

《音乐传播学理论教程》

图书基本信息

书名：《音乐传播学理论教程》

13位ISBN编号：9787565707228

出版时间：2014-1

作者：曾遂今

页数：219

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《音乐传播学理论教程》

内容概要

《音乐传播学理论教程》是继《音乐社会学教程》之后的又一项创新性的教学科研成果，是作者在中国传媒大学近10年的教学工作中与硕士、博士研究生们一起从事科研实践活动和教学讨论的又一探索性的思想总结。内容包括音乐传播的一般现象及其本质，音乐传播的时空关系思考，音乐传播链上所形成的音乐文化产业的“游戏规则”，音乐传播链条上各个环节的产业资源开发对象，音乐传播媒介的广义解读等。本教程将扩大读者对音乐传播领域中各种现象本质的认识，包括“新媒体”问题、音乐传播媒介问题、音乐表演问题、音乐作品存在方式问题、音乐录音问题、音乐文化创意问题、音乐“粉丝”问题、音乐的著作权问题、音乐传播中的“施害”与“受害”问题、音乐艺术的“生命力”问题等等。

《音乐传播学理论教程》

作者简介

曾遂今，音乐学家，作曲家，四川人。音乐社会学与音乐传播学学科带头人，博士研究生导师，音乐学博士后流动站合作导师。早年于基层文艺表演团体从艺多年。曾任中国艺术研究院《音乐学术信息》主编、音乐学术情报研究室主任、音乐社会学研究室主任。现任中国传媒大学教授、音乐系系主任，中国传媒大学艺术研究院传媒音乐研究所所长，《音乐传播》学术期刊主编，兼任中国音乐家协会音乐传播学会会长、中国大众音乐协会副主席、南京艺术学院教授。发表音乐论著、论文、译文、评论等约500万字。已完成国家社会科学课题2项，普通高等教育国家级“十一五”规划教材2项，国家社会科学课题在研项目1项。三篇音乐学术论文曾以俄、英、德、法、西班牙文在国外权威杂志上发表与转载。

书籍目录

前言

第一章 音乐传播的基础认识

第一节 音乐传播 / 2

一、什么是音乐传播 / 3

二、音乐传播的基本功能 / 3

第二节 音乐传播的基本模式与原始形态 / 5

一、音乐传受双方对音乐信息的“共享” / 5

二、音乐传播原始形态的特性 / 7

(一)传播过程的接力性 / 7

(二)传播效果的模糊性 / 9

(三)传播关系的透明性 / 13

第三节 乐谱媒介与音乐传播 / 14

一、乐谱媒介的历史回顾 / 15

(一)手势谱 / 15

(二)结构谱 / 16

(三)绳结谱 / 16

(四)其他多种符号乐谱 / 17

二、乐谱媒介带来音乐传播性质的变化 / 18

第四节 声音记录、电子媒介与音乐传播 / 20

一、唱片媒介 / 20

二、无线电广播媒介 / 21

三、电视媒介 / 22

四、网络媒介 / 23

(一)音乐网络传播媒介的特性 / 23

(二)音乐的网络传播——音乐复制现象的“自来水效应” / 24

(三)音乐的网络传播——音乐复制的特性 / 27

本章思考讨论题目：关于“新媒体”的思考

——音乐传播学研究对象思考之一 / 31

第二章 音乐传播的基本理念

第一节 认识现象：音乐传播是与音乐存在紧密相关的社会行为 / 35

一、音乐传播媒介的出现 / 36

(一)音乐传播空间 / 37

(二)乐谱媒介和其他音乐传播媒介 / 39

二、音乐传播现实的发展 / 41

三、音乐传播活动的组成——人们在从事多种音乐传播 / 42

第二节 深究本质：音乐传播学是研究音乐传播现象的新学科 / 44

一、音乐传播研究涉及的领域 / 44

(一)非物质文化遗产领域 / 46

(二)音乐科技领域 / 48

(三)音乐的大众传媒领域 / 50

(四)音乐美学领域 / 53

(五)音乐编辑领域 / 56

(六)音乐文化产业领域 / 56

(七)音乐知识产权领域 / 57

(八)音乐受众领域 / 58

(九)音乐批评领域 / 58

二、传播学与音乐传播学 / 61

- 三、音乐学与音乐传播学 / 62
- 四、国外的音乐传播研究动向 / 64
- 第三节 实施教育：音乐传播教育是当代人才培养的新途径 / 67
 - 一、本科学生的音乐传播教育 / 67
 - (一)音乐编辑环节 / 68
 - (二)音乐文化产业环节 / 68
 - (三)电子音乐制作环节 / 68
 - (四)录音艺术环节 / 69
 - (五)音响工程环节 / 69
 - 二、研究生的音乐传播教育 / 69
- 本章思考讨论题目：音乐传播学的研究对象思考之二 / 70
- 第三章 音乐传播的时空关系
 - 第一节 我们面对的时间和空间 / 74
 - 一、经典物理学中的时空观 / 75
 - 二、现代物理学中的时空观 / 76
 - 三、音乐美学和音乐传播学中的时空观 / 77
 - 第二节 “信道”音乐传播观念下的时空现象 / 80
 - 一、音乐传播的“信道”方式 / 81
 - 二、音乐传播的“零信道”方式 / 84
 - 三、音乐传播的“盲信道”方式 / 86
 - 四、音乐传播的“网络信道”方式 / 88
 - 第三节 音乐传播现象中的“时空同向效应”与“时空反向效应” / 91
 - 第四节 音乐传播中两种时空效应观给我们的启示 / 94
 - 本章思考讨论题目：音乐传播学的研究对象思考之三 / 99
- 第四章 音乐传播的社会操作规则
 - 第一节 音乐传播规则出现的历史回顾 / 102
 - 一、音乐传播规则的出现是音乐商品化历史发展的必然产物 / 103
 - (一)在音乐商品化的萌芽时期，音乐文化的私有观念也在萌芽 / 104
 - (二)音乐传播活动中音乐传播源头的价值与权利 / 106
 - (三)音乐传播活动中西方古典音乐家的权利 / 108
 - 二、音乐著作权法——音乐传播规则的法律完善 / 113
 - 第二节 音乐传播规则的本质 / 115
 - 一、音乐传播链上的受害者与施害者 / 115
 - 二、音乐传播活动的主动权 / 116
 - 三、音乐传播规则实践的核心——音乐传播把关人与音乐著作权人 / 118
 - 第三节 音乐传播活动中的违规分析 / 120
 - 一、音乐传播把关人对音乐著作权人的侵害 / 120
 - (一)关于《长征组歌》作品的传播违规纠纷 / 120
 - (二)关于固化音乐在IC卡上作为来电提示铃音引发的纠纷 / 121
 - (三)关于Mp3的传播违规纠纷 / 122
 - (四)移动电话铃声音乐传播侵权纠纷 / 122
 - (五)网站提供音乐给移动电话用户供音乐振铃下载使用引发的纠纷 / 122
 - (六)餐饮娱乐场所播放购买曲库中音乐引发的纠纷 / 123
 - (七)“百度”搜索服务的音乐传播纠纷 / 124
 - (八)电视剧《七剑下天山》音乐著作权纠纷 / 125
 - 二、音乐著作权人——音乐传播把关人——音乐受传者 / 125
 - 本章思考讨论题目：音乐传播学的研究对象思考之四 / 128
- 第五章 音乐传播链上的音乐文化产业
 - 第一节 音乐文化产业结构的四个主体环节 / 130

- 一、音乐文化产品的创意环节 / 130
- 二、创意产品的形成环节 / 131
- 三、音乐市场上的营销与流通环节 / 131
- 四、音乐消费环节 / 132
- 第二节 音乐文化产业资源开发的对象 / 134
 - 一、音乐创作 / 135
 - 二、音乐表演空间 / 137
 - 三、乐谱记录与音乐期刊 / 141
 - 四、影音录制 / 147
 - 五、广播电视 / 153
 - 六、互联网络 / 157
- 第三节 音乐文化产业资源开发中的文化创意 / 161
 - 一、音乐表演空间——雅尼音乐文化创意灵感的发展 / 162
 - 二、无线电音乐广播——“ Music Radio音乐之声 ” 的创意之道 / 166
- 本章思考讨论题目：音乐传播学的研究对象思考之五 / 175
- 第六章 音乐传播媒介的广义解读
 - 第一节 西方音乐美学中的音乐作品认识观与音乐传播 / 178
 - 一、罗曼·英伽尔登：音乐作品是意向性活动的产物 / 179
 - 二、阿尔弗雷德·舒茨：总谱、表演只是音乐交流的必要手段 / 181
 - 三、米歇尔·杜夫海纳：音乐作品只有演奏时才是音乐作品 / 183
 - 四、苏珊·朗格：演奏是一部音乐作品的完成 / 185
 - 五、卓菲娅·丽莎：乐谱为演奏者提供了各种不同解释的可能 / 187
 - 第二节 音乐作品实现的核心渠道——音乐表演空间 / 191
 - 一、人际互动的音乐表演空间 / 193
 - 二、节俗风情的音乐表演空间 / 195
 - 三、公之于众的音乐表演空间 / 197
 - 第三节 两种音乐传播媒介观 / 201
 - 一、广义的音乐传播媒介观 / 202
 - 二、狭义的音乐传播媒介观 / 207
 - 三、两种音乐传播媒介观在音乐文化发展中的现实意义 / 209
- 本章思考讨论题目：音乐传播学的研究对象思考之六 / 210
- 参考文献
- 后记

《音乐传播学理论教程》

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：www.tushu000.com