

“以乐为媒”： 浙江音乐广播频率的融合创新路径探索

——以“2019 龙游石窟国际音乐盛典”创新实践为例

袁筱华

摘要：“以乐为媒”，探索融合创新路径是浙江广电集团音乐调频融合发展的“题中之义”。本文以音乐调频参与策划、执行、宣传的“2019 龙游石窟国际音乐盛典”这一音乐内容为例，剖析“传播场景融合”“传播符号融合”“传播平台融合”等三种可资借鉴的音乐广播频率融合创新路径。

关键词：音乐广播 融合传播 创新路径

音乐广播频率是以音乐节目为核心传播内容的一种类型化广播电台，“以乐为媒”，用音乐架起传播者与受众之间的桥梁，凝聚一批忠实粉丝，因其伴随性、可听性强而占有不错的收听市场。音乐广播频率向来有“音乐风向标”的美誉，即便在融合传播时代，主持人推介音乐仍具有一种权威性。但是随着现代传媒生态发生的变化，仅仅以高收听率并不能撬动市场，不探索创新性的融合路径，音乐频率同样也会陷入“墨守成规”式的发展困局。

浙江广电集团音乐调频(下文简称“音乐调频”)深化“以乐为媒”，探索出了一条可资借鉴的融合创新路径。本文以音乐调频2019年“龙游石窟国际音乐盛典”为例，剖析“以乐为媒”的具体融合创新方法。

一、传播场景融合：实体音乐传播空间的建构

传统意义上，音乐广播频率的传播场景是以室内直播室为主，通过调频、调幅或互联网数字化平台进行传播。音乐调频将室内化的传播空间搬到具有实景场地的空间，将实体空间的符号特质作用于音乐元素。这样一来，传统电波在时间上传递的音乐符号就被赋予了一种空间特质。

龙游石窟是浙江著名的自然景观，洞内结构特别，场景特色鲜明。“龙游石窟国际音乐盛典”是音乐调频携手浙江省文旅厅、龙游县政府于今年10月下旬推出的大型实地音乐演出，历时四天。美国、德国、英国、挪威、奥地利等国家，以及上海音乐学院、浙江音乐学院的十多位顶尖电子音乐家，设计了15场精彩纷呈的音乐演出。美国学者罗伯特·斯考伯和谢尔·伊斯雷尔在《即将到来的场景时代》特别强调了场景对受众情境体验的深刻影响。^①这样的理念赋予了石窟音乐盛典以特殊的视听场景效果。“新音乐和新媒体在古老石窟中回响”——活动的这句Slogan充分体现了其非常现代的传播理念。

洞窟有着天然的回声效果，这些电子音乐创作者通过实地考察与体验，精心编排音乐曲目，实现了“洞洞有音、处处是乐”的传播效果。2号洞窟是主要演出场地，创作团队以“圣境听音”为主题，依托石窟结构与

声音学的结合，打造梦幻圣境般的盛宴；4号洞窟则是以“声筑图腾”为主题，采用全息影像等创新性技术，让身处现场的受众更为直观地享受在特殊声场环境下的沉浸式音乐演出体验。来自美国伯克利音乐学院的本·霍(Ben Houge)教授坦言，“龙游石窟国际音乐盛典”是一个非常有意義的音乐会，这里的声学环境很特别。他专门为此创作了一首作品，需要大家掏出手机来和作曲家互动，从手机播放出来的音频，和作曲家播放出来的16个通道的回放叠加在一起，给受众带来非常神秘有趣的效果。

构建实体性的音乐传播空间是将传统的线性广播节目空间化的重要手段。时间与空间的交融，赋予音乐内容更强的现场感，即强调赋予受众“在场感”，实现“身临其境”般的传播体验。需要指出的是，传播场景的选择并非随意将传统意义上的直播室搬到室外，室外场景的选择应与具体的传播内容相匹配，力求让受众的体验极致化。

二、传播符号融合：音乐听觉传播的多种延伸

清华大学新闻与传播学院彭兰教授指出，新媒体淡化了传统传媒业的边界，并在这个前提下改变了目前传媒业的生态。^②从另一个层面来看，数字化传播平台将文字符号、声音符号和视听符号整合到一个平台传播。传统的音乐广播主要利用音乐、

语言等声音符号进行传播,新媒体平台则实现了文字、声音、视听图像的自由组合式传播。在传播形态变革的背景下,音乐调频充分利用“龙游石窟国际音乐盛典”这一内容,实现不同符号的融合传播,将听觉性的音乐传播延伸至视觉性的传播符号和文字的传播符号。

洞窟实景,不止于听。音乐盛典现场的实景除了要传递给身处现场的受众之外,还要让更多人通过不同类型的传播渠道观赏这场盛宴。音乐调频利用央视新闻移动网、中国网++、今日头条、一直播、浙广直播、哔哩哔哩等14个数字化新媒体平台进行视频直播,打破传统声音符号的传播界限,展示“龙游石窟国际音乐盛典”的全景盛况,开幕式和闭幕式以及文艺演出吸引了超过800万人次观看。此外,在这场盛典的传播过程中,音乐调频还精心制作了30多条短视频,通过微信的“圈层传播”,实现人际传播、组织传播与大众传播的交融,让更多受众了解这场音乐盛典。

为了实现多次传播,音乐调频邀请网络知名旅行达人、微博大V和“网红”主播,在专业OTA平台、微信、微博平台以及其他视频直播平台,对龙游及音乐盛典进行专业游记采写,通过文字和静态图像的传播,扩大音乐盛典的影响力和音乐调频的美誉度,让潜在受众感受到音乐调频在音乐传播上的独特专业性。据统计,在音乐盛典期间,微博大V推送的文字性内容超过100条,话题阅读热度超过400万。除此之外,音乐调频还在人民网、新浪、网易、凤凰、马蜂窝、携程网等网站及全国音乐广播联盟台官方微信等20家微信平台进行发布,推文总计40多篇,对活动内容进行了有益扩展。

从这个意义上来说,音乐广播频率要跳出传统的线性音频传播思维,将文字符号和视听符号纳入到自己的传播体系,依据现实情况和内容,实现不同符号的多元化使用,以乐为媒,延伸听觉。

三、传播平台融合:声音信道的多元模式升级

有研究认为,互联网给大众传播机构带来了一系列新的机遇和挑战,传统媒体转型创新的“第一要务”是解决好“渠道失灵”的问题。^③中国人民大学新闻学院陈力丹教授指出,在传统媒体面临的三大挑战中,“渠道失灵”是传统媒体目前面临的最大挑战,而“话语权垄断被解构”“二次商业销售模式塌陷”则是其他两大挑战。^④基于这样的认识,近些年来,音乐调频十分重视传播平台层面的融合,即试图解决渠道失灵的问题。

汽车数量增长、城市拥堵等因素在一定程度上给予了广播电台盘活“耳朵经济”的生机。但手机等数字化传播渠道正在挤占受众阅听各类传播信息的时间,音乐广播频率不能仅仅“固守城池”,势必要打通各类数字化传播平台。手机小屏不仅仅提供了视觉观赏的数字化平台,手机这一数字化传播终端的便捷移动性也为声音传播提供了一个极佳的传播渠道。

“龙游石窟国际音乐盛典”是音乐调频促使声音传播信道多元升级的一次创新实践尝试。几十条有关龙游石窟音乐盛典的线性节目不仅仅在广播平台上播出,还利用浙江广电集团喜欢听、蜻蜓、喜马拉雅等音频APP实时传播盛典的音乐元素与相关内容。在此基础上,音乐调频将一个个现场演出的音乐作品数字化,上传到各大互联网

平台,实现音乐资源的多次利用,将传统的转瞬即逝的作品实现数字化传播。

四、结语

新媒体平台的优势在于实现不同符号的自由组合式使用。从渠道的角度来讲,数字化的网络传播渠道实现了“音乐+场景”的融合性视觉影像传播。倘若受众不能去现场感受实体场景的音乐传播,但又想一探音乐现场的实景风采,数字化的传播渠道为这种想象提供了现实可能。在“龙游石窟国际音乐盛典”的实时直播中,大量网友选择用“看”的方式来接收这一音乐性的传播内容。正是有了数字化的渠道,才满足了受众的切身所需。这就好比去不了演唱会现场的一些受众,可以通过MV影像等模式,弥补不能亲临现场的遗憾。

所以,从声音信道的传播平台来看,不能仅仅停留在调频的传播层面,音乐广播势必要格外重视数字化平台的建设,为受众提供各种不同的感官体验。

注释:

①[美]罗伯特·斯考伯、谢尔·伊斯雷尔:《即将到来的场景时代》,赵乾坤、周宝曜译,北京联合出版公司,2014年版。

②彭兰:《未来传媒生态:消失的边界与重构的版图》,《现代传播》2017年第1期。

③喻国明、焦建、张鑫、弋利佳、梁霄:《从传媒“渠道失灵”的破局到“平台型媒体”的建构——兼论传统媒体转型的路径与关键》,《北方传媒研究》2014年第4期。

④陈力丹、费杨生:《互联网重新定义了媒体》,《青年记者》2016年第13期。

(作者单位:浙江广电集团音乐调频)