

# 《朋友请听好第二季》的共情传播探析

于雯瑄<sup>1</sup> 申北辰<sup>2</sup> 杨川巍<sup>3</sup> 郭万里<sup>3</sup> 于城阡<sup>3</sup>

1. 陕西理工大学 人文学院; 2. 青岛农业大学 动物科技学院; 3. 西京学院 电子信息学院

DOI: 10.12238/ems.v6i3.7064

**[摘要]** 随着媒体的不断发展, 信息与情感的沟通已经成为一个不可分割的整体。本文以近年来新兴的声音互动陪伴真人秀节目《朋友请听好第二季》为研究对象, 通过对节目中共情传播的发展概述、对观众情感的影响以及节目中存在的问题进行研究, 就其对观众情感的共情传播进行探析, 可以得出此节目打破了慢综艺的同质化创作内容, 在传播情感和缓解压力上发挥着不可替代的作用。

**[关键词]** 声音互动; 慢综艺; 共情传播; 互动; 朋友请听好第二季

## An Analysis of Empathetic Communication in Season 2 of "Friends, Listen Well"

Yu Wenxuan<sup>1</sup>, Shen Beichen<sup>2</sup>, Yang Chuanwei<sup>3</sup>, Guo Wanli<sup>3</sup>, Yu Chengqian<sup>3</sup>

1. School of Humanities, Shaanxi University of Technology

2. School of Animal Science and Technology, Qingdao Agricultural University

3. School of Electronic Information, Xijing University

**[Abstract]** With the continuous development of media, communication between information and emotions has become an inseparable whole. This article takes the emerging voice interactive reality show "Friends, Listen Well Season 2" as the research object. Through an overview of the development of empathetic communication in the program, its impact on audience emotions, and the problems existing in the program, it analyzes its empathetic communication on audience emotions. It can be concluded that this program breaks the homogenization of creative content in slow variety shows and plays an irreplaceable role in spreading emotions and relieving pressure.

**[Key words]** Voice interaction; Slow variety shows; Empathetic communication; Interaction; Friends, please listen carefully to the second season

随着现代社会工作以及生活节奏越来越快, 人们对休闲娱乐的需求也在逐渐发生着变化。快节奏使人们更加向往轻松愉悦的生活方式, 而慢综艺正是满足这一需求的一种综艺节目形式。自2017年以来, 此类电视节目需求增大, 于是“治愈系”慢综艺应运而生, 《向往的生活》和《中餐厅》等综艺节目相继播出, 至今仍受广大观众的喜爱。慢综艺在形式上突破传统综艺的框架, 采用慢节奏的叙事方式、镜头语言和制作手法, 其更注重节目内容的深度和广度, 营造出轻松温馨的氛围, 使观众在观看的过程中感受到放松和愉悦。与紧张刺激的综艺节目相比, 慢综艺通过真实感人的故事情节触动观众的情感, 观众可能会因为某个场景、某个人物的经历而产生共鸣, 得到深刻的体验和感动, 从而在情感上与节目建立更为紧密的联系。

节目与观众之间产生情感共鸣, 这种共情的现象最初源

于心理学, 强调人们通过模拟他人的情感来理解他们的行为和经历。“霍夫曼认为心理学家以两种方式定义移情: 一种是将其定义为一个人对另一个人的内心状态(思想、感受、知觉和意向)的认知觉知; 另一种是将其定义为对另一个人的替代性的情感反应。”<sup>[1]</sup>赵建国定义为“就是共同或相似情绪、情感的形成过程和传递、扩散过程”。<sup>[2]</sup>通常解释为“个体基于对另一个人情绪状态或状况的理解所做出的情感反应, 这种情感反应等同或类似于他人正在体验的感受或可能体验的感受”。

实际上, 共情传播是指通过共同的感受和体验, 将个体之间的互动扩大到群体, 形成共同或相似的情感、态度和认知, 从而强化或改变对某些问题的看法和行为的传播过程。它能够唤起人们的共鸣, 加强人与人之间的情感连接, 提升人们与社交媒体的互动与参与度, 从而达到更好的传播效果。

与传统的信息传递相比,共情传播更注重在情感层面上建立联系,使信息传递不仅仅停留在理性层面,更加深入人心。

### 一、《朋友请听好第二季》的共情传播特点

以情感共鸣、情感传递以及与社会建立联系的共情传播特点,形成节目与观众之间更深层次的沟通连接,促使观众参与并产生情感共鸣,进而加深对节目传播信息的理解和认同。

《朋友请听好第二季》是芒果TV推出的一档声音互动陪伴真人秀节目,用“声音互动+真人秀”的新兴形式,聚焦现实情感与生活难题。嘉宾在节目中分享来自全国各地的信件以及进行广播连线直播,节目致力于以声音互动传递温暖、关照社会现实。节目通过“广播小站”彰显“陪伴”,阅读观众邮寄的信件以及采用直播电台的方式连线观众,给予观众陪伴和解决问题的方法,在此过程中,参与直播的观众可以实时发送弹幕,表达自己对事件的看法。节目采用这种互动模式,引导观众共情并建立情感连接,增加观众的参与性和强烈的情感认同感。齐雅文站在受众的角度,分析该节目能够唤起受众的情感共鸣,通过电话连线直面的交流,实现了情绪上的互动,为今后慢综艺的多样性、媒体融合等方向提供新的想法。<sup>[3]</sup>

### 二、《朋友请听好第二季》的共情传播形成机制

情绪社会共享机制的运作过程如下:第一,分享对象对分享表现出明显的兴趣;第二,分享对象在倾听故事的过程中所体验到的情绪强度,受到情绪事件强度的影响;第三,分享对象所表现出来的反应行为,也受到事件所诱发的情绪强度的影响。<sup>[5]</sup> 分享对象是共情传播的核心,他们需要具备情感感知和表达能力,能够深入感受受众的情感需求和情感状态,同时将自身的情感体验转化为有效的传播内容,与受众产生情感共鸣,通过深入了解受众的需求和情感状态,以更真实、生动的方式传递信息,达到更好的传播效果。

下面本文将从主题和立意、单元和叙事、人物与情感、现场和后期、互动与反馈五个方面对《朋友请听好第二季》节目进行共情传播形成机制进行探析。

#### 1. 主题和立意

广播通过声音传递信息,是最早的电子媒介。它改变了人们的信息传递方式,不仅突破了时空的局限,而且超越了空间的限制。在当今这个移动互联网盛行的时代下,传统广播受到了挑战。《朋友请听好第二季》借此进行创新,融入真人秀新型的电视节目形式,创新出声音互动陪伴真人秀,“广播电台+真人秀”的新形式让广播电台重新活跃于人们的视野中。节目旨在通过展现声音互动来为全中国听众解忧的全过程,该季的主题为“发现美好,分享美好”。《朋友请听好第二季》除了延续了上一季的温情基调外,在节目形式上也做

了升级,这一季相比于“倾听”,更多地关注“发现”和“分享”,节目通过一个个温暖轻松的小故事串联起了治愈的情感力量,使观众产生共鸣。例如在看穿打工女孩的窘迫,默默按下计价表的出租车司机;亦或是担心独居女孩安全隐患,贴心在门口摆上一双男士皮鞋的邻居老人……

节目给观众们了一个温暖的陪伴,让人们更好地面对生活中的挑战和困难,也让人们更加深刻地理解生活的意义和价值。

#### 2. 单元和叙事

节目单元是构成综艺节目的基本要素,多个节目单元构成一档综艺节目,这些单元既相互独立,又相互关联。《朋友请听好第二季》共分为四个单元:“嘉宾日常生活”单元、“声音信箱”单元、“广播剧”单元、“声音直播”单元。

在“嘉宾日常生活”单元中,嘉宾通过分享自己的日常生活和兴趣爱好,比如烹饪、阅读、运动等。节目将生活化的场景放大化处理,为老友磨一杯咖啡、做一碗“韩式牛肉面”、来一场2V2的乒乓球对打等活动,将简单又温馨的生活印记投射在特定的场景之中,让观众在进行社会交往时更有代入感。<sup>[7]</sup>在“广播剧”单元中,嘉宾们会在这个单元中出演广播剧,增加节目的趣味性和互动性。嘉宾们重现《流星花园》经典场景;ASMR“吃播”中,白菜汤、海藻、干脆面发出了“嘎吱嘎吱”的声响;一首《慢慢喜欢你》的合唱满含对美好爱情的祝福。互联网使声音可以到达无线电波无法到达的地方。在“声音信箱”单元中,嘉宾们阅读观众寄来的信件,对他们所经历的事件进行讨论,给予初步建议,在随后的“声音直播”单元中与寄件人进行直播连线,让观众进一步通过声音来回忆和分享自己的故事,增加节目的情感共鸣。

节目从做饭,到聊天,到抚摸猫,再到阅读信件进行电台的直播,每一个环节都娓娓道来,慢中有序的进行着,一步一步的提供情感慰藉,唤起受众的共情,建立情感互信。

#### 3. 人物与情感

节目没有设置固定的主持人,只有常驻嘉宾(何炅、谢娜、井柏然、董子健)和作为飞行嘉宾的助播们。何炅作为“广播小站”站长,具备出色的控场和领导能力,使得直播能够有条不紊的进行着。谢娜以知心大姐的形象所展现,用幽默、亲和力和温情给观众带来了许多欢乐和轻松的氛围。井柏然和董子健则展现着现今年轻人的思想与活力,给予观众真诚的安慰和支持。嘉宾之间互补、融合、碰撞,给予观众多元的观点。没有主持人的介入引导环节,使得节目更加自然流畅,观众能够置身于节目中与嘉宾们一起互动游戏,在直播中相互交心,借用声音交流拉近彼此的距离,让观众

更有参与感、融入感。

嘉宾们在节目中都展现着很强的共情能力,在电台的直播连线中展现出积极的倾听态度,通过注意观众的观点、问题和反馈,建立起与他们的紧密联系,继而会对连线观众所讲述的事件抒发自己的情感,表达对观众意见的认同、理解和共鸣。连线时的语言表达和对听到事件时嘉宾的非语言沟通,包括肢体语言、面部表情和声音语调等,都传递着情感,营造着沉浸式的氛围,带动着观众的情绪。

#### 4. 现场和后期

现场的策划分为现场场景和舞美的策划和现场机位的策划。

社会心理学认为,行为是由内在动力和外在环境因素共同作用而引起的对外界因素的反应。人们对空间的最初感觉是由视觉感知产生的,视觉上感觉的舒服与否将直接影响人的心理情感。<sup>[4]</sup> 节目中外部场景的设计迎合人的行为和对空间的感觉,以治愈温暖为主题,一间小院,绿植充盈,还有运动休闲之地。对室内环境的营造也以温馨舒适为主,色调以暖色系为主,营造出温暖、亲切的氛围,原木系列家具和装饰也彰显着简约、舒适。通过摆放艺术品、绿植等元素,增加室内的艺术气息,同时,墙面上也挂满了与节目主题相关的照片、海报等。节目中设置的“广播小站”也配备了照明和调音台、话筒等专业的设备。节目中现场机位的设置丰富多样,确保了节目全方位、多角度的视觉呈现,也突出了节目温暖美好的场景设计,以及嘉宾与观众的互动。同时,也使得节目能够真实、朴素、简单地反映嘉宾互动,引起共鸣,传递更多正能量。

基于慢综艺的特点,节目的节奏注定是舒缓细腻的。在增强画面趣味性方面,节目在后期制作中与其他综艺无异的加入花字、插画等元素,丰富视频画面,增强娱乐性。但《朋友请听好第二季》不断地推陈出新,用标点符号为媒介,搭建了一座与观众情感的桥梁。如后期制作人员所言,“标点符号在我们阅读时起到了必不可少的隔断作用,符号是思想的延续,我们觉得在这样一档语言类节目中,它是一种很有代表性的视觉元素。”

区别于以往的节目中画面表现所表现出的简单排列组合的常规的平面式图形的花字,《朋友请听好第二季》在后期的制作中,以立体化、生动化字符诠释着节目的主旨,倾听。“人侧耳倾听能听到的最轻声音是20分贝,我们的每一个符号都在倾听着小耳朵们所说的故事”。句号在眨眼睛、逗号在奔跑等等这些灵动的符号,让画面“活”了起来,“动”了起来。节目的后期使得标点符号成为更加独立的一个节目元素,每一个标点符号都包含着一种特殊的情感,使观众更容易感受到视频画面中所表达的情感,更加拉近了节目与观众之间的距离,标点符号如同嘉宾们的神态表情一样直观、强

烈的赋予观众们情绪价值,这些细节的处理都呈现了节目创新细腻之内涵。

#### 5. 互动与反馈

节目分为广播节目、真人秀节目两个播出阶段,兼备视频和音频的双重属性。《朋友请听好第二季》不仅将读信、热线电话等传统文艺形式搬上荧幕,还在官方微信发起故事讨论,并在官方微博同步广播直播发起直播,以温馨的广播小站进行广播直播为导入,以声音媒介接听真实的观众,使广播展现在观众的眼前,传统广播节目焕发新生,让更多年轻人感受到广播节目的魅力。听与说的互动交流打破单向传递信息的框架,创造出更具互动性和情感共鸣的广播体验。

且节目在直播时会开设聊天框,参与直播的观众们都可以实时发送弹幕,发表自己的感想,交流情感,使观众获得认同与共鸣,感受到更为多元化的视角与更为开阔的讨论空间。在大学生石头偶然发现父亲失业的“秘密”,会在上班期间照常出门后坐在公园里发呆的事件中,嘉宾谢娜给出的建议是看破不说破,可以在父亲每天出门时给予父亲一句暖心的话:今天天冷多穿些衣服,来默默表达自己对父亲的爱。在弹幕群中有观众写到:爸爸是英雄,但英雄也会老。我要给我爸打个电话听听他的声音……在传递信息的同时,表达自己听到故事后的主观情绪。

同时节目还设置了线下互动环节,邀请线上的观众到线下来和嘉宾们一起接听电话,给予自己对听到的故事的建议。节目中每个人都观点都各不相同,有赞同也有反驳,大家都置身参与到节目中来,交流着自己最真实的情感。

在节目播出之后,节目的官方微博账号会发布节目的最新动态、预告和幕后故事,与粉丝进行互动。粉丝可以在评论区留言,或是带话题发布微博,与节目组进行直接交流。粉丝们通过微博举办的取团名大赛为由何炅、谢娜、井柏然、董子健组成的主播团取名,最终获得“春夏秋冬”的团名,口号为四季予你,伴你春夏秋冬。节目组也经常在微博中发布送福利活动,增强了粉丝的参与感和粘性。

### 三、《朋友请听好第二季》在共情传播存在问题

《朋友请听好第二季》作为创新型声音互动陪伴真人秀节目,不仅为观众提供了一种参与式娱乐体验,同时也成为了情感共鸣和社交互动的平台。然而,节目在共情传播中仍存在各单元时长分布不均、情感易表达过度以及过度依赖明星效应等问题。

#### 1. 各单元时长分布不均

节目共有四个单元,各单元时长分布不均会导致节目节奏不紧凑或者某些环节过于冗长,从而影响节目的整体效果,降低观众的观看体验。节目在展示嘉宾们的日常生活的单元时长占比较多,嘉宾们共同做饭吃饭占比略长,而相较于节

目的宗旨通过声音的力量, 为观众提供一个倾诉和分享的平台, 传递温暖和正能量较为相悖。

### 2. 情感易表达过度

慢综艺节目往往强调对主题的深度挖掘和真实展现, 但有时候这种深度挖掘可能导致过度浓缩、过于刻意的情感渲染。观众对于过度强调的情感很容易产生审美疲劳, 陷入“情感过剩”的境地, 导致共情效果的适得其反。节目要对来稿的信件内容以及弹幕进行过滤筛选, 选择出能传递正能量的各种声音。

### 3. 过度依赖明星效应

明星嘉宾的参与虽然能够吸引大量粉丝关注, 但也限制了节目的受众范围。同时在倾听给予观众建议环节, 明星嘉宾因没有职场经验, 没有感同身受的经历, 从而无法为观众正确的彻底的排忧解难。

## 四、《朋友请听好第二季》在共情传播中的建议

为了提高节目的质量和受众满意度解决以上出现的问题, 节目需要从合理设置节目中各单元时长, 平衡明星嘉宾和普通人以及专家学者的比例, 建立合理的价值观导向, 积极正确的引导观众。通过这些改进措施, 节目将更加贴近观众的需求和口味, 提高节目的质量和受众满意度。

### 1. 合理设置各单元时长, 增强互动感

作为观众的我们更偏向于去观看有关广播直播的部分内容, 也是在此时我们能够参与到节目中来。因此节目需要合理安排各环节的时长, 增加各式各样的活动形式, 增强与观众的互动感。

### 2. 注重节目尺度, 建立价值观导向

专家指出, “真人秀节目的假定情境与规则, 使得所建构的协商对话也体现公共性特征。这种对话不能只是个人情感的宣泄, 而应体现对社会情感和价值走向的引导。”<sup>[6]</sup> 节目在筛选观众分享的故事和发表的弹幕言论时, 要注意其严谨性, 要着重关注普通人情感需求的挖掘和共情表达的强化。虽然真人秀节目主打真实、幽默轻松, 使得观众能产生共鸣, 但应进行选择减少观众的猎奇心理, 需建立好的价值观导向。节目应始终坚持以人为本的理念, 以观众的情感需求为导向, 不断优化内容制作和传播方式, 打造更加贴近观众内心的优质节目。

### 3. 引入专业意见, 正确引导观众

在节目中各个嘉宾对事件的建议各不相同, 在上述到石头发现自己父亲失业的秘密, 谢娜给出看破不说破的观点, 而飞行嘉宾言承旭给出和父亲一起面对也许更有力量观点。节目目前的嘉宾设置缺少专业人士的专业观点表达, 不仅需要大众的观点, 专业的情感专家或心理学专家的角色建议也尤为重要, 让求助的观众能听到专业的见解, 由迷茫转

变为被理解。

节目也可以更多的关注社会热点话题, 引导观众们和专业嘉宾们一起思考和讨论, 提升节目的深度和广度, 满足不同观众的需求, 让观众更加深入地感受到节目所传递的情感。

综上所述, 《朋友请听好第二季》是我国首档原创声音互动陪伴真人秀, 它的成功得益于其独特的节目设置、互动方式和话题选择, 更是以广播小站的形式和媒介融合进行了全方位的创新, 节目通过深入探讨热门话题和观众关心的问题, 在每一个故事里都能找到一个能够引发人们思考和共鸣的切入点, 用多种互动方式让观众参与其中, 引发观众的情感共鸣, 将观众变成节目的参与者, 并传递了积极向上的文化价值观和社会正能量。“广播电台+真人秀”的创新, 为国内综艺的融合形式发展提供了新的思路。综艺节目应努力突破流量和收视率的束缚, 倡导健康文化风尚, 摒弃畸形审美倾向, 将社会主义核心价值观内嵌于节目内容的构建中, 在创新节目传播形式的同时, 注重加强对受众价值观的引导, 向社会传递正向价值观, 发挥媒体肩负的教育功能, 实现社会效益和经济效益双赢。<sup>[8]</sup>

## 【参考文献】

- [1] 吴飞. 共情传播的理论基础与实践路径探索[J]. 新闻与传播研究, 2019, 26(05): 59-76+127.
- [2] 朱梁艳, 王鹏宇, 姜莹, 张译丹. 共情传播视域下文化类动画电影创新表达研究——以《长安三万里》为例[J]. 中国传媒科技, 2023, (11): 123-126. DOI: 10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.11.025
- [3] 刘文静. 传播仪式观视域下治愈系慢综艺的传播研究——以《朋友请听好》为例[J]. 新媒体研究, 2022, 8(13): 101-104. DOI: 10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2022.13.006
- [4] 陈祥谦, 张煌. “治愈系”慢综艺之治愈情境的营造及其启示——以《朋友请听好》为例[J]. 声屏世界, 2023, (04): 65-68+75.
- [5] 焦以璇, 王靖雨, 荆昭延. 情绪传播视域下文化类综艺表达创新研究[J]. 新闻战线, 2023, (08): 72-74.
- [6] 王少贵, 肖辉馨. 慢综艺的“反差”叙事构建研究——以原创首档声音互动陪伴真人秀《朋友请听好》为例[J]. 东南传播, 2021, (04): 136-137. DOI: 10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2021.04.038
- [7] 杨辛悦. 5W理论视域下慢综艺《朋友请听好》的传播策略探析[J]. 视听, 2022, (07): 98-100. DOI: 10.19395/j.cnki.1674-246x.2022.07.025
- [8] 陈晔. 网络综艺节目如何发挥正向社会影响力——以《明星大侦探》和《朋友请听好》为例[J]. 视听, 2022, (04): 90-92. DOI: 10.19395/j.cnki.1674-246x.2022.04.049