

全国中文核心期刊

中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊

现代 出版

Modern Publishing

2022.01 总第137期
双月刊

本刊特稿

中国特色出版学理论体系建设论纲 周蔚华

专题研究：数字化的技术与出版

论数字技术的出版风暴 孙 玮

架构、生态与普惠：一个数字出版的阐释框架 常 江 朱思垒

数字出版高质量发展析论 刘九如

媒体融合与传播

论短视频时代音乐传播的视觉化转向 段 鹏

“生态构建”：媒体深度融合发展的纵深进路 曾祥敏 刘日亮

国际标准连续出版物号:ISSN 2095-0330
国内统一连续出版物号:CN 11-5979/G2

本刊实行匿名审稿制度

现代 出版

Modern Publishing

主管 中华人民共和国教育部
主办 中国传媒大学出版社有限责任公司
中国大学出版社协会
出版 现代出版编辑部
执行主编 曾白凌
副主编 张毓强 李 频
编辑部主任 唐 颖

编委会

委 员（按姓氏笔画顺序排列）

| | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|
| 于殿利 | 王凤廷 | 王 军 | 王明舟 | 王 星 |
| 王 焰 | 王鹏飞 | 方 卿 | 冯卫东 | 华春荣 |
| 江建中 | 匡贵秋 | 吕建生 | 孙 玉 | 苏克治 |
| 李 频 | 陈 丹 | 陈 颖 | 闵 军 | 吴真文 |
| 肖亚辉 | 严 峰 | 余兴发 | 张志刚 | 张志强 |
| 张 辉 | 张显吉 | 张毓强 | 张耀铭 | 杨 玲 |
| 范 军 | 金鑫荣 | 宗俊峰 | 郑文礼 | 周安平 |
| 郝 运 | 郭爱明 | 唐永亮 | 袁亚春 | 黄轩庄 |
| 盛惠良 | 阎高程 | 曾白凌 | 鲍观明 | 雷 鸣 |
| 副主任 | 于殿利 | 吕建生 | | |
| 主 任 | 宗俊峰 | 曾白凌 | | |

本刊特稿

中国特色出版学理论体系建设论纲

周蔚华 / 5

专题研究：数字化的技术与出版

论数字技术的出版风暴

——一种技术哲学的视域

孙 玮 / 19

架构、生态与普惠：一个数字出版的阐释框架

常 江 朱思垒 / 30

数字出版高质量发展析论

刘九如 / 39

媒体融合与传播

论短视频时代音乐传播的视觉化转向

段 鹏 / 45

“生态构建”：媒体深度融合发展的纵深进路

曾祥敏 刘日亮 / 50

出版研究关键词

从“以类相聚”到“数据聚合”：丛书概念的历史溯源及认知逻辑

张文彦 李丽萍 / 64

编辑部电话 / 010-65783680

地址 / 北京市朝阳区定福庄东街1号中国传媒大学出版社内

邮政编码 / 100024

电子邮箱 / xiandaichuban@163.com

印刷 / 艺堂印刷（天津）有限公司

广告经营许可证 / 京海工商广字 0562 号

定价 / 人民币 20.00 元

国际标准连续出版物号 / ISSN 2095-0330

国内统一连续出版物号 / CN 11-5979/G2

国内发行单位 / 中国传媒大学出版社有限责任公司

邮发代号 / 80-431

海外总发行单位 / 中国国际图书贸易集团有限公司

海外发行代号 / BM7500

学术观察

学术期刊数据库的深层困境与商业模式革新
——由知网诉讼案看“双重浸入”问题

朱鸿军 李 喆 / 81

青年学者论坛

论传统出版转型的三维动因

刘广东 刘大年 / 92

实践视阈

我国大学出版图书选题结构分析报告
——基于2018—2020年CIP数据的分析

吕建生 赵玉山 邢自兴 / 102

插页

- 1.《鄱阳湖生态物种插画》系列/赵勤等
- 2.《指路明灯》等/焦拥军
- 3.《春节》等/王海涛等
- 4.《废弃的民居》等/谢欧
- 5.《尺有所短》等/肖洁
- 6.《冬日杨树林》等/刘潇玥
- 7.《乡隅》等/徐云
- 8.《晨》等/张晓珂
- 9.《采砂场》系列/张雨森
- 10.《寻觅》等/叶晖
- 11.《沂蒙小品》系列/张慧
- 12.《民宿茶空间门厅》等/卢莹等
- 13.《餐厅》等/李斌静
- 14.《下灌村李氏祠堂古戏台》等/王丽娜等
- 15.《海洋文化主题乐园鸟瞰概念设计》等/杨玥
- 16.《青谷归云》等/陈丽等

- 本刊版权属《现代出版》编辑部所有，未经许可，不得转载。
- 来稿一经本刊采用，如无特别说明，即视为作者同意授权本刊拥有该稿的网络出版权。
- 本刊未授权任何个人、单位代理稿件业务，投稿请通过电子邮箱 xiandaichuban@163.com。
- 本刊无独立官方网站，望作者及读者周知，谨防上当受骗。

CONTENTS

2022/01

Published January 20, 2022

137 bimonthly

FEATURES

Outline on Theoretical System Construction of Publishing Science with Chinese Characteristics, by *Zhou Weihua*, 5

SPECIAL STUDIES: DIGITAL TECHNOLOGY AND PUBLISHING

Research on Publishing Storm of Digital Technology — Perspective of Technical Philosophy, by *Sun Wei*, 19

Infrastructure, Ecosystem and Inclusiveness: Interpretation Framework of Digital Publishing, by *Chang Jiang, Zhu Silei*, 30

Analysis on High Quality Development of Digital Publishing, by *Liu Jiuru*, 39

MEDIA CONVERGENCE AND COMMUNICATION

Research on Visualized Diversion of Music Communication in Era of Short Video, by *Duan Peng*, 45

Ecological Construction: In-Depth Approach to Media Deep Convergence Development, by *Zeng Xiangmin, Liu Riliang*, 50

KEYWORDS ON PUBLISHING RESEARCH

From “Clustering by Class” to “Data Aggregation”: Historical Origin and Epistemic Logic of Concept of Book Series, by *Zhang Wenyan, Li Liping*, 64

ACADEMIC INSIGHT

Deep Dilemma and Business Model Innovation of Academic Journal Database — Caused by Zhao Dexin’s Campaign against CNKI, by *Zhu Hongjun, Li Zhe*, 81

YOUNG SCHOLARS FORUM

Research on Three-Dimensional Motivation of Traditional Publishing Industry Transformation, by *Liu Guangdong, Liu Da’nian*, 92

OPERATION PERSPECTIVES

Analysis Report on Structure of Book-Topic Selection of College Publishing in China — Based on CIP Data from 2018 to 2020, by *Lv Jiansheng, Zhao Yushan, Xing Zixing*, 102

现代 出版

Modern Publishing

常务理事单位 (按单位名称音序排列)

| | |
|--------------|-------------|
| 北京大学出版社 | 华中师范大学出版社 |
| 北京大学医学出版社 | 南京大学出版社 |
| 北京交通大学出版社 | 南京师范大学出版社 |
| 北京理工大学出版社 | 清华大学出版社 |
| 北京师范大学出版社 | 上海交通大学出版社 |
| 北京印刷学院经济管理学院 | 上海外语教育出版社 |
| 北京语言大学出版社 | 首都经济贸易大学出版社 |
| 大连理工大学出版社 | 四川大学出版社 |
| 东北师范大学出版社 | 武汉理工大学出版社 |
| 对外经济贸易大学出版社 | 西安交通大学出版社 |
| 广西师范大学出版社 | 西南师范大学出版社 |
| 国家开放大学出版社 | 厦门大学出版社 |
| 河北大学出版社 | 中国传媒大学出版社 |
| 河南大学出版社 | 中国科学技术大学出版社 |
| 湖南大学出版社 | |

理事单位 (按单位名称音序排列)

| | |
|-------------|------------|
| 成都电子科技大学出版社 | 南京师范大学出版社 |
| 大连海事大学出版社 | 内蒙古大学出版社 |
| 东北大学出版社 | 青岛科技大学传媒学院 |
| 东南大学出版社 | 首都师范大学出版社 |
| 复旦大学出版社 | 苏州大学出版社 |
| 广东高等教育出版社 | 同济大学出版社 |
| 贵州大学出版社 | 外语教学与研究出版社 |
| 哈尔滨工业大学出版社 | 西北工业大学出版社 |
| 河北大学新闻传播学院 | 西南财经大学出版社 |
| 河海大学出版社 | 西南交通大学出版社 |
| 华东理工大学出版社 | 云南大学出版社 |
| 华东师范大学出版社 | 浙江工商大学出版社 |
| 吉林大学出版社 | 中国海洋大学出版社 |
| 江苏大学出版社 | 中山大学出版社 |
| 辽宁师范大学出版社 | |

论短视频时代音乐传播的视觉化转向

段 鹏

内容摘要：民族音乐因其独具特定地区文化气息与音乐特色而易被市场欣赏，也因其小众特性而难以“出圈”，音乐短视频则给民族音乐的展演和传播提供了新的可能。以短视频形式呈现的民族音乐以视觉的形式再现民族音乐的展演过程，在丰富传播信息、提高观赏意义的同时，扩大了传播范围，提升了传播效果。音乐传播过程中的视觉化转向是音乐表意空间性补充与情绪的加强。抖音短视频平台中民族音乐的“出圈”，反映出粉丝从“音乐听众”转向“音乐观众”，从旁观进入了音乐情境。回溯音乐史与媒介史，音乐从仪式、展演的视觉化发展到刻录机中的单纯听觉化，当前再次回到了视觉化状态中。

关键词：音乐文化；民族音乐；空间性；视觉转向

课题：北京市文化名家暨“四个一批”人才工程重点项目“媒体融合背景下国际传播理论人才培养与队伍建设工作室”（SGYP202101）

国家语委科研重点项目“中华优秀传统文化国际传播力研究”（ZDI135-142）

DOI：10.3969/j.issn.2095-0330.2022.01.005

民族音乐不仅是我国音乐文化的重要组成部分，也是我国民族文化的传播载体之一，其小众的音乐特性不仅给听者提供了独特的审美体验，也给相关学术研究带来了新颖的研究视角。应当认识到，在当前的国际音乐市场中，我国民族音乐所占市场份额远低于流行音乐等更符合大众审美的音乐门类，其更多作为流行音乐中的风格或配器伴奏而存在。可以说，民族音乐正处于机遇与挑战并存的发展阶段。随着媒介技术的发展，音乐的主要传播载体从早期的留声机、胶片、广

播、随身听等逐渐发展为手机端的各类应用程序。不同于曾经媒介受技术限制仅能从听觉维度传播音乐，当下网络技术水平的不断提升给音乐的展演提供了视觉传播维度的可能。抖音是以音乐类短视频进入大众视野的短视频社交平台，在抖音平台中，“川子唢呐”“东东二胡”“弹琵琶的小羊”等博主均以民族乐器演奏为视频内容，视频播放量与点赞量均超过千万，成为民族音乐传播中的新现象。

一、视觉化：音乐表意空间性补充与情绪加强的历史溯源

人们在接收信息时，来自听觉的信息以时间性的方式进入感知，来自视觉的信息则以空间性的方式呈现和传递。在人们长久以来的认知中，音乐是一种通过声波传递的、单纯的听觉艺术。从音乐本身的存在而言，人的耳朵接触由乐器或者人发出的声响，大脑接收来自听觉神经的信息，并进一步理解声波传递信息所携带的美感。因此“音乐是听觉艺术”这一论断成为理所当然的一种定义，然而音乐并非仅依赖听觉而存在的艺术，其审美价值也不能仅用耳朵去感知。《诗大序》中提到“言之不足，故嗟叹之；嗟叹之不足，故咏歌之；咏歌之不足，不知手之舞之，足之蹈之也”，便足以说明当歌唱这一时间性的事件无法完全地表达传播者所思所想时，动作这一空间性的视觉化元素就可以对信息进行补充。事实上，音乐传播的视觉化呈现是一种本质为审美性的文化传播。从音乐发展的历史来看，视觉艺术总是伴随着音乐的表达而存在，并以其独特的形式创造和实现某种传播意图。^① 回溯人类历史，在原始社会中音乐往往与舞蹈动作或是部落仪式同时出现，仪式的内容包括庆祝狩猎成功、农田丰收、祭祀祖先、悼念亡人等部落社会可能会发生的种种事项，音乐则是仪式中必不可缺的要素，部落成员或以身体舞蹈，或做出仪式中的特定行为，以应和音乐的律动与节拍。“三人操牛尾，投足以歌八阕”“予击石拊石，百兽率舞”等古语均对视觉化舞蹈与听觉化音乐互为补充的状态进行了描述。

由此可知，在人类早期历史中，音乐并不是完全脱离视觉感知而存在的单一听觉信息。德国音乐

心理学家修顿普佛 (Carl Stumpf) 在其著作《音乐的起源》中提出，原始时代人们与部落成员联络的呼喊声就是音乐。在这种传递信息交流情感基础之上的“呼唤”，其声音信号的发出是与动作、表情联系在一起，原始社会的人们通过视觉和听觉的互相补充来完成情感信息交流，可以得见，从音乐起源角度出发，视觉和听觉在信息传播和审美层面是同体且不可分割的，因此音乐从一开始就具有视觉元素。^② 我国的葛天氏之乐、相和大曲、燕乐大曲等都将视觉展演与听觉塑造结合在一起。在西方的音乐传播历程中，无论是服务于宗教教会的唱诗活动，还是在剧院展演的交响乐和歌剧，视觉性的文化符号都给了受众以审美方面的更丰富的感知享受。刻录好的音乐选段可以给听者带来审美享受，然而如果欣赏交响乐演出，观赏者将能够通过视觉捕捉指挥家或轻柔或激烈的肢体动作，由此强化自身对音乐叙事的认知；如果欣赏芭蕾舞剧，观赏者则可以从道具细节、演员行为中深刻感知音乐。可以说，音乐的视觉化是音乐的表意的补充和强化，人们通过对视觉性元素的阅读和思考，一定程度上加深对音乐的感知。

由此，本文生发出研究初始的问题意识：其一，音乐一直以来被认为是听觉的艺术，然而从审美维度而言音乐传播的视觉化实际古已有之。当前媒介技术的发展给音乐视觉化传播带来可能，其对于受众审美体验有着怎样的改写与升维？其二，为何抖音平台中的民族音乐类短视频呈现出了一定的“出圈”效果，这些“出圈”民乐视频的生产机制、传播机制与审美机制有着怎样的社会文化与内在技术逻辑？其三，当前我国民族音乐如何利用媒介技术的内容可视化优势获得更有效的传播效果，并在国际音乐市场中占据一席之地，是学界业界亟

待思考的问题。

二、抖音短视频平台中民族音乐的“出圈”

(一) 从“音乐听众”到“音乐观众”

将“耳听为虚，眼见为实”这一古语置于音乐传播的研究语境，不难发现对音乐文本的视觉化加工和转化将在受众接收信息时产生额外的审美体验。本研究归纳了当前抖音平台中人气较旺、内容较优质的六位民族音乐短视频博主，并对其视频内容进行特征归纳。其视频文本均对其所使用的乐器进行全方位展示，并大多展现器乐表演所在的现实场景。博主或将民乐与现代流行乐结合，或将民乐与个人生活结合，部分博主还会身着特定服装，传递出更多与民族音乐相关联的文化信息（见表1）。

表1 抖音平台中六位民族音乐类博主的视频生产情况

| 账号 | 粉丝数 | 总点赞数 | 乐器 | 视频画面 |
|--------|--------|----------|----|---|
| 阿庆唢呐 | 298.4万 | 537.3万 | 唢呐 | 在乡村年轻人真实的生活场景中进行演奏，经常出现全家人合奏画面，视频制作粗糙，然而“接地气”成为该博主的最大特色 |
| 川子唢呐 | 382.7万 | 4 171.4万 | 唢呐 | 在夜店场景中演奏唢呐，以夜店背景音作为背景音乐，唢呐作为旋律出现，视频画面中观众互动性较强 |
| 东东二胡 | 304.5万 | 1 971.9万 | 二胡 | 公园、广场、野外等地演奏二胡，视频中随机出现路人作为观众 |
| 弹琵琶的小羊 | 108.7万 | 1 558.5万 | 琵琶 | 博主身穿汉服，在室内演奏琵琶 |

续表

| 账号 | 粉丝数 | 总点赞数 | 乐器 | 视频画面 |
|--------|-------|--------|-----|--|
| 马头琴孙快快 | 77.5万 | 244.6万 | 马头琴 | 博主身穿蒙古族传统服饰，盘腿坐在草原上演奏马头琴，视频中的自然环境极为优美，视频制作精良 |
| 满宝馨箜篌 | 64.1万 | 590.1万 | 箜篌 | 博主身穿中国古代传统服饰，在室内演奏箜篌 |

* 数据统计截止时间为2021年12月27日。

从音乐短视频生产角度出发，无论博主视频中的演出环境是精心布置还是随机挑选的，空间中的服饰、人物、环境等各类元素均以信息形式传递给用户，对于用户而言听觉不再是欣赏民族音乐的唯一感官，在视频画面的辅助表意下，用户的视觉也被调动进入欣赏民族音乐的感官维度中。在这种审美感官维度的切换与配合下，随着视觉文化对音乐文本不断的再加工，用户从音乐听众转化为音乐观众。

博主在拍摄、剪辑视频时对空间信息的加工与美化是出于对视频传播效果的考量。本研究在上述民族音乐短视频博主的粉丝群体中以“滚雪球”方式进行深度访谈，当被问及喜欢该博主的原因时，粉丝们没有将原因聚焦于民乐本身，相反粉丝们更多提及博主演奏场景、博主自身饱满的情绪、博主服饰与乐器匹配度、现代感与古典美感碰撞等因素。当被问及“对于民族音乐短视频，听觉享受和视觉享受哪种感官居多”时，没有受访者将感官享受单一归于听觉或视觉——“边听边看”“感觉这个和抖音上那种‘帅哥美女’短视频还是不一样的，那一类的视频我可以静音看，但是这个（指民乐短视频）我还是要戴个耳机的”。可见，视觉化音乐能够通过“通感”或“联觉”（synaesthesia）打破受众在欣

赏民乐短视频时的视听感官壁垒,用户从视频化的民族音乐文本中获得了超出音乐本身的信息,并且从“观赏”音乐的行为中获得了一定的审美享受。

(二) 从“旁观”到“进入情境”

声音艺术具有较高的时间性特质,音节发声的同时也意味着声音的消逝,人耳即时所听内容则为声音即时消亡内容。由此,对于声音的记录、存储、复刻、传播便需要媒介外力的特殊加持。在“活”的音乐场景中,演奏或演唱者在制造音乐的同时便已完成传播音乐的行为,且听众往往碍于礼节、乐章长度等无法选择何时、何地接收何种、何类音乐信息,可以说是以被动接收的姿态对音乐进行“旁听”或“旁观”。区别于制造出乐音的现实场景,由媒介转播的声音在技术的协助以及媒介持有者的主观意愿下,能够在长度上被截取、在节奏上被变速、在响度上被调节。换言之,媒介中的音乐是人们能够自主随意进入的虚拟音乐情境,而这正是在现实音乐场景中难以实现的。

通过对抖音平台中民族音乐类短视频重度用户的访谈可知,粉丝对民乐短视频博主的喜爱一定程度上也源于自身对于音乐视频情境的进入。受访者03(“阿庆唢呐”粉丝)对于博主视频内容做出了这样的评价:“我感觉她背后没有团队,因为视频太粗糙了,但是我很喜欢她和她全家人一起出镜的感觉,就是那种真实的农村生活里会有的村口吹唢呐的感觉。以前我会觉得唢呐好土,现在会因为她而觉得唢呐是咱们农村很有温度的一种乐器。”受访者09(“马头琴孙快快”粉丝)认为,“我真的很向往那种自由自在的感觉,快快宝(指博主“马头琴孙快快”)的视频就是这样啊,我能看到她在

蓝天白云下拉琴就很高兴了,好像我也可以很自由很自由,虽然我现在依然是一个996社畜”。

正如受访者03所描述的,博主“阿庆唢呐”的视频画面内容由乡村环境、家庭成员、生活场景等元素组成。从视频作品来看,博主甚至会在与家人用餐时吹奏唢呐选段,给用户带来极强的农村真实生活情境感。“马头琴孙快快”的视频画面设计也极具情境感,博主身着蒙古族传统服饰,在草原上席地而坐,身后背景则是蓝天白云等清秀自然景观。由此可知,短视频传播形式中,不仅声音得以被媒介传播,动态的、视觉化的图像又在感官维度进一步增加音乐观众进入文本情境的可能。阿恩海姆(Rudolf Arnheim)在其著作《艺术与视知觉》中提出,运动的图像将大大增强抽象艺术的表现力。以短视频形式展现出来的民族音乐将抽象的声音与实在的形象联结、运动起来,将欣赏者的多种感官联动起来,使得音乐短视频的观看者能够全面且细致地获取文本信息,迅速进入传播者设定好的审美情境。

三、媒介对话:音乐视觉化的出走与回归

当前音乐传播的视觉化转向源于受众在感官层面的审美升维之需,也源于媒介技术更新迭代之际艺术文本在社会文化消费语境下与其媒介载体的对话之需。音乐最初的存储形式依靠仪式与展演,随着人类社会的不断发展与媒介技术的更新迭代,人们掌握了存储音乐的媒介技术手段——刻录。留声机的发明使人们可以依靠机器去聆听音乐,而非亲临现场、亲身体验,移动设备的出现也让音乐的聆听变得更为容易。在技术制约下,此类存储依然停留在听觉层面,彼时人们借助媒介技术“存储”了音乐,但实际上剥离

了音乐欣赏的视觉感官维度，一定程度上造成了音乐视觉层面的“美”的遗失。

随着4G移动通信技术的普及和5G移动通信技术的出现与发展，手机移动端的视频浏览变得更为普遍化和伴随化，这也使得生产者越发注重对视频类媒体产品的打造。基于这一技术语境，越来越多的音乐平台开始了音乐视觉化转向，这一生产与技术逻辑契合了音乐最原初的审美感官逻辑。比如网易云音乐的“私人FM”板块在播放音乐的同时，画面展示着由社群用户自制的符合该歌曲意境的唯美视频片段。再如抖音平台的创始初衷为“音乐创意短视频社交软件”和“面向全年龄人群的音乐短视频社区平台”，其结合音乐与视频的良好能力使得“抖音神曲”得以频繁“出圈”。技术发展日趋成熟，在载体和创作方式上为视听内容的发展注入了新的活力，短视频等新的视听形态延续了声音视觉化的观念，并逐渐呈现出视觉依附于声音的逆视觉主控趋势。^③

总而言之，回溯音乐的历史与媒介迭代的历史，音乐从仪式展演中的视觉化发展到刻录机中的单纯听觉化，当前又在传播媒介外力作用下改变自身形态，迎合、适应社会文化，回到了媒介技术所带来的视觉化状态中。

四、结语

每一种新媒介的出现，都在拓宽音乐边界、增强音乐传播的影响力，也在训练受众的感知能力。媒介不仅决定音乐的存在方式，也影响受众的情感和生活方式，以及认知世界的视域。^④当下，音乐不仅以单一的听觉形式进入人们的审美领域，也在媒介外力协助下突破时间维度的单一表达，从而

伸向空间立体式的纵深处，开辟一片由视听知觉双重参与的对话式、浸润式体验的音乐新境。^⑤随着媒介技术的不断发展，音乐传播的形态也随之不断丰富，其中音乐的视觉化呈现出了良好的传播效果。视觉化的音乐产品不仅给音乐的传播提供了宽阔的传播通路，也给观赏者带来了良好的审美体验。在文化多元融合、科技迅猛发展的背景下，音乐文化与传媒技术全面接轨带来了民族音乐生存模式的新变化，同时也对传统的音乐审美文化提出挑战。^⑥当前，我国传统民族音乐已在一定程度上借力媒介技术，通过视觉化的打造与加工不断走出小众文化圈。但同时也应反思自省，媒介加持下极具视觉化的音乐形式是否会导致阿多诺（Theodor Wiesengrund Adorno）所言的“雾化地听”与“倾听的倒退”？我们又需要以怎样的方式引导民族音乐在文化消费市场中被“会神静听”？这是关于媒介迭代浪潮中音乐传播视觉化转向的一些凝思。

（作者系媒体融合与传播国家重点实验室常务副主任，中国传媒大学副校长，教授、博士生导师）

注释

- ① 冯玲. 视觉文化时代的音乐“景观”[D]. 南京: 南京艺术学院, 2019.
- ② 彭超. 论音乐视觉化[J]. 广西师范大学学报(哲学社会科学版), 2008(4): 121-124.
- ③ 谢辛. 声音的视觉化: 从抽象动画电影到“互联网+声音背景音乐”观念延伸[J]. 北京电影学院学报, 2018(5).
- ④ 陆正兰, 魏云洁. 新媒介环境下的音乐视觉转向[J]. 中州学刊, 2018, 262(10): 149-153.
- ⑤ 陈芸. 音乐审美的视觉化转向: 从乐音序列到音乐事件[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2018: 7.
- ⑥ 张琛. 从听觉感受到视觉体验——中国传统民乐视觉化传播过程中大学生受众的审美倾向性探究[D]. 北京: 首都师范大学, 2007.

Modern Publishing



ISSN 2095-0330



9 772095 033225

0.1

定价：20.00元