个人的形象；同样，妆容更关乎品质，发型更关乎品位。因此，个人形象关乎这个人的价值。

二、范例参考

以自己最好的朋友为例，分析其形象给你的第一印象。

思考：当你看一个人的形象的时候，你看到了什么？

第二章

主持人形象设计

ZHUCHIREN XINGXIANG SHEJI



中国中央电视台

新闻联播

2013.3.16

教学任务 了解主持人形象设计的本源的科学论断，掌握主持人形象设计的特点、类型及影响要素。

教学目标 深入了解主持人类型及主持人化妆与形象设计的特点，为不同节目风格主持人化妆与形象设计做好坚实的理论基础。

教学重点 主持人化妆与形象设计的特点及学习准备。

主持这个词源自宗教，带有“主掌”和“操持”的词义，其意义非同小可。对于观众而言，主持人是个人形象鲜明化和国际化的权威影响者。正因为如此，主持人的形象非常重要。

作为公众人物，主持人不仅代表个人，更是某个场合、某个活动中的指挥者，即灵魂人物。主持人作为媒体元素之一，必须通过形象的理性诉求，来体现不同媒体的价值追求，谨防节目理念识别和主持人形象识别的割裂。也就是说，既不能为了节目效果完全牺牲个人形象，也不能为了突出个人形象而损害节目利益。由于节目与主持人是不可分割的，因此，主持人必须建立独特且连续性的个人形象识别系统，才能确保形象虽然变化，但风格鲜明，容易被人识别和记忆。

第一节

主持人形象设计的特点

从传统美学的角度来讲，“景”与“情”统一，才是美之所在。“景”是主持人外在形象的展现，“情”是主持人内在形象的部分，内在形象是外在形象的主导和关键，外在形象是内在形象的外化表现，两者相辅相成，只有内在形象和外在形象具有中和之美，主持人形象才和谐、完整。

主持人形象不仅是主持人的个人形象，更是一种特殊的公众形象，有其自身的特点。

一、主持人形象的两重性

两重性是唯物辩证法的基本观点。我们要全面观察事物，不但要看到事物的正面，也要看到它的反面，且事物矛盾双方在一定条件下会相互转化。主持人的形象是自身表现与公众形象两方面作用的结果，因而具有主观和客观的两重性。主持人在观众心目中的形象，必然会受到观众自身价值观、思维方式、道德标准、审美取向及性格差异等主观因素的影响。因此，同样一个主持人其形象在不同观众心目中会有差别。例如，有些节目主持人在一些观众心目中是温柔、亲切的，在另外一些观众心目中就可能是软绵无力的。但是，从观众对主持人的总体评价来看，还是具有

客观性的。观众心中的主持人形象不是凭空就有的，也不是他们头脑中固有的，而是主持人自身行为及形象在观众大脑中的客观反映。根据统计学上的“大数定律”，评价的人多了，主观偏见自然就会减少。因而，可以获得比较客观、真实的评价。主持人的形象魅力打造，就有了一个属于个人特色和职业责任并重的空间范畴。

节目主持人在关注自我形象时，一定要注意区分观众评价的主观性与客观性因素，既不要因为少数观众的主观恶意评价而妄自菲薄，停步不前，也不要因为多数观众的客观善意评价而骄傲自满、故步自封。在一定的条件下，坏的东西可以引出好的结果，好的东西也可以导致坏的结果。这些都是事物两重性的表现。

二、主持人形象的复杂性

主持人的工作是一项群体性工作，需要与全体制作人员密切配合，还要和观众进行广泛的沟通。因此，主持人形象不同于一般的个人形象或组织形象，而是集个人形象、节目形象以及主持人所代表的大众媒体的组织形象于一体的、复杂的形象组合。复杂性是混沌性的局部与整体之间的非线性形式，由于局部与整体之间的这个非线性关系，使得我们不能通过局部来认识整体。在大众媒体的传播过程中，最先被观众感受到的是以个人形象出现的主持人形象，其次是节目形象，最后才是主持人所代表的媒体形象。受这种传播过程中表面形态的影响，有一些媒体和主持人认为，在这三层形象中首先应考虑的是个人形象，其次是节目形象，最后才是媒体形象。

三、主持人形象的多维性

多维是指多种（一般是指三种以及三种以上）维度同时存在且发生作用。

主持人形象首先是屏幕形象，是在广播电视节目中通过自身的表现和集体的创作，被观众认识和接纳的。同时，离开话筒，走下屏幕，主持人又是一个社会人，并以个人身份与大众面对面地直接交流。主持人这时的形象虽是本色的、自我的，但对主持人整体的形象会产生巨大的影响。有时，节目外的形象表现的影响甚至会超过节目中的形象表现。因此，主持人要注意培养良好的自身形象，使自己的一颦一笑、一言一行符合主持人这个社会角色的要求。如果主持人的私下形象与在公开场合的正面形象截然相反，则会使主持人形象大打折扣。

四、主持人形象的稳定性

主持人的外貌仪表、声音特色、言谈举止、行为习惯和性格特征构成主持人整个形象的塑造。这种稳定性首先是由稳定的状态决定的。虽然很多因素会导致主持人形象经常处于一种动态的变化发展中，但是，一个主持人不论是内在的精神风貌、性格魅力，还是外在的言谈举止、穿衣打扮，往往都会伴随主持人一个较长的阶段，并在一定条件下，在观众群体中产生潜移默化的影响，形成一些概念化的东西，成为一种心理定势。这种心理定势是形成主持人形象稳定性的主要因素，