

周占武 著 ©

谈话的力量

——中国新闻类电视谈话节目研究

在西方国家，电视谈话节目已成为电视节目的主体样式之一，占整个西方电视节目总量的60%—70%。

为什么电视谈话节目有如此地位？

主持人是电视谈话节目的灵魂，因此电视谈话节目也可以称作主持人节目。

谁来谈并且谈得好，这是电视谈话节目成功与否的关键。

某种意义上说，谈话节目也是嘉宾节目。

中国广播影视出版社

谈话的力量

——中国新闻类电视谈话节目研究

周占武 著

中国广播影视出版社

图书在版编目(CIP)数据

谈话的力量：中国新闻类电视谈话节目研究 / 周占武著. — 北京：中国广播影视出版社，2017.8

ISBN 978-7-5043-7949-8

I. ①谈… II. ①周… III. ①电视节目—研究—中国
IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 163774 号

谈话的力量：中国新闻类电视谈话节目研究

周占武 著

责任编辑 陈宪芝
装帧设计 北京华太太极广告策划有限公司
责任校对 龚 晨

出版发行 中国广播影视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号
邮 编 100045
网 址 www.crtip.com.cn
微 博 http://weibo.com/crtip
电子邮箱 crtip8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 河北鑫兆源印刷有限公司

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16
字 数 226 (千) 字
印 张 12.25
版 次 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7949-8
定 价 30.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

前 言

从1996年《实话实说》起，谈话节目开始活跃于中国内地电视荧屏。经过近20年的发展，电视谈话节目经历了从遍地开花、喧嚣一时到纷纷关停、此生彼亡再到平淡无奇、苦苦坚守的过程。整体来说，《实话实说》为电视谈话节目树立了样板，也成为谈话节目无法超越的“经典”。随着电视谈话节目的出现和演变，相关的研究越来越多，产生了一批有见地的研究成果。但由于没有对概念做细致、严谨的界定，特别是没有对谈话节目和专题节目、访谈节目、演讲节目等做出明确的区分，导致大部分研究概念混乱、所指模糊、各说各话。概念的混乱对电视业务发展和学术研究都十分不利。

本文更多着眼于电视业务，坚持问题导向，即从电视谈话节目现实存在的问题出发，做出分析并试图给出解决办法。

第一章绪论，交代研究背景及意义，进行文献综述，列举主要研究内容和方法。

第二章是理论基础部分。从电视谈话节目的定义切入，明确了谈话节目与专题节目、访谈节目、演讲节目的区别，并在此基础上，分别以内容和形式作为标准，划分了电视谈话节目的类型。从内容上，电视谈话节目包括四类：新闻类电视谈话节目、社教类电视谈话节目、娱乐类电视谈话节目和服务类电视谈话节目；从形式上，电视谈话节目包括座谈式谈话节目和辩论式谈话节目两类。本文重点研究新闻类电视谈话节目。《实话实说》作为内地最有影响的电视谈话节目，属于半新闻类电视谈话节目，因此，也是本书研究的对象。论述中国的电视谈话节目和脱口秀（Talk Show）不是相等关系，也不是包含关系，而是交叉关系。在西方国家，电视谈话节目已成为电视节目的主体样式之一，占整个西方电视节目总量的60%—70%。为什么电视谈话节目有如此地位？因为它更接近电视的本质。当前，我国电视谈话节目为什么遭遇瓶颈？尝试提出了新闻类电视谈话节目好看与否的四个标准：新闻性、真实性、趣味性、启发性。

第三到第六章聚焦于新闻类电视谈话节目的几大元素：话题、主持人、嘉宾、谈话现场和后期剪辑包装。话题方面，当前新闻类电视谈话节目存在话题偏软、新

闻性缺失等问题，主题先行也是新闻类电视谈话节目不受欢迎的决定性因素，它无异于电视的“自杀性”行为。主持人是电视谈话节目的灵魂，因此电视谈话节目也可以称作主持人节目。当前中国新闻类谈话节目主持人还普遍存在只当“传声筒”，浅表性介入，发现能力、表达能力不足，个性和魅力缺乏等问题，要解决这些问题，需要主持人选拔机制的创新以及电视机构领导层观念的转变。谁来谈并且谈得好，这是电视谈话节目成功与否的关键。某种意义上说，谈话节目也是嘉宾节目。当前的电视谈话节目存在嘉宾构成单一、代表性不足以及嘉宾资源结构性匮乏等问题。本书分析了造成嘉宾困境的原因并试图给出解决办法和路径。现场空间及布置、现场观众、道具、大屏幕、连线电话，现场乐队等共同构成谈话节目的现场。这些元素哪些属于必备元素，哪些属于非必备元素？它们各自发挥什么作用？应该避免哪些误区？文章都试图给出回答。后期剪辑包装是电视谈话节目生产流程的最后一环，它解决的是视觉和收看效果的问题，如果处理不当，同样给谈话节目带来损害甚至是致命性的伤害。因此，这个环节同样不能忽视。调整顺序、断章取义、过度包装等都不可取。

综观 2002 年以后中国内地的新闻类电视谈话节目，一方面乏善可陈，另一方面仅存的一部分节目生存艰难、平淡无奇。中国新闻类谈话节目真正的标杆出现在凤凰卫视，因此，研究中国电视谈话节目，不能不甚至要浓墨重彩地提及凤凰卫视的几档节目。《哥伦比亚新闻评论》中文版首届传媒行业“中国标杆品牌”颁奖授予《一虎一席谈》“现场 PK 类”2008 年传媒行业中国标杆品牌称号；《锵锵三人行》获得了“清谈类栏目”2008 年传媒行业中国标杆品牌称号。“现场 PK 类”和“清谈类”分别对应的是辩论式谈话节目和座谈式谈话节目。凤凰卫视以上两档谈话节目不仅获得了国际认可，在中国内地，这两档节目也是公认的标杆，一说到辩论，人们自然会想到和提到《一虎一席谈》；一说到座谈（或者聊天），《锵锵三人行》也是有口皆碑。鉴于此，笔者在论述过程中较多地关注了这两个栏目。

目录

第一章 绪论 / 1

第一节 研究背景及意义	1
一、问题的提出	1
二、研究目的	4
三、研究意义	5
第二节 研究现状与文献综述	5
一、关于电视谈话节目发展历程和现状、产生背景和兴起的原因以及境内外比较的研究	5
二、关于电视谈话节目概念和特点的研究	16
三、关于电视谈话节目类型的研究	22
四、关于电视谈话节目主持人、话题、嘉宾等各元素的研究	25
五、电视谈话节目的发展思考	27
第三节 研究内容与思路方法	29
一、主要内容与结构	29
二、研究思路与方法	29
三、研究难点及创新	30

第二章 基本概念和基础理论 / 32

第一节 电视谈话节目和新闻类电视谈话节目	32
一、电视谈话节目的定义	32
二、电视谈话节目的要件	32
三、电视谈话节目的基本元素	37
四、电视谈话节目与脱口秀 (Talk Show) 之辨	38
五、电视谈话节目的类型	42
第二节 谈话节目体现电视本质的回归	49
一、电视谈话节目与电视的本质	49
二、谈话节目外部困境与突围	51
第三节 新闻类电视谈话节目的应有品质	59
一、反思《实话实说》	59
二、新闻类电视谈话节目的新闻性、真实性、趣味性、启发性	68
三、公共话语空间的构建	93

第三章 新闻类电视谈话节目话题的偏离和纠正 / 102

第一节 走偏的话题	102
一、话题雷同	103
二、话题摇摆	104

第二节 主题先行对新闻类谈话节目的危害	106
一、何谓“主题先行”	106
二、主题先行的危害	107
三、民生话题主题先行的泛滥	109
第三节 轻松背后的“严肃”——《锵锵三人行》的启示	111
一、轻松的外表 严肃的内里	111
二、栏目定位与话题选取	114
三、轻松和严肃的统一	116

第四章 新闻类电视谈话节目主持人灵魂作用的发挥 / 120

第一节 谈话节目是主持人节目	120
一、谈话节目离不开主持人	120
二、Anchor、Host 与 News reader	122
第二节 新闻类电视谈话节目主持人的素质和能力	123
一、主持人的发现能力	123
二、主持人的表达能力	127
三、主持人的个性和魅力	132
第三节 主持人与谈话场	137
一、真诚平等的谈话场	137
二、轻松活泼的谈话场	139
三、讲导向的谈话场	143

第五章 新闻类电视谈话节目的嘉宾困境与对策 / 145

第一节 新闻类电视谈话节目需要什么样的嘉宾.....	145
一、嘉宾类别和嘉宾结构.....	145
二、嘉宾的代表性.....	147
第二节 新闻类电视谈话节目的嘉宾困境与对策.....	148
一、何谓嘉宾困境.....	148
二、如何破解嘉宾困境.....	150
第三节 新闻类电视谈话节目与专家公信力.....	152
一、“专家”、“公知”污名化.....	152
二、“专家”、“公知”因何被污名.....	153
三、怀疑权威又离不开权威的悖论.....	157

第六章 新闻类电视谈话节目现场和后期应避免的误区 / 158

第一节 谈话现场各元素作用的最大化.....	158
一、场地空间布置与谈话氛围的营造.....	158
二、现场观众不是旁观者.....	160
三、道具为谈话服务.....	163
第二节 后期剪辑包装应避免的误区.....	165
一、后期剪辑的原则.....	165
二、包装应避免的误区.....	167

结 语 / 169

参考文献 / 177

中文文献:	177
国外文献	182
网络研究资源	183

后 记 / 184

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

一、问题的提出

本研究基于两个背景：一是电视谈话节目特别是新闻类电视谈话节目的现实困境；二是相关研究不足和概念不统一，不利于指导实践的实际情况。

（一）新闻类电视谈话节目的现实困境

Talk Show 源于欧美，英文原意为广播电视中一种以谈话为主的节目形式，由主持人、嘉宾，和观众在谈话现场一起谈论社会、政治、情感、人生等话题，一般不事先备稿，脱口而出，因而被港台的翻译家们形象地译作“脱口秀”，这类节目被引入中国内地后，人们约定俗成地给了它一个称呼——“谈话节目”。继1996年中央电视台推出《实话实说》之后，中国许多电视台也纷纷上马谈话节目，令人目不暇接。中国电视一度进入了一个众语喧哗的时代。但谈话节目来势汹汹，去也匆匆。经过一段时间的热闹之后，新闻类谈话节目很快趋于沉寂，2003年开始进入平淡期。以2009年《实话实说》停播为标志，中国的谈话节目进而正式遭遇发展瓶颈，一批原有的谈话节目纷纷关停。虽然还有少数在坚守，但生存十分艰难。电视谈话节目创作者有的开始动摇，其中一部分已经放弃“谈话”，转向其他领域。在电视剧和花样翻新的各类娱乐节目围堵和夹击中，在收视率指挥棒的压力下，仅存的谈话节目能坚持多久？在“娱乐至死”的氛围下，创办新的谈话节目是不是不识时务？面对这些现实问题，谈话节目从业者很彷徨，新闻单位的领导者也很犹豫。直面问题，总结经验，系统研究谈话节目具有很强的现实意义。

中国多数谈话节目走的是和《实话实说》相近的道路。这类谈话节目虽然不属于严格意义上的新闻类电视谈话节目，但因其话题接近于新闻，所以可以归入新闻类谈话节目之列。走过鼎盛期，眼下的新闻类电视谈话类节目不仅数量大幅

度减少，硕果仅存的节目大多数也面临着影响力大不如前的尴尬局面。这些状况折射出我国新闻类电视谈话节目的生存困境。要实现新陈代谢，真正成熟起来，只有从当前的困境中突围。喻国明曾说：“我认为，一档够得上‘主流’意味的谈话类节目，在其境界与追求上应该深刻地关注社会上正在发生和形成的历史、包括人们的‘心灵史’。主流型节目的第一特质是境界，是作为传媒工作者的专业追求。”^[1]他的话引起了学界和业界的广泛共鸣。“社会上正在发生和形成的历史”指的是什么？“人们的‘心灵史’”又是什么？谈话节目应有的境界是什么，如何才能达到？在谈话节目上头，电视工作者如何体现专业追求？如何使我们的谈话节目成为主流，而不是淹没在浩瀚的媒体信息之中变成自娱自乐？这些问题需要仔细思考和回答。

（二）理论研究的需要

1996年以来，与红火的电视传播实践相对应，在新闻传播学科的理论研究中，电视谈话节目研究也一度成为“显学”。那究竟什么是谈话节目？中国的谈话节目是不是就等于欧美的Talk Show（脱口秀）？电视谈话节目可以分成哪些类型？对于这些问题，一直以来无论是业界，还是学界，都没有形成共识。在实践中，在很多交流的场合，在很多文章中，当提到“谈话节目”或者“脱口秀”，似乎大家对其所指都很明确。其实不然。事实上，不同的人对其内涵和外延有着不同的理解。基本概念难以形成共识，无论对于电视业务还是学术研究，都会造成很大障碍。

众所周知，电视评奖的目的是引导节目创优、激励精品节目生产，而节目创优的最根本目的是吸引更多的观众去看电视节目。但就是在这些具有“指挥棒”性质的评奖中，同样存在概念的纷争，而概念的纷争又造成业界的无所适从。到目前为止，在各省、市、自治区每年的新闻奖以及中国新闻奖的评奖奖项中，没有“谈话节目”，只有“访谈节目”，而从历年获奖的作品分析，这些作品的样态很不统一。例如，第二十五届中国新闻奖中，电视访谈节目一等奖一项，为由内蒙古广播电视台报送的“住在涵洞为讨薪”，是《百姓热线》栏目关于帮助农民工讨薪的节目，采取的是跟踪采访调查的形式。有两项获得了二等奖，分别是武汉广播电视台报送的“电视问政·问作风”和央视新闻频道报送的“李连成：查办刘铁男案”（《面对面》栏目播出），前者为大型演播室互动、多人多角度参与的形式；后者是一对一的访问形式。三者样态差别如此之大，笼统地放在“访谈节目”之下，显然欠妥。不仅是这一次，这样的情况，每一次评奖几乎都存在。据说，每年评奖，关于作品如何归类，评委们都很纠结，有时为此争得面红耳赤。那么问题来了，如果不能归于一类，又该如何区别呢？电视节目评奖要不要专门

设立“谈话节目”的奖项呢？

另外一个例子也可以说明对电视谈话节目概念理解的混乱。2013年4月1日，《新周刊》在北京发布2013年中国电视年度成绩单，褒奖最受欢迎的电视节目、最优秀的电视节目主持人和最具影响力的电视频道。同期颁布的，还有第2届“中国视频榜”，这是一份对中国视频业的重要观察报告。央视综合频道与唯众传媒合办的《开讲啦》获2013年度最佳谈话节目，组委会的评价是“它携诚意而来，广邀青年榜样打造出课题最多元的电视讲堂、最具思维跨度的谈话节目。它讲个人故事，测社会体温，在清谈中输出观点，在热议中提供心得。它抹去了老师和学生的界限，带来原汁原味的现实价值观，用平等的视角开启观念的碰撞，也奉献出充满常识、逻辑清晰的话语场”。该栏目主持人撒贝宁同时获得了2013年中国电视榜最佳谈话节目主持人。除了《开讲啦》，同时获得该年度最佳谈话节目提名的还有：《财经郎眼》（广东卫视）、《大戏看北京》（北京卫视）、《今晚80后脱口秀》（东方卫视）、《首席夜话》（央视综合频道）。除了撒贝宁，同时获得最佳谈话节目主持人提名的有：乐嘉（央视综合频道《首席夜话》）、栗坤（北京卫视《大戏看北京》）、王牧笛（广东卫视《财经郎眼》）、王自健（东方卫视《今晚80后脱口秀》）。

《开讲了》由CCTV-1和唯众传媒联合制作，号称是中国首档青年电视公开课。节目邀请“中国青年心中的榜样”作为演讲嘉宾，分享他们对于生活和生命的感悟，给予中国青年现实的讨论和心灵的滋养。每期节目由一位名人倾情演讲，与十位新锐青年代表进行交流对话，300位大学生作为观众现场分享这场有思考、有疑问、有价值观、有锋芒的思想碰撞。刘德华、科比、李玉刚、王力宏、周杰伦、董明珠、成龙等各界明星都曾在这里开讲，可谓群星璀璨，熠熠生辉。由于明星荟萃，加上演讲大多真情流露，不做作，不掩饰，栏目取得了不凡的收视业绩。但无论如何，它不就是明星的演讲吗？何以成了谈话节目的翘楚？

厘清电视谈话节目的概念、科学地划分电视谈话节目类型并对各类节目进行深入的研究，无论对业界还是学界，都十分必要而且显得迫在眉睫。

现中央电视台副台长孙玉胜在2003年出版的《十年——从改变电视的语态开始》一书中从电视人的视角，以专门章节回顾和总结了《实话实说》，某种意义上也是对中国电视谈话节目业务近十年历史的回顾和总结。现在距离这部书出版又过去了12年。《脱口成“秀”——电视谈话节目的理念和技巧》等专著对电视谈话节目进行了较为系统的研究，但距离今天也已经快十年。新趋势、新情况已经出现，站在今天的历史节点上，再次梳理和总结电视谈话节目特别是新闻类电视谈话节目，很有必要。

二、研究目的

新闻类电视谈话节目曾风靡一时，它既是中国电视新闻改革的成果，也是电视新闻继续改革创新推动力。当前中国新闻类电视谈话节目发展遭遇瓶颈，业界和学界都在试图找寻未来出路。本研究坚持问题导向，即从实际存在的问题出发，分析原因，找出对策。旨在回答以下问题：

1. 新闻类电视谈话节目国内外状况如何？国内相关研究有哪些？取得了哪些成果？

2. 我国电视谈话节目发展经历了那几个阶段？

3. 什么是电视谈话节目？谈话节目和新闻资讯节目、专题节目、访谈节目、演讲节目等究竟是什么关系？电视谈话节目包括哪些类型？什么是新闻类电视谈话节目？

4. 电视谈话节目有哪些特性？为什么说它是最接近电视本质的节目？为什么谈话长期被忽略？我们该如何转变观念？

5. 当前电视谈话节目遭遇了怎样的困境？

6. 什么样的新闻类谈话节目受观众欢迎？好的新闻类谈话节目有哪些共性特点？《锵锵三人行》以其“清谈式”、低成本赢得了口碑，树立了标杆。它是如何增加趣味性，把严肃类话题变轻松的？它有哪些经验值得我们学习？

7. 新闻类电视谈话节目的话题选择存在哪些问题？为什么说谈话节目“主题先行”无异于自杀？传统观念认为谈话节目要好看，必须有辩论；而新闻硬度大，讨论空间有限，因此不适合作为辩论类谈话节目的话题。新闻话题究竟能不能辩论？《一虎一席谈》作为辩论式谈话节目的标杆，如何打破成见，提供可资借鉴的个案？

8. 主持人是谈话节目的灵魂，谈话节目需要什么样的主持人？如何从体制机制上营造主持人科学选拔和使用的氛围，让有个性、有魅力的主持人脱颖而出？

9. 谈话节目的嘉宾有哪些类别？该如何选择嘉宾？为什么会出现嘉宾困境？该如何破解嘉宾困境？在“专家”“公知”成为贬义词的现实情况下，如何完成权威的重建？

10. 舞美、道具、现场观众等如何服务于谈话节目？这些元素的运用出现了哪些不良倾向？谈话节目的后期剪辑和包装该注意什么？目前存在哪些误区又该如何避免？

三、研究意义

中国新闻类电视谈话节目研究既有实践意义又有理论意义。

学术是为指导实践服务的。作为长期从事电视谈话节目创作的从业人员，笔者尤其看重这一点。改革开放 30 多年来，中国电视业务的发展可谓突飞猛进。新理念、新内容、新领域、新样态、新技术层出不穷，但相关的研究存在滞后的情况。主要有两个原因：一是部分从事电视研究的教育或研究机构的学者缺少电视从业经验，研究与电视实践存在脱节的情况；二是电视从业者疲于应付日常工作，较少进行业务方面的系统总结。本研究遵循电视业务的基本规律，密切结合具体案例，目的是避免空泛地概括，避免从概念到概念。有了具体的实例，道理就不再是抽象的，而变得具体了。本研究还融入了笔者自身的从业感受和体验，力求对电视行当的后来人给予一定的启发和指导。

在突出实践意义的同时，笔者也力求研究之理论意义。限于时间和精力，电视从业者的研究大多比较零散、局部，往往是攻其一点，不及其余；学界的总结又具有阶段性和一定程度的滞后性，实践中出现的新情况、新动向，还没有来得及纳入研究视野。本文力求着眼于最新态势，全面、深入地探讨新闻类电视谈话节目的若干问题，对业务探索进行理论总结，找出新闻类电视谈话节目的一般规律。虽然不能做出根本性的理论建树，但希望在某些方面对电视研究加以丰富。

第二节 研究现状与文献综述

综观国内外，关于谈话节目的研究主要集中在情况介绍、概念、特点、类型、发展历程、社会影响、谈话的组织、谈话的语言及其各元素（主持人、话题、嘉宾）分析等方面。鉴于本文的研究对象加了一个限定词“中国”，因此本文文献综述主要针对国内，国外研究情况会提及，但不作为重点。

一、关于电视谈话节目发展历程和现状、产生背景和兴起的原因以及境内外比较的研究

（一）对电视谈话节目国内外情况的介绍和梳理

《脱口成“秀”——电视谈话节目的理念和技巧》（苗棣、王怡林著）、

《世界电视前沿》(汪文斌、胡正荣著)、《电视栏目解析》(石长顺著)、《谈话的魅力》(吴郁主编)、《新编广播电视新闻学》(吴信训著)、《电视专题与电视栏目》(郑保章主编)等专著对国内外电视谈话节目情况做了或详尽或简略的介绍和梳理。对欧美特别是美国电视脱口秀介绍的著作也有很多,代表性的有《美国经典电视栏目》(苗棣等著)、《走进美国电视》(陆生著)、《最新TOP 欧美电视节目模式》(阚乃庆、谢来著)等。《脱口秀——广播电视谈话节目的威力与影响》([美]吉妮·格拉汉姆·斯科特著,苗棣译)、《电视与社会》([英]尼古拉斯·阿伯克龙比著,张永喜、鲍贵、陈光明译)等译著对欧美电视谈话节目做了介绍、梳理和分析。大量关于电视谈话节目研究的论文也各有侧重地介绍了国内外电视谈话节目的情况。

1. 对美国电视脱口秀的介绍

在西方国家,电视“脱口秀”(Talk Show)的影响与威力不容忽视,它已成为一道独特的文化景观,一把解读西方社会政治、经济、文化的钥匙。美国谈话节目出现比我国早了近40年。1954年9月,NBC推出了一档新栏目《今夜》,由喜剧演员斯蒂夫·阿伦(Steve Allen)担纲主持。《今夜》的节目模式设定为:有大量现场观众参加,以主持人的幽默独白、与知名嘉宾的轻松对话和穿插的娱乐演出相结合,强调娱乐性和喜剧色彩。“电视在诞生之初,节目类型意识并不是那么清晰,通常一个节目会囊括多种节目元素。在早期的美国电视节目中,《德克萨斯明星剧场》(Texaco Star Theater)等综艺节目、《今天》之类的早间新闻杂志节目,都包含着相当多的谈话内容。但是谈话节目真正作为一种独立的节目形态出现,一般要从NBC的《今夜》(Tonight)算起。”^[2]这段话包含了业界和学界已经形成共识的两个结论:一是谈话早于谈话节目而存在;二是世界第一个谈话节目是《今夜》(Tonight)。

以幽默谈话表演为主要内容的夜间谈话节目到20世纪60年代又有了更大的发展,各大电视网和一些节目制作公司开始仿照《今夜》制作同类型的节目。例如,ABC的《夜生活》(Nightlife),CBS的《莫夫·格里芬秀》(The Merv Griffin Show),辛迪加节目《希克之夜》(Thicke of the Night)和《阿塞尼奥·霍尔节目》(The Arsenio Hall Show)等。20世纪90年代后,CBS的《大卫·莱特曼深夜秀》(The Late Show with David Letterman,1993年创办)、NBC由杰·雷诺主持的《杰·雷诺今夜秀》(The Tonight Show with Jay Leno,1954年创办)、NBC的《与科南·奥布赖恩共度午夜》(Late Night with Conan O'Brien)和CBS的《更晚节目》(The Late Late Show)开始相互竞争。此外,HBO播出的《丹尼斯·米勒节目》

(*The Dentin Miller Show*)、ABC由比尔·马赫(Bill Maher)主持的政治讽刺谈话节目《政治不正确》(*Politically Incorrect*)，也都有过一定的影响。

最先出现在美国电视屏幕上的日间谈话节目是《唐纳休访谈》(*The PhilDonahue Show*, 1972年创办)，主持人菲尔·唐纳休一改夜间谈话节目那种喜剧性的表演色彩，而把这个在下午播出，以家庭妇女为主要受众群的节目变成一种真正意义上的倾谈。正如一位电视史家所形容的：“他以一个敏感的、有点女性化的面貌出现，既渴望帮助又对现场观众深表关怀。他有一种‘孩子气的魅力’，似乎毫无威胁性，与此同时，他的节目却发展成为一种令人震惊的混合体：‘部分是心理剧，部分是街头演出，部分是小组心理治疗……体现着活生生的本能冲动和未加雕饰的真实情感’。”^[3]

美国著名的日间谈话节目还有《奥普拉·温弗瑞秀》(*The Oprah Winfrey Show*, 1986年创办)、《莉基·雷克秀》(*Ricki Lake Show*)和《杰尼·琼斯节目》(*Jenny Jones Show*)等。在这些节目中，谈话的主题本身往往就极具冲突性，例如家庭不和、婚外风流等。更出格的日间谈话节目还有《斯普林格节目》(*Jerry Springer Show*)，干脆把所有话题全部定位在两性关系中的不忠和性变态、性变异上面，被称为“垃圾电视”(Trash TV)的代表作。《奥普拉·温弗瑞秀》(*Oprah Winfrey Show*)创办于1986年，在中国的知名度很高，《实话实说》创办筹备阶段曾学习借鉴过该栏目。和一般的生活类谈话节目一样，《奥普拉·温弗瑞秀》深入人们的生活中，去挖掘与每个人的生活相关的话题，以关注人们在生活中出现的问题与困惑、人际交往中的关系处理，以及人们深藏内心的精神心理等话题为主要谈论对象。这类谈话节目或讨论大家都关心的带有普遍性的公共话题，或者是关注非常个人化的敏感话题，如吸毒、同性恋等，以性、暴力等爆炸性的话题和情节来吸引观众，以提高收视率。但是《奥普拉·温弗瑞秀》最珍贵的一点就是从不以庸俗不堪、哗众取宠的题材和方式来吸引观众，而总是注重从谈话中挖掘真情，真正做到了以情感人、以情动人。《奥普拉·温弗瑞秀》是美国历史上最悠久的日间电视脱口秀，它被视为全美电视谈话节目中的翘楚，一直保持着最高收视率的地位，平均每周有3300万名左右的观众。其连续18年被排在美国同类节目的首位，并且在海外10多个国家播出，是迄今为止电视史上收视率最高的电视谈话节目。该节目不仅关注明星，对话名人，还关注各种社会话题，中国钢琴家郎朗、歌手张靓颖录制过该节目。其主持人奥普拉·温弗瑞被视为全美最有影响力的主持人，有“脱口秀女王”的称号。陈鲁豫曾和她联袂主持过节目。2011年5月25日，该节目正式退出舞台。

除了上述两类谈话节目以外，美国还有新闻访谈类谈话节目。以泰德·科佩