广播电视新闻访谈节目应注意把握的几个问题

黄燕平

当前，大部分广播电视频率频道都开办了不同类型的新闻访谈节目，由节目主持人邀请有关人士及受众，以面对面人际传播的方式，围绕公众普遍关心的话题在平等民主的气氛中开展双向交流。当前的访谈节目一般分为时政新闻类、社会生活类、情感交流类、专业话题类等四类。这类节目的开办有力地促进了上情下达、下情上达的民意沟通；释疑解惑纠偏，正确传递和解读各类信息：准确解析社会热点焦点，正确引导社会舆情走向，促进社会稳定和谐；激浊扬清，传递社会主义核心价值观；弘扬真善美，为社会传递正能量。但当前的部分访谈节目中也存在一些不足，需要进一步加以改进。

一、话题定位和设置需贴近社会、贴近生活

访谈节目具有重要的导向作用，与一般的新闻节目不同，重要的是通过交流深度诠释解读新闻的内涵，发挥和延伸新闻的社会价值。社会价值的发挥首要的是节目应有一定的影响力，而影响力又在于节目是否能吸引受众，节目的定位和话题设置贴近现实、贴近百姓、贴近生活是重要前提。因此，把握好选题是节目应首先注意的问题。

*一是访谈选题应接地气，不能一味追求高大上。*纵观当前访谈节目的话题分布，大部分以高端访谈为主，话题大多定位于大政方针、重大时政等，这样的话题是必要的。但党和国家的重大决策等都与社会经济和民生相关，观众需要了解的是这些决策与自己的关系。然而，当前此类节目中，以广大民众最关心的平民视角进行解读的话题相对较少，直接涉及民生的细分化的内容，如人们日常生活中的衣食住行柴米油盐，以及就业、医疗养老等事关百姓日常生活的不多，针对民生中的一些痛点、堵点、难点等社情民意进行专题访谈的内容占比太低。笔者对今年以来部分节目选题统计分析，发现这类平民话题占比不到三分之一。这样偏颇的选题与社会现实生活联系不够，使节目“悬空”，与受众产生距离，关注度也会降低。加之部分节目主持人嘉宾对话题停留在纯理论的泛泛而谈上，空话套话连篇，而联系民生实际进行具体通俗解读的不够，更加削弱了节目的贴近性。如果访谈话题仅停留在高大上和纯理论的空谈上，观众的接受度就会受影响，节目的效果就会大打折扣。因此，节目选题应更多地贴近社会民生。

*二是要聚焦社会关注点，不回避社会热点焦点话题。*互联网时代，各类信息传播短平快，人们的关注点既呈散发状态，又容易对一些社会问题随时聚集成热点焦点，也成为社会普遍的关注点。而对这些热点焦点，一些人缺乏深度思考和理性看待，往往容易被带偏，形成错误的舆情。对舆情进行正确的引导，正是访谈节目的优势所在，也是话题定位的重点。但当前部分访谈节目这方面比较式微，特别是对一些比较重大敏感的话题回避或绕道走。如中央关于“房住不炒”的口径以及房地产政策的调整，在社会上引发大讨论，形成人们关注的热点焦点。政策调整必然涉及各级政府、开发商、炒房客、刚需者等多个方面，各方对政策的理解和态度存在差异，落实需要全社会的共识。但这方面的访谈节目目前还多停留在政

策的解读上，通过邀请各方人员进行讨论形成共识的访谈节目至今还没有，使少数人将这一惠及全社会的重大政策仅仅理解为仅是针对炒房客。再如，当前教育改革中关于校外培训机构的一些新规定也是社会热点话题，但这方面的访谈目前大多仅停留在教育部门、学校、学生和家长层面，而直面政策的直接关系方——校外培训机构的访谈基本没有，让社会对他们的态度和落实行动缺乏了解。这些方面的不足实际上成为应对舆情的不力。因此，节目应更多地关注社会热点焦点。

二、访谈嘉宾选择宜多方兼顾，注意广泛性和代表性

访谈节目的一个重要目的是向社会传递真善美、传播正能量。而真善美和正能量体现在社会的方方面面和各类人群的工作学习与生活中，除社会精英、成功人士等外，各行各业人群中也都有值得学习的典型和代表人物，一些默默无闻的普通人身上也都有时代精神和印记。挖掘他们背后的故事，了解他们的内心世界和奋斗成长经历，呈现他们的真实人生，将他们的人格力量和精神价值作为终极呈现，对社会有重要的导向引领和促进作用。

当前，部分访谈节目开始关注普通人群，但大部分节目仍固守高端访谈的思路。从对省市部分主要访谈节目嘉宾身份的构成分析，除时政类访谈以具有权威性的领导干部、专家为主外，其他访谈嘉宾目前主要是社会精英、成功人士、企业家、社会名人和风云人物等，这类嘉宾占比在80%以上。这类人群虽然在奋斗精神、人生的成功等方面对社会有一定引导和激励作用，但他们并不能代表社会各类人群，而且这类人群的人生观价值观等与普通人群存在一定差异。过度集中以访淡形式对他们进行呈现，在传递正能量的同时，也容易在社会大众心中产生阶层分野的误识，以及媒体对社会普通人群关注不够的感受。相反，目前大部分访谈节目关注普通人群如奋斗在一线的企业员工、环卫工、快递员外卖员、进城务工人员、农民，以及基层的社区工作者、热心社会工作的各类志愿者等不够，对这些普通人群的专题访谈很少出现。这些普通人群中，涌现出大量艰苦奋斗和真善美的典型，充分体现了正能量，通过访谈对他们的精神进行弘扬，对社会有直接的社会主义核心价值观导向作用。同时，通过对普通人群工作学习生活背后的内心、情感、困惑、艰辛、酸甜苦辣等的挖掘探讨，有助于促进相互理解包容、互相帮助的和谐社会建设。因此，访谈嘉宾的选择应更多地向社会普通人群倾斜。

三、访谈形式应注意创新，增加互动性和思辩性

访谈节目是媒体与嘉宾的对话，而实际上也是媒体与社会大众的交流。因此，这种访谈交流应有大众视角，访谈形式、语态表达、现场氛围都应充分考虑观众的期待和接受度，形成话题、嘉宾、主持人、受众四要素的科学组合、融合与良性互动。同时，由于此类节目不是一般的新闻和评论，而是针对话题进行探讨，因此，访谈应有一定的思辩性，针对社会上一些事件事物的不同观点形成思想碰撞，正本清源，激浊扬清，解惑释疑，充分发挥节目的舆论引导作用。

当前，部分访谈节目形态比较单一，创新不够，大多是主持人提问和嘉宾回答的问答式，主持人问什么，嘉宾答什么。问答中话题缺乏延伸，主持人不善于进行引导，双方缺乏对话题的深度探讨交流，仅是嘉宾作报告式的长篇大论的“演讲”，个别节目中主持人与嘉宾交流时长不足节目的一半（按中国新闻奖参评要求，访谈类节目主持人与嘉宾现场交流谈话占整个节目时长不应少于三分之二）。特别是对领导干部的访谈，主持人缺乏平等交流的姿态，显得过于谦卑，不敢提出比较尖锐的问题，同时驾驭不了话题，任由嘉宾侃侃而谈，成为高高在上的说教。个别领导干部嘉宾谈论偏离主题，主持人也不及时扭转话题。而对普通人群嘉宾，个别主持人则居高临下，不认真倾听，不让其充分表达，随意打断话题，同样缺乏带情感的平等交流。大部分节目仍单一地停留在演播室和单纯的语言交流，只是简单的谈话场面，而深入相关现场、穿插相关视频、场景、图表数据等很少。访谈中受众的参与度太低，通过电话、网谈等现代手段与场外受众互动交流缺乏，不仅使节目氛围显得枯燥，而且传播效果不佳。因此，节目应将

多方互动交流作为创新的主要方向。

缺乏思辩性是一些访谈节目的短板。从当前此类节目整体分析，针对话题有深度思考、双向分析和思想碰撞火花的比较少见。特别是对社会上有不同看法的有争议的话题，部分节目中仅是嘉宾单方面看法的表达。部分节目虽有几名嘉宾参与，但针对一些有争议的话题人云亦云，很少有观点交锋。即使有点思想碰撞的火花，往往被主持人“和稀泥”式地“中和”了事，结果，节目的思辩性被浅表化，访谈的意义也大打折扣。因此，增强节目的思辩性是提升节目深度和内涵的重要途径 。

（作者单位：浙江电视台少儿频道）