

# 论加强新时期爱情歌曲创作的价值引导

郭宏斌<sup>1</sup>, 刘 敏<sup>2</sup>

(1. 黄山学院 经管学院, 安徽 黄山 245041; 2. 甘肃省社会科学院, 甘肃 兰州 730070)

**[摘要]** 大众文化与流行爱情歌曲的兴起, 曾被视作思想自由与解放的标志。然而貌似繁荣的文化生产中蕴含着巨大的“文化危机”。爱情歌曲创作愈来愈偏离“艺术本身”, 爱情歌曲的创作要不要承载“审美”? 是选择“娱乐”、追求简单的快乐? 还是选择“回归”? 精英文化在流行歌曲创作中应发挥何种作用? 这是保证流行爱情歌曲创作乃至大众文化健康发展必须回答的问题。

**[关键词]** 大众文化; 流行爱情歌曲; 文化工业; 文化消费; 价值引导

**[中图分类号]** J614.91 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-9477(2011)04-0086-03

20世纪后半叶, 中国文化生活领域发生最大的变化莫过于“政治文化”的终结与“大众文化”的兴起。这既是对“大一统革命文化”压抑的精神逆反, 也是对“大变革时代”自由的解读。大众文化其以特有的“审美趣味”与“娱乐风尚”, 迅速壮大为主干性文化形态。它使文化从金字塔里走出来, 走向民间, 与亿万普通大众的精神文化生活发生直接的关系, 这无疑是巨大的历史进步。<sup>[1]</sup> 流行爱情歌曲作为大众文化兴起的一个时代性符号与重要组成部分, 在当代中国的艺术消费过程中发挥着其他艺术形式难以取代的作用, 成为“异常活跃”且大众“喜闻乐见”的一种艺术样式。这是值得欣慰的文化幸事。

然而, 在这种貌似繁荣的文化发展中, 流行爱情歌曲创作暴露出的问题似乎越来越多。一些词曲作者不思创作精品, 而是挖空心思去迎合“浮躁社会”大众的审美情趣。内容低俗颓废、缺少社会思考的流行音乐对整个社会价值观的负面影响愈加突出。最近召开的十七届六中全会在《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》(简称《决定》)中敏锐的指出“我国文化领域正在发生广泛而深刻的变革, 在发展的同时, 出现了一些新情况新问题。”要求对“文化产品的创作生产需要加大引导力度”。因此, 如何充分利用、合理引导流行爱情歌曲这一大众文化载体, 使其为社会的健康发展服务便成为音乐界落实《决定》精神的一项重要任务。对于这些问题的提出、讨论与反思, 无疑将有助于引导流行爱情歌曲创作的健康发展, 形成良好的社会文化。

## 一、爱情歌曲创作的回顾与研究

我国内地流行爱情歌曲的创作早在上世纪二十年代末就已出现, 但真正大量出现于生活并为我们所接受则是改革开放以后。以歌词为例, 根据所表达的爱情主题, 流行爱情歌词的创作可以分为三个阶段<sup>[2]</sup>: 第一是70年代末至80年代中期以主旋律为圆心运转的爱情阶段, 歌词在艺术表现上追求意境美、音乐美, 所表达的爱情含蓄羞涩而专一, 如歌曲《乡恋》、《妹妹找哥泪花流》、《十五的月亮》等; 第二是80年代中后期至90年代初的“爱恨交织”阶段, 随着国家对意识形态领域控制的松动, 在西方文化思潮冲击下, 公众的自我意

识开始觉醒, 思想表达拥有了较大的自由度。歌词开始注重主体的内在体验, 对爱情的表白不遮不掩, “敢爱敢恨”, 无拘无束, 将人们压抑了很久的东西释放出来。如《潇洒走一回》、《过把瘾》、《糊涂的爱》、《爱情鸟》、《纤夫的爱》等, 显示出改革初期人们在面对文化冲突和社会变革时, 对爱情既渴望又迷茫; 第三是90年代末至当下以表现自我、宣泄个体情感为主的阶段, 歌词创作日益平民化, 爱情生活更加世俗化, 理想与现实的矛盾、世纪交替时的焦灼、空虚与失落在歌曲创作中得到了反映。尤其是进入新世纪之后, 传统的爱情遭到了颠覆, 歌词似乎越来越热衷于表达对物欲、生理性快感的追求, 尤其是网络歌曲的加盟, 加速了对人们对原有精神世界的解构。如《情人》、《香水有毒》、《宝马车里的女人》、《飞向别人的床》、《那一夜》等。

回顾流行爱情歌曲创作的种种, 如何看待目前的爱情歌曲创作, 是思想的解放还是人文世界的错乱? 放任抑或引导? 国内学术界在歌词研究领域应当做出回应。近年来, 随着国家对文化领域重视的不断加强, 有关爱情歌词的学术争论开始活跃起来。对于爱情歌词应不应该承担教育功能? 实现什么样价值取向? 歌词创作如何与社会实现互动等问题的讨论, 已经汇成了近年来国内爱情歌词研究的热点议题。正视和思考消费文化语境下爱情歌曲审美观念与实践转向中产生的新问题, 应成为当下引导爱情歌曲乃至大众文化创作的关键。

## 二、“大众文化”时代的爱情歌曲“创作与生产”

流行爱情歌曲本质上属于“大众文化”, 它的现状实际就是“大众文化”现状, 它的危机亦就是“大众文化”的危机。它与以往的精英文化、政治文化存在本质上的差异, 大众文化(流行爱情歌曲)是以市场方式运作的、依靠现代手段进行标准化和批量化生产的文化形态, 其根本特征是娱乐、世俗。大众文化时代的爱情歌曲创作具有如下特征:

(一) 大众文化时代的爱情歌曲创作告别了“崇高的政治、理想与爱情”, 变成了一种“只在乎销量”的商业文化

爱情歌曲的创作与生产开始考虑商业利润, 创作者蜕化为生产流水线上的工人, 他只是生产程序, 而不

**[收稿日期]** 2011-10-15

**[基金项目]** 教育部人文社科青年基金项目(编号: 11YJC840013); 安徽省人文社科项目(编号: 2011SK425)

**[作者简介]** 郭宏斌(1980-), 男, 甘肃兰州人, 讲师, 研究方向: 文化社会学。

是艺术的创造者,更不可能是审美理想的表达者。“大众文化找不到任何天才的艺术特征,所有的媒介文化都具有共同的特点:标准化、复制、媚俗。当艺术创作陷入商品拜物教,艺术沦为了商品时,听众的审美听觉开始退化,人们不断用新的音乐商品刺激着“麻痹、贪婪”的神经,抚慰理想、爱情破灭后精神世界。近几年来,在流行爱情歌曲创作中,追求生理性的情欲发泄与感官刺激充斥大量作品,而尤以某些摇滚乐作品为甚。如歌词“独自去偷欢我谢绝你监管,道别你身边我寂寞找个伴。”(《独自去偷欢》)、“你身上有她的香水味,是我鼻子犯的罪。不该嗅到她的美,擦掉一切陪你睡。”《香水有毒》、“那一夜,你没有拒绝我;那一夜,我伤害了你(《那一夜》)“是上帝酒后的过错,丢失了那禁果,扛不住本性的饥饿,我需要、我需要……”(《我需要》)、“你是我的情人,像玫瑰花一样的女人,用你那红红的嘴唇,让我在午夜时无尽地消魂。”(《情人》)。尽管这可能不能代表所有的流行歌曲,但也充分暴露文化消费存在的问题。<sup>[3]</sup>

(二)大众文化时代的爱情歌曲创作,注重包装与推销,较为忽略“音乐本身”

大众文化的程式化消解了艺术的独创性和想象力,使大众文化变成了一种媚俗的平庸文化。近几年来流行爱情歌曲的创作给人一种近乎苍白贫血,单调得可怜的印象。各种荒诞不经、鄙俗不堪的“伪文化”正粉墨登场,向无遮挡的大众心灵倾倒文化垃圾,音乐与商业的联姻,资本与文化的“历史合谋”使文化机制的构成方式和性质及具体的生产模式发生了深刻的变化,也使得人们的价值取向发生改变,“新一代不再像上一代那样对国家话语和现代化话语充满责任感和使命意识,上一代人对权威、秩序、理想、信仰的崇拜在他们看来也没有任何必要”<sup>[4]</sup>。责任、历史在肤浅的“文化消费”打压下,从歌曲中消失了。

(三)大众文化时代的爱情歌曲是一种追求“简单快乐”的娱乐文化

“它丧失了对这个世界起码的批判尺度,丧失了鼓舞人们为寻求一个更本真、和谐、自由的世界而努力的超越性力量”。“我的爱情与政治、与他人无关”,爱情歌曲文化内涵的缺位,造成了审美的退化与人们鉴赏能力的下降。“今天的美学生产已经与商品生产普遍结合起来,美不再处于自律的状态,而是被定义为寻求快感和满足,是沉浸在灯红酒绿的文化消费和自我放纵。”<sup>[5]</sup>如很多歌曲的创作者出于娱乐性的需要往往对罪恶、两性关系进行种种夸张或虚假的表现,把两性关系片面理解为性关系,致使听众产生错觉。

三、歧路沉思:为了娱乐抑或为了审美?自由抑或倒退?

在一个价值多元、提倡包容的时代里,我们没有理由去无视和指责一种文化现象的存在和流行。大众文化的兴起使现代人从沉重的政治、伦理中得以解放,突破了“规定情感”的桎梏<sup>[6]</sup>,缓和了“过度政治化与过度意识形态化”对人性的压抑,这是大众文化的优势。

但是我们也应看到,伴随“市场经济”而来的“大众文化”给中国音乐文化创作带来了影响极为深刻的,它使音乐从生产机制、经营理念、到宣传手段及消费方式都在发生着改变,这种以“利润为目的”的音乐创作与生产在淡化政治的同时,也淡化着自身的“艺术品味”。“走向消费的当代审美文化在消解原先的泛政治化的同时,也消解了人文精神”。<sup>[7]</sup>“人文品格的丧失不仅仅

是政治信念的丧失,而是整个价值世界的迷乱和精神支柱的崩溃,是人本身的崩溃。丧失了人文精神,审美文化剩下的只能是媚俗。”<sup>[8]</sup>歌曲的创作者们将对文化的控制权让渡给了金钱、感性。大众文化把主体滞留在一种表演性的快感中,而遗忘了意义和生存本身。志向理想、责任和使命这些曾为前(大众文化)时代所热衷表现的音乐主题几乎统统被驱逐出了流行音乐的文化空间,只留下些许供人回忆的模糊身影。“渺小替代了崇高、玩世不恭取替了庄重严肃、浅薄的感性娱乐更换了深沉的理性思考,理性一旦消失,剩下的唯有感觉”<sup>[4]</sup>。于是,人们进入了一个以感觉、享受为目的的文化消费时代。也便有了当前流行爱情歌曲创作中的种种乱象。当“疏离”政治时,“世界便不再沉重”,这曾被视为“自由”;但一旦“自由过了火”,“音乐”只剩下可怜的娱乐功能时,“意义便一无所有”;“流行爱情歌曲”的创作要不要承载“审美功能”?是选择“娱乐”、追求简单的快乐?还是要“回归艺术本身”?反思历史,文艺家对于文艺为政治服务颇多微词,我们发现,当文艺屈服于政治压力的时候,文艺家会有较强的反抗意识,而被金钱收买的时候,文艺家的反抗意识却比较微弱。文艺音乐创作何去何从?这是文化工业与文化消费时代,音乐创作必须面对的问题。

大众文化泥沙俱下,冲击着我们的艺术乃至整个社会。能否回答这种挑战,不仅仅是一个批评的问题,也是一个与我们的生存息息相关的现实问题。关注当代人的日常生活领域,关注当代人的感性生存,关注人类文化发展中的问题及走向。只有对这些问题做进一步的思考,才能找到坚实可靠的价值根基与生存位置,才能化解大众文化危机。

#### 四、新时期的爱情歌曲创作的趋势与价值引导

流行音乐作为一种大众文化现象,其对大众的影响,已经远远超越了音乐本身。流行音乐一直跟随时代的脉搏跳动,在那些优美的旋律中,人们的生活方式,价值观念等也在悄然发生着改变。改革开放以来,各种思想的碰撞都直接影响到艺术创作并从中有所体现。可以肯定的是,随着社会的变化,爱情歌曲创作也越来越多样,其表达的内容也愈加直白,自由。但我们也应该看到,大众文化由于自身的商业与市场化特征必然影响着音乐自身的生存发展。它的自发性和盲目性也带来一些消极的影响,如庸俗、媚俗、低俗等倾向。因而对大众文化、对音乐创作我们不能任其盲目发展,还要对它进行管理和引导,从而达到它应有的高度和价值。

根据十七届六中全会的《决定》精神,我们认为置身于音乐市场竞争机制之下的流行爱情歌曲创作不能放任自流。在包容发展的同时,应积极加大引导力度,而这个基本的尺度就是不能脱离社会主义精神文明建设的大方向。流行歌曲虽然主要是以娱乐抒情为主,但它是一种特殊的文化商品,必须充分考虑它的社会影响力。“不干预不等于放任、不介入”,笔者以为,在流行歌曲的创作与发展问题上,我们应做到:

(一)坚持以马克思主义为指导,确保文化改革发展沿着正确道路前进

歌曲创作者深厚、全面的艺术修养和高尚的思想意识是产生好作品的首要条件。创作者应有强烈的社会责任与学术使命,对目前面临的许多问题做出正确的认识和判断,其创作生产的文化产品的价值取向才能正确。创作者要耐得住寂寞,抵得住物欲和功利的

诱惑;要出文艺精品,坚持艺术操守与良知,不能只跟着所谓的市场走,放弃音乐歌曲应有的社会责任;反对完全个性化的现代音乐创作观。<sup>[9]</sup>

(二)坚持社会主义先进文化前进方向,坚持“双为双百”,弘扬主旋律、提倡多样化,自觉抵制低俗之风

目前流行音乐正向多元化发展,在这个背景下,创作积极向上的流行音乐作品,净化流行音乐市场变得尤为重要。而要净化流行音乐市场,最为重要的是从根本上避免低俗流行音乐的产生,推出更多优秀文艺作品。实施文艺精品战略,就要求流行音乐的创作者从生活中挖掘积极向上的内容,创作出思想性、艺术性、观赏性相统一、人民喜闻乐见的、符合时代要求的作品<sup>[10]</sup>。鼓励一切有利于陶冶情操、愉悦身心、寓教于乐的文艺创作,抵制低俗之风。音乐创作者要有所担当。

(三)音乐是特殊文化商品,既有实现其经济效益的商品属性,更有寓教于乐、“载文载道”的意识形态属性<sup>[11]</sup>

坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益有机统一。立足发展先进文化、建设和谐文化,激发文化创作生产活力,提高文化产品质量,发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用。歌曲创作不应一味迎合大众口味跟着听众走。

(四)加强新时期正确的音乐审美观教育,提高流行音乐欣赏水平

音乐对于人们价值观的影响是在审美过程和价值观念关系中展现的。“音乐的审美过程不仅是一个认识过程、情感过程,更是通过对人内心深处的作用而激发的人的信念、培养人意志、觉悟人的行为的过程,尤其还是一种觉悟美的过程”,这是一般德育过程所不具备的。对于鱼目混杂的流行音乐市场,人们对于什么是好的流行音乐并没有概念,这根本的原因在于我国缺乏正规的音乐审美观教育,人们无法辨别流行音乐的好坏。音乐审美观教育就成为解决这些问题的重要手段。我们既要尊重不同的审美观点,但也要加强音乐审美观教育,提高人们流行音乐欣赏水平<sup>[12]</sup>。

我们在文化发展战略上,既不能否定大众文化的作用,更要看到精英文化的重要性;既要给大众文化的发展提供广阔的空间,更要主要精力建设发达的精英文化。精英文化应积极介入大众文化领域,肩负起价值导向的职能。如果精英文化失却自己的职责,大众文化庸俗化倾向就会自由泛滥。大众文化和精英文化有矛盾的一面,但在根本上是互补的,精英文化是从大众文化中提升出来的,反过来又指导大众文化。

## 五、未尽的探索

爱情是音乐创作历久不衰的主题。许多表现爱情

的优秀作品,不仅给人以美的享受和心灵的慰藉,还含有更为深邃的思想。如果把表现男女间不正当的情爱作为一种调料,作为提高商品价值的手段,对不正当的、非理性的,甚至是人的本能的冲动大肆渲染;如果刻意去表现性爱的自由,采取自然主义的方式进行展示甚至赞许,甚至毫无顾忌地突破社会道德底线,以满足低级趣味的审美需求,这种有失偏颇的价值导向,必然造成许多负面效应,对整个社会的价值取向带来不健康的影响。

爱情歌词也是有境界,而非一味地滥情、煽情。尽管在流行歌曲情歌里,你可以爱情至上、可以反话正说、可以夸张比喻,但定要有分寸。对大众文化不能任其盲目发展,特别是对其中的不健康成分更不能放任自流,大众文化的产业化、商品化并不能完全解决审美与趣味的正常化,需要加强对大众文化的管理与价值引导。在确立社会效益和经济效益相统一的文化判断标准下,鼓励大众文化的多样性发展,增强和拓展大众文化的社会功能<sup>[13]</sup>。要让人文关怀走进日常生活,矫正物质崇拜、商品崇拜和盲目享乐等倾向,守望人类的精神家园。

## 【参考文献】

- [1]徐长山.大众文化的二重性及其价值引导[J].社会科学论坛,2001,(10):34.
- [2]钱志中.新时期歌词创作论[D].苏州大学硕士论文,2001:61-64.
- [3]尹鸿.为人文精神守望:当代中国大众文化批判导论[J].天津社会科学,1996,(2):77.
- [4]吴磊.20世纪90年代中国流行音乐价值批判[J].艺术百家,2007,(6):31.
- [5]李西建.消费时代的审美问题——兼对“日常生活的审美化”现象的思考[J].贵州师大学报(社科版),2005,(3):16.
- [6]陈占彪.流行音乐、艺术趣味与社会意识[J].社会科学,2010,(2):179.
- [7]郭锄非.当代通俗音乐的社会文化内涵解读[J].郑州大学学报(哲社版),2005,(3):166.
- [8]陶东风.从碎片走向建设:中国当代审美文化二人谈[J].文艺研究,1994,(5):15.
- [9]同[4]:33
- [10]周雪梅 张晶.在审美与娱乐之间——当代中国电视的价值取向[J].现代传播,2003,(1):74.
- [11]王安国.我国现代音乐作品的社会价值及青年作曲家的培养[J].人民音乐,2007,(1):20.
- [12]陈轶群.论音乐在社会主义核心价值体系转化为信仰的作用[J].歌海,2010,(2):65.
- [13]王清清.当代中国电视剧的消费主义批判[J].贵州大学学报(艺术版),2007,(3):77.
- [14]罗辛.社会转型期的中国音乐之路[J].人民音乐,2002,(10):21.

[责任编辑:王云江]

## Strengthening value guidance of current creation of love lyrics

GUO Hong-bin<sup>1</sup>, LIU Min<sup>2</sup>

(1. School of Economics and Management, Huangshan University, Huangshan 245041, China;

2. Gansu Academy of Social Sciences, Lanzhou 730070, China)

**Abstract:** The springing-up of mass culture and pop music was once regarded as the symbol of freedom and emancipation of thought. However, enormous cultural crisis is hidden behind the seemingly growing phenomenon. The creation of love lyrics is increasingly out of tune of the art. Should it carry appreciation of the beauty? Is it for entertainment, simple happiness or getting back? What kind of role should elite culture play in the creation of love lyrics? These questions must be answered to ensure the healthy development of the creation of love lyrics and even mass culture.

**Key words:** mass culture; pop love lyrics; cultural industry; cultural consumption; value guidance

