

浅析广播与网络音频 主播的语言差异

孙越 吕冰

摘要:随着时代的进步、科技的发展,网络音频节目逐步走入大众生活,深受年轻受众的推崇。区别于传统广播的播出形式和收听方式,网络音频主播与传统广播主持人的语言样态产生了较大差别。本文尝试将传统广播和网络音频主播的语言样态进行分析,以期获得网络音频对传统广播的启示。

关键词:传统广播 网络音频主播 语言 差异化

网络音频直播是指利用既有网络平台实现对音频信号的实时传输,保证在远端(移动端和PC端)实现流畅收听,直播的时段、时长、内容均由网络音频主播自主控制。听众在实时收听的过程中可以和主播及其他用户之间实现在线交互。互动内容包括虚拟道具打赏、语音连线、文字弹幕、点赞分享等。在直播内容、互动方式、变现形式等方面与传统广播相比具有更强的灵活性和自由度。

一、网络音频发展趋势

艾媒咨询发布的《2017年中国在线语音直播市场专题研究报告》显示,2017年底我国网络音频直播用户规模达到1.12亿,年增长率为63.2%,2020年预计突破2亿。^①分析师认为,虽然网络音频直播市场的起步较晚,发展时间较短,但是随着各类直播平台 and 音频厂商的布

局深入,用户规模将进一步扩大。互联网行业的蓬勃发展不断推进新媒体技术的迭代升级,促成了我国音频收听市场的转型,各类直播平台如雨后春笋般涌现,网络音频直播逐渐成为风靡年轻受众的收听形式。网络音频直播的兴起可追溯到2008年的YY语音,2016年8月红豆live推出后,标志着网络音频直播市场进入初步发展阶段。2016年10月,荔枝FM上线了网络音频在线直播功能,蜻蜓FM、喜马拉雅FM、企鹅FM等各大网络电台紧随其后,加入了网络音频直播的市场争夺。为进一步加强用户黏着度和促成商业变现,网络音频直播平台不断基于租户和用户的需求上线全新的互动模式和打赏方式,吸引更多的网络人气主播入驻平台并获得更多用户订阅。这些新兴的网络音频直播节目,凭借其多元化、个性化、垂直化的特点首先得到了年轻受众的认可,给传统的广播带来了新的挑战。传统广播的从业者需要用发展的理念来有选择的学习借鉴。

二、传统广播和网络音频主播语言样态差异化

随着移动智能收听终端的普及,网络音频节目迅速发展壮大。尼尔森网联调查发现,2018年,网络音频节目听众规模达到6.61亿,接触率为47.55%,占网民规模的82%^②。

除了传播渠道和内容去地域、多元化外,网络音频主播和传统广播主持人的直播语言样态分别有哪些特点,存在哪些差异,二者会碰撞出什么样的“火花”呢?

1. 传统广播主持人语言样态

传统广播节目是通过无线电波运用有声语言进行创作的节目。我国的传统广播节目由于其官方媒介的属性,在语言样态方面有自己的特点:

规范性。规范性指的是在语音、语调、语速、语法的运用上都符合普通话的使用标准、遵循普通话的使用规范。播出内容严格按照官方媒体的审核标准,播出时段和时长必须符合安全播出的相关要求。

严肃性。严肃性并不是主持人的语气严肃,而是指传统广播在进行节目创作过程中,必须保持严肃的态度和严谨的作风,严肃却不呆板,活泼而不轻浮。

导向性。传统广播节目要求主播必须强化导向意识,践行提升“传播力、引导力、影响力、公信力”的有关要求,讲好中国故事,传播好中国声音,内容积极向上,价值观准确无误,符合时代的特征,充满时代的气息,紧跟时代的脚步,彰显时代的意义。

普适性。传统广播主持人所面对的是全体社会大众,分

寸感的拿捏显得格外重要,情感要浓淡得体,态度谦逊有礼,表达内容要老少皆宜、雅俗共赏。语体风格要保持亲切感,但要避免有失分寸,符合受众期待,这些都是传统广播的特点,也是对传统广播主持人的语言样态的要求。

2. 网络音频主播语言样态

新媒体环境下的网络音频主播在语言样态上呈现出更多网络化特征。

表达时尚化,但有失规范性。传统广播的语言样态相比,网络音频主播的语言样态更具潮流感,在节目进行的过程中会大量使用流行的网络用语,在和听众互动的过程中会根据听众发送的弹幕,实时套用当下的时髦句式。由于直播内容全由主播掌控,因此网络音频主播的直播内容还会涉及在线点唱、游戏攻略、电竞解说、体育转播等,同时穿插各类特殊音效,这样的语言更加符合年轻人的口味,满足年轻人的收听习惯,但是无论是语音还是语法上都缺乏规范性,会对青少年的语言学习造成不利影响。

效益流量化,但缺乏分寸感。网络音频主播的内容是针对其受众量身定制的,但是由于网络监管不够完善,导致一些素质不高、法律意识淡薄的网络音频主播为了吸引观众,在节目直播过程中肆无忌惮地使用大量夹杂暴力和色情的语言。这些不恰当的语言不仅会拉低节目的档次,让节目流于低俗,更是对网络环境的严重破坏。

类型多元化,但质量参差不齐。相对于传统广播,网络音频主播的节目形式和内容更加丰富,让听众拥有更多元的选择。部分网络音频主播在节目

中还加入了在线教学、经验分享等多种样式,一边主持一边和观众进行交流,选取听众感兴趣的问题进行回答,大大增加了节目的适位感^③,拉近了与听众的距离。但是,也有部分网络音频主播原本不具备公开发声的资质,借用网络平台散布谣言或未经证实的信息、贩卖三无产品等,导致平台出现主播良莠不齐、节目质量参差不齐的现象。

内容垂直化,但商业模式尚待探索。由于网络音频直播平台的发展时间较短,发展速度较快,因此行业内成熟的商业模式依然尚待探索。自蜻蜓FM和喜马拉雅电台率先推出付费收听以来,受众的消费习惯逐渐被培育并养成。仅靠单纯的打赏,网络音频主播行业能否实现可持续发展,依然有待商榷。

3. 网络音频对传统广播的启示

研究市场培养用户。虽然传统广播在网络音频直播的冲击下受到了一定影响,但是两者之间依然需要取长补短,学习借鉴的空间。传统广播必须强化用户意识,才能够在激烈的市场竞争中得到稳步发展。研究受众收听习惯、明确用户画像,培养潜在用户,积累忠诚用户,有针对性地制作节目,明确节目的定位和目标群体,这样才能够更加精准地把脉市场,不让听众轻易流失。

网络收听实时互动。浙江广播电视集团的电台矩阵App“喜欢听”,就是传统广播向网络音频直播跨界的一次重要尝试,在保证广播直播的同时,同步开放网络收听,并且实现手机客户端听众和主播之间的实时互动,上线虚拟打赏,开通点

赞功能,目前累计粉丝量已达200多万。

做强线下推广品牌。对线下推广活动进行更精准地策划,强化广播在城市的存在感,对于传统广播具有重要的现实意义。线下活动的成功举办已经成为传统广播创收的新增量,通过线下活动,挖掘主播的个人优势和平台整体的影响力,能够实现社会价值和经济价值的双丰收。

三、结语

综上所述,在媒体融合时代,传统广播主持人要吸取网络音频主播语言样态的优势所在,运用互联网思维,借鉴新媒体手段,突破自身的局限,拓展传统广播的生存空间,有选择地利用网络音频平台,迎接新时代挑战。传统广播主持人要在自身语言符合规范的情况下,吸取网络音频节目的创新之处,才能进一步紧跟时代发展的脚步,持续满足受众的需求,让传统广播节目更符合现代年轻人的收听习惯,赢得更多受众,实现可持续发展。

注释:

①艾媒网,《2017年中国在线语音直播市场专题研究报告》,iiMedia Research(艾媒咨询),[Online], <https://www.iimedia.cn/c400/58312.html>, 2017-10-16。

②尼尔森网联合蜻蜓FM推出《网络音频节目用户研究报告》[A].北京晚报2019-03-28。

③吕晓红,紧盯市场创新发展是广播做大做强的必由之路访浙江广播电视集团副总编辑董传亮,《中国广播》,2009年第8期。

(作者单位:浙江广播电视集团)