

国内主要访谈类节目现状浅析

卢文钊

电视访谈节目是借助电视媒体进行的一种以主持人为核心的谈话类节目，最早起源于西方广播谈话节目，作为一种公众性电视节目已经存在了五十多年。在美国，谈话类节目已经发展为一个成熟的节目类型，该类节目以面对面、零距离和即兴谈话为主体，通常被称为“脱口秀”，占据电视节目播出总量的半壁江山。

我国电视访谈类节目最早出现在上个世纪90年代，从1993年上海东方卫视播出《东方直播室》开始，经过《实话实说》、《对话》、《艺术人生》、《超级访问》等许多优秀访谈节目的共同努力，终于初具雏形。近十多年来各电视台推出的访谈类节目越来越多，电视访谈节目以较快的速度发展，已经成为一种重要的节目形态。

本文基于CSM媒介研究2013年1月至7月在71城市组的收视调查数据，简要分析主要访谈节目的播出与收视情况，并以个例的形式对访谈类节目主要的三种形态加以浅析，在此基础上总结出影响访谈类节目收视的主要元素。

一、主要访谈类节目播出与收视概况

随着经济的不断发展，人们对于精神文化生活的要求越来越高，作为人们精神文化生活的重要组成部分——电视业的发展极为迅速，而作为电视节目中比较有特色的电视访谈节目从播出伊始便得以迅速发展。据统计，截至2013年7月，全国71城市正在播出的访谈类节目有近800个，其中大多在当地电视市场都有较为不错的收视表现。

对截止2013年7月播出的所有访谈类节目分析发现，中央级和省级卫视频道实力较雄厚、资源较为丰富，大多地区访谈

类节目收视排名的前几位都被这些频道所占据。在71城市访谈类收视排名前20名的节目里，前三位都由中央电视台的访谈节目占据；播出时间较长，拥有大量稳定观众基础的安徽卫视《爱传万家—说出你的故事》紧随其后；作为一档由娱乐节目衍生出的访谈节目《酷我真声音》势头也不容小觑，自今年7月15日开播以来，虽然仅播出三期，但凭借《中国好声音》的超高人气，位居访谈类节目排名的第五位。（表1）

一些地区的地面频道也涌现出了一些较为优秀的访谈节目，以下是北京、大连、长春等地地面频道播出的访谈类节目。部分地区，如南京电视台新闻综合频道播出的《民生》和《感动南京故事会》、上海娱乐频道的《家庭演播室》、济南电视生活频道的《有话好好说》、济南电视台新闻综合频道的《今晚不关机》和《政务面对面》等，这些由地面频道播出的访谈类节目在当地同类节目中占据着领先地位并有着较好的收视表现（表2）。

二、访谈类节目的三种主要形态

目前我国电视访谈节目如雨后春笋般涌现，节目在播出方式、受众定位、谈话内容等方面呈现出多样化的趋势。在此本文以不同的节目形态为关注点，对倾向叙述、侧重讨论、邀请明星三种形态特征的访谈类节目加以浅析，以期对其有进一步了解。

1、倾向叙述的访谈类节目

这种访谈节目的主要形态就是被访对象的故事述说，以一种“讲故事”的方式，将被访对象的人生经历、心路历程或所见所闻向观众娓娓道来，而主持人和观众则更多地倾向于担当倾听者的角色。通过主持人与嘉宾之间的问答或故事情境营

表1 71城市中央级和省级卫视频道访谈类节目收视排名TOP20（2013年1月-7月）

排名	节目名称	播出频道	收视率%
1	艺术人生	中央台三套	0.90
2	面对面	中央电视台新闻频道	0.47
	文明之旅	中央台四套	0.47
4	爱传万家说出你的故事	安徽卫视	0.44
5	酷我真声音	浙江卫视	0.35
	超级访问	山东卫视	0.35
7	有问必达	天津卫视	0.32
8	天生1对	天津卫视	0.31
9	城市1对1	中央台四套	0.29
10	天下女人	山东卫视	0.24
11	乡约	中央台七套	0.23
12	决胜制高点	深圳卫视	0.22
	金声玉振	山东卫视	0.22
14	大王小王	湖北卫视	0.21
15	全景对话	北京卫视	0.20
16	首席夜话	中央电视台综合频道	0.18
17	中国感动	河南电视台卫星频道(一套)	0.17
18	影视同期声	中央台八套	0.16
19	夜线	中央台十二套	0.14
20	非常静距离	安徽卫视	0.13

数据来源：CSM媒介研究

表2 部分地区地面频道播出的访谈类节目一览

地区	节目名称	播出频道	地区	节目名称	播出频道
北京	非常故事汇	北京电视台科教频道	大连	非常静距离	大连台二套(经济生活频道)
	非常夫妻	北京电视台科教频道		今夜星光	大连台二套(经济生活频道)
	非常记忆	北京电视台科教频道		天下女人	大连台二套(经济生活频道)
	非常说名	北京电视台科教频道		BIGSTAR最佳现场	大连台四套(文体频道)
	最佳现场	北京电视台文艺频道		我爱章鱼秀	大连台一套(新闻综合频道)
长春	超级访问	吉林电视台生活频道(三套)	宁波	风云浙商面对面	浙江电视台经济生活频道
	非常静距离	吉林电视台生活频道(三套)		午夜说亮话	浙江电视台民生休闲频道
	长话短说	吉林电视台都市频道(二套)		民生圆桌会	浙江电视台民生休闲频道
	助跑80后	长影电影频道		阳光热线	宁波电视台一套(新闻综合频道)
	3ge女人一台戏	吉林电视台影视频道(四套)		政策面对面	浙江电视台公共频道
南京	民声	南京电视台新闻综合频道	杭州	新锐杭商	杭州电视台生活频道
	感动南京故事会	南京电视台新闻综合频道		风云浙商面对面	浙江电视台经济生活频道
	微影大艺	江苏电视台教育频道		我们圆桌会	杭州电视台综合频道
	BIGSTAR最佳现场	南京电视台新闻综合频道(一套)		超级访问	杭州电视台五套
	奋斗	南京电视台新闻综合频道(一套)		党建好声音	浙江电视台公共频道

地区	节目名称	播出频道	地区	节目名称	播出频道
深圳	创业资本圈	深圳电视台三套(财经生活频道)	上海	麒麟周刊	七彩戏剧频道
	非常静距离	宝安台二套		头脑风暴	上海电视台第一财经频道
	风云人物	深圳电视台三套(财经生活频道)		波士堂	上海电视台第一财经频道
	亚洲人物	深圳电视台三套(财经生活频道)		陈蓉博客	上海电视台娱乐频道
	最佳现场	宝安台一套		晓松说	上海电视台艺术人文频道
成都	明星3缺1	成都电视台都市生活频道(三套)	石家庄	超级访问	石家庄电视新闻综合频道（一套）
	风云川商	四川经视频道		夫妻天下	河北电视台三套（都市频道）
	夫妻那点事	四川电视台妇女儿童频道(七套)		BIGSTAR最佳现场	石家庄电视娱乐频道（二套）
	非常静距离	四川电视台新闻资讯频道		成长	河北电视台五套（少儿科教频道）
	夫妻天下	四川电视台妇女儿童频道(七套)		非常静距离	河北电视台四套（影视频道）
合肥	问政合肥政风行风面对面	合肥电视台一套(新闻频道)	太原	百家戏苑	山西广播电视台公共频道
	庐州人家	合肥电视台一套(新闻频道)		新闻对话	太原新闻频道(一套)
	新徽商	合肥电视台一套(新闻频道)		非常静距离	山西广播电视台影视频道
	超级访问	安徽科教		超级访问	太原百姓频道(二套)
	杨澜访谈录	合肥电视台四套(影院频道)		经济人物	太原社教法制频道(三套)
哈尔滨	超级访问	黑龙江电视台影视频道	天津	男人世界	天津电视台六套(科教频道)
	非常静距离	黑龙江电视台影视频道		我们WOMEN	天津电视台二套(文艺频道)
	我爱我家	哈尔滨电视台娱乐频道		今夜有戏	天津电视台公共频道
	光荣绽放	哈尔滨电视台生活频道		今夜有水浒	天津电视台公共频道
	非常说名	哈尔滨电视台娱乐频道		时代智商	天津电视台六套(科教频道)
广州	行风面对面	广州电视台综合频道	武汉	最佳现场	湖北综合
	权威访谈	广东电视新闻频道		天下女人	武汉电视台文体频道
	你能为爱等多久	南方卫视TVS-2		影视风云	湖北公共
	晚安广州	广州电视台新闻频道		光荣绽放	湖北公共
	全民议事听	南方电视台经济频道		非常接触	湖北公共
沈阳	明星都市汇	辽宁广播电视台都市频道	济南	今晚不关机	济南电视台新闻综合频道
	男人世界	辽宁广播电视台教育青少频道		有话好好说	济南电视台生活频道
	往事	辽宁广播电视台北方频道		BIGSTAR最佳现场	济南电视台娱乐频道
	夫妻天下	辽宁广播电视台北方频道		辣妈驾到	山东电视台第九频道(少儿)
福州	助跑80后	福州电视台青少频道	贵阳	对话	贵州广播电视台影视文艺频道
	最佳现场	福建省广播影视集团都市时尚频道		夫妻天下	贵阳广播电视台四套(都市频道)
	夫妻天下	福建省广播影视集团都市时尚频道		超级访问	贵阳广播电视台四套(都市频道)
南宁	凡事说理	广西电视台资讯频道	青岛	夫妻天下	青岛电视台都市频道
	超级访问	南宁电视台影视娱乐频道		才智访谈	青岛党建电视频道
	政风行风面对面	南宁电视台都市生活频道		助跑80后	青岛电视台都市频道
	影响	广西电视台科教频道		辣妈驾到	山东电视台第九频道(少儿)
重庆	非常静距离	重庆电视台影视频道(一套)	长沙	青春那些事儿	湖南电视台国际频道
	超级访问	重庆电视台影视频道(一套)		非常静距离	湖南电视台潇湘电影频道
	夫妻天下	重庆电视台影视频道(一套)		杨澜访谈录	湖南电视台国际频道
	风云川商	四川经视频道			

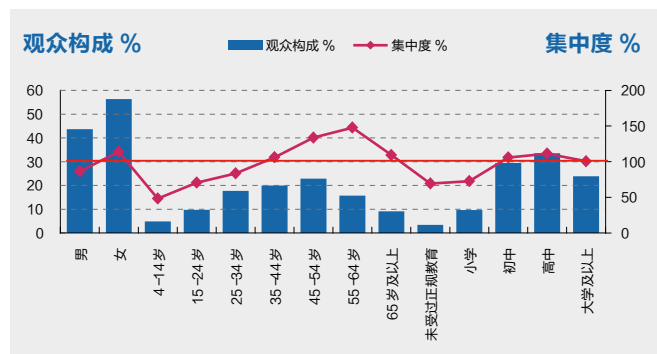
数据来源：CSM媒介研究

造,使观众深入故事其中,从而受到感染。

叙述型谈话节目往往以人物为中心来展开,邀请的嘉宾可以是话题人物、观众熟悉的名人或喜欢的演艺界明星,也可以是有着丰富人生经历的普通百姓,嘉宾们在主持人的循循善诱下,通过讲述他们的成长故事和生活中的酸甜苦辣,分享他们人生中的喜怒哀乐,将发生在或名人或普通百姓身边的那些感人至深、极具代表性的故事呈现出来,使观众将自己代入故事情节当中,引起共鸣。

例如安徽卫视的《爱传万家-说出你的故事》曾经做过的《戏外真性情人生》、《在婚姻中成长》等几期节目,都在该节目中创下过较高的收视。在节目中,主持人随意的坐在沙发上,着装休闲,跟嘉宾好像闲谈一样家长里短的娓娓道来,亲和力十足,就好像邻家大姐。从观众构成来看,此类节目中,中年女性观众为主要收看人群,按照观众对节目偏好来看,55-64岁人群对节目更为青睐,该类人群的集中度达到147.76%,比较符合该类节目的观众定位(图1)。

图1 2013年1月-7月《爱传万家-说出你的故事》观众构成、集中度



数据来源: CSM媒介研究

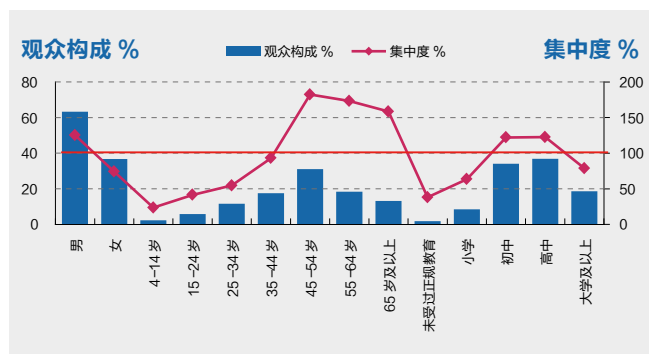
2、侧重讨论的访谈类节目

节目内容中更多讨论的谈话节目通常是围绕一个特定的话题,通过主持人、嘉宾、现场观众从不同的角度讨论、对话,或由持有不同观点的双方各抒己见营造观点冲突来吸引受众关注的节目形态。节目最后一般没有定论,而是把判断的权利留给观众,给观众以思考的空间。其特点是紧张、冲突,适用于讨论社会上出现的新事物、新现象、新思潮等,节目邀请嘉宾或新闻事件当事人到现场,正反双方嘉宾深入探讨核心问题,给予

各方观点平等、公开的表达机会,在观点的激荡中提供有价值的新闻信息和建设性意见,体现社会关怀。

例如深圳卫视播出的《决胜制高点》就是一档全方位聚焦国际新闻热点,特别关注国际局势、战略、外交、军情防务等领域最新动态的国际战略时事访谈节目,节目关注当下热点新闻事件以及引起广泛关注、值得讨论的社会现象,直播转型中的中国。节目通常汇聚两岸三地的专家名嘴作为嘉宾同场交流,他们有的是著名军备专家,有的是著名时事评论员,还有的是各大报社、杂志军事时事版的主编等,以他们各自代表的不同立场,通过激辩等形式,快节奏、多维度、深度而锋锐地剖析热点军事新闻,从中勾勒战略走向,带给观众全新的头脑风暴和时事启迪。节目要求讨论者自身需要具有较高水平,嘉宾要有丰富的专业知识或有很强的逻辑思维能力和表达能力,这样讨论起来才会产生多个回合的交锋,这样的讨论才精彩,观众才会看得过瘾。通过分析观众构成可以发现,此类节目中老年男性观众为主要收看人群,45岁以上观众集中度较高,其中45-54岁观众的集中度更是高达182.3%,足见此类人群对该类节目的喜爱程度(图2)。

图2 2013年1月-7月《决胜制高点》观众构成、集中度



数据来源: CSM媒介研究

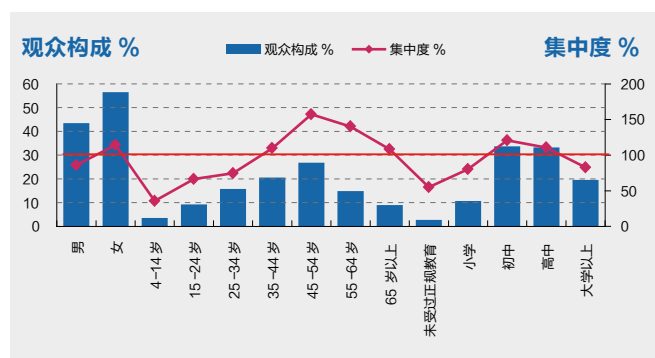
3、邀请明星的访谈类节目

邀请明星的访谈类电视节目如今在国内较为受欢迎,百姓们茶余饭后免不了把那些知名度较高的明星们的八卦消息作为谈资;另一方面,明星们在访谈节目中卸去明星的光环,以一个普通人的姿态出现,与主持人之间或真情流露或风趣闲谈,呈现出一种较为特别的表演形式,这类表演更贴近明星生活,展示出明星在观众面前极少呈现出的真实一面。这类节目

从一定层面上满足了观众的“窥私心理”，从明星与主持人的相互交流间直接得知他们的生活细节或感情动向，从而使观众们对明星有了更全面更立体的了解。

邀请明星的访谈类节目与其他形态的访谈类节目最大的区别在于该类节目更偏重于娱乐互动性，节目主持人更为随性，与嘉宾以一种幽默、风趣的交谈方式贯穿整个节目。此类节目中比较具有代表性的是由小S与蔡康永主持的《康熙来了》，节目邀请台湾当红明星做客现场，通过期间访谈让观众了解艺人们不为人知的一面，多才多艺的小S加上知识渊博的蔡康永，穿插着各种搞笑元素，在知性与理性的对话中了解明星幕后的故事。相比《康熙来了》，内地也有不少优秀的明星访谈节目，其中比较有代表性的当属《超级访问》，节目将娱乐与谈话巧妙融合，以独特的视角、第一手的明星资料、有针对性的问题、新鲜的爆料、轻松搞笑的气氛而广受大众欢迎。主持人大胆挖掘明星背后的故事，展现明星鲜活真实的一面，在节目中“穿针引线、画龙点睛”，一捧一逗的默契配合，让观众全方位地感受节目的无限魅力。从观众构成和集中度看，该类节目中青年女性为主要收看人群，而在中老年女性中则更受欢迎。（图3）

图3 2013年1月-7月《超级访问》观众构成、集中度



数据来源：CSM媒介研究

三、影响访谈类节目收视的主要元素

1、主持人风格与定位

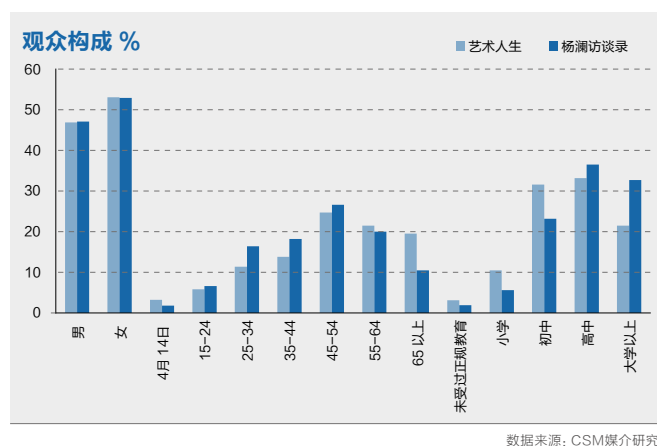
主持人对节目的风格产生重要影响，可以说主持人是谈话节目的灵魂。谈话节目必须通过主持人的串连和组织，来把握节目的时间安排、控制谈话的节奏、调动观众的情绪，从而

保证谈话顺利进行。既然一个好的节目主持人是节目品牌的象征，那么这个主持人所具有的个性也就自然而然地使这个节目具有了与众不同的风格。在美国，谈话节目很多都是以主持人的名字来命名的，优秀的主持人常常能使一档谈话节目持续数年甚至数十年。《今夜》节目的主持人琼尼·卡森主持这档节目长达30年后方才光荣退役。被誉为“谈话节目皇后”的黑人女主持奥帕拉·温弗丽挂帅十余年，仍稳居收视率榜首的宝座。

在国内播出的访谈节目中，同样有一些节目因主持人的个人魅力而从众多访谈节目中脱颖而出，赢得好评。中央电视台高收视访谈节目《艺术人生》的成功就与其主持人的正确定位有着密不可分的关系。主持人朱军成熟、稳重、亲切的形象深入人心，在他的主持里，没有穷追猛打，也没有过度煽情，在很多时候，当某件事情使嘉宾黯然神伤，他会看似随意地说：“我们换个话题。”朱军自己说过这样的话，“我们的节目出发点是善的”。在节目中，他充分利用自己与艺术界众多名人的熟悉关系，在一种朋友般的亲切氛围中把节目引向纵深，尽一切可能展现每一个嘉宾成功背后的故事，发现他们鲜为人知的闪光点。他那种不张扬的温和个性也让嘉宾产生一种信任，令人在节目现场温情的氛围中无保留地吐露自己心里想说的话。另一档著名访谈节目《杨澜访谈录》同样是因为主持人杨澜的个人魅力而被观众喜爱。相比起朱军如朋友般亲切随和的主持风格，杨澜在节目中展示的则是一位智慧干练的成熟女性形象。在栏目中她与嘉宾平等对话，并总能在最恰当的时刻提出最恰当的问题，就专业领域与嘉宾进行言语的交锋碰撞以求能够挖掘出嘉宾最真实深刻的思想。在杨澜的访谈中不仅具有思辨理性的深度，更散播着人性的温度。在对张海迪的访问中，栏目临近尾声时，杨澜提问说：“海伦凯勒曾写过这样一篇文章《假如给我三天光明》，假如你能够行走呢？你的愿望是什么？”张海迪的回答平实而又真切：“我希望我也能够像很多的女性一样，在学校门口等我的孩子。他老远地跑过来说，‘妈妈’。我会搂着他的肩膀说，‘儿子，今天怎么样？’”平淡的话语，真切的情感，令观众无不为之动容。

两档节目都是晚间时段播出，满足了不同观众的收视需求。具体看来，《艺术人生》以中等学历中老年观众为主体，相比之下《杨澜访谈录》的观众年龄分布则较为分散，在青年群体中也有一定观众基础，节目吸引的高学历者居多（图4）。

图4 2013年1月-7月《艺术人生》和《杨澜访谈录》观众构成对比



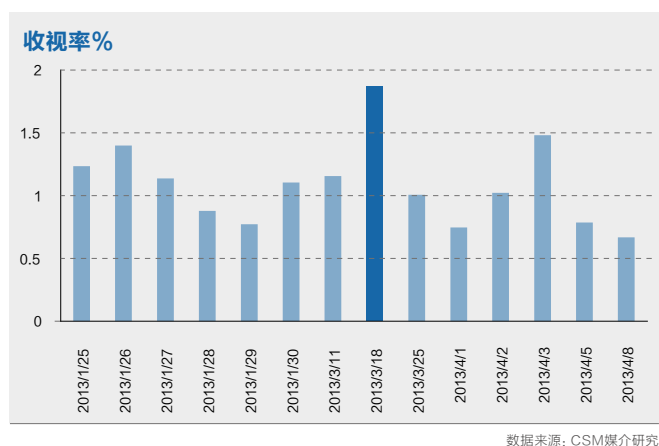
2、节目嘉宾的选择

嘉宾对于谈话类节目的风格定位有着较大的影响作用，特别是在和主持人的沟通交流过程当中，好的嘉宾能够有效的带动现场和电视机前观众的积极性，从而激发出主持人的创作灵感，提出一些更具深度的问题。所以在这方面，谈话类节目的嘉宾不仅要具有良好的人文修养和职业精神，还应该具有很强的定位意识，能够明确自己在节目中的角色，这些对于节目的成功都是具有重要影响的。

嘉宾对谈话类节目的推动作用，主要体现在以下三个方面：第一，嘉宾作为当事人，有着自己独特的见解，能够增加节目的可信度；第二，对于一些专家型的嘉宾，说出来的建议和观点能够引发观众和主持人的共鸣；第三，好的嘉宾对于节目的气氛有着积极的促进作用，使得节目的形式更加多样。谈话类节目的嘉宾如果能够具备以上素质，则对于节目品牌的塑造是具有非常重要的意义的。此外，通过一些明星类嘉宾的超高人气和话题效应，对节目收视也有着明显的提升效果。

在2013年3月18日播出的《艺术人生》中，所邀请的嘉宾是在国内有着较高人气的凤凰传奇组合，由于嘉宾本身知名度和话题度都非常高，再加上因为其歌手身份所具有的娱乐性，从分期收视走势中可以看出，这期节目获得了较好的收视回报（图5）。

图5 《艺术人生》节目分期收视走势



3、话题的选择

话题即节目选题，对于电视谈话节目的观众来说，话题是非常重要的影响因素，选择一个好的话题就意味着迈出了成功的第一步。

首先，话题要符合栏目的定位，栏目定位涉及栏目的基本功能、受众群以及样式和风格等诸多内容，不同的栏目有着不同的定位。如中央电视台为迎接1999年国际老年人年而推出的《相约夕阳红》，这个节目的基本功能定位是在老年人群，那么在节目中的话题都要以老年人的故事为话题的起点，给老年人以精神关怀和慰藉，加强与老年人的思想交流。

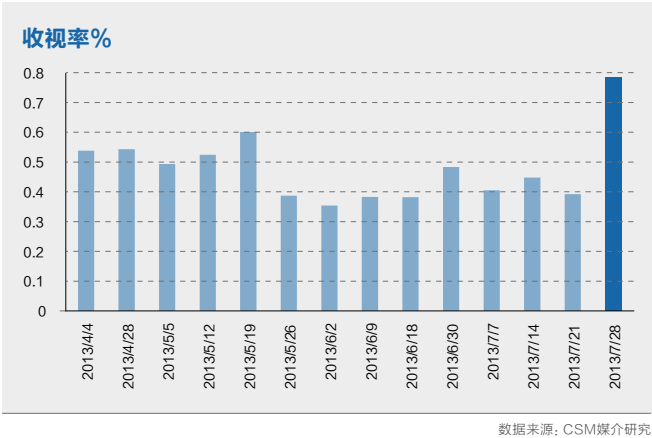
其次，话题应具有连贯性，在谈话时，主持人必须保持着清醒的头脑，控制住话题的方向，不能被嘉宾的话题带偏离。《杨澜访谈录》中的一期杨澜在采访美国外交官洪博培中提出中美关系，在问到他的“终极目的是什么”时，洪博培明显的回避话题说“要当个好爸爸”。而杨澜则笑着拉回话题说：“我说的是政治上的。”对此，洪博培不得以从政治的角度说出了自己的态度。

再次，话题要具有时效性，电视谈话节目应当多选择社会上新近发生的社会事件、社会问题作为谈论的话题，增强谈话的时效性，以吸引人们的关注。国外很多的电视新闻谈话节目在这方面都做得比较充分，在新闻事件发生的当天，观众就可以在节目中看到当事者，或是有关的专家发表自己的看法、分析事态发展。这使得电视谈话节目不仅能成为历史的见证者，而

且在某种程度上也以自己的力量参与着这些历史事件的进程。

《面对面》是中央电视台新闻频道的一档人物专访节目。该节目秉持新闻性、权威性、关注度、影响力的诉求，是面对面的交流，心与心的碰撞，用对话记录历史，以人物解读热点新闻。该栏目曾做过一期关于解读当时的社会热点人物“气功大师”王林的专访，制作组邀请了曾经面对面采访过王林的记者做客现场，用亲身的采访经历揭露迷信骗局，将所谓“气功大师”背后的真相呈现在观众面前。这期节目话题具有较高的关注度，也创下了较高收视（图6）。

图6 《面对面》节目分期收视走势



结语

目前，电视谈话类节目在我国已经有了初步发展，但就节目市场格局而言，访谈类节目所占份额还不及电视剧、综艺类节目和新闻节目这些传统的主流节目。从全国71城市的播出与收视情况来看，中央级频道、省级上星频道播出的访谈类节目由于制作能力、播出平台等多方面因素，收到较好的收视反馈，一些地面频道的访谈节目凭借地域特点、贴近性等优势也有出众的表现。不同形态的访谈类节目，由于栏目定位、表现形式、节目依托优势的不同吸引不同受众群体的关注。

对于不同形态的访谈类节目而言，首先应该对节目进行更加准确细致的定位，理清思路，明确目标观众，根据受众需求来制定详细的节目策划。同时，要在节目表现形式上多下功夫，创造出独具一格、引人入胜的环节。对于主持人的风格与定位、嘉宾的选取、话题的选择等影响节目收视的重要元素，应与节目总体的策划与定位相协调，从而成就节目不可替代风格，形成稳定的收视。现如今我们置身于一个话语时代，社会多元化格局要求话语权的表达有一个兼容并蓄的公共话语空间，电视访谈节目的诞生与发展正好顺应了时代的需求。

