

# 大众消费文化背景下高雅音乐推广路径研究

## ——以福建省为例

孙佳佳

(阳光学院 艺术系, 福建 福州 350015)

**[摘要]**大众消费文化背景下,福建省高雅音乐推广存在消费意识比较薄弱、高雅音乐自身“高”“雅”、消费环境不够完善等问题,对此,可通过提高认知因素、丰富自身因素、优化环境因素三个途径改进,以期提高福建人民精神文化水平,推进福建省社会文明发展。

**[关键词]**大众消费文化;高雅音乐;消费意识;消费环境

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2018.03.041

**[中图分类号]** J605

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1673-9477(2018)03-116-03

高雅音乐承载的深邃思想和丰富内涵,是社会主义精神文明建设所必需的,它可以丰富城市文化生活,提高人们审美水平,促进社会文明和谐,加快我国“文化强国”的进程。福建省地处东南沿海,作为海峡两岸文化交流重要基地,在推广高雅音乐上具有战略性意义。此外,大众消费文化渗透到福建省社会各个阶层的一些负面效应,也需要用高雅音乐来积极引导,使福建人民树立正确的音乐消费观和审美观,提高人们的文化修养,培养出多层次的文化消费群体,从而推进福建省乃至全国的社会文明发展。因此,在福建省向大众普及推广高雅音乐,让人们欣赏高雅音乐,享受高雅音乐的艺术之美,是福建省高雅音乐普及工作者必须面对的重要课题<sup>[1]</sup>。

### 一、大众消费文化背景下,福建省高雅音乐消费现状及存在问题

为深入了解福建省高雅音乐在大众消费文化背景下的消费状况,总结在大众消费文化背景下,福建省高雅音乐消费现状问题,创建与福建省市民需求相适应的艺术环境,并为政府制定繁荣福建市民艺术生活的政策提供依据,推动福建省音乐产业发展,笔者针对“福建省高雅音乐消费及现状调查”进行了问卷调查,并对调查结果进行了分析,总结了福建省高雅音乐消费现状问题。

#### (一) 消费意识比较薄弱

首先文化消费意识比较薄弱,据国家统计局与福建统计局统计数据显示,2016年福建省城镇居民教育文化娱乐支出低于全国居民教育文化娱乐支出的平均水平,福建省城镇居民的文化消费意识有待提高。其次,高雅音乐消费意识比较薄弱。随着现

代工业进步和大众传媒的发展,大众消费文化渗透到福建省社会各个阶层,以其娱乐性、商业性、从众性,促使大众追求享乐主义,热衷肤浅表层化的事物,追逐时下最流行的通俗歌曲,高雅音乐的高深技巧与内涵在这种背景下,普遍不被接受。

#### (二) 高雅音乐的“高”和“雅”

高雅音乐作品都是经典之作,具有深厚的文化底蕴、严谨的创作技巧和严肃的表现形式,经常在大剧院或者正式的场合演出。对于普通观众,或是由于缺乏相关音乐背景知识而听不懂;或是觉得曲目篇幅过长,没时间或没耐心欣赏;或是觉得表演形式过于死板和单一,缺乏兴趣等等,所以我们有义务引导福建人民去了解高雅音乐,提高居民的欣赏水平,从而提升福建的文化生活品味,促进社会和谐文明。

#### (三) 消费环境不够完善

福建省文化厅出台了一些政策,显示对高雅音乐市场培育的关注和重视,但是整体消费环境还不够完善。首先福建媒体对高雅音乐和高雅音乐演出信息宣传不到位,造成大众认为高雅音乐“曲高和寡”,也几乎接收不到任何高雅音乐的演出信息,更何谈欣赏高雅音乐。其次高雅音乐票价过高,一场音乐会门票数百元到上千元不等,让一些有兴趣的观众都望而却步。虽然福建政府出台低票价补贴政策,但是数量太少且位置太偏,没法满足观众的观看体验。

### 二、大众消费文化背景下,推动福建省高雅音乐消费的建议与对策

#### (一) 提高认知因素

##### 1. 普及高雅音乐审美教育

**[投稿日期]** 2018-04-28

**[基金项目]** 福建省教育厅社会科学研究项目(编号:JAS160752)研究成果

**[作者简介]** 孙佳佳(1983-),女,福建漳州人,讲师,硕士,研究方向:钢琴艺术及其教育。

### (1) 高雅音乐审美教育应该从幼儿园开始实施

音乐和语言是幼儿最易接受的类别,如果从幼儿园开始进行高雅音乐审美教育,让孩子接触经典高雅音乐作品,使孩子从小在高雅音乐的海洋中徜徉成长,那么高雅音乐在福建繁荣发展就奠定广大的群众基础。

### (2) 建立良好的音乐文化教育体系

福建省应该建立适合自己实际的良好音乐文化教育体系,适当加入一些小型器乐作品、交响音乐或者丰富音响层次的艺术歌曲,大量泛听经典的高雅音乐作品,融合广泛而深入的音乐欣赏课程,提高学生的音乐鉴赏水平,培养音乐审美观。

### (3) 加强对广大居民的音乐审美教育

可以通过多种途径对福建广大居民进行音乐审美教育,提高居民的音乐审美意识,增加高雅音乐消费。一是组织公益性讲座和演出。政府、剧院和社会艺术机构,通过举办专家学者定期讲座、成立高雅音乐艺术沙龙、组织公益性剧团演出、开展基层音乐文化活动的等等,增加居民的音乐知识,提高对高雅音乐的兴趣。二是实施“文化惠民”工程。各大剧院开展“文化惠民”工程,科学有计划安排“市民音乐会”、“周末音乐会”、“市民开放日”、推出全年音乐会套票等等,让居民用低票价就能有计划地欣赏高雅音乐演出,增强居民对剧院的亲近感,为广大群众提供健康高雅的音乐氛围。三是与社区、社团合作。社区是城市的基层组织单位,社区里的老人与儿童时间比较充裕,充分调动社区老人与儿童参与社区高雅音乐活动,带动中青年人参与,让普通民众在家门口就能欣赏和参与丰富多彩的高雅音乐活动。四是与社团合作。通过开展类似高雅音乐发烧友协会、混声合唱团、打击乐团、民乐团等活动,使活动成为社交手段,并将优秀活动成果参与公益演出,提高参与者的兴趣<sup>[2]</sup>。

### 2. 以社会主义核心价值观体系为引导

大众消费文化使大众体验纯粹娱乐性和精神享受,甚至出现暴力消费、黄色消费、腐败性消费现象;或者大众在商家商业利益的驱动下,被迫接受大众本身不喜欢的精神产品,自觉不自觉地消费不健康的产品。然而,大众消费文化应该具有人文精神、思想内涵和审美价值等,才是健康的大众消费文化。因此,应该把社会主义核心价值观体系作为福建大众消费文化的精神向导,引导大众消费高雅音乐,提高福建省大众的审美品位,抵制一些低俗的甚至充满暴力黄色的通俗歌曲,促使福建社会形成健康、积极和谐的文化氛围。

## (二) 丰富自身因素

### 1. 高雅音乐戏剧喜剧化

高雅音乐通过改编创作,使其具有喜剧色彩而深受人们喜欢。例如由俄罗斯小提琴家阿列克斯·伊古德斯曼和韩国钢琴家朱铨基组成的古典音乐喜剧双人组“古典音乐骇客”,梦想让更多的年轻观众喜欢古典音乐,在快乐中接受古典音乐的熏陶,他们在演奏中以古典音乐为基础进行改编,融入大量的英式喜剧和流行音乐,跳出节奏、音乐风格、调性的禁锢,使其充满新意和喜剧色彩,使人们感受到古典音乐的强大包容性。

### 2. 结合现代音乐配器元素

现代音乐的配器元素在表现力上很有冲击性,在高雅音乐里加入这些现代元素,在一定程度上,促进了高雅音乐的普及。例如新世纪音乐,就是用现代化的音乐手段或器材来演绎高雅音乐,用时代的符号对高雅音乐进行加工、改造和传承,既保留高雅音乐的韵味,又不失现代感。

### 3. 融入流行音乐元素

高雅音乐本身具有严谨的作曲技巧和结构,在保持音乐核心动机的前提下加入流行音乐的电声效果和爵士鼓点,使原本庄正规整的高雅音乐充满激情,从而让更多人们热爱高雅音乐。例如马克西姆把里姆斯基的《野蜂飞舞》、格里格的《a小调钢琴协奏曲》等古典音乐融入流行音乐元素,增加电声伴奏和绚丽的舞台效果,使高雅音乐在动感的节奏下彰显音乐的前卫。

### 4. 丰富拓展表现形式

高雅音乐的表现形式比较正统严肃,通过丰富拓展其表现形式,打破高雅音乐的传统格局,改变人们对其产生的沉闷刻板的形象,从而使更多人着迷高雅音乐。例如华裔小提琴演奏家陈美、中国女子十二乐坊等,她们以不拘一格的演奏形式重新勾勒了高雅音乐的内涵,为高雅音乐注入新的生命力,使人们享受了一场视听盛宴,使世界各国观众为之倾倒。

## (三) 优化环境因素

### 1. 健全公共文化服务体系

随着社会经济的快速发展,人们的精神文化需求越来越丰富,对公共文化服务要求越来越高,需要增加福建省公共文化设施的建设投入,提高福建省公共文化设施的覆盖率,形成结构合理、服务优质、运营高效、发展平衡的公共文化服务体系,保障人们的艺术文化消费,让人们有更多的机会接触高雅艺术、高雅音乐,从而促进福建省精神文明的

发展。

## 2. 完善艺术市场导向机制

艺术市场是艺术产业发展的基础,随着商品经济的繁荣,艺术市场逐步发展起来,然而在市场经济体制下的福建省艺术市场仍处于起步阶段,存在滞后性,因此需要不断完善艺术市场导向机制,通过宏观导向机制的辅助与支持,加强与消费者的沟通联系,推动福建省艺术产业的良性、稳定发展,提高人们的高雅音乐消费<sup>[3]</sup>。

## 3. 吸引多元化资金投入

高雅音乐市场的繁荣离不开资金的支持,除了加大福建省政府财政扶持力度,还可成立艺术产业银行、高雅艺术演出基金会,发行音乐演出彩票,完善艺术赞助体系等等手段,来吸引更多多元化的资金,从根本上解决福建省高雅艺术演出产业的资金来源问题,降低高雅音乐会票价,让更多普通观众走进剧院观看高雅音乐。

## 4. 发挥媒体宣传作用

### (1) 改变媒体导向,宣传高雅音乐

媒体的重要功能就是向大众传播信息,引导大众关注媒体希望大众关注的议题。福建媒体应该提高自身音乐素养和音乐审美品位,关注自身的社会责任,具备义务推广高雅音乐的意识,扩大高雅音乐演出信息的宣传力度,调动人们的观赏欲望,引导人们欣赏高雅音乐。

### (2) 追求多样的媒体宣传方式

首先可以与多种客户端及线上媒体合作。例如与手机、iPad、车载音乐或者乐视TV、小米、百事通等合作,扩大高雅音乐受众群体,让人们随时都能欣赏高雅音乐。其次与人流较大场所合作。例如与百货商城、国美电器、苏宁广场、万达广场、福建泰禾广场等大商场合作,或者大学、学校图书馆等进行快闪活动,甚至与大型商贸活动、节庆活动合作,让高雅音乐融入商业活动,吸引人们对高雅

音乐的关注,拓宽受众群体。再次与电影、动漫、广告合作。例如古典歌剧《地狱中的奥尔菲斯》中的序曲部分,被电影《河东狮吼》作为插曲,而被大家所熟知;动画片《饼干警长》的配乐都是节选欧洲古典名曲,像格里格的作品《山魔王的宫殿》就被作为反派角色的主题而传播开来。

## 5. 利用旅游资源,创办高雅艺术音乐节

福建省地理环境优美,依山傍水,四季如春,拥有丰富美丽的的自然景色资源和人文景观,是旅游观光的好地方。高雅音乐可以利用福建省旅游资源,创办具有福建特色的户外高雅艺术音乐节或者构建福建文化旅游节的高雅音乐板块,让高雅音乐走出剧场,拥抱大自然,亲近观众,让高雅艺术音乐节成为福建省的另一张名片。

## 三、结语

高雅音乐不仅体现一个国家文明发展水平和文化发展程度,更体现一个城市文化生活品味,福建省作为东南沿海开放城市,国家重要战略地位,海峡两岸文化交流重要基地,推广高雅音乐具有战略性意义。让高雅音乐走进福建大众,融入寻常百姓家,让更多人们聆听、欣赏、品味高雅音乐,感受高雅音乐的绚丽多姿,是福建音乐工作者责无旁贷的任务。

## 参考文献:

- [1] 黄德俊. 江苏城市居民音乐消费心理与行为研究[J]. 艺术研究, 2015(2): 116-119.
- [2] 侯丽丽, 康二宁. 普及高雅音乐艺术 引领大众文化审美[J]. 当代音乐, 2014(22): 98-100.
- [3] 彭燕. 消费时代大众文化语境下的艺术消费[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2009(4): 110-111.

[责任编辑 王云江]

## On promotion channels of classical music in mass consumption context: A case study in Fujian Province

SUN Jia-jia

(Art Department, Yango University, Fuzhou 350015, China)

**Abstract:** In the context of mass consumption culture, there are some problems in the popularization of classical music in Fujian Province, such as the weakness of consumption consciousness, the "elegance" of classical music, and the inadequate consumption environment. In this regard, the situation can be improved by elevating the cognitive factors, enriching their own factors and optimizing the environmental factors in order to improve the spirit of the people in Fujian and to promote the development of social civilization in Fujian province.

**Key words:** mass consumption culture; elegant music; consumption consciousness; consumption environment