

公共文化服务中经典音乐“下沉”传播与审美培育研究

朱恩彤

西安音乐学院, 陕西 西安 710061

摘要: 经典音乐“下沉式”传播是新时代文化建设的重要实践, 对于提升全民审美素养具有重要意义。分析经典音乐“下沉式”传播的发展现状, 发现其在传播主体多元化、渠道平台融合创新、内容表达现代化等方面取得了积极进展, 但同时也存在内容异化与艺术本体价值流失、传播供需错位与受众接受表层化、运行机制不完善与可持续发展困境等问题。基于公共文化服务体系框架, 本文提出了传播路径。研究认为, 经典音乐“下沉式”传播需要在守正与创新之间找到平衡点, 建立政府主导、社会参与、市场运作的协同机制, 构建包含内容供给、人才培养、社群维系的良性生态系统, 从而真正实现全民审美培育的目标。

关键词: 公共文化服务; 经典音乐; 下沉式传播; 全民审美培育; 传播路径

0 引言

在新时代文化建设背景下, 随着我国人口老龄化程度不断加深和银发经济^[1]的快速发展, 如何让经典音乐走出高雅殿堂, 融入老年群体和大众的日常生活, 成为提升全民审美素养的重要课题。

公共文化服务体系根据《公共文化服务保障法》^[2]等相关政策文件, 主要涵盖公共图书馆、文化馆、博物馆、美术馆、科技馆、纪念馆、体育场馆等公益性文化设施, 以及面向全民的基本文化活动和文化产品供给, 其核心功能在于保障人民群众基本文化权益, 构建覆盖城乡的公共文化服务网络。

经典音乐作为人类文明的精神财富, 具有深厚的艺术价值和教育功能。在本文中主要指具有深厚文化底蕴、广泛传播价值和时代传承意义的音乐作品, 包括中国传统民族音乐如《茉莉花》、《二泉映月》, 革命歌曲如《映山红》、《我的祖国》, 经典流行歌曲如《甜蜜蜜》、《月亮代表我的心》, 以及被大众广泛接受的外国古典音乐作品如《梁祝》、贝多芬《田园交响曲》等承载着深厚文化记忆和情感共鸣的作品。但长期以来存在传播范围有限、受众群体固化等问题。

所谓“下沉式”传播, 在本文语境下特指文化内容向“银发群体”的定向传播, 强调文化资源从传统的青年主流受众向中老年群体延伸, 让高品质的文化内容能够适应并触达老年受众的特殊需求。这种传播方式不仅是受众群体的转移, 更是文化理念的转变, 从面向全龄段的传播转向针对“银发群体”的精准化服务, 从单向输送转向双向互动, 在“银发群体”中具有特殊的接受基础和传播价值。

公共文化服务体系作为保障人民群众基本

文化权益的重要制度安排, 为经典音乐“下沉式”传播提供了平台支撑和制度保障; 经典音乐通过“下沉式”传播丰富公共文化服务内容, 提升服务品质; 而“下沉式”传播则助力全民审美培育目标的实现, 三者形成有机统一的逻辑关联。通过公共文化服务体系的支撑, 经典音乐的“下沉式”传播能够有效突破传统传播的局限, 实现文化资源的优化配置和“银发群体”的广泛覆盖。

1 经典音乐“下沉式”传播的现状

1.1 传播主体与组织模式的多元化发展

当前经典音乐“下沉式”传播已形成政府主导、社会参与、市场运作的多元主体协同模式。政府层面, 各级文化部门积极发挥引导作用, 如烟台“时光塔音乐雅集”项目建立了“政府引导、机构联动、专业支撑、社会参与”的协同工作机制, 成为省级公共文化服务高质量发展的典型案例。该项目利用滨海地标建筑, 将古典、爵士等高雅艺术形式引入公共空间, 形成了“自然场景+文化体验”的创新模式, 举办12期活动吸引现场观众3600余人, 线上触达百万人次。辽宁交响乐团打造的“永恒的经典”交响音乐会, 自2016年起连办9年, 坚持惠民原则, 票价控制在30元至380元不等, 邀请国际国内知名艺术家合作, 在演出前进行曲目导赏, 有效降低了观众欣赏门槛。在这些发展的同时, 基层文化机构也在音乐文化“下沉式”传播上展现出强大的主动性, 四川省宣汉县自主举办融合本土特色的新年音乐会, 丰富了当地文化生活, 也有效带动了文旅消费。然而, 多元主体协同模式在基层实践中仍存在着供给与需求错位的问题, 政府主导的文化活动与民众真实需求之间出现了一定程度的脱节。

1.2 传播渠道与平台的融合创新

数字化时代为经典音乐传播提供了全新的渠道和平台。短视频与社交媒体已成为音乐传播的主阵地，音乐传播的决定权逐渐“下放”，下沉市场用户通过模仿和分享深刻影响着流行趋势。线上线下深度融合成为传播新常态，西安交响乐团大雁塔户外公演，作为全国唯一的大型免费户外交响乐公演，连续举办13年，2025年90家媒体直播，累计观看量突破1536万次。上海“社会大美育课堂”构建了“全民参与、全域覆盖、全龄可享”的立体化美育网络，其中上海歌剧院运用AR技术实现历史建筑与歌剧的虚实融合，是通过科技赋能艺术体验的典型案例。从重构美育空间场景，到在社区、广场举办“音乐快闪”，再到开放剧院幕后，是让观众从看和听到参与艺术创作的过程，实现了从被动接受到主动体验的转变。但是融合创新的渠道平台在实际运用中也带来了新的挑战，数字化传播的碎片化特征与经典音乐需要完整欣赏的艺术特性产生了一定冲突，在受众接受层面表现尤为明显。

1.3 受众需求与参与现状的实证调研

为深入了解经典音乐“下沉式”传播的受众基础和实际需求，本文结合已有研究数据和典型地区的初步调研，对经典音乐传播现状进行分析。需要说明的是，由于调研主要采用网络问卷形式，且样本集中在部分地区，具有一定的局限性，相关数据主要用于反映典型现象和趋势特征，未来仍需更大规模、更全面的实证研究进一步验证。调研结果显示，在前述多元化传播主体积极推动和融合创新渠道平台建设的背景下，受众层面却呈现出与传播实践成果不相匹配的复杂状况。一方面，政府主导的高品质文化供给与社会参与、市场运作的多元模式激发了民众的参与兴趣；另一方面，线上线下融合的传播渠道虽然大幅提升了经典音乐的覆盖面和影响力，但在转化为受众的实际参与行为方面仍存在明显落差，这一现象恰恰反映了传播实践中供给侧与需求侧的矛盾。

根据研究的调查数据显示，在音乐消费习惯方面，超过六成的群众每天或每周听音乐，说明音乐消费需求旺盛。在音乐类型偏好上，虽然流行现代类音乐占据主导地位，但仍有相当比例的受众喜爱经典传统音乐。值得注意的是，在经典音乐偏好中，“旋律优美、节奏舒缓的器乐曲”和“歌词富有感染力、怀旧的经典歌曲”最受欢迎，体现了受众对经典音乐情感共鸣的重视。然而，这种偏好特征与当前传播主体提供的高雅艺术内容之间存在一定差距，说明多元化传播主体在内容供给方面尚未完全精准对接受众需求。

在参与行为方面，初步调研数据呈现出显著的供需错位特征。典型样本显示，虽然超过半数的受众表示“非常愿意”或“有时间可以考虑”参加音乐相关活动，但实际“经常参加”线下音乐活动的受众比例相对较低，部分受众反映“想参加却没机会”，这一现象在一定程度上反映出传播供给与需求之间的结构性矛盾。这种趋势直接印证了政府主导、社会参与、市场运作的协同模式在基层落地时面临的现实困境，也解释了融合创新渠道平台虽然在技术层面和传播效果上取得了显著成绩，但在满足受众实际参与需求方面仍显不足的深层原因。

在数字化传播方面，多项调查研究均显示，受众对“简单易用的数字化音乐推荐平台”存在强烈需求，这一趋势反映出当前线上线下融合的传播平台虽然在技术应用和内容呈现上相对先进，但在用户体验的便民性和个性化服务方面仍有较大提升空间，为后续分析传播渠道与平台建设中的问题提供了重要线索。同时，受众对简单易用功能的偏好也预示着传播内容可能面临进一步简化和碎片化的风险，这将成为影响经典音乐艺术本体价值传承的重要因素。

2 经典音乐“下沉式”传播中存在的问题

2.1 内容异化与艺术本体价值的流失

为迎合流量和市场需求，经典音乐在“下沉式”传播过程中面临内容异化风险。这种异化主要表现为对经典作品艺术本体价值的消解和扭曲。部分传播实践过度简化、流行化改编经典作品，使其失去艺术完整性与思想深度，沦为“背景音乐”。在实际演出中，为吸引观众注意力，演出方往往选择短小、熟悉的乐章片段，牺牲了交响乐完整的叙事结构与深层艺术价值。这种碎片化传播虽然能够快速获得关注，但难以传递经典音乐的精神内核和美学价值。

流量与美育之间的冲突日益显著，在短视频等自媒体平台推动下，追求即时流量与互动数据成为传播的主要目标，这与经典音乐需要静心品味、深度理解的美育规律相悖，导致传播浮躁化。部分改编作品为适配短视频传播而趋于“神曲化”，虽然获得了广泛传播，但与经典音乐完整的艺术表达产生了本质矛盾，可能误导受众对经典音乐的认知和理解。

2.2 传播供需错位与受众接受的表层化

当前经典音乐“下沉式”传播仍然存在“输送文化”思维主导的问题，重单向输送轻双向互动，传播内容与基层群众真实、持续的文化需求不匹配。

多项调查研究进一步证实了这一问题的严重性：相关数据显示，虽然多数受众表示愿意参加音乐活动，但实际“经常参加”的比例明显偏低，相当比例的受众反映“想参加却没机会”，说明现有供给无法有效满足群众的需求。部分“高雅艺术进社区”活动出现“政府买单、观众凑数、演完就走”的现象，缺乏深度互动和持续跟进，难以建立稳定的受众群体。这种供需错位导致传播效果大打折扣，无法实现真正的文化扎根。

受众接受呈现表层化特征，传播停留于短暂“体验”或“打卡”层面，未能转化为深度的审美能力提升。从相关调研反馈中可以看出，代际差异明显成为影响接受效果的重要因素。不少研究发现，“中老年群体更喜欢怀旧情感”、“年轻人更注重旋律和节奏”，但这种简单的二元划分恰恰反映了当前传播忽视了不同群体的深层审美需求，仅停留在表面的音乐元素偏好上。同时，传播形式的固化也限制了新受众的吸引和培养，“普及”与“提高”失衡问题突出，偏重于知名度的提升而忽视了审美素养的循序渐进。

2.3 运行机制不完善与可持续发展困境

现有传播实践多依赖政府项目资助或商业赞助，缺乏稳定的长效运行机制。许多活动因财政预算或绩效考核压力而设计，项目结束即中断，无法在基层真正“扎根”并持续发展。这种运行机制不完善具体体现在三个层面：

首先，项目化运作与生态化培育的矛盾突出。这种“项目化”运作模式与审美培育这一“生态化”长期过程之间存在显著落差，影响了传播效果的持续性和深入性；其次，人才短缺与专业支撑不足的问题凸显。经典音乐传播需要专业的指导和解读，但基层地区往往缺乏相应的人才储备和专业资源；最后，评价体系缺失导致发展方向偏离。重短期数据轻长期美育效果的倾向明显，缺乏科学的评估标准和反馈机制。如何在基层构建包含持续内容供给、本地人才培养、观众社群维系在内的良性生态系统，仍是巨大挑战。

3 公共文化服务体系下经典音乐“下沉式”传播路径构建

3.1 保持艺术本体价值的内容创新路径

针对经典音乐“下沉式”传播中内容异化与艺术本体价值流失的问题，构建以“反异化”为核心目标的“守正创新”^[3]内容生产机制，在保持经典音乐艺术完整性的前提下进行适度创新表达。为解决过度简化、流行化改编导致的艺术完整性缺失问题，建立专业评审制度，

由音乐学者、演奏家和传播专家组成评审团队，对改编作品进行艺术价值评估，确保创新不偏离经典本质。针对碎片化传播牺牲深层艺术价值的现象，借鉴陕北民歌现代表达的成功经验，鼓励在保留原作核心韵味的基础上融入现代元素，实现“传统精神内核与现代表达形式”的有机统一。

为破解流量与美育冲突、传播浮躁化等问题，建立分层次的内容供给体系，针对不同受众群体提供差异化的经典音乐产品。相关研究显示，受众对“旋律优美、节奏明快，听起来心情愉悦的”和“歌词有故事、能引起时代共鸣的”经典音乐内容接受度最高。因此，要避免“神曲化”改编对经典音乐完整艺术表达的消解，对于初级受众，可提供旋律优美的经典片段作为“敲门砖”；对于进阶受众，则重点提供有故事性、能引起共鸣的完整作品。可参考辽宁交响乐团的做法，将曲目导赏作为演出的标准配置，培养观众的专业欣赏能力^[4]。

3.2 精准对接需求的供给侧改革路径

针对传播供需错位与受众接受表层化问题，建立需求调研和反馈机制，通过大规模问卷调查、深度访谈、实地考察等多种方式深入了解不同地区、不同群体的文化需求特点，实现供给与需求的精准匹配。为解决“输送文化”思维主导、重单向输送轻双向互动的问题，参考上海“社会大美育课堂”的经验，构建覆盖全民、全域、全龄的立体化服务网络，针对不同年龄段、不同文化背景的群体设计个性化的传播方案^[5]。

为改变传播停留于“体验”或“打卡”层面、未能转化为深度审美能力提升的现状，推进本土化和地域化创作，结合地方文化特色开发具有地域标识的经典音乐产品。研究表明，群众对“经过现代编曲改编，不失原味又有新意的”经典音乐具有较高接受度，为本土化创新提供了需求依据。鼓励专业院团与地方文化机构合作，将经典音乐与本土文化元素融合，创作既有艺术价值又有地方特色的新作品。通过破解“普及”与“提高”失衡、偏重知名度提升而忽视审美素养培育的问题，不仅能够提高当地民众的文化认同感，还能够形成独特的文化品牌，实现文化传播与地方发展的双赢。

3.3 可持续发展的长效机制建设路径

针对运行机制不完善与可持续发展困境中的三个核心问题，构建系统性的解决方案。首先，破解项目化运作与生态化培育的矛盾，建立多元化投入保障机制，建立政府主导、社会参与、市场运作的资金筹措体系。政府承担基本公共文化服务责任，保证必要的财政投入；引导社会资本参与，通过税收优惠、荣誉激励等方式

鼓励企业和个人支持经典音乐传播；探索市场化运作模式，通过文旅融合、衍生产品开发等方式实现可持续发展^[8]。

其次，针对人才短缺与专业支撑不足的突出问题，建立专业人才培养和流动机制。为解决基层地区缺乏专业指导和解读人才的现实困难，加强基层文化工作者的专业培训，提高其经典音乐传播能力^[9]。建立城乡文化人才交流机制，鼓励专业院团演奏家、音乐院校师生到基层开展志愿服务和支教活动，与此同时培养本土文化骨干，形成稳定的基层传播队伍^[10]。

最后，为改变重短期数据轻长期美育效果的倾向，构建包含艺术普及率、审美素养提升度、文化参与持续性等多维度指标的综合评价体系，建立科学的评估标准和反馈机制，确保传播实践始终围绕全民审美培育这一根本目标。通过系统解决这些机制性问题，在基层构建包含持续内容供给、本地人才培养、观众社群维系在内的良性生态系统，真正实现经典音乐“下沉式”传播的可持续发展。

4 结语

经典音乐“下沉式”传播作为新时代文化建设的重要实践，在公共文化服务体系支撑下

展现出巨大潜力和价值。通过对当前传播现状的分析可以看出，多元化的传播主体、融合创新的渠道平台、现代化的内容表达已经形成了良好的发展态势，但同时也面临着内容异化、供需错位、机制不完善等挑战。构建有效的传播路径需要在保持艺术本体价值的基础上推进内容创新，通过精准对接需求实现供给侧改革，建立可持续发展的长效机制。这一过程既要尊重经典音乐的艺术规律，又要适应现代传播环境的特点，在“守正”与“创新”之间找到平衡点。

本研究还存在一定局限性：一是研究中引用的部分调研数据样本覆盖面有限，主要集中在特定地区和群体，全国性代表性有待提高；二是受调研条件限制，主要采用网络问卷形式，缺乏深度访谈和实地考察等多元化调研方法；三是对“银发群体”内部差异化需求的深入分析仍需加强；四是长效机制的实际运行效果评估需要更长时间的跟踪观察。未来研究应在扩大样本覆盖范围、丰富调研方法的基础上，深化对不同地区、不同群体差异化需求的精准分析，并建立长期跟踪评估机制，为经典音乐“下沉式”传播实践提供更加科学、精准的理论指导。

参考文献：

- [1] 毕明辉, 葛戈. 两翼并奏张力格局下的价值重估——西方经典音乐学理论与中国音乐学学科建构 [J]. 中国音乐学, 2024, (04): 29-37.
- [2] 林媛. 全球化、大众化、本土化——20世纪上半叶中国口琴音乐现象解析 [J]. 星海音乐学院学报, 2022, (04): 56-73.
- [3] 殷英. 红色经典音乐的美学意蕴及其育人价值 [J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2022, 25 (05): 172-177.
- [4] 安小梅, 杨东. 讲好经典音乐背后的时代故事——以广东卫视《流淌的歌声》为例 [J]. 传媒, 2022, (04): 60-61.
- [5] 王肖肖. 立足民族传统文化 探索音乐传播路径——评《中国传统音乐文化的经典传承与时代创新研究》 [J]. 传媒, 2021, (22): 99.
- [6] 姜孝萌, 刘涛. 发展中国特色音乐剧的两个关键问题——论中国音乐剧的“本土化”与“产业化” [J]. 艺术百家, 2021, 37 (06): 69-77.
- [7] 钟卓文. 日本松山芭蕾舞团与《白毛女》——以此为个案对红色经典音乐海外传播的思考 [J]. 中国音乐, 2021, (01): 85-91.
- [8] 伊丽媛. 融媒体时代音乐文化传播: 特征、困境与策略 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 42 (12): 25-28.
- [9] 陈莉. 高雅艺术之轻歌剧在高校的传播研究 [J]. 中国戏剧, 2020, (01): 82-84.
- [10] 孔令顺, 范晶菁. 经典传唱: 电视剧音乐的互文性传播 [J]. 中国电视, 2019, (11): 57-62.

作者简介: 朱恩彤(2006.07—), 女, 汉族, 陕西汉中, 西安音乐学院, 本科在读, 研究方向: 音乐教育学理论与音乐心理疗愈。

项目信息: 国家级大学生创新训练计划项目, 项目名称: 音悦银龄·声生不息——中老年音乐交友朋友圈, 项目编号: (202510728002)。