

场景化：

电视新闻访谈节目的应用与创新

——《李健：只为留得青山在》创作实践与思考

张馨予

摘要：近些年来，随着媒体融合成为主流趋势，无论是传播方式、传播主题，还是受众观看的方式，都经历了巨大的变革。传统的电视新闻访谈类型节目的制作模式也在不断改进创新，更多的访谈环节由演播室搬到了新闻事件的现场。本文以2022年度浙江省广播电视新闻奖新闻访谈类节目二等奖作品《李健：只为留得青山在》为研究对象，重点探讨在电视新闻访谈节目中，如何利用互联网“场景化”思维进行创作，根据主题表达和受众需求，将电视新闻访谈节目场景化，让节目更加真实可感。

关键词：媒体融合 新闻访谈节目 场景化创作

3年疫情让文旅行业遭受巨大冲击。宁波“阿拉的海”水上乐园董事长李健3年3跨界，艰难保住了300多位员工的饭碗，留住了企业团队。笔者作为该访谈节目的主持人，长期蹲点采访，跟踪拍摄海量素材，生动记录了李健办口罩厂、做远洋捕捞直播带货、经营度假酒店3次跨界的种种艰辛。2022年12月7日防疫“新十条”颁布之后，笔者对李健进行了专访。访谈中，李健回忆起2020年7月习总书记与企业家“谈心”时说过的话：“留得青山在，不怕没柴烧。要千方百计把市场主体保护好，为经济发展积蓄基本力量。”这是节目创作的主题，也是访谈内容的核心。

随着融媒改革的不断深入，传统电视访

谈节目的样态需要有所突破。电视访谈节目《李健：只为留得青山在》走出演播室，根据互联网“场景化”的思维进行设计创新。“所谓场景思维，就是在某个实际的、具体的情境下，去思考产品如何满足用户需求的思维。场景思维是产品经理必须具备的思维”。^①笔者认为，如果想创作出让受众接纳并喜欢的作品，新闻媒体工作者需要具备“场景化”思维。电视节目中的“场景”，指的不止是主持人和嘉宾进行对话的地点，它还需要服务主题表达、突出人物特点、满足受众心理需求，使“场景化”能够真正成为电视访谈节目的表现手段，进而从根本上改变电视新闻的访谈样态。

一、电视新闻访谈节目的场景化创作

电视新闻访谈节目《李健：只为留得青山在》时长14分33秒，转场9次，涉及6个场景。通过前期调研，主创者梳理出：防疫新十条后开设的萌宠乐园、空旷的人工造浪池边（主访谈区）、乐园员工采访区、老年公寓、领导调研采访区、海边等6个场景。不过，无论场景如何转化，节目始终以访谈对话的形式进行。电视访谈节目一般通过对话内容的内在逻辑推动节目发展，但《李健：只为留得青山在》是通过场景转换推动故事情节发展。节目的访谈场景主要分为：固定态场景、移动态场景、随机态场景。固定态场景是主采访区；移动态场景推动故事线发展；随机态场景虽然不是主要组成部分，但

往往因为不设限的拍摄，更能捕捉到真情流露的动人瞬间。

(一) 固定态场景：再现访谈对象真实的工作环境

电视访谈节目需要一个固定的空间，让主持人与嘉宾坐下来，进行一场不受外界打扰的对话。电视访谈节目往往会将固定空间设置在演播室或临时布景的场地。《李健：只为留得青山在》将固定空间情景化，即回到访谈嘉宾真实工作的地方，这也是整期节目的主访谈区。在阿拉的海水上乐园内最核心、占地面积最大的人工造浪池边，主持人与李健进行了一场近1个小时的对话。从卖房子办口罩厂、出海捕鱼搞直播，再到经营度假酒店，李健向主持人真情讲述了疫情3年来如何在“沼泽”中艰难前行，并在家人、员工的支持和政府的帮扶下熬过艰难时刻的心路历程。

节目中虽然有9次转场，但贯穿主线的核心内容都是在主访谈区完成，一共是7分24秒，占整期节目的一半时长。

(二) 移动态场景：生动补充访谈内容主线

这是一种行进式的采访，根据嘉宾讲述内容的情节发展，与嘉宾一同回到当时的场景，边走边聊。根据故事脉络，主创设计了4处移动态的场景。第一个场景是萌宠乐园，这是访谈开始的第一个场景。防疫新10条出来后，李健第一件事情就是在冬季闲置的乐园场地搞了萌宠乐园吸引游客。在小朋友欢乐的笑声和穿梭的游人中，主持人与李健开启了对话。李健说防疫新10条后，他更加有信心了。游乐场只要有人，就能赚钱。真实的场景内，不仅李健本人，观众看了也会相信希望就在眼前。

第二个场景是老年公寓。2020年初，李健为了办口罩厂，把他为妻子女儿准备的别墅卖了，一家三口搬到了不足90平米的老年公寓。由俭入奢易，由奢入俭难，这是人之常情。从别墅搬到老年公寓，原本的生活用品根本没地方放，只能堆放在客厅。主持人就在这个空间内采访了李健的妻子李志媚。李志媚表示，这两年丈夫不是没有往家拿回过钱，只是

钱还没捂热乎，就又被丈夫拿去发工资，家里根本没有什么存款。当主持人问她觉不觉得委屈，她噙着眼泪说，每到想抱怨的时候都不忍心，因为知道太难了。这一段采访笔者也是强忍着眼泪完成的，即便调研踩点时笔者已经对李健的故事了如指掌，但在这个狭小的客厅里，采访主人公一家人，仍然会被这一家人真挚朴素的表达所震撼。这也是本期节目的一个情感爆发点。

除了家人的理解和支持，更离不开政府的帮助。在李健深陷泥潭，再也借不到钱的时候，是象山县政府出面担保，帮助李健向银行贷款300万。这笔钱对当时的李健来说是救命钱。如何展现，笔者选择在时任象山县副县长张微燕到阿拉的海调研时，果断抓准时机进行现场采访。

第四个移动态场景是在李健经营的度假酒店前的沙滩，这也是全篇最后一个场景。主持人与李健吹着海风，边走边聊，李健向主持人讲述他准备建一个海边露营地，再开个海边酒吧，把来到象山的游客都留在象山。最后一个画面，随着航拍镜头的拉起，是一望无垠的大海。大海能包容一切艰辛，也能承载无限希望。

移动态场景在这期节目里是非常重要的。它与访谈主线相辅相成。随着故事情节的发展，每到一处场景都是对内容主线的生动补充。电视访谈节目时间长，观众很容易疲惫，根据故事发展，进行场景化的叙事，能让观众跟着主人公笑，跟着主人公哭，起到吸引观众持续关注的作用。

(三) 随机态场景：捕捉真实细节展现人物内心

在《李健：只为留得青山在》中，很多没有剧本安排的拍摄场景，往往能捕捉到最真实的细节。当李健带主持人来到他们一家人居住的老年公寓时，主创团队采取的是纪录片跟拍的方式，不做干扰只是记录。当李健与主持人进入屋内时，李健的妻子上前迎接，女儿很淡漠，只是自顾自地玩，李健则是非常讨好地直奔女儿而去。主持人敏锐地捕捉到这一点，对

李健的妻子说：“看，孩子都和他不亲了。”妻子无奈地表示，李健是家里的“大客人”。

这样的场景，很多人第一反应肯定会是女儿激动地扑向爸爸。但细想，长期没有父亲陪伴的小女孩，看到爸爸回来一定是有生疏感的。面对这一份生疏，更激发李健内心对家人的愧疚。这些没有设计、没有台本，访谈嘉宾毫无防备的随机态场景，可以捕捉到嘉宾最真实的反应。这也使得这些“边角料”成为展现主题和人物性格的一道“大菜”。

二、场景化创作让节目更具真实感和说服力

《李健：只为留得青山在》从立意到选题都具有较强的新闻性。节目将访谈场景放回到真实的生活工作中，增强了节目的真实性和说服力。

（一）熟悉的工作生活场景下，访谈嘉宾更真实可感

节目主创愿意花时间下功夫，在真实的场景中挖掘人物的内心世界，展现人物的真实性格。主访谈区就设在水上乐园内最大的人工造浪池边。在旺季，这里可同时容纳近2万人冲浪。采访时正值闭园期，李健对主持人说，2021年是离“死亡”最近的一年，因为2021年8月疫情影响太严重，原本就要进入旺季的，收入却几乎为零。望着空无一人的造浪池，可能是触景生情，李健说感觉自己已经在沼泽地里，就剩一个头了，马上就要沉下去了。

游乐园没有生意，就带着员工出海卖鱼搞直播的李健，也有挺不住的时候，这才是真实的人。将访谈放回到采访嘉宾熟悉的环境中，他才能毫无保留地把内心最真实的感受述说出来。笔者认为，嘉宾也需要一个宣泄口，主创团队要做的就是帮他营造好场景。

（二）还原真实可信的人物本身

新闻访谈节目的很多内容往往是嘉宾“自说自话”，一些真实的客观情况会被刻意规避开。比如李健，他更愿意让大家看到的是一个“打不倒”的李健。节目主创通过场景的突破，从周边人那里找到了更加真实的李健。时

任象山县副县长张微燕找出了一年前她调研阿拉的海时，李健发给她的信息。李健向她坦言真的挺不住了，生病不敢去医院，怕真的倒下，一天只有吃6片安眠药才能睡得着。张副县长告诉我们说就怕李健会跳海，收到短信后，她第一时间就派人到阿拉的海找李健。作为当时分管经济的副县长，张微燕对李健的情况非常清楚，知道他确实处在生死边缘，孤立无助。最后在象山县政府担保下，李健向银行贷款300万元。这段采访原本是为了体现政府对李健的帮助，但没想到却看到如此绝望无助、又真实可信的李健。

（三）真实场景下主持人提问更有贴近性

访谈节目主持人绝不是一个简单的提问者，笔者作为该节目的主持人，最切身的感触是，真实的场景能激发真实的情绪，碰撞出真实的对答。在阿拉的海水上乐园，笔者问李健办口罩场赚钱吗？李健说不赚，笔者带着不理解的情绪追问，这是你拿卖房子的钱办的口罩厂，总要保证自己的营收啊。李健表示不发国难财，员工的工资能发出就行。在李健家中狭小的客厅里，笔者问其妻子，这样的日子觉得委屈吗？就一个问题，李健妻子的泪水夺眶而出。笔者这个问题不是作为一个主持人，而是同为女性下意识问出的。在真实的场景内，不光是采访嘉宾，主持人也会迅速进入角色，问出的问题也会更贴近嘉宾的情绪。

三、结语

综上所述，电视访谈节目的场景化创作，并不是不断地换地方采访。每次场景的跨越都赋予它讲故事的功能。场景带动着故事的发展，改变采访角色（主持人、嘉宾）的情绪变化。场景化的呈现使电视新闻访谈节目的形态更加丰富、饱满，也更符合融媒体时代受众的观看心理。

参考文献：

①罗彦军《南方+内容之路：用户为王，内容为核，从报纸到爆款——解码党媒融合路径》，第14页，南方日报出版社，2020年版。

（作者单位：宁波广电集团新闻综合频道）