

刘 夜 收稿日期: 2002-03-12

## 互联网汉语流行音乐网站的编辑管窥及音乐网站编辑的应有视野 (下)

**内容提要:** 互联网作为继报刊、广播、电视之后的第四传播媒体,为音乐和音乐传播带来了空前广阔的发展天地。本文(其上篇见《黄钟》总第62期)从音乐编辑角度对互联网上当前汉语流行音乐网站现状作了抽样网页描述和一定的分析、评述。并就音乐网站建设中音乐编辑所应具有的文化视野和知识结构提出有待进一步思考和探讨的问题及一定的个人见解。

**关键词:** 音乐网站; 音乐编辑; 流行音乐; 大众文化; 音乐传播

**中图分类号:** J618.91 **文章标识码:** A

网站音乐编辑的传播学观照 社会科学的研究正朝着综合方向发展,“传播学即是各门学科联系的基础”。[7]社会化传播研究作为一门新兴学科,它以人的社会关系为基础,研究人与人之间、群体之间、组织之间、国际之间的信息传递过程以及言语、非言语的传播行为和文化。传播实践中应遵循其自身规律。正由于信息的传递性、时效性、累积性、共享性、无限性以及客观性、目的性、开发性、普遍性、科学性、替代性、可编性等基本特征,又构成了信息的复杂性。正由于信息在传播中成几何级数的增长,才赢得了人类文明的加速发展。据测算统计,“人类社会迄今为止获得的全部知识,90%以上是在第二次世界大战后获得的。[8]”

网站编辑需全面、深刻认识传播规律和现代传播理论。“网络合作已经存在了三十年之久[9]”,这是当代思想家布洛姆(Howard Bloom)的考察视域和结论。在广义“网络”的意义之下,这里着重强调网站音乐编辑要充分理解当代传播学上网络传媒带来了人类文明的革命性发展,其“革命性[10]”的含义。

传统的大众传播过程集中体现为“信源”、“媒体”、“受众”三者之间的相互地位和作用,是单向的、点对面的传播。公众只能被动处于受众的角色,其信息反馈、个性创造意识和互动意识无法得以及时实现和发挥。网络传播提供了多向信息交流的平台,使双向及多向的点对点、点对面、面对面等交流方式得以随心所欲地选择。过往传播者说:“我们给什么,你就有什么;我们什么时候给,你就什么时候有。”公众接受了这个传播态度和逻辑。但它已不能适应新的传播模式。在新的传播模式里,公众要求“我只要我想要的,而且我什么时候要就什么时候有。”现代电子网络,即由统一的数字化信息连续运行在一系列互相连接的节点上,构成纵横交错的组织或系统,从而完成信息的播发、传递、接收、再生。网络传播集所有传播媒体之大成,将动画、图像、声音、文字、图表等介质合融一体,给受众以全方位的、多维的信息。传播效果更具直观性、形象性、综合性、全面性。信息网络的发展正呈现电信网、广播电视网、计算机网三网融合的趋势。网络传播打破传统传播的时空限制,扩大了传播范围,提高了传播时效。2000年1月10日,美国在线(AOL)公司收购了老牌企业世界上最大的媒体公司时代华纳(Time-Warner Inc)公司,[11]令世界为之震惊,它标志着现实世界开始向网络世界低头——传媒的主导权从以电视、报刊为主的传统媒体转移到了网络媒体手中。

“具有现代文化特征的大众文化、信息文化、商业文化等等,它们的走向受到媒体的影响,反过来又促成了传播文化的形成。”媒体由“社会多元文化构成复合体,因而有极强的开放性”[12]。也正因此,“传播对于文化的影响从更深一层意义上讲,是对整个社会的影响”[13]。网络传播使传统的传播方式在内容和形式上都发生了全新的变化,改变了人类延续几千年的阅读方式,甚至思维方式,信息网络化引发新的社会生产方式和生活方式。新的生产模式、传播模式、服务模式必然实现信息、知识、技术与文化的一场革命,推动社会经济增长和文化发展。人类传播包含了很多相互连接的系统。任何一个系统的状态都依赖于与之相连的另一个系统的状态。“介于两个系统之间的连接点或界面,是某个守门人的位置。守门人将信息过滤,筛选出哪些信息从此通过,决定何时发出,并将其装饰为什么样的面目、神色发出。[14]”无疑,网站音乐编辑要以清醒的认识和明确的目标来面对自己的任务和责任。

网站音乐编辑的社会学观照 社会学的考察对象和范围,决定了其理论成果与生俱来地也成为文化范畴下音乐网站所诞生、成长的客观、现实土壤。充分运用社会学研究方法,立足于社会学的考察结论,是发展文化网站建设的理论依据和坚实基础。

全球标准互联网用户调查和分析权威机构Nielsen/NetRatings近日发布一份互联网趋势调查报告显示,中国大陆有5660万人可以在家中上网,居亚洲第一(已居全球第二,仅次于美国。这还未将网吧、办公室上网人数统计在

内)。互联网中国新订户每月增长率为5%—6%，位居全球之首。家中上网以年龄在16岁至34岁之间的网民为上网主导人群。16岁以上的网民当中，有80%以上的人每周上网次数达两次以上。上网的主要目的之一就有“下载音乐和收听在线音乐”项。同时该报告还显示专家分析，影响中国家庭上网的首要原因就是“中国网站太少，网上内容不丰富，服务不完善”中国互联网络信息中心曾公布了一份中国互联网发展状况统计报告，表明中国的因特网：是一个“青年网”，88%上网者为35岁以下；是一个“高学历网”，上网者学历分布本科以上52%，大中专46%；网民收入相对较高。网民对包括网上学校、在线有偿信息服务、网上娱乐服务、在线点播服务、虚拟社区等在内的文化服务内容充满希望。[15]显然，这些调研数据和信息为汉语音乐网站建设增强信心的同时，对本站远期规划和近期调整、改进都具有十分现实的意义。准确有效的调研更要遵循系统的社会学研究方法，深入、科学是社会学成果的保障。谢尔·霍兹对网上“点击率”就报以冷峻的态度视之：“点击次数除了告诉我们服务器有多忙以外其它什么问题都说明不了。”严格来说访问人次的多少不能说明访问者是否获取了他所需要的内容，“我们既不知道他访问后是否满意，也不知道他是否属于我们想要吸引的公众”。[16]

有了对受众的全面调查、统计和深入分析，才能了解受众的基本特征，他们的价值取向、心理特征、文化品位、经济条件等，以进一步认识人类社会各种价值判断、意识形态、话语系统、思维方式、审美倾向等在一个新型的虚拟世界体系和自由环境内不断冲撞。社会学“科学地、系统地探讨社会生活的一般规则及其运动，发展的规律和与自然的关系”，是一门“人类共同生活”，“人们互相影响的学问”。[17]因此，社会学又引领我们深层地关注人类文化地应用新传播后，能以科学、严谨的姿态和高度、全面的再认识，给予操作中的有效导航和及时警惕的信息。如：“对于社会学，同样也对于音乐社会学而言，民族学是认识的源泉。”[18]这对当今汉语音乐网站编辑，便是有着宝贵启示意义的铮铮之言。

伴随全球步入网络世界的同时，中国最大的变革无疑是市场经济的迅猛发展。在这一发展中，中国当代社会的变革涉及政治、经济、文化多个层面，各个层面的变革又相互缠绕和渗透，形成历史上形势复杂的关键时期。通过对中国市场经济条件下各种社会关系问题的考察，“揭示隐置其后的市场经济与市民社会内蕴着的鲜明人文特点和内在运行机理”等一系列问题的研究，就“昭示着一个事实和一个趋势：一个现代意义上的中国市民社会正在萌生、发育成长乃至崛起，它对中国社会转型和发展具有重要意义”。[19]直面中国在向城市化与现代化转型过程中已经发生和正在发生“断裂”的现实，社会学家面前正摆着：如何尽量消弭中国当前的多元社会“结构分化深刻，可能因此产生的社会问题，成功地实现社会整合”。[20]中国社会已经开始进入大众消费时代，“物的体系”对人的包围已经形成，“商品消费已经成为人们主要的生活形式，大众文化如洪水般蔓延全国，广告、时装、流行歌曲不仅深入人的日常生活，而且成为亿万人形成自己道德和伦理观念的主要资源。”[21]这一切都不能不构成中国社会转型的重要内容。而作为面对社会现实心理的大众文化中极为真切而敏锐的风标——流行音乐，无可回避地承载有文化时代性和特定历史性的无比丰富的内容。

电子网络时代，社会也将在教育方面实现真正意义的全民教育、终身教育和人本主义教育。网络会成为人类有史以来最大的大学。这所无形的大学使任何人都能平等地分享学术和教育资源。网上教育冲破了旧有的时间、空间、对象等局限。在充分运用虚拟显示超媒体技术的条件下，网络不仅仅是一座取之不尽用之不竭的知识宝库和图书馆，而且更是一个活的融广泛的人际交往、社会关系、实践操作为一体真正“交互性”的新型教育空间。这为实现以“重视人的价值为核心，强调受教育者的主体地位与尊严，注重人的个性、人性、潜能的发展及追求个性解放[22]”的人本主义教育理想进一步成为现实可能。那么，富有个性、传播面广的网上流行音乐，也必将成为人本主义教育和人文主义熏染中一片美育的沃土。

网站音乐编辑的文化学观照 文化是人类在社会历史发展过程中所创造的精神财富的总合。所以“文化的价值是综合的价值。[23]”在大众文化的意义上，“最言简意赅的定义是：文化是意义被生产、流通、交换的社会过程的集合。[24]”网络赋予了网络文化不同于其他文化形式的新特点，其地域、人群广泛的传播空间，平等、自由的大众参与性，内容、形式的异常丰富等都是其他文化形式无可比拟的。有容乃大，网络包容着人类文明各个层面上的信息，网络上的音乐网站自然要反映音乐文明各个层面上的信息。

汉语流行音乐(歌曲)发展至今，自身已具有多元的文化背景和丰富的表现形态。从上世纪初的城市民谣到新时期80年代初“稚嫩的”“清新之气”，从港台之风劲吹20余年到大陆原创的稳步站立，从欧美洋腔到民族土韵，从部队军歌到打工民谣，从振兴中华的豪歌到私人的细情小调，从晚会专曲到影视热曲，从南北摇滚到东西说唱……这为汉语流行音乐编者无疑提出了对其各支系的渊源、脉流，及其相互关系、影响和发展等文化整体要有足够积淀和储备的要求。

如何建设中国民族化的优秀流行音乐网站？先得从文化研究着手。当代“文化研究以关注现代人的日常生活为其显著特征”[25]。由于它非常重视理论方法，“在它不很长的历史发展中，它不但与后结构主义、女性主义、后殖民

理论和马克思主义等多种理论有很深的渊源关系，而且还有一种互相影响、互相纠缠、共同发展的历史。”[26]这样，无论从满足在中国开展文化研究的现实需要来说，还是从文化研究所暗示的未来知识发展的新的可能性来说，在中国较为系统地开垦当代大众文化领域理论研究，都是迫切急需的。李陀先生在《大众文化译丛·序》[27]中清楚地表明了这样一种研究姿态和方式：

文化研究不是我们通常字面上所理解的那种对“文化”的讨论，也不是在各种传媒学科的名目下发展起来的一般意义上的大众传媒理论，而是特指近几十年以来，在英国的“伯明翰学派”推动下成熟起来的一种跨学科研究。可以说，文化研究已经成为人们对自己生活其中的当代社会进行反省和思索的一个最具批判性的认识活动。……面对这样一个历史情势，考虑到文化研究的主要对象正是大众文化以及与其相连的日常生活，考虑到中国市场经济的发展与全球化进程有着密不可分的关联，我们的文化生活因此也必然会与跨国的文化生产及其机制相互交叉。文化研究积累的经验和方法使我们不能不考虑，在中国开展文化研究，从大众文化和日常生活入手研究，分析文化和经济、政治以及意识形态之间的互动关系，是否是认识这个变革的一种有效途径……

文化的平等和对抗是信息文化的基本特征。如德国社会学家沃尔夫冈·威尔什(Wolfgang Iser)就认为“视觉是个性的感官，听觉是社会的感官”[28]，海德格尔、罗森斯托克·休塞、坎珀、乔钦·恩斯特·贝伦德(Joachim-Ernst Berendt)等思想家、学者从举荐、呼吁并预言听觉文化以它“整个充满理解、含蓄、公生、接纳、开放、宽容等”属性特征，将使我们的文化何以从视觉向听觉转化和“视觉时代的终结”[29]。正因为视觉和听觉的纯粹感性意义总是伴随以意味深长的深层意义，那么，不仅是宏大的听觉革命光芒将要洞穿我们文化的所有领域，同样“一种更为谦和的听觉革命，已经有了作为”[30]——人类何以应对我们的听觉影响到我们其余的自我存在，以及我们作为整体的世俗行为。

颜峻先生一针见血刺点我们音乐的文化处境：“西方音乐如何在反文化的过程中建立了新的文化？中国音乐又是如何在自我循环的革命中变成了僵尸？对于新秩序，我们恐怕正各怀鬼胎。你不得不和小丑和烈士走在同一条道路上。创造者的身边，是文化商人、自我辩护的弱智、官员、既得利益者、知识-权力的控制者、泰斗、伪民间、娱乐工业精英、学术游戏专家、江郎才尽的风格派、赶时髦者、口号人、国际混子、不甘寂寞的棚虫、偶像、大师综合症患者、冒充流氓的道学家……”[31]。并同时肯定一种觉醒：透过流行音乐在音乐文化的领域，“谈论心灵和技术的统一、游戏和文化的互动、精神与政治的同步、个人与历史的共生”，[32]已经是一个来之不易的理性的进步。所以网站流行音乐的“把关人”——“前线”最直接的实践者，首当仔细勘定时代的听觉边界。

互联网的诞生无疑是20世纪最伟大的发明之一；互联网的迅猛发展无疑是20世纪最流行的事物之一。网络既是中国了解世界文化的窗口，也是世界了解中华文明的便捷渠道。网络的迅捷和方便，使中国走进世界文化，并在世界更大范围中传播。90年代中前期，只有22个国家接入了互联网，而到了1999年底，217个国家和地区已经上网。1996年底，全球互联网用户有4千万，而到了1999年底，已猛增至2亿5千9百万。据有关机构预测，全球互联网人口2002年将达到4.9亿，2005年将达到10亿。[33]

流行即最广泛的盛行——最大部分的人心甘情愿地投身其中，乐在其中。流行往往以市场和商业利益为推动力，在热闹的喧嚣和鼓动声中，往往使人们找不着北，对事物的本质很难认识到位。在这个时候，发出不同声音是至关重要的。多种声音可以让人们从不同的角度，多元、全方位地认识和把握事物。

作为电子媒介的文化传播，要引入文化的健康发展方向，就不可或缺、责无旁贷地要由知识分子挑起知识分子的责任。网站音乐编辑作为电子刊物的把关人，就务必“引进批判精神、超越性追求和人文关怀，他们要保持清醒的头脑，拉开审视的距离，边批判边建设，边清理边创新，[34]”以求得流行音乐网站更好的未来。以文化的目光审视，对互联网进行理性批判，西方发达国家的学者有很多发人深省的言论。中国教育电视台每周一次的《电脑之夜》曾推出特别节目《网络时代的人文关怀》，具有显要的现实作为，闵大洪先生称其在对网络的一片“莺歌燕舞”声中发出冷峻的但却是负责任的“盛世危言”。因为历史的经验告诉我们，每当一次新的技术革命发生之时，往往就是该时代人心理失衡，苦苦寻找失落的精神家园之日。这个时候，人们最需要的与其说是新技术革命带来的物的福祉，毋宁说是具有当头棒喝性质的人文关怀。互联网的发展，决不仅仅是技术层面的事，它一问世一投入使用就包括了人文层面。“没有人文的批判，互联网就不可能得到健康地发展。[35]”

认识阻碍知识发展的负面的作用，可以说，这是20世纪下半叶知识图景中一个非常的变化，无论如何，文化研究之所以能够如此迅速地在各国兴旺起来，与人们试图寻找新的立场、方法和知识态度这种愿望是分不开的——从某种意义上说。或许正是文化研究把这种愿望表达得最为强烈。

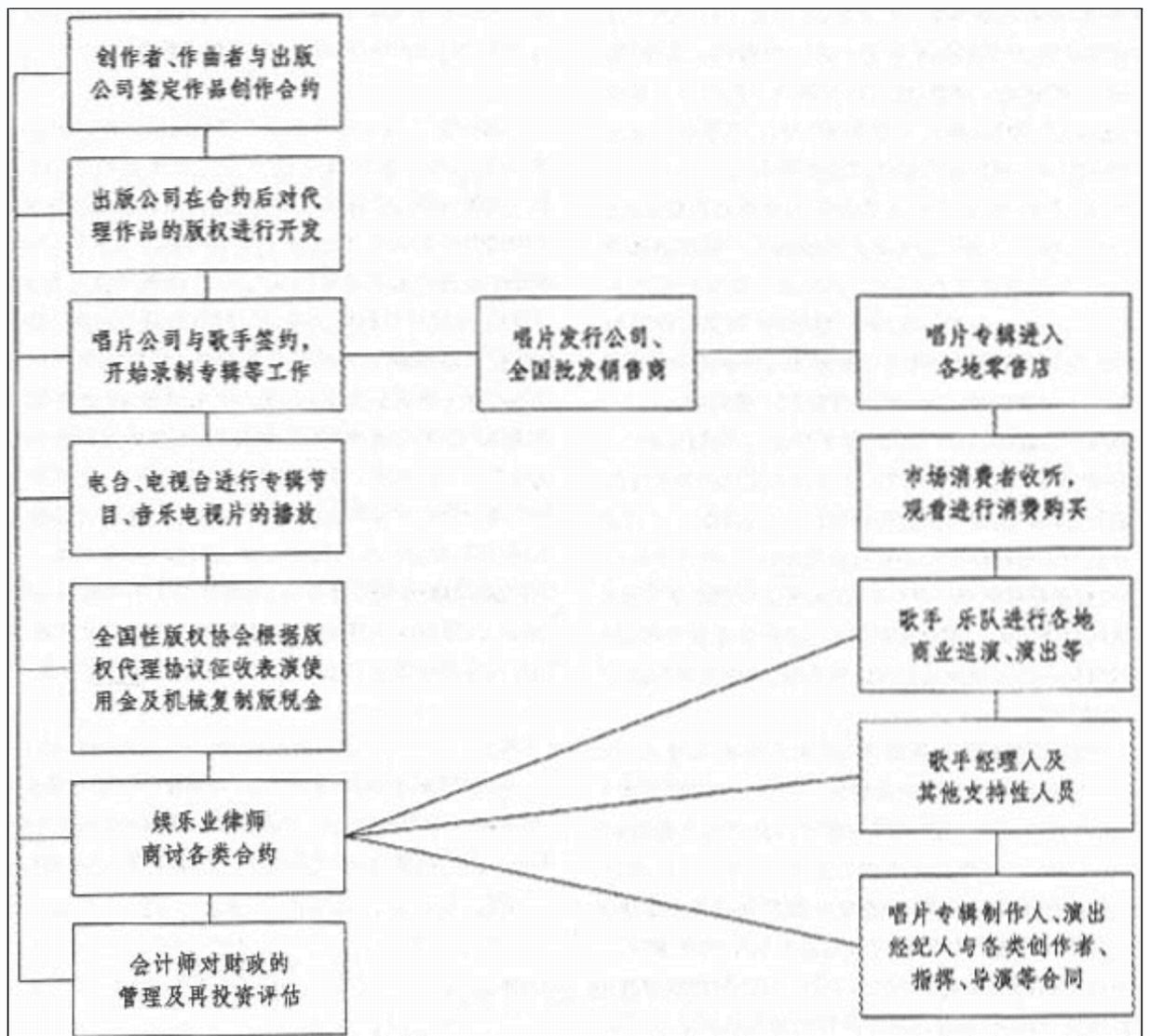
网站音乐编辑的经济学观照 信息网络化的本质就是知识经济。当今社会经济结构正快步从以物质与能量为重心向以信息与知识为重心转变。信息化通过信息、信息技术有效地改善了信息对生产力各要素影响的条件，并使这种影响产生倍增或指数增长效应。信息化以信息的积累、整理、提炼和浓缩直接实现信息的增值而创造财富；

同时，信息网络化极大地刺激知识创新、技术创新、管理创新和制度创新又蕴涵着社会发展的无限潜力。信息网络化对经济的影响远远超过任何一个时代信息对经济的影响程度。信息技术推动传统产业向现代产业转变，同样，信息网络化也导致了出版产业结构的变革。

据估算，我国要建设完善的民族语言的信息网络文化，需要在未来10~20年间每年保证数百亿元的资金投入。这对于现今国情来说，无疑是一笔沉重的经济负担。使用汉语的人口占全世界人口总数的1/5，而网络上的汉语信息总量却不到全信息总量的1%[36]。

因此，我们应倍加珍惜建设汉语音乐网站的有限资金和资源。网站音乐编辑跻身于文化产业，面对严峻的现实，就要具有文化经济学家的眼光和素质，有必要从经济学和社会学角度了解当下音乐产业在商业运作流程中各个环节的相关知识，进一步系统认识各个大众文化和音乐文化信息，以便敏锐发现和客观评估、把握、发掘其形态个体的产业成本，以经济规律行事，创造出现代文化产业的理想效益。例如，我们可从类似《音乐娱乐工业的商业操作系统及附属功能表》、《唱片公司功能循环示意图》、《音乐出版公司功能示意图》等，[37]对音乐产业整个运作系统和整个流程的各个环节予以客观认识、把握，从而对编辑者正在进行的诸如具体的编辑选题、文案设计、操作方案及知识产权的维护等工作，从经济学领域加以各个层面和角度的观照、考察、分析、预测和审定，以帮助我们及时、科学、有效、合法地推出流行音乐网站品牌和网站精品。

音乐娱乐工业的商业操作系统及附属功能表



网站音乐编辑的法学观照 九天音乐网站首页上有“2001年4月，九天音乐网站正式得到‘中国音乐著作权协会’的授权，允许经营网上数字音乐”的声明，表明我国音乐知识产权正纳入法制化建设的轨道。多数音乐网站的页面上还标明“本站的部分音乐档案只作推广试听用途，请您下载后於24小时内删除！多谢合作。”这一无奈之举却几近“此地无银三百两”及“掩耳盗铃”般的自欺。按照国际“暂时复制”的观点，所有的网络传输都是对作品一次

或多次的复制。各音乐网站依据1996年12月在日内瓦经过多方代表的“激战”，而最终形成的WIPO版权条约和WIPO表演和唱片条约的立场：虽删去了包括暂时复制的有关复制权的内容，但间接的条文解释却又留有“暂时复制”[38]的余地。显然，这反映出网络上的知识产权保护和完备的法制化工程尚十分复杂而艰巨，这里仅以音乐网站相关知识产权保护问题作以简要陈述。

高速的网络流通，信息传播市场的全球自由化，冲击着现有的版权保护制度。网络上传输的不仅有可以随意“共享”的信息，更有受版权保护的作品。数字化网络传输，尤其是Internet上的传输具有“世界性”和交互性的特点，网络上巨大的传输空间和市场，因此，对各音乐网站和音乐版权人利益的有效保护提出了新的严峻挑战。

我国于2000年12月28日，第九届全国人民代表大会常务委员会第十九次会议通过了《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》。它明确指出：“为了维护社会主义市场经济秩序和社会管理秩序，对有下列行为之一，构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：利用互联网销售伪劣产品或者对商品、服务作虚假宣传，利用互联网损坏他人商业信誉和商品声誉，利用互联网侵犯他人知识产权。”

发达国家和地区，如美国、欧盟、澳大利亚、加拿大，纷纷组织专家研究网络空间的版权保护问题及相应的对策。其中，美国所制定的“白皮书”⑥对信息网络环境下版权保护所作出的修改，尽管最终未成为立法，但从中可以参考美国—信息产业第一大国在网络版权方面的基本意见。目前世界各国各方，如美国的“录音制品数字化表演权”、澳大利亚版权融合小组的报告、WIPO版权条约和WIPO表演和唱片条约、我国著作权法及相关法规的规定等关于诸如网络传输与复制权、网络传输与发行权、网络传输与出租权、网络传输与传播权、网络传输中的“权利重合”、网络传输不适用“发行权穷竭”原则，以及有关网络传输的公开性和网络服务商的侵权责任等问题上的认识和立场存在显著分歧，尚未达成统一的一揽子法规性协议，这些棘手问题急待进一步深入的探讨、研究。

网络传输上的法制不健全，给网络实践带来极大的混乱。如，根据我国著作权法及相关法规的规定实施条例(1991年5月)第5条1款和计算机软件保护条例(1991年6月)第3条5款规定，著作权人、图书出版者、表演者、录音录像制作者、广播组织的复制权都不适用于网络传输。又如，有些非商业性的传输、“点对点”的传输，其“公开”与“私人”之间的灰色区域，带来广大区域的“私”、“点”，被视为私人性质的传输，而排除在版权范围之外，无有效保护。我国关于网络服务商在版权法中的地位与责任的法律规定尚不存在，但网络服务商的责任问题会日益突出，如不及时解决，必将妨碍我国的信息化建设，因为在没有法律依据的情况下，网络服务商不敢贸然投资，权利人也不敢让其作品或唱片贸然上网。

而推动网上知识产权法制健全，就需要实践者首先具有高度的法学意识，创造性地参与，直接提供和启发为网上知识产权保护所作的广泛思考和实践经验。

2001年1月，中宣部长丁关根在全国宣传部长会议上的讲话中，对出版传播业进一步的改革提出了“四个创新”：要着力进行宏观管理机制创新、微观领域结构创新、市场组织体系创新、投资融资体制创新。这表明“中国的传播生态将发生更深刻的变化”。[39]随着超级计算机、光计算机、生物计算机的出现，机器翻译、语言合成、数据图像综合高速传输、对人体信息感应更为灵敏的电子终端等技术的进一步研制开发，实现人机对话等，都必将促使传播媒体不断进行新的革命。随之而来，音乐网站编辑发挥创造力的空间也将不断获得更大扩展和解放，互联网上必将提供一个以开放的人文胸怀面对越来越消融某些人文学科分界，专注人本关照的立体、超维的介质文本。理论源头，此借两位美国佬在其《媒体等同》全书最后一言很“知识”又很简单地禅机了一把来作以补注：“关于媒体如何对人起作用的知识也就是关于社会和自然的知识”。[40]

---

⑥美国所公布的信息基础设施工作的《知识产权和国家信息基础设施：工作组关于知识产权的报告》，就是该领域通称的“白皮书”。引自《互联网上的版权问题》，载《编辑学在线》，<http://edweb.yeah.net>。

责任编辑 孙 凡

参考文献：[7]刘 双，张春隆.探索传播真谛的路径——传播学研究方法[M].哈尔滨：黑龙江人民出版社，2002.p1. [8]吴基传.领导干部信息网络化知识读本[M].北京：人民出版社，2001.p73. [9]汪丁丁.宽带写作[J].读书，北京：三联书店出版社，2002，(3)：p93-94.此为汪丁丁先生转引自布洛姆新.全球化大脑[M](Howard Bloom, Global Brain: The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the Twenty-First). [10]王 毅.文化研究术语.“网络”词条，陆扬，王毅选编.大众文化研究[C].上海：上海三联书店，2001，p 281；另参见丛 磊，李 健.现代传播技术对人文素质教育的影响[M].北京师范大学现代教育技术研究所，网址：[ysq@elec.bnu.cn](http://ysq@elec.bnu.cn) [11]吴基传.领导干部信息网络化知识读本[M].北京：人民出版社，2001.p86. [12]江 潜.数字家园——网络传播与文化

[M].上海:复旦大学出版社,2001.p106. [13]刘双,于文秀.跨文化传播——拆解文化的围墙[M].哈尔滨:黑龙江人民出版社,2002.p156. [14][美]沃纳·赛佛林,小詹姆斯·坦卡德著,郭阵之,孟颖等译.传播理论:起源、方法与应用[M].北京:华夏出版社,2000.p52. [15]叶国标.我国家庭上网人口跃居全球第二[N].北京:中国青年报,2002-4-23(1). [16][美]谢尔·霍兹著.吴白雪,杨楠译.网上公共关系[M].上海:复旦大学出版社,2001.p10. [17]恩格尔等著,金经言等译.音乐社会学·词条汇编[M].北京:人民音乐出版社,1990.p22-23. [18]同[17]. [19]袁祖社.社会发展的自主逻辑与个体主体的自由人格——中国特色“市民社会”问题的哲学研究[J].北京:中国社会科学院哲学研究所《哲学动态》,2001,(9):p26. [20]刘洪波.断裂:中国社会的新变化——访清华大学社会学系孙立平教授[J].中国改革,2002,(4). [21]李陀.《大众文化译丛》序[M].北大在线“新青年”学术城,网址: <http://newyouth.beida-online.com/index.htm>. [22]王铁军主编.现代教育思潮[M].南京:南京大学出版社,2000.p83. [23]杜维明.儒家的人文精神与现代文明对话.1999年10月15日于长沙岳麓书院的电视直播演讲. [24]王毅.文化研究术语[N].陆扬,王毅选编.大众文化研究,上海:上海三联书店,2001.p275. [25]同[21]. [26]同[21]. [27]同[21]. [28][德]沃尔夫冈·威尔什.走向一种听觉文化[N].陆扬,王毅选编.大众文化研究,上海:上海三联书店,2001.p254-256. [29]同[28]. [30]同[28]. [31]颜峻.音乐与文学的立场[N].见北京大学(新青年)在线-音乐聚义厅,网址:<http://newyouth.beida-online.com>. [32]同[31]. [33]见中国互联网络信息中心,网址: <http://www.cnnic.net>. [34]唐欣.电子媒介与文化[J].北京:东方,2000,(12):p30. [35]闵大洪.以理性的目光审视互联网——评<网络时代的人文关怀>的运作角度[N].新港湾网.现代传播评论,网址:21Bay.com. [36]吴基传.领导干部信息化知识读本[M].北京:人民出版社,2001年.p141. [37]此附表详见宗晓军.音乐商业的秘密[M].北京:人民音乐出版社,1999.p151-153. [38]互联网上的版权问题[N].载:编辑学在线, <http://edweb.yeah.net>,网站未署该文作者名. [39]闵大洪.中国网络媒体的生态环境——2001中国网络媒体运营与发展高峰论坛稿[N].见电子传媒观察·名家论坛,2001-04-27.网址: <http://chinaemedia.yeah.net>. [40][美]巴伦·李维斯,克利夫·纳斯著.卢大川,袁野等译.媒体等同(The Media Equation)[M].上海:复旦大学出版社,2001.p217.

作者简介:刘夜(1969~),男,现在武汉音乐学院校报编辑部工作(武汉 430060)。

点击次数: 656