

电视访谈节目主持艺术

鲁健著

中国传媒大学出版社

电视访谈节目主持艺术

鲁健著



中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视访谈节目主持艺术/鲁健著. —北京:中国传媒大学出版社,2013.9

ISBN 978-7-5657-0773-5

I. ①电… II. ①鲁… III. ①电视节目—主持人—谈话法

IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 214401 号

电视访谈节目主持艺术

作 者 鲁 健

责任编辑 赵 欣

责任印制 张 玥

封面设计 刘旭东

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86—10—65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京泽宇印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14

版 次 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

书 号 978-7-5657-0773-5/G·0773 定 价 45.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

1	序言
1	绪论
14	第一章 电视访谈节目的定义与分类
14	第一节 中外电视访谈节目概览
19	第二节 电视访谈节目的概念辨析
21	第三节 电视访谈节目的分类
27	第二章 人物类访谈节目主持
29	第一节 人物类访谈的类型
44	第二节 人物类访谈节目的价值要素
52	第三节 人物类访谈类节目主持人的个性化要求
58	第三章 事件类访谈节目主持
58	第一节 事件类访谈节目的分类
64	第二节 事件类访谈节目的价值要素
67	第三节 事件类访谈节目主持人的个性化要求
71	第四章 话题类访谈节目主持
71	第一节 话题类访谈节目的类型
75	第二节 话题类访谈节目的价值要素
78	第三节 话题类访谈节目主持人的个性化要求

86	第五章 电视访谈的一般性规律
86	第一节 电视访谈受语境因素的制约
94	第二节 话轮的转换承接是访谈的基础
102	第三节 电视访谈的人际传播性
109	第四节 访谈的“场”的构建
118	第六章 电视访谈节目的主持人整合策划
119	第一节 前馈与策划信息搜集中的主持人要素
121	第二节 方案制定与实施中的主持人参与
125	第三节 依据反馈对主持人要素作出调节
129	第七章 电视访谈节目主持人的能力建设
129	第一节 新闻认知能力
137	第二节 情感沟通能力
144	第三节 语言调控能力
150	第四节 文化发现能力
152	第五节 访谈训练方法
167	第八章 电视访谈节目受众心理
167	第一节 电视访谈节目受众差异性需求
174	第二节 接受心理对访谈主持的影响
177	第九章 新媒体语境下的访谈节目发展趋势
177	第一节 新媒体语境下的人物类访谈
179	第二节 新媒体语境下的话题类访谈

182	第三节 新媒体语境下的事件类访谈
184	第四节 新媒体语境下的访谈节目个性化
187	结束语
189	附录一 节目主持文本：《今日关注》之 《抓捕十年 美国击毙本·拉登》
201	附录二 节目策划方案一：《华人影响力》
207	附录三 节目策划方案二：《健谈》
212	参考文献
215	后 记

绪 论

在科技无孔不入的今天,人们在电视节目中渴盼和呼唤那些更加平易近人、更具人情味的东西,访谈节目便是电视在技术社会中对人本观念回归的典型之一。在进行电视访谈节目语言传播研究之初,我深切感受到的是:访谈节目不但给人们提供了一个以自由的语言姿态表达、沟通、交流的有效渠道,而且,在社会转型期间给文化多元、人心浮躁的社会充当了润滑剂,具有显著的社会服务功能和伦理力量。而在进一步的个案研究过程中,又更加认识到:优秀电视访谈节目的成功一方面是由于自觉完成了提供交流、承担社会服务功能的任务;另一方面,节目自身的定位、传播理念和制作环节的精心、精致和精巧成就了精品,成就了名牌。

近几年,电视访谈节目在我国的发展势头迅猛,从中央电视台到地方电视台,各类电视访谈节目相继出现,又不断大浪淘沙,更新换代,访谈节目制作的低成本高效率吸引很多电视台争相运作。应该说对于电视访谈节目的理论研究成果也有很多,有的从语言学和语用学的角度出发对访谈中的对话文本进行研究,有的从电视学和传播学的角度出发对节目样态、对话形式、互动方式、传播效果、接受心理等进行研究,有的从主持人的角度出发对主持人的个性、话语表达方式、知识背景和对节目的驾驭能力等进行研究。大家对访谈节目的认识,对电视主持人访谈节目的定义



和分类的认识上存在分歧。在这种背景下,对电视访谈节目进行深入研究,就有了一定的价值。电视访谈节目以轻松、亲切、真实的氛围展现在观众面前,主持人以朋友式的身份出现在观众面前,极大地拉近了与观众的距离,真实情感的流露也对观众产生了强烈的吸引,也满足了观众信息、娱乐、参与的心理需求。这样形式新颖的节目,一出现就受到了广大观众的欢迎,成为各电视台的王牌节目,甚至标志性节目,可见电视访谈节目对于我国传媒业带来的影响是深刻的、巨大的。

一、研究内容

要研究电视访谈节目首先要解决的问题是什么是电视访谈节目。有人把访谈节目主持分为专访主持和谈话主持,并且认为专访节目主持人更像一个提问者,整个节目显示出比较强烈的真实性和思辨性的特点。谈话节目主持人更像是一场热闹聊天的组织者和参与者,整个节目显示出比较强烈的娱乐性和参与感。我不完全同意这种看法。经过对不同定义的分析 and 比较,结合访谈节目在实践中的潮起潮落,本书试图对电视访谈作出一个基本的定义:“电视访谈”是指由主持人邀请新闻人物、新闻当事人或者新闻评论人,围绕访谈对象本身或者公众普遍关注的重要问题,展开人物性、事件性或话题性的讨论的节目。一般是在正常谈话的情况下,以面对面的人际传播方式,通过广播、电视媒介进行的一种大众传播活动。电视访谈节目的构成,一般以访谈对象讲述的故事或者新闻事件的述评以及舆论热点话题探讨和辩论为主线,面对各种人物、事件、话题,主持人除了通过访谈把新闻事实清楚地展现给观众,与访谈对象进行理性和感性交流以外,还要积极有效地控制话语交际过程。

电视访谈节目有不同的分类,有人根据录制现场和环境,分为演播室访谈和演播室外访谈。有人根据话语表现方式,分为访问类节目和谈话类节目。有人根据参与方式分为带现场观众和不带现场观众的访谈,甚

至把不带现场观众的称为访谈节目,带现场观众的称为谈话节目。有的直接分为人物类访谈和观点类访谈。还有的认为谈话类节目就是“Talk Show”,甚至认为电视谈话节目“已经成为影响我们思想和行为方式的一种新权威”。^①这些都说明对访谈节目观察角度的不同和认识上的分歧。结合当今电视主持人访谈节目实践发展变化的轨迹,以大量新兴的和衰落的以及停播的访谈节目作为样本,我试图对电视主持人访谈节目做出一个概念性的认识以及一个更趋向于和实践接轨的分类方式。比如我个人认为电视访谈节目可以分为三大类:人物类访谈节目(包括谈话秀),比如现存的《艺术人生》《杨澜访谈录》《高端访问》《鲁豫有约》以及停播的《半边天——张越访谈》《新闻会客厅》;事件类访谈节目,比如《今日关注》《新闻1+1》《环球视线》《时事开讲》《时事辩论会》;话题类访谈节目,比如现存的《一虎一席谈》以及停播的《实话实说》《央视论坛》等。这三类访谈节目基本构成了现今中国电视界电视访谈节目的总体样貌。它们从节目特征、传播规律、主持人风格、文化价值、现实意义等方面都互相关联却不尽相同。

此外,身为访谈节目主持人,本书也不可避免地会更多地从主持人的角度看待电视访谈节目的一般规律和特殊规律,以及主持人的作用及访谈节目样本的话语分析。对于访谈节目来讲,主持人对于现场气氛的掌控和营造更为重要,而访谈主持人也是节目成熟的标志、风格的体现。因此,访谈节目主持人更被看重的不是个人的容貌和仪表,而是学识、经验、价值观和现场表现、新闻敏感以及节目掌控,因为这些内在的素质和涵养是不会随着时间的推移而消逝,反而会使主持人魅力倍增。通过主持人娴熟的驾驭技巧,可以使节目变得丰富有趣,信息量大,使观众对访谈内容眼到、耳到、脑到、心到。

^① [美]吉尼·格拉汉姆·斯克特:《脱口秀——广播电视谈话节目的威力与影响》,苗棣译,新华出版社1999年版,第14页。



电视节目是为广大电视观众服务的,能够为观众所喜爱是我们制作节目的动力之源,电视访谈节目当然也不例外。电视访谈节目融合了语言传播和非语言传播的模式,也是一种人文和品位并重的节目形式。满足观众心理需求,是电视访谈节目的宗旨。目前我国电视访谈节目遭遇瓶颈,面临危机。从全国范围来看,优秀电视访谈节目并不多见,有许多电视台的访谈节目已经处于挣扎状态。近年来,许多电视访谈节目的口碑也是大不如前,开始走下坡路,许多节目遇到无话可说、无题可做的情况,并且内容雷同,形式老旧,甚至利用刻意制造煽情的手段来赢取收视率。我国如今的电视访谈节目存在着许多问题。存在问题是正常的,而我们需要看到的是国内电视访谈节目上升的空间是相当大的。目前我国的电视访谈节目存在的不足:一是选题范围有限。人物类访谈中嘉宾雷同,一些明星人物成为各个访谈节目的熟脸和常客。事件类和话题类访谈的选题由于要考虑社会影响经常会放弃一些过于激烈和冲突性强的选题。二是形式缺乏创新。随着电视访谈节目的增加,时间的累积,观众就会产生审美疲劳,访谈节目本来就是低成本的典型,如果在节目形态上没有创新,就很难吸引观众,所以对于网络媒体和新媒体的一些技术手段不妨吸收消化,增强互动表现力。三是主持人个性难觅。一些主持人缺乏背景知识储备、新闻敏感、情感沟通能力、文化发现能力,无法和访谈嘉宾进行平等互动的交流,冗余信息多,现场火花少,甚至还有主持人完全按照采访提纲和预备问题照本宣科,这又何谈主持人的个性魅力呢?

那么电视访谈节目的创新点又在哪里呢?

一是增强语言表现力。主持人和嘉宾语言丰富活跃有个性、对事件有看法、讲述有条理、沟通积极等。

二是增加可视性内容。电视毕竟是“视”媒体,丰富画面的补充对于访谈话题有很大的增益作用。

三是积极的互动因素。多种因素的多重互动,比如微博等新媒体互

动方式的引入、主持人和嘉宾、观众和嘉宾、主持人和观众、场内和场外多层次互动都要有所创新又相互协调。

需要思考的是,嘉宾人数的多少和有无现场观众不是辨析属于哪一种访谈节目的必然标准。而嘉宾是否是名人也不是划分不同类型访谈的标准。比如同样是名人嘉宾,可能参与事件类访谈,也可能参与人物类访谈或话题类访谈。那么依据什么划分不同类型?如何看待主持人在不同类型访谈中的作用?有没有共同的规律?优秀的主持人有没有可能在不同类型的访谈中游刃有余?事件类访谈和话题类访谈是逐渐走向不同道路,还是趋于融合?逐渐增加的突发事件报道是不是打开了事件类访谈未来大力发展的门?总而言之,本书共分九章,分别对中外电视访谈节目的发展,电视访谈节目的定义与分类,人物类访谈、事件类访谈、话题类访谈的区别性研究以及访谈节目的创作规律,主持人的策划和能力建设,电视访谈节目的受众研究,新媒体语境下的访谈节目发展趋势等问题进行了分析和探讨。

二、研究目的

电视访谈节目的研究目的是探索电视访谈节目人文传播的本质。电视访谈节目,作为大众传播领域影响最广泛的人文性节目,积极倡导人文精神,推动文化建设的不断深入,弘扬时代精神和主流价值观。人文精神存在于古今中外,人们对它的内涵有种种不同的理解,但有基本的共同点,那就是:关怀人类,弘扬人性。其表现分为两个方面:其一,是对人的关注,特别是对人的生存状态和需求的关注。其二,是对人的尊重,是对人性和人的价值的充分肯定和彰显。人文精神随着地域、时代、媒介的不同而有不同特点,从当前电视访谈节目传播的内容和形式来看,它的人文精神表现出以下特点。



(一) 弘扬时代精神

1. 创新精神

通过访谈节目展现改革开放所需要的创新意识和开拓意识。在这个日新月异的年代,开拓进取已成为最富时代精神的价值取向,努力创新成为新的价值标准。如人物类访谈节目《对话》《人物》《大家》《杨澜访谈录》所访谈的许多人物具备创新意识和开拓意识,走在时代的前列。他们积极适应时代要求,在各自的工作中进行开拓创新,取得了显著成绩,而在创造业绩的过程中,人的潜力得以充分发挥,人的价值进一步实现。

2. 人性光辉

通过访谈节目体现动人的生命光彩。比如危难时刻的浩然正气,面对困境的坚定不移,对弱势群体的无私关爱。电视传播一直重视崇高人格的宣传,注意树立见贤思齐的正面典型。像《感动中国》所展示的人物,有勇斗歹徒、见义勇为的英雄,有坚持自己的人生信念默默奉献的老人。这些节目捕捉到普通人身上闪耀着的人性光辉和生命活力,艰难中的努力,困顿中的乐观,对理想的追求,对道德的维护,显示了平淡中的伟大,琐碎中的崇高。总之,访谈中播出的这些人物与弘扬人间正气的时代精神是吻合的,体现出崇高的精神境界。

(二) 弘扬传统文化

电视作为反映现实生活的大众传播媒介,必然反映生活中的各种现象和渗透其中的文化。中国传统文化以儒家文化为代表,仁德思想是儒家道德理性的具体落实。“仁”是儒家人格形象的核心,“天下归仁”是其群体人格理想的最高境界。“仁”最基本的思想即孟子概括的“仁者爱人”,它主要体现为处理人际关系中的那种深厚和睦的情感意识。电视访谈节目要注意揭示人物的情感因素,努力表现各种各样的爱:天伦之乐、

夫妻之爱、手足之情、朋友之谊。

用以下几句话可以概括我们今天需要倡导的传统文化中的部分精髓。儒家思想：

- (1)仁者爱人。
- (2)己所不欲，勿施于人。
- (3)己欲立而立人，己欲达而达人。
- (4)老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼。

道家思想：

- (1)夫唯不争，则天下莫能与之争。
- (2)我有三宝：一曰慈，二曰俭，三曰不敢为天下先。
- (3)我无为，而民自化；我无心，而民自正；我无事，而民自富；我无欲，而民自朴。
- (4)祸兮福之所倚，福兮祸之所伏。

(三)倡导民主和法制观念

1. 民主观念

民主观念是西方人道主义精神的核心内容，近年来在中国也开始得到重视，民主是自由发表意见的权利，要求公平、公正、公开，反对独断专行。近年来电视中所报道的选举干部、大学生就业、火车票价格听证会等内容都体现了科学、民主和公正的思想。比如《新闻调查》的一期节目《大官村里选村官》报道一个边远村庄选举村长的过程，从提名到演讲到唱票都作了充分报道，从中看出村民民主意识的萌芽。民主意识还直接体现在谈话节目和对话节目中，主持人提出话题后，让嘉宾和观众各抒己见，畅所欲言，经常出现不同意见的碰撞、争论，营造出民主、活跃的气氛。



2. 法制观念

改革开放以后,随着社会的发展,市场经济中错综复杂的矛盾的出现,人们的法制意识得到增强,对法律问题的关切度、对法律知识的需求度不断提高,于是,出现了《今日说法》《大家看“法”》等法制类访谈节目。这些节目,不仅满足了观众的知晓权,而且以案说法,从法律层面为观众解疑释惑,弘扬法理,提高群众的法律意识。更为重要的是,这些节目中显示出人们的法律意识已经向更广更深的领域拓展。如果说,过去人们对法律的理解较多地停留在刑事案例方面,那么,如今,人们的法律意识已经渗透到生产、流通、工作、生活、伦理、精神等方方面面。在法律意识的背后,则是人的觉醒,是对自身权益的维护,体现了自尊自强的精神。比如2008年《今日说法》“被‘克隆’的身份证”这期节目,说的是成都市的一位叫陈刚莉的女士不会开车,却涉嫌一个交通事故,原因是肇事现场遗留的小灵通的机主是她的名字。陈刚莉和家人从未使用过小灵通,陈刚莉带着疑问拿着身份证到电信营业厅查询,查询结果让陈刚莉目瞪口呆,电信营业厅的记录显示,用陈刚莉身份证登记的竟然有300多部小灵通电话,其中100多部因欠费造成停机,现在仍然使用的小灵通将近200个。通过这样一个案例,专家层层解读,评述身份证被盗用的情况之严重,并从法律的角度告诉大家如何维护自己的合法权益。这样的访谈节目,对于培养大家的法制观念起到非常积极的作用。

(四) 倡导平民意识

1. 民生的角度和内容

中国电视自20世纪90年代开始,一些访谈节目从选题到内容关注了百姓面临的种种困难和问题,比如2012年两会期间中央电视台新闻频道推出的《泉灵三问》,就贫困问题、住房问题、疾病问题、失学问题、下岗问题等专访各分管部门的领导,比如卫生部长、教育部长、民政部长等。

电视传播理念从传者中心转向受者中心,受众本位思想得以确立。从电视的栏目定位、节目选题、角度选择、采访方式、表现手段等方面注意以受众需要和爱好为出发点,进行各种合理有效的活动,使受众获得满足,体现出对受众的关怀、理解和尊重,体现出以民为本的人文精神。

2. 民众的需求和参与

随着电视的发展,民众的参与热情越来越高,他们要亲自到屏幕上一显身手。电视访谈节目提供了这样一个场所,让大家在屏幕上各抒己见,充分交流。这种交流,与日常的交流十分相似。这种传播方式更富于人性化,更能体现电视传播的人文精神。这是因为,对于直接上屏幕参与谈话的观众来说,他们在屏幕上侃侃而谈,他们的个性、智慧、兴趣、见识得到充分展示。尤其是在相互的交流和碰撞中,激发出人们心灵深处的思想和情感,使人们迸发出强大的生命活力。每个人因自我价值得以体现而兴高采烈,整个节目焕发出人性的光辉。而对于屏幕下的观众来说,他们看到上屏幕的不是高不可攀的大人物,而是与他们一样的普通人,就会感到亲切,于是,他们把屏幕上的观众当作自己的代表,对他们有一种天然的认同感。屏幕上观众的发言会带动他们进行思考,他们不知不觉地卷进屏幕上的讨论,好像自己也是其中的一员,他们的思维、情感也被调动起来,于是,屏幕前的观众也因间接参与节目而获得心理上的满足。而且,因谈话节目完整保留现场的人际互动氛围,对谈话者的语言、性格、心态进行全方位展示,形成信息场。在这种全方位的场的传播中,由于信息的完整和势态的延伸,而让人获得诸多超越言语的感知,因而得到全方面的满足,他们的参与感也更加强烈。

(五) 倡导批判精神

对于人文精神,一方面是对人性真善美的赞扬,另一方面是对人性假恶丑的批判和揭露。人性是一个矛盾体,真善美与假恶丑并存。为了修



正恶,就要动用批判的武器。只有在与恶的搏击中,才能显示出善的光辉。假恶丑是反人文精神的,对于假恶丑无情的揭露,正是为了更好地弘扬真善美的人文精神。这种批判精神,在当前更加需要。自20世纪80年代开始,我国现代化建设成绩辉煌,国民经济飞速发展,人民生活水平大大提高。但是,另一方面,现代化带来的负面影响也充分暴露:道德滑坡,价值失落,金钱至上,腐败丛生……这些问题归根结蒂是人的异化所造成的。

德国精神分析学派的人物弗罗姆在他的著作《占有还是生存》中对这种问题有一些批判性的思考,很切合现实,值得一读,正如书名,弗罗姆区分了这两种不同形式的个人体验、生存方式、社会性格:占有(to have)和生存(to be)。重占有的生存方式的基础是以利润为取向的社会,而占有观念的实质是:物物,也物于物——占有者和占有物都成为了物,两者之间的关系是死的、没有生命力的。弗洛姆说:“看起来,我好像拥有一切,实际上一无所有,因为我所有的、所占有的和所统治的对象都是生命过程中暂时的瞬间。”^①

而重生存的先决条件就是独立、自由和具有批判的理性,特征是积极主动地生存。“这种主动性说的不是那种外在的、身体的活动,不是忙忙碌碌,而是内心的活动,是创造性地运用人的力量。”在奉献与分享中,在发挥主动权与承担一定的责任的创造性活动中,快乐就随之产生了。就像弗洛姆所说:“现代意义上的主动(活动)没有区分什么是积极主动,什么是忙碌。这两种活动有着根本的区别,我们可以说,这种区别就像‘异化’和‘没有异化’的活动之间那种区别一样。在异化的活动中,我并没有体验到我是自己行动的主体,我体验到的是我的活动的结果,某种与我相脱离、超乎于我之上或与我相对立的‘彼岸’的东西。从根本上说,行动的

① [美]埃里希·弗罗姆:《占有还是生存》,关山译,生活·读书·新知三联书店1989年版,第45页。

不是我,而是内在或外在力量通过我来行动”。^①市场经济推动了国民经济的巨大发展,而一部分人却被他所创造的物所统治,成为物化的人,导致金钱崇拜,物欲至上,乃至腐化堕落,贪赃枉法。而社会主义的本质,就在于扬弃异化,实现人的复归。

电视访谈节目中曾经深受欢迎的《焦点访谈》和《新闻调查》集中体现了人文精神的批判性。如《焦点访谈》曾经对农村滥建豪华坟墓、滥建寺庙的批判,还有对于公路乱收费、非法传销活动、毁坏文物的揭示,最引人注目的是对老百姓深恶痛绝的腐败行为的揭露。《新闻调查》提出了“探寻事实真相”的创作理念,在2000年前后诞生了一大批透过现象看本质的批判性节目,比如《行贿日记》《少女董书君》《黑色交易》《温岭黑帮真相》《绛县的经验》《海登神话》《行贿大公家》《范李之死》《远华大案》《艾滋病人小路》《南丹矿难内幕》《黑哨内幕》《药品回扣内幕》《向农民道歉》《与神话较量的人》《揭秘东突恐怖势力》等等。

通过访谈节目寻找人物和事件中的真善美,对社会不良现象和腐败行为进行批判、揭露,是符合民心的理性批判精神的体现。社会上的腐败分子和不法分子坑蒙拐骗,贪赃枉法,无恶不作,害国害民,人民群众对之深恶痛绝;而蔓延甚广的不正之风,败坏了社会风气,也影响了正常的工作秩序,令人愤慨。对这些行为进行批判、揭露,大快民心,维护了社会的安定和百姓的利益,人民群众由此看到正义战胜邪恶的巨大力量。通过对丑恶行为的揭示,将人性上升到普遍性、抽象性、哲理性的角度来认识,挖掘根源,警示他人,扬弃人的异化,达成人性的复归,这样就从另一方面体现出了人文精神。因此,如何利用电视访谈节目,更好地为受众服务,成为电视人文精神的独特话题。

① [美]埃里希·弗罗姆:《占有还是生存》,关山译,生活·读书·新知三联书店1989年版,第76页。