

浅析《声音里的衢州》

广播节目音响采编策略

元孝飞



信息技术的高速发展，加快推进媒体由传统的广播、电视、报纸，向以网络、手机客户端等为主要平台的新媒体发展。受众获取信息的途径、方式更多，更加便捷。长期以来，广播以导线或电波传递节目，“听”成为其主要特征。近年来，广播借助移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代信息技术融合转型，已成为以可听为主，可看为辅的新媒体，“只能一次性收听”的短板被补齐，无论从受众还是广播节目制作者的层面来说，更要注重内容和音响的采、编、制，才能留住并吸引更多受众，从而有效巩固、提升广播传播力和影响力。

一、音响需真实还原场景

“广播并没有自己独特的符号系统。它如同教学广播、文艺广播一样，运用电传输的声音符号表达内容。如果说它们之间存在着什么区别，那就是都根据各自内容表达的需要，选择和运用具体的声音符号，并按照各自的方式把这些符号组合起来。”^①音响是广播最重要的元

素，与电视画面、报纸文字一样，都是媒体各自独有的优势。百变不离其宗，无论是传统媒体还是新兴媒体的产品，无非是音响、画面、文字等元素的不同组合，音响始终是不可或缺的重要元素。广播节目因其传播的特点，音响所起的作用尤其重要。在日常的广播采访、节目制作中，因不需要画面，记者往往更加注重采访的内容，在录制音响时会忽略场景。

今年，衢州人民广播电台推出特别策划《声音里的衢州》，通过讲述方言故事，以全新的视角展示各地独特的文化底蕴。广播记者在急于求成的采访过程中，就多次出现音响与场景不符的情况。这样的音响再好听，还原的不是真实的场景，会使整个节目受到虚拟场景的限制，影响受众收听的感觉。比如，在历史上，衢州有很多地方产生过很多方言故事，有的童谣、俚语等也非常好听，但这些相关的音响，在现实生活中是不可能出现的，反映不了衢州目前方言文化的现状。我们不能编造不真实的场景，去使用这种好听但其实并没有实际存在于目前社会生活场景中的声音，否则就会因为音响的不真实，而导致场景被虚拟化，使节目失去感染力。真实是广播节目的生命，广播节目的制作者，更要把握好音响的采编关，让真实的声音还原场景。

二、音响须巧妙营造氛围

媒体的发展和其他事物一样，始终是随着时代而发展变化的。无论过程如何，始终不能丢弃其传播特点和原有优势。音响是广播的特色，其作用是让广播节目更有现场感，配合营

造形象、生动、如临其境的氛围。

对于广播来说,如何才能较好地运用音响,营造出应有的意境?《声音里的衢州》开头之所以要使用合唱《大同颂》的音响,就是要巧妙地“用声音来表述作品内容,从而营造出意境。”“用声音来渲染气氛,使听众产生身临其境之感,从而营造出意境。”“用声音创造让听众想象的空间,从而营造出一种意境。”^②通过营造“南孔圣地”的意境,带出四省通衢、兵商往来、孔氏南迁等衢州方言文化形成的根本。南孔文化的有关音响是这个节目最好的选择。选用合唱《大同颂》的音响,巧妙呈现衢州方言的文化氛围,增加节目的可听性,也给后续的网文制作留出空间。

营造氛围还要注意“声场”和“音场”所起的作用。“声场”就是“声能覆盖的空间范围”,“音场”原指舞台上乐队排列的位置和形状,在广播节目中被理解为“画面感”。广播节目的音响不能脱离“声场”和“音场”。例如,在演出现场录音,不能仅有受访者的音响,演出时的“声场”和“音场”千变万化,处理好目标音响和非目标音响的角度、距离,才可能营造出更好的氛围。

广播音响相对于舞台“声场”和“音场”,更为复杂多变,不可控因素多、现场录制难以掌控。因此,更需要记者在采制过程中,多动脑筋,多作尝试,更加细心、更加巧妙地找好角度与距离,让音响更真实、更全面营造氛围,再现身临其境的场面和意境,使音响能够打动听众,丰富节目内容。

三、音响应自然烘托主题

从广播发展历史看,经济社会的发展和科学技术的进步,直接推动广播的转型与发展,广播迎来更好的发展机遇。传统媒体在改革和发展过程中,往往会产生焦虑的情绪,面对新媒体的快速发展,产生强烈的改革愿望,忽略自身的特点和优势。比如,传统报业转

型,衍生出网络音视频产品,实际上就是将部分产品融入广播、电视、自媒体短视频功能,试图成为可听的“报纸”,却忽略了自身长期以来在宣传理念、人才储备等方面与广播、电视及自媒体的差异,将“长板”变成“短板”,以己之短去搏他人之长,结果可想而知。“广播媒体的物理特性,使其在传播上能直接诉诸人的感官系统,逼真地再现客观事物的运动,因为声音的传真性,明显胜过印刷媒体。”^③因此,广播节目要用音响的特色和优势,扬己之长做优好听的节目,这是广播适应形势、转型发展的根本。

广播节目的音响有别于电视,音响的采编尤其要注重自然、简洁。《声音里的衢州》中有几秒钟饭店点菜的现场音响,简简单单的几句对话,前后录了十余次。根据作品主题,这段音响必须是体现方言特点来烘托主题,这样的音响要与整个节目的氛围融合在一起,自然地去烘托“声音里的衢州”这个主题。饭店点菜的现场音响,如果录制的是普通话,或者其他方言,就势必失去“衢州”的区域文化特点。这段音响录制时特别捕捉衢州方言的使用场景,使节目达到预期的收听效果。播出后被制作成短视频、网文等进行二次和三次传播,不少自媒体也制作成短视频等推送。客观上,节目更加有“衢州味道”,传承衢州文化、留住衢州方言的主题得到深化,从而使节目的收听率、影响力得到提升。

参考资料:

①吴缦、曹璐《广播新闻业务》,北京广播学院出版社,1997年4月第1版。

②李北海《营造声音意境_对广播音响的重新认识》,《中国广播电视学刊》,1999年第3期。

③肖玉英《浅谈音响在广播新闻中的作用》,《新闻传播》,2011年第1期。

(作者单位:衢州市广播电视台)