



Lifestyles

琴台

08

成都日报

锦观



2023年5月11日
星期四



更为长久的那些音符

音乐的生命力比电影更为长久,触达场景更广阔,能延长反哺影片的周期。

在中国文联、中国电影家协会等主办的中国电影百年百首金曲推选活动中,从早期的《渔光曲》《四季歌》,再到中期的《花儿为什么这样红》《雁南飞》,以及近些年流行的《是否》《不见不散》,它们都已远远走出了电影院,成为家喻户晓、耳熟能详的动人旋律。著名词作家乔羽在回忆半个世纪前电影《上甘岭》插曲《我们的祖国》的创作经历时说,当时,看完了样片和在摄影棚里搭的“上甘岭坑道”,导演沙蒙对我说,“你的歌就在洞里唱。”我问沙蒙:“你想让我写首什么样的歌?”沙蒙说:“写一首将来我的电影没人看的时候,但大家还在唱的那种歌。”

不得不说,配乐大师和导演往往是如伯牙子期般的互相成就。比如斯皮尔伯格之于约翰·威廉姆斯,徐克之于黄霑等,而久石让的名字更是与宫崎骏和北野武绑在一起了。久石让包办了所有宫崎骏电影的配乐。他俩联合贡献的经典旋律實在是太多,每部作品几乎都有让人印象深刻的旋律。听到《那个夏天》就想起勇敢坚强的千寻。除了宫崎骏,久石让的另一个长期合作伙伴是北野武。其中《菊次郎的夏天》应该是国内观众最熟悉的北野武作品,《summer》前奏一出就让观众恍如盛夏。滚石唱片公司总经理段钟潭印象最深的就是1992年徐克电影《黄飞鸿2》里的主题曲《男儿当自强》。他认为,这部电影中的主题曲和电影的匹配度非常高,相互推动,让电影和音乐都成为岁月经典。

影视音乐发展到今天,音乐在作品上以主题曲、片头曲、片尾曲、插曲、推广曲等众多形式出现,曲目类型也包含了流行音乐、古典音乐以及民族音乐等多种样式,不仅有电影主题创作的原创音乐,也有已发行过的音乐。历经百余年,电影音乐不断完善创作体系、形式风格和审美特点,在传播过程中显示出强劲的内在驱动力。歌手沙宝亮记忆犹新的是日本电影《追捕》的电影音乐。男主角高仓健骑上马,背景音乐只是简单的“啦啦啦”就让人难以忘怀。作曲家、上海音乐学院陈强斌教授谈起2010年的美国电影《社交网络》片尾曲、甲壳虫乐队的《宝贝你是一个有钱人》。陈强斌说,他因为这首片尾曲,第一次把一部电影的片尾字幕从头到尾看了一遍。这首歌在电影拍摄前早就存在了,但却和电影浑然一体。这让他觉得,这部电影就好像是专门为这首歌拍摄的一样。

《海上钢琴师》的配乐可以说是莫里康内生涯古典配乐的巅峰,比如“海上华尔兹”段落,1900和康恩还有那架钢琴随着海上的起伏优雅地移动,上演了一出与海浪的华尔兹,旁白说道:“当汹涌的波涛与美妙的音符交融,我意识到,我们其实是在与大海共舞”。音乐之于电影,是升华,也是诠释,伴随着那些经典的画面,感性地冲击每个人的观影记忆。

成都日报锦观新闻记者 陈董茜 制图 申娟子
本版稿件未经授权严禁转载

歌海战术“卷”出新高度

近年来,从《大鱼》《小苹果》到《孤勇者》《送你一朵小红花》,电影里走出的好歌风靡一时。莫文蔚为电影《我要我们在一起》演唱的主题曲《这世界那么多人》成为去年最大的爆款之一。这些都使得越来越多的影片愿意在音乐上下功夫,在电影上映前发布音乐物料似乎成了宣传标配。

今年五一档,多部影片齐上线备受瞩目,在音乐营销上也算是“卷”出了新高度,甚至有的电影还打起了“歌海战术”,但从节前就开始预热的电影音乐都没有达到出圈的水准。

喜剧电影《人生路不熟》在主题曲上走的是通俗的路线,片尾曲是柳爽的原创歌曲《洒水车》,宣传曲让易小星、乔杉、范丞丞演唱了由《洒水车》改编的《大卡车》,喜剧效果再度拉满,而单纯演唱的《红蜻蜓》又扩展了影片丰富的情感深度;《长空之王》走的是宏大、深情的路线,几首歌曲包括王莉演唱的“守望曲”《你是我的翅膀》、毛不易演唱的“独白曲”《彩云是我写的信》,非常符合电影的调

音乐营销的传播度VS氛围流

2016年开始,电影音乐营销专家高航为《X战警》等好莱坞大片做中国版宣传曲,还推出了《卡路里》等爆款歌曲,那时音乐的营销功能就开始显露。电影的音乐宣发为什么吃香?高航分析,品质过硬的电影音乐不仅能为前期电影票房宣传引流,满足“提振电影票房”和“提升影片品质”的双重效果,还能在影片上映后,通过短视频等平台进行二次传播,提升影片的品牌ID价值。

电影市场正面临着前所未有的注意力资源压力,在高航看来,电影营销需要变得更专业。其一,电影音乐有许多新玩法,比如为电影中的主要角色设置角色推广曲,赋予每个主角一个声音气质和音乐形象。

其二,从发布渠道来看,短视频成了音乐营销下沉的重点。短视频等新媒体的方式带动了人与人之间的自传播,也为电影提供了新的线上宣发场景,这也意味着现在的电影需要更多的宣传物料,而音乐的适配性非常高,提供了更广阔的想象空间。源源不断有新歌,也就意味着能有大量的MV、短

如何输出更多的金曲

一首优质的电影歌曲会永远留在观众的歌单里,反复聆听,也会留下来成为华语乐坛的金曲。历数音乐制作人钱雷的代表作《默》(电影版《何以笙箫默》)、《大鱼》(电影《大鱼海棠》)、《孤勇者》(动画《英雄联盟·双城之战》)、《如愿》(我和我的父辈))……堪称“金曲制造机”。这些年,钱雷主导了大量的电影歌曲和配乐,面对电影的音乐宣发市场进入到了瓶颈期,他也有自己的思考。

钱雷认为,对于电影音乐来说,创作者面对的统一问题是——命题作文的难点,需要一个相对较高的配合度。比如电影会对你的音乐作品要求很高,音乐在宣发里面成为一个很重要的环节:你的歌曲是否能在圈外起到很好的带票房作用?是否能和影片主题有很好的结合?这些都在考验电影歌曲的创作者。“你不可以没有音乐素

性;《这么多年》一口气祭出分手曲《空空的》、久别曲《时间碎了》、主题曲《晚星》,除了郁可唯、唐汉霄两位专业歌手加持,毕业于中戏音乐剧专业的主演张新成也为《时间碎了》献声;《倒数说爱你》中,杨丞琳演唱的主题曲《我要你有我》、艾热、王以太献唱《倒数说爱你》同名宣传曲,颜人中演唱的插曲《嗜好》,牢牢锁定年轻影迷市场。

此外,《长沙夜生活》电影音乐以张艺兴的长沙话说唱《湘江水》引入,落幕时,制作团队邀请了这些年人气极盛的唐恬来创作主题歌《寄信人长沙》,从长沙的舞台走入全国观众视线的张远、陆虎、王栎鑫共同演唱,应该是体现出了足够的诚意。曾供职湖南卫视的唐恬代表作《孤勇者》自不必说,《我和我的父辈》中的主题歌《如愿》,《万里归途》的主题歌《归途有风》大众耳熟能详,她来给长沙写一首歌,不仅有话题感,更是打出了情怀牌。遗憾的是,即使片方如此重视音乐营销,但如今想靠主题曲为电影“引流”,的确是越来越不容易了。

视频露出,为二次创作提供了空间,有利于影片在互联网上自己形成传播趋势,这是音乐宣发符合当下传播习惯的一点。以韩寒为例,他首部执导的电影《后会无期》,其中的配乐仍然流行至今。主题曲《后会无期》占领各大音乐榜单,《平凡之路》至今仍然是各大up主BGM(背景音乐)的首选,这首歌也让朴树获得最佳原创电影歌曲奖,可以说电影和歌手的双赢。类似的还有《小时代》主题曲《分手季节》、《时间煮雨》、《送你一朵小红花》里赵英俊演唱的同名主题曲……这些都是短视频配乐最受欢迎的歌曲之一,与短视频的匹配度非常高,适合进行二创。《这个杀手不太冷静》成为去年春节档的黑马,宣传曲《冬天里的一把火2022》走的就是短视频下沉的路线,魏翔夸张的演绎也为电影造了声势。

此外,电影与音乐跨界本身就有着一定的影响力叠加作用,无论是歌手或是演员的流量,通过音乐带来的能量进一步为影片的影响力打下基础。高航说,当时火遍大街小巷的《西虹市首富》片尾曲《卡路里》就属于这一类歌曲,“歌红,和电影相契合,人也有流量,片子又火,几个维度碰在了一起。”

养,你不可以没有一定的知识储备,你不可以没有一定的人生阅历,因为只有这些是无法复制的。”

市场在洗牌的时候,应该构建什么样的竞争力才能够经受住时间的考验?钱雷认为,从内容角度上讲,不管什么环境,音乐的本质是不会变的,不管哪个音乐形式,哪个音乐风格,它总归还是要真诚,去感动别人。“如果你对作品没有热爱或者没有情感,它怎么样都不会出色,不会出彩。比如我看了这部电影,我没有感动可能我也写不出来。”

正如青年学者、安徽师范大学新闻与传播学院王霞霞的观点,电影音乐既要创作符合主题设置的主旋律,也要兼顾观众心理与大国小家共情共鸣意识,用艺术创作、美学范式与产业规律表达最真诚的情感。

电影音乐

审美的共情与共鸣

破圈

刚刚过去的五一档,国家电影局发布的数据显示,票房共计15.19亿元,跻身影史同期第三。影片《人生路不熟》领跑,《长空之王》《这么多年》紧随其后。

不过从今年来看,即便各家电影都在主题曲上下了功夫,但“一首歌带起一部戏”的盛况没有出现。曾用一首《平凡之路》引爆全网、让无数观众走进影院的韩寒,虽然手握《人生路不熟》《长空之王》这两部影片,是五一档最大的赢家,但电影“推歌带货能力”平平无奇。

有人感慨“现在的电影音乐不如以前了”。究竟是不如以前了,还是市场和观众要求更高了,抑或是培育经典的“土壤”发生了变化,如何让歌曲和电影实现双赢和相互引流?

其实音乐营销已经成了电影宣发中的常规操作。几乎所有片方都会去衡量,一首歌到底能给电影的想看指数增加多少。但大家也都明白,“如果歌真的好听,一定会具备广泛的流传度,内容才是最好的营销。”

所有电影在立足宣传之前,都应该有个共同的宗旨:不如先把故事讲好。

影像里看不见的特效有多重要

人物访谈

记者:有人说,当观众在看一部电影时,意识不到音乐的存在,就是好的配乐。因为音乐不应当喧宾夺主,过度煽情。也有人认为,好的电影配乐是能被人们记住的音乐,比如詹姆斯·霍纳在《泰坦尼克号》里用到的悠扬隽永的苏格兰风笛。您认为什么才算是好的电影配乐?您的观影史上,称得上点睛之笔的电影音乐,能不能分享一二?

胡小鹏:好的配乐就是恰如其分吧。我觉得“意识不到配乐的存在”,和刚去世的音乐家坂本龙一的一个观点“影像不一定要有配乐”有相似之处,从我的认知来看,就算是“空白”或者“清淡点描式”的配乐,都是在为影像储存一种力量,从整体上契合影片的审美。

一部电影,不同的作曲家会上不同的答案,最后的这个答案是基于和导演之间的沟通,自己的审美和创造力得出的。我们熟悉的配乐大师意大利作曲家莫里康内(代表作《黄金三镖客》《海上钢琴师》《美国往事》等)能在旋律和配器中找到绝妙的平衡点,例如口哨、小号、人声,令人印象深刻,这就是作曲家在做一个整体设计,而这个设计完全源自作曲家自身的的气质、修养和能力。再提到坂本龙一,他为影片《荒野猎人》的配乐我会经常听(和德国电子声音艺术家阿尔瓦·诺托合作),传统的旋律在影片里几乎没有出现,仅仅是简单的、经过处理的弦乐队和弦,就将冰天雪地,以及在极端环境的复仇心情表达出来,一种德国式的简约和日本式的克制,这种气质和影像的基调是一致的。

记者:在电影宣发越来越专业的背景下,电影音乐的玩法也不断刷新。作为《唐人街探案》《一出好戏》《狂飙》《风起洛阳》等现象级影视剧的音乐制作人,您虽然血液里流淌着古典音乐的传统,但从不拘泥于此,而是汲取世界各地的音乐元素,为创作融入多元的风格。影视作品如何激发作曲家的创作,配乐如何助力票房,能不能谈谈您的观察与思考?

胡小鹏:配乐通常不会带动票房,除非是歌舞类、音乐剧类的影片,例如我们喜爱的《爱乐之城》。作为音乐制作人,一定要明

白的是:“我”想表达的,和“导演”想表达的是否一致,这一点至关重要。我是一个纯学院派的作曲家,在川音学习5年,在美国读研很多年,学校里这段时期对我至关重要,我会很冷静地去规划一个电影或一个剧的配乐,好比我在写一部管弦乐前,我要想结构、音色,想那个最初的“点”,这个点也许是动机式,也许是一段古老的旋律,或者是我想象中的一种声音。学院这段时间的学习,让我掌握了一种类似写源代码的能力,就是任何声音和元素,都能融合在音乐中。

我常说我最快的工作流程是拿起笔在总谱上直接写作,不需要任何其他工具,钢琴也不要,这是长期训练和创作的结果。但是如果我把总谱给导演看,这种交流就不直接了,所以现在我的创作方式是借助电脑、合成器、录音设备,把想法直接做成小样,和对方沟通。但显而易见,无论何种方式,最重要的还是你作为作曲家的“想法”。当完成一个作品后,我认为这个作品有自己的生命力,它何去何从其实和作曲家关系不大。

去年我为一部古装剧《卿卿日常》配乐,剧播后反响很好,其中一首配乐《相许》大家都很喜欢,在短视频平台很多人用作背景音乐剪辑,这是我没有想到的。因为写的时候不会考虑这段音乐会搭配到大家的日常生活视频,以及现代化的视觉中。所以,创作在前,商业或宣传是水到渠成的事。我常参加原声影视音乐的发行宣传推广会议,这些都基于我们有一个大家喜欢的作品基础上。

记者:这两年您的音乐创作相继与爆款影视剧画上等号,比如《唐人街探案》系列、《赘婿》,今年的《狂飙》,即将上映的电影《消失的她》和《学爸》,音乐又出自您之手。一个简单的数据是,《消失的她》在刚刚闭幕的北京国际电影节首次公开售票放映即秒罄,黄渤的《学爸》在成都取景拍摄,也备受关注。能不能谈谈在商业化和个人风格之间,您是如何寻找到一种艺术的平衡?

胡小鹏:这种平衡来自于我和制片方、导演之间的默契吧。《消失的她》是我和陈思诚监制第10次合作了,《学爸》和渤哥也是5



次合作了。审美一致,喜欢探索新的音乐元素,是合作的基础。我从来不觉得艺术和商业是分割的。艺术品自带商业价值,但商业价值不应该是创作的初心。每次和这些老朋友合作前我都会问自己一个问题:这一次,我有没有新颖的想法,有没有不一样的东西?所以尽管是学院派出身,但我一直保留着以前在外面组摇滚乐队的一些锐气,让自己一直处在好奇心的状态。

记者:您在家乡成都设立了自己的工作室,对成都的影视产业发展,音乐与影视的联动,有哪些建议呢?

胡小鹏:是的,我在成都有一间自己的工作室,越来越觉得家乡地气的加持很重要吧。其实影视听之间的联动一直都在,但是联动的大小,还是很难控制的,这个不是指宣发经费的成本控制,而是作品本身。2021年《唐人街探案3》里的插曲《ON MY WAY》将我和演唱者萨吉推到短视频热搜第一位,我们猝不及防,因为我连短视频账号都没有。为了配合宣传我俩连夜准备和制作了第