



“古风音乐”歌词中的文化符号解读

■ 叶舒阳

(山东大学, 济南, 250100)

[摘要] “古风音乐”是21世纪新出现的一种以古朴、典雅为主要艺术特色的音乐风格。在语言上,“古风音乐”大量化用古代诗词歌赋和历史典故,将中国传统文化元素与现代音乐表现手法相结合,具有一定的学术研究价值。可以尝试以符号学为视角,以符号的生成机制为标准,列举古风音乐的歌词中几类典型的文化符号(动物、植物、地名、天象、器物、食物、节庆),并结合实例对其文化内涵逐一进行解读和诠释。在此基础上,从符号“理据性”分类和文化审美心理等两个维度,还可以探讨古风音乐歌词符号选择的心理机制。从文化符号的生产、消费与传播机制看,古风音乐歌词中诸多带有中国元素、古典色彩的文化符号,是当前其文化生产链条中最具核心性质的环节。

[关键词] 古风音乐歌词 文化符号 符号生成 符号选择 符号解读

“古风音乐”是继著名作词者方文山开创“中国风音乐”之后,于2004年开始兴起于“华语乐坛”的“新生代”音乐形式。^①它以董贞、心然、HITA、小曲儿、“墨明棋妙”团队等音乐人的原创音乐作品为代表,将中国传统音乐元素与当代音乐表现手法相结合,其歌词文本大量化用中华历史典故和传统诗词歌赋,呈现出古典雅致、清新脱俗的艺术风格,其曲调或唯美抒情,或悠扬婉转,注重旋律和节奏所传达的意境,具有很强的故事性和画面感。而中央电视台2014年“春晚”选中的节目《卷珠帘》以及2015年“春晚”上的《蜀绣》,更是为这一独特的音乐形式注入了新的活力与生机。

我们认为,“古风音乐”的兴盛并非偶然。从受众对传统语言文化的艺术化追求的角度看,当今生活节奏加快,许多人更迫切地需要一方心灵净土,所以中华文化便成了他们感怀经典、追寻古朴情愫的桃源。然而,中国古典文化体系浩如烟海,如何将这些民族之根

以流行音乐的形式发扬光大,以通俗化、大众化的方式进一步散播和传承,也是流行音乐创作者与传播者们相当关注的课题。当前的“古风音乐”正是因为较好地处理了“雅”与“俗”的关系,运用了独特的“文化符号”对古代诗词歌赋进行了艺术加工,才站在了古与今的一个交汇点上,以传统文化传播者的身姿出现的。自然,它也大大满足了受众对传统文化的艺术向往,使“雅”语言、“雅”文化更好地走进今天的大众日常生活。

本文的研究对象是“古风音乐”歌词中含有中国传统元素、古典意蕴的文化符号,其资料来源于笔者自行收集的近百首古风歌曲歌词文本。

^① 参见欧阳国婷、李雅欣《古风流行歌曲歌词的艺术特点》,载《文学教育》2015年第5期,第52-53页。

叶舒阳,山东大学国际教育学院对外汉语专业2016级硕士研究生,主要研究方向为汉语与汉语教学、语言与文化传播。



众所周知,歌词文本承载着表情达意的功能,是歌曲思想情感的重要外在体现。不过,在流行乐坛歌词创作成果丰富的同时,学界的歌词研究却仍然不多,已有的成果也多移用诗歌研究、音乐形态研究的框架,更为独立的理论框架依然不足。四川大学在这方面有一些积极的尝试和探索,该校中文系的“歌词学”课程面向全校师生开放,文学院教授陆正兰已出版了几部关于歌词艺术和流行音乐的专著,其中《歌词学》(中国社会科学出版社2007年版)一书将歌词研究分为歌词文体学(内部)和歌词文化学(外部)两大部分,前者包括歌词的语言、结构、音乐性和体类等要素,后者包括歌词的受众、创作和传播等问题。本文的研究将参照该体系,以符号学为视角,力图兼顾歌词文体学和歌词文化学两个研究领域。

关于符号学,笔者还需说明一点。总体来看,虽然学界对流行歌曲研究已久,但有关“古风音乐”的论文近几年才开始逐渐增多,且大都着眼于古风音乐的定义、来源、创作特点以及文化内涵等方面,尚鲜见从文化符号学角度切入的文章。笔者认为,借用符号学资源可望进一步发掘古风音乐歌词中文化语汇的学术意义,而本文自然也是一种扩展研究,是以已有的相关成果为基础的,是离不开前辈学者的贡献的。

一、古风歌词的符号生成机制和文化内涵解读

古风音乐作为当代流行音乐的形式之一,可以看作一种复杂的符号活动系统。与一般流行音乐生产与流传的基本环节相似,古风音乐的符号系统包括多个环节:词作家的歌词(中国元素、“中国风”符号文本);配器、作曲家的音乐(传统、古典乐调);歌手的表演(古风音乐会、各地巡演);机构媒介的传播(网络音乐媒体和直播平台);歌众特别是“粉丝”的传唱(“古风圈”的形成)等。这里,每个环节都可以看作一个完整且独立的符号编码、解码过程。本文着重探讨的是其中的歌词符号系统。

歌词在歌曲的众多复合媒介中,信息最为清晰,是歌曲意义的“定调媒介”,不仅决定着歌众的分层,也决定着歌曲文化意义的分层及其营销结构的变化。^①因此,解读古风音乐的歌词符号系统,不仅对其生产、创作、消费和传播等相关机制的研究具有较强的理论意

表格 古风音乐歌词中的文化符号分布简表

物源	自然事物				人工器物		纯符号	
类别	动物	植物	地名	天象	器物	食物	节庆	文学艺术
示例	飞驳 青骢 鸿雁 春燕 青鸟 彩蝶	松萝 兰芷 凌霄 青梅 梨花 杨柳	巫山 未央 紫陌 红尘 秦淮 断桥	参商 星辰 天河 孤星 霄汉 银汉	红罗 流苏 琉璃 金樽 笙簫 焦尾琴	青杏 浊酒 桃花面 红酥手 龙背酒 棠梨煎雪 寒梅煮雪	乞巧 兰夜 上元 寒食 端阳 重阳	殷涉 清商 蝶恋花 浮世绘 雕花笺 锦字(书)

义,更是对当前“汉语热”、“国学热”背景下中国元素通过文化符号外化的叙事和表达具有现实意义。

著名符号学家赵毅衡认为,“符号是携带意义的感知”。这就是说,意义必须用符号才能表达,符号的用途就是表达意义。或者说,没有意义可以不用符号表达,也没有不表达意义的符号。由此可见,符号和意义之间有着密切的“锁合关系”。^②正是基于这种“锁合关系”,古风音乐歌词中的文化符号得以被赋予具有中国元素和古典色彩的独特意义,而这些意义和蕴涵又必须通过特定的符号载体加以表达和实现。如果说古风音乐歌词文本中的符号是抽象出来的、带有中国传统元素的“形式”,那么我们就可以讲,是最初的“物源”在歌众长期积累的意识,以及古往今来的历史传统、风俗习惯等因素的作用下,被符号化、标记化了之后,才生成了文化“内容”。

赵毅衡将符号的“物源”分为三种:自然事物、人工制造的器物 and 纯符号。^③同时,郑文东认为,能成为文化符号的事物主要包括文字典籍(如文学、电影、戏剧、绘画等)、规制(人们在日常生活中遵循的社会组织各方面的规定,如祭祀、祈雨等仪式)、器用(如长城、金字塔、瓷器等)等几类。^④笔者综合以上分类标准,对古风歌词中的各类文化符号作了简单的梳理,如本页右上角表格。

① 参见陆正兰《流行音乐的商品符号学研究》,载《符号与传媒》2017年第1期,第5-18页。

② 参见赵毅衡著《符号学》,南京大学出版社2012年版。

③ 参见赵毅衡《符号与物:“人的世界”是如何构成的》,载《南京社会科学》2011年第2期,第35-42页。

④ 参见郑文东著《文化符号域理论研究》,武汉大学出版社2007年版。



下面,针对具体的符号生成机制及其文化内涵,笔者选择其中的典型例子略作探讨。

(一)以“自然事物”为物源的

物源为“自然事物”的符号原本不是为了携带意义而出现的,而是自然事物落到人的意识中,被意识符号化、长期固化之后才形成了近乎约定俗成的含义。在古风音乐的歌词语汇中,以“自然事物”为物源的文化符号主要包括动物符号、植物符号、地名符号、天象符号等几大类,这里仅从笔者自建的歌词素材库中每类选取一个案例分别予以说明。

动物符号:飞驳 古风歌曲《幽狐》的末尾一句“清响起,才记除却乞巧难见飞驳”较为生涩,不易理解,其中“飞驳”一词更是该句的一大“拦路虎”。据《汉书·梅福传》记载:“白黑杂合谓之驳。”看来,“驳”字在古代不但能指一种颜色中夹杂着别的颜色,即“不纯净”,还可特指白色与黑色混杂的事物。既然是一种可以飞翔且白黑相间的事物,还只能大量出现于“乞巧”时节,则其应指喜鹊无疑。

歌曲中代表“女主”的“幽狐”夜半沉溺于思念,泪眼朦胧之际幡然醒悟:牛郎织女尚且只有七夕节时才能以喜鹊为桥见上一面,自己又何须伤感呢?由此她安慰自己:缘分天注定,有情人一定终成眷属。这句歌词借助中国文化中喜鹊的独特内涵极言爱之深、思之切,同时传达了美好的祝愿。

我们看到,这个案例中的“喜鹊”本是自然事物,却因为牛郎织女鹊桥相会的神话传说被赋予了喜庆、吉祥的色彩,有时甚至喻指男女姻缘。而用“飞驳”这一古词进一步抽象“喜鹊”的文化内涵,则体现了古风音乐惯用的“陌生化”表达技巧。从“物源”到“符号”再到“意义”,符合歌众对物质的记忆和其经验的积累过程。更重要的是,中国风古典意蕴(以文言语汇为形式)的加入,使歌词的意境更加朦胧、脱俗而高远。

植物符号:菟儿丝和松萝 此二者出自《幽狐》中“遗君菟儿丝,点点芳馨附松萝”一句,都是歌中女主角为向男主角表达爱意而相赠的礼物,也是主人公之间的定情信物。巧的是,菟儿丝和松萝都属于寄生植物,也都有药用价值,算得上“草药”,因此有学者认为它们名异实同,是同一种植物。

“菟儿丝”也叫“菟丝子”,相传民间发现腰部或脊骨受伤的兔子经常啃一种缠在豆秸上的野生黄丝藤,随后就能奇迹般地令腰伤自愈。人们通过试验证实了该种丝藤的药效后,便推广使用,称这种植物“兔丝子”。由于它是草药,后人又在“兔”字上冠以草头。至于缘何

以此物相赠来表达爱意,可能是民间某些地区约定俗成的婚俗。这正如《诗经·邶风·静女》中“自牧归荑”的“荑”代表的是毛芽草,而我国古代就有赠白茅表示爱意、婚姻的民俗。至于“松萝”,和《九歌·山鬼》中“若有人兮山之阿,被薜荔兮带女萝”的“女萝”其实是同一种蔓生植物,又依王力在《古代汉语》中对其的注解可知,“女萝”或“松萝”其实就是“菟丝”。^①《山鬼》是描写爱情的浪漫主义楚辞体诗,因此后人便把女山鬼穿戴的饰物或衣裳全都当作爱情的象征。

由此可见,“菟儿丝”和“松萝”从植物名、草药名变成颇具古典特色的“文化标的物”这一符号生成过程中,民间风俗(婚俗)和文学典籍(《诗经》、楚辞等)起了至关重要的作用。古风歌词很大程度上是对古代诗词歌赋、“雅”文化的文学接受,因此,歌词中大量出现先秦著作中的植物语汇,势必起到“纳雅入俗”、调节符号语境的作用。古风歌词中具有类似生成机制的植物符号还有兰芷、白莲、红梅等。

地名符号:巫山 众所周知,巫山是中国西部的重要山脉之一,位于重庆、湖北交界地带,北与大巴山相连,连绵起伏,是中国地势第二、三级阶梯的分界标志之一。同时,长江横穿其间,形成著名的长江三峡,即瞿塘峡、巫峡和西陵峡。巫山地势险要,峡谷滩多水急,以多云雾暴雨而著称。“巫山”在被赋予符号意义和感情色彩之前,就“物源”而言,仍只是我国西南部的一座大山,是自然风景的名字。

然而,在中国传统文化中,巫山不仅是著名的旅游景点,还是古代诗文中常见的意象。此外,它也因巫山神女的传说而常常被用来象征男女幽会或恋人约会的情景。从《山海经》中助禹治水的瑶姬,到《九歌·山鬼》中“采三秀兮于山间”(“三秀”指灵芝,郭沫若认为“于山”实为“巫山”)的多情山鬼,再到《高唐赋》中“愿荐枕席”、自由奔放的神女,最后到《神女赋》中“襄王有意神女无心”、端庄温雅的淑女,这一系列神话传说都表达了广大人民对美好爱情的憧憬和对摆脱封建礼教束缚的渴望。

古风音乐作为流行“复古风”的典型代表和宣扬中国文化元素的艺术载体之一,其歌词语篇中自然也少不了“巫山”的身影。《幽狐》中一句“歌高唐,忽恐缘如巫山一刻”把女主人公担心自己与情郎的缘分会像楚王与巫山神女那样仅止于梦中、转瞬即逝、再不可得的忐忑心理和离别后的痴心落寞刻画得入木三分;《云笙叹》中

^① 参见王力著《古代汉语》(第二册),中华书局1999年版。



一句“朝云散，飞羽忆巫山”更是将思妇对巫山云雨的追忆与念想和笙歌散尽后的孤独与怅惘表现得淋漓尽致。或许正如元稹所言，“曾经沧海难为水，除却巫山不是云”，陶醉过巫山云雨的梦幻，别处的风景也就黯然失色了。在古风音乐中，“巫山”这一普通的中国地名被打上了传统文化“闺妇思君”的烙印，地名符号及其内涵意义之间的“锁合关系”也呼之欲出。

天象符号：参商 “参商”原为天文术语，指二十八星宿中的参宿与商宿。由于这两个星宿在天空中此出彼没、彼出此没，古人常以它们比喻彼此对立、不和睦，或亲友隔绝不能相见，又或事物之间有差别、有距离。《左传》上亦有相关记载。

《谁主沉浮·千秋诉》中的“若情到荼靡，爱恨参商月天西”和《问剑》中的“纵身死亦偿生前错爱，结发亦难连参商”，都将“参商”视为感情隔绝的象征，以一种莫名的悲壮感向听者传达出“错爱难偿”，即便结为夫妻也难以相守若初、白头偕老的爱恨真谛，显示出主人公的无奈与落寞。

古风音乐给“参商”这一自然“物源”赋予了“离别、隔绝、相聚容易相守难”等含义，使其符号化、意象化，借以推广到所有以离情别绪为主题的抒情风格古风歌曲中。当然，换个角度看，这种泛化、堆叠的符号生成机制，也是造成当今古风流行音乐歌词同质化、意象千篇一律等弊病的原因之一。

（二）以“人工器物”为物源的

物源为“人工器物”的符号，例如器具、食物等，原本是作为使用物制作出来的，仅具有使用价值，不具有符号价值，也不用来携带意义。而当被认为携带上意义之后，它们就被规约化、符号化了。这里笔者列举古风歌词中的器物符号和食物符号，说明其生成机制和文化内涵。

器物符号：红罗 《问剑》中有这样一段歌词：“鸾烛摇曳了鎏金春房，掀喜帕偷窥美君郎。擎雌雄，不输人；羞英豪，怎输阵？且尽玉醅酹红罗帐……”这里的“红罗”是手工器物，属于古代“什物”的范畴。“罗”字在古代有“带稀孔的丝织品”之义，因此“红罗”可作“红色的轻软丝织品”解，多用以制作妇女衣裙或床帐帘幕。受民间婚俗的影响，古时“红罗”由于其颜色喜庆吉利，多用来借代“洞房”，寓意新婚的喜悦和甜蜜。这样一来，原本只有使用价值的“红罗”便被赋予了符号价值和象征意义。

此外，“红罗”还可暗示女子接受爱情，例如《幽狐》结尾女主发出的慨叹：“自笑痴，自笑痴，挑红罗。”

这里，“挑红罗”是个新奇的比喻：愿意挑起红罗帐，说明女主角已然接受了意中人和这段坎坷的爱情，一面自嘲痴傻，一面又但求此情不悔。

我们看到，在这类器物符号中，符号意义被放大了，器物符号化后的意义远远大于它原本的使用意义和实用价值。甚至，有些器物（如“红罗”）我们现在已经不再使用，其使用意义渐趋于零，语汇本身也成了古语词中的“历史词”，但其符号意义仍得以保留或延续在古风歌词或其他文化典籍之中。

食物符号：红酥手 歌曲《因缘劫》中，“我有红酥手，徒夸好颜色，当时弦上相思重按歌遍彻”一句，把琵琶女的纤纤玉手和她高超的弹奏技法描绘得惟妙惟肖。

据考证，“红酥手”也是古代很流行的一种甜食的名字。五代词人和凝在《宫词》中写道：“红酥点得香山小，卷上珠帘日未西。”这句中的“红酥”，说的就是红酥手，它原名也叫酥山，因被染成了红色，故得此名。另外，古代文人笔记中也说，红酥手是江浙一带的特产品点，因为形如佛手而得名。古代皇帝食用的所谓御用点心里，也有红酥手以及玫瑰酥、桂花酥等。这是“红酥手”作为食品“物源”的初始含义。

在古代，能够做红酥手这种甜食的大多是一些心灵手巧的女子，因此，这个名字后来逐渐衍生出“女子红润的手指”这一全新的义项。由于“红酥手”是古代食品款式，当今已不复存在，它的使用价值（食用价值）已经逐渐隐退，而符号意义、象征意义逐渐生成，成了符号化的“纤纤玉手”。

（三）以“纯符号”为物源的

物源为“纯符号”的符号，本身就是为了表达意义而创造的，如语言、艺术（音乐、电影、绘画）、文字、文学典籍等。这里举节庆符号“乞巧”为例加以说明。

节庆本身就是一种“纯符号”，与民俗、绘画、建筑、音乐等同属“后语言符号”的范畴。它们完全为了表达意义、象征内容而存在，没有使用价值。然而，人们也不是生来就能领悟各种节日的符号含义和符号价值的，节庆文化“符号化”的过程，需要一代又一代人对这种直觉感知进行持续的意义解释，赋予感知以意义才能完成。时至今日，几乎每位社会成员都知道在特定的节日中应该完成哪些行为，这就是作为“纯符号”的节庆“物源”被抽象出来，人们又对其进行了符号化的意义解读的结果。古风歌词中的节庆符号也不例外。歌曲《兰夜》就以乞巧节（七夕节）为主线，贯穿节日期间的各种风俗人情，其歌词语篇可以看作一个以“乞巧”为主符号的语汇系统。



“乞巧”指古代节日农历七月初七，是七夕的别名，与中国的传统民俗有关。根据历代著名国画、诗歌的表述以及文化典籍的记载可知，最早的“乞巧”代表的是古代七夕节最为普遍的习俗，即少女们在七月初七的夜晚进行的各种“乞巧”活动。《兰夜》歌词中所展现的各地区的乞巧方式不尽相同，又各有趣味：姑娘们穿针引线“验巧”，做些小物品“赛巧”，摆上些瓜果“乞巧”……场面相当热闹。^①

从文化语言学角度看，词语“乞巧”其实就是向织女星“乞求智巧”的意思，寄寓了少女们单纯美好的心愿和对爱情的无限向往；而放在七夕节的文化背景下，它又多了一层“愿天下有情人终成眷属”的祈福含义。宋代秦观在其《鹊桥仙》中也提到“纤云弄巧”，其“巧”字一语双关，在形容云彩变幻多端的同时，又暗示七夕“乞巧”，仿若云卷鹊桥而来，溢出浓浓的情意。前面提到的歌曲《幽狐》中的“才记除却乞巧难见飞驳”一句也似与此有异曲同工之妙。

二、古风歌词的符号选用心理

根据古风音乐的创作风格和艺术特色，以及上述对古风歌词的符号生成机制、文本文化内涵的解读，我们就可以初步归纳出古风歌词作者的符号选择方式和选用心理。

（一）基于符号“理据性”分类的选用心理

首先，赵毅衡曾经说明，符号学家皮尔斯认为符号的“理据性”是其主要特性之一，并依据符号和它的对象间的关系，将其划分为像似符号、指示符号和规约符号三种类型。^②

参照该分类，古风歌词中的动物符号（如飞驳）、植物符号（如菟儿丝和松萝）和节庆符号（如乞巧）属于规约符号，靠社会习俗约定符号与意义之间的关系。规约符号的“规约性”使得符号的表意更加准确、有效。词作者选择这类符号，可以使歌词语汇和中国传统习俗、文化生活贴合得更为紧密。此外，这类符号的现成性和特殊性，也使得它们很容易被从古代典籍中直接摘取、借用，化用为具有浓厚中国文化色彩的歌词语句。

歌词中以“巫山”为例的地名符号，就其“物源域”而言，应属“指示符号”；就其符号意义而言，将爱情比作“巫山云雨”这一自然现象，既属于“像似符号”中的“比喻式”，又可将“巫山”归入“规约符号”，因为自《高唐赋》、《神女赋》等著名典籍之后，人们已逐渐接受并固化了这一对符号与意义间的“锁合关系”。

最后，天象符号（如参商）、器物符号（如红罗）、食物符号（如红酥手）等都属于“像似符号”，符号与意义之间的对应关系是根据某种像似特点确定的。词作者选用这类符号，可以使表意更加生动、直观，让原本枯燥的“物源”在歌词语汇中被赋予新的含义。这些使用或比喻，或形象，或暗指，并没有完全照搬和移植那些被尘封在历史中、天象学术语中的“物源”，而是让符号具备了新的象征含义，从而更好地与颇具“复古”之风的、富有中国特色的古风音乐文本语境形成良性互动。

（二）基于文化审美心理的符号选择

此外，出于古风音乐特殊的歌词语体、文本语境和目标受众，“纳雅入俗、古为今用”成了古风歌词在文化审美上的主要追求。基于歌众探寻古典美、陶醉于中国传统文化元素的审美心理，以“古语词”为符号形式的歌词语汇必须存在，但又需要作词者灵活处理。比如音乐符号“般涉”、“焦尾琴”，器物符号“红罗”，食物符号“红酥手”，地名符号“未央”、“紫陌红尘”，由于相应的事物在现代生活中已不复存在，也就成了已丧失使用价值的“历史词”符号。而正是由于它们已经退出历史舞台，选择它们作为歌词语汇，更容易引起歌众无尽的遐想和追忆。

而另一些文化符号，比如“飞驳”、“青骢”、“乞巧”、“松萝”、“兰芷”、“凌霄”、“巫山”、“桃花面”等则属于“古雅词”符号范畴，即它们所指的事物在现实生活中依然存在，只是称谓方式产生了一定的变化。此时，将它们在文言文和古代典籍中的名称移植到歌词中，可以放大、加深、唤醒歌众对这部分古典元素的记忆，从而取得进一步丰富歌曲审美内涵和文化意蕴的艺术效果。

三、古风音乐歌词及其文化符号的生产、消费与传播

下面，结合古风歌词文化语汇的符号学解读，笔者仍以符号学为视角，对古风音乐的文化生产、消费与传播做一简要分析和展望。

根据文化生产理论，文化生产的概念既包括文化商品的工业化生产，也可以包括感觉、意识或意义的社会

^① 参见叶舒阳《当代通俗音乐语境下古语词的文化义初探——以古风歌曲〈幽狐〉为例》，载《大众文艺》2016年第24期，第157-158页。

^② 参见赵毅衡著《符号学原理与推演》，南京大学出版社2011年版。



生产。其中,文化商品的工业化生产表现了文化生产与社会其他生产形式的共性,而感觉、意识或意义的生产则是文化生产独特性的展现。换句话说,文化生产的核心是商品和意义,但商品只是载体,意义才是对文化个性的追求,同时也是文化符号的携带物,更是最终的消费对象。流行音乐属于大众文化,符合一般的文化生产规律,古风音乐作为流行音乐的新形式,也不例外。

古风音乐歌词中诸多带有中国元素、古典色彩的文化符号,是当前其文化生产链条中最核心的环节。不论它如何以商业化的形式运作,生产出多少与古风相关的周边文化产品(如时下流行的汉服、中国风动漫等),也离不开歌词文本中能满足歌众重温经典、追寻古典情愫之需求的文化符号。试想,如果抽走歌词中所有的文化符号,古风音乐便无法再称为“古风”,因为一旦丧失核心意义,包装、形式和载体就都只能是一副空壳。由此可见,古风音乐与其他众多流行音乐的最大不同在于,它对歌词、歌词中使用的文化符号及其携带的文本意义的依赖性极强,而这也直接影响着古风音乐的文化生产和文化消费。

陆正兰认为,任何文本的发送与接收,都必须有一个“文本身份”(textual identity)作为支撑。所谓歌曲文本的身份,包括体现体裁的文类身份、体现流派风格身份、体现性别的社会身份,以及体现用途的功能身份等方面。身份不但是歌曲文本在文化中的定位,也体现着它对文化的依托。^①同样,古风歌曲的文本身份,主要体现在其“文白夹杂、异语并置”的话语体裁中和“纳雅入俗、古为今用”的复古风格中,以及追寻经典、消费中国元素的实际用途中。基于这种独特的文本身份和语境,可以说,古风歌曲进行文化生产和文化消费的生命力和原动力,就在于微缩、凝聚着大量文化功能和文化内涵的一个个文化符号。这些文化符号简洁准确、形象直观,在被生产、创作出来,其意义被消费之后,又非常便于歌众间的传唱和传播,也便于中国古典文化的留存、延续与推广。这样一来,古风音乐及其歌词文本便完成了基于文化符号的“文化生产—文化消费—文化传播”的生命历程。

由此可见,只要不丢失文化符号这个核心要素,古风音乐的文化市场前景就是广阔的。伴随“汉语热”和“国学热”的时代背景,在规避掉同质化恶性竞争、快节奏大批量生产等弊病之后,古风音乐定能一跃而起,创造出属于自己的辉煌。

小 结

古风音乐歌词以其文化符号为核心要素,按照符号生成机制的标准,可分为以“自然事物”为物源、以“人工器物”为物源、以“纯符号”为物源三大类,每一大类之下还可进一步划分出动物、植物、地名、天象、器物、食物、节庆等典型“古风”符号。本文所选案例中,中国元素、古典内涵的代入也完全符合符号与意义之间的“锁合关系”。在此基础上,笔者还从符号理据性分类和文化审美心理这两个维度探讨了古风音乐歌词符号选择的心理机制,以期今后的歌曲创作、歌词鉴赏提供借鉴与参考。最后,笔者对古风音乐基于文化符号的生产、消费与传播机制作了简要的分析和展望,得出了基于“文本身份”的古风音乐及其歌词文本在“文化生产—文化消费—文化传播”的过程中始终离不开符号和意义的结论。

其实,除了音乐语言、文化符号上的审美追求,古风作品在以新形式弘扬中国传统文化(包括茶文化、酒文化、饮食文化、医药文化、花卉文化、旅游文化、节庆文化,等等)的同时,还创造了独特的艺术理念,即倡导追寻古典情愫和怀旧元素,营造古朴、典雅的艺术氛围,尽可能卓然于当下充斥歌坛的快餐式爱情歌曲。因此,古风音乐应能以其文化符号和中国元素为依托,在当今充满同质化焦虑的音乐文化市场中闯出自己的一片天地。

(责任编辑:魏晓凡)

^① 参见《流行音乐的商品符号学研究》。

