

# Research on the Innovation of TV Character Interview Program of “Truth, Reality and Emotion”

Lei Liang

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830044, China

## Abstract

Character interview program have always been a popular TV category, innovating its planning methods and interview methods in the new era can make character interview shows glow with new vitality. Based on this, the paper mainly analyzes the current development dilemma of TV character interview programs, and discusses the innovation mechanism of TV character interview programs from the three perspectives of “truth, reality and emotion”. It is hoped that under the environment of media convergence, the development and competitiveness of TV media can be improved.

## Keywords

TV program; character interview program; media convergence

## “真、实、情”电视人物访谈类节目的创新研究

梁蕾

新疆广播电视台, 中国·新疆 乌鲁木齐 830044

## 摘要

人物访谈类节目一直是深受百姓喜爱的电视类目,在新时代创新其策划方法、访谈方式可以使人物访谈节目焕发出新的活力。基于此,论文主要分析当前电视人物访谈类节目的发展困境,并从“真、实、情”三个角度探讨电视人物访谈类节目的创新机制。希望在融媒体环境之下,提升电视媒体的发展竞争能力。

## 关键词

电视节目; 人物访谈类节目; 融媒体

## 1 引言

融媒体时代电视传播方式受到网络传播的冲击,收看人群缩小,收视率下降,这给传统媒体带来了前所未有的冲击和挑战,访谈节目这种常规电视节目当中较受欢迎的类型也不可避免地面临收视率下滑的情况。因此,在新时代背景之下,只有创新电视人物访谈节目的方式,适应时代的变化,进行差异化的改变,才能使电视访谈节目焕发新的生机与活力。

## 2 融媒体时代电视人物访谈类节目创新的价值

首先,进行节目方式的创新可以展现访谈类节目新的生命力,访谈节目起源于人物对话,也是电视媒体时代最为王牌的一种节目形式,最早起源于 talk show。20世纪90年代传入中国之后,受到了观众的广泛欢迎,新时代背景下,创新访谈节目的形式可以使该节目焕发出新的生机与活力<sup>[1]</sup>。

其次,访谈节目创新可以使主题更加明确,对观众的吸引力更强,通过明确的定位和新鲜的选题聚焦社会热点,从而提升电视访谈类节目的现实意义。

最后,访谈节目的创新还可以提供新的电视节目发展模式,从而升级电视创作的逻辑,由深入浅,推动电视台改革。

## 3 传统电视访谈类节目存在的问题

自20世纪90年代引入中国之后,访谈类节目的受欢迎程度和受关注程度一直非常高,观众可以通过访谈类节目了解明星人物、社会焦点人物的真实情感和生活方式,感受到人物的性情,从他们的人生经历、经验中得到借鉴。但是在新媒体环境之下,由于人人都成了内容的传播者,明星和社会焦点人物也会开设自己的社交媒体账号,上传自己的生活日常,这就大大拉近了人与人之间的距离。访谈节目的受关注度大大下降,这离不开以下几点原因。

### 3.1 访谈节目的同质化比较严重

大多数电视台推出的人物类访谈节目都呈现出千台一面的样式,主持人之间也会通过交流借鉴的方式来模仿热门节目的主持方式。久而久之,观众就对这种千篇一律的访谈节目失去了兴趣。

### 3.2 人物访谈类节目的主持人素养往往良莠不齐

尤其是在新媒体时代,电视人才的流失较为严重,具备较高的综合素质和较强的语言表达能力的主持人越来越少,有些主持人不能完整地驾驭节目,缺少对访谈的引导,也不能使受访人员真情流露。

### 3.3 访谈方式已经较为陈旧

相对节目形式层出不穷的网络节目来说,老式访谈节目已经不能满足观众日益旺盛的观看需求。一些主持人还会采取无聊的套话、空话,或者是夸张的对话来试图引发爆点,这种过度煽情和真实情感的缺乏,也造成了观众的审美疲劳。

### 3.4 访谈类节目过于依赖嘉宾

一些访谈节目对于嘉宾的依赖程度过高,如果嘉宾的表达能力强,那么节目的收视率就会较高,但嘉宾的反应较为平淡,经历较为普通,那么收视就会降低。一些采编人员为了赢取收视率,不得不编造离奇的经历,或者添加大量的夸张的表演,不仅影响了节目的真实性,也增加了节目的泛娱乐化倾向,造成观众的流失<sup>[2]</sup>。

## 4 融媒体背景下创新电视人物访谈节目的路径

在融媒体背景之下,电视台应充分抓住新媒体的发展机遇,进行融合式的发展。

### 4.1 立足电视人物访谈节目的特色进行创新

真是电视人物访谈节目的立身之本,引发嘉宾的真情实感,让观众在这种真实的交流当中找到情感的共鸣,是电视人物访谈节目的特色,在新媒体时代下,电视台更应该立足这个特色进行创新。

首先,从领导层面要分析电视台的受众群体,按照市场细分方法,把握电视人物访谈节目的受众。从而选择独特的主题,划定细分目标人群。例如,电视台可以策划新型城镇化城市建设者主题板块、抗疫英雄医护人员板块、科技金融

领域的创新人才板块,通过这样的专题化发展,突出电视访谈节目的特色,并在新媒体当中进行更加广泛的联动传播,扩大特殊节目的影响。举例来说,新疆广播电视台的《好大一个家》,就是一档采用自述和演播室互动访谈相结合的方式,讲述生动鲜活、感人至深的家国故事,呈现出新疆人的中国梦的栏目。它的主题,节目设置都非常不错,节目内容也十分感人,全面有深度,但是,在节目的宣传推广上,由于地域差异,稍欠力度。反观湖南卫视的节目,由于起步较早,逐渐形成规模,常常能在各种网络平台上看到他们做出的推送,节目的影响力就非常大。

其次,电视台的人物访谈节目也要立足自身开阔有效的新媒体传播平台。电视台的节目创编往往是基于区域性的传播,相对互联网当中信息的普适性,电视台的节目更有针对性。而访谈节目就要抓住这种针对性进行创新,可以利用各种新媒体平台组建专题论坛,让用户发表自己的观点,采编人员可以从中汲取信息和灵感,进行专题式的访谈节目设计。

最后,电视访谈类节目拍摄过程当中有多样的花絮,电视台可以利用新媒体的思维将这些花絮进行剪辑,播放在视频网站或者是社交媒体上,从而吸引观众的感兴趣程度,达到意想不到的效果<sup>[3]</sup>。

### 4.2 加强主持人新媒体素养培训

主持人是电视访谈节目的灵魂,往往观众都是由于喜爱一个访谈类节目的主持人,偏爱他的说话风格、个人魅力,或者是喜欢他谈话的艺术,才不断地追看一档电视访谈类节目,因此电视台要想获得比较竞争优势,就要不断提高主持人的综合素养。一方面要培养主持人“访”的素养,大多数优秀的电视访谈类节目主持人都非常擅长采访,只有从嘉宾身上挖掘出更多的深度信息,了解嘉宾的想法、情感、态度、奋斗的过程,才能与嘉宾进行更好的互动。这就要求访谈节目的主持人具备专业的心理知识、社会交流知识,并在采访嘉宾之前做好充分的准备,而不是拿着一些泛泛之谈的问题去向嘉宾提问。另一方面要培养主持人“谈”的素养。谈话、谈论都要求主持人具有深厚的文化功底,了解嘉宾的生活方式和情感态度,与嘉宾进行深入的沟通,引导嘉宾进入到与主题有关的对话当中,只有嘉宾真正敞开心扉表达出自己的真情实感,才能引起观众的共鸣。最重要的是,主持人还应具有亲和力。这种能力是在不断地总结经验中逐渐具备的,

主持人面对各种性格的嘉宾,采用怎样的语气、怎样的状态去交流呢?为什么嘉宾面对有些主持人就不想说,面对有些主持人就心态放松,侃侃而谈呢?这一点,值得访谈节目的主持人深思。访谈节目的主持人,既要善于表达,也要善于聆听,还要树立终身学习的意识,用个人的魅力,广博的知识,深切的共情能力和控场能力,引导整个访谈节目的节奏。

### 4.3 丰富嘉宾类型,深入挖掘嘉宾价值

嘉宾在访谈节目中与主持人是相辅相成、互相博弈的关系,二者一来一往,才能成就一档好看的电视访谈类节目。电视访谈节目的邀请嘉宾大多数是名人明星,具有一定社会关注度的人,因而具有无可比拟的号召力和影响力。但是,即使是名人也分影响力和层次,在一个量级可邀请的明星数量仍然比较有限,随着节目的纵深延长,话题也会越来越窄。新媒体时代嘉宾访谈的方式也发生了深度的变革,电视访谈节目主要是单向的大众传媒输出,而在新媒体时代,每一个人都可以参与到社会热点人物的生活当中。面对这样的发展倾向,电视访谈节目只有深入实际,深入生活,既关注热点焦点,又关注百姓日常,才能发挥自己的力量。因此在嘉宾的选择上,既要注重类型的丰富,也要注重价值的挖掘。立

足于本地区的新闻,选择政府官员、专家学者、普通市民,甚至是工人、农民等,策划不同的专题和系列。只有面向未来、面向新的媒体传播形式,创新节目的发展方向,注重对话,引发真实的情感,给予观众足够的空间去进行个人的解读,才能打造新时代的特色人物访谈品牌。

## 5 结语

综上所述,在融媒体时代,电视访谈节目要想创新,就要立足“真、实、情”,做出有情怀、有温度的高质量节目,以获得观众的认同。从论文的分析可知,研究新媒体环境下电视访谈节目的创新,有利于我们立足于发展实际,提升节目的公信力和权威性,创新发展形式在激烈的传媒市场竞争当中获得竞争优势。

## 参考文献

- [1] 郑熙玺. 情感交流在电视访谈节目中的重要作用研究 [J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2020(10):115-117.
- [2] 聂大地. 全媒体时代电视访谈节目的创新路径 [J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2020(04):114-115.
- [3] 汤婷婷. 新媒体时代电视访谈节目的多元化创作 [J]. 声屏世界, 2020(03):19-20.