



從聲音裡穿梭古今、汲取藝文

聆聽 Podcast 中的 萬千世界

隨著新冠肺炎疫情在全球持續延燒，不僅拉開人與人之間的距離，也限制人們自由探索的腳步。然而，疫情雖然帶來了種種受限，卻成為 Podcast 百花齊放的養分。國立故宮博物院、臺中國家歌劇院以及故事 StoryStudio 也跟上雲端學習的浪潮，透過聲音，主動走入民眾生活，滿足人們對藝術、文化與歷史的渴求。

撰文／涂心怡

圖片／國立故宮博物院、臺中國家歌劇院、故事 StoryStudio、廖伯威提供

科技時代，講求的是快速、便利，而操作簡便、可隨聽隨放的特性，讓 Podcast 成為深受年輕族群喜愛的聲音數位媒體。除了素人、網紅等創作者紛紛投入其中，學術單位、企業與藝文場館也順應趨勢，善用 Podcast 拉近與民眾的距離。

1 | 2 | 3 | 4
5

1. 國立故宮博物院希望藉 Podcast 拉近與民眾的距離。
2. 故事 StoryStudio 利用說故事的方式，在聽眾的腦海中建構想像畫面。
3. 臺中國家歌劇院以各式創意將實體表演轉為線上節目推播。
4. 《宮說宮有理》讓聽眾從節目中吸收知識，學習新事物。
5. 故宮策展人運用 Podcast 詳細向民眾解說展覽大小事。



聽故宮講典故

由國立故宮博物院推出的 Podcast 節目《宮說宮有理》自 2020 年 5 月 18 日國際博物館日開播以來，如今已經製作有 4 季、共 80 集的節目，行銷業務處科長康綉蘭談起開播的緣由，表示初衷至今依舊不變，「我們希望藉由節目拉近故宮與民眾的距離。」

回顧多年來在第一現場的體會與觀察，康綉蘭明白，無論是典藏文物或是展覽，不少民眾面對藝術文化難免自設門檻，在故宮與生活中刻劃出難以跨越的界線。多年以來，故宮一直積極嘗試運用不同的自媒體，期待以更生活化的詮釋破除與民眾之間的疏離感，「免得大家會覺得故宮就是戶外教學、畢業旅行，或是為了交作業才會來取材的地方，我們想翻轉這個狀態。」

翻轉的速度隨著自媒體的蓬勃，逐漸撥雲見日。開播至今已經 2 年的《宮說宮有理》在 Podcast 上架之後，更是獲得不少青睞，平均一天就有 5,000



次的下載數。

節目內容共分 3 種議題，其一是介紹當季最新的展覽，邀請策展人暢談策展緣起，由於展覽現場往往受限於解說牌的版面大小，難以將「故事」說全，但藉由 Podcast，策展人得以將故事，甚至是策展過程、緣由、展覽物件的排序規劃等暢說分明；其二則是文物故事，康綉蘭細數故宮有將近 70 萬件的典藏，分有書畫、文獻與器物，隨著材質的異同、年代分屬，其研究專業也大不相同，



「節目中會選一些大家可能熟悉，卻不是那麼熟悉的典藏，如翠玉白菜，它是如何被發現的？為什麼不是國寶？而毛公鼎為什麼又屬於國寶？用比較輕鬆的方式進行文物的介紹。」第三則是推出開箱系列，介紹故宮團隊的幕後工作內容，包含文物修復、科學檢驗、教育推廣活動等，讓民眾深入了解，在文物典藏與展覽呈現的背後，其實是來自眾多專業團隊的齊力支撐。

長尾效應擴散廣

《宮說宮有理》邀請專業主持人與各界專家以對談的方式呈現，康綉蘭笑言，專家不僅有研究人員，如政務委員唐鳳、藝人黃子佼以及知識型網紅等都曾受邀分享，期待透過更多的對話與交流，製造更多火花。

開播至今，製作團隊驚喜發現，《宮說



宮有理》具有「長尾效應」，即使上架許久的單元，每天仍吸引不少人重複下載聆聽，尤其是早在第2季開播的「朕知道了！揭開故宮院藏奏摺的秘辛！」，至今更創下近9萬次的收聽率。

「聽眾希望從節目中吸收知識，並學習新事物。」康綉蘭分析，長尾效應之於團隊，帶來的是毫無疑問的肯定，也堅定他們每週更新的意念，「現在《宮說宮有理》已經是陪伴在聽眾身邊的朋友，我們也希望當大家透過耳朵了解故宮越多之後，會帶動大家親自走入故宮，用雙眼體會故宮典藏之美。」

聽歌劇院聊藝術

故宮嘗試以多元的視角、開放的態度，將隱身在典藏文物背後的故事呈現在聽眾面前，而臺中國家歌劇院也秉持著相同的理念，讓劇場裡的節目化做聲音展現。

臺中國家歌劇院行銷公關

ON AIR





1	3	4
2		

1. 《宮說宮有理》除了有專家對談，也會邀請各界知名人士一同交流。
2. 展品介紹與解說為《宮說宮有理》節目主軸之一，圖為故宮人氣展品翠玉白菜。
3. 臺中國家歌劇院將劇場裡的節目化作聲音展現。
4. 《WOW 挖藝術》邀約具相關背景知識的主持人分享表演藝術的台前幕後小故事。

部品牌形象組組長謝宜庭回憶，「看準了 Podcast 的崛起以及疫情可能帶來的生活改變，《WOW 挖藝術》早在臺灣疫情尚未升溫的 2020 年 10 月就正式上線，配合當期演出表演，邀約具有相關背景與知識的主持人錄製主題節目。」

當時有別於國外疫情嚴峻，臺灣生活依舊如常，實體演出並未中斷，《WOW 挖藝術》的出現猶如過往的演前導聆，甚至也扮演著演後座談的角色，讓聽眾得以透過主持人及與談人的對話中，深入了解演出內容與其背景故事。

「2021 年年中，臺灣升三級警戒時，儘管歌劇院多數實體活動暫時停擺，觀眾依舊能從 Podcast 中走入表演藝術的世界。」謝宜庭坦言，聲音對於過往主打實體演出的他們而言，雖是一大挑戰，然而在疫情面前，無疑也是機會，甚至也吸引了過往對歌劇院或是某種類型演出相對陌生的民眾。「開播後最初的 2 個主題，正好都是音樂相關節

目。」謝宜庭分析，音樂愛好者是最容易走入 Podcast 的收聽族群，因此從音樂類型率先切入也最為容易。

然而挑戰依舊在前方等待，緊接而來要投入介紹的是較不易推廣的舞蹈作品。因此製作團隊邀請 OISTAT 國際劇場組織執行長暨藝評人魏琬容主掌麥克風，開啟了一系列共 6 集的《啊我就看不懂舞蹈》，不僅系列名稱吸睛，每一集的來賓更豪爽聊起看舞看到睡著、評論聽不懂等趣事，而主持人也在每集節目中設計有趣的機制，當來賓說出艱澀的專有名詞、比手劃腳或運用抽象名詞時，主持人就會按下小鈴鐺警告。

在有趣的機制與對談中，引領民眾走入舞蹈的世界，也讓此系列一躍成為《WOW 挖藝術》開播至今最受歡迎的單元！謝宜庭欣慰地說：「過去舞蹈類型作品的觀眾相較於古典音樂較為小眾，這一系列節目的成功，無疑是打了一劑強心針，讓我們知道，原來這個方向就是民眾想要的。」

拓展效益超乎期待

每集節目前製作業中，主持人與策劃團隊無不絞盡腦汁，期待透過平易近人的輕鬆步調，讓民眾與藝術展演能越靠越近，例如古典音樂講師施孟玟與女高音林慈音在暢聊歌劇時，就以調酒貫穿全場，根據不同調酒所帶來的口感，帶領民眾認識 12 位個性鮮明並與該調酒相符的歌劇角色；而劇場編導演蔡柏璋則選擇以溫柔的嗓音，透過述說，引領聽眾走入每一個故事中盡情冒險。

除了對談形式，《WOW 挖藝術》也在最新一季錄製全新內容，因應國際封鎖而推出的《NTT 國際藝聞雙週報》，讓民眾不出國也能知悉國際藝文大小事；此外，目前也正積極策劃錄製歌劇院幕後工作人員的日常大小事，讓民眾了解第一線面對觀眾的顧客服務部、在劇場裡面工作的黑衣人、照顧藝術家的節目企劃部等單位的工作內容與甘苦談。

隨著《WOW 挖藝術》播出至今，謝宜庭表



示，其所帶來的效益超乎所想。根據售票系統統計，過往會走進劇場買票看演出的民眾，年紀大約是 26 至 40 歲之間，男女比例則是 3：7；然而 Podcast 的後台數據顯示，18 至 30 歲的收聽民眾超過 50%，男女比則些微變動為 4：6。「表演藝術的當下性很特別，不像產品可以先試用再決定是否購買，因此我們必須透過各種多元的形式及管道，持續與民眾溝通。而這些數字也證明了歌劇院確實成功透過聲音吸引更多聽眾願意走入表演藝術的世界。」

1 | 3 | 4
2 |

1. 賴育辰解釋，故事持續關注新媒體趨勢，隨時調整發展方向。
2. 透過聲音的描述也能引領聽眾走入冒險故事。
3. 主持人廖貽柔強調，節目要與大家關心的事連結在一起。
4. 搭上《華燈初上》的熱潮，錄製節目向聽眾介紹條通的大小事。



ON AIR





聽「故事」說故事

有別於故宮或是歌劇院擁有實體典藏與展演，同樣致力於製作 Podcast 節目的「故事 StoryStudio」（以下簡稱故事）則是於 2014 年成立於網路的新媒體，集結散居世界各地的寫作者，以歷史脈絡書寫當代議題，將「寫給所有人的歷史」作為理念，藉由新媒體的運用，讓歷史走入日常生活之中。

一路走來，故事不僅在網站上發表文章，同時也舉辦講座、論壇、研討會，甚至投入出版、影像製作，從線上到線下，從文字跨足影像，Podcast 節目《有故事要說》則是另一個突破與嘗試。行銷企劃賴育辰表示，故事從網路媒體起家，始終秉持著將歷史帶入生活的理念，「我們關注著新媒體的趨勢，現在的新媒體是什麼、新世代的使用者在哪個地方，故事就會朝那個方向去發展。」

《有故事要說》節目內容根據網站上刊登的文章類型而有不同的呈現方式，負責剪輯的范宏寬表示，偏向議題性的文章，就適合請撰文作者從文字背後走到節目當中，不僅得以用更生動的方式講解歷史，同時也能補充寫作的脈絡以及在撰文中所發現的趣事。如「臺灣體壇這麼多毛病，是從哪來？仍未解嚴的運動選手養成路」，這集就邀請

文章作者林欣楷到節目中分享，扣緊 2021 年體壇所發生的事件，從一個運動選手叛逃中國開始說起；而隨著懸疑劇《華燈初上》第 3 季上架開播，節目團隊也製播一集「華燈初上，從臺北條通揭秘『買春之旅』的跨國地圖」，請來撰文作者姚惠耀暢聊他所觀察與研究得知的條通大小事。

靜心沉浸於歷史場景中

身為執行編輯，同時也是節目主持人的廖貽柔笑言，這 2 集的播出日程搭上了生活熱門話題，讓收聽人數居高不下，「這讓我們體悟到，民眾並非是對歷史不感興趣，而是我們該如何將歷史與大家關心的事連結在一起。」

除了對談模式，《有故事要說》也透過短短 10 至 15 分鐘的製播時間，將網站上的文章化做聲音劇場，單純說故事給民眾聽。賴育辰坦言，相對於許多聽眾習慣將對談性的節目作為生活中的背景音，《有故事要說》想做的並不只是陪伴而已，「我們也期待能藉由短短 10 分鐘的有聲書系列，讓聽眾能靜下心來沉浸在歷史的場景裡，同時在腦海裡建構畫面，並從裡面帶走一些什麼。一如我們網站上的文章想帶給大家的——從過去想像未來。」✚