



从杨澜访谈录和鲁豫有约看电视访谈节目

时间：2007-5-29 10:34:40 来源：中国新闻研究中心 作者：伏传凤 谢锐 阅读742次

从《杨澜访谈录》和《鲁豫有约》看现代电视访谈节目

发稿：中国新闻研究中心

作者：伏传凤 谢锐

单位：兰州大学新闻与传播学院05级研究生

地址：兰州大学一分部新闻与传播学院422#

邮编：730020

凤凰卫视从落地到发展壮大，经历了短短十来年左右的时间。有人惊讶，也有人质疑，更多的人是羡慕，进而去模仿。做法可以模仿，但这种创新的思维却永远无法模仿。凤凰卫视的走红自有它独特的魅力和特质的原因，从老板刘长乐到节目员工都是让人诉说不完而又津津乐道的话题。凤凰卫视的魅力来自凤凰的每一个人，来自凤凰人为观众献上的每一道菜中。细品之下，不难发现，凤凰的访谈类节目是备受观众喜爱的“菜”之一。从《名人面对面》、《鲁豫有约》到《一虎一席谈》、《文化大观园》等在观众中都是有口皆碑的。低成本、高品质的访谈节目让凤凰卫视异军突起。

其实，谈话类节目不止是在凤凰卫视是亮点，在很多电视台都是一个让人无法忽视的亮点。如《杨澜访谈录》是上海东方卫视的亮点，《东方之子》、《艺术人生》、《新闻会客厅》是央视的亮点，《财富大家》是湖南卫视的亮点，《时代智商》是天津台的亮点等等。这些访谈节目一定程度上代表了现代电视访谈节目的趋势走向。那么现代电视访谈节目到底有什么样的特点呢？不妨从《杨澜访谈录》和《鲁豫有约》说开去。

一、节目主持人的“明星”化

“明星”一词最早源于我国古代的传说中。据说华山仙女的名字。《太平广记》中就有仙女明星“居华山，服玉浆，白日升天”之说，后来，明星也用来专指金星。因为金星是较亮的星星之一，所以人们就以“明星”来比喻成绩卓绝、才华出众的人。随着时间的演化，明星被用来称呼那些各个领域走红的成名人物。

从这个意思上说，这些访谈节目主持人个个都是耀眼的“明星”，可是他（她）们又不是一般的明星。

1、似娱乐明星又非娱乐明星

说这些访谈节目的主持人是娱乐明星显然不对，娱乐明星是专门娱乐大众的，她们不是；娱乐明星还区分为歌手、演员、模特等，她们不是。说她们不是娱乐明星，但是她们有自己的粉丝和青春靓丽的外表，她们的一举一动备受狗仔队和娱记的关注，很多时候她们的消息被刊登在娱乐性报纸或杂志上，她们也像明星一样代言广告等。许戈辉的婚事就一度成为八卦记者们追

- 收视率视野中的黄金周
- 制片人制的反动
- 有感于DV的“猎奇”
- 2005中国卫视品牌战
- 中国广播电视体制的探索
- 浅析收视率的缺陷
- 电视收视率靠什么
- 电视分级是否可行？
- 广播听众收听倾向分析
- 电视传媒的时代性状问题
- DV：要关注观众的耐心
- 网络电视商业化前景艰难
- 中国广播影视业的改革...
- 中国电视观众的体育意识
- 电视频道品牌的建立和...
- 凤凰的启示
- 战火烧“红”的电视品...
- 电视频道专业化的理性...

逐热点，甚至传言她是个第三者。陈鲁豫就代言诺亚舟新状元学习机，康师傅方便面，网络学习机等的广告。所有这些看起来跟娱乐明星无异。

他（她）们之所以备受瞩目，除了自身条件的优越，还因为她们身处媒体界，是媒体界的明星。媒体界偏偏又是个造星的圈子。

因为主持人本身是个明星，所以这类谈话访谈节目也被冠以主持人的名字。如《鲁豫有约》、《杨澜访谈录》、《一虎一席谈》等。这是以主持人的名气带动节目收视率，同时以节目声誉提升节目主持人的名声，两者相得益彰。

2、才华横溢，引人瞩目

杨澜和陈鲁豫不仅仅是美女主播，更是才女主播。年纪轻轻就取得了让人瞩目的成绩。其丰富的人生经历本身就是一档绝好的节目，充满传奇色彩。对每个想成功的人来说，都具有极大的吸引力。她们不仅以个人魅力吸引fans，更以自己的实力吸引众多的观众。杨澜1990年毕业于北京外国语大学英文系，成为中央电视台《正大综艺》节目主持人；1994年荣获全国主持人金话筒奖；1998年上海东方电视台联合制作《杨澜视线》；1999年任香港凤凰卫视主持人；2000年收购香港良记，出任阳光文化网络电视控股有限公司主席；2001年任申奥形象大使，并在同年重新推出《杨澜工作室》。陈鲁豫1991年5月参加中央电视台青年业余主持人大赛获第一名，从此涉足电视领域。1991年-1995年，在中央电视台主持多种类型的固定栏目以及大型专题节目和晚会。1994年被评为全国最受欢迎十佳主持人之一。1995年被评为华语电视界金奖十佳电视节目主持人。1996年3月加盟香港凤凰卫视中文台，主持备受观众欢迎的娱乐资讯节目《相聚凤凰台》。

这些经历本身就一笔巨大的财富，这些财富是她们用聪明智慧换来的。现在的社会是多元化的社会，人们有自己的追求和理想。每个人都有着自己的梦想，有着跟别人不一样的价值观、世界观，但不变的是对成功的渴望和渴求。这些成功的主持人们就是观众的学习榜样。

3、年轻化，精英化

现代访谈节目的很多主持人都是年轻面孔，从杨澜到陈鲁豫，从沈冰到许戈辉，从白岩松到胡一虎等等都是年轻面孔。可不要小看这年轻面孔，（他）她们已经有着丰富的主持经历和工作经历。陈鲁豫加盟凤凰卫视以前是中央电视台旅游节目主持人，后在凤凰卫视中文台曾任主持的节目有：《音乐无限》，《香港回归世纪报道—60小时播不停》，《凤凰早班车》，《戴安娜王妃葬礼直播》即时旁述，《一点两岸三地谈》，《VIP会客室》，《鲁豫有约：说出你的故事》，2000年，曾选为《新周刊》主办的、由观众投票评选的“2000年度最佳女主持”。主持《新闻会客厅》白岩松作为央视的“明星”，由于大众化的长相成为观众眼中的“熟人”，25岁就参与创办《东方时空》。有人说《东方时空》的诞生是中国电视新闻深化改革的序幕。《东方时空》自开播之日起，众多富有特色的栏目在中国百姓心中留下了难以磨灭的印象，伴随着这些栏目的开播，白岩松式的主持风格也定格在观众心中。

这些年轻的主持人不仅经历了国内无数次的主持采访活动，更凭借流利的英语对许多国外知名人士展开了访谈。这种双语主持的风格吸引了很多年轻观众的关注。主持人的年轻化，更容易引起年轻观众的共鸣，给那些正在实现自己梦想的观众以激励，在信息反馈的观众中，年轻观众占了很大的比重，就说明了这个问题。

二、访谈对象的“名人”化

节目的访谈对象几乎覆盖了各个方面，政治、经济、文化、社会甚至娱乐，每个采访对象在自己的领域内都是拔尖人物，也就是引人注目的焦点人物。对自己的生活和所处的环境有一定的代表性。这些采访对象在自己的领域，有着自己的固定粉丝，当这些采访对象接受采访时，这些粉丝就变成了节目的受众。有些是短期的，但也有人因此成为该档节目的忠实受众。

之所以请名人当嘉宾，其中的好处无需多谈。撇开这些名人们的谈话内容不谈，光是名人的知名度就能给节目带来很大的收视率。《艺术人生》就公开宣布：“知名度越大越利于人们在瞬间内可以停留在这个频道，（观众）听明星的讲述的欲望远远大于一个普通人。因此，《艺术人生》所选择的嘉宾基本上属于演艺界。”

这些嘉宾们不仅仅来自国内，更有许多外国的叱咤风云的人物。做客过《杨澜访谈录》的有亨利·基辛格、杰克·韦尔奇、李敖、姚明、周星弛、理查德·布兰森、李昌钰、李宗盛、维拉·王

篇、姜文、小泽征尔、王光美、史蒂夫·福布斯、王小慧、刘永好、龙应台、曾宪梓、杜维明、珍妮·古道尔等等。这些人物中好多都是观众平时难得一见的，他们或是参与了国家的某一重大事件，见证了历史的某一重大时刻；或是他们本身就有许多诉说不完的故事，吸引观众的好奇心。比较之下，做客《鲁豫有约》的嘉宾汪国真、潘晓、张树新、周华健、夏雨、何庆魁、李健、李敖、蔡永康、周讯、赵薇、陈坤、刘德华、李宇春、戴军等等以娱乐圈人士居多。但两者有共同的特点，即都是名人，《杨澜访谈录》的嘉宾有时就是《鲁豫有约》的嘉宾就说明了这一点。这些嘉宾走上节目不仅有话说，更是说的娓娓动听，跟主持人配合的简直天衣无缝。

三，内容丰富多彩

这类的访谈节目的内容，一般分两方面：一方面是节目嘉宾谈谈自己对某些事情的看法与理解，《新闻会客厅》里的嘉宾大部分是新闻人物，侧重讲述新闻背后的故事；另一方面嘉宾畅谈个人成长经历，折射出特有的历史瞬间和社会背景。畅谈的话题不仅紧紧围绕时事或专业，更以人的经历、感受和智慧为中心，剥茧抽丝地讲述人的故事，以成败得失、人生百味体现人的智慧和感悟。

从节目对每位嘉宾的定位，就可以知道，主持人会对嘉宾提出哪方面的问题，以及嘉宾在节目上会谈论些什么。美国前国务卿基辛格，“20世纪最伟大的CEO”之一杰克·韦尔奇，以讽刺文章闻名于世，嬉笑怒骂、妙语连珠的李敖，2002年NBA状元秀姚明，深受年轻一代喜爱的“无厘头”影星周星驰，“让全世界凶手都睡不着觉”的“当代福尔摩斯”李昌钰，让女人们产生再结一次婚的国际服装设计师维拉·王，将整个生命都倾注在音乐之中的著名指挥小泽征尔等，这都是节目对嘉宾的定位，但这样的定位并不是节目组的先例。而《鲁豫有约》的广告语：“寻访昔日的英雄和特殊经历的人物，一起见证历史，思索人生，直指人们生命体验与心灵秘密，创造一种新颖的纪录谈话模式。”就说明了节目的内容，跟《杨澜访谈录》实在是大同小异。

以上是现代电视访谈节目的趋向和走势，“现代”这个词是从电视访谈节目的诞生之初算起的，也就是上个世纪90年代左右。这几个特点固然符合时代发展的潮流和当今社会价值多元的特点，因而也取得了某种程度的成功。但是也要看到这其中的不足之处：一，主持人的“年轻化”是其优势，同时也是劣势。年轻在某种程度上就说明了资历浅、经验少，有时候不能同访谈嘉宾在思想上产生撞击，不能就嘉宾谈论的内容提出更深刻的问题，而是照本宣科地按照事先准备好的问题提问，导致嘉宾谈论的积极性降低。就像有位学者比喻的那样：两朵云只有在同一高度相遇才能形成雨，嘉宾的思想很丰富，嘉宾是一朵高的云，主持人在那儿是低的一朵，两朵云都在那儿飘，你看着干着急死碰不到。二，节目的定位是需要主持人牢牢记住的一点。《鲁豫有约》后来邀请的嘉宾就跟其初衷不符。太多的娱乐明星跟“寻访昔日的英雄和特殊经历的人物”的初衷简直格格不入，遭到很多观众的非议。就如天津电视台经济生活频道《时代智商》栏目主编在《原生态谈话和低成本制作》一文中引用李政道的话评价访谈节目时说：“我们走的太远，以致忘记了出发的目的”。三，要保持创新精神，跟上时代发展潮流，不能墨守成规。凤凰卫视的突起，应该引起更多的人思考和反思，而不是流于形式之风。

<http://zhidao.baidu.com/question/23144943.html>

王崢：《解读<艺术人生>》，<http://www.cctv.com/program/ysrs/20040513/100802shtml>

曹牧星：《对访谈类电视新闻节目的一点思考》，《科教文汇》，2006年第05期

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：访谈节目

[>>更多](#)

从杨澜访谈录和鲁豫有约看电视访谈节目 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ [Copyright](#) © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.