

# 访谈类节目中女性主持人的话语形象呈现

## ——以凤凰卫视、TVB 为例

王治平

深圳大学艺术学部 广东深圳 518060

**摘要:** 广播电视媒体的出现让受众对于信息的接收得到不同维度的改善和提升, 电视节目中主持人的话语传递和个人形象, 曾一度引导着受众对于信息的选择性接收。通过对较为典型的女性主持人节目及其内容、主持人的个性、共性、时间跨度、影响力等因素进行案例研究筛选。最终选择由 TVB 制作的《最佳男主角》; 凤凰卫视出品的《鲁豫有约》两档访谈节目为切入点, 对女性主持人话语形象的呈现做出概述, 解读女性主持人在电视节目中的独特作用及社会影响。

**关键词:** 访谈类节目; 女性主持人; 话语形象

### 引言

全球化与信息化背景下, 媒体不仅是文化传播的重要载体, 更是社会话语权力的构建工具。主持人作为媒体的代表, 其话语形象直接影响着观众的认知与理解, 并在无形中构建着社会的性别话语权结构。女性主持人由于其性别特殊性, 不仅在性别表现上有独特的视角, 而且在跨文化传播中也承担着至关重要的角色。本文通过对访谈类节目中典型女性主持人进行案例研究, 分析她们的话语风格及其独特的社会影响力。探索女性主持人在电视访谈中的话语形象呈现, 以及她们在社会认知中塑造的重要角色。

#### 1. 话语形象与女性社会角色概述

话语形象是当下主持人整体呈现较为完整的描述, 在他者视角分析女性主持人话语形象不光要看到其语言表达, 还需看到其传媒影响力的扩大。

“话语形象, 不是话语本身, 但又不能脱离话语。话语形象指话语的发出者通过一定的话语策略和技巧, 将客观世界中的事物通过语言、副语言等综合手段表现出来了, 一定程度上既体现了客观事物的原貌, 也反映了话语发出者自身的能力、素养、特征等, 是话语经发出者传播后, 抵达受传者, 并作用于受传者意识的一种形态。”<sup>[1]</sup> 当话语放入到主持人范畴, 则体现为一种“职业话语”形态, 主持人话语形象在职业范畴的要求下, 更具相对规范性, 作为一种动态的融合产物展现给受众。从而以不同角度对话社会各阶层人群, 影响受众的个人选择及思考。

1980 年中央电视台出品的《观察与思考》, 标志着我国广播电视媒体节目主持人的诞生。节目主持人到主持人节目录的过渡在当下的媒体环境中, 主持人的价值感和内涵将赋予电视节目更多的收视率和意义。“作为大众传播媒介的代表以及媒介与受众间信息传受重要的人际链接符码, 电视播音员主持人始终处于信息传递的话语中心地位, 担当着引导和满足受众审美的重要职责。”<sup>[2]</sup> 完全以内容取胜的时代正在快速进行过渡融合。主持人在节目中的“话语权”比重更高, 节目也往往会因为主持人的个人魅力和风格赢得大众的喜爱。

从受众角度而言, 访谈类节目中留给观众深刻印象的更多为女性主持人。她们自带或被赋予感性、有爱、理解、细致、舒适等标签。在当下两性性别视域下, 社会强调男性与女性和合作模式以及平等话语权。在新闻主播台上我们可以看到男女播音员固定搭配的场景, 但在行业领域中一般称男播音员为“主播”, 女播音员为“副播”。正副的解读中, 女性的社会角色仍会出现比较和高低。这些情况可深入至女性本身的历史社会角色和功能。也正是因为所谓的性别比较和比重问题, 造就了更好的女性形象, 并让女性在行业领域展现女性话语和行为的魅力。

中国传媒大学张若琳教授关于民国女播音员及女性解放的研究中写道“播音员成为“新星”的节点恰与我国妇女解放思潮的崛起相交叠。在女性开始觉醒的时代背景下, 明星女播音员以其公开、瞩目的一举一动吸引并带领着女性谋

求自身的解放。”<sup>[3]</sup>民国时期女性播音员开启中国社会女性的解放认知和自我认同并在不断实践中佐证了女性在广播电视行业发挥的作用。所谓的过时的“男权社会”形容中，女性的社会作用仅存在于传统的庸俗中，当女性寻求自我解放的萌发透露时，社会视角会给予女性更多的关注和解读。

从访谈类节目兴起时，男性主持人就独霸荧屏，但受众的潜意识印象里会对女性主持人有更多的记忆，不光是视觉审美的差异需要同时还有女性在社会层面中对于生活的敏感以及性别话语的解放。随着女性社会地位的提高以及性别思维的差异，当下广播电视行业女性主持人能与男性主持人并驾齐驱共同竞争。同时访谈类节目也是一档不断发展的节目，随着社会经济条件越来越好，女性主持有了更多发挥自我表达意识、表现独立和个性、自由选择角色、实现自我价值发展的机会；随着媒体市场竞争日趋激烈和观众需求日益多样化，访谈类栏目也需要有更多像女性主持这样的人才出现。

## 2. 访谈类节目中女性主持人话语形象案例对比

凤凰卫视与TVB作为两家具有代表性的电视媒体平台，其访谈类节目长期以来备受观众关注。两家平台推出的访谈节目无论是在内容设计、主持人风格还是社会影响力方面，都各有千秋。TVB自1967年成立以来，推出了一系列经典的访谈节目，包括《星夜倾情》、《掌声背后》以及《最佳男主角》等，这些节目不仅带有强烈的地方文化特色，还在中西文化的交融中形成了独特的话语风格。而凤凰卫视自1996年成立以来，制作了《杨澜工作室》、《鲁豫有约》等高质量的访谈节目，塑造了独具一格的品牌形象。

### 2.1 鲁豫的女性话语形象

1996年，鲁豫离开央视加盟凤凰卫视主持多档热点节目和重大新闻节目。2001年凤凰卫视推出为鲁豫量身打造的电视谈话类节目《鲁豫有约》。鲁豫以新颖的见证角度和平等谈话态度得到到两岸三地的持续关注，成为凤凰卫视独特的品牌。2005年节目播出平台从凤凰卫视中文台扩大到国内省级电视台，内地观众对此节目的关注度大大增加。节目的发展虽历经波澜，但一直坚持鲁豫的个人访谈风格内容不断扩充融合，播出至今好评不断。成为业界访谈类节目不可忽略的显性符号，也成为一代人对于电视的回忆。

鲁豫在节目中展现出知性女性形象。节目从传统“一问一答”会话结构拓展为“一问多答”。访谈类节目的内容

支撑在于嘉宾与主持人的高度互动交流。随着节目的发展，鲁豫的话语也有着阶段性的形象展现。“在节目初期，嘉宾主要为革命后代、典型文化人物。在访谈中鲁豫的话语被称为“高端谈话”在谈话中以女性本有的亲切之感作为开端，对于文化属性较强的谈话中，更愿融入个人思考进行阐述和提问。”<sup>[4]</sup>展现知性女性形象的同时突出女性文化素养。在节目发展中期，节目向文娱性发展。由“文化谈话”转变为更能被大众所关注的“娱乐谈话”，邀请嘉宾更多以娱乐明星及社会热点主人公为主进行访谈。这个时期的鲁豫话语中体现出记者思考，表达也更加开放。生活百态的细微变化都能成为访谈中的亮点。鲁豫以倾听视角为主，在访谈提问中以受众视角为出发点，语言直接略带犀利。节目中后期，节目打造温情路线，内容凸出社会人文关怀从而展现主持人女性视角的理解和细致。这个时期的鲁豫将女性的感性发挥到了极致，语态更加平等，表达中的辞藻更易理解。

### 2.2 黎芷珊的女性话语形象

《最佳男主角》是由资深娱乐新闻女主播黎芷珊主理的TVB星级付费清谈节目，于2012年正式开播。节目每一期都会邀请娱乐圈独当一面的男演员对话，其大胆的内容提问和营造的挚友式聊天氛围让这档访谈类节目成为当年访谈类节目收视冠军。从受众视角的好奇出发凭借自身对于娱乐新闻的敏锐度和挚友式聊天氛围，嘉宾们都会打自主的开心扉畅所欲言，展现鲜为人知的一面，成为了娱乐新闻的重要素材库。同时因其内容的独家性也获得了内地观众的喜爱。

主持人黎芷珊由80年代儿童主持人天真活泼的话语风格转变为当下无畏的女性形象，曾作为娱乐新闻记者数年，对于明星娱乐新闻铭感度较高。在节目《最佳男主角》中，谈话模式完全处在两性谈话磁场之下，家庭式娱乐访问让黎芷珊在主持人发展中再获成功。黎芷珊在节目中更多以同性身份在男性视角进行疯狂发问。相对于鲁豫来说黎芷珊更为大胆，语言和问提也更言必有中，与嘉宾几乎没有距离感。在她的话语呈现下接地气、出乎意料皆为常态。谈话轻松、言语家常化是观众对于她的评价，也有部分受众对于黎芷珊的风格存在不同意见，认为大胆的话语让女性形象受到一定的冲击。尽管如此黎芷珊仍将朴质、果敢的新女性形象展现得淋漓精致，成为许多女性的新偶像。

女性主持人在与受访者“他者”对话过程中会以身体和情感作为媒介来呈现语言、符号和象征等，并把这些媒介

通过语言符号或象征呈现出来,通过话语来呈现她们所建构起来的“她世界”形象。从观众对于明星艺人的印象来看,黎芷珊是一个能够让女性感受到力量和勇气的优秀主持人,而鲁豫则是相对较为传统喜爱的主持人形象代言人。在这两个主持人的话语呈现下,大众对女性形象的刻板印象发生了改变,对于女性有了更加客观、全面、立体的认识。鲁豫话语风格的变化体现了女性形象从传统单一走向多元丰富;在受众与主持人之间形成双向选择,话语呈现也更加平等、平权的样态;不同时期话语风格对于女性群体都具有引导,黎芷珊在不断变化创新下对当下主持人语言的发展具有积极风向。

### 3. 女性主持人话语形象的社会影响

“社会对女性的关注与关怀及女性自身的追求与进步,日益体现出女性的个体意识,社会对女性的关注则是个体意识张扬后所带来的连锁反应,折射出女性社会地位的提高。作为社会公众人物,女性主持人的形象塑造和角色定位不是她自己随意而为的,有很多因素要考虑在内。由于大众媒介对公众有很强的影响力,主持人很容易受大众瞩目。”<sup>[5]</sup>

女性主持人的话语形象为当下女性树立了良好的社会形象。“形象”一词指能引起人的思想或感情活动的具体形态或姿态。主持人通过语言的表达以及整体形象展现完整的话语形象。在此话语形象在大众传播者也可看做是“媒介形象”。““媒介形象”是个人或社会组织在信息采集、加工、传播过程中对人或事物的认知信息的总和。”<sup>[7]</sup>媒介形象赋予话语形象更多的传播可能,女性主持人在荧幕上完美的形象以及高深的话语一度成为社会女性的偶像,作为电视媒介的代言人,电视节目主持人的形象直接影响着电视节目的效果。除上述分析的两位主持人以外,例如央视主持人董卿、周涛,原央视主持人杨澜等主持人都向社会展现更有意义更有价值的女性形象。她们往往扮演着意见领袖,常代表着典雅、得体、感性,潜意识激励着女性的个人意识发展。当下的社会发展女性已不再是附属的存在,在男性构建的社会中女性一直被审视。在不断地审视与被审视下,女性的个人价值在男性视角的认可也越来越高。不光是女性视角的鼓动,当下男性对于这样的女性形象也有着倾慕。随着大众审美的多元化,例如马凡舒这样的新一代女性主持人代表着更青春的形象,对当下青年女性群体有着向好的引导。女性主持人话语具有一定的典型性,他们通话语传递社会的主流价值和舆论导向。对于受众来说,她们所树立的女性形象将会带

来连锁性反映,受众会在特定场域联想她们所树立的女性风貌,将会成为受众树立正确人生观、价值观和世界观的动力。虽以女性角度分析主持人话语,但在两性社会中,异性之间的形象树立也将会引导彼此的观念发展。

结语:综上,女性主持人在话语形象的构建中扮演着多重角色,其话语不仅反映了个人风格和媒体形象,更折射出社会性别意识的变迁与媒体话语权力的分配。在“受访者”与“访者”的过程中,女性主持人展现一个满是光辉,以女性为主体的交流场域。从访谈类节目女性主持人看到不同女性作为传播者所展现出来的整体美及价值形象。当下女性主持人的社会影响力越来越高。对于电视行业来说,女性主持人填补了男性主持人思维的空白,带来了更加感性和更具色彩的话语形象。在社会层面上,女性主持人良好的话语形象潜移默化的引导者女性群体的向好发展和自我意识觉醒。为女性树立了较好的典型。话语形象的呈现影响着受众的思考和选择,未来主持人的发展需更具意义。

#### 参考文献:

- [1] 张庆.主持人话语形象研究[D].中国传媒大学,2017.
- [2] 王婷.完善话语形象提升传播效果——2017年度广东省电视播音主持作品评奖综述[J].中国广播电视学刊,2018,No.329(08):130-132.
- [3] 强若琳.民国明星女播音员与社会女性解放[J].青年记者,2021,No.710(18):123-124.
- [4] 万光明.《鲁豫有约》节目发展变迁及特色研究[J].新闻世界,2022,No.374(06):31-34.
- [5] 边剑.女性主持人的“看”与“被看”——媒介传播中女性主持人的角色定位[J].新闻知识,2011,No.319(01):319:37-39.
- [6] 张庆.主持人话语形象嬗变的现实基础与重构意义[J].青年记者,2018,No.590(06):63-64.
- [7] 赫伯特·马歇尔·麦克卢汉(Herbert Marshall McLuhan)著;何道宽译.理解媒介 论人的延伸[M].北京:商务印书馆,2000.
- [8] 万光明.《鲁豫有约》主持人会话开始方式的语言特色分析[J].东南传播,2019,No.175(03):127-128.

#### 作者简介:

王治平(1999)男;布依族,贵州人,研究生在读;单位:深圳大学 艺术学部;研究方向:语言传播与播音主持艺术