

一种趋势

年轻古典乐迷越来越多

古典音乐被很多人认为是“高冷、过时”的,但事实上,这种刻板印象已经被数据打破。古典乐的受众正在年轻化。据英国唱片协会、音乐流媒体平台Deezer联合皇家爱乐乐团发布的报告《古典乐复兴在2020》,得出的数据结论是18—25岁的年轻人占全世界古典乐迷的三分之一(34%)。

国内的古典音乐受众在年轻化方面也与国际接轨。作为中国最大的古典音乐授权服务商,库客音乐总裁、拿索斯中国首席执行官孙嘉谣表示,目前古典音乐逐步形成了以年轻人为主的用户群体,库客音乐的用户画像随着大环境在不断年轻化,18岁到35岁的用户在库客音乐的视频号中占90%。

一批年轻的古典音乐艺术家借助短视频和社交媒体平台成长起来,获得了更多的发展机会。比如在B站这个年轻人的地盘上,不少古典音乐UP主收获了大量粉丝,2021年2月,B站“古典音乐”频道,有10.4万个视频,3.1亿次的观看量。截至目前,有27.2万个视频,10亿次的观看量,两年时间,这组数据增加了两倍以上。2022百大UP主、知名音乐UP主“尔东和小明”是青年作曲家刘尔东与青年小提琴演奏家易经明的账号,两人是中央音乐学院同学,毕业后按理是进入乐团做乐手或者成为音乐教师,但两人觉得“传统的音乐职业路径比较难以发挥演奏者的个人优势”。2020年11月,尔东和小明选择成为UP主,当时B站上古典音乐家不是特别多,古典音乐也不是特别主流,他们制作第一个视频《甄嬛传》红颜劫》时,粉丝只有500人。2021年1月,两人发布了复刻动画片《猫和老鼠》古典音乐的视频,这个“厚积薄发”的作品成了爆款,播放量突破百万,获得了一大批的专业认可。2021年,上海交响乐团邀请尔东和小明参与音乐节演出。两个年轻演奏者,与一个权威乐团合作,“这在之前几乎是不可想象的。”

4月28日,大提琴家王健阔别三年归国首秀的音乐会将举行,一票难求。看交响乐在西方属于习惯性消费,对音乐家而言,这种消费惯性当然是好事,但让王健更为珍惜的,是国内观众的“选择性消费”。“中国是古典乐年轻观众最多的地方,人们自主选择走入音乐厅,感受古典乐带来的心灵悸动,这更能体现音乐对他们的影响。”在孙嘉谣看来,古典音乐市场在西方的发展已经相对饱和,“而中国正处于起步阶段,有很大的发展空间,如今越来越多在国外音乐学院接受古典音乐教育的中国年轻艺术家回国发展。”



乐团盛大开幕

指挥大师执棒耶夫执棒国家大剧院首演

图据国家大剧院

记者:去年3、4月间,社交媒体推出了“了不起的古典乐”计划,你作为单簧管演奏家,与钢琴家陈萨、大提琴演奏家秦立巍、小提琴演奏家宁峰,以及中国爱乐乐团等一流演奏家与乐团入驻。科普古典乐常识、推荐古典乐现场、演奏喜欢的古典音乐曲目。一年过去了,你有哪些感想可以与我们分享呢?

王弢:我最近看到有越来越多的古典音乐家,都人驻到了不同的平台。在新媒体不可逆的趋势下,每个人都可以拥有自己的舞台,也意味着个性时代的到来。

以前演奏一些作品,你可能需要有场地、时间、有经纪公司帮你运营,还要有稳定的演出频率和很高的演出水平,甚至要有比赛获奖,你才有机会去向大众展示自己的音乐,但现在不管知名与否、成功与否,都可以全面开花。

对我来说,我反而更想分享的是生活,一个从事古典音乐工作的人怎样生活。因为我的音乐已经在舞台上呈现给大家了,在社交媒体上我就侧重于把音乐和生活作为两条轨道并行呈现。我认为一个音乐家的生活,有时候比一个音乐家呈现出的音乐更有趣,因为通过学音乐改变了一个人对生活的理解,这样的分享也许会给人更多的启迪:哦,原来学音乐的人可以这样去看世界,学音乐的人是怎样去对待生活的。

记者:有评论家认为,我们谈一个新生歌手,也许只有少数人知道,但谈莫扎特、贝多芬,所有人都知道。这是不是可以理解古典音乐更容易去推广,更容易被接受,我们在谈论古典音乐该如何破圈时,其实古典音乐早就破圈了?

王弢:不能这样看。就像我们都知道亚里士多德、孔子,但不是每个人都懂哲学,每

3月30日至4月30日,国家大剧院第八届“中国交响乐之春”盛大归来。这场“中国交响乐盛会”上,包括成都交响乐团“交响套曲《成都》主题音乐会”在内的16支国内乐团持续上演21场演出,让观众更加全面且多维度地感受古典乐之灿烂、春之场景。

4月24日,成都城市交响乐团2023音乐季首场惠民音乐会——“经典电影原声音乐会”1300余张票全部售罄,演出形式、交响乐与流行音乐彼此做加法,带来了奇妙的和谐。

由大提琴家王弢、古典音乐家易经明内容:越来越多,入门教程、精选推荐、心得分享……,也有更多的人在短视频内容创作中将古典音乐选为BGM(背景音乐)。新媒体浪潮下,古典音乐在世界范围内受到了新的关注,给古典音乐版权资产变现带来了新的增长点。尤其是年轻的Z世代,在为古典乐的面貌制造着新的可能性。我们讨论古典乐迎来风口的同时,也在进一步思考:什么样的音乐情感共鸣才是当代年轻人所感兴趣的?在东方审美崛起、东西方文化融合的今天,这样的情感内核如何通过现代化的音乐审美体现出来呢?

新媒体浪潮下



小提琴演奏家时震宇在全球第二座数字艺术美术馆无界美术馆空间内,演绎德彪西、维瓦尔德等作曲大师之作,成为观众的新体验

图据上海交响乐团

双向奔赴 古典音乐有极强的用户黏性

新媒体技术和视频平台为古典音乐的传播提供了新机遇,传播的方式颇为多样化。

让我们把时间拉回到2019年,B站以交响乐为底色的跨年晚会大获成功,正式开启交响乐搭配经典影漫游IP跨界联动之路。去年12月31日,B站的交响乐跨年晚会延续着热度——古典音乐与60个影漫游IP梦幻联动,流行音乐的节奏、和声、音色被“二创”进古典音乐中,古典音乐肩负起了更多的情感表达。去年春天,小红书推出“了不起的古典乐”计划,用户在这个话题下可以学习古典音乐、曲目等常识,众多一流演奏家与乐团也纷纷入驻。比如钢琴家陈萨在社交媒体上搜索过自己的名字,发现有不少粉丝晒出了她最近音乐会的门票,她很感动,很快就决定在平台分享音乐日常。对于喜欢古典音乐的用户来说,他们一旦在社交媒体找到志同道合的一群人后“黏性极强”,成为生活中不可分割的一部分。

在音频方面,QQ音乐也为古典音乐的传播提供了新场景。依托关注古典音乐的数百万规模的DAU(日活跃用户),2022年,QQ音乐集中策划了“3·8古典女性音乐家主题策划:听见

她的声音”“5·1致敬劳模作曲家”“6·1那些藏在动画片中的古典音乐”等系列活动。如今,在QQ音乐的“艺术家”ID页面,我们会发现贝多芬、莫扎特、巴赫的粉丝总数已超过200万,远远高于一些偶像明星。

在国外,TikTok同样成为一批古典音乐家和乐团的新舞台,古典音乐的月收听量达到了115亿次。总部位于瑞典的免版权原声音乐提供商Epidemic Sound最近发布了一份《互联网之声报告》。报告显示,过去一年全球古典音乐的使用量增长了90%,古典音乐在YouTube上正在得到内容创作者的青睐,到2022年,古典音乐已成为内容创作者使用量增长最快的音乐流派。

一个风口 新渠道赋予更多变现可能

如今在音乐流媒体平台付费购买高品质的古典音乐产品,已经成为很多网友的习惯。在古典音乐这条赛道上,国内领先的古典音乐服务平台库客音乐,拥有包括拿索斯在内的全球900多家唱片公司的音乐版权,建立起庞大的古典音乐内容库,约300万首音乐曲目涵盖了超过9.5万名音乐家,超过2000种乐器和200多个国家和地区,向国内800多所大学、图书馆和其他机构提供订阅服务。音乐版权授权是库客音乐的收入核心,库客音乐总裁孙嘉谣表示:“库客音乐一直在扩大古典音乐的内容资产,从上市以来,我们的机构订阅客户每个季度都在增加。”

如今古典音乐的新兴应用场景逐渐增多,如广告的背景音乐、游戏音乐、短视频的配乐等。而人工智能、5G、AR/VR等技术不断更新迭代,也赋予古典音乐资产更多变现可能,这一赛道正在成为风口。第16届贝多芬国际钢琴比赛决赛在维也纳金色大厅举行之际,库客音乐把这场决赛的影像在成都等中国5个城市的卢米埃影城放映,几乎场场爆满。孙嘉谣坦言:“每一部古典音乐作品的背后,就是一段历史,可以讲很多故事,这给了知识分享更多的可能性,所以我们的产品更注重音乐故事化,引导用户怎么更有趣地听古典音乐。”

音乐学者田艺苗早些年写古典乐的评论集,销量平均在5000至1万之间,已算好成绩。从2016年起至今,田艺苗在喜马拉雅平台开设线上音乐讲

座,专辑播放量逾4700万次,订阅人次将近56万。相比当年书籍的销量,这是超出50倍的放大效应。单是《田艺苗:古典音乐很难吗》栏目,如今的订阅人数为34.5万人,获得账面收入近7000万元。

去年11月21日,继索尼音乐之后,环球音乐旗下的DG宣布推出高清音质的古典音乐流媒体服务平台。平台和唱片公司布局的背后,自然看重的是古典音乐复兴的潜力,也顺应了大众审美提升,音乐消费升级的潮流。

对于古典乐而言,这绝对是一趟值得追赶的潮流。从某种角度上来说,属于古典音乐的创作黄金时代已经走远,但我们也愿意怀有最乐观的态度,用大英百科全书序言里对于《荷马史诗》诗意的评价来表达对于古典音乐的热爱和坚信:“它也许属于过去,但它永远不会过去。”

专家访谈

艺术需要的普及不一定是商业化

记者:我们都读《论语》,我们都知道庄周梦蝶,但是每个人都读过《逍遥游》吗?不一定吧。有人知道莫扎特,有人知道贝多芬,但他们并不知道莫扎特创作了什么样的一个作品,或者说贝多芬为什么成为了音乐的巨人,我们对大师的名字如数家珍,也知道其著作等身,但不代表古典音乐更容易推广,我觉得这是另外一个概念。

这些年,虽然平台变得越来越大,但其实古典音乐正在缩小自己的受众群和圈子,因为听古典音乐是需要有审美门槛的,它需要学习。而现在这个信息碎片化时代,专注的、深度的学习已经变成了一个比较困难的事。所以,我觉得古典音乐其实没有破圈,只是现在更多人在不同的平台演奏古典乐器,希望通过不同的触角,让更多的人慢慢反向去发现,这乐器背后还有一个古典音乐的艺术存在,从而试着去了解它。

记者:那么,你认为音乐教育的根本目的是什么?

王弢:音乐教育的根本目的是让人懂得生活中的真善美。古典音乐是非常抽象的一种艺术,柴可夫斯基说过:音乐能让人体体会到肃穆和静谧。每一天,当我们困在繁杂的工作或者起伏的情绪中,往往会忘记自我关怀和照顾心灵。可如果你拥有了一个艺术门类的滋养,就能在繁忙的生活当中得到一个休息的时刻,一个跟自己对话的时刻。于是,你此刻窗外的夕阳,就不再是你每天下班都看到的这轮落日,你会发现今天的夕阳,明天就不复存在,你懂得了珍惜、欣赏:原来一个人活在当下是多么的美好!这就是艺术教育的意义——寻求对大自然的赞美,对生命的歌颂,对生活更多一点宽容、理解,它最终让人体验到的是内心的平静。

记者:新媒体与新技术加速了古典音乐的大众传播,但在“最后一公里”撬动大众消费市场,解决古典音乐商业化方面依然是一道难题,对此你有何见解?

王弢:古典音乐就是一个小众市场,分众是更精细化的一个必然走向,让不同的人在自己的喜好当中去享受快乐。你喜欢摇滚乐,就在摇滚乐中释放天性,我喜欢古典乐,就在古典乐中去建构生活哲学,每一个人都可以在喜欢的领域找到自己。所以,不一定每个人都要听古典音乐。

但是,不管你是喜欢哪种音乐,或者何种绘画,都得喜欢一点儿艺术,因为有时候工作繁杂,学业压力,难免情绪低迷,在艺术的审美当中,你可以让自己得到片刻的放松,慢慢去释放那些沉重,让自己过得更轻松一些。明代张岱曾说:人无癖不可与交,以其无深情也。言外之意,人还是得有一个喜好,因为你喜好,你可能去追求这个门道当中至深至高的道理,你就变得更纯粹,更专注,更享受与自己独处的时光。

不可否认,当今全球的古典音乐正在商业化,我觉得商业化是一个中性词,它只是某种艺术种类被不同的渠道放大以后的结果。有的艺术可以以更艺术化,有的艺术可能更商业化,不是每一个艺术或者艺术家都要追求商业化的,所以不一定要把艺术商品化作为终极目标。

只要把艺术作为绝望时的一把钥匙,或者说心里的一份惦记,在苦闷、困顿的时候,是不是可以尝试一下认识艺术?艺术需要的普及,是需要更多人了解艺术的美,并深深地相信艺术能带来更多的力量,而不是一定要商业化,这是我的思考。

(王弢:单簧管演奏家,中央音乐学院教授)



王弢的社交媒体,充满了音乐与日常

天下成都

Lifestyles

琴台



原来体育和古典乐有这么多奇妙缘分



1990年世界杯,三大男高音奉上了20世纪最具代表性的“古典乐界奇观”

北京冬奥会开幕式上,古典音乐曾以一种出人意料的方式成为“破圈”话题。而从花滑赛场上出现音乐开始,古典乐就一直是花滑运动员们钟爱的曲目类别。去年底卡塔尔世界杯上,足球与古典音乐之间,也有着千丝万缕的紧密联结。

“生命中的节律无处不在,各大运动项目中更是如此。”音乐知识博主周雨思分析,很多体育项目,并不只是一项纯体力的消耗,而是一种脑力与体力结合的艺术,要想成为真正的强者,往往需要稳定的节奏、良好的心态以及睿智的头脑。运动节奏的稳定与否对于比赛结果有着至关重要的影响,而音乐则可以有效帮助运动员调整自己的节奏。

周雨思说,很多时候,足球与古典音乐(特别是歌剧)中洋溢的激情,有着近乎完美的一致性。给人留下最深刻印象的,莫过于1990年意大利世界杯决赛之夜,当时歌剧界的顶级大咖——帕瓦罗蒂、多明戈以及卡雷拉斯演唱的《今夜无人入睡》打动了无数球迷与乐迷,正式开启了“三大男高音”享誉全球的黄金时代。同时,这次演唱也让这段普契尼的咏叹调成为世界上最广为人知的古典音乐作品之一。当然,除了世界杯,古典音乐也频繁地出现在其他足球赛事中。甚至欧洲冠军杯的主题曲《冠军联赛》,也是由英国作曲家托尼·布里登在亨德尔作品《牧师扎多克》的基础上改编而来的,著名球星梅西曾用钢琴演奏过这首曲子。更有趣的是,不少足球名帅也对古典音乐有着深深的迷恋。意甲传奇教练特拉帕托尼收藏的古典音乐唱片多达6000张,他曾公开建议自己的球员在比赛前听巴赫的音乐来进行调整。

北京冬奥会开幕式上,有19段音乐作品是西方古典音乐史上的名篇杰作。从莫扎特、贝多芬、德沃夏克的交响乐章,到威尔第、比才的歌剧律动,从柴科夫斯基为芭蕾舞剧创造的不朽“足尖旋律”,到小约翰·斯特劳斯隽永纯美的维也纳华尔兹,无论从体裁、地域、时间跨度上都堪称广博,也难怪被很多音乐学子戏称为“梦回音乐史听辨考试”。

为什么一次国际体育盛会的开幕式要使用大量的古典音乐?青年乐评人高建认为,首先,伴随着19世纪至20世纪交响音乐艺术从西欧、中欧拓展至整个欧洲大陆、南北美洲、亚洲的历史进程,古典音乐客观传播度和整体艺术品质上已成为最具世界性的音乐语汇,大量使用古典音乐体现了对于全人类优秀文化财富的尊重。其次,以交响音乐为代表的大量古典音乐乐器作品,不但因其普遍的“无词”属性超越了语言文字的隔阂障碍而被世界各地观众所熟悉和接受,更于逻辑内涵中铭刻了对于光明、胜利、喜悦、欢庆的坚定追求。再者,经典音乐作品早已以各种方式渗透在我们的日常生活之中,说明杰作的生命力不但不惧怕创新与变化,更是呼唤和亟须符合艺术规律、富于时代气息的沿革创造。