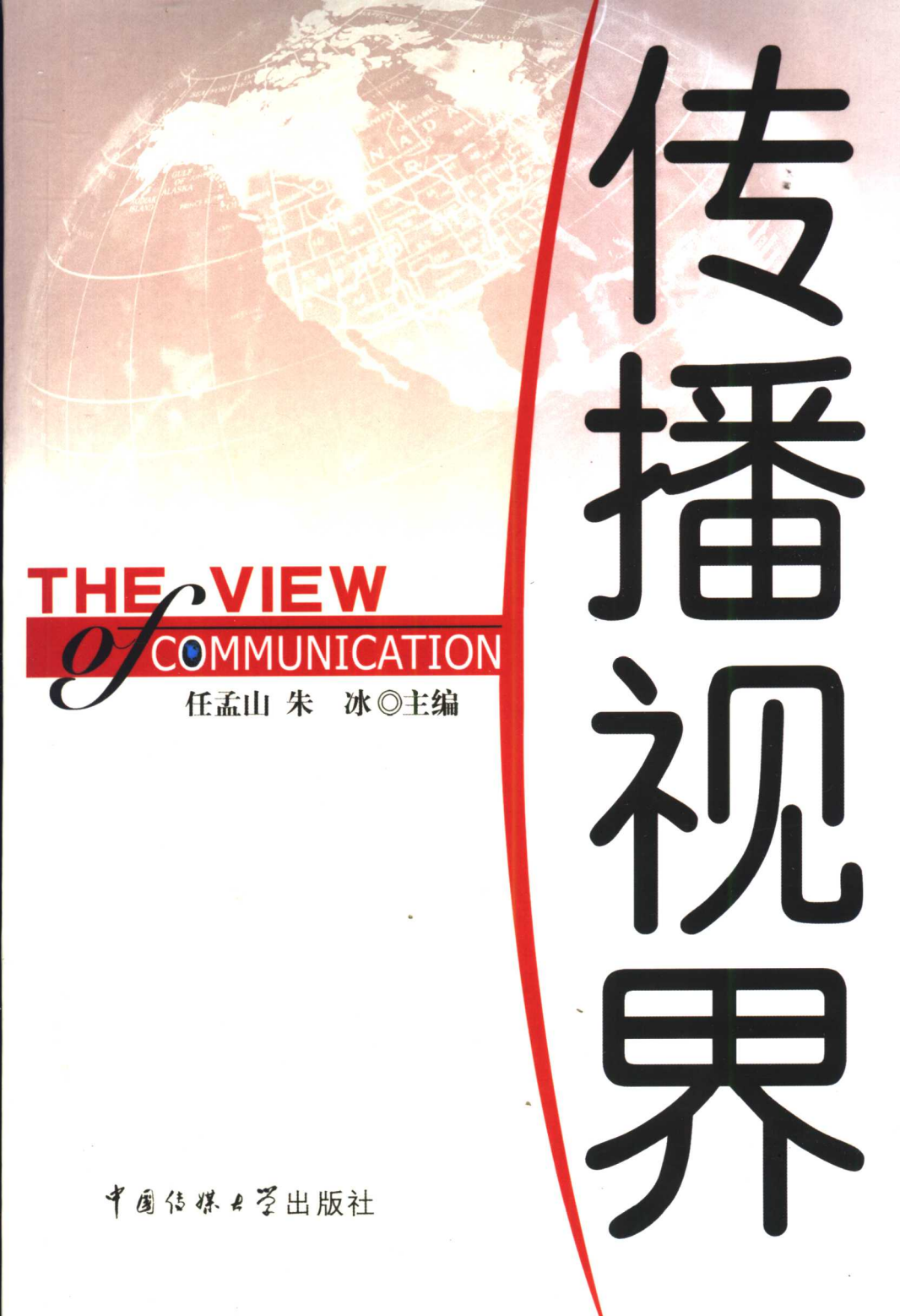




传播视界

THE VIEW
of **COMMUNICATION**
任孟山 朱 冰◎主编

中国传媒大学出版社

传播视界

主 编：任孟山 朱 冰

副主编：石慧敏 张忠杰

中国传媒大学出版社

序

这是一套由学生（硕士生和博士生）写作而成的论文集，好坏不论，却让我感慨他们的勤奋好学和才华横溢，正可谓“后生可畏”。有人曾批评我：老师当惯了，对谁说话都像在教诲。于是，我就尽量将自己的说话方式由“教诲”改为当下时髦的“分享”。今天对这些可畏的后生更是这样。

几个学生向苏格拉底请教人生的真谛。苏格拉底把他们带到果林边告诉他们：“你们从林子这头走到那头，每人摘一个你认为最大、最好的果子，但不许走回头路。”到了林子的那头，苏格拉底问：“谁摘到了自己满意的果子？”结果学生都说不满意，如果再来一次就会摘到最大、最好的果子。苏格拉底摇摇头：“孩子们，人生就是如此，没有第二次选择。”

其实学习也是这样，无数人类智慧之果就挂在你人生林中，当你伸手摘取你认为最适合你的那颗知识之果时，你已经拥有了最好的财富；如果你怕反悔，不去及时地采摘它，当你走到尽头时还是两手空空。

郑板桥是历史上有名的狂怪之人。在求功名的路上磕磕绊绊好不容易才取得秀才，但他最爱骂秀才，骂那些只知《诗》《书》的秀才酸腐之气。他在一封给朋友的信上说：“板桥亦是秀才出身，因何不骂？因为板桥生平读书而外，只识得寒而思衣，饥而思食，倦而睡觉，病而服药，凡举动饮食之间：坐，不必端正之席；吃，不必割方之肉，免被唾骂，或者在是”。

其实，做学问确有不同的做法，“天下文章一大抄，就看你会抄不抄”是一种，“十年寒窗”是一种，“寒思衣，饥思食”的有感而发也是一种。

贾平凹有一句名言，叫做“我是农民”。王蒙以此来探究自己是什么？他生在农村，长在城市，当了50多年干部，却有40多年或劳改或专业创作或接受审查或退居二线。最后王蒙给自己得出的结论是“我是学生。”他说：“当我想清

楚了我是学生之后，我是何等的快乐啊！这不只是一种身份，也是我的世界观和人生观，性格与情感的一部分，非常重要的有机组成部分。我把人生当做一个学习的过程，它不是空虚的颓废的幻灭的无意义的，而是有为的有关注有兴趣有成就有意义的。”

其实，学习是一种态度，做研究、写文章也是一种态度。你可以求功名，你可以发怨气，也可以寻找一种快乐。但是像王蒙那样在风风雨雨、坎坎坷坷中寻找 50 年的快乐，那就是一种境界了。

古今中外有许多故事是耐人寻味的。当这些还是学生的后生，在开始踏入一条漫长的学习、研究之路的起点时，我不想对他们教诲些什么或期待些什么，只想同他们去分享这些故事中的耐人寻味的那一点点哲理。

钟大年

2005 年 6 月

目 录

序

钟大年 / 1

第一部分 专题节目研究

电视谈话节目的文化审视

任孟山 赵永颜 / 2

浅析电视访谈类节目的视觉造型

刘天勇 / 10

电视谈话节目,路在何方?

孟晓星 / 15

透过“王志现象”浅析电视谈话节目成功的要素

王玉韵 瞿继达 / 21

浅谈电视谈话类节目的未来发展空间

徐颖茜 / 28

我国电视法制类节目形态分析

石慧敏 / 33

电视综艺节目流变中的思考

孙建礼 / 40

就少儿频道现状浅析少儿节目发展趋势

王 丹 / 45

浅谈当代电视体育节目的发展与改革

王 冬 / 55

第二部分 新闻改革研究

社会转型与新闻事业发展模式的互动关系

白 洁 / 62

试论中国“二元化”的新闻传播事业

葛 畅 / 70

市场机制与新闻传播事业

——浅析如何提升媒体的市场竞争力

李 维 / 76

解读另一种“新闻侵权”

莫 莹 / 82

多元角色提升媒体公信力

所莉莉 / 87

从媒介发展史看新闻与信息的历史嬗变关系

王艳芳 / 93

电视新闻节目主持人的语言人格化

王 媛 / 98

新闻娱乐化与舆论公正

——从“马家爵事件”分析媒体娱乐化的原因

姚 魁 / 103

从《全球资讯榜》看栏目的整合营销传播

于 杨 / 109

第三部分 影视文化研究

论电视电影的电视特性及理论定位

毕 峰 刘亚峰 / 118

电视媒体对儿童性别角色社会化的影响

常 爽 / 123

浅论后现代主义的中国电视媒体价值观

陈 曦 / 129

从《电视连环画故事》的个案看中国电视动画的产业化

杜 冰 / 135

人情物语之美与憾

——《英与白》的鉴赏

雷 鹏 / 141

当代人的精神“乌托邦”

——解析人类的精神生活与影像艺术的魅力

马颖娜 / 146

浅析电影《西伯利亚理发师》造型的叙事功能

王俊丹 / 152

第四部分 国际视野

小议中日关系透出的两国文化差异

陈 敏 / 160

简析当代西方广播电视体制及其影响

何淑燕 / 165

经济全球化逻辑下的人际传播

马 瑞 / 170

浅论全球化语境下的媒介与文化霸权

王星麟 / 177

论当代美国报纸媒介的发展趋势和启迪

杨君丽 / 183

透视视听传媒中的恐怖主义

尧雪莲 / 188

对外传播，我们欠缺在哪里？

张 涛 / 193

与半岛电视台零接触

——半岛电视台驻京主任伊扎特先生 2004 年中国传媒大学之行

整理：张忠杰 赵晓杰 / 197

第五部分 传播者论坛

试论中国互联网未来的走向

范文婷 / 204

浅析网络传播的负面效应

李 佳 / 211

有关媒介消费的社会分析和符号解读

刘 利 / 217

浅析网络新闻的失实现象

刘 霞 / 222

儒道文化下的中国古代服饰审美	王 娟 / 228
浅析公众在谣言传播中的表现及心理动机	王 祚 / 234
从传播学角度探讨我国国家形象建构策略	吴 璟 / 241
论媒介的人力资源危机管理	杨 静 张建利 / 247
浅论我国新闻传播的有效性	张 芊 / 253
广告中符号运用的特点分析	职秀梅 / 258
资讯时代：中国电视人报道语态的突破与重建	朱 冰 / 263
后记	任孟山 朱 冰 / 272

第一部分

专题节目研究

电视谈话节目的文化审视

任孟山 赵永颜

【内容提要】谈话节目(talk show)原出于美国,20世纪90年代以来传入中国。目前,国内外的专家对于谈话节目正在进行多方面的研究,但是,多数研究停留在谈话节目的操作层面。本文尝试从文化研究的角度,力图把握谈话节目某些表象背后的深层的社会和文化的因素,对于谈话节目和我国社会文化之间的深层关系做出相对合理的阐释。

【关键词】谈话节目 文化审视

我国电视谈话节目兴起的社會文化语境

我国的电视谈话节目诞生、兴起于20世纪90年代这一特殊的社会和文化背景之下,90年代是我国的文化转型期,是一个多元文化共存的特殊时期。90年代对我国而言,是一个重要的历史节点,是我国的文化转型期。在这样一个时期,以前中国社会文化那种高度一体化的格局被打破了,变得相对多元与分化,主导文化、精英文化、大众文化等多元文化实现共存、互渗。其中,大众文化日益勃兴,深刻地影响着人们的思想观念,使人们的思想发生了空前的转变,由思想统一、万众一辞到趋于对话和交流。转型期的各种困惑也使人们有着更多的交流和沟通的必要。加之总体上趋于多元和开放的社会和文化环境,我国的谈话节目也随之应运而生,但不可否认的是,它被打上了那个时代的烙印。可以说,我国的电视谈话节目是在主导文化、精英文化、大众文化的交融整合、碰撞互渗中诞生并逐步发展起来的。而在电视谈话节目的发展上,则更多地表现为两种文化

话语权的共谋以排挤另一种文化话语权。实际上,对于电视谈话节目来说,良性的发展是要在三种文化话语之间保持一种相对的平衡,既突出某种话语的力量,又保持和其他话语力量之间的平衡。

90年代以来,随着改革开放和我国社会转型的进一步深入,我国在政治上逐渐松动,在社会文化上也呈现出多元化的趋势,人们的价值观上表现出多元的价值取向。另外,转型期的社会又很自然地带来社会分层的复杂化和异质化,不同的阶层有着不同的收入、不同的价值观,人们也面临着前所未有的更多的职业选择。而不同阶层人们的多元的价值取向必然要求在一个多元的文化环境中得以反映、有其言说的空间。

90年代以来伴随市场经济和社会转型的大背景,主导文化、精英文化、大众文化在发展的过程中不断地进行交融和整合,其中,大众文化异军突起,在我国的文化舞台上占据着重要的位置,以愈加有力而有效的方式参与着对转型期的中国文化的构造过程,逐渐成为我们时代中的强音力量。大众文化以一种潜移默化地方式深刻地影响着人们的生活、思想和价值观念,培养了大众突破条条框框、不盲从权威、解放思想、独立思考的习惯和能力。开放时代的人们希望能以自己个人化的方式参与社会生活,发表自己对于各种现象的意见,为自己争得一定的话语权。他们有着强烈的交流和参与的热望,也有着交流和参与的能力。

而从整个的社会文化大环境上看,相对以前来讲,整个的环境趋于宽松和开放,社会文化从偏重教化转为偏重交流和信息共享,整个社会对于人文主义的追求、尊重人的呼声不断,使得我国的媒介也更加亲和与平民化。媒体开始改变自己的定位——不再高高在上,开始给普通的老百姓在媒体上发表自己意见的机会,由一个“宣教者”变为了“对话者”,由“传者本位”进而转变为“受众本位”。而这一传播理念的深刻转变,又进一步激发了观众的参与和交流热情。

所以说,在我国转型期的90年代,一方面,大众有了交流和对话的渴望及能力,另一方面,我国总体上的社会文化环境趋于宽松和开放,二者互为因果,互动影响。在这样的总体上趋于开放的时代氛围中,中国电视也很容易打破封闭、寻求开拓,欣然接受“talk show”这一来自海外的新鲜形式。而从整体上看,社会文化和人们的价值观念都突破了单一的形式而变得多元化。多元化的价值观念和文化状态需要一个思想碰撞和交流的空间,而作为各种文化话语权直接交锋和碰撞的领域,电视谈话节目恰恰提供了这样一个各种文化话语权展示自己

观念和力量的阵地，这样，我国电视谈话节目终于在 90 年代出现也就不再是一件偶然的事情。

当前电视谈话节目呈现出的文化特征

具体来看，各种文化的交融整合，使得我国的电视谈话节目呈现出如下的文化特征：

（一）一定程度上的社会沟通，体现出“公共领域”的文化特征

从话题的选择上看，早期的谈话节目，大都集中在社会热点的讨论上，如上海电视台的《东方直播室》，开播之初就多选择具有新闻性的社会热点话题。2000 年 7 月改版之后推出的谈话节目《对话》也显示了对于社会热点问题的一定程度上的追逐。正如《新周刊》106 期，朱坤在《〈对话〉的 8 个经典案例》一文中所言：“史玉柱刚被媒体热炒，就被请至《对话》现场；吴敬琏关于‘基金黑幕’的义愤之言声犹在耳，便见吴老在《对话》侃侃而谈；金庸几乎是伴随着央视版《笑傲江湖》的鼓点声来的。捕捉热点并且制造热点，《对话》深谙媒体之道。”而且，这种对于社会热点的捕捉也起到了良好的效果，“从已经播出的 20 多期《对话》的收视效果看，节目关注社会热点的程度与观众关注节目的程度基本成正比”。^①现在，谈话节目的话题则更加广泛，有关社会生活、生活观念、孩子教育等等几乎无所不包。综观《实话实说》的选题，它总是与老百姓的日常生活紧密联系，“鸡毛蒜皮”，细致入微，但是，却善于以小见大，通过小事来反映社会大环境。诸如夫妻感情、邻里关系、尊老爱幼，等等，普通人生活中所遇到的大事小事烦心事都可以拿到台上说一说，聊一聊。这些话题基本涵盖了普通人的生存尴尬、精神困惑和心理失落等诸多问题，反映着社会大环境的变迁。譬如反映夫妻感情的 1999 年第 3 期《嫁个丈夫比我矮》，1999 年第 29 期《我们夫妇之间》；反映两代人之间冲突的《父女之间》，2003 年 3 月 2 日播出的《唉哟爸爸》；其他有关孩子教育、环境保护等等诸多社会问题的选题也

^① 汪文斌：《从〈对话〉看“对话”之路》，《中国广播电视学刊》2001 年第 1 期。

很多。在这样的有关社会、生活几乎无所不包的话题选择上，将“谈话”这一人类最普遍的信息传播及交流方式以节目的样式重现在电视屏幕上，在公共注视空间里来呈现个人生存状态的，无论从内涵抑或外延上都赋予了“谈话”以新的含义。在电视谈话节目中，人们的交流具有多重性，这里既包括公共话语与个人话语的共鸣，也有着个人心灵寻找社会思想辅助的因素，甚至还包含着窥视他人心灵秘密的途径。可以说，谈话这一形式，拓展了公共领域，使普通人“将他们原有的群体心理释放出来，参与公共生活、表达社会情绪”（王元化语）。这样一种公共领域，给人们一个自由开放的空间，把人际交流的欲望挖掘了出来，使每个人各自不同的个性世界的共通性得以连接，使原来只能在私下言说的事情有了一个更广大的空间，使原来意义上的公共领域得到扩展。它的意义是重大的，谈话节目这一形式的出现已经超越了单纯的个体信息交流，而是“在更深广的层次上体现着我们社会整体生存环境的健康与开放，个体理性精神与自由程度的提高与成熟，而这一切将最终参与并促进整个社会民主化的进程”。^①

“公共领域”这一概念是由德国法兰克福学派的代表人物哈贝马斯（Habermas）提出的。哈贝马斯认为“公共领域”是指市民可以自由表达以及沟通意见，以形成民意或共识的社会生活领域，其条件是所有市民应有平等的表达机会，参与者以私人身份参加自主性的聚会，而讨论的主题以社会生活为主。“哈贝马斯的‘公共领域’的概念在本质上是一个对话性的概念，也就是说，它是以在一个共享的空间中聚集在一起、作为平等的参与者面对面地交谈的相互对话的个体观念为基础的。”^②虽然哈贝马斯对以电视为代表的现代传媒持激烈批判态度（我们所说的电视所创造的“公共领域”也不同于哈贝马斯所说的“公共领域”），但是，我们可以说的是电视，尤其是电视谈话节目在对公共性社会生活的讨论中，人们以平等的机会发表对于社会生活的看法，电视谈话节目为大众提供了一种类似于古代议事厅那样的公共话语空间。又因为当代电子媒介的平民化性质造成了这种公共空间的私人化，使个体即使在家庭中依然可以感受公共性的社会生活。人们可以在电视谈话节目中言说有关私人的故事，呈现个体的生存状态，发表对于社会事务的看法。可以说，电视谈话节目创造了一种新的“公

① 佟婷：《关于谈话类节目的思考》，《南方电视学刊》2000年第4期，第50页。

② 陶东风：《大众传播与新公共性的建构》，《文艺理论》1999年第6期，第119页。

共领域”的类型，在一定程度上改变了人们体验公共生活、参与公共领域的方式。

可以说，谈话节目更多地涉及社会生活的方方面面，使节目本身承载着很多的社会意义，展示着各种社会思潮的涌动，以非常灵活、快捷和深刻的方式，反映着社会的发展，展示着富于个性的个人观点。从作用上来看，谈话节目起着社会沟通的作用。在谈话节目中，面对一个社会现象或问题，不同的人发表不同的看法，多种意见相互交流、论争，最后得以一定程度上的了解和理解。可以说，谈话节目以谈话这样一种形式，在演播室这样的一个空间中，使各种思想观念得以相互交流，其结果是促进了公众的相互交流和沟通。有人说，电视谈话节目所提供的空间是一种“伪公共领域”，原因在于，“根据古典自由主义理论，公共领域，也称公共论坛，是介于政府、国家与社会之间的公共空间。在这个空间里，个体共同体可以正式或非正式地控制国家：正式控制通过政府选举，非正式控制通过公共舆论的压力。而媒介就是这一过程的核心，媒介提供了独立的论坛，因此，媒介就是公共领域的主要机构。电视对话与民间对话的不同在于，民间对话是一种社会政治批判，电视对话则是文化消费，脱口成为‘秀’，对话成为消费的戏剧，从而与社会再生产领域区分开来，成为完完全全的文化消费再生产。因此话题只是社会、人情、文化、道德、财富、成功、百姓生活、历史人文，缺少的则是政治批判。舆论监督、民主化进程只是在社会公理的角度、人道主义、公平公正的角度。公共领域不可能从媒介产生出来，至多带有公共的性质和形式。”^①

笔者不认为以古典自由主义对于公共领域的定义，加上电视谈话的“消费”性、“脱口成为‘秀’”就可以判定电视谈话节目中所提供的空间是“伪公共领域”，以更开阔的眼光来看，谈话节目中的话题和意见虽然并不一定对于社会政治有多么卓有成效的结果，讨论的结果和目的也不一定就是要得出一个最终的结论，但是，谈话节目在我国的出现，百姓对此节目的参与本身，就已经成了一种姿态和象征。我们完全可以说，谈话节目创造了一种新的公共领域的类型，人们在这个领域中以个体的身份参与着社会话题的讨论，在公共领域中，展示着个体的生存状态。

^① 马昌豹：《对话：电视消费与公共领域》，中国视网联。

由是,《实话实说》被《新周刊》评为2000年度的最佳电视谈话节目,其理由即在于:“为中国人提供了一个独特的公共话语空间,话题全部来自中国百姓生活中的真实故事,而其对民间生态的普遍观照,客观上起到了重建道德系统的作用”。的确,《实话实说》所提供的这样一个独特的公共话语空间,传递出了多种声音的对话,展示了多元化的视角,它所倡导的一种宽容、理解、真诚对话的气氛,让人耳目一新的形式,这一切都给人的思想以很大的冲击,也给我们的电视屏幕带来极大的活力。

(二) 一定程度上的个人空间的展现

电视谈话节目给了个人以表达观点的机会,平民百姓终于有了在媒介上的发言权,终于可以在媒介上听到自己的声音。可以说,电视谈话节目使个人空间得以一定程度的展现,使原本在个人领域展现的东西,得以在大众媒介这样的公共注视空间中展现。在一定程度上,可以说,个人空间变得公共化了,也可以说,公共空间变得私人化了。我们说,中国的电视谈话节目就是这样一个私人化的公共话语空间。一方面,它是在公共注视空间来呈现个人生存状态的;另一方面,它也为人们提供了一个在公共场合以私人化的方式言说公共事务及个人问题的平台。这对于从前高高在上的媒体而言是一个巨大的进步,对于个人而言也意义非凡。老百姓终于有了话语权,这种话语权的实现可以说与整个社会对于人文主义的追求、尊重人的呼声也有着密切的关系,我们的媒介逐渐变得平民化了。

电视谈话节目中个人的语言都是极具个性化的。作为每一个独立的个体,在电视谈话节目中,每个人都表达着自己对于某个问题的看法,他们的语言表达也各不相同。可以说,电视谈话节目最大程度地还原了人际交流面对面的特点,恢复了人际口语传播的丰富性。“麦克卢汉天才地指出,媒介是人体的延伸,那么我们也可以说,电视是人际口头交流的延伸。”^①谈话节目中的语言不再是高高在上的媒体语言,谈话节目的魅力很大程度上就在于话语的魅力,话语的魅力来自于具有个性化的语言以及在话语语言过程中所真实展现出的人性的魅力。正如朱羽君教授所言:“电视谈话节目的意义就在于其体现了电视传播的人本精神:

^① 朱光烈:《电视谈话节目的文化意义和电视节目经营的观念引导》,《现代传播》1998年第5期,第71页。

以人际之间的交流为节目的内容和形式。其最大的优势在于人的各方面素质全部参与，人的个性和社会性都得到了很好的展示，而且以一种现场的交互，激发了人内在一些深层的东西，从而让节目焕发出人性的光辉。”^①

《实话实说》在中国的成功，很大程度上就在于老百姓个人话语的个性化。当《实话实说》播出后，很多人都惊诧于为什么北京养鸟的老头、河北农村的大嫂在摄像机面前说得都是那么好，其实这都在于个性化的真实语言的倾诉。电视谈话节目给大家一个自我言说的空间。

但是，我们说谈话节目也只是给了人们一定程度上的展现个人空间的机会。实际上，在谈话节目现场，恐怕很少有人会忘记自己是在摄像机的面前，在所谓“脱口而出”之前，脑子里肯定会有不少的禁忌。这里就有一个公共话语对个人话语的制约问题。所谓公共话语，是指在公共领域内的声音、公共领域内的话题。公共话语在一些情况下，始终制约着个人话语的言说。有的人会在谈话节目的现场掩饰自己，或者说一些假话；也有人会在镜头面前顾及到自己的公众形象，就会不由自主地说空话和套话，这些情况都是会发生的。所以说，在电视谈话节目中，个人空间的展现也仅仅只是一定程度上的，是有其局限性的。

（三）公共话语空间和个人话语空间的融合，呈现出独特的人文景观

谈话节目从本质上讲就是一个“公共论坛”。在这样一个公共话语空间中，个人以其个性化的语言发表着对个人、社会的种种意见。谈话节目是一个私人化的公共话语空间。在这样的空间中，有公共话语对个人话语的制约，也有个人话语对公共话语的突破，公共话语空间和个人话语空间的相互融合，使我国的电视谈话节目呈现出独特的人文景观。

在这个空间中言说着转型期中国百姓的困惑、希望，他们所面临的问题，他们内心的感受、深层的心理状态，也映射出中国社会大环境的变迁。

谈话节目成为我国社会文化状态的一个独特的映射，做社会文化研究的专家对于谈话节目的出现及其社会文化意义也并未忽视。在谈及90年代后期，中国社会原有的消费主体——城市工薪阶层——占城市人口比例中的多数，堪称“大众”，其消费能力和社会地位的急剧下降时，戴锦华指出：“如果说，‘蓝领

^① 朱羽君：《现代电视纪实》，北京广播学院出版社2000年版，第349页。

工人白领化’，是确认所谓后工业社会或消费社会的基本条件和外在指征之一，那么，在今日中国普遍发生的，却是蓝领工人作为昔日最稳定的、在某种程度上享有特权的阶层的全面跌落。一个有趣的例证，是1999年为纪念‘五一劳动节’，中央电视台《实话实说》栏目推出了特别节目《咱们工人有技术》。一望而知，这一选定的标题是五六十年代口口相传的主流歌曲《咱们工人有力量》的‘变奏’。尽人皆知，作为《东方时空》栏目组的衍生节目之一，《实话实说》是中国第一个、也是最著名的谈话节目（talk show），这一节目仍保持了它的一贯风格：调侃、煽情，轻松愉快；尽管它必然以擦边球的方式，回避了中国工人阶级社会地位变迁这一重要而敏感的话题，但它亦颇为巧妙地借助这一话题，把中国工人——蓝领阶层的形象转换为白领的高级技术工人形象。”^①在这里，《实话实说》的这个例子，成了映射我们这个时代某方面社会思想变迁的一个确凿论据。当然，这仅仅只是一个论据。我国几年来不同形式、不同侧重、各形各色的谈话节目就从总体上勾画出了我国社会、文化、生活等各个方面的一个轮廓。

可以说，在谈话节目中，由公共话语空间和个人话语空间组成的这样一个独特的空间，就成了转型期中国百姓心路历程、转型期中国社会变迁的一面镜子，二者的融合，就呈现出了独特的人文景观。

结 语

由于我国独特的文化生态环境的影响，我国的谈话节目从诞生到发展，以及出现的种种问题，都打着我们这个时代和我们这个时代文化的深深烙印，使得当前的电视谈话节目呈现出这个时代所独有的文化特征。

不管怎么说，我们的时代在变化中，一个平等、开放、沟通的时代，所造就的观众必然也有着交流和沟通的需求和能力，一个畅所欲言、真诚沟通，以平等对话代替众声喧哗的时代终将到来。

（作者单位：中国传媒大学国际传播学院、当代中国出版社）

① 戴锦华：《隐形书写：90年代中国文化研究》绪论，江苏人民出版社1999年版。

浅析电视访谈类节目的视觉造型

刘天勇

【内容提要】在电视行业快速发展的今天，一个栏目只有好的内容是不够的，它还要有新颖、独特、富有艺术魅力的表现形式。本文从当前访谈类节目的视觉元素出发，归纳、总结了其拍摄规律和画面造型的若干特点。

【关键词】多机位拍摄 小景别 运动元素 抒情镜头 DV 素材

电视访谈类节目可以说是一个既老又新的节目类型。说它“老”，是因为在电视开播伊始，屏幕上就有了记者采访的镜头；说它“新”，则是随着近十年来电视行业的迅猛发展，它才日渐成熟起来。一个优秀的节目类型固然离不开精彩的节目内容，尤其是在当下电视节目“内容为王”的指导原则下，但找到一个富有创新、充满活力的表现形式也是使其成功的一个重要因素。拍摄的优劣直接影响到节目的播出质量。下面，我们就来简要分析一下当前电视访谈类节目的拍摄规律和画面造型的特点。

就目前各访谈类节目的现状来说，它们在视觉元素方面有如下几个特点：

多机位拍摄

多机位拍摄已成了保证访谈类节目质量的最基本的条件之一。从技术角度来说，多机位拍摄一方面可以如实、全面地记录下访谈者之间的交流，包括语言、动作、表情，等等；另一方面，还能有效地抓取现场观众的情感反应，这样，就减少了因遗漏重要的视觉信息而带来的遗憾，同时提升了节目的互动