

让产业繁荣惠及更多创作者

韩新安

新大众文艺蓬勃发展,正给中国音乐带来一场深刻变革,为音乐产业提质增效、生态优化注入强劲动力,也为音乐事业高质量发展开辟空间。

互联网条件下的音乐最鲜明的特点是传播方式社交化。它重构了作品与受众的连接,让音乐不再只是“听”的艺术,而是“看+听+互动”的复合体验。老歌会通过网友的二创再次流行,新歌也可以凭借一段旋律实现影响力的裂变。比如最近走红的歌曲《目瑙纵歌》,将传统民族元素融入短视频这一现代传播方式,点击量惊人。这首歌曲以景颇族民歌为基底,用五声音阶构建朗朗上口的旋律,节奏铿锵,鲜明有力,副歌部分也极具感染力。同时,视频中保留了“锉锣”“火塘”“黑齿红唇”等颇具民族生活气息的意象,让年轻人大呼民族元素“很酷”。人们在音乐中听到了自豪、乐观和对生活的热爱,这种情感连接也是破圈的关键。

在文旅融合的背景下,传播方式社交化也将进一步拓展音乐产业版图。比如开展“跟着民歌去旅行”“非遗音乐地图”等线下活动,让音乐成为拉动消费、激活经济的新引擎,线上线下双向联动。随着科技的发展,更多普通人参与到音乐创作中,AI编曲、虚拟演出等技术帮助传统音乐突破原生载体的限制,展现更多样态。社交平台上,有人用空间音频技术还原侗族大歌的多声部合唱现场,有人通过数字人技术让古老乐舞“活”起来。新技术丰富了音乐创新的维度,它并没有替代传统,只是取代了平庸。

新大众文艺让内容供给的“金字塔基底”不断扩大,原创音乐生态前所未有地蓬勃丰富,产业发展的根基更加牢固。推动新大众文艺发展,更需要正确理解“人民性”与“艺术性”的辩证关系。代表人民不能简单等同于流量正义,算法推荐的“信息茧房”也会制造出虚假共识。真正的人民性,应当既包含大众的即时反馈,也包含对人民精神需求的深层引领。我们必须坚定,流量与艺术价值并非对立,创作者要守住创作初心,相信人们的审美成长性,在“接地气”与“提品质”之间寻找最大公约数。《黄河大合唱》当年也是大众文艺,因艺术高度而成为经典。

新大众文艺不是对专业性的消解,而是为音乐发展打开更广阔的空间。面向未来,好的音乐作品一定要平衡好大众参与和艺术品质、算法逻辑和原创价值、产业效益和创作者回报之间的关系,让产业繁荣惠及更多创作者,推动中国音乐行稳致远。(作者为中国音乐家协会原分党组书记)

原创音乐生态前所未有地蓬勃丰富



我写过一首歌,叫《嘉禾望岗》,初衷很简单——在广州打拼的日子,许多次站在人潮奔涌的地铁站,面对离别与选择,有感而发。

来到广州之前,我开过酒吧,开过货车,尝过颠沛流离的苦。后来,我揣着一把吉他和那个看似遥不可及的音乐梦想,一头扎进了这座城市,每天像个陀螺一样奔波,唯独走到嘉禾望岗站时,心里总会涌起一种特别的滋味。那个站台很奇妙,往北是飞向远方的机场,往南是踏上归途的火车站。我站在那里,看着形形色色的人:有人拖着行李箱,神色匆匆地赶飞机,有人背着包刚下火车,脸上写满了期待。

那一刻我意识到,每个普通人的故事里,或许都有一个“嘉禾望岗时刻”。留下还是离开?咬牙坚持还是另谋出路?我把这种复杂的情绪记录下来,唱给那些同样在打拼、在漂泊、在不得不“再见”的人听。也是在广州的几年,我深刻体会到,真正打动人的歌曲,是从生活里长出来的。你经历过什么,感受过什么,只要用最真实的情感和真诚的态度去写,就一定会有懂的人。相比于门槛较高的专业创作,大众音乐由大众创作,没有固定模式,就是用大家听得懂、有共鸣的方式,去记录这个时代里平凡朴素的生命故事。

生活中的喜怒哀乐就是音乐的根。比如《不如见一面》,“想见却见不到”的遗憾,人们都经历过,所以我写出来,大家就觉得“你懂我”。音乐不是用来炫技的,而是与听众的一场对话。像《三生有幸》,写夫妻间的陪伴和承诺,还有《梦底》,很多观众说初听是爱情,再听是亲情,最后照见自己,每一层都是普通人的情感投射,我只是尽力去捕捉和表达而已。

重要的是,能够传唱。新大众文艺里的音乐,应该是人人听得懂、唱得开的,无论是



“诗言志,歌咏言。”心有所感而发于声,是音乐艺术的发生学,也是数千年来中国民间音乐生生不息、蔚为大观的基本逻辑。

今天,互联网条件下新大众文艺蓬勃发展,“自己写、自己唱、唱自己”的古老梦想化作现实。普通人写一首小诗,用智能助手编曲配器,还可以请数字歌手高水平演唱……新工具新媒介让时代新声无远弗届,音乐新业态也为唱响“中国好声音”注入澎湃动能。

本版特邀音乐界人士,共话技术赋能下的音乐创作如何密切与人民、与生活的联系,推出属于这个时代的精品佳作,铸就新的艺术高峰。

——编者

旋律从土地里长出来

舒楠

过去两三年,我们能直观感受到音乐生态的变化,类型更加丰富,面貌也更有新特色。印象深刻的是,2024年我在四川省原创歌曲大赛做评委时,听到了一首儿童歌曲《明月》。当时就觉得好,无论是意象、表现力还是音乐形式,都有别于一般的儿歌,有强烈的民族特点,让人听了很振奋。点评时我说这首歌可以推荐给央视春晚,后来它以《玉盘》为名真的登上了春晚舞台,一夜之间红遍全国。这说明,形式上敢创新、精神上有特质的好音乐,最终是能穿透壁垒,抵达大众的。时代赋予创作者这样的底气。

AI(人工智能)降低了创作门槛,但要想挑战那些专业性很高的创作,它还有很长一段路要走。创作和审美是人类智慧的体现。有人说,未来的分工可能是这样的:音乐人负责审美、挑选、判断,负责智慧的结晶,而具体的技术性工作可以交给AI。确实,专业作曲家的审美判断力——知道什么是好的、什么值得留下来,难以被取代。当下是音乐变革的时代,越是这样的时代,越需要风物长宜放眼量。工业革命以前,交响乐、管弦乐的种类和曲目有限,贝多芬的音乐在当世已经算是振聋发聩了。工业革命之后,有了电,有了音箱、扩音器,摇滚乐对耳膜的冲击达到了新的量级。而现在AI可以模拟大自然的声音、宇宙的声音,甚至人类从未听过的声音。年轻人的视野比我们开阔得多,但问题也随之而来,那就是专注力的缺失。如何通百艺而精于一,如何在琳琅满目中找到自己的着力点,是摆在年轻音乐人面前的难题。

很多从美国、从欧洲留学回来的年轻音乐人,都表达了这样的共识:我们国家的民族音乐是一个巨大的宝库。去年纪念中国人民抗日战

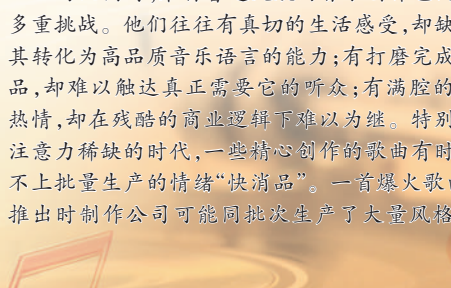
我经历过音乐行业几次大的转型。早年,听歌是要经过电台编辑、导演、音乐节目制作人筛选的,他们不选、不播,听众就听不到。到了2002年前后,互联网时代开启,听众一下子有了选择权,可以在网上自己找爱听的歌。从因为筛选而听到,变成因为喜欢而听到,这是收听权的改变。现在,AI(人工智能)来了,创作端也被解放了,它让每个人都可以写歌。以前是“听到一首歌很开心”,现在变成了“我写了一首歌,你看我多棒”,大众参与音乐的广度和深度都变了。

我自己也尝试使用AI,但有一个原则,词曲绝不用AI生成,因为它们不是音乐里最重要的主体。我一般是自己作词、作曲,让AI帮我把我想象中的旋律唱出来,听完我再修改。最近我在创作自己的第一部歌剧《最后的爱人》,类似花腔女高音的部分,AI可以轻松唱出我脑海里的样子,省去了我约专业歌手进棚录小样,反复调整、反复复录的流程,极大提高了创作效率。

有时候,我也把AI当作一面镜子。它编的曲子代表着世界上最通用的写法、最常规的套路,我就刻意避开它,换一种风格写。从创作逻辑上看,人类写音乐是从微观到宏观,用一个个音符组成旋律、和声,最后连成完整的曲子;AI



新大众文艺的一个重要特质,是创作主体的结构性变革。在音乐领域,不同于传统的艺术音乐创作、唱片工业体系下的音乐生产,来自各行各业的大众创作者最珍贵的品质便是贴近生活。他们对真实生活的感受力,以及未被工业体系“格式化”的情感表达,具有打动人的力量。“这首歌写的就是我”的深度情感连接,也吸引着大批听众。与此同时,来自普通大众的音乐创作也面临着多重挑战。他们往往有真切的生活感受,却缺乏将其转化为高品质音乐语言的能力;有打磨完成的作品,却难以触达真正需要它的听众;有满腔的创作热情,却在残酷的商业逻辑下难以以为继。特别是在注意力稀缺的时代,一些精心创作的歌曲有时竟比不上批量生产的情绪“快消品”。一首爆款歌曲,其推出时制作公司可能回批次生产了大量风格相同



则是从宏观入手,根据用户给的要求分析频谱,生成一种“氛围”。它到不了微观,到不了音符,常常是“糊”在一起。一首好听的歌曲一定有干净的音色,人声的呼吸和咬字之间有天然的“瑕疵”,但AI目前还没有达到这一标准。

上世纪90年代,一年发行量不过几十张唱片,几百首新歌,能被大家记住的也就二三十首。而今,新歌的数量爆炸性地增长,但被大家记住的,并不会增长太多,因为音乐的本质没有改变——用音符去感动人,而感动的前提是创作者自己得真诚。剖析那些被大家记住的流行歌曲就会发现,首先是感动了创作者自己,然后才能感动别人,让更多人从中找到共鸣。

当然,艺术有纵向与纵向两种价值:横向上,一首歌推出后有多少人喜欢;纵向上,几十年、上百年之后,还有没有人喜欢。莫扎特生活的时代,也许有人比他“火”,但几百年过去了,那些人的名字消失了,莫扎特还在。倘若想要纵向价值,那就要有自觉的审美追求,并且对自己的审美负责,而不是轻易妥协。

如今,技术赋能之下,有更多普通人出于热爱参与到音乐创作中来,这是好事。参与的人越多,方向越多元,才会簇拥着优秀作品出现。听众也在成长,他们的艺术素养、审美水平提升得非常快,音乐市场在持续迭代。更何况,从更开阔的视野来看,华语音乐的潜力还远远没有开发殆尽。比如,音乐本身依托于语言文化,不同地方的语音语调会形成不同的音乐特色,这方面的音乐创作就还有很大空间,亟须更新鲜、更有活力的作品。

对于越来越多进入音乐领域的年轻人,我想说:天赋、学习、练习,缺一不可。而且还要分清,你追求的是音乐本身的感动,还是音乐带来的名利。做音乐和当明星、当网红是两回事。做音乐最终要靠作品说话,用作品记录我们时代一颗颗真诚的心灵。(作者为音乐制作人,胡妍妍、朱婧采访整理)

守护创作的初心

张萌

的作品,凭借“走量”的营销策略,仅仅一首歌走红的收益就可以覆盖其他歌曲的成本。内容的冗余,导致真正走心的作品“能见度”降低。

在音乐传播接受过程中,唯数据论的评价标准盛行,值得我们警惕。大多数平台的扶持体系都以播放量、粉丝增长、互动数据为关键指标,这套看似“数据面前人人平等”的规则,让创作者被迫把精力投向运营、人设包装与流量博弈,那些沉下心来深耕内容的人,反而被边缘化。另外,人工智能的无门槛创作,也会加剧音乐产品的同质化,消解音乐

中最珍贵的个体生命内核。通过近几年的流行歌曲榜单就可以看出,风格雷同的作品不少。我们要清醒地看到,无论技术多么先进,音乐的情感内核与艺术判断都应该牢牢掌握在创作者手中。我们需要为优质创作提供更好的生长条件和更多被听见的机会,让创作者有获得感,有持续书写真实的、有个性的、源于自己生命经验的音乐的功力。尊重差异、保护原创,才有健康的音乐生态。我们不能用生产“洗脑神曲”的逻辑去培育大众音乐,也不能将“破圈”“爆款”作为唯一的追求。唯有回归创作的真诚,用技术解决专业的障碍,用纯粹守护创作的初心,才能让大众创造的种子破土而出,最终成长为能够代表当代中国艺术高度的文化景观。(作者为中国文联音乐艺术中心副主任)

歌曲是音乐门类中最接近大众的一种形式,从创作、表演到传播以及社会接受都是如此。近年来,总能听到人们抱怨,每天听世的歌曲成千上万,但好歌太少了。我在20年前就说过,“中国歌坛从来不缺好嗓子,缺的是好作品。”时至今日,好作品仍然是检验音乐生态的根本标准。

好歌不会凭空而来,它深植于人民、孕育于时代。回看历史,最早的音乐就来自民间的自发性创作。鲁迅先生曾生动地说:“假如那时大家拈木头,都觉得吃力了,却想不到发表,其中有一个叫道‘杭育杭育’,那么,这就是创作。”这揭示了艺术最朴素的本质:源于民间、生于劳动、发自心声。上世纪30年代民族危亡之际,全国涌现出两三千首抗战救亡的歌曲,不仅有聂耳、冼星海等专业音乐家的创作,更有大量教师、学生、军人等非专业人士所写,《没有共产党就没有新中国》《松花江上》《大刀进行曲》等作品成为经典并传唱至今。同一时代,音乐人王洛宾采集了民歌,通过歌词的译配和曲调的加工,创作了《在那遥远的地方》《青春舞曲》《达坂城的姑娘》等一大批优秀的民族歌曲。上世纪五六十年代的《革命歌曲大家唱》等歌集,同样可以看到当时历史背景下的广大心声。80年代的“西北风”,90年代的“新生代”歌潮,也显示出改革开放时期大众歌曲的优秀成果。历史反复证明:好歌从来都是时代之声、人民之歌。

在自媒体时代,创作发表的门槛进一步降低,加上技术的快速迭代,新歌曲产成为常态。好作品越来越少吗?并非如此,但目前的市场占比少却是事实,其主要原因是追逐流量的商业逻辑深度介入,加之高标准的评价体系相对弱化。

音乐生态的变迁是必然的,但培养却是需要“反哺”,需要走向有序的。事实上,我们可以看到近年来音乐领域很多积极的动态:音乐知识产权保护的力度显著加强,中华民族音乐文化资源得到有效挖掘,用国际化手段制作“中国风”音乐已经成为越来越多年轻人的共识……凡此种种,我们没必要妄自尊菲,也不能固步自封。

40年前,献给国际和平年的《让世界充满爱》百名歌星演唱会,宣告了中国当代大众音乐的崛起。40年后,新星出现了,新人诞生了,新锐力量成长了,我们有理由相信“明天会更好”。

(作者为《人民音乐》杂志原主编)



图①:舒楠作曲的歌曲《天海一心》MV剧照。图②③:由中央宣传部文艺局、中国音乐家协会等主办的“听见中国听见你”中国原创音乐盛典演出现场和海报。图④:小柯制作的音乐剧《深处》剧照。图⑤:歌唱演员海来阿木演出照片。

以上均为资料图片