

# 论音乐 - 空间文本

◎ 陆正兰

**内容提要** 音乐与空间组合构成音乐 - 空间双文本组成的全文本。音乐 - 空间中的“空间”,经常不是纯物理的空间,而是文化空间,甚至媒介化的空间。此音乐 - 空间文本展现出一系列因符号文本主要因素变化而形成的类型。空间功能为主、音乐为辅的第一亚型主要为从古代延续至今的仪式音景;音乐为主、空间为辅的第二亚型则是现代出现的一般的“音乐表演场所”;但当空间被以影视为代表的新媒体媒介化后,与音乐的结合方式发生巨大变化,形成视觉中有声源的与视觉中无声源的第三、第四亚型。这四种亚型的渐次变化,也是符号修辞四体演进的路径,体现了人类文化的声音实践。

**关键词** 音乐 - 空间 四种亚型 伴随文本 全文本

[中图分类号]H0 [文献标识码]A [文章编号]0447 - 662X(2017)07 - 0068 - 05

## 一、音乐的文本,伴随文本及全文本

符号被认为是“携带意义的感知”。“文本”,即符号的组合,即一个“合一的表意集合”,起表意作用的不是单独的符号,而是符号文本。任何一个符号文本都包含文本和伴随文本,这些伴随文本被文本携带而来,通常“隐藏于文本之后、文本之外或文本边缘,却积极参与文本意义的构成。”<sup>①</sup>因此,要对文本做个比较完整的解释,就需要全文本这个概念,全文本就是必须进入解释活动的主文本与伴随文本元素之集合,它是主文本吸纳一部分伴随文本而形成的解释对象整体。

作为一种非语义性的听觉符号,音乐表意一直是学界争论的课题,音乐美学家卓菲亚·丽萨(Zofia Lissa)指出:“音乐所唤起的对它的‘体验’远远胜过对它的认识上的把握”,<sup>②</sup>就如丹纳《艺术哲学》

一书中对它的描述:“像一个没有形体的心灵所经历的梦境”。<sup>③</sup>然而,音乐符号从来就不是一个独立的文本符号,对音乐的理解,离不开它的伴随文本。音乐的伴随文本很多,比如,音乐生产的历史文化背景、音乐的标题、音乐的解说词、音乐发行唱片公司、音乐专辑的封面设计、音乐评论广告、现场演出舞台布置,甚至演唱会歌手的服饰等等。

在所有的音乐伴随文本中,音乐有一个最基本也最容易被忽略的伴随文本,这就是音乐的空间。可以说,音乐必然需要空间才成为一个解释对象,音乐 - 空间构成一个整体性的全文本。

<sup>①</sup> 赵毅衡:《符号学原理与推演》,南京大学出版社,2011年,第139页。

<sup>②</sup> [波兰]卓菲娅·丽萨:《卓菲娅·丽萨:音乐美学译著新稿》,于润祥译,中央音乐学院出版社,2003年,第168页。

<sup>③</sup> [法]H. 丹纳:《艺术哲学》,张伟译,北京出版社,2002年,第128页。



## 二、空间是音乐最重要的伴随文本

音乐在物理上必然是一种空间的存在,音乐和其他声音一样由空气的振荡,引发的声波向空间的各个方向扩散,音乐的这种“音响的高度感、方向感和环境感,”<sup>①</sup>让我们从其空间属性中感知到音乐的物质存在。而在文化学意义上,空间与音乐结合得更紧。音乐的诞生都伴随着某种空间而出现。音乐作为一种特殊的文化形态的起源,无论是“劳动说”,还是“巫术说”,总是与其相关的社会情境空间共存。

从符号学角度来看,音乐符号的一个显著特点在于它和它的传播空间密不可分,这个传播空间对音乐文本来讲,重要性已经超过一般的伴随文本,而形成一种“双文本”结合体。换句话说,没有一定的空间,就不可能有音乐文本,空间的品质成为音乐文本一个至为重要的组成部分,二者合成一个双文本互相结合的全文本。不考虑空间而分析音乐文本,是虚幻的,因为这剥离了音乐文本的根本品质。

更重要的是,空间直接将音乐文本种植到文化中去,成为声音文本的文化性之间的纽带,脱离文化品质的音乐文本,只剩下物理性,其文化意义就不在场,其表意过程就没有完成。所以,当我们研究作为听觉艺术的音乐文本时,分析的中心应该区别于一般的文化文本分析,而应该将这些音乐产品放回到他们被创造、被体验的社会环境和文化空间中,尤其要分析音乐与空间的相互构成问题,音乐 - 空间双文本的建构,不但决定了音乐不同的使用方式,也表现出不同的互构方式,从而完成不同的空间文化。

## 三、空间的两个变异方式

音乐与空间之间,有一种在物理上很正常,在文化符号学上很难分析的特殊关系。音乐必然是在时间上绵延的,是时间性的,而空间的原本形态是静止的,与时间相对立。音乐 - 空间之所以必然结合,是基于空间的两个基本变异方式。

第一种空间变异,是空间的文化化。即从物

理空间变成文化空间。亨利·列斐伏尔在其《空间的生产》中指出:“空间是一种社会关系吗?当然是,……空间里弥漫着社会关系;它不仅被社会关系支持,也生产社会关系和被社会关系所生产”。<sup>②</sup>列斐伏尔的论述非常犀利,它跳出了空间关系的物质建构,走向了空间的精神和社会关系的生产性,并指出它对人的塑造自我的意义。对空间关系,米歇尔·福柯也敏锐地感受到:“我们时代的焦虑与空间有着根本的关系,比之与时间的关系更甚”,<sup>③</sup>并尖锐地提出“今天,遮挡我们视线以致辨识不清诸种结果的,是空间而不是时间;表现最能发人深思而诡谲多变的理论世界的,是‘地理学的创造’,而不是‘历史的创造’”。<sup>④</sup>可见,空间性问题在当代文化中日益凸显。

一旦空间被理解为文化空间,音乐与空间的集合就变得顺理成章。比如,美国音乐民族志研究学者瑞斯通过时间 - 空间 - 隐喻三维分析法,列出的从小到大九种不同的音乐空间,<sup>⑤</sup>就是空间文化化的一个例子。这也是本文下面要讨论到的音乐 - 空间第一、第二亚型的立足点。

第二种空间变异,是空间的媒介化。即物理空间的媒介化。它的主要手段是图像流动化。静态的图像很少与音乐联手组成文本,在现代影视类的图像出现后,空间的媒介化才变成了一种具有实践延

① 王少华:《音乐的时空效应》,《音乐艺术》1991年第3期。

② 转引自包亚明:《现代性与空间生产》,都市与文化丛书,第二辑,上海教育出版社,2003年,第48页。

③ [法]米歇尔·福柯:《不同空间的正文与上下文》,陈志梧译,包亚明主编:《后现代与地理学的政治》,上海教育出版社,2001年,第20页。

④ 转引自[美]爱德华·W·苏贾:《后现代地理学——重申社会理论中的空间》,王文斌译,商务印书馆,2004年,第1页。

⑤ 美国学者瑞斯(Timothy Rice)在讨论音乐民族志(subject-centered musical ethnography)时,提出了一种三维分析法:时间(Time) - 空间(Location) - 隐喻(Metaphor),并将空间(Location)划分为9类,分别:1. 个体的(individual);2. 亚文化群体的(subcultural);3. 地方的(local);4. 地域的(regional);5. 国家的(national),是指国家 - 民族(nation-state)的;6. 区域的(areal);7. 移民族群的(diasporic);8. 世界的(global);9. 虚拟的(virtual)。这9类空间从小到大成递进的单位。见Rice Timothy, "Time, Place, and Metaphor in Musical Experience and Ethnography," *Ethnomusicology*, vol. 47, no. 2, 2003, pp. 151 ~ 179.



展度的再现。此时双媒介的音乐-空间文本潜力得到发展,出现了独特的文本身份。这就是本文下面要讨论到的音乐-空间的第三第四型的基础。

此时,音乐-空间就不再是一个静态的文本,而是列斐伏尔所说的“空间实践”,由“空间呈现”和“呈现的空间”辩证地混合而成一种基质构成,他们各自与一种特定的认知方式结为一体。一个体验音乐的自我不可能自我完成,它需要不断地与世界、与他人、与他所在的空间建立意义联系,这种意义表现的音乐-空间文本身份,会对每个人自我进行不断地重新塑造。这样,就不是自我身份建造音乐空间文本身份,而是音乐-空间文本身份构筑了每个分享者的身份。

#### 四、音乐-空间文本的主导因素与文本类型

音乐-空间双文本,可以称之为音乐空间,也可以称之为空间音乐,但在具体的分析中会很复杂,究竟是空间意义重要,还是音乐意义重要?音乐看起来好像是主文本,实际上并非每个场合均如此。所谓主导,就是文本中决定意义类型的最主要因素,这是雅克布森提出的理论。音乐-空间这二者的对比主导性,构成了音乐的跨媒介分析中最复杂的难题。然而,虽然在任何一种亚型中,辅助和主导同样,必不可少,因为音乐-空间是一种双联合文本,缺一不可,但还是主导因素决定意义。

首先,音乐-空间文本的第一种亚型:空间的功能为主,音乐为辅,音乐服务于空间。这种类型最典型文本是仪式音乐。越来越多的音乐人类学学者开始注意到,“空间”是仪式音乐分析中一个不可缺少的维度,因为它至少包含了仪式中所具有的“物质、关系、仪式”等层面的空间关系。<sup>①</sup>不少学者在分析这类仪式音乐时,也常用“仪式音景”来描述其空间文化意义。

在古代,符号是珍贵之物,有神秘感,带有权力和超越凡庸的能力,往往由酋长和祭司所掌握。音乐因为制作困难,而且转瞬即逝,更是珍贵。因此音乐通常在宫廷朝廷这种权力场所、庙宇这种宗教场所,作为权力和神性的隐喻而现,象征着某种人不可

及的崇高存在。即使在延续至今的“仪式音景”中也是如此,比如在湘中抛牌仪式中,音乐是一种情境,<sup>②</sup>此时,空间的品质显然比音乐更为重要,由此空间,隐喻的喻本才得以在场,音乐本身的品质与风格等倒是其次的。

在后世,仪式音乐渐渐民间化,成为民间红白喜事的必要成分。这种仪式音乐显然是为空间服务的,只有在一定的空间场合才能起作用。

而到现代,此种为空间服务的音乐深入到各种平凡生活场合,空间-音乐双文本已经日常化,作为空间的风格化方式,这在城市生活中尤其突出。因为城市具有营造空间的文化性的需要。在商场、饭店、咖啡厅、酒吧、舞厅、广场舞、游乐场、小区的庭院等空间中,都可以听到音乐的塑造空间作用。所谓的“情调音乐”,也就是让空间具有一定的文化品格,成为携带某种文化意义的符号文本。

音乐就有如现代商场空间的装修,看来附加的风格不仅决定空间的风格,无这些符号意义的空间只是“零度空间”,无风格也不文化的空间实际上是非空间。据有人在卖酒的商店做实验,如果用古典音乐作为背景,与播放摇滚音乐作背景时相比,顾客选择的酒的品牌就贵三倍之多,这证明音乐的意义是渗透性的,它把同样的商店空间文化化了,使顾客感觉到自己的身份,应当与音乐-空间同一格调。此类调查研究的结论相当一致,促进的营销形象的音乐类型,完全不同于所创造的“金钱价值”形象的音乐类型。<sup>③</sup>可以说,第一亚型中的音乐是庙堂或仪式的空间符号隐喻,一定的仪式空间要求一定的音乐与之相配合。

其次,音乐-空间文本的第二亚型:音乐为主,空间为辅。此类亚型是现代化生活的产物,主要以

<sup>①</sup> 齐琨:《空间:仪式音乐分析中的一个维度》,《武汉音乐学院学报》2006年第4期。

<sup>②</sup> 吴凡:《音声中的集体记忆:湘中冷水江抛牌仪式音乐研究》,《中国音乐学》2010年第4期。

<sup>③</sup> Adrian C. North and David J. Hargreave, "Music in Business Environments," in Steven Brown and Ulrik Volgsten, eds., *Music and Manipulation: on the Social Uses and Social Control of Music*, Berghahn Books, 2006, p. 117.



音乐厅、音乐会广场、歌剧院、戏院等形式出现。这些空间是特地为音乐的最佳效果而设立的,明显是空间为音乐服务。不同类型的音乐会要求不同的空间,例如摇滚音乐会的空间要求大型空地,以及具有各种灯光、烟雾、洒金属片等设备,有足够纵深的舞台,功率强大的扩音设备等。而以交响曲为主的音乐厅,通常更关注音乐的演奏效果,以保持音乐的纯粹,这些设置因音乐类型而异。比如由瓦格纳亲自参与创建的拜罗伊特歌剧院(Margravia Opera House Bayreuth),这个只容纳500人的剧院中,从合唱队的位置,到指挥的舞台布景,均作精心设计,与瓦格纳的“歌剧是用音乐展开的戏剧”理念一致,充分发挥音乐的戏剧效果。

在电子时代个人化终端,尤其是当今的微终端时代,出现了耳机这样的微缩音乐-空间,音乐在被压缩了的空间中可以为一个人单独欣赏服务。它实际上是家庭的、个人的音响设备之进步微缩化,这种空间趋近于零幅度,但不能说它不再是空间,只能说它是空间的极小值。这时音乐为主、空间为辅之间的比例达到了最大值。此种亚型中,音乐是音乐-空间全文本中的一部分,因此它起了一种提喻功能。

再次,音乐-空间文本的第三亚型,是音乐与空间互渗的全文本,它是全媒介化的音乐-空间。虽然音乐本身是通过声波渠道传送的声音媒介,这一点任何音乐都是如此,但空间却是非媒介化的物的直接呈现。正如艾科指出,媒介的定义就是具有与符号原载体“异物质的”(heteromaterial)。<sup>①</sup>因此,音乐-空间是半媒介化的文本,即使是录音重放,也是半媒介文本,因为音乐总是需要一个实体空间。

然而空间也可以媒介化地再现,尤其可以用图像再现,而不是物理性呈现。被媒介化的空间应当很难与音乐互相构成双媒体文本,但在现代影视的媒介化的空间中,这种双媒介化,甚至多媒介化音乐-空间却极为普遍。比如电影音乐-空间,电子游戏音乐-空间,甚至广告音乐-空间,声音商标<sup>②</sup>等。

以电影为例。电影作为跨媒介运用的典范,显

现了音乐-空间的复杂组合关系。“因为语言、视觉、听觉三大媒介家族中,三者的结合,以电影最为丰富”。<sup>③</sup>影视中的音乐-空间的第一种类型,通常依靠有声源的音乐,即音乐表现的空间,画面中出现音乐的声音来源。比如,电影《黄土地》中祈雨仪式中的唢呐与腰鼓队,《海上钢琴师》中游船上的演出厅,它们分别是第一、第二亚型的媒介再现。唯一不同的是,在双媒介化之后,音乐-空间文本可以整体地保存,原来只是一次性的演示音乐-空间文本,保存后可供后世读者一再重新接收。这是一种转喻性的文本,因为是原文本复现到影视媒介之上。

最后,音乐-空间文本的第四种亚型,也是音乐与空间互构形式的文本,尽管他们各自表现出强烈的独立性。典型的是影视中的无声源音乐,即在影视画面上看不到声源,没有再现音乐的源头。“无声源”音乐-空间是现代技术的一种奇特的产物,因为空间虽然在影视中被媒介再现了,而音乐却脱离了媒介再现空间,逃逸到另一种媒介(声轨)中,此时的音乐似乎来自空无,无法归入文本组成之中,但它们也能很自然地与空间形成互构。

在早期无声电影放映时,往往会请一位钢琴师在银幕下弹奏,此种实为无声源影视音乐的前驱,可见这种跨媒介音乐空间构成方式,是观众接受影视时的自然需要。现代影视的音响技术已经极为先进,这种双媒介保持距离的复合关系也越来越复杂,经常有人称之为“气氛音乐”,实际上,烘托气氛只是其中音乐与空间配合最简单的方式。相当多的“画外音乐”起了独立的叙述故事的作用。例如杜琪峰导演的《三人行》中,有一段激烈的医院枪战场

<sup>①</sup> Umberto Eco, *A Theory of Semiotics*, Bloomington: Indiana Univ Press, 1976, p. 217.

<sup>②</sup> “intel”的声音、米高梅电影播放时的狮吼声、诺基亚手机特有的铃声、恒源祥广告中“恒源祥,羊羊羊”等都显示出声音具备与传统商标相同的识别功能,进而成为商誉的载体。1999年6月,“可口可乐”与“太阳神”之间关于《日出》歌曲的纠纷,是典型的声音与品牌使用关系的例证。参见杨延超:《声音商标的立法研究》,《百家争鸣》2013年第6期。

<sup>③</sup> Marie-Laure Ryan, eds., *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*, Norman: University of Nebraska Press, 2004.



面,背景音乐却是轻快的口哨声吹出的《之乎者也》,这种“说是而非”的不协调构成的反讽,反而让音乐获得了表意的独立性。

因此,这种无声源音乐-空间文本,经常可以是一种反讽文本,文本在场性中二者的联系已经失去,双方不再是统一文本的有机构成部分,而是具有张力关系的对照,不再有音乐依存于空间的关系。这种音乐-空间关系需要接受者进行联合解读,才能构成具有整体性的文本。

我们可以说,这种音乐文本实现了真正的跨媒介文本的潜力,音乐与空间这两种符号表意方式各自保持了自己的独立性。音乐-空间文本抵达这个阶段,构成反讽式文本。电影作为一种跨媒介的表意组合,可以将反讽这种灵活的修辞艺术用到极致。

## 五、结论

音乐-空间文本的表意方式在人类文化中的发展,经历了典型化符号修辞四体演进的过程,即隐喻的互相映照,提喻的部分替代,转喻的另媒介映照,以及反讽的各自媒介化的联合解读,这就是音乐-空间双文本的分之合、不分之合、不合之分、合之分这四个关系的演变方式。

这是四种历史演变模式,更是当今文化中四种共存的文本方式。我们文化中的音乐-空间如今无比丰富,四类均常见,以至于我们忘记了这四种类型实际上是历时地次第演变出来的,音乐-空间的双文本互构成方式,或许并没有脱离所有双文本形态所遵循的一般规律,但音乐空间可能最为典型地体现跨媒介符号文本的无比丰富性。

福特汉姆大学的安娜比德·卡沙比安(Anabid Kassabian)在研究流行音乐时提出一个新锐的观点,她认为,现有对流行音乐的定义,限制了对音乐的研究。音乐已经进入了一种新形态,音乐的欣赏模式与人的生活逐步融合,音乐实际变成了“随处可闻的聆听”(Ubiquitous Listening)的音乐。音乐的存在变得片段化、环境化、媒介化,这种新的存在与聆听方式,反过来又重新定义了流行音乐的边界和含义。<sup>①</sup>由此可以预见,随着现代媒介传播技术的

发展,人类社会接触到的音乐-空间文化会更为多样。音乐与其存在的空间的共生形态,将出现更丰富的符号意义。正如传播学家詹姆斯·罗尔所指出:“由于音乐容易获得并且富有‘弹性’,它可能是不同政治文化团体和运动表达的完美形式。”<sup>②</sup>而音乐-空间本身既是一种产物,是由不同范围的社会进程与人类干预形成,又是一种力量,它反过来影响、指引和规约人类在世界上的行为与方式的各种可能性。

作者单位:四川大学文学与新闻学院

责任编辑:魏策策

<sup>①</sup> [美]布鲁斯·霍纳[美]托马斯·斯维斯主编:《流行音乐与文化关键词》,陆正兰、刘小波等译,四川大学出版社,2016年,第168页。

<sup>②</sup> [美]詹姆斯·罗尔:《媒介、传播、文化——一个全球性的途径》,董洪川译,商务印书馆,2005年,第204页。

