

文化观察

据腾讯音乐数据研究院日前发布的《2021 华语数字音乐年度白皮书》显示,2021 年度发布的华语新歌数量达到了 114.5 万,同比增长了 53.1%。这一速度意味着平均每 27 秒就会诞生一首新歌。

尽管新歌产量激增,不少网友却忍不住感慨,“好听的歌曲太少,能让人记住的歌曲更是不多。”

记者调查发现,随着数字音乐平台和短视频平台的发展,音乐的需求量越来越大,音乐创作上的短平快现象愈发严重——有业内人士透露,在一些专业的音乐创作软件帮助下,公式化流水线作曲快的话可能几分钟便能成型,十几分钟出一首歌也不是个例。业内认为:一方面是华语歌曲的生产力不断增强;另一方面在流量和爆款的推动下,作品同质化现象严重,甚至一味追求速度,不乏拼凑之作和流水线作品。

流量为王 爆款来时忙跟风

不仅是 2021 年度发布的华语新歌数量首度超过百万,据《2021 华语数字音乐年度白皮书》显示,音乐创作者的规模也在不断扩大,2021 年增速远超 2020 年同期,参与新歌创作的词、曲创作者均突破 10 万。无论从新歌数量还是创作人数来说都是前所未有的高涨。然而很多网友仍然觉得印象深刻的没有几首歌。

“选择多了未必是好事。就像给你三双鞋,你就会知道出门穿哪双。但如果你拥有 200 双鞋,可能也就挑不过来了。”作曲家杨青一语道出了大家印象不深的原因。

除了选择多之外,不少业内人士认为好作品并没有随着歌曲总体数量的增加而同步增长,出现了大量的平庸,甚至是拼凑之作。“毫无疑问现在大家都在追求流量。”作曲家邹航认为,这种情况下跟风现象比比皆是,“当一首歌火了之后,大家就会一窝蜂全往这一个方向走,都想着一窝蜂全往这一个方向走,都想着一窝蜂全往这一个方向走,都想着一窝蜂全往这一个方向走。”

为了在各大数字音乐平台和短视频平台上能火,易于传唱成为了一个重要标准。邹航说,“现在有个趋势是,歌曲尽可能不要过长,节奏越简单越好,易于传唱。歌曲短了之后,技术含量无疑也就下降了。”

好歌献给你, “快歌”献给谁?



传唱多年的经典老歌:《红楼梦》主题曲《枉凝眉》

自媒体兴起 作曲从业门槛被拉低

实际上,创作一部优秀的音乐作品需要很多考量。“想要和别人做的不一样,必须要思考更多。”邹航认为,流行歌曲的结构并不复杂,是有其规律可循的,但是写中文歌曲却要考虑到文字的特殊性,“我们中文有四声,所以在写歌的时候,音乐也要随着音调进行调整。要处理好中文四声的关系,又要考虑旋律的通顺,甚至是整首歌曲的风格。这都需要花工夫去琢磨。”

业内普遍认为,相较宏大的交响乐,流行歌曲的结构并不复杂,且有套路可循。随着自媒体的兴起,音乐创作一味追求短平快,伴奏稍微一改,旋律稍微换一换就量产了。

不仅如此,随着数字音乐更加深入,音乐创作的成本也在降低。邹航解释,有些人就在家买一套不那么专业的设备也可以完成作曲甚至是混录。“反正网络上传都会压缩,不需要追求太好的音质,所以可能这样也可以蒙混过关。此外,有些平台缺乏专业的、标准化的要求和审核,导致粗制滥造的作品得以问世。”还有,随着 AI 作曲等智能化作曲的发展,有些软件甚至可以帮助大家随时随地记录灵感,甚至让没有太多音乐专业素养的人也能够利用这些软件成为“作曲家”。

业内困惑多 付出与传播度不一定成正比

让业内人士担忧的不仅是粗制滥造的流水线现象,还有可能带来劣币驱逐良币的事实。“在伴奏上我们用一把吉他、一架钢琴可以,用管弦乐团也可以,但这中间的差别就太大了。”杨青认为,从音乐创作到编曲,再到录音,每一个细节的差别都会直接影响到最后呈现的效果,因此精良的音乐作品需要花很多时间和工夫,而不是量产能完成的。

但让业内人士感到无奈的是,那些精耕细作的付出未必与传播度成正比。“现在大环境如此,大家经不起流量的洗脑,洗多了大家可能也就记住了。你可能会花很长时间去打磨一个精品,在录音等方面更考究,但是传播度跟流量相比不一定是一个量级。”杨青认为,音乐创作本质上算是服务产业,“作为作曲家要看你服务的是什么客户。如果认准的是市场,那么就要稍微放下自己在艺术上的执念;如果更看重艺术质量,就不要在流量和物质上太在意。归根到底是个人选择的问题。当然,如果两者兼顾则是非常幸运的。”

思考:对待音乐创作不能一刀切

诚然,评判一首歌的好坏,不能简单地以创作时间的长短作为标准。音乐史上,有时间打磨出来的经典,比如歌曲《红梅赞》总共八易其稿,修改了二十多次;王立平为央视版《红楼梦》作曲 13 首,历时整整四年。与此同时,也有不少灵感乍现时的得意之作,比如周巍峙为《中国人民志愿军战歌》谱曲,仅半小时左右;黄霑写《上海滩》,只用了 20 多分钟;周杰伦为《亲爱的那不是爱情》谱曲,不到 10 分钟;叶佳修写《外婆的澎湖湾》仅仅用了 10 分钟。但这些作品之所以能成为经典、能流传,是因为尽管创作时间可能很短,却有特色,绝不雷同,而且有着词曲作者深厚的积淀作为背书,而不是仅仅依靠作曲软件谱就。

作曲家杨青也说,对待音乐创作不能一刀切,不能只是简单地用快与慢、简单与复杂来评判好坏。“业界对于《小苹果》这类歌曲的评价褒贬不一,但是我认为它的商业价值是非常巨大的。”杨青认为,从创作的角度讲,爆款之所以成为爆款,并不是毫无道理的。首先歌曲必须好听,传唱度高;其次,它一定是符合大家当下的心理需求,大体上满足大部分人的审美喜好。

最近,湖南卫视播出的音乐综艺《声生不息》选择了一首老歌《好歌献给你》作为推广曲。这首 1979 年即发行的歌曲,迄今已有 43 年的历史,依旧有着生生不息的生命力。

对于市场上充斥着的大量粗制滥造的流水线作品,业内认为不是一天两天就可以扭转局面的。但他们也提醒,“快歌”虽能一时讨巧,并不能一劳永逸。首先,仅依靠一两首爆款生存不是长久之计,无论歌手、创作者还是公司都希望能有源源不断的、真正让大家记得住的优质作品。要做到这点,不能仅凭运气,根本的是实力说话。其次,随着 AI 的兴起,这些流水线产品恐怕是最先被取代的。再者,随着美育教育的普及,随着大家欣赏水平的提高,对美会有真正的认识和判断。在这种情况下,粗制滥造的“快歌”将越来越没有市场。

(据《北京青年报》)