

# 电视情感类节目感动受众的密码解读

文/王利飞

**摘要:**作为一种情感传播,电视情感类节目,把一个时期具有典型意义的普通人的情感经历搬上电视荧屏,公开传播。“总有一种力量让我们泪流满面”,“是什么深深打动了我们”。“真、善、美”永远是电视情感类节目蓬勃前进和发展并且感动受众的尚方宝剑。

**关键词:**电视;情感类节目;情感传播;情感

中图分类号: J905

文献标识码: A

文章编号: 1006-4117(2010)09-0336-01

08年,广电总局向全国地方台与地方卫视下发“整顿和改进令”,要求制止情感类节目低俗化倾向。今年,广电总局重拳整治电视婚恋情感类节目低俗丑陋之风。这反映了,有的电视情感类节目为了追求高收视率不惜牺牲媒体的专业主义原则。

市场竞争形势下,情感类节目“遍地开花”,各地方台都有一套属于自己的情感类节目。如:河北台《真情旋律》,安徽台《家人》,江苏台《人间》等。要想获得受众的认可,成为受众真正的精神和情感家园,节目必须要“感动受众”。《南方周末》1999年新年致辞写到:“总有一种力量让我们泪流满面”,那是“真实,真情,真理”的力量。“真实、真情、真理”即“真、善、美”的完美诠释。电视情感类节目感动受众的真正密码也可用电视文本“真、善、美”得以概括。

## 一、“真”——电视情感类节目的生命

“与是非、正误意义上的‘真’关系不大,而是指传播者的真诚的态度,以及文本的多义性和模糊性。”<sup>[1]</sup>“真”即电视情感类节目制作者情感真诚、节目内容真实等。

节目制作者情感“真诚”,必然指导整个情感类节目洋溢感人的情感因素。要想打动观众,首先得感动自己。当事人故事的二次加工和诠释必须建立在真诚的情感之上。

真实是新闻的生命,也是情感类节目的生命。情感类节目,以普通人情感经历为内容。“离开了真实,情感就成了廉价品,情感类节目就成了感情游戏”。<sup>[2]</sup>“情感经历”是对客观事物的反映,必须真实。如《寻情记》中的节目如《哥哥你怎么舍得父亲难过?》、《女友啊,忘记你我做不到》等感动受众的基础源于故事的真实性。

首先,“真实性”要求故事必须客观存在,非虚构和编撰。有网友气愤地评论说:“导演:如果你想作假,想请群众演员,请在屏幕上注明。我们观众就当小品看还是可以接受的……你以为观众是这么好忽悠的吗?”<sup>[3]</sup>受众媒介素养的提高,受众对媒介表现的内容具有越来越强的判断力。广电局对情感类节目的整改,实则是对情感类节目“真实性”的认可和维持。其次,“真实性”要求采取客观角度看待当事人情感纠纷。不能偏信一方之言,采用多维角度的拍摄方式,既要采访当事人,也要采访当事人所涉及的其他人。再次,“真实性”体现在,不能局限于单一的故事题材,如三角恋、婚外情等,放宽视野和角度。过于边缘化的情感故事不应作为节目的重点,要真实反映世间人类的情感,就必须综合考量,把握各类题材的量和度。

## 二、“善”——电视情感类节目的灵魂

“善,主要指文本(虚构或非虚构)所宣扬的主题(道),以及教化之目的”<sup>[4]</sup>电视情感类节目的“善”,即节目传播中所蕴含的“理”,指电视节目宣扬伦理道德法制理念、讴歌人性

等,潜移默化中给人以力量和鼓舞。

电视情感类节目的“善”具体表现在,对违反法律行为的鞭挞和警醒,对破坏伦理道德情感的否定,对人性美善的讴歌和肯定。如江苏卫视以讲述人与人之间的亲情、爱情和友情为主,强调“旅”字特色的《情感之旅》的节目无不体现了人与人之间的关怀和人性的真善美。受众真正刻骨铭心和感动的不是某人的三角恋情、乱伦之情或者一些快餐式消费的情感故事,而是其中蕴涵对社会主义道德的呼唤、人性坚强不屈、公众社会责任感的的情感经历。他们让苦难者汲取力量,让积郁者心情释怀,让幸福的人懂得感恩,让各行各业的同志做好本职工作,实现自身价值。

电视情感类节目的“善”还表现在,对普通人各式情感的尊重和理解。“情感不以政治角度的是非为转移,各色人等的情感都得以展现。”<sup>[5]</sup>电视情感类节目是对情感独立价值的充分肯定和表现。虽说节目对情感故事是有选择的,但要顾及情感故事题材的广泛性,深入普通人的生活细节,体现受众情感的多元性。

## 三、“美”——电视情感类节目的羽翼

“美,不是一般所讲的艺术属性,而是指美化的风格,具体表现为人为的美的形式”<sup>[6]</sup>“美”,是“善”的表现形式。电视情感类节目的“美”,是电视节目展现当事人故事脉络的一种表达方式,即镜头对故事的真实展现及人性真善美的完美诠释。

电视媒体成长初期,电视媒体人对“美”的界定是秩序、规范和统一,即强调整体性。“民生新闻出现之前同期声手法和直播新闻之所以缺乏,除了技术障碍外,对形式之美的追求也是重要原因之一。”<sup>[7]</sup>现在,大家倾向于回归自然和人性之美,向往自由和个性之美,电视媒体尽可能地还原事物的原貌。受众反感媒体从业人员对“镜头权力”的过于滥用,以偏概全,把自己的价值观强加于受众。

于是,电视情感类节目的“美”,首先表现在,还原当事人真实故事的全貌。多采用同期声和跟拍事情发展的经过,多拍摄现场。主持人少解释,更多地承担听众的角色。对于涉及的青少年打上马赛克,保护他们的权利。任何时候,媒体工作者都要考虑承担的社会责任。否则,在受众看来,这期节目就丧失了它应有的道德底线,失去了美的意义。

电视情感类节目的“美”还表现在,对人性美的表达,对情感的尊重,对故事细节的捕捉。镜头对当事人情感流露瞬间表情的特写、背景音乐的选择、演播厅与现场的交替、对话与独白的互用等。电视情感类节目的存在和发展有着其自身内在的规律。电视情感类节目发展的宝典实则就是处理好“真、善、美”之间的关系,用“真、善、美”去感化受众、吸引受众。

作者简介:王利飞,厦门大学新闻传播学院,专业:新闻(硕士二年级)。

注: [1] 阎立峰. 思考中国电视[M]. 陕西: 陕西人民教育出版社, 2009年版: 第13页. [2] 王燕. 电视情感类纪实节目《寻情记》探析[J]. 硕博论文集. [3] 《广电总局整改情感类节目禁止低俗节目“扰民”》. 新华网, [http://news.xinhuanet.com/politics/2008-12/24/content\\_10550507.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2008-12/24/content_10550507.htm) [4] 阎立峰. 思考中国电视[M]. 陕西: 陕西人民教育出版社, 2009年版: 第13页. [5] 周星. 当代中国电影的艺术文化分析[J]. 广西社会科学, 2001年第6期. [6] 阎立峰. 思考中国电视[M]. 陕西: 陕西人民教育出版社, 2009年版: 第13页. [7] 阎立峰. 思考中国电视[M]. 陕西: 陕西人民教育出版社, 2009年版: 第15页.