中美“好声音”叙事伦理比较研究

胡蓓蓓 著

浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

需要全本请访问 www.ertongbook.com

胡蓓蓓

女，传播学博士，现为浙江传媒学院播音主持艺术学院专业教师，曾主持或参与省部级课题5项，曾在《国际新闻界》《现代传播》《中国广播电视学刊》等核心期刊发表学术论文十余篇。

2015 年度浙江省传播与文化产业研究中心省社科规划课题“中外媒体传播优化比较研究——聚焦中美‘好声音’叙事伦理”(项目编号 15JDCB02YB)研究成果

中美“好声音”叙事伦理比较研究

胡蓓蓓 著

浙江工商大学出版社 ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS | 杭州

图书在版编目(CIP)数据

中美“好声音”叙事伦理比较研究 / 胡蓓蓓著. —
杭州：浙江工商大学出版社，2019.12
ISBN 978-7-5178-2793-1

Ⅰ. ①中… Ⅱ. ①胡… Ⅲ. ①传播学－叙述学－伦理学－对比研究－中国、美国 Ⅳ. ①G206②I045③B82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 129226 号

中美“好声音”叙事伦理比较研究

ZHONGMEI “HAOSHENGYIN” XUSHI LUNLI BIJIAO YANJIU

胡蓓蓓 著

责任编辑 吴岳婷
责任校对 郑梅珍
封面设计 林朦朦
责任印制 包建辉
出版发行 浙江工商大学出版社
（杭州市教工路 149 号 邮政编码 310012）
（E-mail:zjgsupress@163.com）
（网址:http://www.zjgsupress.com）
电话:0571-88823703,88831806(传真)
排 版 杭州朝曦图文设计有限公司
印 刷 杭州五象印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 13.25
字 数 164 千
版 印 次 2019 年 12 月第 1 版 2019 年 12 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5178-2793-1
定 价 38.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换
浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88904970

目　录

引　言…… 1

第一节　研究源起与意义…… 2

第二节　研究方法及结构 …… 10

第三节　文献综述 …… 19

第一章　中美“好声音”文本阐释的背景 …… 47

第一节　理论框架背景相关 …… 48

第二节　叙事伦理视野中的“好声音”文本 …… 61

第三节　“好声音”文本阐释的维度选择 …… 70

第二章　中美“好声音”的审美意涵与内容分析 …… 80

第一节　“好声音”的审美价值及其表现 …… 81

第二节　国内纸媒对“好声音”的报道视角分析 …… 91

第三节　中美“好声音”微博话题点比较分析…… 102

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第三章　中美“好声音”故事伦理比较分析…… 115

第一节　主要研究方法的设计与选择…… 116
第二节　故事类型与故事伦理…… 121
第三节　传播环境与价值伦理…… 129
第四节　故事的伦理韵味与内涵…… 137

第四章　中美“好声音”叙述伦理比较分析…… 145

第一节　“展示”与“被展示”…… 145
第二节　“专业”与“非专业”…… 152
第三节　音乐与形象…… 159
第四节　真实与表演真实…… 170

第五章　《中国新歌声》叙事伦理新表现…… 175

第一节　“梦想”叙事比重下降…… 179
第二节　导师对“声音”以正面肯定为主…… 181
第三节　“音乐”叙述覆盖面比较广…… 183
第四节　与形象相关描述的新表现…… 185
第五节　与情感相关描述的新表现…… 187

结　语…… 189

参考文献…… 196

引　言

从社交网络时兴的“点名游戏”开始，到广泛流行的“冰桶挑战”“侧颜挑战”和“微笑挑战”等，这类接力游戏作为一种社交链接，参与者众多，其心态也不同，接受挑战与不接受挑战都要有足够的理由，这也是媒介化社会带给我们的新体验。眼下，私人空间和公共空间的界限逐渐模糊，界限感成为困扰当代人社交的重要一环，我们到底应该如何应对泛媒介带给我们的挑战？当出现各种活动“接力”时，我们应该追随什么？我们是否应热衷被关注和展示自己？维护或拉近与他人的关系，获得确认和反馈，这是否与本能快感有关？

网络自媒体对个体的展示与电视上的真人秀展示有较大不同。网络上的“秀”更多的是为了满足社交需求并获得认可，而电视上的“秀”一定程度上目的性更强、目标更明确。电视屏幕上各式各样形式不一的真人秀节目，带着对收视率的期待，在各种真人秀制作“宝典”的护航下，已经成为当代电视中重要且独特的景观，拥有了广泛的参与和关注。真人秀节目会将我们的社会、我们的价值观带往什么方向，这是值得我们思考的。

媒介文化已经把文化传播凝聚成一个动力学的过程，将每一个人都裹挟其中。生活在媒介文化所制造的仪式和景观之中，我们必须“学

会生存”[①]。文化与传播密不可分，媒介“秀”的意蕴随着泛媒介的普及而渐趋丰富，也随着媒介技术和传播手段的不断扩展，日渐进入日常生活领域，对日常生活产生不可忽略的影响，被媒介景观裹挟着的日常生活精彩又虚无，媒介“秀”体现了一种主我的探寻和突破。“我们生活在一个外表真实的表象文化里”[②]，事实上确实如此吗？

欧文·戈夫曼认为：“个体的表达（因而连同他给人造成印象的能力）看来包括两种根本不同的符号活动：他给予（gives）的表达和他流露出来（gives off）的表达。”[③]正是对后者的研究引出了剧场理论，表演者和角色的自我是不同的。而媒介“秀”的提出，把“秀”这一常见的有别于表演的媒介符码放大，对“秀”的传播主体的认知、对“秀”的种类和方式的理解，体现出多重意味的文化范式，导致出现了多样的伦理问题，如电视真人秀节目中出现的语言“攻击”“揭短”“暴力”“爆料”等行为、故事设计中所谓“家丑”“出轨”“叛逆”“犯罪”等叙事，特别是对“真实”情境和“秀”关系的理解、对“秀”场中隐私界限的理解，还有网络空间的里各种“秀”，都有待深入的发现和研究，以更好地叙事并且避免出现伦理困境。

第一节　研究源起与意义

本选题的研究不仅源于在日常生活中的感触，更是对媒介现象的再认识和对媒介文化的再思考。基于对媒介生态的关注，笔者发现媒介真

---

① ［加］马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介》，何道宽译，商务印书馆 2000 年版，第 426 页。

② Roger Silverstone：*Why Study the Media*？New York：SAGE Publications Ltd，1990。

③ ［美］欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社 2008 年版，第 2 页。

人秀、脱口秀节目在电视节目中占比越来越大，对整个电视行业乃至相关产业的影响尤为明显。在全新的媒介时代，电视不再高深莫测和遥不可及，新的媒介手段和传播渠道不断涌现。对大多数人来说，接近媒介、走进媒介成为日常生活的一部分。媒介正在不断满足人们展示自我的需要、满足人们的好奇心，在人们感兴趣的或是关心的领域不断开拓。

眼下人们在选秀节目中尽情地释放自我，在婚恋交友类节目中展示形象、性格与情感需求，在网络空间如微博、微信、抖音、快手等社交媒体中“秀”出自己的喜好、语言模式和生活方式等，因此，我们需要通过深入了解媒介“秀”现象来更好地理解媒介对个体和大众的意义。大众媒介中的真人秀节目，凭借不同的叙事模式（故事性、话题性、游戏性），如从名人到素人、从颜值到个性、从竞技到生活、从才艺到情感，大多收视不错，满足了受众的情感需求、社交需要，以及一定的求知欲、窥私欲和猎奇心理；还有西方媒介中相对成熟的节目形式脱口秀，作为独特的文化景观和观察社会的窗口，在我国业已逐步兴起。

从什么角度、以什么方式来解读媒介“秀”并理解这一全新的媒介现象是本书的着力点。在这一富有特定意义的场域中，电视建构了社会互动模式、提供了相应的社会知识参照体系，互联网工具则沟通了生活实践，微博、微信等社交媒体改变了传播的形态，对大众日常生活也影响深远。传统媒介与新兴媒介中喧闹的“秀”声音和闹腾的“秀”景观（大事件），引发了笔者对社会“秀”现象和“秀”心理的关注。主动还是被动，真实还是虚构，不经意被发现还是炒作等，不同的“秀”可能会有不同的原因和诉求，但媒介“秀”现象正在更大范围内以更快速度发展已毋庸置疑，由此引发的关于其叙事和伦理相关问题的讨论业已有很多学界与业界的声音。

在这么多“秀”中，电视真人秀是独特且重要的存在，它是变化的故事

脚本的一部分，是一个在发展中的、能获得真实观看体验的新电视节目品种，它通常假定观众不能在通俗事实电视节目提供的幻想与真实之间加以区别。① 真人秀节目曾被评价为“愚蠢的”“低能的”和“肤浅的”，并被认为它在生活中鼓励“道德和智力上的贫困”，一定程度上迎合了普通人的探索欲和猎奇心理，令人获得偷窥的快感，产生“生活在别处”的情感体验，如何解读“精心编制的真实”越来越考验着人们的智慧，其对人们心智模式的影响也值得重视。

那么，真人秀节目真是如此吗？带着这个疑问，笔者把研究聚焦于对中美“好声音”叙事伦理的比较，并提出一个研究的基本假设：真人秀节目中的伦理价值可以通过更好的更真诚的叙事来呈现。评判高水平电视节目的三条标准是多样性、可用的故事以及“真实讲述的道德标准”，同时，观众也会应用其他标准来判断节目质量，比如“人物塑造”和“故事讲述”等，但截至目前，“真实讲述的道德标准”是用来判断通俗事实节目最普遍的一种标准。② 从这一层面来理解，选取中美“好声音”作为样本分析，一来因为它是近年来风靡全球的现象级节目；二来因为它的节目类型和节目伦理相对来说是比较高位的，对聚焦叙事伦理的分析有帮助。

一、研究问题

真人秀节目通过个人或群体故事叙述构建影像的紧张关系，引起广泛的娱乐必要性的讨论和公众的争论，对故事真实和虚构的情感介入，特别是人物形象和叙述都被聚焦在娱乐上的形式，使得真人秀节目从创始之初就褒贬不一。我们发现国内外选秀热还在持续升温，连向来以正统

① 相关观点，可参见[英]安奈特·希尔：《流行真人秀：真实电视节目受众的定性与定量研究》，赵彦华译，中国国际广播出版社 2008 年版。

② 同上。

形象示人的央视也加入了对选秀节目的热推行列。以往的研究主要聚焦于对选秀文化的理解、批判与反思，随着选秀类节目的遍地开花，国家广播电视总局相继出台了一系列管理措施和细则，对选秀类电视节目进行限制，旨在抵制低俗之风，由此，节目的元素越来越多元，叙事结构线索更为复杂，故事性、话题性的表现形式更趋多样。

“好声音”在全球的成功，说明其是一个典型的成功的真人秀节目范本，不管是从收视率和影响力方面来看，还是从实际的节目内容产制来看，其在综艺节目中都有一定代表性，受众也比较认可这种节目类型。那么该节目为什么比较受欢迎？它的传播效果如何？会对受众产生什么样的影响？由这个节目产生的引起广泛关注的大事件，它们的叙事模式是怎么样的？产生了哪些伦理问题？考虑分析研究的针对性，本研究在主要进行叙事伦理分析的大前提下，聚焦中美“好声音”节目本身，将其引发的有重大影响力的事件或引起广泛讨论的话题作为探讨范畴。

对于中美“好声音”来说，其不仅通过传统的电视媒介让观众来选择观看，在新兴的网络和手机中的社交媒体进行的二次传播也是非常广泛的。在究竟是公有领域还是私人领域还很难界定的社交媒体中，对事件进行及时反馈和传播已经成为人们日常生活的一部分，这背后反映的是主我的焦虑还是呈现的快感，是被媒介工具所奴役的无意识行为还是情绪的释放，是群体认同还是关系依赖，是媒介技术进步带来的便利还是迷失等，都是值得探讨的话题。

“好声音”中的“秀”作为特定的符码，其“秀”场是否模糊了媒介景观和现实的区别；高度的参与、场景的模式化叙述、瞬间的互动和体感，推高人们对自我的预期的同时，不同传播主体呈现出来的对“是非对错”的理解和表达，受众的解码以及涵化作用的研究等方面也有很多值得挖掘的地方。居伊·德波提出，“景观社会”形成于资本主义发展到一定的阶段，

需要全本请访问 www.ertongbook.com

炫耀性消费日渐成为维持社会经济再生产的核心动力；让·鲍德里亚宣称，真正的文化是“充满神秘、诱惑、独创和象征性的交换”。从这个意义上说，媒介真人秀更倾向于充满阐述、表达、参与的张力，类似于“媒介方面独特的事件的传递，使人产生一种短暂感和肤浅感”①，但又不乏时间和空间的感知，那么中美“好声音”做得如何，值得我们深入研究。

媒介生态和信息生产方式不断变化，传播路径也日益呈现出新的特点，传播环境的多义性和语境的复杂化，使受众已然不再是单纯的信息接收者、意义的参与者和共享者。在媒介化社会，媒介无处不在，人们感知和使用媒介的方式越来越多元，绝大多数受众拥有了私人化的传播工具，在各种新媒体和社交媒体扮演着双向互动的集传播者和受传者于一身的角色，成为文化场域中的意义生产、传播和接收的共同体。“我们生活在一个转型社会，而文化的观念常常被认同为过渡所包含的某种或某几种势力。”②媒介发展所呈现的文化意蕴对反馈社会现状和发展方向有一定的参照作用。

本书首先研究了中美“好声音”在媒介化社会中的表现、内涵和位置及兴起的原因；中美“好声音”是如何传播并发挥影响力；其兴起背后的社会心理和具体情境如何；其意义诠释与交换的过程是怎样的；与日常生活关系如何；会对受众产生怎样的影响；受众又是如何看待这一现象的。通过呈现“好声音”传播中具有景观意味的事件或现象来进行叙事伦理分析，寻找其叙事中的伦理意味，探询“好声音”的价值体系及其悖论，从中发现具有与叙事伦理相关的问题，并进行相关研究和解答。

---

① ［英］尼克·史蒂文森：《认识媒介文化：社会理论与大众传播》，王文斌译，商务印书馆 2013 年版，第 272 页。

② ［英］雷蒙·威廉斯：《文化与社会》，高晓玲译，吉林出版集团有限责任公司 2011 年版，第 332 页。

结合约翰·菲斯克关于意义的流通的思考，除了“好声音”作为节目主体的完整的结构文本之外，我们还可以研究“好声音”三个层面的文本特性，同时再弄清楚它们彼此之间的具体联系。第一个层面，随着“好声音”节目的播出，出现了一系列文化形式如比赛现场、演唱会、代言广告、电影、书籍、光盘等，营造出媒介事件的意味；第二个层面，在各类报纸期刊、各种电视广播娱乐节目、网络娱乐视频和社交媒体、网上论坛中，有各种各样关于“好声音”的讨论，这些讨论和评述有助于我们进一步理解“好声音”引发的媒介现象；第三个层面为“好声音”如何介入我们的日常生活并产生什么影响。

“好声音”作为一个文本实践，它是一个开放的复杂文本，民众如何从中享受快乐、感受温度，一来有赖于受众的审美情趣、消费品位；二来有赖于受众参与后产生的社会认知和社会需要。运用叙事伦理来分析“好声音”的传播变迁，可以更深层次地了解、更理性地看待媒介文化和媒介运作，拓展理解媒介文化的方式和视角，以便更好地应对渐趋复杂的生活方式和生活实践。

中美“好声音”的叙事伦理研究，重点在“好声音”的叙事主体是如何运用叙事技巧来讲述故事的，这些过程呈现出哪些伦理意蕴，我们应该如何进行伦理判断、伦理价值的讨论并建构伦理理想；探讨节目叙事的内部规律如何，对故事的叙述是基于社会文化的编码还是有既定的社会文化语境；它的叙事想象、叙事策略和叙述方式重构了审美时空，形成新的叙事文本，与社会的关系如何，与叙事者所在的现实语境关系如何，产生哪些伦理讨论，对被叙述者来说意味着什么，这些都是本书要探讨的问题。

综合来看，本选题的研究问题主要聚焦在以下几个方面。

(1)我们应该如何对“好声音”这样的真人秀节目进行伦理判断、伦理价值的讨论并建构伦理理想？

(2)“好声音”的传播过程中,有哪些正面声音和负面声音?

(3)通过对中美“好声音”故事伦理进行比较分析,会有哪些研究发现?

(4)通过对中美“好声音”叙述伦理进行比较分析,会有哪些研究发现?

(5)真人秀节目的内容优化可以从哪些方面着手?

二、研究意义

在对叙事伦理的分析研究中保持对日常生活的关注,在以往的研究中还是较少出现的。之所以进行这样的研究视角的设计,主要是因为叙事与传播是紧密相连的,不管是对叙事结构还是叙事框架进行分析,都能更好地探究事件的本质、了解伦理问题产生的根源;而媒介文化融于日常生活之中,“人的历史上不曾有过日常生活完全不受艺术影响的时代,艺术总是起到某种作用。当然,这在相当大程度上取决于哪一艺术分支进入人们的日常生活,正如在相当大程度上取决于这些艺术品的质量一样”①。在一个媒介的影响无处不在的社会,媒介“秀”景观对日常生活的影响及其意义是值得探讨的。

研究主要聚焦中美“好声音”的比较研究,分析归纳不同的文本、不同的叙事呈现出的伦理经纬;对真人秀节目呈现出来的叙事伦理问题做细化量化分析,了解作为一档现象级的电视娱乐节目产品,其叙事背后蕴含着什么样的意义,对社会和个人而言会产生哪些影响;艺术文本的现代性自律和他律有什么要求;对真人秀文本叙事与伦理之间的关系、问题等进行梳理,探索更为有价值的发现。

(1)从理论价值来看,本选题的研究源于日常生活中的感触,是对

① [匈]阿格妮丝·赫勒:《日常生活》,衣俊卿译,黑龙江大学出版社 2010 年版,第 53 页。

媒介现象的再认识和媒介文化的再思考。基于对媒介生态的关注，笔者发现媒介真人秀节目在电视中占比越来越大，对整个电视行业乃至相关产业以及日常生活的影响尤为明显。本书对真人秀的传播内容进行学理上的梳理，有助于构建真人秀研究的全新理论视角，具有一定的学术价值；叙事伦理一定程度上契合时代的特质，用叙事伦理的思维方法和理论传统来梳理媒介现象，可以较好地回应人文价值重新出发的需求。

(2)从实践价值来看，真人秀节目的质量参差不齐，叙事伦理问题比较突出，内容有待优化，有必要对其传播内容进行叙事伦理学方面的系统梳理。叙事与传播是紧密相连的，通过选择有代表性的中美两国现象级真人秀节目进行叙事伦理的细化及量化比较研究，以叙事结构和框架的分析来更好地探究事件的本质，能了解伦理问题产生的根源。通过分析归纳不同的文本，得到不同的叙事呈现出的伦理经纬，从而为研究提供基本秩序和方向感。同时，能对真人秀的传播在内容优化方面提供数据和信息支持，在内容优化的应用方面有一定实践价值。

(3)综合来看，只有理解了节目影响力和价值的根源，才能更好地为内容的优化服务，进而思考和推动节目效果进一步优化。对媒介真人秀的研究，有助于了解媒介文化和电视节目的现代转向，对理解电视节目的意义生产、受众参与媒介的互动有较强的理论价值，对媒介生产消费具有一定的指导意义，对政策的制订有一定的辅助作用。

本书通过将叙事理论与传播效果结合思考，了解在全新的媒介社会中娱乐真人秀节目的价值走向，探讨节目故事、叙事背后的智慧，分析不同的文化背景所呈现的节目样态对受众的影响，研究伦理关怀产生的影响力，并通过解析受众关注的话题点来更深层次地理解文本的复杂意味；用全新的叙事伦理的视角来观看电视节目艺术，理解真实和虚构之间建

立起来的叙事空间，展示艺术的魅力和表现力，同时也反思艺术作品在日常生活中的位置，表达对现实的道德关切和感受媒介伦理的力量。

第二节　研究方法及结构

一、研究方法

本研究总体上说属于个案研究的范畴。个案研究虽然面临诸多批评和争议，但作为社会科学研究的传统方法和重要方法之一，也受到绝大多数学者的肯定。如陈涛在《个案研究“代表性”的方法论考辨》一文中论证了个案研究无须纠结“代表性”的问题，并认为个案研究所从属的人文主义方法论决定了其并没有代表性的属性，但实证主义的强势以及政府决策部门的需求，导致了对个案研究代表性的刻意追求。个案研究对于丰富人类的认知和理解具有重要价值。“衡量个案研究的价值，并不在于要以个案来寻求对于社会之代表性和普遍性的理解，而是要以个案来展示影响一定社会内部之运动变化的因素、张力、机制与逻辑，通过偶然性的揭示来展示被科学实证化研究所轻易遮蔽和排除掉的随机性对事件过程的影响案例”。通过个案展现、揭示和解释事件中的社会逻辑与机制是个案研究的长处，也是获得“深入理解”的重要路径。

类型比较法是对个案研究的补充，中美“好声音”的叙事伦理比较研究涉及叙事学、传播伦理学、媒介环境学和媒介文化等多个学科领域，以叙事伦理学为基本理论框架，以传播伦理学和媒介环境学为重要的理论参照，以文化研究为理论补充，以文本和意义比较为总的方向性框架，以叙事研究和伦理研究为基础来展开。从目前的研究来看，在中美“好声音”的叙事伦理领域尚无有影响力的学术成果，而针对“好声音”的叙事和

伦理的研究有一些基础性的描述性研究，在电视真人秀叙事领域和伦理领域也散见学术性文章，综合的成体系的理论还有待提炼和挖掘。

为此，本书综合运用传播学、社会学和心理学等方法，研究媒介“秀”的景观意涵、叙事变迁和伦理问题三方的互动关系，关注传播的复杂过程和意义生产，解析媒介技术进步的原因，了解传媒变迁和舆论环境，探讨文化传播所产生的效果；通过文献资料和文本调查分析，了解中美“好声音”节目的传播现状，分析传播中受众感兴趣的话题点，并解释为什么；通过叙事伦理的分析了解中美“好声音”对受众的影响，并对相关理论研究与实践探索经验进行系统梳理，总结已有的研究成果，分析存在的不足；在此基础上提出研究问题，并围绕研究问题确定理论框架和研究方法。

叙事和语言是社会所共有的两个主要的文化过程，它们“像生活本身一样，是一种存在”①。在文化研究的大前提下，本书结合叙事伦理分析，构建文化比较和制度比较作为本研究的主要框架，通过对叙事伦理相关理论的梳理和解释，找到适用于本研究的理论基点。本书围绕概念框架和理论预设提出具体的研究问题，通过对“好声音”传播价值的梳理，对媒介“秀”及其现象进行中外对比，了解媒介“秀”的传播主体和客体价值及其共有的发展规律研究，提炼出“好声音”节目发展过程中的制约因素及瓶颈，重点研究其叙事在空间和时间上的历史变迁，阐述叙事中出现的伦理问题，探讨相关部门如何对媒介“秀”进行有效的传播管理。

围绕具体问题，通过相关理论进行解释性分析，运用定性和定量相结合的方法来进行阐释分析，采用内容分析法、参与式观察、深度访谈、焦点小组访谈、问卷调查等不同方式了解研究“好声音”中的故事伦理和叙述

① ［英］约翰·菲斯克：《电视文化》，祁阿红、张鲲译，商务印书馆 2010 年版，第 185 页。

需要全本请访问 www.ertongbook.com