

当下中国的声音政治

○ 张涛甫

(复旦大学 新闻学院, 上海 200433)

〔摘要〕中国声音政治有其特殊演变轨迹和逻辑。进入现代中国,声音政治受到西方媒介政治的影响,也受到中国本土政治和媒介逻辑的约束。及至当下,声音政治的关系变量更为复杂,其受到政治民主化、媒介技术、媒介专业化、市场化、全球化、城市化等变量的影响,从而出现如下特征:主流声音从弱势到强势;从单调到复调;从单一逻辑到多元逻辑。不过,互联网崛起赋予声音政治诸多变数,媒介技术具有极强的活性,创造出新的表达机会和空间,在资本和公民社会力量的推动之下,媒介技术会释放巨大的“破窗”效应,因此,未来声音政治的确定性究竟如何,尚难判定。

〔关键词〕声音政治;主流声音;复调

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2018.03.006

一、声音的社会化与声音政治

人类交往离不开声音这种媒介,在各种形态传达意义的介质当中,声音媒介的历史应是最久远的。早在文字媒介出现之前,人类就依靠声音来表达、传播讯息和意义,但声音媒介受制于时间和空间。及至文字媒介之后,人类交往语言才能更好地克服时空的限制。声音媒介进入社会交往过程中,不可避免地被社会化,接受社会化规训。在社会共同体关系建构中,不同社会角色在关系节点网络中所扮演的角色往往不尽相同,各个角色所占有的社会资源也存在差异,其中一个重要的社会资源就是权力。权力在社会关系建构中是一种稀缺资源,权力的

作者简介:张涛甫,复旦大学新闻学院教授、博士生导师,教育部“长江学者”特聘教授,西藏大学特聘教授。

产生、分配以及运行,即是政治。声音在社会化过程中,会有权力的介入,即是说,声音的社会化过程涉及声音的政治。因有政治的介入,有的声音会被赋予优势的力量或影响,甚至会被神化,比如,借助一些仪式化的活动赋予某些人的声音以非凡的声望和影响。

有声媒介的兴起,比如,电话、留声机、录音机、广播媒介的兴起,突破了声音对于时间与空间的限制。电话媒介的功能优势在于能突破声音对于空间的限制;留声机以及录音机能将声音贮存起来,突破声音的易逝性;广播的优势更为显著,其无远弗届,且能面向更多受众。由此可见,媒介技术的进化均是克服时间与空间的限制。声音媒介如此,其他媒介亦如此。

有声媒介是一种稀缺资源,不是人人均可占有的,相比而言,那些拥有权力的人,或有权力接近这种稀缺资源的人,会拥有某种特权或优势,接近或占有这种声音媒介,去影响他人,推销价值观或倾向性信息,获得政治认同或市场回报。有一个有趣且普遍的现象:那些拥有政治权力或社会权力的个人或群体,在获取或占有媒介资源上拥有先天优势,权力容易接近媒介,媒介对权力亦有与生俱来的偏好。表现在声音媒介上,那些拥有政治权力和社会权力的个人或群体,在接近或占有声音媒介方面会有显著的优势。那些拥有权力的个人或群体常常主宰资源的分配,也控制媒介资源的分配;同时他们也往往具有相对较强的媒体学习和使用能力,善于利用媒体为自己服务。尤其是政治精英更易于获得媒体,也更善于利用媒体。比如,丘吉尔、斯大林在二战时期的广播动员演说,以及罗斯福在经济“大萧条”时期的“炉边谈话”,即是政治精英利用声音媒介的经典案例。

媒介技术的进化突破了媒介属性的单一性,比如,电视、电影的兴起,打破了纸媒以及声音媒介的单一属性,出现复合性的特征:它们能把声音、文字、图像综合呈现出来,立体地呈现现实世界或想象世界,表达故事或意义。另外,媒介技术进步降低了技术创新扩散的成本,为媒介的普及提供了条件,为其大面积进入社会以及渗透到大众日常生活提供了便利。媒介越普及,越与普罗大众日常生活关联,也就越能受到政治人的青睐,媒介政治化的深度和广度也就越大,政治对媒介的介入也更为深广,媒介政治的复杂性也更大,无论是在媒介组织内部还是在媒介组织的外部,媒介政治关系会更加复杂。权力不仅参与生产,与此同时,媒介也参与权力的生产与运作。

电影和电视媒介不仅仅是声音的媒介,也是形象的媒介,二者对现代政治的影响甚大,尤其是后者,对于现代政治的影响甚巨。与单一的文字媒介、声音媒介、视觉媒介相比,电影与电视媒介综合了声音和视觉,复合功能性更好,因此传播效度更佳。电视与电影相比,二者差异不仅表现在技术表达形式和叙事方式方面,还在于:电视往往是跟“家庭”连在一起,家给人带来安全感和归属感,而这种意义,既被媒介强化也受到媒介的挑战,因为媒介把外在的世界带到内在的空间中来。改变了公共领域,也改变了家的领域。^[1]也就是说,电视与电影的声音政治差异主要表现在他们对空间的媒介化效果上。

互联网的崛起带来媒介功能的全面升级。互联网技术使得媒介对于时间与空间的依附实现革命性的跨越。借助互联网技术,媒介的表现力有了巨大飞跃,时间与空间的延展性更强,以至于能创造新的时间性和空间性。其一颠覆性的创造,即是在自然世界和社会世界之外创造出崭新的虚拟空间。网络社会崛起催生了新的社会结构和社会关系。由于突破了时间和空间的束缚,网络空间行为主体具有空前的自由性,不再受制于传统社会关系的束缚,他们可按照互联网关系逻辑,重新建构新的社会关系,形成新的社会关系网络。

在互联网崛起之前,媒介政治是精英政治。在社会组织中,精英阶层易于接近或获得媒介资源。精英与非精英之别,还在于二者获得媒介资源的机会、能力的差异。因此,媒介发展史即是精英控制媒介的历史。虽说,随着大众媒介的普及,媒介广泛介入公众日常生活,公众拥有的媒介权力似乎愈来愈大,但这只是表面现象,实际上仍是精英们主宰媒介政治。及至互联网的崛起,才深度改写了完全由精英主宰媒介政治的局面。在互联网空间,原先“沉默的大多数”获得了发声机会,新媒体赋权使得此前那些没机会以及没能力发声的群体终于可以发声,尤其是处在社会底层的草根群体获得了发声机会。从这个意义上说,互联网媒介政治即是大众政治。^[2]但相比之下,精英们控制互联网的能力也在同步提升,互联网赋权给精英之外的群体以更多的机会,但精英们的“反制”能力更强。

网络社会不是一片自由王国。虽说,互联网空间不再复制现实空间的秩序和规则,可以突破自然世界和社会世界的规约进行新的社会关系布局,但网络生活的行为主体仍是现实社会的那些人,现实社会关系不会机械复制到网络空间,但会影响网络空间。网络行为的自由度虽大,但并不意味着在网络空间可以为所欲为。网络媒介同样面临着被社会化规训问题。

二、现代中国的声音政治

在分析中国当下声音政治之前,有必要对近现代以来的声音政治背景作简单的交代。因为当下的声音政治毕竟是在近现代声音政治的背景下演化而来的。

中国现代意义上的媒介源自于西方。无论是报刊,还是广播、电报、电话、电影,以及后来的电视和互联网,均来自西方。虽说传统中国也有图书、报纸,但因其未与现代世界发生关系,是在一个闭合的圈子内生产与传播的,影响面有限。来自西方的现代媒介进入中国,不止于媒介的技术影响和实际功用,还有其传播意义,伴随报刊、电报、电话、广播、话剧、电影等进入中国的,是一整套的理念、意义以及认知方式。这套知识和观念作为文化的“他者”,在进入中国后,对原有的传统知识和观念体系形成空前的解构。随着现代媒介的创新扩散,“新知”渐渐成为新“常识”,中国现代知识谱系的迭代交替即是在现代媒介的河床上完成的。

有声媒介进入中国,不仅带来新的传播工具,给中国受众带来新鲜的传播体验,更重要的是:有声媒介被赋予了现代性的意义,成为一种新的社会风尚和生活方式。比如,话剧进入中国,不仅带来不同于传统戏剧的表现方式,重要的是

其传播的内容：现代话剧经由“文明戏”的过渡，演变成为新文明、新思想的传播载体，成为传播现代思想、进行现代启蒙的新媒介形态。其他有声媒介在中国的普及，同样沿袭了现代性的意义框架，它们携带丰富的非中国本土的东西，这些“他者”意义资源拱破了传统中国的观念结构，催生出现代中国的意义景观。

有声媒介在现代中国同样面临被政治化的问题。在 20 世纪的中国，随着现代中国政治逻辑的变线，有声媒介的表现形态以及功能重心往往发生变化。在五四时期，有声媒介的政治议题聚焦于思想启蒙，话剧是其重要表现形式。五四以后，随着现实政治越来越激进，媒介政治也步其后尘，其革命化色彩愈加显豁。但是，革命不是有声媒介的全部。在北平、上海等中国一线城市，有声媒介的商业化色彩也很浓。革命与商业，在很多时候，在现代城市中，并行不悖。

新中国成立开启媒介政治新时代。应新政治逻辑之需，新政权对所有意识形态国家机器进行“格式化”。所有媒体由执政党统一管理，规定整齐划一的主旋律，要求舆论一律。在这种背景下，声音媒介被要求扮演“喉舌”：新闻须要“新闻联播”，音乐必须是“颂歌”，电影也被“主旋律”……如此“异口同声”，为了达致“万众一心”的政治效果。为了确保意识形态安全，需要过滤、隔离、封杀那些有风险或疑似有风险的声音。为此，对外不惜一切代价展开声音封锁，将国民封闭在一个巨型的“罐头”社会里，阻断一切来自西方世界的声音，比如，收听“敌台”成了不可饶恕的政治背叛。这种带有意识形态洁癖的声音政治在短期内似乎是有效的，但这种僵硬的政治自闭注定是不可持续的，它窒息了国家的活力，禁锢了人民的思想，声音政治沦为禁声的政治，中国沦为“无声的中国”。

后来的改革开放，对内解除左的政治禁闭，对外进行意识形态松绑。在这种背景下，声音政治不再僵硬，有了弹性。对内有不同的声音出来了，僵化的主旋律出现了松动。比如，歌唱家李谷一先声夺人，她的另类发声激起巨大的社会轰动。通俗歌曲不再成为禁区。崔健的摇滚，也遭到意外的追捧；港台的“靡靡之音”向内地渗透；邓丽君进来了，台湾校园歌曲进来了，港台流行音乐、商业电影进来了，西方广播、电视、电影进来了……20 世纪 80 年代流行音乐在特定的文化语境下使得自身溢出了艺术表现与文艺娱乐的范畴，承载了十分丰富的政治文化意蕴，由此形成了它与中心政治话语之间或抗争，或消解，或相融的复杂关系，构成了其自身被接纳、被批判或被抵制的遭遇与处境。^[3]以至于原先单调的中国出现了多声部的合唱。开放的门既然已打开，也就再也关不回去了。从此一发不可收拾，中国的声音政治不再是一元化的结构，呈现出多元化的趋向。

三、当下中国的声音政治

当下中国的声音政治即是在上述背景下一路过来的。改革开放打开了“所罗门的瓶子”，让众声喧哗成为现实。当下中国作为宏观语境，外在地规定声音政治。当宏观政治走向民主与开放的时候，声音得到解放，声音政治的活力即被释放出来。改革开放四十年，给中国带来了极为丰富的声音景观，声音政治也变

得异常生动和复杂。如何把握这四十年中国社会的声音政治,成为一件特别繁难的课题。笔者认为,把握当下中国声音政治,须要考虑以下几个维度:

1. 政治民主化

声音政治受到宏观政治民主化的深刻影响。政治禁闭和禁锢,反向遏制了政治活力,违背了政治的基本伦理。民主化是人类政治经过曲折演化和痛苦挣扎之后的选择共识,更是社会主义民主政治的应有之义。改革开放,对内解锁禁锢和专权,强调权力的分享和表达的自由;对外打开禁闭,注重与世界开放和对话,原先“无声的中国”旋即成为“有声的中国”。在政治民主化过程中,媒体不能缺位,有西方学者甚至认为,新闻业已被有效地理解为民主的另一个代名词。^[4]正因执政党有力推动政治民主化,众声喧哗才有可能;否则,再强大的有声媒介,也可能会“失声”。比如,央视在20世纪90年代初的电视改革,如果没有民主政治的庇护,没有来自政治高层的有力推动和呵护,90年代央视的辉煌也是不可能的,不可能有喉舌内部的多声部合奏,电视话语变革也无从谈起。^[5]也就是说,声音的每一次解放,都离不开社会的开放和政治的突破。没有政治的民主化,声音政治也不可能走得很远。

改革开放催生了公民社会的发育,推动公民社会与国家之间的良性互动。通过这种互动,双方能够较好地抑制各自的内在弊病,使国家所维护的普遍利益与公民社会所捍卫的特殊利益得到符合社会总体发展趋势的平衡。^[6]中国的政治民主化与公民社会双向互动,促成公民表达的冲动。公民表达意识的自觉以及表达能力的提升,释放更多的社会声音。这些声音经由有声媒介的传播成为公共表达,公共表达再通过“回声”机制进入政治过程,为社会主义民主政治提供合法性证明。

2. 媒介专业化

媒介专业化表现为媒体组织或媒体从业者自觉按照专业理念、操作规范以及规律从事专业活动。有声媒介除了遵照媒体的专业理念和操作规范以及规律外,还要遵守声音媒介的传播规律和操作规范。这套专业主义理念、规范有利于媒体自身主体性的发挥,使得媒体可以不受太多外部干预,发出自身的声音,或发挥代言功能。有声媒介在中国媒体专业化背景下,其发声的机会、权利和能力有了可观的改进。

有声媒介的专业化,首先表现为专业化的权利,即媒介拥有发声的权利。这是声音政治的大前提,也是有声媒介发声的前置条件;其次,专业化还表现为发声的权力,也就是说,声音媒介拥有某种支配声音的权力,拥有这种权力,声音媒介就获得了其他组织或个人所不能及的资源和支配能力,乃至至于垄断的权力;其三,媒介专业化意味着拥有专业能力,即拥有成就专业水准的能力。这种能力一是表现为硬件和技术能力,这些技术硬件赋予声音媒介发声的条件。二是表现为从业人员的专业能力,从业者的专业能力作为软件条件,垫高了发声的能力门槛,也成就了声音媒介的价值。

3. 媒介技术升级迭代

在声音媒介中,既有传统媒介,也有新媒介。前者有广播、电视等,后者有播客、短视频、网络直播等。媒介技术具有先天的政治性。^[7]媒介技术的不断升级,可提升媒介功能的效度,与此同时,媒介技术的进步还表现在对技术成本的稀释,降低技术成本,为媒介技术的普及提供了前提条件。另外,媒介技术的社会化,需要政治力量的推动。若某种媒介技术与现实政治对冲,势必会影响这种媒介技术的社会兼容。比如,广播与电视的普及不是仅凭技术自身的力量即可实现的,而是要满足现实政治的需要,尤其是满足支配阶层的政治需要。

4. 市场化程度

市场作为配置资源的基础机制,在媒介市场同样适用。伴随着 20 世纪 80、90 年代的中国社会的市场化进程,媒介市场化也同步进行。媒介作为市场主体参与中国宏观市场构成,并成为宏观市场中的一个活跃板块。在市场化过程中,声音媒介作为资源要素进入媒介市场,为市场提供不可或缺的讯息资源,满足目标消费者的媒介需求,并从市场获得回报。

声音媒介的市场化,并不是一刀切的,不同的媒介形态,市场化的程度、方式往往不同。比如,音乐、电影的市场化程度较高。音乐市场化最高的要数流行音乐。流行音乐对市场化的敏感性甚高,歌手的明星化即是有力证明。相对于音乐和电影市场,电视市场的结构和机理要复杂得多,电视不是单纯的声音媒介,受到政治和市场的双重规约,特别是设计敏感主题时,电视的禁忌更多。原因在于,电视的社会影响力大,相比之下,广播的社会影响面较窄,受到政治的约束较少。

5. 全球化进程

全球化改变了权力实施的地域概念。权力关系在社会结构中的存在既是当地性的又是全球化的。^[8]改革开放之后,中国再次打开禁闭的国门,渐渐融入世界。在这过程中,中国的媒介政治融入全球化进程。虽说,出于政治安全考虑,中国在对接全球化过程时,在媒介开放上是谨慎的,为确保意识形态安全,媒体开放设置了保护层和防火墙。不过,在全球化过程中,中国的媒介政治并不是僵化的,而是弹性的。此外,从国际政治的角度考量,媒介作为一种“软力量”,必须走出去,同对手对话和辩论,主动向世界说明中国,传播中国好声音。中国的声音媒介一方面将中国声音传播出去,同时也会把中国之外的声音引进来,中国声音与世界声音在中国的声音媒介中对流,也有对冲,在这过程中,中国开始倾听来自全球的声音,声音的交流与碰撞,意味着文化的相遇和互动,这里有欣赏,也有误会。多种声音的会合,并不意味着它们的影响力是均值的,存在影响的不平衡,个中缘由,甚为复杂。有市场的原因,也有文化的原因,还有政治的原因。在全球化语境下,存在全球媒介的竞争问题。在全球媒介场域中,中国媒介的发声能力还远不及西方强国媒介,他们控制了全球舆论的话语权。

6. 城市化推进

城市化是多种资源(包括人口资源)再生产和再分配。媒体资源在城市化过

程中生产、集聚、分配，深度介入城市化过程，并成为城市化的标配。媒体的资源配置往往与城市化所形成的受众结构相匹配，与城市结构化人群的媒介消费需求结构相匹配。比如，广播媒介在城市出租车司机以及老年人群中的普及，与城市化发展不无关联。当然，农村并未成为媒介政治遗忘的角落，“村村通”工程则是从国家战略的高度出发，将广播电视作为农村公共服务基础设施进行建设，这是国家出于区域政治平衡的战略角度，对城市媒介资源的过度集中进行宏观调控，让农村不再成为国家声音的“死角”和“盲区”。

当下中国的媒介现实复杂而有活力，充满不确定性，多种声音并存。这些声音在多元化的媒介平台上发出，形成了众声喧哗的局面。有声媒介的表现比较复杂，难以用一个稳定、明确的框架予以描述。然而，从宏观面来看，一些趋势性的轮廓特征已经出现。笔者认为，主要包括以下诸个面向：

1. 主流声音从弱勢到強勢

四十年的改革开放，推动当代中国声音政治的开放和多元。“主旋律”一统天下的局面被打破，“主旋律”之外的社会声音多起来，且有各自表达的渠道，众声喧哗，改变了“主旋律”垄断的局面。再者，“主旋律”的无效或低效传播，稀释了“主旋律”的传播效果，致使舆论场出现“国退民进”的趋向。但是，十八大之后，这种“国退民进”的局面得到显著改变，出现“主旋律”强势回归。这不仅表现在传统媒体场域，还表现在新媒体场域。与此同时，媒介管理方加大了对“噪音”和“杂音”的管控，使其不能恣意扩张，致使非主流的声音得到了较大幅度的抑制。

2. 从单调到复调

如今的声音政治很难以单一的逻辑将其贯穿起来。不同舆论场域意味着不同声音的表达与释放。即便在同一个场域，也不是一种声音的控场，甚至在主流媒体内部，也有一元各表的景观。比如，央视不同频道不再唱“同一首歌”，多种声音不能产生“共振”，势必影响“主旋律”的效果。其次，互联网崛起，民间的声音在互联网四面八方升起，民粹主义声音甚为活跃，对冲了“主旋律”声音，即：不仅在中国非主流媒体场域，在主流媒体场域，皆不能做到异口同声、舆论一律。央视的声音政治也不是铁板一块的，其呈现出丰富的面相。近年走红的《朗读者》《中国诗词大会》《汉字听写大会》等栏目，不是单调的声音，而是复调的表达。三者都是通过激活文化记忆的方式，唤起观众的集体记忆和文化共情，实现了影响力和引导力的双赢，同时也获得了可观的市场回报。

3. 从单一逻辑到多元逻辑

在当下中国，多种声音的背后有复杂的力量在起作用，有多种力量的博弈。其中，有技术的力量、资本的力量、政治的力量，还有专业的力量，等等，这些力量隐伏在各种声音的背后，形成了多元声音政治逻辑。比如，新媒体广播喜马拉雅，主要是由技术和资本力量推动的。喜马拉雅凭借新媒体技术，找到了声音媒介与网络时代受众偏好的最佳接口。加之有雄厚的资本支撑，喜马拉雅迅速崛起，成为平台级新媒体。资本和技术的联姻释放出巨大的能量，创造媒体传播风

口。近几年网络直播风生水起,处在风口期,吸引资本跟风追投。梨视频即是追风的强劲骑手,他们敏感地把握到市场上时政资讯的稀缺性,将产品定位在时政短视频上。这一定位是有胆识的,同时也有风险。梨视频以体制外身份染指时政短视频,必然会遭遇体制瓶颈。后来,被管理部门叫停之后,他们只能转向轻内容的生产。在梨视频背后,有资本、技术、专业、权力的多角关系。在短视频风口上,连“今日头条”这样的超级内容分发平台,也把战略布局转向短视频。2017年7月,他们与澎湃新闻合作,联合做短视频,尤其是做时政类的短视频,这在战略布局上是个双赢的高招。

四、结 语

以上主要从有声媒介视角考量中国的声音政治。笔者认为,当下中国的声音政治,既有复杂的历史背景,也有复杂的现实语境。当下中国的声音政治,不完全是空穴来风,历史的规定性构成了无法抽空的背景,此历史规定性,既包含社会维度的历史规定性,也包括媒介维度的历史规定性。当下中国的声音政治,从对禁锢和禁忌的突破中起步,从多维度打开,形成了“有声的中国”。当下中国声音政治的关联变量甚多,政治、资本、技术、文化等多元变量介入,多元勾连,形成了复杂的局面。而且,每一种变量,在不同媒介空间施加的影响也是不同的,在有声媒介中,其施加的影响也是不同的。比如,政治对于广播以及电视的影响是不同的,后者因为影响面较大,政治给予的影响权重较大,影响的方式也不同。互联网崛起之后,打破了中国媒介政治格局,自然也改写了声音政治的格局,主流声音一度弱势之后,管理方对互联网杂音和噪音的管理力度加大,而且多种管理方式并举,对过度活跃的互联网声音进行规训,主流声音出现强势回归的趋势。当然,新媒体技术具有极强的活性,会不断创造新的表达机会和空间,尤其是媒介技术在资本和公民社会力量的推动之下,会释放巨大的“破窗”效应,因此,未来中国声音政治的确定性究竟如何,还难以判定。

注释:

[1][英]罗杰·西尔弗斯通:《电视与日常生活》,南京:江苏人民出版社,2004年,第42页。

[2]李良荣、张盛:《互联网与大众政治的勃兴——“新传播革命”研究之一》,《现代传播(中国传媒大学学报)》2012年第3期。

[3]郭剑敏:《声音政治:八十年代流行乐坛的邓丽君、崔健及费翔》,《文艺争鸣》2015年第10期。

[4][美]詹姆斯·凯瑞:《跋——问题中的文化》,载伊夫·斯特拉克·曼桑、凯瑟琳·A·沃伦主编:《詹姆斯·凯瑞——一个批判性读者》,明尼苏达大学出版社,1997年,第332页。

[5]孙玉胜:《十年:从改变电视的语态开始》,北京:生活·读书·新知三联书店,2003年。

[6]邓正来:《国家与社会:中国市民社会研究》,北京:北京大学出版社,2008年,第13页。

[7][英]安德鲁·查德威克:《互联网政治学》,北京:华夏出版社,2010年,第25页。

[8]马杰伟、张潇潇:《媒体现代:传播学与社会学的对话》,上海:复旦大学出版社,2011年,第243页。

[责任编辑:刘姝媛]