

一首歌“唱响”一座城

几乎每座城市,都有自己的“主打歌”,或欢快或怅惋,或沉静或激昂。

写青岛、唱青岛的歌曲不少,《青岛》《青岛 青岛》《秋天,来青岛看海》《青岛梦寻》《青岛故事》《逛栈桥》《八大关》《爱青岛》《我的青岛》《青岛 帆的故乡》……

音乐人爱写青岛的一切,歌声里的青岛时尚动感、温馨浪漫:“小时候总喜欢唱那大海的歌谣,最爱去的地方就是海边的栈桥”“青岛青岛我把你寻找,爱如潮水的味道”“青岛青岛我在此落脚,前所未有的心跳”“说不出口的爱,让浪花来告白,我在这里等你,秋天来青岛看海”……

“城市之歌”,串联起城市的风景、故事和坐标,有着最为动人的表情。一首歌,就能让人对一座城念念不忘。

“城市之歌”有何魅力?如何用音乐演绎城市故事,更好地实现音乐与城市的回吻?

—

城市歌曲,顾名思义就是以刻画城市景观、城市居民、城市内在精神等多角度城市形象为主的一类歌曲,是促进听众对城市产生想象的一种重要艺术形式。

城是歌的“精神摇篮”。以歌写城,以诗咏城,古已有之。作为承载情感、记录历史的载体,城市常被古人歌咏。《乐府诗集》中收录颇多关于“都市书写”的“歌诗”。比如《洛阳道》,“洛阳开大道,城北达城西。青槐随慢拂,绿柳逐风低。玉珂鸣战怪,金瓜斗场鸡”。歌曲写洛阳大道的深广、洛阳城的柔美春景和城内热闹繁华的生活,在演唱和演奏中展开一幅恢宏的城市画卷。

古人不仅吟唱城市的繁华,也抒发生活所感。“树下即门前,门中露翠钿”“采莲南塘秋,莲花过人头”。南朝民歌的代表作《西洲曲》,曼丽宛曲中勾勒出江南景致,又在清辞俊语间传递出少女的思念,“南风知我意,吹梦到西洲”。

歌是城的“声音名片”。由古至今,“城市之歌”常与时代共鸣,成为城市的

“有声名片”。“让海风吹拂了五千年”,《东方之珠》旋律响起,便梦回1997,让人瞬间想到香港这颗璀璨的明珠。“深秋嫩绿的垂柳、玉林路的尽头、小酒馆的门口”,歌曲《成都》带给听众诗和远方,赋予城市新的文化意蕴,引得众人奔赴。每当于毅演唱的《青岛》响起,人们便跟着歌声,想起海边的栈桥,想起红瓦绿树、碧海蓝天的青岛。

二

当城市拥有专属的BGM,它便更加鲜活生动起来。

丰满城市性格。好的“城市之歌”,往往带着浓厚的地域特色,映射着一座城的特质与性格。比如,青岛小哥沙洲把“青岛话rap”写得传神,“让我跟你拉拉呱,去逛个栈桥再打个水漂”“哈啤酒干了你别叨叨”,唱出生动的青岛生活图景。听完《青岛话》,网友表示“满脑子都是啤酒蛤蜊,现在就想买票去青岛”。又如,《兰州兰州》的歌词里,少年的衣角、寂寞的白塔后山、未东去的黄河水……诸多生活意象描绘出别样的城市生活,让人印象深刻。

昂扬城市精神。歌曲的旋律和歌词中,蕴含着巨大的力量,它直抵人心,引发情感共鸣,激发想象力和创造力,提振干事创业的士气。《兰考放歌》吹响新时代冲锋的号角,鼓舞无数像焦裕禄一样的干部,带领兰考人改天换地;《我来雄安了》中,带着“功成不必在我”的决心,“雄漂”一代扎根雄安,见证雄安这座未来之城的发展;《爱拼才会赢》中,向海而生的泉州人,“实实在在,心无旁骛做实业”……“城市之歌”一次次唱响,城市的精气神随之一点点蓄积。

打开流量入口。好的歌曲,往往成为城市巨大的流量入口。想去青岛,看“眼前的海哟,潮落又潮涨”,在海边“斟满这杯啤酒,一杯沧海一醉方休”;“也许爱情就在洱海边等着”,歌曲《去大理》让人向往苍山洱海边的爱情;听着《贺兰山下》,就想去大西北感受“贺兰山下一马平川”的壮阔……一首歌便可带火一座



城,让听众心心念念,甚至产生“一生至少要去一次”的冲动。在抖音上,“一首歌一座城”挑战赛,总播放量超过32.2亿次,唱红了不少城市。

三

创作一首将城市形象印刻进人们脑海中的歌曲,是许多城市怀揣的美好期许,也是展现文化软实力的尝试。

音乐作品不能只像一阵风,而应像一条河,孜孜不倦地滋养城市与人。部分音乐人只求顺口、简单,以致出现大量旋律雷同的“口水歌”。有些专门为城市创作的歌曲功利性太强,缺乏真情实感。那么,如何创作出隽永的城市歌曲?如何让城市音乐更广泛地“出圈”?

挖掘城市特质,用音乐唱响“城市故事”。每座城市都有不同于其他城市的个性,对旅游城市而言,挖掘与众不同的气质、构建独特的城市形象尤为重要。城市与音乐相辅相成,歌曲创作当扎根城市土壤,深挖城市可歌可赞之处,用音符、歌词展现城市鲜活形象,与城市紧密结合、融为一体,方能真正用音乐提升城市魅力。

丰润音乐土壤,用旋律激荡“城市血

脉”。注重城市整体音乐氛围的营造,就相当于给原创音乐发展“做基建”。比如,打造“演”的舞台——搭建更完善的音乐基础设施,给予音乐人更多走向舞台中央的机会;营造“听”的氛围——用一场场精彩的演出,培养城市“音乐人口”,提升民众的音乐审美能力;肥沃“创”的土壤——青岛原创音乐扶持计划,经过五年的积累沉淀,成功搭建了“中国电台海量原创音乐联盟”,让音乐融进城市血脉,让城市散发出迷人气质。

拓宽传播渠道,让更多人听见“城市回响”。酒香也怕巷子深,并非每一首好歌曲都能“横空出世”。想要打造“出圈”的城市音乐作品,推广必不可少。一方面,用好移动互联网传播,加大好歌曲在各个社交平台的推广度与曝光量,让“城市之歌”迅速飘出深巷;另一方面,不妨在音乐载体上下功夫,加深音乐与电影、电视、话剧等其他艺术形式的融合,让城市音乐更容易被理解和接纳,拉近与听众的距离。

烟火升腾,音乐环绕,期待更多动听的“城市之歌”,唱响音乐与城市的相互滋养。

(转自青岛宣传)

