

声音传播

Audio Communication

—— 多媒介传播时代的广播听觉文本

—— Radio Broadcast in a Multi-media World

孟 伟 著

中国传媒大学出版社

声音传播

孟 伟 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

声音传播：多媒介传播时代的广播听觉文本/孟伟著. —北京：中国传媒大学出版社，2006 3

ISBN 7-81085-592-1

I. 声… II. 孟… III. 广播工作-研究 IV. G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 013215 号

声音传播——多媒介传播时代的广播听觉文本

作 者：孟 伟

责任编辑：陈友军

责任印制：曹 辉

封面制作：钟雪亮

出版发行：中国传媒大学出版社（原北京广播学院出版社）

社 址：北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编：100024

电 话：65450532 或 65450528 传真：010-65779405

网 址：<http://www.cucp.com>

经 销：新华书店总店北京发行所

印 刷：北京中科印刷有限公司

开 本：730×988 毫米 1/16

印 张：15

版 次：2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-592-1/K·403

定价：32.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序

曹 璐

孟伟的专著《声音传播——多媒介传播时代的广播听觉文本》是在她的博士论文基础上补充修改完成的。这本书得以出版,作为她的导师,颇感欣慰。

我国广播改革和发展历经坎坷正进入深层发展期。从国家政策支持来讲,建设和谐社会、发展文化生产力,在全球媒介语境中树立中国形象,广播具有不可替代的媒介优势;广电管理部门最近几年先后提出“广播发展年、数字发展年、产业发展年”和“农村服务年”等举措,拓展了新世纪广播发展空间;就广播行业实践而言,中央人民广播电台作为国家电台的全面改革已取得跨越式成果,广播频率专业化从理念探讨进入机制改革层面。新时期广播改革已进入媒介功能深层开发阶段,在公共服务、危机管理、舆论监督、服务农村等方面取得了突出的传播效果,也对广播的理论研究提出了新的课题。

《声音传播——多媒介传播时代的广播听觉文本》是一本以声音传播为研究原点,从广播内容——广播听觉文本的角度,对广播声音符号、广播声音传播特性、广播节目建构原理、数字化时代广播媒介的理念以及广播未来发展趋势等进行系统分析的著述。该书具有较强的实用性、针对性,注重原理和规律的总结,注意理论阐述的深入浅出;为当前广播发展提出了理论支持,为广播节目创优、评优以及节目品牌建设方面提供了新的思路;该书对未来媒体整合中的广播传播,包括依存于其他新兴媒介基础上的声音传播也提供了新的思路。

该书涉及的一些国外广播理论是作者对照中国广播发展特点、特定的历史和现实,历经消化思考的成果。较系统地梳理了国内广播内容传播的相关资料,作者在国外研修期间搜集了大量与广播听觉传播研究相关的理论与实务资料,采访了一线广播工作者和广播理论研究专家,对照英语广播节目的听觉文本规律,汇集了国外广播研究的前沿性成果,在构建有中国特色的广播听觉文本研究体系上做出了努力。我国广播听觉文本的发展历程具有鲜明的国情特色,国外广播听觉文本的发展模式可以提供借鉴,但这种借鉴需要在背景还原的语境下形成开放的借鉴空间,也就是说我们必须了解现在和过去的发展经验形成的前因后果,同时分析我国当下的具体传播语境,这种借鉴行为才能变得科学、系统,才具有长远发展的意义。

该书在跨学科的背景下,借鉴其他学科的研究成果,展开了广播媒介的内容研究,在这个过程中主要探索数字传播时代广播媒介新的基础理论研究范式。广播媒介的研究不仅与传播学紧密相关,同时还对声学、心理学、应用语言学、文化社会学等领域具有交叉研究的需要。该书发挥了跨学科学习的背景优势,借鉴新闻学、传播学、广播学、符号学、语言学、社会学、心理学、艺术学等多学科的研究成果,可能这一思考和消化过程还不够深透,从中体现了作者的自我超越,也必然存在一定的局限。

该书还具有后续研究的可能:从具体的广播节目分类角度研究听觉文本,例如,广播谈话类听觉文本研究、广播音乐类听觉文本研究等等;广播的区域性、受众群落性研究也是一个迫切需要着手的课题,例如,城市流动人口与广播使用、弱势群体与广播使用、广播与农村现代化建设、广播与老年社会等等;广播听觉文本的未来生存形态研究也充满了生机,例如,数字时代广播的文本形态等等。

该书在一定程度上,触及了听觉传播本身的奥秘,触及了听觉传播在人类传播中的价值和意义,强调传播心理在广播传播中的应用,在这个意义上进行的广播内容本体研究。数字化时代,特别是多媒介整合传播时代的到来,听觉传播研究比照声画传播的研究相对处于较为缺失状态,是需要补课的内容。这也是《声音传播——多媒介传播时代的广播听觉文本》给我们的又一启示。

2006年2月21日

目录

CONTENTS

序 /1

引言 /1

- 一、广播的概念 /1
- 二、本书的研究对象和范畴 /1
- 三、文本学的解读模式 /2
- 四、广播在媒介进化中的定位 /8

第一章 广播听觉文本的声音本体属性 /11

第一节 人类声音传播的感知原理 /11

- 一、声音传播与人类声音器官 /11
- 二、声音传播与人类的感知联系 /12

第二节 广播听觉文本的声音传播属性 /15

- 一、一种不断追逐流逝意象的大众媒介文本 /15
- 二、一种唤起综合感觉的大众媒介文本 /18
- 三、一种适配受众多层次注意力的大众媒介文本 /24
- 四、一种弹性、通融性大众媒介文本 /27

第三节 广播听觉文本独特的传播魅力 /29

- 一、广播比较印刷媒介 /30
- 二、广播比较电视媒介 /32

第二章 广播听觉文本的符号系统 /35

第一节 广播听觉符号系统中的话语 /36

一、广播话语的语体属性	/36
二、广播话语的传播特点	/43
三、广播话语的类别	/50
四、广播话语与性别	/60
五、广播话语与禁忌	/63
第二节 广播听觉符号系统中的音乐、音响和无声静默	/64
一、广播音乐与音响的类别	/64
二、广播音乐和音响的象征意义	/68
三、广播听觉文本中的无声静默	/71
第三节 广播听觉文本的传播语境	/72
一、广播听觉文本的语境	/72
二、广播“节目语境”——声音透视法	/73
三、广播“接收语境”——传受互动	/75
 第三章 当代广播听觉文本的构建	/80
第一节 微观广播听觉文本	/81
一、摆脱书面语的束缚	/81
二、广播微观文本范式的确立	/88
三、广播微观文本的基本要求	/93
第二节 中观广播听觉文本	/98
一、板块节目产生的背景	/99
二、板块节目的编排特点	/103
三、板块节目的结构布局方法	/107
第三节 宏观类型化广播听觉文本	/110
一、类型化广播频率的发展背景	/110
二、音乐类型化广播频率的诞生	/116
三、类型化广播听觉文本的架构原理	/120
四、我国类型化广播听觉文本的多重探索	/124
 第四章 广播听觉文本的多层级传播功能	/137
第一节 我国转型期社会广播听觉文本的功能	/138
一、广播听觉文本的公共服务功能	/139
二、广播听觉文本的对象性服务功能	/147
三、广播听觉文本的个性化需要功能	/155

四、广播听觉文本的个人化需要功能	/160
第二节 广播听觉文本的社会理性精神	/164
一、广播与社会理性	/164
二、广播与个体生活	/168
第三节 广播听觉文本的当代文化意义	/171
一、人的现代性冲突与感官传播失衡	/172
二、口语传播的文化特征及意义	/173
三、书面语传统与人的异化	/176
四、广播的传播本质与口语传统的现代发挥	/179
 第五章 我国当代广播听觉文本的创制理念探讨	/183
第一节 我国当代广播发展的媒介传播生态	/183
一、媒介技术的发展	/183
二、信息传受方式的变化	/187
三、当代媒介生态的本质	/191
第二节 新的“族群(Group)”传播趋势	/194
一、“族群(Group)”传播理念	/194
二、虚拟空间中“族群(Group)”传播形态的萌芽	/196
第三节 当代广播听觉文本“族群(Group)”传播理念应用	/201
一、社团电台的“族群(Group)”传播理念	/202
二、类型电台的“族群(Group)”传播理念	/202
三、综合电台的“族群(Group)”传播理念	/204
 余 论 转型期社会我国广播听觉文本的保障体系	/206
一、转型期社会广播听觉文本的发展策略	/207
二、广播听觉文本创优的保障体系	/213
 附件 关于当代国外年轻人媒介(广播)接触情况的个案调查	/216
参考文献	/228
后记	/232

引言

一、广播的概念

很多发源于西方的近现代技术或者事物,相应的名称定义一般要依赖于翻译词汇的转换,“广播”也不例外。“广播”一词翻译自英文的“Broadcasting”,在英文中“Broadcasting”是指“利用电磁波将声音及影像向远方传播”。但是在电视没有产生以前,英文中“Broadcasting”不包括向远方传递影像,例如1934年美国联邦通讯法(Federal Communication Act)^①对“Broadcasting”解释为“利用无线电普遍传播消息,谓之广播;但这种消息,必须为大众所乐于接受者”,也就是说这个时候“Broadcasting”的定义是等同于“Radio”的。随着电视的崛起,《大英百科全书》对“Broadcasting”的解释为:“广播(Radio)或电视讯号以电子方式发射,供一般大众接收,有别于向特定接收者发射的私人讯号……”,也就是说“Broadcasting”既指“Radio”,也指“Television”。再如,“British Broadcasting Company”翻译为“英国广播公司”,而实际上该公司在经营广播和电视两种业务。这就意味着,在中文中“广播”既可能指“广播、电视”,也可能指的是“广播”。通常,前者为“广播”广义的定义所指,后者为“广播”的狭义所指。

对于国内业务或者理论研究界而言,往往习惯上用“广播”专指“Radio”。对于本研究而言,采用“广播”的狭义所指,即“Radio”,“通过一定的电声转换设备,用无线电波或导线传送声音节目,供人们收听的传播媒介。其中利用无线电波传送声音的广播系统,称无线广播;利用导线传送声音的广播系统,称有线广播。”^②

二、本书的研究对象和范畴

在讨论问题前我们首先确定自己的理论前提,即在什么意义上、何种解读模式中涉入什么样的理论讨论领域和范畴。用不同的解读方式关照研究对象,会产生出不同的理论图景。

① 参见陈东园、庄克仁、郭文耀合著《大众传播学》,台湾空中大学2004年8月版,第175页。

② 吴曼、曹璐:《新闻广播研究》,北京广播学院出版社1997年4月版,第2页。

本书采用文本学的解读模式,以广播媒介所生产的“声音作品的集合”^①为研究对象,我们把这些“声音作品的集合”称为“广播听觉文本”,最终研究指向我国当代广播听觉文本的优化体系构建。“广播听觉文本”可以指以广播频率为单位的的声音作品集合;也可以指以板块或者栏目为单位的的声音作品集合;还可以指电台节目构成的最小播出单位,例如一则短消息等,它们分别对应的是宏观、中观和微观层面的广播听觉文本。

专门标定“文本学”(或文本)这样一个新概念,为的是要确立一种与以往广播媒介内容本体研究有所不同的理论逻辑上的界限划定。

广播听觉文本的研究是一个比较大的体系性研究,可以分为三个研究层面:第一个研究层面是广播听觉文本优化的基础理论体系建构;第二个层面是针对各种类型的广播听觉文本优化展开的具体内容和形式规律的研究;第三个层面是广播听觉文本优化的微观话语研究等等。本书所解决的是广播听觉文本研究的第一个层面上的问题,即广播听觉文本优化的理论体系建构——在历史的、全球的语境下,厘清广播听觉文本所呈现出的普遍特性、符号体系;分析当前我国转型期社会中广播的功能层次延伸和拓展;探讨数字化时代我国广播听觉文本优化可以参照的具体理念和保障体系。

第一个层面上的研究是广播听觉文本研究中重要而复杂的部分,是后续两个层面研究的理论基础和前提。本书针对的是与广播内容发生直接影响作用的部分,所以一些需要站在广播媒介相关范围内考虑的部分因素,一定程度上未详细涉及,例如广播节目的经营、广播受众研究等。尽管本书对另外两个层面上的研究范畴略有涉及,但本书不详细涉及对具体的广播稿件或者是广播板块节目的文本学细读,这些将是本书后续的研究对象和范畴。

三、文本学的解读模式

1. 文本

“文本”一词英文对应的是“Text”,来源于拉丁词语“Texere”,即编织的意思。“文本”在英文中最初解释为“任何书写或印刷品的文字形式”^②,今天,随着时代的进步、传媒的发达,我们拥有了诉诸视觉、听觉的多媒体文本形态,特别是随着网络的发展,文本在形式上不仅实现电子化,更以一种非线性的超文本(Hypertext)形态出现。

① “广播声音作品集合”与“广播听觉信息链”具有同样的意义指向,后面的部分论述中使用了“广播听觉信息链”代替“广播声音作品集合”的指称。

② 参见傅修延《文本学——文本主义文论系统研究》的“绪论”,北京大学出版社2004年12月版。

“文本”有狭义和广义之分,所谓狭义文本是指“一份文件”、“一个作家的著作”等,即“任何书写或印刷品的文字形式”;广义的文本可以泛指一切可解读的对象,例如在符号学领域里,“文本”的含义被引申和扩充,扩展到声音、绘画、影像、行为、衣着、风景等一切我们可以附着意义的事物上,如“一部电影”、“一首歌”、“一则广播消息”、“一个电台声音作品的集合”等等。因此在多数符号学家那里,文本的广义概念扩展为任何具有一定释义潜在可能的符号聚合,它既可以由文字符号组成,也可以由声音符号、舞蹈动作符号、人类表情符号等构成文本;也意味着任何分析对象都可以被称为“文本”,就连“文本”产生的过程也可以被看作是分析的对象——“文本”^①。

为了解析文本学与广播“听觉信息链”之间的关联性,我们必须先回到“文本”的概念上来。“文本是‘意义生成与交换的核心’。一个文本便由一个运行于许多层面的符码网络所组成,从而能根据读者的社会——文化经验产生不同的意义。”^②在本书中,“广播听觉文本”替代“广播声音作品的集合”,不仅仅只是名称上的一种转换,而是为了适应我国当代广播声音作品在新的传播环境下出现的新的传播需要,例如,较为单面的内容选择和形式表达特点开始发生变化,逐渐追求广播声音作品多层次丰富意义的实现,强调贴近生活、贴近实际、贴近群众的平民化表达视角和话语方式,因此广播声音作品的当代优化具有了更丰富的意义所指,“文本”概念的标定可以适应这种对广播声音作品产生的新的要求,不同于以往的广播内容研究;同时“文本”概念的标定也使广播声音作品集合的优化规律研究增加了可操作性,这一点正是文本学解读模式的要求。

2. 文本学

文本学与文本理论同义,最早应用于文学研究中。文本学在发展历史上作为多个学科的理论基础而存在,是西方人文学科通行的研究手法之一。

上个世纪中叶以来,从倚重文本学的英美新批评、俄国形式主义、法国结构主义叙事学,到涉及文本问题的后结构主义、后经典叙事学等等,文本学的解读模式在西方一直被沿革使用至今。结构主义符号学的研究使文本学显赫起来,直到今天,国内学界对“文本”的普遍印象还有相当一部分来源于这一领域的认知范畴。实际上,文本学解读模式本身的内涵和外延不断处于发展中,特别是20世纪90年代以来,文本学已经由英美新批评时期强调通过“细读法”对固定文本的形式,例如

① 参见 Bevir, M. *What is a Text? A Pragmatic Theory*, *International Philosophical Quarterly*, Vol. 42, No. 4, 2002。

② [美]约翰·费斯克等编撰,李彬译注:《关键概念——传播与文化研究辞典》,新华出版社2004年1月版,第291页。

词义、语句搭配、修辞手法、叙事模式等的拆解性解读,扩展到对语境还原的动态、开放性文本的解读,特别是到了后经典叙事学那里,开始以文本学的解读模式研究网络文本的虚拟、窗口、变形等特征,并把文本解读的范畴扩展到一切社会文化现象。

尽管文本学产生有其特定的理论背景,文本学也经历了一个过分固化意义形式的时期,并在一定程度上呈现出拆解文本的任意性、语境范畴无限放大的倾向,但这都不能阻止当代的文本学模式成为对一切意义结果以及意义结果产生过程进行解读的富有实效的一种认识方法,为我们认识世界的方法和角度提供理论模式上的支持。

“文本学”的解读模式在新世纪越来越受到中国学者的注意,例如,马克思主义研究领域开始重视文本学的解读方法,2005年《哲学动态》的记者专门组织访问了北京大学的三位学者谈“马克思文本研究的历史与现状、意义与方法”。^①1999年学者张一兵出版了《回到马克思》^②一书,应用“文本学”解读模式“重读马克思”,这意味着文本学的解读方法已成为马克思研究学者摆脱过去传统的研究现状,于当代语境下找到了重解马克思的一个有力的理论工具;再如,2004年12月由北京大学出版社出版的《文本学——文本主义文论系统研究》一书,该书作者傅修延先生认为,目前“国内文论研究的‘文化转向’和‘泛文本化’倾向大有‘跳过文本学阶段’而直接进入‘后结构’、‘后现代’之势”,而文本学是文学研究的基础理论,没有文本学为基础的文学理论只能是“空中楼阁”的学术理念,“文论建设与一切建设一样有其自身规律,基础性建设阶段是绕不过去的,强行逾越导致的最终结果还是补课”^③。

上述两个例子中,一个把“文本学”作为摆脱传统研究桎梏、重建新的理论认识的研究手段;一个把“文本学”作为学科基础建设中的基础。之所以“文本学”在新世纪得到中国学者的关注,大体因为西方文本学到了20世纪90年代以后,已经基本摆脱了脱离社会内容的形式研究,特别是我们所熟悉的微观研究文本形态和生成方式的思路,把文本学与社会历史、文化研究结合起来。

3. 广播学引入文本学解读模式的意义

大众传播与文本学息息相通,按Wallace C. Fotheringham对大众传播所下的定义,所谓大众传播就是“有关符号的选择、制造和传送的过程,以帮助接受者理解

① <http://www-lib.lctu.edu.cn/ywzx/dispbbs.asp?boardID=53&RootID=14044&ID=14044>

② 张一兵:《回到马克思——经济学语境中的哲学话语转换》,江苏人民出版社1999年版。

③ 参见傅修延《文本学——文本主义文论系统研究》“自序”,北京大学出版社2004年12月版。

传播者在心中相似的意义”^①。大众传播过程中充满了符号和由符号构成的文本。传播学者反复强调,传播行为是在一种情境架构中进行的,这种情境可以分为物质的、社会的、心理的、时间的四个层次。^② 文本学解读模式的特点之一就是要通过“悬置”的方式把研究对象从当下具体语境中抽离出来,放入一个历史的、更多关联性的大语境中进行解读,当下语境只是其中的一个环节。“社会权力很少存在于个人之中而更多地隐藏在传播的过程和逻辑之中,这使我们明白社会情景是如何被界定的。”^③

本书中“文本”概念的引入目的之一也在于,不去重复媒介政治属性(包括商业属性)对我国广播媒介认识视野,一定时期、一定范围、一定程度上趋于垄断性控制的研究趋势,尽管媒介的生存和发展是离不开这些属性的,而且是决定性的属性。我们同样不应该忽视的是,广播媒介在发展的过程中,作为一种社会存在,已经具有自身成熟的独立符号体系和意义承载体系,这就需要我们还原广播媒介研究的独立性,把当前政治、商业发展的目的作为影响因素之一,首先确立起关于广播媒介本体的研究地位,尊重媒介自身的特性,在这一前提下再进一步研究广播本体与社会政治、经济、文化等诸因素之间的关系,从而我们有可能更好地把握未来媒介发展的真正动脉,更好地为广播受众服务。

广播学引入了文本学的解读模式,意义在于:

(1) 文本学“悬置、颠覆、裂变”的传统,促使广播学内容研究能够建构起不断实现理论创新的保障机制。

文本学发展的历史证明,其理论研究的指向往往在于——解释文本意义生成的结果,为了达到解读的目的,把目光投注到对意义生成过程的考察。这与传播学领域对意义的构成、传递和理解过程的考察互相呼应。

无论在英美新批评、俄国形式主义、法国结构主义叙事学中,还是在后结构主义、解构主义、解释学、现象学、接受美学以及其他文本接受理论的历史沿革发展中,尽管对文本学的涵义有不同的侧重和认知领域,但共性的研究手法在于以“悬置、颠覆、裂变”为核心,强调不断以悬置的方法与旧有的认识相区隔,通过颠覆传

① Wallace C. Fotheringham, *Perspectives on persuasion*, Allyn and Bacon, 1966.

② “凡是实体的环境或是可以触摸的物质构成物质的情境架构;社会的情景架构则包括了参与传播的人与人的社会关系,也就是说人们所扮演的社会角色及内容,和他们所赖以进行传播的社会规范或文化习俗;心理的情境结构则包括了情境的友善、拘谨、幽默等心理思考的外显现象;时间的情境层面,包括传播行为活动发生日子、时间等所具有时间上的意义。对于传播行为而言,它所具备的历史时刻的情境意义,有时甚至比活动结构内容更为重要,例如传播行为的适宜性、冲击力、影响力,相当大的部分与所发生的具体传播情境有最直接的关联性。”参见陈东园、庄克仁、郭文耀合著《大众传播学》,〔台湾〕空中大学2004年8月版,第5页。

③ [美]戴维·阿什德著,邵志译:《传播生态学——控制的文化范式》“序言”,华夏出版社2004年1月版。

统一认识结果和认识方法,以自身裂变的方式不断实现认识论上的更新。基本理论依据在于:事物、世界是不断发展变化的,既然文本学研究的范畴——人们认识的结果是不断发生变化的,那么人们认识“认识结果”的手段,或者说释义手段——文本学自身将比研究对象发生更超前、更快速的变化。这意味着文本学的解读模式是具有自我更新功能的研究手法。

广播学引入文本学的解读模式,可以凭藉这种具有自我更新功能、开放的研究手法促使广播学内容研究能够建构起不断实现理论创新的保障机制。文本学对广播学的适用性是显而易见的,因为广播学作为大众媒介研究的领域之一,比诗学、文学、艺术内容更强调现实的适用性,因此也更容易因现实语境的改变而影响到意义的解读,理念的创新也就显得更为重要。文本学的解读模式可以促使广播媒介内容研究具有不断突破旧有理论束缚的活力,并使这种突破行为具有延续性,形成研究的传统。

正如我们前面提到的在马克思研究领域开始使用“文本学”解读模式一样,当前我国广播媒介的发展现状,使针对广播内容、广播理念的研究最为紧迫,因为长期的富有国情发展特色的广播经验积累,使我们一时难以摆脱传统的广播研究现状,旧有的媒介理念依然影响并一定程度上束缚着我们今天在广播内容建构上的新发展。媒介内容的时代性很强,因此,在当代语境下找到重新“陌生化”解读广播媒介的理论分析工具就显得格外重要,“文本学”解读模式因之成为目前比较理想的解读方式之一。

文本学的理论起点认为文本的形成过程不是一个静止的或线性的思维平铺,也不是文本作者的“独白”,而是作者在与他同时代的人的思想交锋和碰撞中形成的,这就决定了文本的解读必须建立在发生学基础上,从历史性发展脉络中去评估其在理论建构中的真正价值。如果转换到对广播听觉文本的历史性解读上,就是将过去建构在我国特定时代背景上对广播“听觉信息链”^①的本体认识结果“悬置”起来,在全球范围内以历史本身的时间与空间的结构,追寻广播听觉文本的发展轨迹,从而获得一种不同于传统的对广播“听觉信息链”的全新理解结果。“为什么我们现在要提‘全球化语境’?就是因为有些规律性的东西不大容易从国内近况中看出,一旦放眼全球扩大时空视野,事物的发展趋势及其意义就会昭然若揭。”^②在“文本学”解读模式的指导下,本书把广播听觉文本放到世界广播历史发展的语境中进行重读。

(2)文本学解读模式的引入,促使广播学内容研究建立起前瞻性理论保障体

① 即“广播声音作品的集合”。

② 傅修延:《文本学——文本主义文论系统研究》,北京大学出版社2004年12月版,第2页。

系。

我国老一代广播研究学者总结了丰富的关于广播声音作品研究的经验和规律,为广播学基础理论研究奠定了坚实的基础。当代我国政治经济飞速发展的现状,不断对广播媒介产生新的发展需要,对新老广播理论研究者也都提出了一些更高的要求,广播媒介理念更新也显得越发紧迫和重要,而广播理念的更新又建立在对广播本体研究的时代跟进性研究基础上。“如何把握广播自身的传播规律、适应市场发展的需要,在实践中把握自己的生存特点,已经切实地摆在了每一位广播人的面前”。^①

长期以来我国现实的发展条件,决定了我们的广播理论研究格局比其他的艺术研究或者是哲学研究,更强调对现实发展情况的贴近性研究,以及对实践工作的直接指导意义。广播学研究引入文本学的解读模式,可以促使广播媒介的基础性、本体性、规律性研究在历史性语境中进行重新拆解,而这种拆解和重构行为又发生在与研究对象自身相关的独立体系内部,藉此达到对广播媒介的前瞻性研究。

文本学之所以具有这样的理论意义,在于文本学有一个重要的特点——还原历史的、当下的,传者的、接受者的多重语境。文本学关照下的研究对象——文本,不是固定不变的,而是变动的、开放的、多义的。我们的广播理论研究界早在上个世纪80年代就已经注意到媒介文本研究的开放性,“重视广播新闻媒介与社会的联系——形成系统与环境优化的互动格局”^②。在解释学家伽达默尔那里,文本不是一个摆放在那里的中性客体,理解意义需要进入一个“具有交流性质的事件中,无论文本还是理解者都置身于这种事件之中,它们是事件中进行交流与对话的伙伴”^③。

因此对于广播媒介研究而言,要保证理论研究的前瞻性特征,意味着承认广播媒介文本的变动性、开放性和多义性特征,这一特性要求:首先,研究要在历史性视野以及多因素互动影响的格局下进行;其次,外在社会历史因素要纳入广播媒介自身发展的规律中去考察,这意味着广播媒介研究独立性的保证,在这一前提下,广播本体才能达到对外在因素的吸纳,因为任何建立在广播媒介范围内的变革都依赖于在广播媒介发展相关的语境下完成,在这一认识前提下,对广播媒介的研究才能建立具有理论前瞻性的保障体系,而当下的广播话语革新、广播编排思路革新、广播理念更新才能获得理论研究的根基。

① 田进:《加强交流 精诚合作 共同推进广播的繁荣发展——在2004年(中国)广播发展论坛暨全球华语广播协作会议上的讲话》。

② 曹璐:《重视提高广播新闻的信息量》,载于《北京广播学院学报》1986年第4期。

③ 转引自李建盛《理解事件与文本意义——文学诠释学》,上海译文出版社2002年版,第186页。

广播学引入文本学解读模式的意义还在于,它是完整准确的理解广播媒介的需要,是理论创新的需要,是回应各种挑战的需要,也是回答现实问题的需要。

四、广播在媒介进化中的定位

广播媒介作为世界上最早的电子媒介,在其黄金发展时期,发挥着社会政治、经济、娱乐生活中的核心媒介作用;在电视兴起后,广播媒介成功转型为一种贴身的伴随媒介,具有不可替代的功能;即便在未来媒介技术不断发展的时代,广播声音传播也会因为与数字无线移动技术的嫁接,作为一种弹性的媒介与其他的多媒介形式结合,开拓新的传播范围和领域。审看广播媒介在媒介进化中的演进历程和发展特点,对全面认识广播声音传播的本质特点具有重要的研究意义。

广播首先诞生在欧美西方国家并在那里获得较大发展。1888年德国科学家赫兹(Heinrich Hertz)发表了《电磁波及其反应》,证明了苏格兰理论物理学家麦斯威尔(James Clerk Maxwell)提出的“电磁论”,麦斯威尔认为,电荷经过振荡会产生辐射能,也即产生电磁波,它具有光波的特性,这成为可以将声音传递到远方的理论基础。但人类用电来传送信息的历史是从电报开始的。1895年意大利的马可尼发明电报,并于1899年成功将一封电报从英国传送到法国,但电报还不属于大众传播媒介。声音依赖无线电传递要比电报的传递技术难得多,直到1906年被称为“广播之父”的美国科学家李·德福雷斯(Lee de Forest)发明了三级真空管,才奠定了现代广播工程技术的基础。真空管具有产生高频无线电波、放大和调变及检波功能,在实验中,他曾使用了哥伦比亚唱片公司提供的音乐向轮船船员和其他广播爱好者播放音乐。广播作为大众媒介真正的诞生,始于1920年11月20日美国匹兹堡电台的成立,它是第一家领有营业执照的电台。

1920年代末,美国几乎人人可以通过分期付款的方式拥有收音机。在1930年代到1940年代,尽管当时的美国处于经济大萧条及第二次世界大战时期,但广播事业没有受到影响,开始进入兴盛期。1940年代,广播技术又获得了新的发展,调频广播开始逐渐替代调幅广播,调频广播改变了调幅时代广播易受静电干扰、音质不佳的状况,改善了广播的传送和接受条件。1940年代中期,美国家庭平均每户拥有1—5架收音机,几乎每个人都在收听广播。^①

当时,广播从传统传播方式,特别是报纸媒介中汲取营养,但广播的迅速崛起对报纸媒介构成了威胁,政府出于保护报纸媒介的考虑,出台了一些针对广播媒介限制的措施,例如,英国不允许电台播送报纸还没有发布的新闻消息,限制电台独立记者的出现等等,报业和广播事业在经历了很长一段时期的对峙期后,终于学会

^① 参见陈东园、庄克仁、郭文耀合著《大众传播学》,台湾空中大学2004年8月版,第193—194页。

了互利共存,广播的出现也促进了报业深度报导和解释性报导等更适合文字媒介传播形式的发展。

在广播的黄金时期,有一组数据可以证明当时广播事业的盛况空前。1927年美国的广播收入尚不足400万美金,到了1936年则突破了5000万美金,1945年飙升到3亿美元以上;1928年美国收音机的年销售量为300万架,到了1935年翻了一倍达到600万架,1961年则达到了1300万架。^①广播为当时的人们提供了新闻信息、娱乐节目,也提供精神的慰藉,占据了客厅的中心位置。

从1950年代开始,特别是1960年代,电视媒介诞生并发展起来,西方发达国家的广播媒介受到冲击,退出了客厅的中心位置。在这种情况下,广播开始寻找新的发展策略。在广播技术、经济水平、社会文化等综合因素的推动下,广播寻找到了新的生存空间:它不仅可以在电视媒介不能或者不适合的时间、地点为受众提供信息和娱乐,发挥伴随性的媒介功能;而且广播音乐、广播谈话节目等适宜声音传播的节目形式也获得了长足的发展,成为广播媒介的魅力所在,重新吸引了受众的注意力,特别是年轻人的注意力;在广播节目的编排上也出现了新的适宜的形式,例如,在美国全新闻台中,1010WINS被认为是美国“全新闻广播的先驱”,它于1965年成为全新闻台,实现新闻的滚动播出,“在全国上下确立了全新闻广播的格式标准”。

自1990年代以后,在网络繁荣发展的后电视时代,网络与广播的结合实现了异步收听广播节目,改善了广播的传播环境;数字技术又为广播发展迎来了新的拓展契机。广播营造开放的时间版面,发挥人际传播的放大功能,媒介的互动特点得到最好的发挥。广播理念、广播内容、广播经营、广播策划等都面临着新的调整以适应新的发展机遇,特别是“内容为王”的发展课题越发显得迫切而重要。

广播独有的声音传播的本体特点是广播过去和未来生存发展不可替代的主要原因所在。广播已经相随人类发展八十多年了,声音传播的特点作为广播媒介所独具的媒介优势,使广播积累了一整套成熟的声音传播的经验,广播为后来的其他新媒介,包括电视媒介开辟了有关节目形态和传播方式等的一系列探索之路。传媒技术的发展为广播声音传播提供了更多样化的收听方式,开拓了声音传播新的领域,当前无论是卫星广播,还是网络广播的发展都已经证明了这一点,随着未来数字技术的发展,广播声音传播也将被推向一个新的发展空间。广播的历史发展经验和未来前途为广播基础理论的研究提供了更多的可能性,同时正在变化着的媒介发展环境,也影响着人们使用媒介的方法和目的,推进着对广播潜能的开发。

如果我们试图把握广播工作的方式,以此来抓住广播内容发展的潜力,我们有

① 参见陈东园、庄克仁、郭文耀合著《大众传播学》,〔台湾〕空中大学2004年8月版,第193—194页。