

J6-53

L31 (b)



西安音乐学院重点学科建设丛书
西安音乐学院硕士学位论文文库



音乐编辑学： 音乐研究的交叉视阈

李宝杰 主编



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。

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

音乐编辑学： 音乐研究的交叉视阈

李宝杰 主编

图书在版编目(CIP)数据

音乐编辑学:音乐研究的交叉视阈/李宝杰主编.

—北京:文化艺术出版社,2009.9

ISBN 978-7-5039-3903-7

I. 音… II. 李… III. 音乐—编辑工作—文集
IV. G232-53 J6-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 169408 号

音乐编辑学:音乐研究的交叉视阈

著 者 李宝杰

责任编辑 王 红

责任校对 李惠琴

出版发行 文化艺术出版社

地 址 北京市朝阳区惠新北里甲 1 号 100029

网 址 www.whyscbs.com

电子邮箱 whysbooks@263.net

电 话 (010)64813345 64813346(总编室)

(010)64813384 64813385(发行部)

经 销 新华书店

印 刷 国英印务有限公司

版 次 2009 年 9 月第 1 版

2009 年 9 月第 1 次印刷

开 本 720×980 毫米 1/16

印 张 16.875

字 数 240 千字

书 号 ISBN 978-7-5039-3903-7

定 价 29.00 元

版权所有,侵权必究。印装错误,随时调换。

西安音乐学院重点学科建设丛书

编委会

主 编 赵季平

副主编 罗艺峰

编 委 白陆平 韩兰魁 李宝杰 程天健

周 玲 朱玉璋 梁红旗

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 / 侯昱霞

导 言 / 17

第一章 现代传媒与音乐编辑行为 / 23

第二章 现代传媒中音乐编辑行为过程解读 / 37

第三章 消费文化语境中的音乐编辑行为 / 52

第四章 音乐编辑行为的价值评判与思考 / 65

结 语 音乐编辑行为的发展之路 / 69

中国当代音乐期刊的分类研究 / 刘春晓

绪 论 / 77

第一章 音乐期刊的基本界定与分类方法 / 80

第二章 音乐期刊的分类 / 86

第三章 音乐期刊生成主体之一——作者 / 107

第四章 音乐期刊生成主体之二——编辑 / 117

第五章 音乐期刊生成主体之三——读者 / 131

总 结 / 148

国乐改进社社刊《音乐杂志》研究 / 张治荣

绪 论 / 155

第一章 国乐改进社与《音乐杂志》的产生 / 156

第二章 《音乐杂志》的编辑思想与编辑实践分析 / 177

第三章 《音乐杂志》的历史作用及意义 / 193

余 论 / 200

江西省推行音乐教育委员会会刊《音乐教育》研究 / 赵晗

绪 论 / 205

第一章 《音乐教育》缘起 / 207

第二章 《音乐教育》内容介绍 / 217

第三章 《音乐教育》的主创者 / 244

第四章 《音乐教育》的历史意义 / 257

结 语 / 262

音乐编辑学： 音乐研究的交叉视阈（代序）

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工作，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。

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，撰文呼吁要进行“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”^①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。

一般认为，我国社会科学领域的编辑学研究热潮起于20世纪80年代。^②上海复旦大学姚福申先生在其代表性论著《中国编辑史》（修订本）下编第十二章第五节中提到：1990年8月26日，美国《克利弗兰旗帜日报》的一篇题为“Chinese groups Stu-

① 翟咏：《现代音乐编辑实践呼唤理论建设》，《交响》，1997年第1期。

② 尽管早在20世纪40年代，广东国民大学新闻系李次民教授就将其讲授的新闻编辑课程讲稿命名为《编辑学》，并交由广州自由出版社出版，可看作我国“编辑学”概念的最早提出者，但并未形成编辑学研究的热潮。

ding ‘redaction’”的报道，首次向世界各国介绍了20世纪80年代，中国出版界的一些学者和几所大学里的教授们开始研究“编辑学”，并发表了一批创建编辑学的论文和著作。^①这段简短的文字向我们表明了编辑学研究已在中国之外受到关注，并且，姚先生还提到这篇报道中的“编辑学”一词 Redactology 在欧美语言中不曾有过，是由中国的一位资深编辑林穗芳^②于1987年提出的，^③从另一个侧面证明了该学科为中国人创立的学术事实。

近期出版的由丛林主编的《中国编辑学研究述评》（1983-2003）一书中提供了这样一组数据，“……以‘编辑’为关键词联机检索的结果，仅在1994-2003年的十年间，全国公开发表的有关编辑和编辑学的研究论文即达19731篇，而以‘编辑学’为关键词检索同一时段的结果是，公开发表的编辑学研究论文6110篇……。”^④此外，该书还统计了公开出版的编辑学专著和论文集，计有263种（其中仅有2本出版于20世纪80年代前）。这样庞大的数字证明了编辑学学科在当今的迅猛发展，说该学科研究在中国绝非是一句空话。

目前，有关编辑学的研究历经了二十多年的发展，从最初的“成果比较分散，需要总结、归纳和梳理”的研究局面，已经上升到“有针对性的加以研究”的高度。^⑤其事实之一是有关编辑学的研究不再是以编辑实务为主体对象而进行的应时之举，已逐步进入“深入探讨期或称冷静思考期”。2003年以前出版的263种编辑学著作中，1991-2000年约占63.1%，共计166种，年平均16.6种；2001-2003年约占14.1%，共计37种，年平均12.3种。“一批公认有一定深度的理论著作和水平较高的分支（部门）编辑学著作，多是此时期出版的。”^⑥事实之二是有关编辑学的分支研究已经逐渐

① 姚福申：《中国编辑史》，上海：复旦大学出版社，2004年，第509页。

② 林穗芳，1929年生，广东信宜人，编审。人民出版社原国际政治编辑室主任、质量检查组组长。曾任新闻出版总署出版翻译高级职务评审委员会委员，兼任中国翻译工作者协会理事、中国出版科学研究所特约研究员、北京印刷学院兼职教授。通晓16国语言，1990年获第二届“韬奋出版奖”。

③ 林穗芳：《关于图书编辑学的性质和研究对象》，《出版发行研究》，1987年第2期。

④ 参见丛林主编：《中国编辑学研究述评》（1983-2003）一书“主编的话”，济南：齐鲁书社，2004年，第1页。

⑤ 1997年在银川召开的全国编辑学理论研讨会上，有人提出，编辑学理论研究虽有一定开展，但成果比较分散，需要总结、归纳和梳理，使之条理化，然后再分析它不足和不够的地方，进一步有针对性的加以研究。

⑥ 丛林主编：《中国编辑学研究述评》（1983-2003），济南：齐鲁书社，2004年，第22页。

地可以析离出来，如编辑史学、编辑基本原理、编辑过程与实务、部门编辑学、^① 交叉编辑学研究等等，各自已逐步明确了研究对象及任务，这对于构架和确立编辑学研究的基本框架和体系具有十分重要的意义。事实之三是编辑学科建设及其教育在许多高校已经如火如荼地开展起来，特别是1999年“新闻传播学”由二级学科提升到一级学科，对促进整个新闻传播学的发展具有里程碑的意义，编辑学虽然并未明确归属于其下二级学科，但与该学科发展的密切关系却毋庸置疑。而在国家正式的本科专业目录中，编辑出版学被列在了“新闻学与传播学”下，显然是社会文化发展对该学科人才培养有着强烈的需求所致。而这一切不可能脱离开编辑学研究本身而进行。目前各高校编辑出版学专业各具特色，异彩纷呈，从院系归属上也不尽统一，如有的将编辑出版学专业置于新闻传播院系，有的置于信息管理学院系，还有的在中文或历史院系开设。从教学特色和培养目标来看也不一致，如有的高校以培养文字编辑或平面媒体编辑人才为主，有的高校以培养出版营销或版权贸易人才为特色，也有的高校长于培养广播影视编辑、编导人才等等，从应用编辑学的角度形成了五花八门的发展局面，折射出社会编辑出版事业对各类人才培养的强烈需求，以及对高校该领域专业培养模式的框定。应该说，应用编辑教育的发展，对于该学科及其研究的发展具有积极的促进作用。

截至到目前，尽管有关编辑学、出版学之间的关系在学术界仍是争论不休，莫衷一是，但并不影响学界对编辑出版学的学科认同度。作为一门具有显著交叉特征、边缘特征的学科，从产生之日起就无法脱离开其他社会科学门类而独立存在；在人类文化的架构、编织过程中，其“缔构”^②的作用显而易见。但并非是说编辑科学就没有独立的品格存在，也不具备一般的规律可循。只不过，在漫长的人类文明历史中，编辑的作用和意义被更容易视为成果的东西掩盖了，编辑行为由于不进行原创性生产的隐性特质而遭忽略了。但在社会人文进程中，编辑的文化作用及其贡献却是存在的，也是不容忽视的。远的不说，在20世纪中国，谁能忽略陈独秀及其《新青年》对改变和推进中国现代文化的影响和作用？在中国传统文化与西方文化的碰撞、交流中，谁又能对商务印书馆、中华书局等编辑出版机构做出的巨大社会文化贡献视而不见？编辑的社会意义不仅仅是文化的把关者、缔构者，还应该是文化进步的导引者。

① 部门编辑学也称“分支编辑学”或“应用编辑学”，针对以某一学科或某一出版载体为背景的编辑活动进行研究。如以不同学科为背景的文学编辑、美术编辑、音乐编辑学；以不同载体为背景的图书编辑、报纸编辑、期刊编辑学等。

② “缔构”一词来自于王振铎1995年提出的编辑学的三个基本原理——文化缔构、符号建模、讯息传播。其中“文化缔构”把编辑活动看作是人类社会文化实践过程缔构的组成部分。详见《亚洲风物》1995年第1期刊登的王振铎《简谈编辑学三条原理》一文。

编辑学研究之所以直到 20 世纪 80 年代，伴随着我国经济上的改革开放带来的文化发展浪潮才全面开展起来，并非是“编辑”无有历史可追溯，无有“学问”可探寻，而实在是职业化的表面特征遮蔽了它的基本规律存在，而容易把它看作是“职后”教育和研究的对象，不注重基础学科建设的积累所致。随着现代社会科学门类的细化以及交叉发展，编辑行为愈发显示出它的重要性，加之社会文化媒体的迅猛发展，社会文化组织格局的剧变，对各类编辑人才的苛求，使之这一学科的确立与发展成为显在的事实。

音乐编辑学作为一般编辑学下属的建基于音乐专业背景上的分支学科，相对于同门同宗的发展来看步伐较慢，就目前而言甚至还谈不上真正地开辟出了一定的研究境地，但其存在却是必须而必要的。那么，音乐编辑学是一门什么样的学科？如何认识音乐编辑学的学科隶属？音乐编辑学研究什么样的问题？下文试做分析。

二

音乐编辑学作为一般编辑学的下属学科，要认识和界定它首先得对其上位学科有所了解 and 认识。

一般编辑学作为一门构成因素复杂、涉猎范围广博、依据的学科背景多样的研究领域，要对其作出简明而清晰的学科界定实在是一件困难的事。尽管如此，当代学者中仍有人根据自己的学科积累及研究提出了看法，如戴文葆先生在《中国大百科全书·新闻出版卷》“编辑学”条目中认为，编辑学是“研究编辑基础理论、编辑活动规律及编辑实践管理的综合性学科，属于人文科学范畴。”^① 张光忠等主编的《社会科学学科词典》中认为，编辑学是“以出版的需要和读者的阅读心理为依据，研究编辑过程和编辑工作规律的学科。”^② 孙树松等主编的《中国现代编辑学辞典》中认为：“编辑学就是研究和揭示编辑工作中的规律，阐明编辑工作在整个人类文化活动中的地位 and 作用的学问。编辑学既是出版学的一个分支，又是一门独立的综合学科。它的研

① 《中国大百科全书·新闻出版卷》（光盘版）“编辑学”条目，北京：中国大百科全书出版社，1999 年。

② 张光忠等主编：《社会科学学科词典》，北京：中国青年出版社，1990 年，第 529 页。

研究对象是作为社会主义文化现象的整个编辑活动。”^①王春林主编的《科技编辑大辞典》中认为，编辑学是“研究编辑基础理论、编辑活动规律及编辑实践管理的综合性学科，属于人文科学范畴。是一门新兴学科，有关理论体系、基本内容乃至研究对象等，正在讨论和发展之中。”^②通过相互比较不难看出，大家不约而同地都把研究编辑活动规律作为本学科研究的中心来看待，重视编辑工作与文化的关系，把该学科归于人文科学范畴。

而就具体的研究内容来看，涉及到“编辑学的理论研究”；“编辑工艺学的研究”；“编辑人才学的研究”；“编辑工作中的社会关系研究”；“编辑管理学的研究”；“不同门类出版物和精神产品的编辑工作的特殊规律研究”；“编辑史研究”；“编辑战略思想研究”等。^③尽管，在认识上也存在着不同的意见，但基本上少有超越这八个方面的，二十年来的研究也基本上是围绕着这些方面进行的。所涌现出的成果虽不能等量齐观，但证实了编辑学科研究的必要性，并且逐步框定和明确了研究范围，为学科的进一步发展奠定了基础。

按照这样的研究内容设定，音乐编辑学应归于“不同门类出版物和精神产品的编辑工作的特殊规律研究”范围，但又包含编辑活动的一般规律。音乐编辑学是以音乐出版物以及其他可公之于众的音乐活动，或者包含音乐活动的事项，包括图书、期刊、报纸、音像、广播、电视、电影、互联网为对象，而进行的揭示其编辑工作规律的研究。音乐编辑学属于交叉学科研究范畴，一方面隶属于一般编辑学研究领域，并因其特殊性而存在；另一方面隶属于音乐学研究领域，并因其边缘性而形成新的研究视野。

就一般编辑学研究领域而言，音乐编辑学遵从其普遍规律的认识与把握。诸如编辑学基本原理、编辑工艺学、编辑人才学、编辑社会学、编辑管理学、编辑史学等领域研究成果同样适用于音乐编辑学。有所不同的是，编辑对象上的差异性，是造成音乐编辑行为不同于其他编辑行为的根本性因素。音乐编辑行为的特殊性体现在“音乐”二字上，其整个编辑活动是以“音乐文化及其成果”为核心而存在的。

就音乐学研究领域而言，音乐编辑学不具有基础性特征。按照19世纪奥地利音乐学家阿德勒（G. Adler, 1855 - 1941）设定的体系音乐学的分类法则，^④无法给它找到合适的位置。但在人类音乐文明进程中，特别是伴随着记谱法的发明及运用，编辑行

① 孙树松等主编：《中国现代编辑学辞典》，哈尔滨：黑龙江人民出版社，1991年，第20页。

② 王春林主编：《科技编辑大辞典》，上海：第二军医大学出版社，2001年，第92页。

③ 张光忠等主编：《社会科学学科词典》，北京：中国青年出版社，1990年，第529页。

④ 参见俞人豪：《音乐学概论》，北京：人民音乐出版社，1997年，第13页。

为早已萌生，接下来随着近现代文化传播手段的多样化发展，编辑逐步地承担起音乐传播的重要角色。然而，就其行为的本质来看，它是建立在音乐基本理论、音乐史学、音乐美学、音乐民族学、音乐表演学等学科基础上，通过编辑的手段，有目的地将音乐诸学科成果有机地组构和展示出来，以促进和形成音乐文化的交流发展为目的，因此，音乐编辑学在音乐学学科整体建设中居于边缘位置。

而就音乐编辑学的学科交叉性质而言，在编辑过程、编辑规律、编辑行为等认识与把握上，音乐编辑活动既要遵从编辑学的一般原理，又要兼顾音乐对象的特殊形态及其表达方式，有机地区别文字文本、乐谱文本、音响音像文本、影视广播配乐复合文本^①等多种不同编辑文本存在的差异，充分把握其特殊规律，以形成对不同编辑行为的恰当揭示。

总之，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，是音乐与编辑交叉融合而形成的一项跨领域研究。其目的不是要解决音乐的基本问题，也并非是要解决编辑学的一般问题，而是要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有什么样的特性存在。音乐编辑学的形成开辟了音乐学研究新的学科交叉视阈，拓宽了编辑学研究的纵深境地。

三

既然音乐编辑学是以探究音乐编辑工作的基本规律为目的，那么，首先就要弄清楚音乐编辑的对象及其分类。依据现有的音乐文化传播条件，编辑行为能够涉足其间的包括各类出版物、文化传媒、影视制作。其中，出版物包括音乐书籍、音乐期刊、音乐报纸及普通报纸的音乐专栏、音像制品，前三种是以文字或乐谱文本为编辑对象，后一种是以音响音像文本为编辑对象。文化传媒则包括广播、电视、互联网，广播、电视主要以音响音像以及影视剧复合文本为编辑对象，互联网媒体则兼顾多种音乐文本的编辑。影视制作包括电影、电视剧，主要以音响文本为编辑对象，配合影视配乐的需要进行编辑活动。诸种不同的编辑类型可根据编辑对象的性质差别归为四种基本形态——文字类、乐谱类、音响音像类、影视广播配乐复合类。

^① 有关各文本的区别下文将有进一步论述。

文字类、乐谱类是以音乐事项为基本内涵而对文字符号、乐谱符号进行的编辑活动，其遵循一般编辑的行为法则，建立有关音乐的文字、乐谱交流的编辑主客体关系，参与音乐文化传播过程，主要在音乐文化区域内发挥或产生作用。音响音像类是以音乐作品的实际音响音像而进行的编辑活动，遵循音乐的审美评判法则，形成合乎其标准的音响音像制品，在社会文化生活和音乐专业领域发挥作用。影视广播配乐复合类不同于前两类，在对象的整体建构中音乐基本不居于主角地位，是为配合主体需要而存在的，主要指对各类影视作品、广播作品的配乐行为。尽管，在创作中音乐的造型有时候已达到无以替代的地位，但本质上仍然是从属的。因而，编辑活动尽管以音响为对象，但不同于纯粹的音乐音响音像编辑，其价值和意义是与影视广播主体紧紧地捆绑在一起的。很多时候，其“局部”（如主题曲、主题歌）或可游离于主体而发生作用，但其面貌已演变成独立的实际音乐作品而存在，这就是说在名分上虽没有和影视广播主体剥离开来，但实际的音响意义已发生了变化，社会审美所关注的已不是该局部与影视广播主体的关系，而看重的是其独立的音乐品格或美感。

音乐编辑对象的粗略分类大抵如此，但实际的运行中，特别是音响音像类和影视广播配乐复合类远要比这里所言复杂得多，各种编辑制作因素常常混杂在一起，加上现代媒体的易于变容与相互交织，实际的编辑行为已不可能那么纯粹或单一，但为了便于分析和易于把握，这里暂且以这四个基本类型来看待，观察一下在其中音乐编辑学研究主要应该关注些什么。

一、一般编辑学原理的遵从

所谓编辑原理是指在编辑行为的实施过程中，针对不同的编辑对象普遍适用的一般性原则。华中师范大学编辑学研究中心的范军曾在《编辑学原理研究概述》^①一文中，就近年来编辑学界有关“编辑学原理”的认识进行了概述性分析，其中涉及到王振铎的文化缔构、符号建模、讯息传播三原理；庞家驹的编辑优化原理；何冬梅的文化选择、有效传播、经营策划三原理；李经的中介过滤、信息整合、符号再现三原理；以及王华生的编辑选择论等。这些认识虽然并非站在一个高度上看问题，但就揭示编辑活动的本质而言，却各有其独到之处。比如王振铎提出的“文化缔构”原理，把编辑活动看作是人类社会文化实践过程缔构的组成部分，“对文化产品的生产起着引导、设计和组织等开发性的作用，对生产成品起着选择、淘汰和修正等把关作用。而对整

^① 范军：《编辑学原理研究概述》，《出版科学》，2005年第1期。

个社会的文化大厦又起着构成、审验和革新等作用。”^① 庞家驹的编辑优化原理则强调了编辑对文化价值的再创造作用，编辑的目的是“在一定约束条件下，根据明确的目标，运用一切可用的优化手段，在最佳时机，提供尽可能高质量的传播稿。”^② 而何冬梅的文化选择、有效传播与李经的中介过滤、信息整合则有着异曲同工的道理，强调了编辑的文化把门人作用。其实鲁迅先生早就说过：“选本可以借古人文章寓自己的意见……读者虽读古人书，却得到了选者之意。”^③ 其一语道出了编辑在文化选择中的关键性和重要性，暗合了编辑工作的“文化缔构”意义。

归纳来看，上述有关编辑的基本原理的认识核心是选择、优化和文化缔构。选择与优化是编辑活动的本质体现，而文化缔构则从宏观的社会文化层面给予了编辑行为一个合理的位置。音乐编辑不可能游离于这些基本原理而存在，而是在此基础上结合编辑对象的不同特点建构其有效的编辑原则的。

音乐文化成果和编辑行为是音乐编辑学的两个基本构成前提，音乐文化成果是内涵，编辑行为是手段，在编辑的基本原理遵从上，与一般编辑相比，选择、优化的方式或许有所不同，但所要达到的目的却是一致的，都是要遴选出“高质量的传播稿（或作品）”，以满足接受者的心里期待和需求。以音乐编辑工作为例，比如都是以音乐成果为编辑对象，文字类和音像类在价值判断上却各有其不同的评判标准，文字评判依据的是概念、逻辑以及思想内涵，通过阅读、思考、分析、判断来实现。音像评判依据的则是艺术审美的诸项标准或法则（如真、善、美等），通过观看、聆听、分析而做出判断。因此，音乐编辑学是在遵从编辑学一般原理的基础上，根据编辑对象的特殊性要求，选择相适应的编辑手段而获得编辑成果的。

二、编辑主客体的关系及其相互制约

有关编辑主客体的问题，在近年来的编辑学探讨中是个引人瞩目的问题。“所谓编辑主体是指具有一定编辑素质和编辑能力的从事编辑活动的人。编辑客体则是编辑主体直接或通过中介与之发生（联系）的对象，包括稿件、作者、读者、社会等外部世界。”^④ 由于编辑的主客体关系是建立在编辑工作流程的策划、选题、组稿、评审等过程中的，编辑活动是一种以生产精神产品为主要目的的实践性活动，因而，编辑主体所践行的编辑过程也就是精神性生产过程。编辑主体的作用是“要以社会需求为评价

① 范军：《编辑学原理研究概述》，《出版科学》，2005年第1期。

② 庞家驹：《关于编辑活动的优化问题》，《出版科学》，2002年第2期。

③ 转引自姚福申：《中国编辑史》（修订本），上海：复旦大学出版社，2006年，第30页。

④ 唐康：《编辑主客体的界定及其基本特性》，《锦州师范学院学报》，2001年第2期。

尺度，对稿件（或作品）的内容和形式、社会效益和经济效益等进行价值分析、评估并作出认定，使其产生最优化的社会效果，以满足人们的多种价值需要。”^①而相对来说，编辑客体在未进入编辑视野以前是无序的、甚至杂乱无章的，或许存在着潜在价值，但在尚未正式公布之前，或者说未进入流通、传播渠道，其意义是隐含的。所以说，“（编辑）客体是主体进行业务活动的工作对象，客体为主体所接受，（最终要）被主体所认同。”^②这就形成了编辑主客体的相互制约关系，一方面主体根据需要对客体有所选择、有所优化，而另一方面客体的存在与否、质量如何本身就是一种条件，制约着主体的选择与优化，更何况“主体是在一个多变的文化环节中工作的，各种文化信息作为一种客体时刻地影响着主体。”^③因此，这就要求主体在运作时既要承认客体潜在的文化价值，又要尊重客观文化现实。

音乐编辑活动尽管面对的对象不同于一般，但编辑的主客体关系却与一般编辑在本质上无区别，有所不同的是反映在编辑的选择手段和评判标准上。马国柱提出的“从哲学的角度和审美的视野来看（编辑的）主客体的关系”似乎更贴近音乐编辑的实质，尤其是音响音像类编辑，因为，就艺术的解读过程来看，任何对音乐的认识方式都应该表现为一种审美活动，编辑活动更是一种有目的的审美活动，由此，他所提出的编辑主客体应是一种“认识关系、评价关系、鉴赏关系”，^④笔者认为很适用于音乐编辑行为，但更愿意把“鉴赏关系”挪到第一位，因为，音乐的传播主体是创作与表演，曲谱或音像作为忠实的记录方式，一个是音乐符号的承载者，一个是实际表演的承载者，无有鉴赏哪来的认识、评价？因此，音乐编辑主客体的关系，合理的表述应该是：鉴赏关系、认识关系、评价关系。鉴赏关系合乎音乐审美的一般性原则，认识关系是进一步的理性把握，评价关系则直接对应编辑的选择与评判。而对于研究性音乐成果来说则略有不同，应看重认识关系和评价关系，将之等同于人文科学来看待，有益于音乐文化的深层解读和广泛交流。

需要强调的是，作为音乐编辑，最重要的是要以理解艺术创造的可贵性为基本前提，要抱有审美的求异心理和包含矛盾性的审美意识，尽量理解和遵从客体的创造，编辑加工中不破坏其风格和形式的完整，唯此，才可能全面彰显其价值。

① 唐康：《编辑主客体的界定及其基本特性》，《锦州师范学院学报》，2001年第2期。

② 马国柱：《论编辑主客体的价值关系》，《中国人民大学学报》，1997年第6期。

③ 同②。

④ 同②。