**科技节学生讲坛1 新闻稿**

 3.28日下午，在报告厅呈现了一场非常特别的讲座。讲座人是高一年级王可达和赵翰麟同学，讲座主题是：电台复兴: 线上电台发展的思考。

本次讲座围绕电台、节目、线上电台开展，向同学们呈现了一个被大家忽视却又非常重要的一种媒介平台在当今的社会是如何影响着大家的，也重新唤起了同学们对电台的热情。王可达给同学们解释了电台的发展，以及早期电台精神的复兴。同时也谈到了他们现在在做的电台“月半电台”。作为一名高一的同学自发的组织团队，组建了一个小小的电台，用简陋的设备，尝试完成一个纯粹的个人电台。参与讲座是高一高二的同学，在过程中同学们与演讲者开展了一系列的互动问答，讲座气氛也非常活跃。

附件为王可达同学的讲座大纲。

同时也附上王可达同学的“月半电台”收听方式：

荔枝fm：搜索月半电台

ios：用podcast软件，搜索月半电台

网页：bye.im/yueban

非常欢迎广大师生能作为嘉宾参与月半电台的主题节目。

供稿：王可达

附件

主题：**电台复兴: 线上电台发展的思考**

时间：3.28 班会客，报告厅

主讲：王可达 / 主讲  x  赵翰麟 / 客串。

一、电台复兴的现状

二、为什么说「线上电台」的出现代表着早期电台精神的复兴？

2.1 节目 -> 台 -> 节目 的演化：从专辑模式到单曲模式

2.2 制作电台的精神本质上是一种 hacker 精神的重现

2.3 音频介质本身具备的性质：单向性和交互性

三、我们在做的事

3.1 为什么我们要做月半电台

3.2 月半电台有什么？如何收听我们？

\*    \*    \*    \*

**讲稿大纲**

各位同学，大家下午好。

我现在挺愧疚的。礼拜一我的升旗仪式演讲也弄砸了，今天这次演讲呢，原先打算放在中午，大家可以自由选择听或不听；但是后来却不得不摆在现在，这也挺让我抱歉的。不过既然大家都来了，我一定要把这个讲座做得更好，至少不至于让大家觉得来了可惜。

那，在开始今天的演讲之前，我想先调查几个问题。首先我想问得是，在座的各位中有多少人收听过各种电台的节目？

那我们可以看见，大部分听众都举手了。诶，好像有少数人没有举手啊？我不知道他们是懒得举手，还是右手在给女朋友发短信——那我们就换个问法吧。那各位中有多少人没有收听过任何电台的节目？（嗯，这下没人举手了。看来那些刚才没举手的人右手都用来补作业了。）

从这个问题的调查结果可以看出，在这个高度技术化的时代，生活在这个城市的人都或多或少接触过电台，这是很确定的。

接下来我们来看下一个问题：在座的各位中，有多少人使用过苹果的“iTunes”应用去管理音乐或者下载应用之类？

那我认为随着 iOS 设备和 Mac 系统的普及，应该说现在有越来越多的人会使用 iTunes 去购买音乐、软件、以及线上电台节目。

好那我们来看第三个问题：各位中有多少人收听过线上电台的节目，不论是在 iTunes 中，或者是一些其他的新型的电台应用，比如荔枝FM、喜马拉雅或者欧美的 Castro？

那我们能看出，人更少了。这个调查中我们可以发现，在某种方面说，电子电台比起传统电台，仍然处在一个弱势的地位；但另一方面在各位中已经有％的人收听过了，这个比例在9年前播客推出时简直是难以想象的。我们也可以看出，电子电台或者说播客正慢慢改变着我们对电台这个概念的认知和习惯。

今天我们的话题，就将由此展开。

对了，最后再冒昧问一问：在前面这写听过线上电台的朋友们中，有多少人是听过我们的线上电台「月半电台」的呢？（预计5%）举手。

——哎呀，这已经非常出乎我的意料了。那首先我要感谢大家各位听过我们节目的朋友，而关于我们这个电台的内容，在讲座的后半部分会着重介绍。

刚才我们做了一个热场式的小调查，谢谢大家的配合。那今天的演讲就可以正式开始了。

我先来做一下自我介绍。我是来自高一(6)班的王可达，是线上电台节目「月半电台」的创立者和营运者。今天的演讲主题大家应该已经知道了，我们将来聊一聊作为一种媒介的「线上电台」的兴起，以及它和早期电台精神的某种关联：或者说，我们将来聊一聊线上电台对电台精神的复兴或复现。

在回答这个问题之前，我们先得交代清楚第一个问题：什么是线上电台？

你可以把线上电台理解成网络上的电台。在这上面，两三个主播会像在传统电台上一样，进行聊天、访谈，有时会播放音乐或分享文章。如果你听过月半电台，应该可以理解这种媒体形式。它与传统电台比较大的区别，一个是它的时间并不受限，二是它的形式更为灵活。

然而，这样的描述显然难以概括线上电台的全貌。线上电台，从诞生的那一刻起就被打上了进步主义、自由、开放、审辩的气质。而这显然不是刚才那个描述所能收纳的。是什么使线上电台形成了这种气质？这，就要从线上电台的发展史开始谈起。

大家都出生在把网络当成理所当然的时代，应该大家可能都没有真正长时间操作过无法接万维网的电脑。然而，甚至在比 Berners-Lee 爵士在乔布斯糟糕的 NeXT 电脑上写出万维网还要早的时候，RCS (Radio Computing Services)，也就是无线计算服务，已经开始以数字格式提供音乐和通话的软件。在这个互联网早期的潮流中，不仅许多机构，也有人开始使用它来仿照当时兴盛的传统电台，使用它来发布谈话节目。这，就是线上电台的雏形。

经过了十多年的发展，在万维网开始成熟的九十年代中期，许多音乐播放的网页开始兴起。比较成功的案例在是 1993 年，也就是线上电台成型的初期，科技运动家卡尔·马拉默德推出了标榜「第一台电脑，电台脱口秀节目，每周采访一个电脑专家。」(first computer-radio talk show, each week interviewing a computer expert.) 的线上脱口秀电台。在这里值得看重的是，他在制作这个线上电台的过程中将许多制作流程确定下来了，如媒介的「流播」模式。据马拉默德自己描述，点对点的传播方式已经初具雏形。「It was distributed as audio files that computer users fetch one by one.」

然而线上音频传播的发展并没有达到当时代的高峰，直到 RSS 的迅速发展。通过 RSS 的订阅，用户可以通过远比早期轻松的手段获取更新。1996年，一个振奋整个线上电台圈的软件 Pointcast 在硅谷诞生，像流星一样闪过了耀眼的光芒。虽然这个企业很快就因为经营不善走向倒闭，这个思路却给了当时的乔布斯一个很强烈的灵感。

而在2001年，这个灵感终于付诸行动，成为了改变整个线上电台乃至信息传播史的重大革命。在2001 年 12 月 23 日，乔布斯在苹果总部一次特殊会议上介绍了一个产品。「这是一个很大的、很大的突破。」他说。——这个产品，就是后来震惊世界的 iPod。iPod 一上市，即成为了最热销的音乐播放器，而 iPod，也带动了 iTunes 走进千家万户。这，就是线上电台遇到的最大转机。

这一刻开始，iTunes 彻底简化了线上电台的制作和收听流程。许多人出门在外时带着 iPod，而其中可能有一半是音乐，另一半就是线上电台。甚至，iPod 也重铸了线上电台的名字。人们纷纷放弃了以前冗长的 Online Broadcasting，而是将 iPod 与 Broadcast 结合，创造了线上电台的新名称——Podcast。这也就是为什么许多人将「线上电台」音译成「播客」的原因。

到现在，随着苹果公司的迅速繁荣，线上电台，也就是播客也已经开始变得越来越普及。使用 iTunes，就可以轻松地收听到全世界的线上电台。仅在移动互联网尚未完全发达的2010年，美国就已经有超过6000万的线上电台听众，而这个数字相当于上海总人口的2.6倍。

在今天，线上电台仍然保持着不断发展。移动互联网的蓬勃繁荣给了线上电台这一媒体介质许多机遇。许多新兴的创业公司开始瞄准于移动互联网时代的线上电台客户端。这一点上，做的非常好的包括「月半电台」依托的「荔枝FM」平台。荔枝FM最大的卖点在于，它不仅简化了线上电台的收听流程，而且也简化了线上电台的发布流程。我们已经看见许多仅用手机就达到很高水准的线上电台。比如以我们为例，月半电台在这个平台上的播放量已经突破两千。

纵观线上电台的发展史，线上电台的一次次变革总是伴随着互联网技术上的新突破。另一方面，线上电台发展的过程，也是音频作为媒体介质传递信息的复兴过程。我们不禁思考，其中是否有文化层面的深层原因。这，就是我们今天要进一步讨论的问题。

我在周一的演讲中说道：「是什么造成了线上电台高度发展、尤其是在近年迅速普及？能否承认，播客是电台某种形式上的复兴和重现？它在这个新的时代重振了音频媒介特有的许多性质，而这些元素才最终导致了线上的繁荣。线上电台的复兴，从不是一个孤立的现象。它糅合了这个时代许多的问题和机遇。」

我相信在这个潮流背后有复杂的成因。而在电台复兴的过程中，我们也看见了许多值得思考的现象。现在我们可以进入正题了：下面，我会从三个角度进行介绍。

不过，在开始分析之前，我想先问问大家：

有多少人曾经在网上或者在生活中\*购买\*音乐，这里的\*购买\*，包括在一些像 iTunes Store 或者虾米音乐这样的平台中支付购买，也包括去买专辑、买 MV？

哎，虽然并不是特别多，但是已经出乎我的预期了。当然，我们今天讨论的不是音乐，我只是打个比方。那么，这里既然我们要打比方我们就来找个具体的例子吧。这里有喜欢没有 coldplay 的朋友？那么，今天我们来找酷玩最最烂大街的曲子来做比方，大家都应该知道吧。

——诶，这和电台有什么关系呢？不要急，我们先慢慢来。现在我们来做一个假设，假设你是一个素质非让好的人，然后你不愿意去酷狗之类的低端客户端上下盗版。你觉得我既然是 Coldplay 的脑残粉，那就应该花点钱来支持一下对吧。那么现在就在你的面前有一个问题：你应该怎么去买这首曲子呢？

毋庸置疑，最土豪的方法是去买一张实体专辑。于是既土豪又高富帅的你无比激动地登陆了亚马逊，查了这张专辑的价格。10.25刀，似乎还可以接受。但这时你就遇到了一个问题：整张专辑你只中意这一首歌啊，如果十几首歌10刀，土豪的你仍觉得没问题；但是如果一首歌10刀，那么你一定也会觉得性价比不够吧。接下来，酷玩乐队脑残粉的你试图看看 iTunes 上的价钱。9.99刀，和实体专辑没区别。可是你看看，你只要 Viva la Vida 这么一首曲子呀？你没有必要买下整张专辑对吧？于是你非常高兴地发现， Viva la Vida 这首曲子只要1.29刀。因为这，你节省了8.7刀的成本，而你收获的内容并没有太大的实质性差别。

事实上，并不只有高富帅的你是这么想的。现状是，20％的曲子却创造了80％的播放量、下载量，以及可能更大比例的收入。

在二十多年前的时代，许多唱片公司正是靠着一首两首的精品，支撑着剩下满满一碟的垃圾的流通。唱片公司自然借着这个手段赚得盆满钵满的。

这个现象给我们的结论就是，在信息化并不发达的时代，成本和内容是不对等的。在电台和音乐的产业化时期，我们往往需要为 20％ 的内容支出 80％ 的成本；另一方面，电台也正是在用 20％ 的高质量节目的收入来养活 80％ 的并不热门的节目。这也就是所谓的「2 － 8 定律」。然而，线上电台改变了这一点。

现在，让我们从头讲起。事实上，民用电台的发展历史并不想我们想象的那么久，早期制作非军事电台的人其实大多是我们今天所说的「geek」。如果你想要搭建一个私人电台，往往需要手动焊接、使用复杂的机械设备和物理公式去找到一个可以供自己使用的波段；制作单期节目的成本相当高昂的。这就使私人电台无法进行像现在这样的全天候的节目放送。

当时的情况是，每天甚至每周电台可能只有一个节目，而这些信息由于时间紧凑、不被稀释，所以也非常的高效、有价值。听众为之付出的订阅或广告费用，也是与节目对等的。这有点类似于音乐产业早起的「单曲模式」，早起由于唱片成本较高，也常有花钱买一首曲子的现象。

接下来，随着电台广播技术的发展，开始慢慢出现了从单个节目到整个电台的转变。这有点类似于唱片业发达之后慢慢涌现的「专辑模式」。这个时候，许多巨鳄级的广播公司巨头，比如 CBS、NBC、ABC，开始涌现出来。他们形成了完整的节目体系和制作流程，成为风光一时的媒体界大鳄。产业化的需求逼迫这些公司从「节目模式」进化到「频道模式」，也就是成频道地全天发布，包含几十套节目。

这样势必会造成一个结果：任何全天媒体都包含有黄金时间和垃圾时间，而制作方不可能让每个时段的节目质量都保持一致。于是，很显然就会有黄金档的金牌节目和深夜垃圾时间的无脑节目（出示曾小贤照片）。这样，电台就自然是属于我们刚才说的那样，用了 20％ 的节目创造了 80％ 的收益。这，就是「频道模式」。它的优点显然是存在的，如它在广告主和用户的需求间取得了一个平衡。然而它的缺点也是很明显的。尤其是在这个事事提倡「On Demand」的今天，一个观众竟然需要为20％的优质节目消耗80％的时间。

更糟糕的是，由于黄金时段是恒定的，所以在不是黄金时段的时候，在任何电台你都难以找到优秀节目，这样你就只能去听那些糟糕的节目。想象一下，你现在要开车去山东或者去福建，或者是我们去南京考察的路上，如果你开着广播，那么你很可能就不得不听整整6小时的垃圾节目，而且不能点播和回播，这是非常痛苦的。

这一方面，线上电台因为其个性化具有先天优势。互联网的媒体对「On Demand」天生就是最佳的解决方案。通过苹果的 Podcast 应用，你可以把几十则短节目事先下载好，然后开始依序收听。相信我，这么做的体验远远比听广播电台里的无聊谈话、大量的广告和品位不高的选歌要好得多。这时，电台最初「节目模式」和后来「频道模式」相比的最大优势：高质量、高效率，以及制作周期长带来的精雕细琢，都得以在线上电台的「节目模式」模式中得到发挥和复现。

现在我来做一结论：\*线上电台对早期传统电台精神的第一个复兴，在于从广播电台的「频道模式」中重现了早期电台的「节目模式」。\*线上电台周期长、体量小、选择多的特性，导致了线上电台的重新繁荣。另一方面，现在已经到了广播电台亟待转型的阶段。我们不妨说，线上电台甚至可能会慢慢把评论类、访谈类乃至情感类的节目从广播电台中分流出去，而广播电台也应当开始着手转型为更具有实时性的平台。我认为，这正是传统电台复兴的重大信号，也是线上电台发展的重大机遇。所以，这结论便是：\*线上电台对早期传统电台精神的第一个复兴，在于从广播电台的「频道模式」中重现了早期电台的「节目模式」。\*

聊完了第一点，也就是「节目模式」，我们来看下一点。在讲下一点之前，我还是要问大家一个问题：大家认为「黑客」这个词，是什么意思？

…对，虽然我不确保大家看见「黑客」这个词，想到的是这个（熊猫烧香图），或是这个（朱利安·阿桑奇），还有这个（越狱图），我还是想要用「黑客」这个词来表明某种难以言传的概念，当然，我也会把它无节操地应用到我们对电台的论述上。「黑客」这个词，词源其实来自于「Hacker」这个单词的音译，而我们大家都知道，「hack」这个词就是斩断、劈开的意思。所以，我觉得没有比这个词更适合表达我想表达的某种含义了。

在大概十年以前，著名的风险投资家，当年的技术宅，也是名噪一时的网景浏览器的发明人 马克·安德森 曾经对「黑客」这个词进行了一个定义(definition)，或者是重定义(re-definition)。他们拥有良好的教育背景和科学素养，充满进步主义精神，对技术、组装和创造有着近乎执着的热爱。如果你觉得缺少一个参照物的话，那么当时意气风发的乔布斯团队可能可以给你一个参考；如果你仍然觉得不形象，我觉得你可以类比成那帮建模男。

不得不说，在传统电台的早期，任何一个独立电台制作人，都一定得要具有十足的「hacker」精神。你需要自己装配电路，你得懂焊接，然后你还得是物理大学bra，可能拿着本《数学物理方法》和一个非常粗长的铁电线杆，然后才能向空气中散步出你的信号。这是一个非常迷人的图景，你可以想象，站在大陆两边的两个人，因为一段微弱的频段发生了关联。比如我是一个堪萨斯人，而你是一个芝加哥人。因为我们共同喜欢某个明星，我会去听你的音乐电台，而我们就通过这个脆弱得在空气中散布的电信号而形成了交集。而这一切却完全只依靠某个个人的技术、表达能力与后期能力。这是非常光芒四射的。这也就是早期电台制作虽然不精良，可是听着和作者都非常用心的原因。

而这，就是早期电台文化充斥着自由主义、进步主义、摇滚文化、迷幻药文化、嬉皮士精神、探索精神、雅痞范儿、乃至朋克文化、反文化运动这些新近思潮的原因。事实上，这便是因为在早期电台时代，能鼓弄私人电台的人，没有一个不是深受美国四十到六十年代反正统思潮影响的 geek，他们身上打上了 counter-culture 的烙印。我们不妨承认，早期电台时代，正是最早的一群黑客精神者的聚集地。

em…… 其实你可以把它理解成这个人。（2012剧照）嗯……然后他就死了。

然而，依据我们众所周知的历史，随着后来广播电台的产业化，独立电台慢慢被稀释。这个精神伴随着美国反文化运动的衰退，也慢慢地熄灭了。七十到九十年代，可以说是一个线上电台的反文化精神伴随着电台本身共同衰落的时代。这其中，这种思潮渐弱，正统性渐强的因素，可能也是其中的一个深层次原因。

于是我想，线上电台的复兴，其实潜在因素就是这种黑客精神的抬头。在线上电台刚刚出现的时期，制作的困难自然难以言表。你可以想象一下，在一个打口袋妖怪都觉得卡的机器上，剪辑出一段几十分钟长的音频，是多么痛苦的事情。而那些做到的人，一定是九十年代中那些最右黑客精神的死宅和技术精英。也正是在这个时候，独立电台的灵魂也重新开始在线上电台上开始复兴。

时至今日，虽然由于摩尔定律的作用，电脑的性能已经成几何倍地增长了无数次，然而制作一个电台节目仍然没有这么方便。许多人可能使用过 荔枝 FM，的确你可以使用它来录制方便的音频，可是若要达到极高的效果，仍然比一个官方电台要花更多的时间和精力，去学习和运用专业的声音处理软件。这一点，台下的王韧同学和我一起研究过 Audition 的音频处理，他应该也有深切感受。不仅如此，现今电台的发布仍然是一件难事，因为「荔枝 FM」之类的第三方平台我们并不是完全满意。许多人，包括我们，都在使用手动编辑 RSS 和第三方平台发布相辅的这种发布形式。说实在话，这是很麻烦的。这种技术门槛，反而促进了整体水平的提升。不如说，现在的线上电台正是「黑客精神」一展身手的机会。他们带去的反正统思想，将是独立线上电台发展的一个极大资本。

现在我来做第二个结论：\*线上电台对早期传统电台精神的第二个复兴，在于从广播电台的正统中重现了早期电台的「黑客精神」和「反文化精神」。\*线上电台的技术门槛高、制作难度大的特性，直接决定了新兴电台的主流价值取向。而这种与主流媒介并不相同的价值取向，将是新型线上电台最大的资本。所以，这结论便是：\*线上电台对早期传统电台精神的第二个复兴，在于从广播电台的正统中重现了早期电台的「黑客精神」和「反文化精神」。\*

\*   \*   \*   \*

三、我们在做的事

3.1 为什么我们要做月半电台

3.2 月半电台有什么？如何收听我们？

这里是上实第一所独立电台。

我们分享有价值或无营养的、有趣或乏味的、睿智或愚钝的、骚动或冷静的、文艺或二逼的、独立或盲从的、激进或颓废的、审慎思考的或一时发热的、你喜欢的或你讨厌的观点和信息。

我们只有三个电台成员，当然我们常常会有嘉宾。我们不做依附于学校的媒体。虽然我们自身的质量还不够过关，但是我们仍然相信，有了独立的发声渠道，我们的声音才会更加有营养。

听我们节目的最佳场景：校车上，地铁上，食堂里。要是没人跟你聊天，那就我们与你聊吧。

创台者     王可达