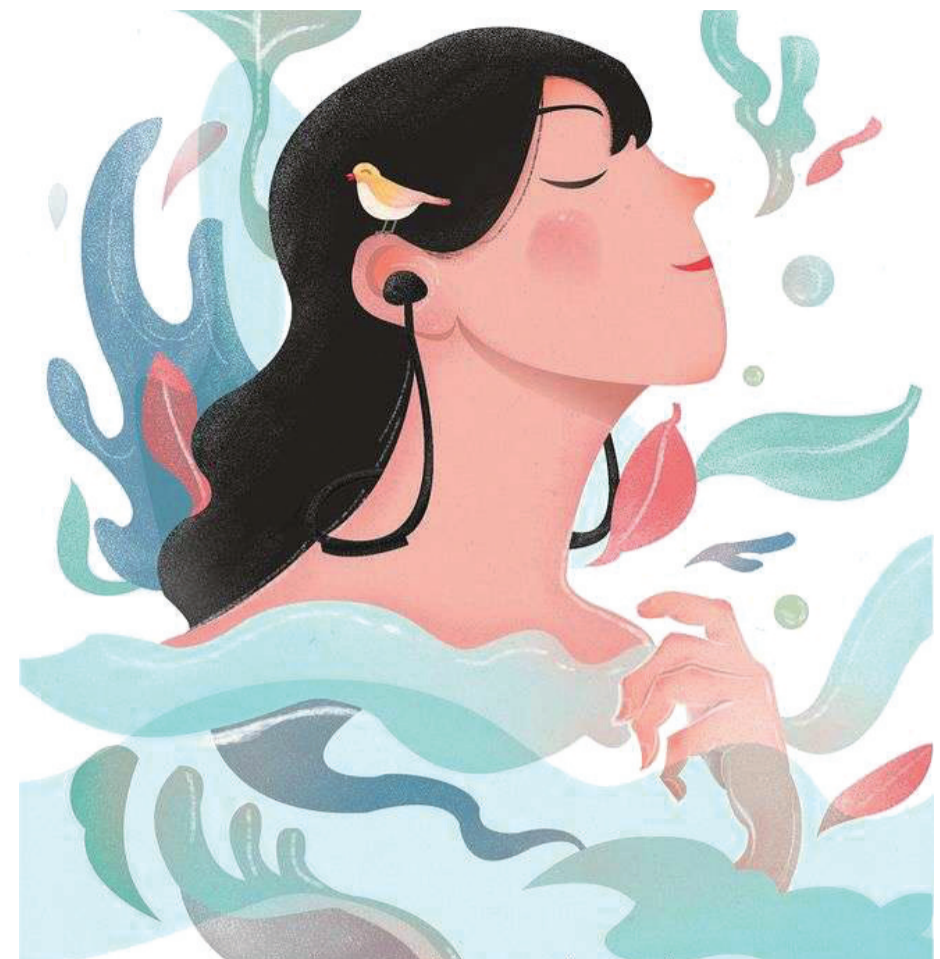


融媒体背景下文学作品的声音传播思路

□ 初 日



移动互联网时代,人们的阅读载体逐渐从纸质书迁移到数字阅读平台。日前,中国新闻出版研究院在线发布第十七次全国阅读调查显示,有声阅读继续较快增长,成为国民阅读新的增长点,而其中“有声小说”成为阅读主力。“融媒体”背景下,广播、电视、互联网的优势整合互补,对所有内容生产者和传播者来说,如何让文学作品的声音传播赢得更多的听众,值得思考探索。

文学作品的有声传播由来已久,一直是广播的强项。上世纪五六十年代,文学与广播结缘,许多文学名著借借书、广播剧走进千家万户。袁阔成的《敌后武工队》曾传遍神州大地,刘兰芳的《说岳全传》造成万人空巷、犯罪率下降的奇迹,单田芳的评书至今仍回荡在千百万出租车里。路遥《平凡的世界》刚出版时,在文学界评价并不高,正是借助中央人民广播电台的播出,靠着李野默声音的塑造,才使孙少平的形象走进亿万听众的心里,成就了一部名著。这些先例都足以证明有声文学的独特魅力。

这些文学作品借助声音传播成功的案例启发我们,在声音上做文章大有可为。有声读物因不受视力、场所的制约,可在做家

务、锻炼身体等情境下一心二用,满足用户碎片化阅读的需要,成为当下最便捷的阅读方式之一,而且相比纸质书,还能节省一笔不小的费用。当然,今天借助声音传播文学作品不是简单地重复前人的做法,而是结合5G时代、智能手机普及、车载终端、家庭和职场视听工具随处可取等条件,创造性地利用融媒体将文学作品送给潜在的受众,充分发挥融媒体无限空间、无限时间、无限作者、无限受众的优势,为日趋冷落的纸质文学作品开发新的受众。

首先,融媒体时代,平台从分化走向合作,共同开拓市场。当下音频蓝海百舸争流,不可否认,商业类音频分享平台已经成为用户听书的主流选择,喜马拉雅、蜻蜓FM、荔枝等有声阅读市场的头部企业,正在重塑音频生态。比如,天下霸唱的《鬼吹灯》在网络文学中异军突起,周建龙不愧为“播音散仙”,小说经他的声音再加工,摸金校尉的故事被讲活了,也成就了《鬼吹灯》以10亿次计的收听量。《星辰变》《斗破苍穹》《仙逆》等网络小说播讲后也是大获成功。

商业类音频平台蓬勃发展,从传统广播电台手中截获了大批受众。2014年,北京人

民广播电台抓住“耳朵经济”的机遇,从力求在互联网音频领域占有一席之地,发展到创建媒体融合的全新应用,不仅较早开发了自有的音频客户端“听听FM”,还与诸多商业音频平台加强合作,如喜马拉雅、懒人听书、阿里文学等,推出“壮阔四十年书香送耳边”精品有声阅读主题活动,还发布《茅盾文学奖精选有声作品集》,将《白鹿原》《钟鼓楼》《生命册》《长恨歌》《历史的天空》《张居正》等多部茅奖力作以有声演绎的方式呈现在大众耳边。这些有声文学作品除了在广播中播出,也在多个主流APP上分发。凸显传统广播进行文学作品有声化创作的独特优势,并借鉴融媒体运营推广手段,突破播出场景的局限。

同时,出版界也在与音频市场加强融合。现在使用有声小说听书的人数与日俱增,有声小说APP已经从事初期的网络文学扩展到儿童读物、外语学习、娱乐综艺、人文社科等十几个专业领域;将来完全可以扩展到诗歌、散文等文学体裁。纯文学报刊和出版社应转变思路,适应融媒体潮流,参与有声读物市场的竞争。在这方面中信出版社已先行一步,去年该社与蜻蜓FM合作,《熊向晖:我的情报与外交生涯》同时推出再版的纸质书和同名多人有声剧,读者阅读纸质书的同时,还可以通过音频节目补充背景知识、增值阅读体验。

其次,提升有声文学作品的质量是根本。一般说来,优质的有声书读物,原著品位过硬,名家演播,精品音效制作,给读者带来知识与听觉的双重享受。喜马拉雅、荔枝这样的商业音频分享平台,充分利用UGC(用户生产内容)模式,实现了作品在数量级上的快速突进。今年1月,喜马拉雅宣布,平台主播数量已突破1000万,这些主播除了明星大咖,更多的是怀揣梦想的普通人。主播人数的绝对优势,让音频资源前所未有地丰富,但也带来有声资源的质量问题。有声书行业的早期内容以网文为主,原著品质参差不齐,不乏低俗、暴力、色情内容;有的粗制滥造,主播为读而读,不仅生硬,甚至错字连篇;此外,同质化严重,《鬼吹灯》火了,盗墓类音频作品便铺天盖地。王蒙先生曾说,新媒体传播的坏处是浅薄性与浮躁性,千篇一律,缺乏深度与经典。

到底什么样的文字值得进行有声化的再创作?喜马拉雅创始人余建军说:用户的眼睛是雪亮的,对音频内容的需求多元,对质量要求也越来越高。2019年12月,《三体》广播剧第一季上线。截至目前,播放量破1000万,订阅读量超过40万。这部作品由中国顶级配音团队演播录制,历时一年多,总投入超千万。通过丰富的声音层次,再现了宏伟的科幻质感,

营造了压迫性的末日氛围,让听众不可抗拒地进入《三体》世界。

具有故事性的文学作品是非常适合进行声音再造的,也具有天然的内容黏性,毕竟搞笑段子、海量浏览,都代替不了深刻的阅读。听,已经成为很多人的一种生活方式,融媒体时代,文学作品应该搭上有声传播的高铁。

无论载体如何更新,内容为王的原理永不过时,不断提升质量才能更好地满足用户需求的变化。当下可以看到,用户已经从娱乐消遣向理性思考回归。去年开始,市场上已经很少出现所谓爆款音频产品了,消费者会认真思考,为什么听?是否需要听?应该听什么?此前,以小说为主的有声书被视作一种泛娱乐化的产品,言情、仙侠、穿越,用户听个热闹,打发一下时间。消遣娱乐固然重要,但经典名著等优秀文学作品的价值更应得到充分挖掘,也具有广泛的受众基础。比如,四大名著、《道德经》《孙子兵法》等经典,通过文史名家以更贴近当代读者生活的角度讲解,打造了多个优质有声作品。

最后,值得一提的是,版权可谓“耳朵经济”的命脉,音频版权依赖于数字内容版权,是行业可持续发展的关键。可以看到,商业音频分享平台早已布局与版权方的合作。比如,2014年,蜻蜓FM并购央广之声,获得了大量的优质有声小说资源。2015年至今,蜻蜓FM又先后与中文在线、掌阅科技、朗润数媒等数家版权方达成战略合作。

越来越多的出版社与音频平台展开合作,2016年,喜马拉雅与中信出版集团、上海译文出版社、果麦文化等一线出版商展开有声改编、版权保护等合作。近几年出版界也十分注重内容的有声化,人民文学出版社已将大量文学作品音频化,其中包括《围城》《四世同堂》《芳华》《红星照耀中国》等经典文学名著、茅盾文学奖获奖作品《牵风记》、严歌苓的《兔子的动物园》等。这些优秀的文学作品,本身具有丰富的艺术表现力,加上演播者的声音再创作,让文字插上声音的翅膀,通过融媒体,多平台分发,可以得到更为广泛的传播,可以给人们带来更多的艺术享受。

读书是人类文明进步的产物,随着知识载体的不断升级,人类的读书方式也不断更新。仅改革开放几十年间,国人的阅读就经历了读书——读图——读屏——听音的快速变化;当下又由读大屏发展到读小屏,由多人一屏到一人多屏,由看图文发展到听声音的阶段。融媒体时代,只要善于利用新的载体,将文学和声音有机结合,再通过大数据精准投放,必将为日趋冷落的纸媒文学带来新的发展机遇。

史海钩沉



歌唱家于淑珍印象

□尚书华

上世纪80年代初,我在东北一家林业企业做宣传工作。为了活跃林区职工文化生活,企业决定举办一场大型“我爱大森林”音乐会,需要从北京、天津请几位著名歌唱家来林区参加演出活动。就这样,请人的任务落在了我的头上。

1984年仲夏的一天,我从北京出发,怀揣着国家林业部宣传司介绍信,通过作曲家吕远老师的沟通联系,怯生生叩响了天津市辽宁路沈阳道木偶剧院内3号楼的一户房门。开门的是歌唱家于淑珍老师,我站在门外,自我介绍完身份后,于老师热情地把我让进屋里,旋即递上一杯冷饮。我因忙着赶路,又热又渴,也没客气,接过水杯,咕咚咚一口气喝个净光。打量一眼屋子,长方形房间,不足40平方米,中间拉一道布帘,显然是为了家人起居方便,将有限的面积做成了两个隔间。室内没有高档家具,亦没有多余摆设,整个屋子显得洁净简朴。最抢眼的是一台钢琴,静静地靠在屋角,默然诠释着主人的职业。我顿感惊讶,一位享誉全国的歌唱家,居住条件竟然如此简陋?要知道,其时,由吕远老师作曲、于淑珍老师首唱的《我们的生活充满阳光》一首,正流行红遍全国,大街小巷到处飘荡着这首充满时代气息的新歌。可谁会料到,就是这样一位名声赫赫的歌唱家,生活条件与普通百姓并无两样。面对眼前这位和蔼可亲的人民艺术家,我心里有一种说不出的味道。

还没等我开口,于老师说,吕远同志打来了电话,并跟天津歌舞剧院打了招呼,院领导同意她赴东北林区参加演出活动。真是喜出望外,想不到任务完成得如此顺利。我高兴地连声道谢,于老师边说边不客气,又动手切开一个西瓜,挑一块最大的递给我。我也来了东北人的实在劲儿,没推没让,接过来三口两口吞进肚里。临了,从衣兜里掏出手帕擦擦嘴,与于老师辞别,匆匆赶回北京。

那段时间我驻在京城,整天东奔西跑,四处忙于拜访邀请歌唱家。

数日后,按约定时间,我再次迈入津门,接于淑珍老师去东北。

这次来天津,心情与上一次大不一样。上次重任在肩,心里没底,下了火车,直奔目的地,生怕完不成任务。这次心里有了谱,心情自然变得轻松。

我叫了一辆的士,来到于老师家,接她上车,装上行李,直奔火车站。途中,我坐在副驾驶位置,于老师坐在后面。不知啥时,她把一个洗得干干净净、叠得板板正正的手帕,透过我的肩头悄无声息地递了过来。我稍一愣怔,瞬间忆起,这手帕是那天下她吃西瓜擦嘴后忘那儿的。我接过手帕,心中骤然涌起一股暖流。区区小事,一位堂堂歌唱家竟如此细心在意,眼窝倏地有些湿润。

连续乘坐26个小时绿皮硬板车,来到东北长白山林区。于老师不顾旅途劳顿,马不停蹄,合乐、走台,第二天晚上按时参加了音乐会演出。在林区一周时间,她和应邀一同前来参加演出的几位歌唱家,不辞辛苦,深入到最偏远林场,为一线工人、家属即兴演唱,受到大人、孩子们热烈欢迎。淳朴憨厚的林业工人感慨地说:这辈子做梦也没敢想,在深山老林的家门口亲眼看见了歌唱家,亲耳听到了在收音机里听过的歌声。实在太高兴啦!

那时,无论多么有名气的演员,参加这样的活动都属公益的,没有任何报酬。最后,以企业党委名义,每人发个“荣誉营林工”证书作为纪念了之。大家谁也没有怨言,觉得很正常。她们在意和享受的不是金钱和物品,而是人民群众对她们那份发自内心的喜爱。

送于老师返程那天,在火车上,临分手时,我真诚地对她说:我有一个愿望,下次再到天津看您时,希望您住的不再是那间房子——于老师闻之浅笑不语。

90年代中期,我离开了林业企业,应聘到一家电视媒体。2000年,为拍摄一部电视文艺专题片,我再次来到天津,专访久未相见的于淑珍老师。

经过20多年的改革开放,天津的变化太大。城区扩容,立交纵横,到处呈现着开拓发展的气势。

随行司机头一次来天津,路不熟,刚一进城,就被交警拦住,警告违章行驶!我下车一顿解释,当得知我们是从东北专程来天津采访歌唱家于淑珍老师的,那位看上去近50岁的老交警,一扫脸上严肃神情,跟司机详详细细交代了一番进城后该怎么走(那时车上还没配导航),接着一个敬礼,目送我们驶入城区。

得知我们到来,于老师显得格外高兴,早早摆好水果,如接待贵宾一样。那时她已年逾六旬,从岗位上退了下来,可演出活动从未间断,依然活跃在舞台和屏幕上。

采访在不知不觉的亲切交谈中进行。于老师说,我是从河北农村走出来的,就像田埂上一朵叫不出名的小花,因为朴实纯美,而得到了人们的普遍喜爱。这种喜爱激励滋养了我,使我成为了一名歌唱家。我要用有生余年,继续歌唱人民,赞美生活。

采访结束时,于老师深情地对我说:“当年你说的那句话我一直记得,再来天津做客时,希望我住的不是原来那处房子。”她随手指一下宽敞明亮的客厅说,“看看,你希望的,这不全都有了吗!”

于老师脸上流露出由衷的惬意和满足。我倍感欣慰。

日子真就像她歌唱的那样——我们的生活充满阳光。这些年,没再跟于老师有更多联系。可每当在屏幕上看见她时,都会感到格外亲切,从心底产生一种由衷的仰慕和敬佩。

我国已经进入互联网时代,新媒体技术的出现与推广大大改变了人们的生活方式和思想价值观念,刺激了网络社交领域,形成了网络影视评论等新兴社交形式。

网络影视评论的出现与发展,对人们的日常休闲生活造成了一定的影响,也为人提供了便利。要想进一步探寻网络影视评论的传播机制与社会功能,就要先探寻其载体的形成与发展,分析网络影视评论的网络化进程与生成机制,了解其传播特性,从而发现网络影视评论对当今社会人们的多方面影响,推动网络影视评论的发展。

传统影视评论具有较强的学术性、权威性、国际性和人民性,更具有不可替代的历史地位。影视评论起源于20世纪初,是由戏剧评论发展而来,最初只发表在专业报刊上。粗分为学院派、实践派、先锋派,为史学家撰史提供了重要的文献参考价值。随着社会的发展,影视评论逐渐登上各个日报、周报、电台、电视台,在新媒体兴起之后,网络影视评论应运而生,人们可以在很多网络媒体上看到影视作品的评论文章。毛泽东在《延安文艺座谈会上的讲话》中提出了普及与提高的命题:“在提高指导下的普及和在普及基础上的提高。”互联网生态下产生的“网络影视评论”,也应该是一种“普及与提高”命题下的大众文化现象。

网络影视评论是传统影视评论与网络技术融合发展的产物,传播速度更快、信息发布更便捷、信息传递更及时、时效性更强。网络影视评论因而也具有一种“新”“追”“热”的特点,其评论的热点对象变化较快,经常会随着影视作品的更新而变换,因此,网络影视评论具有即时性与时尚性。在影视作品公开播放之前,为了第一时间抢占市场,都会提前播放一些拍摄花絮、宣传片等,让观众能够及时获取影视作品的播放信息,这也促使网络影视评论能够在影视作品播放的第一时间给予反馈,网络影视评论的出现某种程度上会引导观众的观看需求与风向。

网络影视评论突破了传统影视评论的时空限制,不需要在特定的时间、特定的区域内发布,而是人们根据自己的时间与地点,合理安排,随时发表影视评论文章,由此大大提升了人们发表自主言论的机会。尤其是我国4G、5G网络高速发展之后,手机、平板电脑等移动终端设备成为人们参与网络社会生活的主要工具,进一步提高了网络影视评论的自由性、便捷性与随时性,为人们提供了更加广阔的网络影视评论空间。现阶段,人们只需要依靠一台电脑、一部智能手机或者平板电脑就可以随时随地将自己对影视作品的看法发布到网络平台上。



互联网时代已经全面到来,影视评论不再局限于传统媒体行业,也不再是某一类人的专利,而是大众都可以参与的一项影视作品信息反馈与互动活动。相较于传统影视评论,网络影视评论具有短小精悍、主题集中的特色,且能够在评论文章中直接体现出评论人的思想价值与情感倾向,具有极为鲜明的个人性特征,进一步丰富了影视评论体系。网络影视评论感受的个人性与思想的民间性,又可以以下两方面体现出来:一方面,网络影视评论的内容具有个人性特征,其对影视作品的评方式较多,批评立场鲜明,带有明显的个人色彩,能够直接反映出评价人的喜好与憎恶,能够充分表达评论人的自我意识;另一方面,网络影视评论不再像传统影视评论一样,将文章格式、内容、表达方式局限在某种特定的格式中,而是不同的人群根据自己的评论习惯,

灵活、松弛地表达观点,具有通俗易懂、语言朴素的特点,这也进一步扩大了影视评论传播的影响力。

随着互联网技术的发展,网络影视评论愈发完善,逐渐形成了一种较为健全的评价体系。结合现存的网络影视评论内容及其跟帖情况可以发现,网络影视评论能够潜移默化地影响观看者的感受与思想情感,促使观看者看待事物的角度发生一定的变化,从而引发一系列改变,就是我们所说的“蝴蝶效应”。对于影视作品的观众而言,在观看影视作品之前浏览网络影视评论,能够提前了解影视作品的整体脉络与情感内涵,从而判断其是否符合自身价值取向,是否“值得观看”,可以说,网络影视评论对于观众具有引导功能。这种引导功能既包含正向的、又包括负面的,要想进一步推动网络影视评论的发展,就要关注网络影视评论对于观众的引导功能,促使影视评论能够朝着健康、正确的方向发展。

网络影视评论对于影视作品具有较强的修正纠偏作用。随着互联网技术的发展,网络影视评论的传播逐渐向广泛性与普遍性方向发展,人们能够在不同的网络平台浏览来自不同角度、不同角度的影视作品评价,看到影视作品中存在的错误、漏洞及偏差,为影视作品的进一步完善与调整提供具有参考价值的资料。举例分析,在曾经一度大热的清宫剧播出时期,很多专业观众及观众就是通过浏览、观看网络影视评论,发现剧中对于道具、布景、人物台词、动作等方面的不足与错误,以此对清宫剧进行修正,进一步促使历史能够被更加真实地还原于影视作品中。此外,还有一些影视作品在拍摄时存在管理漏洞,在后期播放时被观众发现存在“穿帮镜头”,此时人们通过网络影视评论提出,能够帮助影视作品的制作人员修正错误,促进影视作品的完善与发展。

网络影视评论还具有特殊的学术建构功能,也可以称之为“大众文化传播”,并且在传播的过程中形成属于大众视角的学术批评。在现代社会背景下,人们自我意识的觉醒最终促使网络影视评论具有独特的草根文化属性,从网络影视评论的整体发展脉络来看,其具有一定文化结构的合理性特征。

网络影视评论的出现,既保留了传统影视评论的基本特征,又实现了形式上的突破。其自身所具有的即时性、开放性、个人性等特征一方面为人们提供了一定的启示作用,同时也存在情绪宣泄、水军利益等问题。由于网络影视评论的门槛较低,评论质量更是良莠不齐。我们要正确看待网络影视评论,充分发挥其对影视作品的良性功能与对于影视学术领域的建构功能,网络影视评论要想进一步得到行业内外认可,还需大浪淘沙、去伪存真的过程。