

<<音乐编辑学>>

图书基本信息

书名：<<音乐编辑学>>

13位ISBN编号：9787503939037

10位ISBN编号：7503939036

出版时间：2009-9

出版时间：文化艺术出版社

作者：李宝杰 编

页数：264

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

1997年3月，资深音乐期刊编辑翟咏先生，在西安音乐学院学报《交响》当年第1期上，撰文呼要进行“音乐编辑”理论建设，这是国内较早的一篇有关音乐编辑学及其学科建设的专论。翟先生以“现代音乐编辑实践呼唤理论建设”为题，从本学科研究的欠缺，进行本学科理论建设的必要性，以及进行音乐编辑学科理论建设的意义三个方面谈了自己的看法，并分别以“一片尚待开垦的处女地”；“一门大有讲究的学问”；“一个迫切的时代课题”为小标题进行了逐层剖析。这篇文章的重要性在于首次提出了音乐编辑理论建设问题，尽管，相比于其他学科背景下的编辑学研究，在认识上并不算早，但在音乐研究领域却占据着前沿位置。

## <<音乐编辑学>>

### 内容概要

音乐编辑学的学科特征体现在以音乐学和编辑学为基础的双重建构背景上，是音乐与编辑活动交叉融合而形成的一项跨领域研究。

音乐编辑学的研究目的是探究音乐文化在传播与交流中，编辑行为的作用及法则；探究以音乐为对象而进行的编辑活动有着什么样的特性存在。

## <<音乐编辑学>>

### 作者简介

李宝杰，男，1963年出生，编审。

现任西安音乐学院学术委员会委员、科研与研究生处处长、学报《交响》常务副主编、西北民族音乐研究中心副主任、硕士研究生导师；兼任陕西省音乐家协会理论委员会副主任。

主要从事音乐编辑学、音乐文献检索与论文写作的教学与研究，发表各类著述数十万字，代表作有《音乐学术期刊办刊特色探微》；《现代文化视野中音乐理论期刊办刊缺失》；《艺术知识：形成性经验的积累过程——兼及对音乐专业课程知识的重新厘定》等。

合编《长安古乐研究论文选集》，主编并撰写了普通高等教育“十一五”公共艺术限定性选修课程规划教材《音乐鉴赏》。

曾获陕西省教育厅、陕西省新闻出版局高等学校社科学报评比优秀编辑学论著一等奖，2002、2006年两度被评为陕西省高校优秀社科学报主编。

## &lt;&lt;音乐编辑学&gt;&gt;

## 书籍目录

音乐编辑学：音乐研究的交叉视阈（代序）/李宝杰现代传媒中音乐编辑行为探究/侯曼霞  
第一章 现代传媒与音乐编辑行为第二章 现代传媒中音乐编辑行为过程解读第三章 消费文化语境中的音乐编辑行为第四章 音乐编辑行为的价值评判与思考结语 音乐编辑行为的发展之路中国当代音乐期刊的分类研究/刘春晓绪论第一章 音乐期刊的基本界定与分类方法第二章 音乐期刊的分类第三章 音乐期刊生成主体之一——作者第四章 音乐期刊生成主体之二——编辑第五章 音乐期刊生成主体之三——读者  
总结国乐改进社社刊《音乐杂志》研究/张治荣绪论第一章 国乐改进社与《音乐杂志》的产生第二章 《音乐杂志》的编辑思想与编辑实践分析第三章 《音乐杂志》的历史作用及意义余论江西省推行音乐教育委员会会刊《音乐教育》研究/赵晗绪论第一章 《音乐教育》缘起第二章 《音乐教育》内容介绍第三章 《音乐教育》的主创者第四章 《音乐教育》的历史意义结语

## 章节摘录

二、媒介功能的转换促使音乐编辑行为的变化 如果说现代媒介在形式上对传统媒介的改写体现在“视像时代”的风行，那么，其内容上的背离则表现为价值观的颠覆以及由此带来的媒体功能的转变。

我们前边提到过，现代媒介的四大功能分别是：沟通功能、引导功能、教化功能和娱乐功能。在诸多功能之中，娱乐功能，也就是趣味性是绝对不容忽视的一个方面。媒介不能强制受众去阅读它，阅读是受众的自发行为，如果受众对某一媒介事件毫无兴趣，那么这一媒介事件就不能发挥作用。

因此，对于一事实，有多少人关心它，关心到什么程度，也就是受众对它的兴趣，这是构成媒介价值的一个极为重要因素。

从这个角度讲，娱乐是媒介价值的基础以及价值得以实现的基本保证。

由于传统的重社会伦理所体现的人文价值观及其媒介的体制等问题，娱乐功能往往被忽略或受到压制。

而当现代媒介变得商品化时，媒介人越来越认识到了娱乐功能的重要性，并把它提高到相当的地位。甚至许多媒介人更是直接或间接地将娱乐至上作为自己的原则。

这一原则已经日渐渗透到各个领域。

正如麦克卢汉所说：“我们日益从研究讯息的内容转向研究其总体效益。”

肯尼斯·博尔丁在《形象》一文中论及这一点时说：“讯息的意义在于它给形象带来的变化。关注效应而不是关注意义，是我们这个电力时代的基本变化。”

在现代媒介中，意义已经不再重要，人们关注的目的不在于获取内容，而在于它带来的效应，或悲或喜的心理愉悦和情绪释放。

在娱乐功能凸现的现代媒介，音乐编辑的行为自然也受到了很大的影响。

从社会文化的守望者变为了文化工业的制造者，音乐编辑对于社会的责任感也逐渐被商业利益的追逐所取代。

于是，音乐的艺术追求和它带给受众的审美体验被忽略，让位于音乐的娱乐性、趣味性以及它能够带来的刺激性的感官体验。

甚至为了利益的最大化，音乐编辑不顾音乐事业的健康发展，不惜迎合某些低级的需求，跨越道德的界限，生产一些低俗、无聊和趣味性不高的音乐作品，使社会音乐文化在文化遗产的道路上越走越远。

。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>