

即刻真实、想象空间与自我观照

——情感电台中的听觉文化

张晓娴 张梅

摘要：听觉媒介在情感电台的“情感共鸣”效应中扮演关键角色，但听觉媒介如何发挥作用，发挥何种作用？文章认为听觉以其“高清晰度”的个人声景特征为人们提供了真实感，弥补了人们在速度面前逐渐消退的“路程性”；声音提供的“陪伴感”与“亲密感”为个体化的孤独感提供了舒缓平台；同时，耳朵的无法聚焦性带来的通感效果为人的生存营造出—个开放的想象空间，听觉所呈现的“向心”倾向使情感电台的自我观照作用得到尽可能的呈现。

关键词：情感电台；听觉；即刻真实；想象空间

作者简介：张晓娴，女，硕士研究生。（福建师范大学 传播学院，福建 福州，350108）

张梅，女，教授，福建师范大学“宝琛计划”高端人才。（福建师范大学 传播学院，福建 福州，350108）

中图分类号：G206.2

文献标识码：A

文章编号：2096-8418 (2020) 02-0047-05

近五年来中国移动电台高速发展，其中喜马拉雅FM以29.4%的活跃用户占比领跑FM市场，荔枝FM和蜻蜓FM紧随其后。相对于喜马拉雅FM、蜻蜓FM的综合性特征而言，荔枝FM以年轻群体中的文艺范、小清新用户为目标用户，以其情感类内容占据一定市场。^①情感类电台的兴起以转型期的社会背景为依托，因个人的情感问题成为一种普遍的心灵积郁和症结，情感类节目更为关注现代人心理上的需求和满足，广播情感类谈话节目、倾诉节目到现今的移动电台为大众构建了情感释放平台，从服务生活到服务心灵。情感类电台因其情感共鸣效应占据一定市场，其“鸡汤式”内容发挥了一定作用，因而故事内容和音乐曲风作为运营策略往往成为人们的关注点，如对某个具体节目的运作分析或对情感类内容进行策略研究，而电台传播的关键在于声音，从声音的角度对情感电台进行研究，多从作为发声者的主持人声音表达技巧的维度出发，即如何从语言技巧的角度进行情感把控的研究，或以心理学视角分析广播情感类节目的社会功能。听觉媒介对情感类电台的“情感共鸣效应”无疑作为关键角色而存在，但听觉媒介在情感类电台中如何发挥作用、发挥了何种作用等问题较少有相关方面的解答。

“部落时代”“脱部落时代”和“重新部落（地球村）时代”是麦克卢汉对传播媒介演变的划分，三个阶段对应的主要传播媒介方式依次为面对面的口语直接交流、间接的书面文字交流和虚拟现场交流的电子传播。麦克卢汉认为电子时代唤醒了耳朵，若无听觉仅靠视觉难以实现虚拟部落式的“现场”交流。^[1]听觉作为“重新部落化”的重要途径之一，在这个“世界被把握成图像”的时代不应被忽视。本文从听觉文化的角度出发试图阐释在听情感类电台时，听觉媒介在情感传播类的电台传播过程中所扮演的角色。

一、即刻真实：听觉的过程体验性

从内容的角度对情感类电台进行区分，情感二字归属于音乐类型、文章类型和主播的播音技巧，但

① 内容参考微信公众号，参考网站：<https://mp.weixin.qq.com/s/aNYCwoImw5Ea9fOClvr-IQ>.

是情感电台中“情感”二字不仅于此，正是因为其情感共鸣效应让听者也可把握到听觉对象的情感，情感电台才有了独树一帜的市场，即情感电台中“情感”二字是具备使动作用的。使动作用的发挥需考量人们在听电台时究竟在听什么？为何能产生情感？法国学者米歇尔·希翁在《声音》一书中指出声音的物理学定义是“一种由分子组成的运动，通过诸如空气、水或岩石这样的介质，由一个振动体导致”^[2]。听觉的感受基于具备音乐性的声音的前提，此声音所包含的物理学方面即是人所感知的音乐性质。从情感电台这个听觉对象的物质性视角来看，所听的声音包含了音乐与主播情感化表达的人声，在听电台时，由于声音的特性是“流逝、逃逸，永远同时间系在一起，并且依附于运动”^[3]，听者试图把握听觉对象时，要求我们去把握每一个流逝着的、逃逸着的瞬时的情感，正如史蒂夫·里奇在《作为渐进过程的音乐》中所认为的：音乐作品的过程是逐步发生、极度渐进的，聆听时不仅有音符间的跳跃动作，同时在新的音符出现时不断融入听者自身对于此声音的总体认知，进而形成对听觉对象的把握。^[4]在所有移动电台中，豆瓣电台的个性特征是不提供搜歌功能，主界面中不提供快进、快退功能，也不提供上一曲功能，讲究音乐的纯粹体验，让听众进一步进入音乐的世界。

体验是一种感受，作为一种感受，从情感社会学的角度而言，情感带有的个人结构特征包含“场域性情感”和“库存性情感”。^[5]“库存性情感”即人们的既有的情感框架、认知基模或曾有过的情感经验；而“场域性情感”可理解为身处“场景”中的人们的“即时性”情感，听者在专注描摹其情绪肌理时即音乐中的每个音符之间的转换、主播人声中的每个字词断句、语气转化等，便产生“场域性情感”的作用，进而与“库存性情感”产生共鸣。在此，便从物质性视角理解了听觉对象中音乐作品是如何产生情感的，此瞬间性的情感实质上是“即刻真实”感，弥补了人们在媒介技术发展过程中体验性的消逝。

媒介技术的发展过程是速度的发展过程，同时也是真实感的消减过程。技术为我们带来了速度，在速度这里“我们固然认真地讨论过客观性和主观性，但从来没有认真探讨过路程性”^[6]。何为路程性？或许《铁道之旅》中描述的如下这段话可进行解答：“动物的行进不是一种持续向前的运动，而是一种不规律地蹒跚行进，动物的四肢每交替动一下，它们的躯干就会抬起来、降下去……我们每前进一步，身体都会升高、降低；正是大量这种不间断的升降组合在一起，拖延着我们的移动，抑制了移动的速度，把速度限制在了这样一个中等的范围内……在机器上就不会感觉到这种不便了。”^[7]当运输工具从马转化为铁路运输，从对自然的模拟复制转为模拟的瓦解，这是一种去自然化、去感官化的过程，是空间感和移动感的消失，人们在获得经济上的收获的同时也是体验上的损失，即“一旦对于体能耗尽的感官直觉消失了，对于空间距离的觉知也就丧失了”^{[7](34)}。可知路程性是一种过程性、体验性。

当媒介技术的发展使得过程体验性的消逝，此时，人们的感知成了“全景式”的感知，如在铁路上的人们是在穿过风景后才看见风景，这是一种无特写细节的感知，在“全景式”感知中，人们感受到的真实世界是灰色生态学中的真实：“速度杀死颜色，陀螺螺旋转得快时，产生灰色”。^{[6](75)}借以本雅明分析的商品的灵晕作为比较，失去灵晕的物体只剩下“灰色真实”。人们在铁路旅行中能感受到只有速度而非景观的每一帧，此时速度产生了大量需要视觉处理的可视印象，可视印象是现代化进程特有的一个方面。齐美尔将都市感知界定为一种“神经刺激的强化，这源于快速而不断变化的外部和内部刺激”。感应器官需要接收和处理的印象的数量增加了，即“全景式”的新感觉：一种不加选择地观看不连续东西的倾向，在全景式的感觉下，人们对于某一个东西或某个人的情感变得也不那么强烈，“这就鼓励了不持续，造就了对于变化的兴奋”^{[7](92)}。可见媒介技术的碎片化内容恰恰凸显了非全景式的而是特写的、瞬间的即刻真实的缺失感，同时揭示了真实色彩的即刻真实感的体验的缺乏，至此豆瓣电台中不快进、不快退的功能可展示音乐的纯粹性的重要体验便得以揭示。

与此同时，作为“赛博人”的我们，当眼睛盯着代替着实物的电子影像时，我们是盲目的，在

“远程客体性”的状态中，不对真实情境作出观察的努力，只是观察着客体表象之物，此时尽管“睁着双眼，却是紧闭于真实的存在”^[8]。可见在电子屏幕前人们体验的亦是灰色真实的情感，此碎片化灰色真实在“惯习”了人们的持续变化的兴奋后恰又满足了人们的这个“习惯”。更何况在匿名陌生化的城市生活中，孤独人群的无着落的情感只能是在不断追求刺激的过程中来填补空虚，无论从媒介技术或社会现实的角度，我们都已习惯并也时刻准备着、“享受着”随时被“打扰”，因此不被打扰显得弥足珍贵。

在“灰色真实”中，听觉感受可表示为低清晰度、有噪音，这与当下城市化的发展使得噪音成为基础音的背景相一致。当今的声音环境问题不仅有声音过剩和低清晰度，而且出现了更多合成的“不自然”的声音，人们自然会觉得与乡村相比，都市称得上“喧嚣”。但倾听作为人与外界打交道的重要方式却在现代快节奏的生活方式中被“失去”，因人未有倾听外界的心情，更多的是转向内心甚至于对自己的内心也无法听清，听觉的文化空间被压缩至小于自身的程度，在用心倾听的衰退下，厄尔曼认为这使得耳朵变得更为敏锐，人们亦会通过戴上耳机沉浸于个人声景时来试图与世人隔绝并缓解与陌生人相遇的紧张感，^[9]即人们在喧嚣的环境之中的反应成了人们对于耳机里“个体声景”的不被打扰的、高清晰度的、无噪音的需求。

在耳机的听觉中打造出“个体声景”的同时，也弥补了随着技术消失的过程体验性。在数字技术的应用中，生活中细节的声音会被放大，如一滴水落在地板上的声音被听得一清二楚，数字声还原了真实生活声音的质感的同时放大了声音的魅力。可知数字技术借以拟音的方式创造了声音刺激，使得听觉的感知更为逼真，听众亦可直接参与听觉互动的叙事，去感受和体验声音对象的情感变化，进而产生全部感知系统的沉浸感，似置于真实情境之中。^[10]因而人们在听电台时带来的是高清晰度的体验，每个声调、音符的起承转合均被自身纳入，这也是在情感电台中主播们的语气声、换气声未做过多的修饰甚至刻意打造自然说话声的原因，与生活经验愈相近，体验便愈真实，主播的在场感愈强，从而实现“场域性情感”与“库存性情感”的共鸣。

“视觉主要指涉空间现象，听觉主要指涉时间现象。”人们去倾听意味着去感知那此时此刻正在发生同时也正在流逝的声音，当进入纯粹听觉状态时便会察觉到声音波动的每个细枝末节，留下细腻通畅抑或细微滞涩等不同的质感印象，此时“声音在知觉中可能变成一种近似书法的线条，有流动、起伏、顿挫、轻重等抽象的形式”^[3]。电台中的高清晰度的倾听，意味着去感知、去体验这一瞬间消失的东西，意识到对象转瞬即逝，听觉“要求专心致志”^[11]，去感知情感电台中主播的每一声调，恰能带来逃离“喧嚣”之感，并感受到人柔软的情感的一面。

二、想象空间：听觉的作用机制

程一电台的主播程一呈现给大众的形象是一个白色的微笑面具，他表示：我一直用这样的方式跟大家打招呼，因为我想用更加纯粹的状态，你只需要听我的声音，不需要想我的面孔到底是什么样子。你可以静静地聆听，静静感受声音背后的魅力，你可以把它想象成任何的样子。我只是希望在面具的背后，你能够从我的声音里面获得一种慰藉。^①被称为“耳朵里的男朋友”的程一戴着面具的行为，是作为主播的他不想打破听觉的想象空间、以追求音乐的纯粹性与听者解码的无指向性。恰如麦克卢汉的观点，耳朵不同于眼睛，因为它无法聚焦，且只能是通感的而非分析的、线性的，其为人所打造的是开放的听觉空间，听觉空间是没有中心也没有边缘的空间。法国学者米歇尔·希翁在《声音》一书中指出的关于声音的哲学化的定义是：“声音是一个感觉，是感觉器官的经验。”^{[2](64)}正如前所述，听觉

① 参考微信公众号，参考网站：<https://mp.weixin.qq.com/s/HRWvTLsmM9lYtF1mSkHcg>。

感受建立于包含了物理学和心理学的音乐性的声音之上，在心理学方面，指的是具有一定价值判断的认知。在声音提供的想象空间中，人们的价值判断决定了人们如何想象。情感共鸣作用是在“情感唤起”的基础上产生的，唤起的情感与社会基调性的情感特征无法分开。

城市生活的匿名化和陌生化导致人群中的孤独，另一方面不可忽视的是社交媒体带来的媒介依赖表现亦滋长了人们的孤独感。较早关注到此现象的是凯文·凯利，其《科技想要什么》的著作中指出了网络既可破坏我们的联系，也可平复孤独和恐惧。雪莉·特克尔则较为明确地提出“群体性孤独”这一概念，指出了我们在社交媒体中忘记真实情境中的相处之意，似乎在一起但实际在“气泡”中。^[12]在群体性孤独的社会心态中，“我们该问的问题不是‘我们能相互交流吗’，而是‘我们能彼此相爱并公正和宽容地相待吗’，我们能彼此谈话，却不能分享我们的存在”^[13]。

相较于视觉而言，视觉形成了距离，视觉中的事物始终处于一定距离之外，是客观化之感，世界在视觉中凝结成了对象，若说视觉是距离的感官，听觉则是一种结盟的感官，^[13]以一种接纳的方式为“焦虑”的“全民”营造了感性的听觉世界，这个世界“热烈而高度审美且充满了‘直接而亲切的意义’”^[14]，如同阿多诺所言，现代声音技术的消费所制造出的虚拟集体感和“相互陪伴下的孤独”^[15]。“孤独状态下的当代个体习惯于通过现代媒介来满足自足全知和相互依存两种心态的并存。那种‘陪伴下的孤独’状态成为当下越来越多人的惬意的栖居的常态……人们假装置身于喧嚣之外让‘音轨’与画面重新拼装，从而将环境审美化为‘电影’式体验。于是，他们获得对环境的自主感和孤独中的‘陪伴感’。”^[16]

因此，听觉提供的想象空间可视为听觉的作用机制，于现代性背景中听者而言，“陪伴感”是想象空间所带来的重要的情感之一，情感电台相较于综合性电台而言，恰是凸显了其情感作用，而使得情感电台收获一定的受众黏性。

三、自我观照：听觉的情感作用

在电台节目列表下，听众的评论中会分享自己的相关经历，表达情感体验，不仅在于文字内容相关性，电台中声音的“给予性”作用亦值得关注。诺曼指出，“给予性”是物体与作用者之间拥有的一种关系，如熟练的汽车司机可通过发动机运转的声音判定具体是哪个齿轮损坏，此即是作用于感知主体上的声音的信息给予特征。可知“给予性”对应的是人与对象物的“内隐沟通”，声音的传播特征是抽象的，听众只有进入语义聆听（解码聆听），声音所“给予”的信息才可被感知和识别，人解码聆听的感受力来自“主体意识”，人的体验若无主体意识的参与便毫无真实性。^[3]正如听觉文化研究的研究对象是被社会、历史、文化所塑造的人类听觉自身，声音问题的文化负载，来自听觉主体性的投射。^[16]这反映了在听电台这个行为上，听的是“主体的自我投射”。

人们在听电台时，不可能与不在场的主播进行对话，听者仅仅只能单方面对其进行诠释性解读。^[13]“声音”本身无所谓意义，只有被听觉感知和界定才能赋予其价值。^[17]耳朵也并非纯粹天然的身体器官——“耳朵”能够听到什么，如何聆听，同样来自政治经济文化在特定的社会、历史语境下合力而为的“规训”机制。^[18]听者的听纳入了自身的情感体验，在听者看来情感电台中的情感类文案与音乐类型往往隐喻的是收听者个人的情感生活。

情感电台中的声音多为男性低沉的声音或女性轻柔的声音，此种舒缓的状态音恰能满足时人对于逃离聒噪、追求平静的情感需求，这是隶属于亲密的“私人空间”不同于充斥着喧嚣“公共空间”的生活，能够自由表达细腻、普通却真挚的“人情”的日常生活。1937年，世界上第一副耳机的出现让聆听从传统的社会性、群体性行为变成了可以完全个人化和私密化——你就站在我面前却无法获知我正在听的是什么。不同于被动的泛化的公共空间，属于个人的听觉空间富有更多的思辨性，其鼓励放

大个体的情感体验及独立思考过程。^[4]更何况在深夜独处时的情感电台中富有情感类故事的文案，个人空间里的容易放大的情感体验在故事中便进行自我主体的进一步投射，听的是故事，但“我”是局中人。

中世纪后期的神学家埃克哈特曾说：“去听，更多的是向内，然而看却是在向外。”^[19]听觉的自我中心主义呈现出的“向心”的倾向使情感电台的自我观照作用得到尽可能的呈现。

四、结 语

相对于视觉而言，听觉的通感效果更强，听觉在情感电台的情感共鸣效果中发挥了关键作用。媒介技术的发展提高了人们的速度性、目的性，同时过程中的状态体验性也被忽视，指涉时间现象的听觉以其“高清晰度”的特征为“喧嚣”的现代化城市中的人们提供了“个体声景”，听觉所要求的专心致志意味着人们可以更为用心地去感知情感电台中主播的每一声调，从而弥补了人们所缺乏的状态真实的过程性感知。与此同时，耳朵在本性上是情感的感官，对于情感电台而言，听觉作为结盟的感官，其提供的“陪伴感”恰为个体化社会的孤独感和全民焦虑提供了舒缓平台，听觉在提供的个人私密空间的同时给予了听者以更为开放的想象空间，且此想象空间具备听觉主体投射的“向心”作用，从而使得听者“向内想象”，听觉在情感电台中发挥的自我投射作用得到最大效果呈现。因此，作为自我认知与体验为孤独个体的听者在情感电台中得到陪伴感的情感体验，恰是在以不同于视觉的快速不连续观看作用，而是以听觉的每一时刻的倾听作用去体验生命的状态真实，这实则是倾听自我、自我依靠。

参考文献：

- [1] 王敦. 流动在文化空间里的听觉：历史性和社会性 [J]. 文艺研究, 2011 (5).
- [2] [法] 米歇尔·希翁. 声音 [M]. 北京：北京大学出版社, 2013: 64.
- [3] 芦影. 声音体验 [D]. 中央美术学院, 2017.
- [4] 王樱子. 何以走向听觉文化——听觉的时空突破与审美主体性讨论 [J]. 文化研究, 2018 (1).
- [5] 郭景萍. 情感社会学：理论·历史·现实 [M]. 上海：上海三联书店, 2008: 20.
- [6] [法] 保罗·维利里奥. 解放的速度 [M]. 陆永昶译. 南京：江苏人民出版社, 2004: 32.
- [7] [德] 沃尔夫冈·希弗尔. 铁道之旅：19世纪空间与时间的工业化 [M]. 金毅译. 上海：上海人民出版社, 2018: 31.
- [8] 张一兵. 远托邦：远程登录杀死了在场——维利里奥的《解放的速度》解读 [J]. 学术月刊, 2018 (6).
- [9] 杨震. 当代听觉文化的现状与问题 [J]. 学术论坛, 2011 (11).
- [10] 陈越红, 裴磊. 数字技术电影声音沉浸式审美接受与人类身体感知系统的自然性 [J]. 当代电影, 2011 (9).
- [11] [德] 沃尔夫冈·韦尔施. 重构美学 [M]. 陆扬, 张岩冰译. 上海：上海译文出版社, 2002: 221-222.
- [12] [美] 雪莉·特克尔. 群体性孤独 [M]. 周逵, 刘菁荆译. 杭州：浙江人民出版社, 2014.
- [13] [美] 约翰·杜翰姆·彼得斯. 对空言说：传播的观念史 [M]. 邓建国译. 上海：上海译文出版社, 2017: 22.
- [14] 隋欣. 新媒介环境听觉文化复兴的可能 [J]. 当代传播, 2016 (4).
- [15] 王敦. 都市文化空间的听觉性问题 [J]. 文艺争鸣, 2016 (10).
- [16] 王敦. 听觉文化研究：为文化研究添加“音轨” [J]. 学术研究, 2012 (2).
- [17] 王敦. “声音”和“听觉”孰为重——听觉文化研究的话语建构 [J]. 学术研究, 2015 (12).
- [18] 刘欣玥. “邓丽君热”文化研究：私人经验与现代听觉变革 [J]. 东岳论丛, 2018 (8).
- [19] [德] 埃克哈特. 埃克哈特大师文集 [M]. 荣震华译. 北京：商务印书馆, 2003: 500.