

音乐传播媒介的符号学解读

张韵

摘要: 音乐传播是人类社会生活中音乐文化互为沟通和互动的桥梁,是人们艺术、文化交流的基本方式之一。从音乐在传播过程中表现出的时间特质,对音乐符号形式和音乐传播媒介两个概念进行分析。本文在音乐符号学、音乐传播学的理论基础上对音乐传播的两大类型自然传播和技术传播作了较为细致的梳理,对音乐大众传播载体中所涉及的符号、媒介、信息等属性加以符号学分析。

关键词: 音乐传播;音乐符号;媒介;符号;自然传播;技术传播

随着科技和传媒的高速发展,“传播”一词随着信息时代的到来被引用于日常社会文化的各个方面。传播是个多义词,原意指通讯、交流、交往、沟通等。因此出现了病毒传播、思想传播、新闻传播、广告、传播、教育传播、影视传播等一系列时尚名词。而对于“音乐传播”的概念,曾遂今在《音乐社会学教程》中提出,“‘音乐传播’一方面是指音乐信息的传递和交流,它是信息在社会系统中的循环运动……另一方面就是指在现代技术的支撑下,人们通过一定的手段把音乐文化形态扩散、推广出去,使音乐在社会中活跃起来,循环起来。”^①在音乐的传播活动中是以音响符号作为中介物的一种通讯活动,因此在讨论音乐的传播媒介的符号特征之前,首先对音乐符号学理论有一个简要的了解。

符号学是研究符号的科学,它主要考察符号本身以及符号的传播。从符号学的角度研究音乐传播的媒介载体,我们首先需要把传播中的音乐信息作为一种符号的传播活动来理解,音乐符号学被称为“音乐符号的科学”,音乐传播的内容是“信息化了的音乐文化”。德国哲学家恩斯特·卡西尔认为,“一个伟大的艺术家选择他的媒介不仅仅是作为外部的无关紧要的材料……音乐的声音不仅是艺术复制品的技术手段,他们确实是艺术创作过程本身的基本要素。”^②卡尔在阐述音乐作为一种符号形式时强调了艺术的形式必须借助于物质性的媒介,“符号化的思维和符号化的行为是人类生活中最富于代表性的特征”。美国传播学经典著作《重组话语频道》这样写道:“我们认为不表意的图像和声迹的某些方面实际上起到了符号的作用,常常带有内涵意义,例子包括:光的颜色、音乐、摄影技巧。”^③从上述的观点中可以看出,罗比特·艾伦认为,音乐是一种符号,音乐的传播是音符的传播。当然,我们通常所说的音符,本身就是指音乐声音的符号,这无须加以特别理解。但是,音乐符号就不仅仅是指一般意义上的音符,而是指用来传达某种信息的可感知的声音形式。也就是说,只有当音乐介入传播系统而作为一种信息被传达时,它才能被作为符号学意义上的符号来理解。音乐传播的过程就是传播内容的音乐文化首先被外化的“乐音音像符号”或者某种其他类型的“符号”,成为一种符号化了的传播内容和信息,音乐传播并不是一种自然发生的事件和现象,它必须包含一个主体向另一个主体的交流,是通过音乐创作者、音乐表演者、音乐受众等不同的类型的传播主体对符号进行交流、扩散、衍生和共享的过程。

笔者大胆的作出假设:音乐的信息传播过程中是以符号作为媒介物的音乐活动。由于音乐其自身的特征,音乐符号的媒介手段作为音乐符号的符号,其传播特质未发生改变,仍然是以听觉作为符号形式,传播媒介手段的变化实质上符号形式的丰富。

一、音乐传播媒介的符号学定义

符号是人类传播的要素,是传递信息代码的载体。在信息符号的编码过程中,“与科学编码不同,艺术编码往往经历四个步骤:(1)事物以感知符号为中介内化为物象;(2)物象以表象符号为中介升华为形象;(3)意象以艺术符号为中介物化为形象;(4)形象以认知符号为中介内化为典范。”^④于是,符号编码过程成了不断运动、不断变形、不断构造的过程,而符号则即是编码的产物,又是编码的中介。在音乐传播中,符号是指表达或负载音乐信息或意义的代码,如乐谱、音响、文字、影像等,它反映了人对音乐认识的过程和信息表达的特点。

媒介是指介于音乐家、传播者与受传者之间,用于负载、传递音乐符号的物质实体或组织形式。麦克卢汉提出过,媒介即人体感官的延伸的著名论断,并在《理解媒介》中写道:“虽然技术的效果并未在意见或概念的层次上发挥作用,但却能稳定地、不受任何抵制地改变感官比例或理解模式。”^⑤从文化传播方式的演进历史来看,媒介的沿时性出现通常可以描述为语言(口头)媒介、文字媒介、印刷媒介、广播电视等大众传播媒介、网络等新媒体。人类的音乐传播活动在很大程度上取决于媒介技术的发展。

媒介与符号之间的关系是一个相对的概念,同时音乐的媒介载体与音乐符号也是不可分割的部分。音乐家构思音乐作品的过程就是音乐家编码音乐符号的过程,通过音乐媒介传播给受众。音乐家在头脑中形成音乐动机,将音乐信息物化为音符,乐谱就是符号物化的载体,抄写或印刷乐谱的文本或者书籍就是媒介形式的载体;录制的音乐音响为信息时,调制成的波形信号或数据信号为它的符号载体,记录信号的磁带或磁盘即为媒介形式的载体;音乐电视播出音乐的音响、视觉信息时,电波、视觉色彩、构图等为符号形式的载体,电视台即为媒介形式的载体……。

二、音乐传播媒介的时间属性

音乐是以声音形式展示的人类情感符号,这种符号是以时间幻想的方式存在的。音乐传播作为音乐信息在社会系统中的循环运动,它的最大特质就是时间特质,通过音乐符号的纪录媒介,或者通过人的代际记忆“媒介”,音乐传播到今天。音

乐的传播就是音乐时间的传播,音乐传播的媒介就是时间传播的载体。波兰学者卓菲娅·丽莎在讨论音乐特殊性曾论述“音乐的物质材料是声音,在这特点也富裕了音乐作品的另一个特性:即音乐作品是在时间中发展的,它不象美术作品那样在时间中持续不变,而是在时间中进行着,通过整体的各个组成部分的陆续呈示而发展着,直到最后一个部分呈示完毕之后才为听者提供出该作品的整体形象……音乐具有时间上的连续性和变动性,但却没有空间性。”^⑥在对音乐传播现象的研究中,音乐传播媒介在物理层面上的时间属性依托于音乐材料的音高、音强、音长、音色,他们共同构成了音乐在实践中存在的物质基础。从心理层面上,音乐传播媒介形式的不同对音乐传播中的时间认知产生偏差,以声音符号为传播媒介在时间知觉、时间估计等认知过程上更接近原作,而离开了声音符号的刺激,文字符号、视觉符号等技术传播媒介的加入使个体在音乐传播中的认知过程容易产生偏差。音乐符号是一切音乐传播活动的基础,音乐传播者对音乐符号在时间上的即时和延时的再创造产生了不同的音乐传播形式。曾遂今在《音乐社会学教程》一书中将音乐传播形式分为两类,一类是音乐的自然传播,即传、授双方之间除了声波传递的空气介质之外,没有任何智力媒介和技术媒介的介入。这种原始信息的传播方式通常是一种现场演示的活动形式,要求表演者与欣赏者处于一个时空。例如某个音乐会,音乐会的表演者与聆听者构成了“面对面”的传播界面。这种“面对面”、“同一时空”是音乐自然传播的最大特征。另一类是对音乐信息在时间上的“冻结”,产生了音乐的技术传播形式(如乐谱媒介传播、唱片媒介传播、无线电传播、电视传播等)。其本质上是音乐作品在时间上的延续。

三、两种音乐传播形式中媒介的符号学分析

“符号或符号媒介在某种程度上向某人代表某样东西。它是针对某人而言的,也就是说,他在那人头脑里激起一分相应的符号,或者说一个更加发达的符号。”^⑦皮尔士认为符号媒介或形式具有唤起概念的能力,音乐传播媒介作为音乐信息搬运者,传播过程中各因素连接的纽带,随着历史的发展,它是从零开始,逐渐扩展、增加,一直到今天高科技媒体时代,根据不同音乐的媒介,具体从音乐符号学的角度分析音乐的传播媒介。

1、音乐的自然传播——语言(口头)媒介

在音乐传播中,音乐的自然传播即音乐表演,是音乐传播的平台。这种原始的传播模式是以语言为媒介。从中外历史文物资料中,我们能够看到民间音乐中,口传身授的传播方式与音乐的表演密切相关。口传心授是以听觉作为音乐的符号,英国学者霍克斯将听觉与视觉进行了比较:“听觉符号在特征上与视觉符号有本质的不同,前者把时间而不是空间作为主要的结构力量……得到充分的通觉符号,在艺术方面产生口头语言和音乐等重要形式。”^⑧显然,音乐的传播与听觉紧密相连,音乐的声音的特性决定了它只诉诸听觉,也就是说一首音乐作品传播的意义,只能包含在它所提供的通常指听觉器官对符号的具体化展现中。因此音乐的自然传播具有音乐的起源性、原始性意义。随着音乐传播媒介的不断发展,音乐的自然传播形态沿袭至今,并不因新媒体音乐传播技术的发展而被取代。

音乐的自然传播方式,是一个主体间互动的交流过程,面对面的情境是参与者以一种直接经验的形式获得音乐信息,即一种即时性。音乐信息在此时此刻的传递过程中具有音乐符号的独一无二、转瞬即逝的特征。因此,音乐的自然传播体现为对听觉音响符号的本真传播,传播者在处理音乐音响符号的同时,也在启动另一种情感机制。符号互动论开创者米德说:“语音姿态具有其他姿态所不具有的重要性,当我们呈现某种表情时,我们自己无法看到。如果我们听自己说话,我们就非常容易注意到我们的活动。”^⑨米德的符号互动论强调了声音的情感机制对音乐传播的重要性。人们重视音乐传播中听觉,乃是因为通过听觉人们自己的情感被唤起。但传播者在口头传播的形势下,没有机械、刻板地进行音乐音符、语言音响符号的陈述,也通过非言语交流手段如面部表情、目光、姿势、手势、体位动作等恰当的、得体的、微妙的运用来强化音乐形象的表达。这些非言语交流手段在符号学上称为身体符号。在自然环境的传播活动中,身体符号与听觉符号融汇成了综合的、视听结合的艺术信息。

在对历史作品的回溯中,音乐作品记号的存在方式是我们听不见也看不见的。在解释符号学和象征问题上,欣赏者对声音符号、身体符号在传播过程中的可靠性常常产生怀疑。随着了后世的多种技术传播媒介发展,音乐自然传播中存在本真性问题得到了解决。

2、音乐的技术传播

音乐的技术传播是自然传播扭曲的、破碎的、不完整的延长,但它满足了人们在口头传播的激动体验后,耳目感官的延续性需求,解决原生态等民间音乐在口头传播的不确定性。音乐符号学著作《音乐与话语——关于音乐符号学》中在论述音乐作品的有关符号学的概念时也提到了音乐技术传播的媒介:“音乐作品以物质存在,乐谱与表演和声波形式表现自己。然后以解释符号学的方法诠释音乐。”^⑩乐谱和声波形式就涉及音乐技术传播形式中的乐谱媒介传播和唱片媒介传播,乐谱和声波就是音乐的传播媒介。

音乐的技术传播是特殊的信息传播,音乐符号有着与其它信息符号明显的差异性。由此可以将音乐技术传播划分以下五类。

其一,音乐的专有符号的技术传播——乐谱媒介传播、印刷媒介传播

由于音乐传播媒介所具有的时间属性问题,音乐乐谱是对音乐专有符号文本的传播,用文字、符号模拟来标志乐音体系的音高走向、声音长短、声音强弱,是一种时间过程的构成物,是具有特定次序和性质的时间阶段。每一部作品在时间阶段的结构上都有自己的样式和特定的先后序列。音乐音响作品的意义不仅存在于自身音响符号中,而且存在于自身以外的历史文化传播、交流活动中,“只有通过读者的阅读过程,作品才能够进入一种连续性变化的经验视野之中”^⑪。乐谱媒介将声音的记录靠抽象的文字和音符记录下来,但文本是难以大规模复制的。直到印刷术的出现,音乐图像或文字原稿才得以迅速大

量的复制。客观上乐谱使得音乐信息可以长期和固化地保存,并有利于较大范围的传播。音乐中的文学即歌词,也是乐谱的组成部分。它以文字作为依托与音乐的旋律合为一体,文字精炼而富有韵律感,在乐谱媒介的传播中起到了重要的作用。歌词的写作、乐谱的书写和识别需要经过专业的训练,乐谱的印刷出版也非一般出版社能所为。因此,对传播者和受传者的文化素质、专业修养提出了较高的要求,只是把音乐当做一项声音的艺术,当做一项在时间中发展的艺术。

其二,作为听觉符号的技术传播——音乐唱片媒介传播和无线电传播

唱片媒介的表现形式是音乐音响,一般语言符号有明确的语义和严密的情态声音,追求的是清晰可懂度,而音乐在广义上没有明确的语意,受众根据自己的体验来理解音乐信息。唱片通过声音、机械能量的转换来刻制类似拟音纹,将音乐声音形态全面地记录下来并回放出音乐声音原型。无线电传播在也是以听觉符号为媒介,以唱片音乐信号或其它录音音乐信号作无线电传播,传播既有时间距离,也跨越了符号的空间限制。播放的听觉符号是转瞬即逝,听众听一遍,声音就消失。在录音的基础上,唱片媒介、无线电媒介把这种音乐声音原型传播出去。这种传播出去的音乐不是真正音乐作品的现实存在,而是音乐听觉符号的模拟存在。

其三、音乐中影像符号的技术传播——电视传播、电影传播

影像是一种特殊的综合性符号体系,影像符号的主要传播方式是电视、电影。电视是借助电子技术传输声音和图像,是音乐表演者与影像融为一体的表情、身体语言和场景的媒介,受众可以通过高分辨率的影像信息欣赏音乐。麦茨的符号学理论应用于影像研究,他认为影像“既可以被看做一种关于直接意指的符号学,又可以看做一种关于含蓄意指的符号学。”^⑩。因此电视的声音和画面都是具象的画面,它不象文字那么抽象,因此电视是最通俗的传播媒介。与传统的口语媒介、文字媒介、听觉媒介相比,它兼三者之长,以视听符号为一体,在传播本真性、符号保存、传播范围、传播距离等方面拥有无以伦比的优势。电影媒介的本质与电视媒介一样,但电影传播要受到时间和场地的控制,传播范围有限。

其四、音乐新媒体的技术传播——网络等

新媒体是物理网络和信息资源相结合而形成的一个庞大的交互式传播媒介,信息以实时的状态交流、更新,传播的信息包括文本、声音、影像、图象、数据等各种符号,通过使用新媒体,一个人能听歌、观看表演,阅读乐谱、观看相关图像视频、发表个人音乐作品甚至更多。在新媒体中,音乐的符号变成了一种独特的符号。通过网络多媒体,原先存在的传送材料(歌曲、图像、语言)被移入另一个新的符号系统,它也重新定义了音乐传播的形式。从符号的互动向层面上,多媒体与其他传播形式一样,都存在同样的空间、文本中。它不是一个简单的不同符号的汇合,而是应用技术的新形式。电脑技术决定了内容的安排和被组织的形式多媒体可以让我们有意图的倾听,并在自己选择的媒介中获得音乐,在与文本、信息的互动中,主导收听的选择权。

作为人类文化符号系统的组成部分,音乐符号总是在文化阐释系统中与其他文化符号的阐释关系中彰显其自身蕴含的意义。符号是人类认识世界最主要的中介物,音乐被认为是人类创造和使用符号文化形式之一,它凭借专有文本、听觉、视觉等符号形式成为音乐传播的中介,音乐家通过音乐符号将自己的经验表述出来,在多重传播媒介的符号活动下形成各种不同的精神文化领域,正是通过艺术家的创造和传播符号从而创造了人类的音乐文化。

注释:

- ① 曾遂今. 音乐社会学教程[M]. 北京: 文化艺术出版社, 1997.
- ② 恩斯特·卡西尔. 人论. 甘阳译[M]. 上海: 上海译文出版社, 1985, 35.
- ③ 罗伯特·艾伦. 《重组话语频道》[M]. 北京: 北京大学出版社, 2008, 214.
- ④ 邵培仁. 传播学导论[M]. 浙江: 浙江大学出版社, 1997: 199.
- ⑤ 麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 北京: 商务印书馆, 2000. 56.
- ⑥ 卓菲娅·丽莎. 论音乐的特殊性 [M]. 于润洋译. 上海: 上海文艺出版社, 1980, 20-21.
- ⑦ 皮尔士, 哈特熊. 文集[M]. 哈佛大学出版社, 1931, 135
- ⑧ 特伦斯·霍克斯. 结构主义和符号学[M]. 翟铁鹏译. 上海: 上海译文出版社, 1987: 139
- ⑨ 乔治·赫伯特·米德. 心灵、自我与社会. 霍桂桓译. [M]. 北京: 华夏出版社, 1999: 69.
- ⑩ 雅克·纳蒂埃. 音乐与话语——关于音乐符号学. 美国普林斯顿大学出版社, 2001: 272.
- ⑪ 胡经之、王岳川. 文艺学美学方法论[M]. 北京: 北京大学出版社, 1994, 338.
- ⑫ 克里斯蒂安·麦茨等. 电影与方法: 符号学文选[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2002: 8.

参考文献:

- [1] 于润洋. 现代西方音乐哲学导论 [M]. 湖南: 湖南教育出版社, 2002.
- [2] 曾遂今. 音乐社会学教程 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社; 1997.
- [3] 王亦高. 在时间中聆听: 作为符号而传播的音乐 [M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2012.
- [4] 薛艺兵. 音乐传播的符号学原理 [J]. 黄钟—武汉音乐学院学报, 2004 (2).
- [5] 曾遂今. 音乐传播的时空关系研究 [J]. 南京艺术学院学报, 2008 (1).
- [6] 庄元. 论音乐大众传播载体 [J]. 南京艺术学院学报, 2003 (2).

张韵: (1988—), 女, 大连东软信息学院数字艺术系助教, 硕士, 研究方向: 音乐传播学。