

内容为王 播客引领 数字化发展 ——美国国家公共广播的媒介融合路径探究

■文/何 婧

在技术发展和文化发展的推动下,电影、电视等传统媒体正在经历着跨越式的发展,广播也同样迎接着突如其来的变革,一种新的传播载体——播客诞生并日趋成熟。由于拥有轻松且个性十足的风格和极富创造力的音频制作,播客吸引着数以百万计的听众,并形成高度依赖,进而推动播客市场成为一项全球产业。具有近50年历史的美国国家公共电台是一家全球性新闻机构,主要致力于广播音频产品的生产,在以声音为传播媒介与传播符号的新闻生产方面可谓经验颇丰。美国国家公共电台结合自身优势,不断创新,充分运用播客这一全新的媒介形态,创新数字时代音频传播方式,以此撬动更多社会传播资源,实现多元化发展,并将它的影响力与渗透力延伸到了更为广泛的受众群体。

一、内容为王： 夯实传播品牌基础

生产精品节目并能够持续产品化是广播电台应对当前激烈竞争环境的策略之一。美国国家公共电台的传播媒介虽然发生了巨变,从之前的以广播传播为主转向到今天的以播客为主,但其新闻传播的内核从未改变,依然坚持客观、真实的新闻报道原则,实时报道新闻事件,挖掘新闻背后的真相。多年来,该平台坚持内容为王,用准确生动的新闻事实,讲述生动有趣、寓意深刻、富含哲理的故事,持续推进有深度的新闻产品创作,带领观众了解社会热点,关注个人、社会、国家发展变化,进一步巩固多年积淀的“声音传播”品牌。

1.专业团队,客观报道
融媒体时代,各种信息泛滥成灾,导致大众对新闻、信息咨询越发挑剔,也对各媒体平台的内容生产、内容创新提出了新的标准。传统媒体必须立足自身实际,遵循新闻报道本质规律,强化传播特色,形成鲜明而独特的传播优势,以优质的内容吸引用户,提高媒介品牌影响力。作为一家有着悠久历史的广播电台,美国国家公共电台坚持严谨、客观、真实的新闻理念,在内容的生产上始终坚持质量第一,品质为上,努力生产附加值高、受大众欢迎的新闻内容以及适合新媒体平台的全新媒体产品,推进媒体自身实现信息传播的迭代升级。

历经多年发展,美国国家公共电台积攒了逾千家的成员台以及多个记者站和海外分社。每个平台都有着数量庞大且经验丰富的新闻采编团队,一旦发生重大新闻事件,遍布美国乃至全球的新闻工作人员就能第一时间赶到现场,捕捉现场信息、报道新闻事件、追踪复杂话题,以保证新闻生产的时效性。例如,美国国家公共电台的主持人凯莉·麦克维斯从新闻现场中获取故事,并深入事发地采访当事人,随后进行深度报道,呈现了长篇调查性播客《嵌入》。该作品后期还将丰富的声音元素与巧妙叙事方式有机结合起来,真实、客观还原了事件原貌,给听众以逻辑清晰的报道以及心灵上的震撼。播客的真实性为人们提供了了解社会的独特机会,增加了大众对媒体的信任度,不但可以讲述追踪纪实故事,更可以伸张社会正义,增强社会透明度,建立信任,促进社会包容。

2.移动优先,挖掘数字内容
随着数字内容技术应用的不断深化,产业融合的趋势紧密,数字内容的社会价值日益凸显。在信息服务产业以服务为导向逐步扩大市场时,以用户需求为导向的产品和精

准贴心的智能化服务倒逼数字内容产业不断转型升级。美国国家公共电台把用户需求放在首位,围绕目标用户核心诉求,提供一对一的数字内容营销方案、个性化的数字内容娱乐产品,大幅度提高信息化服务水平,并为用户创造了独特又极致的体验。

美国国家公共电台作为公共媒体,所具有的品牌价值以及作为全球性新闻机构所具有的专业禀赋,为其数字内容业务的发展奠定了坚实基础。同时,其开放创新的思维与理念为创作内容新颖、形式多样的数字内容提供了源泉。美国国家公共电台将新闻采访活动与数字化的传播形式深度融合,创作了《新鲜空气》、《新闻头条》、《金钱星球》、《Ted 电台时间》等播客作品,并获得了“全美20个最受欢迎播客”的荣誉称号。

二、播客:创新传播形态

“播客”是指通过互联网下载到数字平台的音频文件,从2004年诞生以来,经过不断发展,已经跃升为当前美国最受欢迎移动式的新媒体产品。美国国家公共电台与新兴数字音频媒介坚持优势互补、资源共享,创造了一种全新的更智能更人性更科技感的音频传播形态。当前,美国国家公共电台已成为全美播客产业发展的佼佼者,听众拥有量、下载量居全美播客产业首位,其在播客的内容创作、形式创新、经营创新等方面的工作,成为其他媒体平台学习模仿的榜样。

1.创造合作共享模式
信息咨询平台为人们认识世界、了解世界、分享世界搭建了桥梁。因此,依赖手机,在“小屏”时代成长起来的年轻人不仅将传播视为“本能”,更把信息的主动分享当成一种社交手段,一种认识世界的方式,创造了一个多文化融合、多元价值并存的现代信息社会,也同步推动媒体不断提升传播力和影响力。
美国国家共同电台借助不同行业资源,打破媒体自身发展的局限性,创建合作共享模式,撬动更多的发展机会,刺激播客产业不断提升发展水平 and 经济效益。例如,美国国家共同电台将播客与教育相结合,让播客成为青少年表达自我、表现认知、表述情感的重要平台,释放更多青春能量,为青少年的成长提供更多发展空间。2018年,美国国家公共电台面向中学生推出的“挑战播客计划”,为不少地区的学生提供了用声音表达自我的机会,他们在专业人员的帮助下,以剧本代替作业,使想法通过声音媒介传递,充分展现了青少年的活力和热情,也为播客的创造提供了新鲜的血液。这一合作不仅丰富了教学形式,还撬动了教育资源,为其播客长远发展提供更多助力。

2.创造多元互动价值
在移动化、碎片化的场景中,相比其他传播方式,广播的互动性、陪伴型更强,在营造与听众之间亲密氛围的能力比任何其他交流方式都要强,而播客的发展更是促使广播将这项神奇特性发挥到了极致。播客呈现出全新的声音叙事形式,重塑了音频媒体,,为用户其提供了一种陪伴性的互动体验以及深层次、个性化的情感体验,拉近了听众之间的距离,为广播注入新的发展活力。

美国国家公共电台,改变广播讲故事的方式,以幽默、轻松、拟人化的方式讲述新闻,给听众更加生动、有趣的收听体验。例如,为了满足科学爱好者的需求,美国国家公共电台尝试创作科学类播客,其中

播客《无形的力量》将故事和科学有机融合,用心理学和脑科学知识建构了一个全新的宇宙世界,引起了大家的好奇与关注。“新故事+声音”的模式,开创了播客产业发展的新局面,诞生了很多优秀的声音纪录片和未知的世界。

美国国家公共电台的播客产品,通过展现一个个“个体”形象,以及他们每个人身上所独具的个性化、独特化的故事,呈现出当代社会的多样化与多元化,让公众切实地目睹了社会的变革与变化。新颖的播客作品吸引了听众的注意力,并触发他们思考,然后凭借自身的经验、智慧并付诸行动。互动的过程能让听者产生一种共鸣,也撬动了更多关注播客的群体和渠道,为播客的后续生产提供了更多有价值、有看点的素材。

三、数字化发展： 满足终端覆盖需求

随着互联网、5G、大数据等新技术的应用,大众传媒呈现出数字化、移动化、交互性的特征,数字内容技术与娱乐等服务功能融合、数字内容软件与各硬件深度融合,数字内容产业逐步向传统产业、新型制造业和现代服务业等领域渗透。美国国家公共电台跟随数字化发展潮流,努力拓展内容分发平台,丰富音频收听场景,最大程度实现优质传播内容的终端覆盖,满足更广泛人群的收听需求。

1.分发平台多样化
当前,国内广播媒体的大部分都开设了“两微一端”,实施统一管理,既可以防止出现导向问题,又能聚焦传播合力,凝聚传播新动能,为优质新闻内容的传播提供精准服务。
美国国家公共电台通过与其他电台平台合作,扩大数字化音频发展业务,通过平台融合、优势互补,探索出了凝聚合力、共享发展的跨平台传播模式。2018年,美国国家公共电台与纽约公共电台播客工作室、芝加哥电台和《美国生活》强强联手,联合收购Pocket Casts 应用程序,通过资源优化组合、技术升级推动播客产业实现飞速发展。目前,四家单位的联盟发展使得公共广播在音频分发领域的领导地位被进一步地巩固,同时,也让以播客为代表的音频产业有了变革式的发展。

2.数字平台智能化
数字化时代下,新科技具有传播时间迅速、周期短,影响更广泛、传播渠道宽广等特点,逐渐成为新媒体的宠儿。在数字化的持续冲击下,美国国家公共电台整合资源,开始着力打造数字平台,最大程度实现广播音频的全覆盖。近年来,美国国家公共电台借助播客,通过持续加大投入向数字化领域拓展,推动数字平台智能化发展。

伴随智能音箱在美国的迅猛发展,为美国国家公共电台在智能音箱中添加播客或者其他新闻产品创造了机会,引发了更大规模的“声音革命”。基于基数庞大的收听群体以及不断丰富的收听场景,美国国家公共电台和亚马逊、谷歌和苹果公司合作,在各自品牌的智能音箱中,进行相关设计,为用户随时随地收听创造便利条件。同时旗下的One 应用程序也着力提供一些音频节目和播客内容,并在2017年平均每月的多设备启动次数方面呈现稳步增长,极大地推动了美国国家公共电台的数字化平台的智能化建设。

(作者系广西财经学院新闻与文化传播学院讲师)

我国创业题材影视剧的美学特征

■文/张昊霖

任何时代下都不缺艰苦奋斗的创业者,以创业为题材的影视剧也是影视艺术重点创作的方向。近年来,创业题材影视剧受到了大众的关注和喜爱,究其根本在于这类影视剧不仅契合了时代主题,而且艺术特色鲜明,剧集价值深远,让大众产生深刻共鸣。

一、主题之美,叙事契合时代背景

创业题材的影视创作离不开时代背景支撑,叙事策略契合时代背景彰显创业题材影视剧的主题之美。1949年新中国成立之后到1978年改革开放之前,这一时期的国家各个领域都亟待恢复生机,于是涌现出一批为国为民的创业者,影视剧中也集中展示了当时创业者的社会处境。如由长春电影制片厂于1974年出品的电影《创业》,通过讲述大庆油田的工作者艰苦奋斗的历程反映了中国石油工业创业时期的种种不易,这于当时的经济体制紧密相连,让无数深处当时那个年代的人看到了生活向好的希望。

改革开放之后,国内经济迅速崛起的背景之下,一批批有理想有追求的时代新人踏上了创业之路,在此背景下,我国创业题材的影视剧也逐渐丰富起来,陆续出现了《南洋富翁》、《大桥下面》、《创世纪》、《大宅门》等创业题材影视剧,反映了改革开放下万众创业的新风貌。其中2001年上线的《大宅门》深刻反映了中国百年老字号“百草厅”药铺随着时代变迁、国家发展的成长与蜕变,豆瓣评分高达9.4,尽管这部剧已有20年的历史,但在如今看来仍旧是经典。

2018年正值中国改革开放40周年,国家经济水平和国人生活水平发生了质的飞跃,在中国改革开放40周年这个契机下,时代的变迁和创业的不易再一次成为了影视剧创作的重要主题,《风再起时》、《奔腾岁月》、《燃点》、《大江大河》等优秀的创业影视剧被搬上荧屏。2019年上线的《燃点》是第一部真实反映我国互联网时代创业者生存

状态的电影,罗永浩等14位主人公在创业浪潮中的沉浮也彰显了互联网、新媒体、新技术等主题。2020年上线的《大江大河》广受欢迎,参与豆瓣评分的人近20万,这部剧以小见大、立体式再现了改革开放十年时的社会风貌,是在建党百年前夕回顾创业者们在历史中的奉献精神 and 奋斗精神的一部佳作。我国每一时期的创业题材充分融如时代背景之中,淋漓尽致地展现出影视剧与时代碰撞下的主题之美。

二、人物之美,角色塑造多元多层

我国的创业题材影视剧主要包括电视剧和电影,随着创作形式的丰富,创业题材也开始以纪录片的形式展现在大众面前。但不论创业题材的内容以怎样的艺术形式呈现,作为艺术作品中的一类,创业题材影视剧需要在叙事过程中需要重点塑造影视角色,充分展现创业题材影视剧的美学中的人物之美。

角色多元化最明显的表现就是影视剧中不再将创业主体只局限于男性身上,越来越多的创业题材影视剧开始塑造女性角色。例如,1985年由董克娜导演的《相思女子客店》就塑造了一位走在改革前沿,不惧守旧派攻击的女青年张观音,让大众看到了创业先锋中女性的坚韧和毅力;再如,2016年张太维导演的《梦想合伙人》直接将镜头对准了三位性格各异的女性创业者在创业途中的困难与抉择,还有许多创业题材影视剧也不断加深对女性角色的刻画,打破了传统的性别文化对女性形象建构的束缚。

角色多层次则体现在我国的创业题材影视剧不再一味以成功人士为切入点进行角色塑造,而是重点关注创业过程中的一些小人物,以平民化视角的美学风格来强化创业题材影视剧的美学特征。如国内一些较为经典的影视剧《闯关东》、《温州两家人》、《中国合伙人》、《鸡毛飞上天》等都是站在时代大背景下,关注个人的性格和命运,而后再反衬出社会环境和人类命运,众

福建非职业演员影视演出市场现状分析

■文/雷亚明

目前在福建的影视演出市场中,“职业演员”的数量所占比重其实非常有限,首先因为虽然福建籍的职业明星演员也不少,但基本上这些演员并未在福建省内发展,也很少出演福建影视公司所出品的影片,所以对福建电影产业起到的支撑作用并不大;其次福建省专业话剧演员人数有限,而且更多是参与本职的舞台话剧表演工作,对影视演出工作的参与并不多,所以目前福建影视演出市场中的演员构成仍然是以“非职业演员”为主,其主要原因为:

一、影视艺术院校毕业生很少专 职从事演员行业

虽然福建也有不少专业影视艺术院校,例如福建师范大学传播学院的本科广播电视编导专业、福州大学至诚学院传播与艺术系影视表演专业,闽江学院听影电影学院等,但由于作为职业演员,工作跟收入并不是很稳定,其状态经常是有戏拍就有工作,没戏拍就处于待业状态。所以大部分影视专业学生毕业后更多可能会考公考研或者参加工作而不会专职从事演员影视行业,只是在业余时间兼职参与影视演出。

二、福建电影产业及影视市场不发达

福建在业内被戏称为“电影荒漠”。首先原因是因为福建缺少较大规模的影视制片公司,目前比较知名的就是参与出品、发行《战狼》、《京城81号》等影片的福建恒业有限公司。虽然有其他不少影视公司陆续成立,但这类公司由于资金或者技术的原因,大多都是以制作网络电影、微电影为主,甚至有部分影视公司只是为了拍一部网剧或网络电影而临时成立,在拍摄结束以后公司也没有再推出其他影片,所以真正参与到整个电影产业流程中的公司很少,对福建的电影产业发展支撑有限。其次由于剧本、资金、政策、技术等原因,并不是所有剧本都能过审立项,就算最终拿得

公映许可证的影片,也会有部分影片因为制片方无力承担接下来的宣发活动的资金而只能选择线上放映,所以在每年影院公映的电影中,福建影视公司出品制作的影片数量相当有限。当然也有人提出,由于福建丰厚的文化资源、人文历史与优美的地理景观,每年在福建取景的剧组数量也不少,应该会为福建电影产业有所贡献。诚然,这种情况确实会对福建当地演出市场及其他方面起到推动作用,例如通过举办演员海选活动,在造势影片的同时选取当地的群众演员甚至是有重要戏份的演员,展示福建当地的人文景观和风水人情,推动福建旅游产业等。但按照法理意义来看,要把一部影片归到什么地方的电影产业行列,主要是看影片的出品制作公司坐落何地,而并不是取决于取景地。例如《西虹市首富》虽然在福建厦门取景拍摄,但其出品方星空盛典影业(深圳)股份有限公司、北京开心麻花影业有限公司等,制作方西虹市影视、北京开心麻花娱乐文化传媒集团有限公司等,均不是福建影视公司,因此《西虹市首富》不能算作福建电影产业中的作品。

三、演员与经纪人界限模糊

福建影视演出市场中的演员以及演员经纪,并不像横店影视城那样有着系统明确的分工及类似经纪公司的机构——演员工会。虽然也有部分演员跟某些影视公司会签约所谓的演员经纪合同,但这类合同对演员并不具有拥有权和控制力,因为福建大部分演员都是有着本职工作的非职业演员,公司只是通过发布相关通告给演员,从中赚取佣金。也就是说这些演员也只在闲暇时间来决定是否参与公司安排的拍摄,这样的合同对于演员来说有着极大的自主选择性。由于没有专业经纪公司,福建影视演出市场中几乎所有演出通告,都是由一些个体经纪人在各个演绎通告群中

多小人物、小角色的形象饱满反而能够强化大众的情感体验和审美感受,很好地提升了我国创业题材影视剧的审美价值。

三、精神之美,核心价值激励人心

我国创业题材影视剧的美学特征还表现在精神之美。创业的道路是曲折艰辛的,创业者作为普通人他们有一定的格局和智慧,但同样也有不足和缺陷。但正因为影视剧中展现出的创业者是多面的、立体的,其最终呈现的核心价值才能够引起大众的思考和情感共鸣,从而起到激励人心的作用。如改革开放之前的创业题材影视剧中,总会有无私奉献和集体主义精神的普通人物做着不普通的贡献,反而更令人肃然起敬。

尽管改革开放之后创业题材影视剧角色多元化,所呈现的领域也有所不同,但其中所传递的核心价值观和正能量仍然能够给现实生活中的大众振奋人心的感受。在如今信息多元化的社会中,越来越多的思想和文化在交织过程中脱离了正轨,新时代的创业充满着机遇的同时也出现了太多诱惑。创业题材影视剧可以把正能量传递给每一个人,尤其是告诫处于时代洪流中的人不要迷失方向,坚守底线和初衷才能够获得真正意义上的成功,创业题材影视剧中所呈现的这种精神之美是影视剧传播价值的升华。

四、结语

我国创业题材影视剧的美学特征体现在主题、人物、价值观三个方面。随着影视内容的丰富性越来越强,创业题材影视剧还需要进一步提升审美境界。创业题材影视剧需要将现代美学的审美意识渗透到创作理念之中,除了从内在的叙事风格上突出影视剧的美学艺术,也要从呈现形式上创新影视剧的美学风格,通过主题之美、人物之美与精神之美的融合上升到意境之美。

(作者系北京城市学院表演学部本科在读)

《声屏世界》征稿启事

《声屏世界》是由江西广播电视台主管主办,是全国广播影视十佳学术期刊,荣获“全国中文核心期刊(1992年)”称号。《声屏世界》1988年创刊,全国公开发行。

国内统一刊号:CN36-1149/G2
国际标准刊号:ISSN1006-3366
投稿邮箱:jxspsj@163.com jxspsj@126.com
电话:0791-85861504 0791-88316904

广告

