

RADIO STUDIES

in the Age of Media Convergence

广播原理

一种融媒体传播的视角

孟伟◎等著

中国广播影视出版社

广播原理

一种融媒体传播的视角

孟伟◎等著

RADIO STUDIES

in the Age of Media Convergence

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播原理：一种融媒体传播的视角 / 孟伟等著. ——
北京：中国广播影视出版社，2018.11
ISBN 978-7-5043-8183-5

I. ①广… II. ①孟… III. ①广播—传播媒介—研究
IV. ①G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 215208 号

广播原理：一种融媒体传播的视角

孟 伟 等著

责任编辑 王丽丹
封面设计 文人雅士

出版发行 中国广播影视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条9号
邮 编 100045
网 址 www.crtpt.com.cn
电子信箱 crtpt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 天津顾彩印刷有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16
字 数 238(千)字
印 张 14.75
版 次 2018 年 11 月第 1 版 2018 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-8183-5
定 价 55.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

自序：媒体融合发展中探寻广播音频传播的本原

什么是广播原理？姑且用“本原”替代“原理”。这意味着可以对广播音频传播的本质进行思考。

有人说，需要回到口语传播的层面，从历史性的表述与交流初始目的中，发现声音与文化之间的关联；有人说，从生理、心理、物理层面开始，循着音乐传播的路子，找到声音介质的传播特性；有人说要基于人的角度，从心理声学入手，找到大工业化、数字化、智能化中潜藏的人本与现代性之间的张力，明确当代广播音频传播的独立价值以及广阔前景……

探寻广播音频传播本原的必要性

就大众媒体——电视以及互联网的视频传播而言，虽然用“声画”或者“视听”媒体用以强调除视觉要素外对于声音要素的重视，但依旧未改变对于“声音”要素作为辅助地位的潜台词。“声画”传播的提法可能是电视媒体诞生的早期和中期阶段，出于对电视节目内容较多借鉴于当时电子媒介的先行者——广播媒体的尊重（并非是由于广播资历老或者是比电视高明到哪里，仅仅因为广播诞生得更早）。彼时电视节目内容还未充分到可以找到其独有的属性和规律，只是一些源自广播声音+画面的节目被创制出来。到了电视发展繁荣时期，要彻底摆脱“声音+画面”的简单节目模式，才开始有意识地断开与广播之间的关联。电视诞生之初的年代，英国最初歌剧电视转播中，老百姓收看电视画面，听的却是广播的声音，因为二者加起来的视听享受效果最佳。当时老百姓的选择权和文化需求排在了节目创制追求的第一位，至于媒体形态之间因发展成熟而形成的壁垒与区隔，那时候还没有顾及

到。“视听”媒体叫得响亮，是在互联网发展的早期阶段。彼时互联网视频分享与交互远远比基于声音介质的播客崛起更快，现身露脸更干脆和响亮。在最近十年的互联网发展中，从文字介质，到听觉介质，再到视觉介质，视频媒体的发展速度、体量、效果远远超过了互联网音频媒体。两年前，随着知识付费的兴起，互联网音频付费课程、听书以及网易云等音乐平台涌入人们的视线，而在此之前互联网视听媒体主要指称的是互联网视频媒体，把可有可无的互联网音频放到了忽略不计的地位，这种情况持续了较长一段时间。所幸抑或不幸，终归带着一个“听”字。

对于业界而言，叫音频还是视频，抑或视听媒体，没有什么终极意义，毕竟行业是用行业影响力和实际运营效果说话的。对于学界而言，因为音频的业界发展，特别是在互联网音频发展较长一段时间内一直处于一种非强势状态，研究的人也不多，广播媒体的研究亦非显学，寥寥无几的研究者无暇在意是不是叫视频媒体、音频媒体或视听媒体，就算在意和有心，亦尚形不成理论探讨的热潮。如果说视听媒体中包含视觉媒体和听觉媒体，二者是独立个体之间的并列关系，对于学界而言，未尝不可。只是这个：“听”字在实际表征中，有点模糊不清、若隐若现。但业界若想发展音频业，单列并强调音频媒体研究势在必行，亦为将来争取主管部门颁发互联网音频媒体许可证，走出积极行动的第一步。

在此背景下，专门探讨广播音频媒体的基本原理，在特定的媒体融合趋势下的广播音频传播本原，就显得很有必要。并研究声音作为核心要素的音频媒体的独立传播价值、意义和前景。

媒体融合发展中重新强调广播音频传播本原的意义

既称之为“本原”，则需要从实用主义突破到文化和哲学的思考层面。这意味着思考的角度必定不是仅有实用主义的。实用主义层面的理解尽管现时正确、管用，但哲学上的持久性正确却很难保障。从我国国情看，广播声音本体的发展和研究是滞后的，过去业界虽然长提，但是很少真正重视，因为缺少危机感，那时候广播可以过一个温饱不饥甚至不错的日子。现在危机感有了，甚至还很强烈，因此对于声音本体的价值开始重视起来，各地电台

都在实际探索，并做出了一些突出成绩，这个补课的需求不是广播自救的关键，因为补课是一种本能。换句通俗的话说，重视广播声音本体地位的发展，实际上救不了广播；但是针对声音媒体本体价值的开发，则是一种历史的必然。我们现在需要尊重这个必然，而不是回避或者视而不见。有了这个底子或者基础，广播才有家底去讨论未来在于多大程度上与互联网融合，或者在多大程度上自身成长为互联网的一分子。今天的广播媒体对于发展中国家政治生活、社会治理，应急传播等均具有战略意义；明天的广播或者音频媒体形态完全有理由设想在未来传播格局中拥有独特的存在价值和意义。但如果传统广播自身不从根本上解决发展的基础问题，只是出于本能自救式讨论而非战略意义上的考虑，则会加剧被不断更新的媒体形态和媒体事件所遮蔽或吞并的过程，有可能造成广播声音传播的全面萎缩。

互联网传播时代，音频媒体内容的发展远没有视频媒体内容那么烈火烹油，鲜花着锦，但这亦不能成为弱化广播内容独特性的一个理由。

从广播本体角度出发，需要突破多媒体异彩纷呈的表象，看到音频介质支持下的成功市场范例。当代越来越多的各种新旧形态的媒介激烈争夺着用户，满足或者创造着用户的刚性需求。重新探究广播媒体的基本传播特性，发掘其在重建个体与社会关系中的作用，具有基础而深邃的媒介社会学意义，这是探究声音媒体传播力的一个方向。布鲁斯·伦索尔（Bruce Lenthall）的《广播中的美国：大萧条与美国现代义化的升起》，以20世纪20年代末的经济危机为背景，剖析了广播与美国现代化的关系，讨论广播在文化规范、民主制度、身份认定等领域发挥的社会作用和影响，分析广播声音传播对于现代化的推动作用，其根基正是声音媒体之于社会个体的建构方式和意义。

今日广播音频媒体不仅需要解决电台基本的生存问题，亦隐隐担忧作为一类媒介形态独立存在的前景。从未来科技的发展来看，满足人的需求的程度是媒体存在地位的重要依凭，人的需求有短期和长期、精神与物质、高层次和低层次的分别，人们对声色和新鲜的追求是短暂的和容易厌倦的，当表层需要不断被满足后，更多的是寻求精神上的交流与共鸣。精神需求始终是重要的、不可或缺的。现代人迫切要解决的是如何避免被异化。今天对知识的渴望和学习过程也变成了机械化时代的一个标志，接近流水线

上的工业品。异化的突破在于人的主动自觉性的选择，而不是被摆布、同化和淹没。

媒体融合的要义是重塑而不是要让广播消亡

德国语言学家威廉·冯·洪堡特（William von Humboldt）在谈到语音对精神活动的适宜性时说：“发音器官发出的声音恰似有生命体的呼气，从人的胸中流出，即使在未使用语言的情况下，声音也可以传达痛苦、欢乐、厌恶和渴望。”这意味着，声音源出于生命，并且也把生命注入了接受声音的感官；就像语言本身一样，语音不仅指称事物，而且复现了事物所引起的感觉，通过不断重复的行为把世界与人统一起来……

当前我国处于全球化和信息化高速发展阶段，加上社会转型期的叠加，社会价值观呈现出颠覆和重组的过渡性特征，社会理性精神的确立和壮大显得格外重要。媒介发展是科学发展的必然，也是历史哲学和文化发展的必然。我们需要理性考察新技术对当下社会性格和文化形态产生的影响，以及传统广播媒体所具有的价值和意义。考察我国和欧美广播发展的历史和现状：在媒介承载社会理性精神方面，广播声音传播具备一些特殊的优势，且未见全球范围内有影响力国家对于广播媒体的关停。

媒体融合的要义不仅在于广播媒体自身的生存发展，也在于重塑新型主流媒体，不断提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，占领网络舆论阵地，把握主动权。

今天媒体融合时代，内容表达的媒介介质本身再不具有绝对的“一票否决权”，因为决定传播效果、传播效率的要素越来越复杂。声音、文字、影像等单一介质成为传播内容入门级别的一种呈现，更多的媒介形态依从于“场景”进行任意的融合与混搭，目标是受众的便利和传播效果最大化。我们尝试回到声音传播的本源，目的在于发现单一介质形态被遮蔽的传播优势和传播特性，以期达成更为深度有效的媒体融合和媒介独具个性的保留。

本书从听觉传播的价值、广播声音内容创制法则、广播新闻与宣传、广播互动法则、广播运营法则、广播边界的融合六个章节，试图描述媒体

融合背景下，广播作为一类媒介，或者是声音作为一类传播介质，所独有的基本构成要件、核心环节、完整的理念体系。此项研究仅为广播人和广播研究学者抛砖引玉，仅为试图了解广播或者音频传播的朋友们提供讨论的素材，共同探究新技术推动下、媒体融合大潮下广播音频传播的本原、价值及其未来。

孟伟

2018年7月17日夜

于北京紫竹桥寓所

目 录

第一章 听觉传播的价值	1
第一节 声音作为传播的媒介	2
第二节 听觉传播的媒体价值	10
第三节 声音表达的传播学意义	19
第四节 听觉传播的文化意义	25
第二章 广播声音内容创制法则	32
第一节 广播内容质量新解	32
第二节 解放广播频率渠道唯一性	44
第三节 广播数据化内容生产	52
第四节 广播社交性内容生产	58
第三章 广播新闻与宣传	66
第一节 新闻和广播新闻	66
第二节 广播新闻的宣传化	78
第三节 广播新闻的娱乐化	90
第四节 广播新闻的跨媒介传播	99
第四章 广播互动法则	108
第一节 广播互动的层次	108
第二节 广播互动的本质	115
第三节 互联网催动广播受众之变	119
第四节 从广播语境到广播场景化	122

第五章 广播运营法则	134
第一节 广播广告与广播活动	134
第二节 广播社群运营	149
第三节 广播平台化运营	158
第四节 音频内容付费	166
第六章 广播边界的融合	183
第一节 媒体融合的大语境	183
第二节 广播内容的融合	193
第三节 广播工作方式的融合	205
第四节 广播技术的融合	208
第五节 广播管理体制的融合	212
参考文献	215
后 记	225

第一章 听觉传播的价值

听觉与视觉一样，是人类获取外界信息的一种主要感官渠道。我们无法用哪一种感官渠道获取的信息量多寡来衡量这种感官的重要性，毕竟缺一不可。作为一类大众媒介形态的声音传播，广播是其代表。广播诞生之初，其鲜活地还原现场、迅捷传递新闻和信息的能力，在大众传播历史上谱写辉煌。随着电视的崛起，广播退居为“第二媒介”，其非视觉的传播特性，有时候比较电视媒介而言，会被当作一种弱点来看待。但是从艺术的角度看，音乐对于声音的唯一依赖性，一直未曾动摇。朗格说，“一种专供耳朵而不是眼睛，从而是一种可听而不可见的形式的运动，这便是音乐的本质。因此，尽管后来随着视觉艺术的发达，视觉要素对于音乐而言，却始终未曾做到喧宾夺主”。“音乐作为一门听觉艺术，听觉器官的特点以及音乐存在的物质条件，决定了音乐的穿透性、抽象性、程式性和开放性。”^①

音乐之于声音，广播之于声音的本质不同，在于人们使用大众媒介，目标是获取新闻、信息，达到观测社会、与人交流、发布信息、娱乐自我等实用的目标，至于通过哪一种媒介形态并不重要，仅在于这种媒介形态是否适宜人们使用的场合、获取信息付出的代价是否可以承受（包括媒介价值、接近性便利程度等）、获取信息的效果和质量，等等。麦克卢汉把现代媒介看作是人类中枢神经系统的延伸，是我们对世界感知的主要手段和与他人交往的重要方式。^②

从声音介质角度，审视广播这一大众媒体形态，在互联网时代有助于严

① 方丽晗. 音乐作为听觉艺术的特性 [J]. 美于时代, 2002 (3).

② Hugh Chignell. *Key Concepts in Radio Studies*, London: SAGE Publications, 2009: 79.

肃思考声音传播的可能疆域、价值、效果、前景，不仅有助于当前传统广播主流媒体的深度转型，更有利于从社会、文化等角度思考媒介形态、媒介性质本身对于人和社会的影响作用，亦有助于从一个学科的角度对媒介形态的本质进行观察和研究。

第一节 声音作为传播的媒介

一、听觉传播与人类感知^①

欧美自 19 世纪开始，针对声音传播的周边研究得以展开。1881 年声学专家约翰·布罗德豪斯（John Broadhouse）在他的《音乐声学》第一章节中，对声音作了简单明确的定义“可以听到的某种东西”。^② 定义虽然简单，但目标是要追问一个根源性的问题：声音如何与人类的感知系统发生联系？声音可以对人类感知和生理产生怎样的影响作用？其影响的程度又如何？这些问题直指声音与人类的自我认知和社会性关联的建立。

声音的存在特征考察是研究声音如何进入人类感知系统的前提。科学分析表明，特别是对于现场说话的声音，它消散的速度可能是千分之一秒的时间差，这也证明了声音传播在听到以前就已经完成了。^③ 它来自它正在消失的地方，我们能够捕捉到它们，在内心引起波动。^④ 声音与感知的关联，是在心理层面发生影响的。就像波兰现象学派的美学家茵格尔顿认为的那样：“人们在音响客体影响下所产生的感觉，是在欣赏者的意识中所产生的心理性的东西，它与欣赏者所听到的那个音乐实体，即音乐作品是并不相同的两

① 部分内容参阅孟伟，声音传播 [M]，北京：中国传媒大学出版社，2006：11—15。

② John Broadhouse. *Music Acoustics; or the Phenomena of Sound As Connected With Music*, Charleston: Forgotten Books, 2012: 1.

③ Rattigan. *Dermot Theatre of sound; radio and the dramatic imagination*, Dublin: Carylfort Press, 2003: 123.

④ ‘The Life in a Sound’ in *The Drama Review* [EB]. <http://romania—on—line.net/whoswho/SerbanAndrei.htm>, 2005-4-21.

个东西。”^① 我们淡化这段话中音乐讨论的语境，而是关注作为声音介质载体与人类“内心波动”之间关联的建立。的确，音乐作为声音艺术的代表，“最擅长摹仿人的心理，又能对人的心理产生最强烈的影响。”^②

回到我们最初的探讨，人们发现声音一旦被听到，就会被人的外部身体器官，具体说是交感神经系统所吸收，人的神经末梢能通过细微的颤抖触感声音的存在，因此任何声音，包括广播声音，一旦被听到，就会引起人类身体微妙的反映。^③ 声音与生物生理的关联性有很多实验结论。1968年，科罗拉多州天普布鲁尔学院（Temple Buell College）做了音乐如何影响植物的实验。发现重金属音乐、古典音乐等对植株的生长形态产生影响。究其原因是核酸和音阶有关，而“原子是和声共振器”，这与“八度音阶法则”有关。“八度音阶法则”是指声音和颜色彼此对应，每个音都有一种颜色（可见光）与之对应。人体自身就是振动频率固定的原子集合，因此可以辨别音符和颜色。

当然，音流学（Cymatics）是一种声音可视化技术，它通过直观地观察声音振动与物质形态之间的关系。美好的声音与美丽的图案、美好的感觉直接对应。从声音的社会属性来讲，声音被接受或者被个体所解读，依赖于个体对声音产生的独特反应，以此来确立起对声音发出意义的解读。^④

声音引发的感觉超越我们常规分析的能力。我们能够知觉它是因为我们经历了它，尽管我们能够追踪由声音引发的感觉的变化，但我们仍不能解释为什么外部的声音会引起我们感觉的变化，变为我们意识的一部分。^⑤ 这仍然是今天研究的难题。

声学是一个跨学科研究领域。例如，声学研究（neurology）、心理学研究（psychology）、音乐学研究（musicology）、精神病学研究

① 张前、王次昭. 音乐美学基础 [M]. 北京: 人民音乐出版社, 1992: 226.

② 方丽晴. 音乐作为听觉艺术的特性 [J]. 美与时代, 2002 (3).

③ Rattigan, Dermot. *Theatre of sound: radio and the dramatic imagination*, Dublin: Carysfort Press, 2003: 14.

④ John Broadhouse. *Music Acoustics; or the Phenomena of Sound As Connected With Music*, Charleston: Forgotten Books, 2012: 1.

⑤ John Broadhouse. *Music Acoustics; or the Phenomena of Sound As Connected With Music*, Charleston: Forgotten Books, 2012: 1.

(psychiatry) 等的交叉。^① 1973 年澳大利亚成立“音乐的物理和神经心理基础研究室”。研究项目吸引当时著名的音乐家、神经学专家、物理学专家、工程师、哲学家和心理学家集合到一起,他们致力于在声音传播中对有争议的和未知领域的课题进行探索性研究。这些课题集中解释声音模式对人类发生作用的原理,例如:声音如何通过听觉环境发生作用?声音与听觉环境之间有什么相互作用?人的听觉系统是如何接收到声音的?人脑是如何解读声音的?^② 研究室一部分课题在人的脑部功能与声音接受之间展开:声音元素构成中的频率、音色、音响、节奏等与人先验的记忆机制之间正向关联。例如刺耳的汽车刹车声往往与交通事故产生关联。声音可以调用人意识的能力、分类的能力等,还原声音发生的现实语境,营造出一个声音意象的世界。环绕我们周围世界的声音刺激我们的听觉系统迅速形成意象。实验室的研究还证明:关于声音接收和感觉的研究,与人类多器官的合作有直接的关系,与人脑研究功能的进一步突破也有直接的关联,甚至与宇宙的结构和能量研究有关^③。

近年来,深度神经网络在大规模语音识别任务上获得显著效果。语音识别是实现人机自由交互、推动人工智能发展的关键技术。基于语音的情感智能识别系统逐步建立,或可从另一个维度思考听觉传播与人类感知之间的关联。

二、声音符号系统中的话语要素^④

(一) 话语认知的多层次性

话语是人类日常语音交往的核心。与阅读中对字形产生的联想不同,往往要根据个人的体验或者经验,构筑想象体验和情感反应。话语的解读与当时的交流情境有关。语气中可能透露着各种情绪体验,反映着情绪的变化和

① Rattigan. Dermot *Theatre of sound; radio and the dramatic imagination* Dublin: Carysfort Press, 2002: 125.

② Manfred Clynes. *Music, Mind and Brain—The Neurophysiology of Music*, New York: Springer, 1982: ix.

③ Manfred Clynes. *Music, Mind and Brain—The Neurophysiology of Music*, New York: Springer, 1982: vii.

④ 孟伟. 广播传播中的话语类别分析 [J]. 语言文字应用, 2006 (12).

心绪状况，甚至会隐藏着比语言表达更真实的意见和看法。因此话语表达有多个认知层面：第一层是说话者言说的内容认知；第二层是说话者本人个性特征的认知，例如：说话的人是一个直爽的人，还是具有神经质特征的敏感的人等；第三个层面是对谈话目的和利益相关性的认知，如果话语发生在媒体中，第三个层面则替换为整个节目或者整个电台的潜在认知。后两者则是意义延伸的一个例证。^①

声音的存在形式很特别，它存在于它正在消失的那一时刻，在形成和产生的进程中不断消散。说话者的个人因素，例如语气、情绪甚至是音色、音高等都可能会影响到对谈话内容的理解，只是这种影响作用有大有小。在人际传播中，单纯的语音交流更容易产生误解。话语的非语言成分的辅助因素很多，比如语速、音色、音响以及具体的语音语调的运用。

（二）日常交往中的多媒体“混用”特色

今天随着微信的发展，人们的日常沟通和交流变得“融媒体”特色十足。在日常沟通中，常常是语音、文字、表情符号、语音实时通话、视频实时通话等多种方式结合使用。如果交流的问题事先经过充分的沟通，为了节省沟通的成本和语音转化文字的繁琐，可能短短的几句语音留言就可以了；如果是表示干脆的赞同或者不赞同，或者不方便用语言表达的时候，就可以发个表情符号。如果通过语音表达觉得不够严谨，或者是考虑到接受的对方可能不太方便收听语音，就可以通过语音识别转换为文字，通过简单的校正后再以文字的方式发过去，如果觉得沟通还是不够顺畅或者不充分，就可以直接拨打语音或者视频电话了。所有这些沟通手段的使用，从效率的角度考虑，基本以语音为主，且以交流的效率和效果密切相关。上述认识似乎可以扩展到对于目前媒介格局的理解，无论是广播、电视，还是纸媒，均有其独特的传播特性，对于受众而言，考虑的是应用哪一种媒介可以最大程度上满足自己的信息需求和客观情况，考虑哪一类媒介形态与使用的场景性密切相关。媒体融合时代，大众日常交往更多呈现为多媒体混用状态。

^① 部分观点来源于 Andrew Crisell, *Understanding radio*, Second edition, Routledge, 1994, Radio signs and codes, P42-44。

(三) 话语分类

雅各布森 (Jakobson) 的理论认为, 任何言语交流活动都包含六个要素, 信息发出者、语境、信息、接触、代码和信息接收者^①:



在一组交往活动中, 信息发出者和接受者之间通过话语接触, 建立联系, 在语境中实现信息交流。六要素在传播中具有不同的指向性功能作用, 这也是雅各布森提出的与传播六要素对应的六功能理论, 即



情感功能是话语交流的第一个层面, 进而产生意动功能, 达成话语交往实现的一个心理目标。在这一过程中, 通过元语言功能建立实现交际功能, 话语产生的指称功能和美学或者诗学功能最终促成一个语轮交往的完成。

^① Jakobson, R. C 《结束语: 语言学和诗学》 *losing Statement: Linguistics and Poetics*, in Sebeok, T. A. (ed.) *Style in Language*, Cambridge, Mass: Massachusetts Institute of Technology Press, 1960, P350-357. 在雅各布森提出的著名的六要素及其六功能理论以前, 亚里士多德曾提出过三要素: “说话者——信息 (演讲) ——听话者”; 拉斯韦尔也提出五要素: “说话者——信息——接触 (媒介) ——听话者——效果”。雅各布森的理论是在这些研究成果基础上的进一步的发展。

三、非语言要素的交流意义

音乐、音响和无声静默在日常交往或者大众媒介的声音传播中是重要的副语言要素交流元素。音乐范畴内的声音可谓语言的多重补充，它们虽然没有语言般明确的意义指向，但却以人类固有的意识直觉和约定俗成的情感判断为前提，在不同的排列和组合中展示出语言无法企及的思想情感轨迹。^①

（一）音乐符号

巴洛克后期情感论音乐美学思想的著名代表人物马泰松曾经说过：“如果音乐家想打动别人，他必须懂得纯粹用音响及其组合，不借助文字而表达出一些心底的意向，表达得让听众听起来，宛如那是一篇真正的演说，能够完全理解和领悟其意欲、意念、意思以及每段、每句的语势。”^②

音乐在广播节目内容中体现为符号性、暗示性和影像性三种作用的结合。它可以和广播话语结合在一起，赋予音乐之外更多的内容。汉语比拼音文字更讲究格律和声韵，对语音本身的选择和排列强调审美要求。电台对音乐的使用非常重要，当一个电台收听率下滑的时候，首先考虑的就是要调整音乐，因为音乐是吸引听众的一个直接因素。

（二）音响符号

话语是由人发出的，音响是现实世界具有自然存在意义的声音形式，一般音响不是单一的，而是由多个物体的综合作用产生的。

在广播音响类新闻节目中，实况音响起到了很好的现实还原的效果，是广播节目中的优势节目类型；广播剧中存在着拟音，所模拟的声音成为事物真实声音的一种象征。我们也可以说广播中的录音音响相对于真实世界而言，是对基本感觉元素的一种图标或者说图像式的影射。简单地说，是对真实世界的一种声音的映射。

（三）无声静默

在日常的交往中，无声静默也是一种信息的表达。在广播媒介中，声音

^① 钱今帼、郑艺. 音乐听觉艺术发展的历史观照 [J]. 吉林艺术学院学报, 2007 (4).

^② 杨芳. 巴洛克时期听觉艺术与视觉艺术的比较研究 [D]. 湖南: 湖南师范大学, 2012.