

您现在的位置：中国音乐学网 > 音乐论文 > 民族音乐学 > 正文

城市音乐文化与音乐产业化

2005-5-9 来源：本站原创 作者：洛秦 人气： Emus论坛

内容提要：城市音乐文化是在城市这个特定的地域、社会和经济范围内，人们将精神、思想和感情物化为声音载体，并把这个载体体现为教化的、审美的、商业的功能作为手段，通过组织化、职业化、经营化的方式，来实现对人类文明的继承和发展的一个文化现象。随着城市化的不断发展，音乐产业化成为了现代社会的重要文化特征。

关键词：城市 城市音乐文化 音乐产业化

让我看看你的城市，我就能说出这个城市的居民在文化上追求的是什么。

——伊里尔·沙里宁①

城市音乐文化，是一个自从人类有了城市、创造了文化、产生了音乐之日起就已经存在的现实。因此，这样的现实是人类文明共有的特征，无论它们是积极的、还是消极的，都是我们必须接受的、认识的、思考的。尤其是，在这个人类文明形式中，这样的现实又由于一系列的特性，诸如特定的地域、社会、经济、政治、宗教和文化的特性，形成了共性中又具有个性的城市音乐文化的形态和特征。虽然城市音乐文化并不是一个新的概念，然而，对于城市音乐文化特征的研究，特别是对于随着城市化而形成的音乐产业化的研究，是一个我们所面临的新课题。因为人类社会正以“地球村”的新时空概念，经历着史无前例的城市化进程，特别是我们中国，正在以前所未有的速度加快城市化建设，为此，对于中国城市音乐文化和音乐产业化现状的研究，更是体现出了它们的紧迫性和现实性。

我们都可以赞同这样的观点，即城市是人类文明的空间集约形式。对于这样一个空间集约形式的理解，人们在不同时期、从各自不同的角度，依据城市的不同功能、要素、结构和层次等多元复杂性，对其进行界定。在中国古代，“城”和“市”是两个概念。《管子·度地》曰：“内为之城，城外为之郭”；《墨子·七患》曰：“城者，所以自守也”。由此，我们认识到，古人将“城”视为安全保护的屏障之物。至于“市”，《周易·系辞》曰：“日中为市，致天下之事，聚天下之货，交易而退，各有所得。”从中我们认识到，“市”在当时是一个商品集市交易场所。“城市”在现代生活中已经远远超出了原有的军事和交易概念。如今，经济学的观点认为，城市是一个有限地域内集聚的经济实体、社会实体和物质实体的有机系统；社会学的观点认为，城市是大多数居民从事工商业和其他非农业劳动的社区，是人类居住、生活、工作的基本社区之一；地理学的观点认为，城市是发生于地球上的一种宏观现象，有一定的空间性、区域性和综合性；建筑学的观点认为，城市是空间结构与社会结构的结合，是一个复杂的建筑工程综合体，是各种工程建筑和各种管线系统的汇集地；系统学的观点认为，城市是一个以人为主，以空间利用为特点，以聚集经济为目的的一个集约人口、集约经济、集约文化、集约信息的地域系统，是一个与周边进行人、物、信息交流的动态开放系统。② 而美国芝加哥学派则从人类文明的历史出发，将传统、礼俗和心理作为城市发展的核心内容，它将城市视为文明人类的自然生息地。它认为，从一定的角度上讲，世界历史也就是人类的城市历史。该学派的创始人帕克在其《城市：对于开展城市环境中人类行为研究的几点意见》一文中指出，城市决不仅仅是个人的集合体，也不是各种基础设施的聚合体，“它是一种心理状态，是各种礼俗和传统构成的整体，是这些礼俗中所包含、并随传统而流传的那些统一思想和感情所构成的整体。”③ 帕克的观点摆脱了人类文明历程中城市发展的物质性，他从一个更高的层次来看待城市的价值。这也验证了心理学家马斯洛所提出的人有七种心理需求在城市发展中的状况。古代社会的“城市”仅仅是物质需求和安全需求，而到了现代社会，城市已经成为了传统、文化和精神的集合体。那么，作为传统、文化和精神的重要载体之一的音乐，我们又怎么样从这一特殊的角度来看待和理解城市呢？可以这样认为，城市是一个在特定的地域、社会和经济范围内，人们将精神、思想和感情物化为声音载体，并把这个载体体现为教化的、审美的、商业的功能作为手段，通过组织化、职业化、经营化的方式，来实现对人类文明的继承和发展的实体。因此，我们的音乐在城市形式和城市化过程中具有其一定的特征和作用。



中国音乐学网 上海 徐汇区

+ 加关注

西方音乐学会通讯(第11期):“2013·沈阳·西方音乐学会第四届年会”,将于2013年9月21日-24日在沈阳音乐学院举行。1.“2013·上海·西方音乐研究在中国的未来发展”学术研讨会综述 2.第六次常务理事会纪要 3.第四届年会第二号通知 4.正式代表名单与入选论文……详见: http://t.cn/zQS6MfH



8月3日 21:27

转发(21) | 评论(4)

《中央音乐学院学报》声明:近期有不法份子假冒本刊名义向作者发放“录用通知”,并伪造红头文件和印章,骗取钱财。本刊从未发过任何“录用通知”;从不以任何形式向作者收取版面费(日支付

TA的粉丝(3096)

全部>

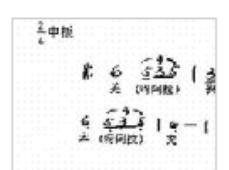
热门

- 1 民族器乐视野里的葫芦丝艺术
- 2 中国民族音乐田野考察的发展历程
- 3 殊途同归——在民族音乐学与中国传统音…
- 4 三分鼎足：当代中国音乐民族志概观
- 5 五年磨砺 再塑辉煌 ——中国少数民族音…
- 6 学术·生活·社会担当——《…
- 7 伍国栋：“中国民族音乐学”的开拓与践…
- 8 伍国栋与梅利亚姆——“民族音乐学”阐…
- 9 浅论情感性在宁夏回族山花儿中的体现
- 10 岭南民俗音乐研究的学理与实践
- 11 2003-2008年我国音乐民族志论文研究述评
- 12 五调朝元、三十五调朝元解味

热图



周吉学术研究的…



浅谈《格萨尔》说…



所谓的城市音乐文化，就是在城市这个特定的地域、社会和经济范围内，人们将精神、思想和感情物化为声音载体，并把这个载体体现为教化的、审美的、商业的功能作为手段，通过组织化、职业化、经营化的方式，来实现对人类文明的继承和发展的一个文化现象。由此，它的特征与城市的基本特征紧密相连。首先其表现在城市因素的集约性上，即城市音乐文化所涉及的范围体现为人口集约性、经济集约性和科技文化的集约性。其次体现为城市功能的综合性，即城市音乐文化发生在一个人口、经济和科技文化集约的地区，其必然反映该地区的在文化方面的生产、分配、交换、消费等环节的功能，同时，在这样一个社会实体和社会资源高度集中的地区，城市音乐文化的形式也体现在人们从事政治社会活动，以及智力、教育、文化中的作用。再是，城市是一个开放的实体，音乐文化在其中也同样体现出其开放性。通过在城市音乐文化中的内容和其特殊的形式，在城市“商品”生产和“商品”交换过程中，实现经济、文化、传统、审美、感情和思想意识的交流。同时，我们也将认识到，城市音乐文化的系统性，它与整个城市构成一个有机体，在这个有机体中，音乐文化作为社会要素中的一个重要部分和城市经济和市政要素一起形成一个完整有序的整体，从而达到城市复杂的结构、层次、多元和综合性中的音乐文化特殊的作用。从社会结构来看，市民性是城市音乐文化特征的一个层面。一般我们将具有城市市民特点以及区域个性的文化称之为市民文化，由于各个城市在地理、经济、风俗、传统、文化等方面有着很大的差异性，因此市民文化呈现出千姿百态的特征。例如，上海近现代文化发展过程中，“海派”成为了上海文化的一种特征。这种特征也同样体现在音乐的发展过程中。20世纪30年代前后的“租界性”和“国际化”最集中地体现在上海大众文化的“海派”特征之中。由于海港城市，资本主义经济意识最先在这里滋生，西方文化从这里进入，也从这里发展和延伸，将文化作为商品，无疑对中国近代经济发展产生积极影响。诸如歌舞厅、音乐社团、唱片业、音乐作品的出版，以及音乐广播电台的建立和发展，我们都已经看到，它们成为了推动这个城市都市化、国际化的重要因素之一。但另一方面，这些音乐文化设施、表演内容和形式也都体现了上海市民文化，或者说，“海派音乐文化”的深层心理中所隐藏的“媚俗性”和“时尚性”。事实上，“海派音乐文化”的“租界性”和“国际化”是其形式和地域现象，与之相匹配的则是“媚俗”和“时尚”的内容和人格本质。从社会学视角来看，这种“媚俗”和“时尚”的本质和内容就是那一时期上海都市文化中基本的阶级文化，它们反映了消费这些文化的社会群体的属性。这些被消费的文化，尤其是歌舞厅、流行音乐和爵士等娱乐性文化传播到市民阶层中间之时，其主要的作用就在于表现为市民们所共有的文化价值和心理特征。换言之，这也是特定的人就是特定种类的都市文化载体的具体显现。^④

对市民音乐文化的概念在各个历史时期和不同文化传统中的理解是不一样的。早先欧洲中世纪市民文化是相对于贵族文化而言提出来的，而在中国古代则相对于宫廷文化。例如，欧洲中世纪贵族文化中把音乐看作为一种科学，所有贵族子弟都必须接受良好的音乐教育，而那些供职于王公贵族门下之外的艺人们，他们以音乐作为谋生手段，而且成立行会。然而，对于这样一批市民文化的“吹鼓手”往往是受到贵族阶层的排斥的。15世纪初，英国下议院曾谴责威尔士艺人的市民音乐是“弄神弄鬼、造谣惑众”的种类。^⑤在中国古时宋代城市商业集会场所“瓦肆”、“勾栏”里的各种**音乐表演**形式，也是典型的市民音乐文化，它们对于之后的曲艺、戏曲的发展起到过积极的作用。市民文化一词有时也特指城市阶层中地位较低的那部分人群，将他们的社会心理、生活方式、价值观念等的文化现象归结为小市民文化。所以市民文化也就成为了这一阶层的人群的特点，一般表现为“庸俗、虚伪、自私、低级趣味”^⑥等。城市音乐文化中带有区域特征的为社区音乐文化，其具有狭义和广义两种含义。狭义的社区音乐文化是指在一个社区内以学校、图书馆、文化馆、俱乐部等公共设施为阵地，创造社区的音乐文化生活环境；广义的社区音乐文化是指社区的人文环境、建筑物布局及空间、行为模式及生活方式等。不同的社区有不同特点的社区音乐文化。在一个城市内部，由于存在着不同的层次和类型，也会形成不同的社区音乐文化。同样，在不同社区的学校音乐教育、家庭音乐教育也呈现出这类差异性。尽管随着城市建设的发展，一些城市的社区结构发生了变化，社区文化的格局也在发生变化，但是，随之也同样将产生新的社区文化和新的社区音乐文化。诸如，从调查中看到，上海的徐汇区、静安区、长宁区都是经济文化发展较好的社区，在这些社区的文化馆音乐活动中就充分体现了它们各自的优势，相比其他社区文化馆来说，那里不仅业余音乐教育的层次较高，一般音乐娱乐活动开展得也非常活跃，喜闻乐见的书场、音乐教室、老年舞场以及其他活动极为频繁和丰富，从而也带动了该社区的文化活动方面的经济创收。而一些经济文化底子较差的社区，文化馆中的音乐文化活动就贫乏，管理部门将音乐活动场所出租或者用于其他商业行为，从而更是影响了音乐文化活动的培育。再者，城市居民表现出来的闲暇文化行为，也体现在城市音乐文化之中。诸如，人们在自由闲暇时间内，所安排和从事的各种文化的活动越来越大量地涉及到欣赏音乐、学习音乐和表演音乐的活动。城市社会学将娱乐闲暇文化看作为一种文化行为，由于每个居民的闲暇时间活动内容不尽相同，它会因个人的文化素养、文化追求、文化导向及生活方式、价值观念以及兴趣爱好等而各异，从而反映出居民闲暇文化程度的高低。因此，居民闲暇活动归根到底和社会物质生产条件和经济发展水平相关，随着城市人民生活水平的提高，居民闲暇活动的时间也必然增多。^⑦因而，居民闲暇文化的发展也是城市音乐文化生活丰富多彩的标志，高质量的闲暇文化对城市音乐生活的改善有重要作用。因此，综合地说，城市音乐文化是城市文化的历史和传统的积淀，城市音乐文化是城市文化新发展的体现，城市音乐文化是城市文化的社会行为、观念的反映，城市音乐文化是城市文化规划和特色的标志。将这几方面的因素集中起来，城市音乐文化的特征主要表现为两种性质：物质性和非物质性。物质性指的是音乐文化在城市中所具有的有形的物质特征，即音乐活动所需要的设施和器具；非物质性为音乐活动中所涉及的社会心理、文化价值、审美情趣、宗教信仰和思想意识等。

二、音乐产业化

随着城市化的发展，音乐文化呈现出一个重要特征，即不断被产业化。一般来说，城市化是指一定地



文化相对论是一把…

戏谈文革中的民族…

推荐

- 1 民族器乐视野里的葫芦丝艺术
- 2 中国民族音乐学田野考察的发展历程
- 3 殊途同归——在民族音乐学与中国传统音…
- 4 三分鼎足：当代中国音乐民族志概观
- 5 五年磨砺 再塑辉煌 ——中国少数民族音…
- 6 学术·生活·社会担当——《…
- 7 伍国栋：“中国民族音乐学”的开拓与践…
- 8 伍国栋与梅利亚姆——“民族音乐学”阐…
- 9 浅论情感性在宁夏回族山花儿中的体现
- 10 岭南民俗音乐研究的学理与实践
- 11 2003-2008年我国音乐民族志论文研究述评
- 12 五调朝元、三十五调朝元解昧



博客

域的人口规模、产业结构、经济成分、运营机制、管理手段、服务设施、环境条件、生活水平、教育状况、文化活动等要素从小到大大、从粗到精、从低到高、由分散到集中、由单一到复合的一种转换或聚集的复杂过程。⑧因此，城市化是人类社会、经济、文化的综合作用的结果。在这个综合过程中，文化产业成为了城市化现代社会的一个重要特征。文化产业的概念出现在20世纪初，“法兰克福学派”边缘人物的本雅明在其《机械复制时代的艺术作品》（1926年）一文中，提出了当时的出现的一个新的文化现象，即文化产业品诸如收音机、留声机、电影形成的出现文化变化，由于这些文化产业提供的“复制技术”造成了文学艺术在性质上的根本变化，批量生产的文化产品已经不再具有传统意义上的艺术的一次性存在的性质。原本只有那些“贵族”或上层阶级所拥有和垄断的艺术，从而自象牙塔中“降落”到了民间，大众获得了欣赏它的权力和可能，文化成为了大家所共享的产品。本雅明认为这是文化的革命和解放，给无产阶级文化带来了新的广阔天地。从而，使得文化研究的视角从美学转向了社会和政治的意义。文化不再以“经典”为标准，打破了过去那些传统的、包括“法兰克福学派”以“艺术作品”为核心的文化观。过去那些伟大的、杰出的艺术成品被称为“经典作品”，它们的创作者被誉为经典作家、思想伟人、人类领袖、历史人物，人们被要求以崇敬、学习的态度来认识、理解和体会这些经典作品的意义。从而，经典作品及其创作者成为了文化的代表、权威和监护人，一切与他们的价值标准不相符合的都不只是粗俗平庸的，而且也是威胁和异己力量。柯可指出：“英国文化研究冲破了这种文化观，费斯克明确指出文化不是指在艺术杰作中找到什么形式或美的理想，也不是指什么超越时代，国界和永恒普遍的‘人类精神’，而是工业化社会中意义的生产和流动，是工业现代化社会中生活的方法，它涵盖了这种社会的人生经验的全部意义，它废除了‘艺术成品’在文化中的中心地位，而代之以意义的生产和流通”。⑨

在这种情形下，文化产业就此形成，因为现代城市中的政治、经济赋予了文化新的含意。随着越来越多的资本运作，资本在最大限度地增值，它朝着可能获取利润的空间无限地渗透和扩张。随之，资本超越了物质产品的生产和流通，伸向了文化心理领域，精神和文化成为了商品。由此，文化产业构成了一个生产系统，在这个系统中文化只是一个形式，它受制于资本积累的逻辑，而不再是传统的艺术性质和意义了。现代社会中的音乐就是这种文化产业中的重要成分，例如：音像艺术是文化产业最为活跃的前沿，新技术、新产品、新样式层出不穷：录音、录像；磁带、光盘、组合音响、家庭影院；更有数字化浪潮迎面扑来，CD、VCD之后，DVD、DVD-ROM，CD-RW正在开发。观众可以在多种场合，通过多种途径，借助于电视，录像机、影碟机、电脑多媒体等等，进入多姿多彩的音像艺术世界。由于文化市场的巨大需要，音像艺术产业发展势头强劲，据统计，全国有35家光盘加工复制厂，近百条光盘生产线，从1998年10月到1999年3月满负荷运转，仍不能满足订货需求。音像艺术发展的影响之一，是极大地推动了通俗歌曲或流行音乐的发展。在音像艺术产业中兴旺发达的音乐电视，就以通俗歌曲或流行音乐为主要内容，再配以形象的画面和情绪性舞蹈，强化和丰富了音乐欣赏效果，成为当代音乐的一种重要形式。音像艺术发展的影响之二，是卡拉OK厅的大量兴起。卡拉OK让观众由单纯的接受性欣赏，转为积极主动地参与表演，这对活跃文化娱乐生活、提高全社会的文化修养，显然是有益的。音像艺术发展的影响之三，是拓宽了所谓的“后电影市场”，使电影除了票房收入，还可以制成音像艺术产品获取经济效益。因而，“后电影市场”不但成为音像艺术产业本身的一个重要生长点，而且成为电影发展的新的途径和经济支撑点，在艺术格局的变革、调整中起着积极作用。⑩看看上海文化产业的发展情况。上海在中国文化产业格局中，有着举足轻重的地位。如仅高科技色彩的电子出版物一项，占全国10强三分之一的上海音像出版社等3家电子出版社，1997年的销售额就已接近3亿元人民币。上海的5条唱片生产流水线产量现已占全国的25%，上海的电子出版物种类和复制总量也已连续几年超过了200%。为大力发展文化产业，上海一方面通过建起东方明珠电视塔、上海影城、上海博物馆、上海大剧院、上海图书馆、浦东东方艺术中心，以及移位的上海音乐厅等标志性建筑，举办国家级上海国际艺术节、上海亚洲音乐节、上海国际电视节、电影节，文化艺术节、旅游节等重大文化活动等活动，努力向国际文化中心城市的目标迈进，使上海再度成为国际文化交流中心之一。另一方面在“掀起文化建设新高潮”热烈讨论的基础上，在《国际文化产业发展研讨会》上推出《新世纪上海文化发展三年规划》，走经济文化一体化发展之路。据统计，上海的文化市场现已催生出了从事新闻业的新民文汇报业集团、从事音像业的新汇集团、从事出版业的上海世纪出版集团、从事影视业的东方明珠集团、上影集团、永乐集团等。1998年上海文化产业的销售额超过了100多亿元，占了国民生产总值的3%，成为新的经济增长点。⑪

具体举例来说，世界超大型景观歌剧《阿依达》2000年1月3、4日在上海体育场隆重上演并取得圆满成功就是上海文化发展一次大手笔，它的大制作、大投资，体现了上海作为一流的国际化大都市的综合实力和文化艺术水准，有效地推动了上海音乐文化产业发展。《阿依达》是社会各部门总动员，国际国内大协作、大联手成果，也是高雅艺术市场化运作获得大回报的成功尝试，体现了上海文化体制、制度的革新与突破。对上海版《阿依达》从决策、排演、宣传到市场营销的社会运作的全过程包括以下几个方面：上海版《阿依达》的制作人在策划这台作品时的目标定位之一，正是在于要通过景观歌剧这种别开生面的歌剧的新形式，强调高雅艺术与娱乐文化的完美结合，超大型景观歌剧《阿依达》创造一种经典歌剧的新的表现形式，从某种意义上来说，这不仅仅是一场歌剧，也是一次规模宏大的集体狂欢活动。具体措施体现在：1) 辉煌雄伟的舞台场景制作，在表现古埃及环境形象的同时，又重视上海体育场的形象特征，突出上海版《阿依达》东方独特的艺术魅力。2) 世界一流歌唱家领衔的演员阵容，5万名观众同声齐唱凯旋曲，将舞蹈、杂技、马戏等多种表演样式和激光焰火融为一体，而且，还加入了中国爱情经典《梁祝》的“化蝶”场面。3) 逼真的道具和色彩瑰丽的服饰，给梦幻般的舞台增添了绚丽、宏伟的视觉效果。由意大利著名服装设计师米克斯卡设计的服饰，用掉了15万米的面料和上万种点缀性辅料。40名化妆师同时为3000多演员化妆，仅耗用各种颜料粉就价值10万多元。为上海版《阿依达》的制作，上海东方电视台与上海市演艺总公司共同斥资1300万元。上海市领导和主办单位强调《阿依达》，除了它的非同一般的艺术魅力之外，还在于它本身具有的作为文化商业活动操作的可行性。东方电视台作为第一制作人，在担当繁重的排演任务的同时，对宣传报道作了精心的策划。自《阿依达》运作伊始，就详尽地拟定了宣传方案，从宣传目标、宣传卖点、宣传方式，到宣传步骤和宣传要点，都作了统筹规划和具体部署。设计了上百个宣传点，有计划、有步骤地向媒体提供各种新闻背景资料；及时地邀请记者参加各类新闻发布会，通报有关舞美、服装、道具

具制作及排演进展情况的消息；组织记者对中外总导演、总设计师、指挥、演员的专访，以及现场探营和观摩预演等等。不仅调动了上海本地的大小媒体，也引起了国内其他地区和一些境外媒体的关注。电视广告滚动播出，电视宣传片、广播宣传片、大屏幕宣传片、车身广告、平面广告，以及宣传单片、宣传手册、宣传海报与各种报刊的新闻、消息、花絮、专访和互联网上的专页，编织成一个巨大的关于《阿依达》的信息空间。据不完全统计，到开幕前的一个多月内，东视播放的新闻报道近百条，报纸刊发追踪报道350多篇。一时间，形成了各大媒体竞相追踪报道《阿依达》的盛况，涉及的报刊、电视台、电台、网络近百家，其中包括港台主要媒体以及西方主要新闻媒体，如美联社、路透社、法新社、纽约时报、洛杉矶时报、欧洲时报等。在强劲的宣传攻势下，《阿依达》成了沪上的一大热点。2000年10月23日《新闻午报》记者作了一次小规模的民意调查。在被调查的312人中，296人知道《阿依达》，占95%；对“你是从哪里得知《阿依达》的”这一问题的选项，电视高居榜首，有305人，占97.7%；其余依次为报纸289人，占92.6%，杂志82人，占26.2%，广播68人，占21.8%，网络65人，占20.8%，招贴海报47人，占15.1%。《阿依达》原计划演出一场，门票45000张。票务销售的好坏决定了这场演出能否取得商业运作成功的关键。为此，上海市演艺总公司开通了24小时订票热线。上海中国国际旅行社承担了面向外省市和海外的“观剧旅游”销售任务，组织了三大销售渠道：1) 海外旅游商合作，2) 国旅遍布全国各地的100多家分公司联手，3) 由市旅委牵头在本市的14家旅游咨询中心形成连锁销售网，将《阿依达》与旅游相结合、推向欧美、日本、新加坡，以及我国港台地区和国内其他城市。海外票务销售超过4500张。在多方努力下，票务运作从启动伊始，始终处于火爆状态。45000张门票就全部售罄，全场票房收入达1103万元。考虑到市场的需要，主办方决定11月4日加演一场。两场演出，观众人当总计达9万多，票房总收入达1365.7万元。另一方面，主办单位还进行了广告赞助与衍生产品的开发，总计获利达15万元。同时，还在演出之前，承办方就展开了有关电视版本、布景道具出售的洽谈活动。已有中央电视台，以及日本、新加坡、中国台湾、香港地区的有关电视公司购买实况转播电视版权，总交易额达100万元。市场运作所取得了佳绩，《阿依达》在全额收回投资之外，还盈利约350万元，意味着上海文化产业的市场运作机制正在走向完善。《阿依达》的演出成功，确是展现了上海作为一流的国际化大都市的综合实力和文化艺术水准。同时，它也显示了一种可贵的协作精神。《阿依达》是社会各部门总动员，国际国内大合作、大联手的产物。上海市领导和主办单位是把《阿依达》的演出，当作一项工程来完成，参加演出的单位多达30余家，有专业文艺团体，还有艺术院校，也有业余社团，特别是上海武警、驻沪陆、海、空部队，调动了1500名战士参加演出，是出动人数最多的单位；还有动物园、马场，连市消防局、公安局、卫生局、供电局、园林局、中心气象台也都协同作战，可以说社会各部门全都动员起来了。^②因此，城市化过程中的音乐文化产业不是一个孤立单独的个体行为，它是社会化的结果，包括了现代社会的观念、政策、需求和行为的总和。如前所述，上海版《阿依达》的大制作、大投资和大合作，体现了上海作为一流的国际化大都市的综合实力和文化艺术水准，体现了上海音乐文化产业建设和发展。同时，也充分说明了音乐产业化已经成为了城市化现代社会的重要组成部分。（本文为“十五”国家社会科学基金项目《城市音乐文化论》部分内容）

注：

- ① 任平：《时尚与冲突——城市文化结构与功能新论》，东南大学出版社，2000年，第1页。
- ② 详见杨立勋：《城市化与城市发展战略》，广东高等教育出版社，1999年，第5页。
- ③ 张钟汝等：《城市社会学》，上海大学出版社，2001年，第2页。
- ④ 参见洛秦《“海派”文化中的“媚俗”和“时尚”——三十年代前后的上海歌舞厅、流行音乐与爵士的社会文化意义》，台湾大学《“文化场域与教育视界：晚清——40年代”国际学术研讨会论文集》，2003年。
- ⑤ 保罗·亨利·朗《西方文明中的音乐》，贵州人民出版社，2001，第110页。⑥ 同⑤，第177页。
- ⑦ 同⑤，第179页。⑧ 同②32页。⑨ 柯可《文化产业》，广东经济出版社，2001年，第67页。
- ⑩ 参见单世联《现代性与文化工业》，广东人民出版社，2001年，第475—6页。
- ⑪ 同⑩，第352—55页。⑫ 摘自《文化创新与城市发展·超大型景观歌剧〈阿依达〉社会化运作个案剖析》（2002年上海文化发展蓝皮书），上海社会科学院出版社，2002年，第274—93页。

分享到：

文章录入：巴黎风 [博客](#) 责任编辑：巴黎风[【评论】](#) [【收藏】](#) [【分享】](#) [【打印】](#)

[关于 的论文](#)[没有相关论文](#)

网友评论：（评论内容只代表网友观点，与本站立场无关）

数据载入中，请稍后……

[关于我们](#) - [联系我们](#) - [广告服务](#) - [免责声明](#) - [诚聘英才](#) - [投稿指南](#) - [网站地图](#)

Copyright © 2004-2010 Musicology.CN. All Rights Reserved 立足学术，面向公众，推广和传播高雅艺术与和谐文化。

上海音乐学院音乐研究所 南京艺术学院音乐学研究所 联合主办 中国音乐学网版权所有

[快速荐稿通道](#) 沪ICP备05005711号 [51.La mlilili](#)