

音乐传播导论

庄元 编

南京艺术学院 成人教育学院

目 录

第一章 音乐的生产	(3)
1-1 音乐生产的结构	(3)
1-2 现代音乐传播生产的特征	(5)
第二章 音乐的传播	(6)
2-1 传播学基础知识	(7)
2-2 音乐传播的概念与功能	(10)
2-3 民间音乐传播与音乐传播的基本模式	(12)
2-4 乐谱媒介与音乐传播	(16)
2-5 声音记录、电子媒介与音乐传播	(19)
2-6 当代音乐传播的五种形式	(22)
第三章 音乐的受众	(27)
3-1 受众的期待欲	(27)
3-2 受众欣赏态度	(30)
3-3 中国音乐受众的整体趋势	(31)
3-4 现代传媒条件下出现的特殊群体	(34)
3-5 中国音乐受众所处的地域特点与社会特殊群体	(35)
第四章 音乐的流行	(36)
4-1 音乐流行的概念和分类特征	(36)
4-2 音乐的流行模式分析	(38)
4-3 音乐流行强度的测定	(42)
第五章 传媒新技术	(48)
5-1 当代传媒新技术	(48)
5-2 传媒技术的发展趋势	(53)
参考文献	(55)

目 录

第一章 音乐的生产	(3)
1-1 音乐生产的结构	(3)
1-2 现代音乐传播生产的特征	(5)
第二章 音乐的传播	(6)
2-1 传播学基础知识	(7)
2-2 音乐传播的概念与功能	(10)
2-3 民间音乐传播与音乐传播的基本模式	(12)
2-4 乐谱媒介与音乐传播	(16)
2-5 声音记录、电子媒介与音乐传播	(19)
2-6 当代音乐传播的五种形式	(22)
第三章 音乐的受众	(27)
3-1 受众的期待欲	(27)
3-2 受众欣赏态度	(30)
3-3 中国音乐受众的整体趋势	(31)
3-4 现代传媒条件下出现的特殊群体	(34)
3-5 中国音乐受众所处的地域特点与社会特殊群体	(35)
第四章 音乐的流行	(36)
4-1 音乐流行的概念和分类特征	(36)
4-2 音乐的流行模式分析	(38)
4-3 音乐流行强度的测定	(42)
第五章 传媒新技术	(48)
5-1 当代传媒新技术	(48)
5-2 传媒技术的发展趋势	(53)
参考文献	(55)

第一章 音乐的生产

1-1 音乐生产的结构

在社会音乐生产中，如按其从事音乐生产活动人的行为特点、行为后果来观察的话，可知社会音乐生产是多项精神生产活动的有机综合体。人们根据自身的兴趣、能力、追求的目标、接受音乐教育的侧重等因素而选择自己的生产定位。为此，社会音乐生产有机综合体由四方面不同类型、不同功能的音乐生产构成。这四种音乐生产是：音乐创作生产、音乐表演生产、音乐传播生产、音乐伺服生产。四种音乐生产活动在社会音乐生活中相互协调、相互制约、相互依赖，从而使人类的音乐生产活动从远古一直延续到今天。

1-1-1 音乐创作生产

音乐创作生产的功能是创造音乐作品的观念形态，创造具有音乐艺术规律的、可供人们表演和传播的一种有序化、规范化、艺术化的非音响性音乐符号群体和具有永恒保留价值的“音响蓝图”。如果不对音响符号预先加工、组织和艺术升华，音乐的存在是难以想象的。但是在人类社会的早期，音乐创作生产总是与表演、传播等音乐活动融合在一起。音乐创作者在从事创作思维活动的同时，也在参与表演和传播活动。这种融“创作、表演、传播”三位一体的音乐生产方式，是原始音乐生产的重要特色。我们在很多具有原始古风遗俗的民族民间音乐考察活动中均已认识到这个特点。随着社会生产力的发展，人类的社会分工也开始发展，艺术分工一方面使多门文化的独立成为现实，另一方面，就是在音乐中，三位一体的音乐生产进入较细的分工生产也是一种顺理成章的现象。当音乐创作生产活动从早期综合性的音乐生产活动独立出来以后，音乐创作生产也就更加充分地显示出它自身固有的特点：

- 主动性——作曲家是音乐创作生产的主体；
- 个体性——创作生产方式的个体性；
- 创造性——创作成果的创造性。

1-1-2 音乐表演生产

音乐表演生产在社会音乐生产中是一项举足轻重的音乐生产活动。它是人们根据创作生产的“音响蓝图”所规定出的艺术表现轨迹而从事的一种只凭人的嗓音或人对乐器的驾驭的演唱、演奏行为。其效果已超越了观念中的、非音响的音乐而变成了一种实实在在的、人们可以感知的音乐。音乐表演生产通常的表现形式有两种。其一，音乐表演生产对创作生产活动的依附。这是指表演行为的启动必须依赖于创作生产。没有创作生产，就没有表演生产。当今中国一些优秀的著名歌唱演员常在歌坛下抱怨无歌可唱，则充分说明了没有优秀作品的创作生产，已经限制了这些演员们的生产活动。反面看，创作生产也要依赖于表演生产。没有表演生产者的音响化实现，观念中

的音乐不能变为他人可听的音乐。其二，音乐表演生产也具有其行为活动的相对独立性。这又是指音乐作品产生以后漫长的时间中，经过长期的社会检验和社会认定，这些作品已刻上了“经典”、“优秀”的印记。此刻，表演生产行为是一种相对主动的行为。贝多芬的交响曲，已作为经典性的创作生产成果以总谱的形式留存下来，后世的演奏生产活动对这些作品的演奏已带随意性，而贝多芬生前的创作生产行为对后世的表演生产活动没有制约性和依赖性。表演生产具有如下的特性：

- 从属性——表演生产行为艺术上的从属性和技术上的从属性
- 多次性——增加了受众数量，提高了艺术质量
- 多重性——具有个体性、个体性与集体性相结合和集体性的多重性生产
- 创造性——加入了表演者本人的情感和审美。

1-1-3 音乐传播生产

在音乐的“创作、表演、传播”三位一体的音乐生产方式时期，即在人类社会早期的音乐生活中，创作与表演者均已担负着音乐传播的功能。当乐谱出现以后，音乐的演唱、演奏者担负着音乐传播功能。只有当近现代的大众传播媒介出现以后，音乐传播才逐步地作为一种独立的、产生音乐的生产行为而从创作、表演环节分化出来。在早期的人类音乐生产中，创作者即是音乐的表演者，传播生产隐伏在音乐的表演活动中，每一个表演者。每一次表演活动，都在进行音乐的传播。随着生产力、科学技术的高度发展，首无在西方出现的工业社会中，由于不断剧增的城市人口和都市化社会对音乐的需求，仅依靠表演者的传播方式显然已不符合时代的节奏。因此，出现了唱片载体对音乐信号的储存。19世纪末、20世纪初逐步在世界各地兴起的唱片工业生产和唱片出版商业活动，使音乐传播成为了一个逐步完善的生产系统。这个生产系统，一方面体现着音乐艺术生产的诸多方面，另一方面又顺应着经济、市场规律的运行轨迹，从而使音乐传播生产成为一个较为复杂、对社会影响十分重要的生产。

尽管今天在社会中，某些方面还存在隐伏于“创作、表演”环节或仅隐伏于表演环节的音乐传播生产（如少数民族地区的风俗音乐活动、城市或农村的民间音乐活动、学校音乐活动、企业音乐活动、军队音乐活动等等），但是这些音乐传播生产只局限在地区、行业或小范围的群体之内，并对整体社会不带支配性、主导性。它们与当代广播电台、电视台、因特网、音像生产企业风靡全社会的音乐传播生产相比，其力度就显得相对微弱了。更何况小范围的音乐传播内容和形式，往往受媒体传播的深刻影响。因此我们对音乐传播生产的考察，均是以现代大众传媒为对象。

音乐传播生产的主要特点是其的商品性：

- 现代音乐传播生产是社会化的商品生产
- 现代音乐传播生产是相对独立的商品生产
- 现代音乐传播生产是受制约的商品生产

1-1-4 音乐伺服生产

在社会音乐生产中，音乐伺服生产虽然不具体生产音乐的艺术、技术和音响形态，

但它对音乐创作、表演和传播起着至关重要的作用。音乐伺服生产具体指音乐教育生产、音乐批评(评论)生产、音乐科学研究生产等环绕音乐生产的诸多方面。它们为音乐的创作、表演、传播服务并以人才的培养、完善或成型的形式满足音乐职业群体中的新陈代谢和听众鉴赏水平的提高、以科学论文和评论文论的文字形式研究、监督、引导音乐的创作表演和音乐科学的方方面面。健康而完满的音乐伺服生产,是音乐社会运作机体中的一个有力的“造血系统”和“免疫系统”,是社会音乐生活永远充满朝气和活力的动力源泉,是社会音乐的传、受双方始终保持和谐的协同关系的润滑剂。

音乐伺服生产的主要活动:

- 音乐教育生产——由音乐专业教育生产和社会教育生产组成
- 音乐批评(评论)生产——向社会推荐优秀、明晰良莠,提高社会的欣赏水平
- 音乐科学研究生产——音乐基础理论和音乐应用理论的研究

1-2 现代音乐传播生产的特征

1-2-1 现代音乐传播生产是社会化的商品生产

正如马克思在《资本论》中所指出,当艺术家们成为雇佣劳动者成批生产为资本家致富的时候,才是生产劳动,其产品才是商品。当音乐家们在为唱片公司创作作品、表演作品的这一刻起,音乐家们的劳动成为了雇佣劳动。唱片公司老板买断了他们的一次性创作、表演生产成果,欲图以这种成果来生产新的产品。当音乐家们在录音棚中完成了创作、表演以后,一系列的复制生产就拉开了序幕。前面我们已经指出,在一定的技术、工艺尺度的制约下,严格而准确的质量重复,是商品生产的技术特征。唱片及有关音乐的音像制品,是录音棚中母带成品之后在复录设备上的无数次重复。一组音乐信号变成了成千上万组相同的音乐信号。这种生产具有商品生产的特征是无疑的。每一张唱片投放市场后,起到了音乐传播的功能,但同时又为唱片公司赚取唱片成本之外的利润。

现代的音乐传播生产不是小生产,而是社会化的大生产。从唱片(音像)公司购买、组织创作到演员的培训、包装、签约以及录音制作、工厂生产、销售,这是一系列与音乐传播直接相关的社会生产活动流水线。在今天,已经部分商品化的电台、电视台中的一些频率、频道、栏目、版块、专题、晚会和电视剧制作及其它节目中,社会化的商品生产也十分明显。在企业的赞助投资以后,一系列的生产运作将调动社会的千军万马,共同为节目的制作成形、播出成功而努力。

1-2-2 现代音乐传播生产是相对独立的商品生产

在音乐生产的早期状态中,潜伏性的音乐传播生产行为不是独立的,它总是从属于

创作、表演生产。即，创作者、表演者想向社会传播什么，就向社会传播什么。这种传播，对创作、表演者来说，是自由的（但从宏观上来说，他们还是要接受社会需求的制约），对传播生产环节来说，是不自由的。但是，现代商品性的音乐传播生产，它已经从创作、表演的传统链条上脱离出来而进入相对独立的状态中。传播的内容和形式，传播的次数和规模，作曲者和表演者没有能力也没有权力控制。因为作曲者和表演者本身就处于被雇佣与不被雇佣的可能性中。这样一来，传播生产相对于创作、表演环节说来，成为了相对独立、相对自由的生产。

1-2-3 现代音乐传播生产是受制约的商品生产

尽管它相对于创作、表演环节说来是独立、自由的生产，而它面对传播工具的控制者，它又是受制约的商品生产。因为商品生产的盈利性，使音乐传播不得不服从于盈利的目的。能赚钱的音乐内容和形式、投资者感兴趣的内容和形式、社会上流行的内容和形式是传播生产的主导方向。这样一来，艺术传播的多样化传统、音乐生产的某些本质方面面临着被根本扭曲的威胁。

第二章 音乐的传播

2-1 传播学基础知识

对社会音乐生活中音乐传播现象的考察与梳理,是当代音乐社会学研究的重要课题。因为音乐传播是音乐流行的前提条件:音乐传播制造着音乐听众,音乐传播实现了音乐的社会功能。同时,对音乐传播的研究,还将为音乐家、音乐创作、音乐商品等一系列问题从音乐社会学角度深入展开奠定基础。也就是说,在音乐文化的动态结构中,人的音乐传播行为是促成该结构充满内在活力的基本条件。没有人的音乐传播活动,就没有社会音乐生活,也就更说不上人类社会的音乐文化

传播学是研究人类信息传播行为及其规律的学科,是一门多学科交叉融合的综合性学科。

“传播”一词是英语 communication 一词的汉译。它的主要意思是信息、思想、观念、意见的相互交流。communication 一词源出于拉丁语,意即共同分享。因此,传播就是与人共享信息、观念、意见的过程。

2-1-1 传播学研究的历史

公元前 300 多年,希腊哲学家亚里士多德在《修辞学》一书中,总结了口语传播的五点要领:1、说话的人;2、所说的话;3、听话的人;4、场合;5、效果,他的理论受到传播学界的重视。

对于人类传播现象和行为作系统的、科学的研究,始于 20 世纪 20 年代的美国。20 年代前后,与传播学有密切关系的学科主要是社会心理学、社会学等现代科学,在基础理论和研究方法上的重大进展,为人们从不同角度去探寻人际信息传播的内在规律,提供了理论上和方法上的指导。苏联心理学家巴甫洛夫的条件反射学说,奥地利心理学家弗洛伊德的团体心理学说,以及美国的专栏作家 W. 李普曼的《舆论》一书,美国民意测验创始人 G. H. 盖洛普的博士论文《应用客观方法衡量读者对报纸兴趣的一种新技术》,都对传播学的诞生有重要影响。

美国政治学家 H. D. 拉斯韦尔在 1927 年出版的《世界大战时期的宣传技术》一书,被认为是运用系统的、科学的方法分析传播内容的先驱之作。1948 年,拉斯韦尔发表论文《社会传播的构造与功能》,提出了传播过程的五因素模式:1、谁?2、说什么?3、通过什么渠道?4、对谁说的?5、产生什么效果?并提出了相应的控制(传播者)、内容、媒介、对象(受传者)和效果 5 项分析。此文还提出人类社会中的信息传播有 3 项功能:1、对外部世界进行监测(侦察环境);2、使社会各部分联系接融(协调正

反); 3、传播社会传统与文化(传递经验)。拉斯韦尔提出的关于传播的模式与功能,对传播学的发展具有较大影响。

30年代与40年代,社会科学领域的一些学者参与了拉斯韦尔所进行的传播研究。如在美籍奥地利社会学家和心理学家 P.F. 拉扎斯菲尔德主持下,将传播媒介置于社会环境中去考察传播效果,提出了“二级传播理论”,为传播学的渠道研究作出了贡献。

40年代末50年代初,拉斯韦尔等人对信息传播特别是大众传播的多学科研究引起了美国新闻界的重视。新闻学家 W. 施拉姆于1948年在伊利诺伊大学成立了美国第一个传播研究所,把新闻学同传播学综合起来。40年代末以来,信息论、控制论、系统论的出现,为传播学提供了新的理论武器与研究手段。传播学者们把信息、控制、反馈、系统等概念引入传播研究,提出了描述和解释传播现象和行为的一系列新的理论模式,从而使传播学形成初步体系。

50年代后,美国成立了全国性的传播学研究协会,创办了数十种专业刊物,许多大学也纷纷成立传播学研究所。60年代前后,传播研究在西欧各国普遍开展起来,并形成了同美国传播学派相区别的西欧批判学派。60年代后期,传播学研究开始在苏联、东欧展开。中国的传播学研究,起步于80年代初,正处在翻译、评介西方的传播学理论,并逐步和中国传统的新闻实际相结合,研究中国的传播理论阶段。

2-1-2 传播学研究的两大流派

在传播学的发展过程中传播学者们由于在理论基础、思想方法和研究方法上的区别,逐步形成了两大派别:

1、起源于美国的传统“经验学派”,“经验学派”又被称为“行政学派”或“正统学派”。这一学派的主要代表人物是传播学的奠基人——拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、施拉姆等人。这一学派的主要特点,是在传播学研究上注重定量分析的经验主义、功能主义和实证主义,从而给传播学的微观研究带来某些科学的、定量的、实验的研究方法;但是往往忽视传播行为所处的复杂的社会环境,过分强调传播的直接效果,美国的“经验学派”所以注重传播的说服效果研究、宣传效果研究,很大程度是由于受到关心这类问题的美国政府、私人企业及基金会资助的缘故。经验学派的主要基地在美国,它的主要国际性组织是国际传播协会。

2、后起于西欧的新兴“批判学派”,其起源可追溯到法兰克福学派。它是以1923年成立的法兰克福社会研究所命名的,在西欧是以马克思主义的批判方法进行社会研究的中心。批判学派的形成是在60年代以后。批判学派受到马克思主义理论的影响,在研究资本主义社会的大众传播媒介作用中,重点放在对传播的社会、政治、经济环境的宏观研究,强调传播研究同其他社会科学研究不可分割。批判学派认为:经验学派过份强调传播自身的重要性,而忽视了传播产生的整体环境;在调查和实践中采用的定量分析方法过于偏重个人和微观方面,因而不能充分地反映传播的社会环境。绝大多数批判学派的学者都试图运用马克思主义的立场、观点研究传播问题,尽管他们并不一定是马克思主义者。经过数十年的发展,批判学派已出现一批有影响的学者。批判学派的主要国际性组织是国际大众传播研究协会,批判学派的主要基地在欧洲。

其代表人物有巴黎大学的 A. 马蒂拉、芬兰坦佩雷大学新闻与大众传播系教授 K. 诺登斯特兰、荷兰海牙社会学研究所教授 c. 哈姆林克等。

苏联 60 年代起开始重视研究传播理论。舍尔科文是最早研究传播学的苏联学者之一。苏联传播学者根据自己的研究分别提出了各自的传播模式,较著名的有菲尔索夫传播模式和阿列克谢耶夫传播模式。

2-1-3 传播学的一般研究

传播学的一般理论涉及信息的理论、符号的理论、意义的理论、传播的过程与效果的理论等。

1、关于“信息”的理论:从哲学观点看,信息是事物运动的存在形式或表达形式,或者说是事物内部联系的存在形式或表达形式。但是以社会信息交流作为研究对象的传播学,关心的是作为人的精神产物的那一部分信息。这部分信息有两种基本存在形式:①内储形式,②外化形式。内储信息是暂时或长久地储存在人的大脑中的信息。外化信息包括用符号记录下来的书籍、文献、资料等信息、形式;口头传播的信息不一定被记录下来,但仍然属于一种外化形式,只是一般不留下痕迹。信息论对传播学的一个突出贡献是它丰富了人们对信息本质的认识。信息论认为,信息的本质在于对事物不确定性的清除。信息论给信息的定量化提供了科学的方法。

2、关于“符号”的理论:按照西欧“符号学”的看法,符号是最重要的信息载体。符号是一种象征系统,它不是事物本身,而是“指说”事物的。符号系统有两类:①语言符号,是人际传播最基本、最重要的信息载体,可以表达深刻的思想、丰富的情感;②非语言符号。包括表情、手势、衣饰、摆设、时间的控制、地点的安排等,作为语言符号的补充,是人际传播不可缺少的手段。

3、关于“意义”的理论:“意义”问题是传播学的一个核心问题。“意义”与“信息”或“符号”是不同的概念。从根本上说,传播是通过符号的传递以达到意义沟通的目的,传播不只是符号的传播,而且是意义的传播,传播者要做到的是,从受传者那里引出意欲传递的意义。

4、传播过程与效果的理论:每个传播过程涉及 3 个要素:传播者、信息和受传者。传播者在发出信息后,会从受传者那里获得反馈信息,来调整自己下一步的传播行为,以取得最佳的传播效果。受传者表面上是被动的,但他处理接受的信息时,会表现出选择的主动意向并同时以各种方式向传播者发出反馈信息。因此,传播者和受传者的位置总是处于互易的过程中。

西方传播学的一个显著特征,是对传播效果研究的重视。关于传播效果的模式有:①“神弹”模式。最早出现、已被否定的模式。认为宣传就象枪弹射击靶子一样,抢一响,靶子就会倒下。以后的研究表明,人际传播不可能产生象枪打靶子那样的神奇效果。②“有限效果”模式。认为传播效果只能是有限的。③“使用和满足”模式。认为传播研究人员应从受传者的角度研究传播效果,受传者在使用传播媒介时有着不同的动机和目的,从而引出不同的传播效果。

2-1-4 传播学的分支研究

比较成熟的几个传播学分支，是建立在基本的人类传播行为类型之上的。

1、个人自身传播：又称个人的内向传播。指个人对外界信息的处理过程，属个人的内向心智活动，是人类一切传播行为的基础。

2、人际传播：是人与人之间面对面的信息交流。信息反馈比较及时、充分，信息共享的可能性较大。但传播的范围小、速度慢。人际传播理论着重研究如何通过分享信息来建立、维系和发展人际间的联系。

3、团体传播：是指三人以上的人群内部或之间进行的信息交流，如小组讨论、团体会议等。团体传播的特点是，由于群体动力或群体压力。既可以为各成员接受某种信息、观念或立场形成某种动力，也能为其制造某种障碍。团体传播理论着重研究群体内部或之间的信息交流在改变或增强成员固有观念、立场方面的机制和作用。

4、组织传播：是指组织、机构内部，以及与其他组织、机构之间的信息交流。着重研究现代社会里组织、机构开展内外信息交流的特点、性质、模式、手段等，从而改善内部的管理机制，改进外部的社会关系环境。由此形成了一门现代新兴管理科学，即公共关系学。

5、大众传播：是指通过报纸、广播、电视、网络、电影、书籍、杂志等媒介，向为数众多、范围广泛的人们传递信息的过程。大众传播是现代社会速度最快、范围最广、内容最多、影响最大的传播现象。大众传播学就是专门研究这一现代特殊传播现象规律的科学。大众传播学的重点是研究传播者、信息、媒介、受传者、传播效果、信息反馈及传播政策等诸方面，在社会大系统下的性质、特点、作用机制。大众传播学是传播学中最重要和最大的分支。

人类的传播行为，是由个人自身传播、人际传播向团体传播、组织传播、大众传播等逐步由低级向高级的发展和综合。各种类型的传播行为之间，不能互相取代，而是互相渗透、互相补充，在数量、质量、速度、范围和效果上形成一个纵横交错、庞杂无比的传播网络。由此产生的传播学的各个理论分支，也在纵向上深入探讨了各自领域内的特殊规律，在横向上互相补充、互相渗透、互相促进，使人类逐步认识与掌握错综复杂的传播规律。

传播学的一般理论是关于一般传播规律的初步总结。它的分支理论适用于各分支领域，也对其他领域的研究具有启发、借鉴和补充作用。

2-2 音乐传播的概念与功能

2-2-1 音乐传播——“传必求通”

音乐传播及其物质技术基础的发展、与人类的所有信息传播同步。但是作为音乐在形态、意识领域中的特殊性，音乐传播也表现出它特殊的品质。

在我们的社会生活中,任何音乐现象、离不开音乐传播。在这些现象中或现象后面,音乐信息(音响形态的或乐谱形态的)所运载的传播者的音乐艺术意图、音乐思想在为人们“分享”(部分地理解)或“共享”(较完整地理解)。这样——种“传必求通”、“传而必通”的人与人之间的音乐关系,是一种音乐的传播关系。因此,我们认为,音乐传播,是音乐现象得以存在、音乐作品得以实现其功能的人的一种社会行为。这种社会行为最简单的表现是一个人将音乐作品以特定的形式传送给另外一个人或一群人。当音乐接受者的生理感官接受了这些音乐信息并产生心理效应(理解)后,将某种反馈信息(心理效应后的情绪表现)传递给传播者。

人类几千年来的社会音乐实践,其本质就是音乐的传播实践。在以天文数字来统计的无限次的音乐传播链条中、已形成了各民族、各地区的若干音乐风格体系、音乐调式框架和无数闪光的音乐艺术作品的产生、认可和确立。音乐的传播,把人类所处的时空环境装点得五彩缤纷。没有音乐传播,就没有人的音乐。在广阔无限的时空领域中,音乐传播深化了人们的艺术思维,并使音乐成为人类最宝贵的精神财富之一。音乐传播,对过去、现在和未来已产生或将产生极其深刻而广泛的影响。

2-2-2 音乐传播四项基本功能

人类的音乐活动。其本质是以音乐作为被传递信息的信息传播活动。因此,我们可以明确地认定,以音乐作为被传递信息的传播运动,是音乐存在的基础,由于人的音乐传播行为,音乐的社会存在才得以实现。由此可见,音乐传播运动是具有社会功能作用的,具体说来有如下四方面:

第一,它满足、实现了各个时期、各个民族或地区、各社区或各阶层、各年龄结构与职业结构的人们对音乐的需求。并实现了音乐对人的多种形式与多方面的影响。音乐传播是音乐社会功能全面实现的基本条件。

第二,音乐正向传播与反馈(传播)的长期双向交流,使民族的、地区的或历史的音乐风格得到群体的共同认可并以相对稳定的形态屹立而成为民族民间音乐艺术独特性的标志。

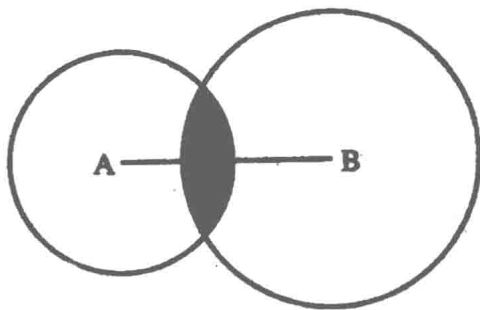
第三,音乐正向传播与反馈(传播)双向交流的和谐或完美与否,在检验着音乐家的艺术创造成果在他所面对的时期之内和他所力图征服的听众面前是否成功或失败的尺度。在透明性的音乐传播中,反馈信息是积极的、能动的,那么他的创造是成功的。如果反馈信息是消极的、僵化的,那么他的创造一般说来是失败的。

第四,音乐传播是保存音乐风格或音乐艺术作品的唯一技术手段。由于有了音乐传播,音乐才得以保存下来,使它有可能在空间扩展、在时间中延续并成为人们在艺术上继承、革新行为的现实基础。在人类社会早期,在没有任何传播媒介的条件下,音乐传播是唱(奏)者与听者之间面对面的传播。唱(奏)者的音乐信息直接输入听众耳朵并在听众的大脑神经元中记忆与储存。在群体的“接力传播”中,音乐保存下来了。而在拥有现代大众传播媒介的当代音乐传播中,音乐更是精确地保存下来。一张张激光唱片不仅让更多的人听到音乐家的歌声,而且它也成为音乐家的歌声在时空

海洋中永不消失并永远嘹亮如初的“保护神”。

2-3 民间音乐传播与音乐传播的基本模式

大量的民间音乐现象使我们可以推测出在人类社会漫长的历史发展中音乐传播的原始形态。音乐传播的原始形态反映出音乐传播的基本模式。在这种基本模式里,参与音乐传播行为的人只包括音乐传播者(创、唱、奏)和音乐受传者(听众)。音乐传播者将音乐信息传播于受传者,受传者接受音乐创造物并以相应的方式发出反馈信息并以此反馈协调音乐传播者的行为。在下图的线段 AB 上,A 代表音乐传播者,B 代表音乐受传者。圆 A 表示音乐传播信息(音乐音响的内容与形式),圆 B 表示音乐受传者的接受态(审美趣味、欣赏习惯和其它文化背景的综合)。线段 AB 的长短则代表传、受双方的心理距离及信息反馈的灵敏度。下面这个两圆相交及圆心连线图,就是音乐传播的基本模式图。



2-3-1 音乐传受双方对音乐信息的“共享”

上图的传播模式 A、B 两圆的相交部分表现出音乐传播者和音乐受传者对音乐信息的“共享”状况。A、B 两圆相交的面积愈大、两圆心连线 AB 的距离愈小,说明传播行为的成功率愈高。在两圆相交的阴影部分表现出音乐传播者的创造性成果能与音乐受传者的接受心理状态相吻合。如果两圆接近重合,其两圆相交的阴影面积趋大,这也就更说明了音乐受传者较全面地接受、理解了传播者的艺术创作意图与创作成果。此刻线段 AB 愈短,表现出传、受双方感觉的贴近以及信息反馈的迅速与积极、兴奋的特点。在音乐传播的传、受双方心理距离很小的情况下,听众方面的精神状态往往是奔放、主动与活跃的。听众在聆听音乐时所谓“三月不知肉味”(孔子语)的情绪感觉和所谓“如醉如痴”的精神状态,均是传播中的一种积极而能动的信息反馈。这种反馈现象将有力地促进传播者按照他成功的轨迹继续操作他的传播创造活动。

A、B 两圆相交的阴影面积很小甚至完全没有相交,则说明了音乐传播中“传而不通”的结果。此刻线段 AB 很长,是因为传、受双方的心理距离相去甚远,同时也不可

能有积极、主动、活跃的反馈现象。

传播者向受传者传递的音乐信息是对方不理解的东西或与对方审美价值观念相抵触的东西,都会使音乐传播受阻。比如欧洲中世纪的格里哥利圣咏,如果在同一时期的中国民间传播,其结果是“传而不通”;中国古代的宫廷雅乐,如果在太平洋岛屿上的土著民族中传播,其结果也是“传而不通”。传、受双方所处的文化背景不同,不可能构成音乐的传播关系。

在中国几千年的历史岁月中,一个民族、一个地区内的民间音乐传播往往是成功的。因为几千年来的传播实践已形成了该民族、该地区独特的民族民间音乐风格。相同的文化习俗和相似的经济生活条件。是民族、地区凝聚力的基础,也是传、受两个环节可能紧靠的条件。从历史上已经开始出现的民族之间、地区之间的相互串连,音乐传播开始突破民族、地域的界域。而不同民族、地区的人们均能接受或部分接受异族、异区的音乐信息,有的还融入本民族、本地区的风格系统中。这充分地说明了民族之间、地区之间的“传通”现象。其原因是因为在中国各民族、各地区中,除了具备文化背景的各自个性外,还有很多共性的东西。异族、异区之间的音乐“传通”现象,说明了传、受双方具有某些相同的文化背景。

2-3-2 音乐传播原始形态的特性

民间音乐传播体现着音乐传播的基本模式。对民间音乐传播过程与特性的分析,可以加深我们对音乐传播原始形态的了解。

音乐传播的基本模式,只表现出传、受双方两种最本质的要素以及两要素之间的关系与距离。如果在这种模式中,传、受双方之间除了声音传送的空气媒介外没有任何媒体和人的介入,这种传播形态我们称为音乐的原始传播形态。早期的民间音乐传播表现出音乐传播的原始形态它有如下的三项特性:

一、传播过程的接力性:在近代国外民俗学家对民间歌谣的原始形成研究中,有两种较为流行的观点,即民歌产生的“个体创作说”和“群体合作说”。两种观点针锋相对、互不相让。然而它们对原始民间音乐的形成理论都带来片面性。美国人类学家基特里奇教授综合双方所长,并根据自己长期对很多民族的观察研究,对民歌的形成,写出了如下的心得:

……单是创作并未了事,不过只是一种开始。作品出于作者之手后,立即交给群众去用口头传播,不能再受作者的支配了。如果群众接受它,它就不复是作者的私物,就变成民众的公物。这么一来,一种新进程即口头传诵就起始了,其重要并不减于原来作者的创造活动。歌既由歌者甲传到歌者乙,辗转传下去,就辗转改变下去。旧章句丢掉,新章句加入,韵也改了,人物姓名也更换了,旁的歌谣零篇断简也混入了、收场的悲喜也许完全倒过来了,如果传诵到二百年……如果原来作者听到旁人歌唱他的作品,也一定觉得全不是那么一回事了。

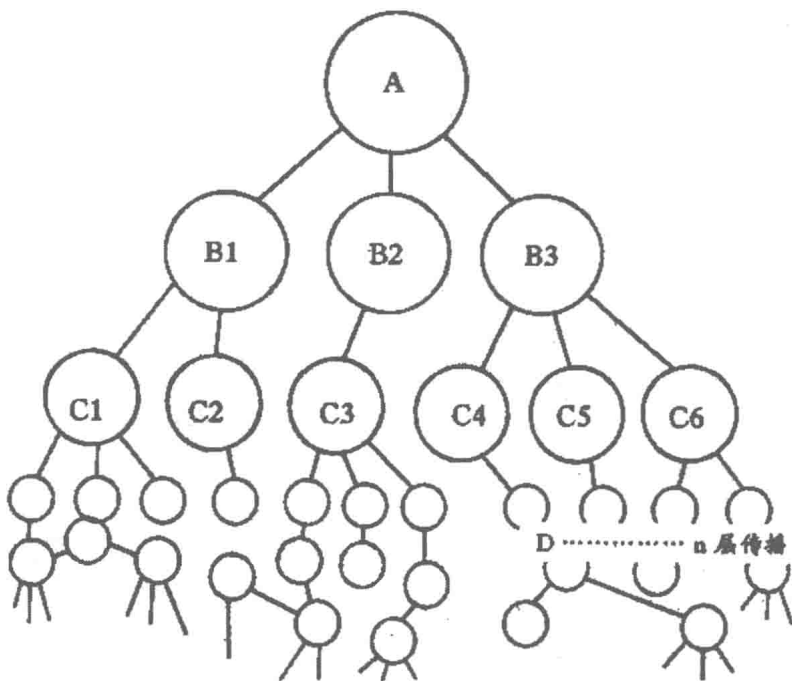
在这段文字描述中,研究者形象地指出了民歌的形成过程,这是一个“个体→群

体”的创作过程。而现代波兰音乐学家卓菲娅·丽莎把这种现象抽象到理论的高度，她在1968年的论文《论音乐。作品的本质》中指出：

一部民间音乐产品的最初形态产生于某个个人的冲动。但是在这之后，它经过了集体过程中其自身特性的积累，经过无数次的演唱和许多不同人们的锤炼润色才逐渐形成。因此它是集体的产物，是群体的表白。它并不具有一部音乐作品所具有的那种个人的、不变的性质。它的变体性、非同一性正是由此而来的。……它在许多世代中口头流传着，从一个地方传到另一个地方：它经历过许多代人对它的改造，直到十八、十九世纪之交才被用乐谱记录下来……被乐谱记录下来的民间歌曲同口头流传的民间歌曲之间的区别在于：前者已经是代表着某种稳定的东西。而后者还在继续经历变化。这种变化的根源不仅在于人类的记忆力不可靠，更主要的还在于人民的活跃的音乐想象力……

民歌的“个体+群体”的口头传播过程，无论在空间环境还是在时间延续中，均表现出一种“口→耳(思维)→口→耳(思维)→口……”连环传播过程。无数人用他的生理器官口与耳以及大脑的思维活动加入到这个流动的“链条”中。我们在中国各地的民歌考察中，也充分证实着这无形的“链条”。这表现出一种传播过程的接力性特点。

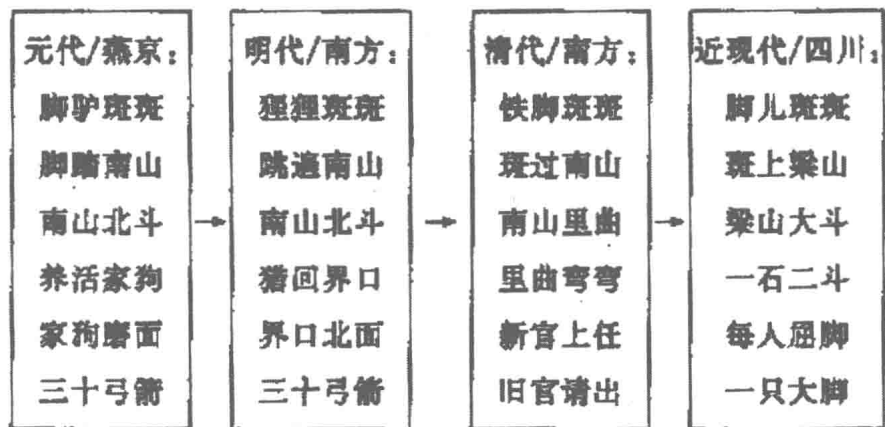
“个体→群体”的口头接力式传播，传播人数逐次增加、传播队伍日趋膨胀而使一种具有生命力的民间音乐产品活跃地流动于社会之中。根据民歌形成的客观规律，我们在下面所描绘的“民歌葡萄串传播连锁图”，较为形象地表现出这种传播接力性特点：



民间音乐的接力传播，是早期一种保存音乐风格或民间音乐产品的唯一技术手段。在没有乐谱和其它传播媒介出现的条件下，民间音乐的这种动力性流动(同时代的空间

传播或历史性的世代相传)带来了储存、保存音乐的效果。当个体的音乐意念、艺术灵感诉诸于社会并得到周围的共鸣,接力性的传播就有可能开始,这种传播的内容就再也不会无影无踪。然而,仅靠人的头脑准确地记忆最初创造者构想的音程、调式、旋律的起伏走向、歌词的多种细节是不可能的(他自己在多次表演中也都有可能反映出这种记忆的不准确性)。很多受传者针对该作品的记忆黄金点也是不相同的。这样一来所形成的“群体记忆”只能尽可能地把初创者作品的风格框架、内容模式记忆下来而进入新的接力传播与流动之中。几千年来,民间音乐就是这样来保留和储存自身的。

二、传播效果的模糊性:一个地区或一个民族的民间音乐接力性传播,本质是群体记忆、群体创造、群体传播。其结果是形成了——一个庞大的音乐储存体系,造就了一个流动的“活媒体”,并象一张又一张“求同存异”的风格“唱片”。在某种较为稳定的风格框架下,民间的接力传播过程是一个各取所需、各自修改、各自润饰加工的过程。当然,在人类进入文明时期以后的很多民间音乐传播,在门户、派系、师承关系的流动线条中,尽管有要求较为严格的传承规范,但那种“口传心授”的研习方式。仍然使民间音乐处于流动与变化当中。这种变化,显示出传播效果的模糊性特质。当甲把音乐传给乙,乙又把音乐传向丙,而丙得到的音乐信息与甲最初传出的音乐信息相比,已带面目模糊的特性。乙针对甲的音乐,取了或记住了自己需要的、感兴趣的、习惯的东西;而当乙充当了传播者后。他又可根据他的储备和传播对象的要求将作品创造一番后传给丙。民歌本体的变异性,也就是民间音乐传播效果的模糊性。我们在民间音乐的调查采访中,能明显地感受到民歌在空间传播中的这种特性。下面是一个民歌在流传中的变异:



三、传播关系的透明性:我们注意前图的“民歌葡萄串传播连锁图”的逐层传播环节,如A与B之间、B与C之间或C与D之间等。在这些环节间,传、受双方的关系与我们当今的大量传播关系相对比有一个最本质、最重要的特点,即传、受双方在进行音乐传播行为的过程中,始终保持着近距离的、面对面的位置关系。这当然首先是出声音传播的物理特性所决定的。尽管有的山歌本身就在户外传播(如“信天游”、“爬