

第一现场

国风音乐：从小众娱乐到强存在感

□刘怡君

典雅、唯美、诗意、如画……近年来，国风音乐渐渐走红，吸引越来越多的年轻人，从小众音乐走出了强存在感。作为一种由现代与古典曲风融合而成的新音乐类型，国风音乐在作词、编曲、旋律、配器等方面都带有浓郁的中华优秀传统文化气息，是传统文化与新时代年轻用户群体之间关系的媒介和桥梁，不仅加深了大众对传统文化的兴趣，还让当下青年找到民族文化认同。本报邀请咪咕音乐人刘怡君，请她从专业角度谈谈国风音乐在网络时代的发展情况，以及国风音乐在传承中华优秀传统文化、增强青年文化自信方面发挥的积极作用。

——编者



本文作者刘怡君现场演唱国风歌曲

随着互联网技术的兴起，国风音乐作为一种年轻的音乐形式快速发展、日渐繁荣，不仅促进了短视频时代的音乐传播，也加深了广大青年对中华优秀传统文化的认同和传承。

国风音乐与中华优秀传统文化的结合

国风音乐诞生于互联网时代，由曾被称为古风歌曲的小众音乐发展而来。其特征有四：一是歌词半文半白、意境典雅，常有化用典故的情况；二是谱曲上带有传统的“宫商角徵羽”五声音阶色彩；三是编曲中往往包含琵琶、古筝、太鼓等传统民乐编排；四是高频出现传统戏曲唱腔的点缀。古风歌曲创作者在互联网时代通过自己谱曲、作词、编曲、录混，完成古风歌曲在多个网络平台的聚集性传播，并在形成一定影响力后，通过吸收流行乐、民谣、说唱等音乐类型的特征，在短视频的加持下完成自身蜕变发展，曲风更加多样，外延更加宽泛。

事实上，大众对于“宫商角徵羽”的五声音阶编排并无专业层面的理解，但对于编曲中的中国传统乐器、歌词中的传统意象及文化元素、传统戏曲唱腔的点缀则有较为清晰和突出的感知。在编曲上，当下国风音乐逐渐与现代多种音乐风格进行融合，乐器编排更加包容丰富，在与西方乐器的对比中传统乐器的存在感更加突出，能够作为一种传统文化符号被听众捕捉，如音乐人葛东琪红极一时的国风歌曲《兰》将唢呐在编曲中的灵魂作用高度突出，形成富有冲击力的听觉印象和震撼感受。

在歌词上，国风音乐使用了任何外来文化都不具备、诞生于传统文化的高辨识度表达。一方面普遍存在古典诗词的特有语汇，或是运用中华优秀传统文化里特有的古典意象及意境描写，如“塞北”“红酥手”“离愁”等，或是模仿古诗词结构进行歌词创作如“一梦黄粱一壶酒，一身白衣一生裁”（河图的《白衣》），或是将古诗词、文言文同现代白话文结合使用，如“位卑未敢忘忧国，哪怕无人知我”（HITA的《赤伶》）。另一方面常使用典故化用、引经据典的手法，在歌词创作中嵌入名人故事或典故传说，如“待力拔山河兮，乃西楚霸王也”（EDIQ的《千秋月别西楚将》），“你说得意须尽欢，待沽酒长歌绘人间”（河图的《长安李白》）。

在演唱上，国风音乐越来越常规、密集地加入京剧、越剧、黄梅戏等传统戏曲唱腔。小部分存在直接引用或化用，如樊宁的《墙头马上》以同名昆曲片段开场；更多的是全新创作，但在唱法上使用戏曲唱腔，如Aki阿杰在《牵丝戏》中加入京剧唱腔，winky诗在《声声醉花阴》中加入越剧唱腔等。

国风音乐正成为当代青年打开传统文化的新方式，体现了大众在日积月累中形成的传统审美范式，是对中国特色审美文化的传承，并在音乐形态的发展变化中为传统文化语汇赋能。

国风音乐的内容生产和消费变化

依托于互联网的快速发展，原创音乐人群体不断发展壮大，短视频平台逐渐成为音乐传播的主要阵地。国风音乐的内容生产与消费彼此促进，进一步提升了国风音乐的市场占有率与影响力。

一是国风音乐生产的去精英化。不同于唱片时代，在互联网时代各类工具及社群的帮助下，如今原创音乐创作门槛降低，已经进入平民化的全民创作时代。大量年轻的“草根音乐人”“卧室音乐人”涌现，各音乐平台音乐人总数已超过100万。“90后”“00后”创作者迅速增长，屡创佳绩，如腾讯音乐人开放平台的“00后”创作者占比超三成，同比增长50%，正成为华语乐坛未来的主要力量。

梳理近年来部分具备高收听量、评论过万的代表性国风音乐作品，有2018年发行的《赤伶》《浪人琵琶》，2019年发行的《下山》《初见》。2020年属于国风音乐爆发性“出圈”的一年，耳熟能详的作品有《兰》《芒种》《踏山河》《伯虎说》《云与海》《燕无歇》，2021年发行的《半生雪》《孤城》，2022年发行的《赐我》《离人赋》，今年的《三拜红尘凉》……由此可见，每年都有相当数量的音乐人自发投入国风音乐创作，而国风音乐作品成为各音乐平台榜单的热门，也进一步推动音乐人的国风音乐创作生产。“90后”“00后”音乐人已成为国风音乐生产主力，同时爆款国风歌曲背后的音乐人绝大多数是来自民间的自由音乐人，且呈现多点分散、遍地开花的状态。主流唱片工业中受到行业训练与认可的专业词曲人、歌手、制作人等反而不再是国风音乐作品生产与获取影响力的关键要素。

二是国风音乐的多元传播及消费。随着短视频在国内的兴起与快速发展，高关注度的短视频账号成为网络传播的流量节点。而音乐作为短视频的重要元素，出于音视频融合的用户体验需求得到短视频平台的重视，短视频平台也大力扶持入驻音乐人。在此趋势下，同一个背景音乐往往应用于音乐类、颜值类、换装类、萌宠类、影视类、新闻类等不同类型的短视频账号，从而适配短视频的多元内容、依托短视频平台的裂变式、交互式、碎片化传播机制得到迅速推广。而国风音乐作为背景音乐的短视频，由于自由创作空间广阔、流行元素和传统元素融合创新、地方戏曲元素极具特色等原因，得到青年群体广泛关注。优秀的短视频在保证传统音乐文化内涵的同时，又融入时尚流行的元素，打造出更具活力且趣味性强的传统音乐新形象。传统音乐文化短视频传播以更符合年轻人喜欢的形式出现，让更多的年轻人领略到传统音乐的魅力，并吸纳了许多因此对传统音乐感兴趣的新鲜力量加入。

如今，短视频平台正成为爆款音乐产生的新阵地。音乐平台为适应短视频背景音乐被用户大量关注的现实、提高用

户使用体验，往往会单独设置短视频音乐主题的榜单，如QQ音乐的抖音排行榜、网易云音乐的网络热歌榜、咪咕音乐的网络榜等，同时通过抖音热门歌单、将短视频平台热门歌曲加入自动搜索列表等形式开展音乐运营，进一步促进了音乐的聚集传播。而国风音乐作为通过短视频平台得到快速发展的音乐类型，常出现在相关榜单、歌单中。国风热歌歌单的播放量常在1亿级以上，国风音乐在各大数字音乐平台榜单中也时常名列前茅。

此外，各类古装剧、玄幻剧、动漫作品凭借高口碑的爆红“出圈”，也推动了国风音乐的大众化发展，大量年轻用户开始接触、了解和收听国风音乐，国风音乐日渐受到广泛关注。

经过十多年的发展，国风音乐在各大数字音乐平台的上传、收听和下载热度已相当可观，市场占有率得到快速提升。近年来，我国音乐产业消费结构持续年轻化，“90后”“00后”成为音乐消费主力军。当代年轻人满怀文化自信，他们热爱传统文化，喜欢有民族辨识度又带有鲜明时代气息的音乐。据行业报告显示，在2020年华语音乐用户听歌风格偏好上，中国风音乐占市场份额的40.9%。国风音乐得到市场认可，进一步推动了国风音乐的创作生产，形成国风音乐的良性发展态势。

国风音乐背后的民族文化认同

随着互联网时代的发展，古风歌曲实现“古风”向“国风”的转变。曲风命名改换的背后，也是影响力的突飞猛进。在中国经济强劲发展、国家综合实力持续提升的今天，中国青年的民族自豪感极大增强，更加因国家的文化底蕴而骄傲，国风音乐作为文化自信的一种表现迅速蔓延开来，如由“90后”青年音乐人陈柯宇创作的国风音乐《生僻字》将中国汉字几千年的故事以朗朗上口的方式娓娓道来。由此，国风音乐的生产与传播不仅仅是一种商品性消费，更是国家文化自信增强的体现。

国风音乐是中国传统文化的发展和延续，是顺应互联网时代短视频兴起、原创音乐发展而诞生的对传统文化演变继承的新表现形式，是传统文化与新时代年轻用户群体之间关系的媒介和桥梁。优秀的国风音乐作品可以提高大众对传统文化的认识和了解，加深大众对传统文化的兴趣，让个体在对自身文化的识别中找到归属，强化对传统文化的认同。

国风音乐收听用户以青年群体为主，因此，应该借助优质的国风内容，以具有文学性和民族特色的国风歌词及旋律，有效丰富青年的言语积累、增强青年的审美能力，潜移默化帮助青年人形成正确的文化认同，引导青年人传承中华优秀传统文化。国风音乐也在持续完成自我更新与进化，吸纳世界多元音乐风格中的优秀元素，展现青年人的“新”气象，以音乐文化的创新谱写当代中国的时代华章，进一步承担起传播、推广中华优秀传统文化的历史责任。

短评

随着乡村振兴战略的深入推进，各大网络平台涌现了一批以“三农”入题的网络文艺节目。这些节目不仅以颇具新意的内容全面呈现了“三农”的发展新貌，更打破了大众对“三农”领域的刻板认知，将活跃在互联网上的流量转化为助力其高质量发展的有效增量。此前，一档劳动纪实节目《种地吧》成功出圈，通过慢综艺形态让观众深度领略了亲身耕种、亲自收获的劳动之美。而其推出的衍生节目《你好，种地少年》在近日播出后，同样凭借独特的环节设置和年轻视角延续了此前的热度和口碑。这档极具青春语态的节目进一步拉近了当代年轻人与“三农”的距离，既让他们看到了现代化发展的新农村和高科技加持的新农业，又号召其向“三农”领域投以更多的情感和关注，并通过实际行动展现出新一代人的责任担当。

实际上，源远流长的农耕文化承载着中华文明的基因密码，但时代的发展进步和面向现代化的社会转型，却造成了大众尤其是年轻一代与农耕知识和农业生产生活之间的疏离。定位为农业游学纪实类节目的《你好，种地少年》，力求通过“真实记录”的纪实风格和“亲身实践”的游学模式，真正将镜头探入田间地头，用别具一格的青春语态打破这种陌生感。节目邀请观众代入10位“种地少年”的年轻视角，走入乡土之间、参与农业实践、领略农耕文化。少年们陆续到访山东、河北、河南、山西、内蒙古等全国各具代表性的农业生产基地，在与当地新农人的互动和亲身实践中不断储备农业知识、增长农学见识。在江苏盱眙，他们考察当地独创的虾稻共生养殖模式，学习农业和渔业之间如何有效盘活资源、实现互利共赢。在山东乳山的生蚝养殖基地，他们参与了养殖生蚝的打捞与拆分过程，并深入了解生蚝自动化分拣、净化等技术全产业链流程，见证了智慧型现代化科技对农业生产的强大助力。

《你好，种地少年》对于“三农”的呈现没有流于标签化的展示，而是持续向内、向深处寻找蕴藏在“三农”中的时代精神。正因为如此，“种地少年”们在带领观众开拓“三农”视界的同时，还坚持发掘扎根在中国大地的农人精神，并将其融入游学过程的农业实践之中，从而让节目有了更为坚实的价值着陆点。身处山东章丘的葱田，少年们追寻这片土地曾产出打破吉尼斯世界纪录的大葱的故事，从当地农人的辛勤日常中汲取“把一件事做到极致”的躬耕精神。在章丘的铁匠铺子里，传统技艺的精妙让他们惊叹不已，通过亲手参与铁锅锤制，传承一口铁锅承载的匠人精神。在内蒙古呼和浩特和农丰收节上，他们流连于目不暇接的丰收硕果，深刻感受土地的伟大和神奇，以及新时代农人敢闯敢干、与时俱进的力量。

从展现火热奔腾的“三农”事业，到传递感人至深的农人精神，《你好，种地少年》用10位少年的青春视角勾勒出中国式现代化下的“三农”新貌，从而释放出强大的现实感召力和带动力。其展现的“三农”发展成果，也将吸引并推动广大青年关注并亲身参与“三农”建设，投身乡村大地、助力乡村振兴，实现“三农”发展与青年进步的强大共振。

（作者系中国人民大学视听传播研究中心研究员）



《你好，种地少年》海报

与人民同行 与文学同行 与读者同行

订阅《人民文学》 体验心灵相通

具有辉煌历史的《人民文学》 中国原创文学的权威载体

中国作家协会主管 中国作家协会出版集团主办 综合性文学月刊

每期定价：20.00元 全年定价：240.00元

全国各地邮局订阅 邮发代号：2-4

地址：北京市朝阳区农展馆南里10号楼 100125 电话：010-65030264 65003876

每月二十元 饱览中国文学原创精品

扫码订阅 人民文学公众号 人民文学微店

北京文学 期刊中心

北京文学 1950

每册20元 全年240元

《北京文学》（精彩阅读）邮发代号：2-85 《北京文学·中篇小说月报》邮发代号：82-106

地址：北京前门西大街95号北京文学期刊中心（100031） 电话：010-66031108