

云创作： 疫情之下的广播剧制播模式创新

孙海苗 陈霞

摘要：疫情之下，广播剧人也在不断突围，“云制作”开创了广播剧制播新模式。本文探讨抗疫背景下广播剧制播模式的现实意义，提出融媒体时代广播剧创新发展的相关观点，即注重“互联网+”，用互联网思维统领广播剧生产、创作及传播全过程；探索广播剧的可视化，打造音视频俱佳的文艺精品；实施传播的全媒体化，营造融媒传播的叠加效应；推进融合创新，不断拓展广播剧新业态。

关键词：广播剧 云制作 制播模式

2022年4月，由沈阳广播电视台沈阳原创基地出品的《最后一班岗》《“大白”救了“大白”》《等疫情过去，我就娶你》等系列抗疫微剧在沈阳广电四大频率滚动播出，同时登陆学习强国平台、央广云听APP、喜马拉雅APP以及蜻蜓FM等网络音频头部平台传播。据了解，此次微剧创作继续沿用了2020年初制作抗疫微剧云编剧、云录制、云合成的做法，17位来自沈阳原创基地的专兼职人员参与演播。^①

“云创作”是疫情之下广播剧人解锁的一项新技能。大家居家创作，从编剧到演播，从录制到后期，利用手机、微信、网络开展远程遥控、云端操作、无缝链接，用声音艺术弘扬主旋律，传递正能量。说起“云创作”，不能不提到2020年2月20日，在“央视频”手机客户端、“新浪微博 @央视新闻”等新媒体平台上线的抗疫题材广播剧《凡人小林》。作为首部可听可看的抗疫主题音视频短剧，一经推出立即登上了微博热搜榜，成为一个现象级的融媒体产品。《凡人小林》上线第一天，阅读量冲破

1500万、670万次观看；上线一周，总阅读量已达3300万、观看人数突破1300万，转发10万+、评论1.8万、点赞41.9万。^②

生动讲述抗疫故事，热情讴歌平凡英雄，及时回应社会关切，广泛传播科普知识，一批主题鲜明、富有创意、制作精良的广播剧精品力作，为抗击疫情营造了良好的舆论氛围。全国广播剧人守望相助，八方支援，开创了广播剧创作、传播的新模式。中国广播剧研究会常务副会长高坦高度评价：“今年（2020年）疫情严重，给广播剧正常制作带来很大困难，但全国广播剧人砥砺前行，攻坚克难，创造性工作，一直在行动，五百多集抗疫广播剧生产播出就是最好证明，这批剧目在疫情时期资源共享，全国多平台播出，发挥了广播剧的最大作用。”^③

一、广播剧“云创作”模式

（一）非常时期非常策划，把不可能变成可能

如《凡人小林》的创作灵感缘起于网络热传的一篇悼念“林君”的文章。武汉中心医院门口小店的老板小林，非常仗义善良，经常给医护人员采买食物，人缘极好。在疫情期间，小林自己戴着一次性口罩，好不容易买到的N95，却全部免费送给了一线医护人员。然而，小林不幸感染新冠肺炎而病亡。

在著名广播剧编导阚平的策划倡导下，一场“隔空”邀约最终把不可能变成了可能。^④北京、天津、武汉等多地艺术家云端携手，从2020年2月14日—16日，短短72小时完成了编剧、导演、演播、作曲、制作的全过程。这

个临时隔空组建的剧组，以最快速度完成了这部特殊时期的广播剧《凡人小林》。这部由中广联微剧委员会和中央广播电视总台音频客户端“云听”联合出品，余姚市融媒体中心承担视频制作的《凡人小林》，音频配上相关视频，让作品更具穿透力和感染力，掀起刷屏效应，开启了中国广播剧创作播出的媒体融合新模式。值得点赞的是从创意策划到录制完成，包括后来的视频制作，主创人员全部是在互不见面、拉群讨论的环境中完成，开创了“云端联手、隔空制作”的全新广播剧生产方式。^⑤

（二）精心创作、隔空协作，用声音艺术助力抗疫

从2020年抗疫以来，“云创作”日渐成熟，成为文艺与技术的融合，打破了创作和接受的传统界限，重构艺术作品的创作、传播、评价过程。尤其在广播剧界更加得心应手，大量作品都是从以往的集中演播到“云排练”“云录音”“云制作”，以远程创作、隔空协作的方式完成。

从搜集素材，到共同研讨，再到分兵作战一条龙云上操作，“云创作”对广播剧制作提出了更高要求，比如创作人员相互之间不能当面切磋对手戏，所处居家空间不同，采用的录音设备也不一样，各自录制的音频千差万别。后期制作环节需要把这些来自四面八方、声音指标各不相同的音频，通过各种处理手段，合成到同一空间、同一部剧里，使之毫无违和感。

（三）全媒体传播，实现传播效果的最大化

传统媒体和新媒体的融合，进一步提升了触达率，实现传播效果的最大化。《凡人小林》通过央广及全国各地电台频率展播，通过各类微博、微信公众号发布，通过央视视频APP、云听APP、喜马拉雅FM、蜻蜓FM、阿基米德FM、腾讯视频、爱奇艺等新媒体音视频平台推送，实现了各类大小平台的全媒体覆盖，创造了强大的传播力和影响力。《凡人小林》的成功并非个例，全国各类单位创作的抗疫广播剧，其中不少都是应急赶制、云端合作完成的，加上可视化的探索，作为一种新形式、新动态，其价值和意义都相当重要。

中国广播剧研究会围绕“建党百年”“迎接

二十大，奋进新征程”等重大主题，组织开展广播剧精品展播活动，通过在所有会员单位各大媒体平台的集中展播，进一步提升了精品力作的覆盖面。2022年5月，全国首家“广播剧场”频道在“学习强国”辽宁学习平台正式上线。这个频道以广播剧、海报、现场访谈等全媒体形式，打造广播剧目、广播评书、有声阅读和音频直播、音频剪辑等声源艺术的互动“云平台”，成为融媒时代广播剧传播新平台。

二、广播剧“云创作”模式的价值与意义

（一）注重“互联网+”，用互联网思维统领广播剧生产、创作及传播全过程

重视互联网思维的说法，虽然是老调重弹，但仍然需要不时提醒，互联网思维不是挂在嘴上，而是要落实在行动上，落实在具体作品和节目里。用户至上、体验为王、免费的商业模式和颠覆式创新，是互联网思维的4个核心观点。只有具有互联网思维，才能更好地谋求创新与发展，这是所有行业都要面对的课题，广播剧人也不例外。比如，快速反应能力就是互联网思维的本质之一。《凡人小林》的72小时制播，响应速度都非常之快，特别适合当时的战疫环境和氛围。

面对疫情大考，广播剧人紧急启动应急机制，多地协同联动制作，线上线下融合传播，在疫情防控中发挥了积极作用。在众多抗疫主题广播剧的背后，我们大多能看到用户思维、社会化思维、平台思维、跨界思维等互联网思维发挥的作用及影响。

（二）探索广播剧的可视化，打造音视频俱佳的文艺精品

对于广播剧来说，声音艺术始终是第一位的，配视频是一种辅助手段，属于媒介形式的融合，更有助于全媒传播和扩大影响。发掘声音的魅力，用广播剧再现抗疫感人故事和典型人物，充分体现了广播剧人的使命担当。

让传统的听广播，变成音视频共享，既有一种全新的感觉，也有利于形成广播作品的全媒体传播。从“听见”到“看见”，可视化已经成为广播融合发展的重要路径之一。北京、南京、宁波等地的一批广播节目进行了很多的实践和探索，力求转型成为技术和模式融合、声

音和画面并举的新型广播。^⑥充分运用新技术、新手段,打造可听、可看、富有感染力的广播剧作品。有了视频加持,广播剧的传播模式更加多元,节目形态更加丰富,不仅增加了可看性,也有利于增强互动性。

广播剧的可视化是传统广播剧创作进入全媒体时代的探索创新。通过二次创作,适应了广播剧在多平台传播的需要,受众在收听、收看时可以更好地把握故事情节和内涵,既弥补了传统广播传播的不足,也克服了新媒体产品浅层阅读的缺点。^⑦音视频广播剧为用户提供了沉浸感,更有利于传播手段及形式的拓展、延伸,实现多终端发送、多平台传播,提高触达率,实现传播效果的最大化。

(三) 实施传播的全媒体化,营造融媒传播的叠加效应

在突发性事件中,广播剧等文艺作品既是对新闻报道的有效补充,也是对现实题材的思考表达,更有贴近性、吸引力、感染力,更能引发共情共鸣,传播核心价值观。非常时期,广播剧从较长制作周期向快节奏快时效转变,从原先的集中演播到线上统筹,隔空录制、隔空制作,跨地域生产合作。从选题策划、内容生产、制作播出等各个环节的分工、配合、协作、融合,进行了有益尝试,形成了一套良好的运作体系,可谓反应灵敏,运转高效。虽然低成本,但是质量高。通过互联网聚合资源,在线上构建一个“无接触”“不见面”的全流程互动协作空间,在云端“隔空”演播,并调动广播所有的元素和技术、手段、渠道等融合,展现了相当给力的效果。

广播剧走向全媒体化,遵从互联网传播规律,将声音元素从传统型的广播传播进化为适合融媒体平台传播的声视传播体系,为广播剧的发展提供了一个声视传播的创新路径,有利于形式多元化、传播渠道多平台的呈现。广播剧以台、网、端、微、抖等全媒体矩阵为主阵地,实现大小屏联动、全平台传播,融媒传播的整合效应、叠加效应,展现了无穷魅力。

(四) 推进融合创新,不断拓展广播剧新业态

面对突如其来的新冠疫情,众多广播剧人

发挥传统媒体和新媒体优势,不断融合创新,在疫情防控和促进经济社会发展中生动讲述抗疫故事,全面展现抗疫精神,打造了一系列融合式、沉浸式的广播剧精品,营造了强信心、暖人心、聚民心的良好舆论氛围。抗疫主题广播剧对传统制播模式的突破,“可视化”的探索,以及在传统端、新媒体端所取得的不俗成绩,也让广播剧人从中看到了继往开来、传承创新的希望和活力。

“构建线上线下共融的新模式,对媒体来说不只是一种传播和运营手段的更新,而且还可能成为生存发展之道,不能小觑其作用。”^⑧应用新技术,拓展新业态,相信随着新技术、新应用与广播剧在形式、内容、方法、手段等方面的融合,广播剧的生产方式、传播模式、变现路径都会不断有新突破。

可视化赋予广播剧新颖时尚的全媒体气质,满足了用户听觉、视觉及互动的需求,拓展了广播剧的传播渠道和吸引力,可以让收听收看率转化、扩大为流量。通过流量变现,成为新的盈利模式。发展“耳朵经济”“注意力经济”,将广播剧改编成舞台剧、微电影、短视频等探索,也是不错的路径选择。

三、结语

抗疫背景下的广播剧生产方式及其价值呈现令人欣喜。看似偶然,实则必然。融媒体时代,广播剧的制作手法、传播方式都在发生改变,唯一不变的是广播剧人的职责使命与担当,以及与时俱进的自觉和坚守。广播剧要结合新技术、新应用,获得新赋能,借助新理念、新形式,提升传播力;通过新渠道、新平台,扩大影响力。不断改变传统的理念、节目生产方式和运作流程,把最优质、用户感兴趣的广播剧在合适的时间,以合适的方式推送给受众。在媒体深度融合发展的大趋势下,广播剧的创新无处不在,无论是策划、编剧、演播、制作、传播等,相信都会有一个美好的前景,令人期待。

参考文献:

① 《微剧不微——沈阳原创基地云创作“抗疫系列微剧”致敬城市英雄,歌颂英雄城

市》，“中国广播剧研究会”微信公众号，2022年4月12日。

②、⑤《广播剧《凡人小林》云端携手“隔空”制作，首部抗疫主题视听微剧》，“中国广播剧研究会”微信公众号，2020年2月27日。

③“中国广播剧人”微信公众号，2020年7月1日。

④《72小时，为了武汉凡人小林》，央广网，2020年2月18日，https://www.sohu.com/a/373966350_362042。

⑥吕岸：《融媒体时代宁波广播的音画之路》，《中国广播》，2019年第5期，第76-78页。

⑦谢彩雯、黄建伟：《广播剧的融媒再创尝试——以“视听广播剧”〈守护英雄〉为例》，《中国广播》2020年第1期，第69页。

⑧范以锦：《从联动、互动到共融：媒体线上线下运营模式的演变》，《新闻与写作》，2020年第7期，第77页。

（作者单位：余姚市融媒体中心）

