

doi:10.3969/j.issn.1674-117X.2023.05.015

网络音乐的流变与发展

颜胤盛, 赵子恒

(湖南工业大学 文学与新闻传播学院, 湖南 株洲 412007)

摘要: 互联网催生的网络音乐, 随着数字化时代技术的迅猛发展, 其面貌也日新月异。从早期的数字化分享, 到后期的媒介化演变和虚拟化拓展, 网络音乐不仅改变了人们获取和聆听音乐的途径, 而且构建了新的音乐社交空间, 赋予音乐新的表现手法、创作手段、传播与接受方式, 不断带给人们新的感官享受和审美体验。

关键词: 网络音乐; 数字化; 媒介化; 虚拟化

中图分类号: J605

文献标志码: A

文章编号: 1674-117X(2023)05-0115-07

引用格式: 颜胤盛, 赵子恒. 网络音乐的流变与发展[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2023, 28(5): 115-121.

Evolution and Development of Network Music

YAN Yinsheng, ZHAO Ziheng

(College of Literature and Journalism, Hunan University of Technology, Zhuzhou 412007, China)

Abstract: Network music spawned by the Internet has been changing rapidly with the rapid development of technology in the digital era. From the early digitalization sharing to the later mediatization evolution and virtualization expansion, network music has not only changed the way people get and listen to music, but also constructed a new music social space, endowed music with new ways of expression, creation, dissemination and acceptance, and constantly brought people new sensory enjoyment and aesthetic experience.

Keywords: network music; digitalization; mediatization; virtualization

网络音乐是在数字化环境下产生和发展起来的一种新的音乐形态, 其通过互联网进行分享, 具有在线传播、实时服务等特征。网络音乐的出现延展了音乐的传播渠道与创作方式, 伴随之后的互联网、物联网乃至 5G 通信技术的发展, 其逐渐由单纯的数字传播转为媒介化生存。如今盛行

的在线音乐平台与流媒体就是这一转型的产物。“数字化”和“媒介化”体现了网络音乐的核心逻辑。本文力图通过对网络音乐发展脉络的梳理与分析, 深入探究数字化时代媒介化与虚拟化之于网络音乐发展的影响和意义, 揭示网络音乐流变的模式及其内涵。

收稿日期: 2023-06-05

基金项目: 国家社科基金后期资助项目“‘新潮’音乐作品的‘多重结构’解读”(22FYSB008)

作者简介: 颜胤盛(1972—), 男, 湖南茶陵人, 湖南工业大学副教授, 博士, 研究方向为音乐理论、戏剧影视音乐;
赵子恒(1998—), 男, 河南许昌人, 湖南工业大学硕士研究生, 研究方向为广播电视。

一、数字化：网络音乐孵化器

网络音乐的诞生得益于20世纪90年代末数字化时代的来临。数字化分享打破了传统音乐发行模式的桎梏,不仅扩大了音乐的传播范围、增强了音乐的传播力度,而且从根本上改变了受众接受音乐的渠道与方式,提高了人们对音乐认知的能力。与此同时,音乐与视频、图像等多媒体形式相结合,丰富了音乐的视听体验,为音乐提供了更多表现方式和传播渠道。

(一) 数字化音乐的传播与蔓延

数字化是网络音乐演进的核心逻辑与技术支撑,“数字时代既是网络音乐产生的时代背景,也见证着网络音乐从自发的乐曲风格到自觉的流行元素,最终形成涵盖从生产到消费的完整产业链的全部过程”^[1]。需要强调的是,如今的网络音乐虽然运用数字化的互联网平台进行创作和利用数字媒介、移动媒体进行传播,但其创作规律、美学特征、审美体验与传统音乐艺术并无二致。可以说,网络音乐保持了传统音乐的基本艺术特征,但其呈现和传播方式则是数字化的样态,体现出传统艺术向未来数字艺术阶段性过渡的特征。音乐数字化将声音、乐谱、音频信号等转换为计算机能够处理和存储的数字数据,而人类借助以“数字”为符号的计算体系创造出网络音乐,以此开启了音乐创作的新纪元。数字化使得音乐能够通过互联网进行传播和发行,人们可利用在线音乐平台、数字音乐商店和流媒体服务提供商进行购买、下载和在线播放。这些平台和服务为音乐消费者提供了便捷和多样化的音乐体验,其在推动音乐产业发展和变革的同时,也为音乐创作者提供了新的商业模式和推广渠道。

“就21世纪的数字演变趋势而言,数字技术与以往的技术形态最大不同之处在于,数字技术与人类的关系发生了改变。”^[2]现代技术推动了音乐艺术样态的改变,这一点尤其体现在数字化对音乐传播界限的拓展方面。数字化时代的审美主体是社会的每个成员,大众成为了网络音乐的传播者。网络音乐悄然改变着审美主体的音乐感知方式,究其原因,一是数字化技术重塑了受众的审美体验。相比于以往欣赏音乐时主体必须在场的感知方式,如今的数字技术使审美主体能够

参与音乐制作、音乐分享、音乐存储的全过程,听众能够在任何时间、任何地点,通过数字化设备随时收听、分享音乐。二是数字化技术打破了传统音乐作品生产的精英体系和音乐传播的单项线性结构,其意味着从个人到社会“将以更加积极主动的姿态,通过其自下而上的艺术评论行为,参与对主流社会审美的塑造。数字时代的艺术因而成为生产者美学意图和多元大众体验相互融合、彼此协商的文化场域”^[3]。数字时代的网络音乐是科学技术与艺术哲思相互作用的结果,从创作方式到传播样态,它都已经不同于我们所理解的传统音乐。数字化将所有人卷入网络音乐的生产关系当中,把创作、生产、传播、欣赏等环节转化为一个彼此不可分割的有机体,使之成为人们审美生活必不可少的部分。同时,数字化把音乐创作从艺术家单一的社会实践拓展为艺术的大众化实践,使得音乐创作转变为历时的交互过程和共时的交互场景。

(二) 数字化音乐视觉体验的融入

西方传统美学一直认为,音乐是时间与听觉的艺术。网络音乐的视觉化生产赋予了音乐新的存在方式。视觉是人们最直接的感官体验,“人们在接收信息时,来自听觉的信息以时间性的方式进入感知,来自视觉的信息则以空间性的方式呈现和传递”^[4]。数字化所带来的融入视觉体验的网络音乐改变了传统音乐的欣赏环境,使得原本的听觉欣赏转为可视化欣赏,音乐与画面一道营造出更加真实、立体、多维的视听空间。

2001年,网络音乐《东北人都是活雷锋》发布后在互联网上迅速流行,创作者雪村因此被冠为“网络歌手第一人”。在这首歌曲爆火的背后,除了互联网和原创音乐网站提供的技术支持之外,还有一个重要的原因,那就是Flash动画技术的运用。网友利用Flash技术以动画的形式演绎歌曲,推动了歌曲的传播速度。在早期数字化时代,Flash与网络音乐的连结使得网络音乐作品当中蕴含的趣味性、审美性以及商业性等多种元素结合起来形成一个完整、系统的整体,给受众带来独特的审美感受。整体来看,Flash动画本身就兼具艺术性与技术性,其既利于网络音乐的内涵展现,也有助于网络音乐的本体传播。Flash与网络音乐的结合如同一扇打开的窗口,拉近了创作者与受

众之间的距离, 满足了受众对作品内容的深层次交流需要。

进入移动互联网时代后, 随着视频分享平台的兴起, 音乐人和艺术家开始制作专门的网络音乐视频, 将音乐与图像、动画和实时效果相结合, 这些视频通过在线平台进行分享和传播。在这个阶段, 涌现出了一些专业的音乐视频制作公司和导演, 他们为艺术家制作高质量的音乐视频, 打造视觉化的音乐内容。其间, 尤以韩国的流行音乐偶像团体为代表。从早期的少女时代、EXO、BIG BANG, 再到近年来兴起的防弹少年团, 其整体营收中, 视频内容销售额已经与专辑销售额达到同一水平甚至成倍高于演出收入^[5]。“这种弱化线下演出、强化视频传播的最新韩国造星模式高度依赖于视频内容的制作与视频平台的传播, 而成功的视觉营造则是视频内容走红的必然要求。”^[6]^[17] 视频作为载体强化了网络音乐的表演形式和视觉效果, 将视听高度结合, 这在很大程度上提高了音乐的传播力与影响力。如今, 随着短视频社交媒体如 TikTok、抖音、快手等的兴起, 音乐也开始通过微内容传播, 创作者利用这些平台的短视频功能, 制作出适合快速消费和分享的音乐内容。

社交媒体平台上流行的音乐挑战和舞蹈也成为一种推广和传播音乐的方式。这种音乐传播方式因其能够更好地吸引年轻受众, 成为了当下流行音乐传播的重要形式。

网络音乐从早期的 Flash 动画到如今的视觉化传播, 经历了不断的发展和变革, 随着技术的进步和社交媒体的崛起, 音乐的传播方式也因此变得更加多样化和互动化, 为音乐人和艺术家创造了更广阔的表达和传播平台。网络音乐侧重视听体验的内容转向也为音乐的数字化传播提供了更为广阔的道路, 带给受众较之传统音乐更独特的审美体验。在如今快节奏的生活背景下, 侧重视觉体验的音乐产品以智能化的配乐参与短视频制作, 建立起听觉叙事空间, 将视听文化便捷地带入人们的日常审美生活, 使得音乐不再是一种单独的听觉艺术, 而是与画面构成音画统一的感知体, 成为令受众更加沉浸的审美空间。

(三) 数字化音乐的文化表征

大众文化是商品市场与当代工业技术相融合、

按照现代人的消费理念所创造出的一种文化形式。数字化的网络音乐“作为一种具有了大众文化通俗性、趣味性和娱乐性的消费文化, 自然也就成为市场经济文化的一部分, 并成为当代大众文化的代表”^[7]^[5]。网络音乐作为数字时代的大众文化形态, 受众较广是其突出特点, 这一特点必然要求网络音乐创作者将大众放置于非常重要的地位。事实上, 网络音乐的起步、发展、勃兴都离不开欣赏者的推动和支持。其中网络音乐本身属性所决定的多种艺术标准以及音乐主题中所表达的不同价值观是其能够被大众所欣赏的重要特性。“网络音乐的产生本身就标明了另一种艺术标准的产生, 它解构了单一的艺术价值尺度, 消解了艺术精英的权威性。”^[8] 早期网络音乐以其强烈的通俗性迎合了当时社会人们的审美特性, 尤其是满足了年轻受众的审美需要; 另一方面则是由于“网络音乐创作的参与者身份多样, 既有具有音乐专业背景的音乐人……也有非科班出身的自由音乐职业者……还有原本从事其他行业转行到音乐圈来的音乐达人”^[9]。同时, 网络音乐不同于传统音乐, 网络歌曲针对的受众群体主要为未受过音乐训练的业余爱好者。为了满足网络音乐平台的商业需求和用户的口味, 创作者倾向于创作旋律简单、节奏规整的歌词内容, 接续与市场接受度较高的主题, 如爱情、友情、欢乐、悲伤等。《东北人都是活雷锋》就捕捉到了网民求新求变的心理, 《当我再爱你的时候》《丁香花》则是以其本身散发出的一种别样忧伤情绪、悲剧色彩以及背后携带的感人故事快速抓住了网民的心。网络音乐创作的大众文化特征还表现在创作者追求商业成功和经济利益的动机上。网络音乐平台的普及, 使得音乐创作者可以更轻松地获得曝光和收益, 创作者也因此更加关注商业潜力和市场前景, 以获得更多的粉丝和商业机会。但通俗化并不等同于低质量或缺乏艺术性, 事实上, 大多网络音乐作品都具有一定的艺术价值, 并能够给听众带来愉悦的音乐体验。作为大众文化的网络音乐也是音乐产业和音乐消费者之间相互影响的结果, 它反映了时代的变化和音乐消费者的偏好。“严肃艺术和大众文化原本就是两类独立的东西, 它们存在着一种天然的联系和辩证关系, 可以沟通对话, 可以互取互补, 但不可能完全融合。”^[7]^[52] 因此,

网络音乐的流变必须辅以大众文化这一特性来进行研究,才能明晰其发展轨迹,从而更进一步探索其未来路径并作出正确引导。

二、媒介化:网络音乐新样态

数字时代媒介技术的演化,特别是艺术媒介与传播媒介的融合,为音乐媒介化提供了技术上实现的可能性。层出不穷的新型媒介与传统艺术相结合,形成了新的艺术表达方式,构成了音乐媒介化的土壤和基础。

(一)媒介化的音乐生产、传播与接收

“所谓的艺术媒介化,是指19世纪工业革命后,伴随技术发展传媒艺术和受媒介技术进步变化的传统艺术,在大众艺术和社会媒介化以及现当代艺术观念演化的影响下,与媒介互动形成的艺术现象。”^[10]音乐呈现媒介化的状态,一种表现为物理意义上的技术嵌入。技术赋能构建出音乐的网络新实践,使音乐拥有网络演唱会、网络音乐社区等形态。另一种表现为音乐即媒介,网络音乐拥有媒介的容纳力量和建构力量。新的媒介技术为网络音乐提供了新的表现方法和新的艺术观念。网络音乐的媒介化,实质上是运用媒介化的视角来看待新的音乐实践,围绕着网络音乐这一概念展开新的探索。通俗来说,就是要将网络音乐通过各种媒介形式展现给欣赏者,其包括音乐录音、广播、电视、互联网、流媒体等媒介工具和技术的应用等环节,目的是使音乐跨越时空限制,拥有更广泛的受众群体。

“艺术媒介一定具有传播媒介的属性,媒介既是艺术的物质载体,是艺术作品本身存在的本体性因素之一,同时也是物化了的传播渠道。”^{[10]18}数字化的媒介发展,让音乐的传播能够突破物理空间延伸至虚拟场域。以录音为例,录音技术的发展使得音乐能够被记录、保存和复制,通过唱片、磁带、CD等载体,音乐可以在不同的时间和地点被听众欣赏。广播是另一个重要的音乐媒介化形式,无线电广播的出现,使得音乐可以触及更广大的听众群体。电台则通过不同的节目形式,如音乐排行榜、音乐会播放、音乐评论等,向听众传递各类音乐信息。从此,听众不再只有亲临现场才能获得完整的审美感受,这就打破了音乐时空传播的屏障。随着影像的介入与互联网的普

及,音乐媒介化进入了一个全新的视听时代,音乐与影像一道构建起新的媒介表达形式,具有了“空间性”“虚拟性”的新特征。在此过程中,“音乐与媒介交织缠绕,从‘非媒介化’艺术向‘媒介化’艺术转向,并形塑起移动时代的大众音乐文化”^[11]。除了从可听到可见的转型,音乐的媒介化现象也体现在其它维度,与传统音乐相比,网络音乐同其他艺术形式相结合使其具备了“工具化”属性。“作为内容的音乐,经由传播触达到用户才会产生音乐意义;作为媒介的音乐是一种结构性的力量,能够将有共同兴趣、情绪的用户连结成圈层并嵌套成新的社会结构来作用于诸多领域。”^[12]例如,在电影中使用音乐,能够增强电影情节的表现力和观众的情感共鸣;游戏中的网络音乐作为配乐,能够为玩家营造出独特的游戏氛围和情绪体验。

在互联网时代,媒介化参与到网络音乐制作与传播的各个环节。网络音乐的媒介化是大众传播媒介与传统艺术在数字媒体时代的交融,其本身也有了新的内涵。作为媒介,它参与形成新的传播方式;作为“工具”,它能够融入到其它艺术形式当中,带来新的审美体验。

(二)媒介化的音乐圈层生态

20世纪初,曼海姆在提出“媒介化”概念的同时,也将“人类关系的媒介化”这一学术命题呈现在大众面前。数字技术所提供的沟通场景、社交线索以极大的便利性使社会的媒介使用程度日益加深,人们的交往习惯也因此被逐渐固定。社会分化和传播媒介的变革,加速了人类关系的圈层发展。“社交是社会群体中的个体通过不同途径与他人或群体建立关系并获得关注的一种社会属性需求。社会生活的快节奏发展与社会转型期的时代特征使得个体开始在网络中获得认同感、被需要感和参与感。”^{[13]91}媒介时代的网络用户,以独立个体为锚点形成自身的关系网,通过不同用户间共同的审美兴趣、价值取向构成虚拟社会关系。伴随社交网络和传播媒介的发展,互联网成为人际交往的主要形式,网络音乐籍此开始衍生出各种不同的音乐社群和圈层。“社会个体在网络空间中建立或加入了各种网络社交圈群,这些社交圈群冲破了支撑个体社会关系的三缘(血缘、地缘和业缘)界限,使得社会个体更加关注

自身个性发展与情感世界的满足。”^{[13]91} 网络音乐的圈层化发展主要由个体的身份认同与审美倾向所决定, 审美倾向则包含着每个人对自身的认知与情感因素(包含认知、兴趣、价值观等)。网络音乐的圈层内部共质性特征决定了网络音乐圈层的准入门槛, 并以此来筛选内部社群成员, 以确保社群内部成员关系的协调与圈层的活跃。

表面上, 网络音乐的圈层可以根据音乐风格、文化背景、兴趣爱好等因素来划分。有些音乐圈层非常独特和专业化, 其追求与主流音乐不同的风格和体验。圈层形成的深层次原因是亚文化特征作为非主流的社会意识形态能够被青少年群体所接受, 同时网络音乐也以这一群体为主要消费对象。“各种亚文化的蓬勃发展使得主流文化的径流逐渐收窄, 消费人群与文化趣味不断细分的分众文化市场呈现出新的面貌。”^{[6]15} 这种圈层化发展的主要动力来源于媒介技术的加持和推动。社会交往中的媒介技术延伸了人类沟通的边界, 增强了个人和群体间的社会联系。同时, 媒介化的音乐平台以逻辑算法生成内容的推送机制, 定向发送个性化内容, 通过对用户喜好的音乐风格、歌手、情感等因素进行分类, 进而在算法的分析模式中生成用户的个性化标签。不同的平台为相同风格的音乐爱好者和从业者提供了一个互动和交流的空间, 他们可以在这些平台上分享自己的音乐、观点和创作, 与同样喜欢相同类型音乐的人建立紧密联系。圈层化的发展带来了更加多样化的音乐表达方式和体验, “世界各地的人们在平等的交流中唤醒了潜藏在文化基因中的文化自觉与价值体认”^{[6]17}, 人们可以更容易地找到与自己口味相符的音乐, 也更容易与志同道合的人分享和交流。圈层化也使得一些非主流音乐和独立艺术家得以脱颖而出, 他们可以在特定的音乐圈层中获得认可和支持。然而, 圈层化的发展也带来了一些挑战, 一些音乐圈层由于过于封闭和独立, 导致不同风格音乐之间的流动性受限, 形成“圈地自娱”式的审美生态。此外, 这种圈层化的现状也使得一些音乐风格和艺术家无法获得更广泛的社会认可及获得更多的市场机会。因此, 如何让圈层化真正有效地在网络音乐未来传播、发展当中发挥实质性的影响, 真正有效地发挥其有效促进互动与交流这一突出优势, 仍然是当下亟待

思考的紧迫问题。

三、虚拟化: 人工智能与虚拟现实场景下的人机互动

技术媒介的出现和工业科技进步带来的人工智能技术和虚拟现实技术, 为网络音乐提供了巨大的创造空间, 将音乐中诸多的想象变成了可见的形象, 一些以往只能存在于脑海中的画面, 如今可以真实地展现在人们面前, 使得人们能够运用多重感官与其进行互动。

(一) AI 赋能音乐创作

网络音乐与传统音乐相比较, “最直观的区别就在于数字技术完全融入到其创作、生产、传播、消费的整个产业链之中”^[14]。如果说 ChatGPT 让世人了解到人工智能在语言模型搭建和语言处理方面的优势, 那么 Moritz Simon Geist 发表的世界第一张完全由人工智能制作的电子乐唱片^[15]则显示了人工智能对音乐创作领域的巨大冲击。人工智能与音乐创作的结合是近年来音乐领域的重点突破方向之一。随着人工智能技术的迭代更新, 其介入音乐创作的范围越来越广泛、程度越来越深入。“由于电脑可以储存自然界的各种声音, 这就可以使电脑音乐的音色组合趋于无限, 音律也可冲破传统的五、七声音阶及十二、二十四律等。”^{[16]189}

由于技术原因, 截至目前, 人工智能的发展仍处于“智能化的辅助工具”阶段, 还没有独立生产、创造出优秀艺术作品的的能力, 其现在的所谓创作只是基于已有创作进行简单的模仿, 或者说还只是人类审美创造的“延伸”。人工智能在现阶段音乐创作中的应用主要体现在辅助和增强两个方面。辅助方面, 人工智能凭借其强大的运算、学习和数据处理能力, 在保证人类创作者主体地位的基础上学习和模仿现有音乐作品、分析海量的音乐数据和创作模式, 在降低处理信息时间的同时, 将艺术家从重复劳动中解放出来, 使其专注于创造性发挥。此外, 人工智能还可以为音乐创作者提供创作过程中的实时反馈工具, 利用其信息检索能力对大众的审美趋势进行深度学习, 通过建立大数据平台来分析现有欣赏者以及潜在用户的习惯和需求, 对音乐题材、风格、创作手法等方面进行评估, 辅助创作者作出更好的决策,

从而降低作品推出后所带来的市场风险。增强方面,人类的艺术生产必须依靠创作者的艺术想象力,需要源源不断的灵感。人工智能能够为创作者在音乐创作过程中提供灵感、音乐素材或自动生成和优化曲目,通过分析和识别和声规律,为创作者提供和声建议或自动生成和声部分。此外,人工智能还能够根据旋律和节奏的模式,生成连贯且富有韵律的音乐段落。不过,音乐创作与人工智能的结合也面临一些挑战和争议。一方面,艺术的本质属性是创造,“而计算机自身显然尚不具备独立的创意能力,其创意仍是来自程序设计者的人类”^{[16][19]}。一些人担心人工智能生成的音乐缺乏人类的情感和创造力,缺乏真正的艺术性。另一方面,人工智能可能会削弱音乐创作者的角色和地位,甚至导致人类创作者被取代。但不可否认的是,人工智能与音乐创作的结合为音乐领域带来了新的创作方式和可能性,但我们确实需要注意在利用人工智能创作网络音乐的同时,还需要平衡其与人类的情感和创造力的关系,这样才能确保音乐创作保持其独特的艺术性和表达力。

(二) 虚拟现实技术重塑音乐消费

虚拟现实(VR)和增强现实(AR)是通过计算机生成的模拟环境,以多源信息融合的三维动态视景为呈现方式的交互手段,使用户能够身临其境地进行虚拟感受和体验。如果说虚拟现实是更加深度的视觉沉浸,那么网络音乐就是更加深度的听觉沉浸,两者的融合为音乐体验带来了全新的维度。“一方面,虚拟现实技术融入音乐生产环节,推动音乐生产由现实生产向虚拟生产的发展,为音乐人提供了音乐创作新的可能。另一方面,全息投影技术的应用使沉浸式音乐演出成为可能,全息投影音乐演出的出现在音乐市场迅速引起轰动,满足人们对于沉浸式音乐产品的需求。”^[17]

2020年初,音乐人Travis Scott在网游《堡垒之夜》中举办了一场虚拟演唱会,实时在线人数一度突破千万,这是首次有歌手在游戏中举办演唱会^[18]。这场虚拟演唱会在游戏界引发了不小的轰动,吸引了高达1230万的观众,播放量总计达到了4000万次。游戏公司利用这场演唱会进行大肆宣传,并推出联名游戏装备、线下周边等创意产品,为歌手和发行商带来了巨大的经济

收益。“2022跨年夜,五月天的跨年演唱会成为TMELAND元宇宙里举办的首个TME live超现场演出,这场元宇宙演唱会吸引了超万人同时在线观看。”^[19]在新冠疫情肆虐情境下,出品方通过虚拟现实技术让艺人在虚拟场景中进行音乐表演,与观众进行实时互动;观众通过移动设备或穿戴VR,身临其境地参与音乐会或音乐节,得到不同寻常的音乐体验。虚拟演唱会的举办为音乐行业拓展用户场景提供了模本。与传统演唱会相比,虚拟演唱会具有相当高的可塑性,其通过虚拟技术给观众带来了更强的沉浸感、参与性,同时也提供了更多的场景来进行商业开发。对于听众而言,多元化的选择场景使得音乐的获取方式也更加丰富多样,虚拟演唱会将本来单向输送信息的演唱会变得更具交互性的演唱会。其次,虚拟现实技术可以为用户提供与音乐相关的沉浸式体验,通过穿戴VR设备,用户可以进入虚拟音乐世界进行互动,他们可以更加清晰地感受音乐的视觉效果、空间感和情感表达,生成个性化的音乐审美感受。同时,用户还可以在虚拟现实环境中参与音乐创作,亲自演奏乐器或制作音乐。此外,虚拟现实技术还为音乐的教育和学习提供了新的可能性,学生能够通过虚拟现实技术在虚拟场景中学习音乐理论、乐器演奏和音乐制作技巧;他们还可以模拟实际的演奏场景,与虚拟音乐导师进行互动,并获得实时反馈和指导。这种沉浸式的学习方法能够有效地提高学生的参与度和理解力,强化音乐学习的效果。当下,虚拟现实技术本身的成本因素在一定程度上限制了其在音乐领域的普及和推广;同时,虚拟现实技术在音乐领域的应用也还处于探索阶段,对其还需要进行深入的研究和开发,受众才能获得更加出色的音乐体验。

时值今日,网络音乐借助数字技术革命的“春风”展现出勃勃生机,从最初的数字化发展,再到媒介化、虚拟化演变,网络音乐与时俱进,不断地给受众带来新的体验。如今,网络音乐不再是单一的听觉艺术,其在媒介化的帮助下,在受众面前呈现出空间化、立体化、多元化的新样态。伴随着人工智能的快速发展,网络音乐将在未来呈现出更新的面貌和更多的可能性,带给受众更多新奇与惊喜。

参考文献:

- [1] 邵 萱. 数字时代我国网络音乐产业的形成与发展 [J]. 传媒, 2014(9): 50.
- [2] 凌羽乔. “数字”概念初探: 起源、流变与未来 [J]. 理论界, 2021(11): 67.
- [3] 常 江, 田 浩. 间性的消逝: 流媒体与数字时代的视听文化生态 [J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2021, 42(12): 139.
- [4] 段 鹏. 论短视频时代音乐传播的视觉化转向 [J]. 现代出版, 2022(1): 46.
- [5] Sales Revenue of HYBE Co., Ltd. from 2016 to 2022 [EB/OL]. [2023-07-20]. <https://www.statista.com/statistics/916973/south-korea-bighit-entertainment-sales-value/>.
- [6] 李 栋. 数字时代音乐产业的发展流变: 场景转换、受众迭代与视觉营造 [J]. 产业创新研究, 2022(18).
- [7] 吴 磊. 流行音乐: 大众文化的现实表征 [J]. 交响 - 西安音乐学院学报, 2008, 27(3).
- [8] 崔慧子. 网络歌曲“恶俗”风波之思 [J]. 星海音乐学院学报, 2008(2): 83.
- [9] 王红勇. 网络文艺论纲 [M]. 济南: 山东教育出版社, 2014: 147.
- [10] 王 方. 数字时代艺术媒介化研究 [D]. 南京: 南京艺术学院, 2017.
- [11] 朱婕宁. 可见的音乐: 短视频时代音乐媒介化现象归因与反思 [J]. 南京艺术学院学报(音乐与表演), 2022(5): 198-202.
- [12] 喻国明, 张珂嘉. 作为媒介的音乐: 传播中音乐要素的新价值范式 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(3): 90.
- [13] 马 超, 呼大永, 孟庆川, 等. 基于社会学视角的网络社交圈层化现象探析 [J]. 传播与版权, 2023(3).
- [14] 张志平. 数字艺术产业发展现状与未来趋势研究 [D]. 北京: 中国艺术研究院, 2023.
- [15] 用机器人制作的“原声电子音乐” [EB/OL]. [2023-07-24]. https://www.sohu.com/a/326776259_100010427.
- [16] 杨守森. 人工智能与文艺创作 [J]. 河南社会科学, 2011, 19(1).
- [17] 江 鑫. 移动互联网时代技术推动我国音乐产业新发展研究 [D]. 济南: 山东艺术学院, 2021.
- [18] 温梦华. 真人歌手“虚拟演出”方兴未艾 元宇宙里开演唱会能否美梦成真? [EB/OL]. [2023-07-26]. <https://www.nbd.com.cn/articles/2022-07-18/2369640.html>.
- [19] 王奕昕. 线上音乐展演的传播“示能”、平台困局与空间破圈 [J]. 传媒, 2022(24): 75.

责任编辑: 黄声波