

广播电视人物访谈节目的传播学研究

文 | 陈 川

摘 要：目前，广播与电视之中的人物访谈节目日益收到听众和观众的关注，比如东方卫视的《杨澜访谈录》、凤凰卫视的《鲁豫有约》以及安徽卫视的《非常静距离》等都备受观众喜爱。那么从传播学的视角看这一类节目具有怎样的特点？目前存在怎样的问题和不足呢？本文着重对这些问题进行了分析和探讨。

关键词：广播电视； 人物访谈； 传播学

广播电视人物访谈类节目最早是在20世纪90年代在我国产生，到现在为止已经发展到了非常成熟的地步，与此同时，很多品牌访谈节目和著名访谈节目主持人也被培养出来，其中的很多感人至深的任务故事也在社会上广为传播，有的甚至激励着受众奋发向上。笔者将会以凤凰卫视的《鲁豫有约》、中央电视台的《大家》和中央广播电台播出的《人物春秋》为例，对广播电视人物访谈节目进行传播学的研究。

其中《鲁豫有约》是1998年由凤凰卫视开播的人物访谈类节目，后来传入大陆，也在大陆的地方电视台播出，其采访对象是某段时间内比较受人关注的人物，有体育明星、娱乐明星，也有行为非凡的老百姓。《大家》是2003年央视开播的一个谈话类栏目，采访的对象都是科学、文化、教育等领域有突出成就为社会做出重要贡献的“大家”，通过这个栏目展示他们的探索精神。《人物春秋》是2004年中央广播电台推出的节目，节目的采访对象也主要是经济、政治、体育、文化等领域的名人。

1 广播电视节目人物访谈节目的传播特点

人物访谈类节目的传播主要包括两种传播类型，一类是主持人与嘉宾之间的人际传播，另外一类就是这一节目通过广播、电视等媒介与听众或者观众之间进行的大众传播。

1.1 广播电视任务访谈节目中的人际传播

人际传播在这一类节目中发挥着重要的作用，因为主持人和嘉宾之间的交流是节目的主要组成部分，在一定程度上影响到该节目总的传播效果，总体

来说人际传播展现的特点主要有以下三点。

第一，传播者之间信息交流比较对称，沟通顺畅。一般的人物访谈类节目中，主持人作为受众的代表提出问题，嘉宾回答，他们之间的信息交流是对称的，比如主持人具有比较高的访问技术，能够引导嘉宾说出自己精彩的经历，而嘉宾往往也具有一定的幽默感和媒介素养，两者之间的信息流能够达到一种对称。比如《鲁豫有约》中对黄渤的采访，鲁豫提出问题，黄渤不仅能够有效回答，还能够以幽默的形式呈现，使得交流比较顺畅，信息的流动比较对称。

第二，两位传播者影响力比较大。在人物访谈节目中，主持人和被采访的对象往往都具有较强的社会影响力和较高的美誉度。例如《大家》的主持人曲向东、《人物春秋》的主持人和《鲁豫有约》的主持人陈鲁豫等，都是风格鲜明的传媒工作者，具有较高的社会知名度。

第三，有一定的语境局限。人物访谈节目不仅要进行人际传播，还要讲节目录制好播出去，这就会涉及到一个语境的变化，在录制节目时双方的人际传播所处的环境与播放节目时所处的环境有一定的区别，如果脱离语境的话其中所传递的信息可能会发生变化，甚至失真。

1.2 人物访谈类节目的大众传播

广播和电视开设人物访谈类节目的主要任务是将其播放出去，所以大众传播才是人物访谈类节目最为重要的板块，这一类节目在大众传播方面的特点主要表现在两个方面。

第一，极易产生较强的传播效果。目前诸如《鲁豫有约》、《大家》这种访谈节目比较受观众的欢迎，观众普遍对名人背后的故事感兴趣，所以质量高的人物访谈类节目收听率和收视率往往比较高，受众比较多。这就决定这类节目具有极强的社会影响力，会潜移默化影响很多人，其中感人至深引人入胜的故事往往容易打动人，这类节目传播效果比较强。

第二，接受对象相对固定。某一类访谈节目播出之后，会受到一些受众的关注，受众在观看或者收听这类节目之后，如果产生好感，会成为这一节目的忠实听众或者观众。所以，某一类访谈节目的受众相对来说具有固定性。比如，某一观众喜欢了解娱乐明星和体育明星的背后故事，也喜欢鲁豫的主持风格，他就会长期观看这类节目。

2 广播电视人物访谈节目的传播价值

从其传播价值来看，广播电视人物访谈类节目主要具有一定的新闻价值、科普价值、宣传价值。

2.1 新闻价值

人物访谈节目所邀请的嘉宾往往是某一时期比较热点的新闻人物。比如《大家》经常采访刚刚做出杰出贡献的科学家，《鲁豫有约》经常采访热门电视剧的主要演员等等。这些时新性的人物具有较强的新闻价值，能够吸引受众的眼球，从而帮助广播和电视提高收听率和收视率。

2.2 科普价值

人物访谈节目的对象往往从事着某种专业化的节目，这就使得这一节目还具有一定的科普价值。这一价值在央视的访谈类节目《大家》中体现的比較明

走转改活动中电视新闻的独特作用和价值取向

文 | 董瑞军

摘要：全国新闻战线广泛开展了“走基层、转作风、改文风”活动，作为电视新闻媒体，充分发挥自身的优势，带着感情去走、带着思想去转，带着问题去改，结合记者深入采访的经历，从“走转改”三个方面论述了电视新闻发挥的独特作用和价值取向。

关键词：走转改；电视新闻；独特作用；价值取向

2011年8月份以来，全国新闻战线广泛开展了“走基层、转作风、改文风”活动，这项活动是对党的宣传思想文化优良传统的继承和发扬，是应对新形势、新挑战和贯彻落实“三贴近”的战略举措，是培养造就一支与时代同行、与人民同心、与使命同步的新闻宣传队伍的迫切需要。作为一名基层电视新闻工作者，我所在的山西省忻州市广播电视台也认真开展了“走转改”活动，记者本人按照“走转改”活动的要求，拍摄了一批直面基层、清新朴实、生动鲜活的报道。其中，2011年下半年拍摄的深度报道《忻州：由“黑”变“绿” 文化旅游产业开发推动经济转型》荣获2011年度山西新闻奖一等奖，2012年上半年记者拍摄了《忻州：政府买单 文化惠民 事业产业共生多赢》的深度报道在山西电视台《山西新闻联播》报题播出，这些作品在省内外都产生了一定的影响，同时也更坚定了我深

入走转改，拍摄更多、更好电视新闻作品的信心和决心。本文就记者深入采访的经历，从“走基层、转作风、改文风”三个方面粗浅的论述电视新闻发挥的独特作用和价值取向。

走基层活动是对电视新闻工作者宣传职责使命的现实要求，是最大限度发挥电视新闻特性的主战场，是提高新闻采访能力的生动实践。

电视新闻工作者要带着高度的政治责任感和使命感走基层。新闻来自实践，这是马克思主义新闻观的理论基础，党中央强调要“坚持把实现好、维护好、发展好最广大人民的根本利益作为新闻宣传工作的出发点和落脚点，坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众，把体现党的主张和反映人民心声统一起来，把坚持正确导向和通达社情民意统一起来”，这些指示明确了我们电视新闻工作者肩负的神圣使命和职责。记者所在的忻州市位于山西省中部，是一个

国土大市、资源富市、经济弱市，近年来忻州市委、市政府按照“3581”发展战略，奋力转型发展、跨越赶超，特别是紧紧抓住山西省成为国家经济转型综合改革试验区的机遇，全市经济社会呈现出快速发展的态势，这些喜人的变化都来自基层，作为一名基层电视台的新闻记者，反映这种变化是我们义不容辞的政治责任和光荣使命。

电视新闻工作者走基层能最大限度地发挥电视新闻的特性，使宣传效果最大化，同时走基层活动是对电视新闻记者新闻采访能力地再提高、再锻炼。电视新闻的特性，就是区别于其它媒体的优势，也就是电视新闻的及时性和时效性。在现代传媒中，使其它媒体无可比拟，特别是电视媒体以直播常态化这种最快的报道形式，将新闻事件的发生、发展情况同步展示给观众，这便是电视行业独特的优越性。而电视新闻的综合性，特别是它能够同时传播图像、文

显，比如该节目采访嫦娥微型工程的领头人，他们会与卫星发射相关的问题进行介绍，对于增强受众科普知识具有一定的帮助。

2.3 宣传价值

广播电视的人物访谈节目所采访的对象往往具有一段不为人知的奋斗史或者有一段值得学习的不平凡的经历，他们这些不平凡的经历对观众具有一定的引导和激励作用，这就展现出了这类节目的宣传价值。

3 广播电视人物访谈节目存在的问题

广播电视人物访谈节目到目前为止发展已经比较成熟，但是其中仍然存在一些问题需要改进。比如，有的主持人喜欢采

用辩论的风格进行采访，但是在采访过程中不太注重倾听嘉宾的谈话，只是自顾自地讲；还有的主持人在面对比较内向的演员没能很好发挥出引导艺术，使得节目的信息量不足；还有的访谈类节目一味进行煽情，使得节目的风格过于呆板等等。相信随着这一节目类型的不断发展，这些问题都会逐渐得到解决。

4 结束语

综上所述，广播电视人物访谈类节目在人际传播和大众传播方面都具有自身的特点，该节目具有较高的新闻价值、科普价值和宣传价值，但是仍存在一些问題，还需要逐渐发展并改进。

参考文献

[1] 严青梅. 浅议电视人物访谈节目主持人素质[J]. 中国广播电视学刊, 2007 (9) .

[2] 何含. 增强电视人物访谈的魅力[J]. 记者摇篮, 2009 (1) .

[3] 任燕. 论电视人物专访节目的掌控策略[J]. 浙江工业大学学报 (社会科学版), 2011 (2) .

[4] 朱炜. 话题·嘉宾·主持人——广播电视谈话节目三元素的魅力[J]. 新闻世界, 2010 (9) .

[5] 赵玲玲. 人物访谈的提问艺术——观《杨澜工作室》的启示[J]. 视听界, 2002 (5) .

(湖南广播电视台, 长沙 430100)