

人工智能背景下中国流行音乐的形神辩证与发展路径

肖玥 郑巧

四川师范大学音乐学院, 中国·四川 成都 610101

摘要: 生成式人工智能介入流行音乐生产, 重构旋律、和声、音色与演唱等环节。本文以中国传统美学“形神”观为视角, 分析 AI 在结构、音响与风格模拟中扩展“技术之形”的同时, 因统计匹配、语料同质化和“伪主体性”导致情感空心化、审美趋同和文化失色。AI 的形式能力不等于艺术价值, “神”源于创作者的生命经验、情感判断与文化意识。因此, 应以“以形写神”为原则建构人机协同机制: 坚持创作者审美主导, 提升本土音乐语料文化异质性, 建立兼顾原创表达、艺术价值、社会效益与透明度的评价体系, 推动中国流行音乐实现“形”与“神”的统一。
关键词: 人工智能; 流行音乐; 形神观; 以形写神; 人机协同

The Dialectic of Form and Spirit and the Development Path of Chinese Popular Music in the Age of Artificial Intelligence

Xiao Yue, Zheng Qiao

Music college, Sichuan Normal University, China Sichuan Chengdu 610101

Abstract: Generative artificial intelligence is entering popular music production, reshaping melody, harmony, timbre, and vocal performance. Drawing on the traditional Chinese aesthetic concept of "form and spirit," this article examines how AI expands the "technical form" of music through structural, sonic, and stylistic simulation, while statistical matching, homogeneous training data, and "pseudo-subjectivity" may lead to emotional hollowing, aesthetic convergence, and the erosion of cultural distinctiveness. AI's formal capability does not equal artistic value; "spirit" derives from creators' lived experience, emotional judgment, and cultural consciousness. Therefore, human-AI collaboration should be developed according to the principle of "conveying spirit through form": maintaining creators' aesthetic agency, enhancing the cultural heterogeneity of local musical data, and establishing an evaluation system that balances original expression, artistic value, social benefit, and transparency, thereby promoting the unity of form and spirit in Chinese popular music.

Keywords: Artificial intelligence; Popular music; Form and spirit; Expressing spirit through form; Human-AI collaboration

0 引言

流行音乐既是大众文化的重要形态, 也是数字音乐产业的核心内容。随着生成式人工智能快速发展, AI 已从辅助编曲和音频处理进入旋律、和声、歌词、音色乃至演唱生成等环节。深度学习模型通过对大规模音乐语料的训练, 能够识别和重组流行音乐的结构规律, 在制作效率、声音塑造和风格模仿上表现出明显优势^[1-4]。

技术进步同时提出了审美层面的新问题。流行音乐的价值不仅取决于旋律、和声和音响是否成熟, 还依赖创作者和演唱者的生命经验、情感表达及其与受众之间形成的共鸣。AI 可以通过概率预测和模式匹配模拟既有音乐风格, 却并不具有与人类相同的生活经验和情感主体性。当技术形式不断趋于完整时, 作品反而可能出现结构同质、

情感扁平和文化辨识度下降等现象^[2-5]。

这一矛盾与中国传统美学关于“形”与“神”的讨论具有内在契合。“形”强调可感知、可呈现的外在形式, “神”则指向作品所承载的生命精神、情感气韵与审美意蕴。本文以形神观为理论视角, 在不否定 AI 技术价值的前提下, 考察人工智能背景下中国流行音乐“技术之形”与“艺术之神”的关系, 并进一步讨论人机协同条件下由“以形写神”走向“形神兼备”的发展路径。

1 形神观的理论启示

中国传统美学并不把“形”与“神”理解为彼此割裂的二元范畴, 而更强调二者之间的依存和转化关系。相关研究指出, 中华美学重视“形神兼备、意境深远”, 其核心并非排斥外在形式, 而是要求形式服务于精神表达^[6]。

先秦思想中的“形具而神生”强调精神活动必须以具体形体为依托;“以气论身”的观念则把形、气、神置于统一的生命结构中,突出形神相依的整体性^[7]。

从形神关系的演进看,中国美学并非简单地“重神轻形”。“神”固然指向更高层次的生命精神与审美意蕴,但它必须借助具体的“形”才能被感知和呈现。由此,形神关系逐步由生命哲学转化为艺术方法:既反对把外在形态当作艺术的终点,也反对脱离具体形式而空谈精神。正是在这种双重约束下,“形”成为通向“神”的必要路径,“神”则规定“形”的审美方向。对 AI 音乐而言,这一逻辑提示我们,技术形式越丰富,越需要明确其承载的情感内容与文化指向,否则形式能力的提升并不会自动转化为艺术价值。

进入艺术理论层面,“以形写神”进一步把形神关系转化为创作方法。其基本意涵是:艺术不能停留在对对象外观的机械复制,而应借助对“形”的准确把握传达对象之“神”。因此,“穷形尽相”只是手段,“传神”才是更高层次的审美目标^[8]。这一逻辑并不否认技术、形式和写实能力,反而要求形式具有足够的完成度;但当形式脱离精神内容并成为目的本身时,作品便容易陷入精致而空洞的状态。

将这一框架置于 AI 音乐语境,可以得到清晰的分析坐标:旋律结构、和声配置、节奏律动、音色质感、演唱拟真等构成流行音乐的“形”;创作者的主体意识、真实经验、情感张力与文化气韵则构成其“神”。AI 能够显著扩展音乐之“形”的生产能力,却不能因此自动生成音乐之“神”。由此,人工智能时代真正需要讨论的不是技术是否进入音乐,而是如何使技术之形成为精神表达的媒介。这一判断也意味着,形神观并不是一种反技术立场。技术越成熟,越需要明确其审美目的:形式创新能够拓宽表达边界,但只有进入具体的情感叙事和文化语境,才会获得超越技术展示的意义。因而,AI 与音乐的关系应从“替代多少人工劳动”转向“如何扩大人的表达能力”,这也是本文后续讨论人机协同的理论前提。

2 人工智能背景下流行音乐“形”与“神”的张力

2.1 “技术之形”的扩张

AI 首先改变的是流行音乐可被生产和控制的形式层面。基于深度学习的生成模型能够从大规模语料中学习旋律走向、和声规则、节奏模式与风格特征,并据此生成新的音乐片段^[1-2]。在实际生产中,智能编曲和生成工具可以

快速提供 Hook、和声进行、节奏动机及配器方案,降低创作门槛并缩短制作周期^[3]。音频级生成与处理技术进一步连接作曲、音色设计、混音和后期制作,使算法直接介入声音细节与声场塑造^[4]。

这种能力还延伸至演唱和表演。人声合成、音色迁移和虚拟歌手技术能够复制特定音色、咬字与表演特征,使音乐的“表演之形”摆脱部分生理限制。AI 对于流行音乐的意义,首先体现在“形”的高度可生成化:过去依赖长期训练和复杂流程完成的形式要素,如今可被模型快速模拟、组合和迭代。

2.2 “艺术之神”的弱化风险

形式能力的提升并不等同于精神表达的同步增长。AI 创作的底层机制仍以数据学习、概率计算和模式匹配为基础,它能够识别情绪的声学表征,却不具有与人类相同的生活经验和情感记忆^[1-2]。因此,AI 可以生成“像悲伤”“像激昂”的音乐,却难以从真实遭遇出发形成具有个体历史的表达。

第二个风险来自训练语料的集中性。流行音乐模型往往大量学习主流和热门作品,在商业平台强调传播效率的环境下,生成结果容易向高频结构和成熟风格靠拢。算法越擅长预测“什么更像流行”,越可能强化既有范式,从而形成旋律、和声、音色与叙事方式的趋同^[3]。这种均值化并不会立即降低作品的可听性,却可能削弱音乐的个体性、文化差异和创新冲动。

受众研究也提示,作品来源及其主体感知会影响音乐评价。已有研究发现,听众在判断 AI 生成流行音乐时会高度依赖情感线索;当作品被标注或被感知为 AI 创作时,其接受度和审美评价可能下降^[9-10]。这说明,在流行音乐的审美经验中,受众关注的不仅是声音是否“像作品”,也关注作品背后是否存在可信的情感主体。技术上趋于完备的“形”如果缺少能够被感知的“神”,仍可能形成审美落差。

3 从“以形写神”到“形神兼备”的发展路径

第一,重新确立创作者在 AI 工作流中的审美主体地位。AI 适合承担素材生成、方案扩展、音色实验和技术优化等任务,但作品的主题选择、情感方向、价值判断和最终结构仍应由创作者主导。较为合理的人机协同方式不是把机器视为替代作者的主体,而是形成“生成—筛选—重构”的循环:AI 提供多样化的“形”,人类依据经验、情感和审美判断进行取舍与重组,使技术结果转化为具有明

确表达目的的作品^[4]。这样, AI 的效率优势才能成为“以形写神”的条件, 而不是对主体性的挤压。

第二, 提高训练语料和生成参数的文化异质性。中国流行音乐如果只是复制国际主流工业语汇, AI 的规模化生产会进一步放大同质化。应在合法合规的前提下, 更充分地把民族器乐音色、五声性旋律逻辑以及中国音乐中关于留白、气韵、虚实关系等审美经验转化为可供模型学习和创作者调用的文化资源。这里的关键并非将传统元素表面化拼贴, 而是让本土音乐经验进入作品的结构、音色和表达逻辑, 使 AI 生成的“形”能够承载更清晰的文化辨识度。

第三, 完善面向智能音乐的价值评价。AI 音乐不能只以生成速度、播放量或商业转化率作为评价尺度。原文所强调的文化治理视角提示, 数字音乐产业仍应兼顾社会效益、艺术价值与公众精神需求^[5]。在行业评价中, 应更重视作品的原创表达、文化内涵、情感真实性与人机协作透明度, 形成“人机共创”而非“机器替代”的基本认识。评价标准从单纯技术效率转向艺术质量, 才能减少算法对创作目的的反向支配。与此同时, 平台和创作者还应提高对 AI 参与程度的识别与说明, 使受众能够理解作品中机器生成与人工创作的边界。透明并不会削弱技术创新, 反而有助于建立稳定的审美信任, 使人机协同成为可被讨论、评价和持续改进的创作方式。

4 结语

人工智能正在显著提升流行音乐“形”的生产能力, 但“神”仍与人类的生命经验、情感判断和文化意识紧密相关。中国传统美学的形神观提供了一种适合解释这一矛盾的本土框架: 形式并非精神的对立面, 成熟的技术形式可以成为精神表达的媒介; 真正的问题在于, 技术是否仍受审美主体支配。

因此, 中国流行音乐面对 AI 不应停留在“采用”或“拒绝”的二元选择上, 而应建立以人为主体的人机协同机制。通过创作者角色转型、本土文化语料介入以及评价体系调整, 使 AI 承担扩展“形”的功能, 使人的经验与审美

继续决定“神”的方向, 才能在技术效率与艺术价值之间形成新的平衡, 并推动中国流行音乐从“技术之形”走向“形神兼备”。

参考文献:

- [1] LI L H. Application of artificial intelligence in computer-aided music composition for artistic innovation[J]. Journal of Cases on Information Technology, 2026, 28(1).
- [2] MYCKA J, MAŃDZIUK J. Artificial intelligence in music: recent trends and challenges[J]. Neural Computing and Applications, 2025, 37(2): 801-839.
- [3] 刘宏淄. AI 趋势下的数字化对流行音乐创作发展研究[J]. 黄河之声, 2024(11): 74-77.
- [4] DERUTY E, GRACHTEN M, LATTNER S, et al. On the development and practice of AI technology for contemporary popular music production[J]. Transactions of the International Society for Music Information Retrieval, 2022, 5(1): 35-49.
- [5] 苑小艺. 秩序与话语: 当代中国流行音乐文化治理研究[D]. 长春: 东北师范大学, 2024.
- [6] 张晶. 三个“讲求”: 中华美学精神的精髓[J]. 文学评论, 2016(3): 30-34.
- [7] 方英敏. 以气论身: 身体构成论——先秦身体哲学的一个核心命题[J]. 中华文化论坛, 2013(4): 68-75.
- [8] 汤凌云. 中国艺术“以形写神”的美学蕴涵[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2022(7): 171-179.
- [9] DOUROS P, KASARAS K, MILIORIS K. When algorithms create culture: an integrative model of consumer acceptance of AI-generated music[J]. AI, 2026, 7(6): 212.
- [10] CHEN Y L. Research on the audience's ability to identify AI-generated pop music[J]. Art Horizons, 2026, 2(2): 47-56.

作者简介: 第一作者: 肖玥(2001-), 女, 汉族, 重庆潼南人, 四川师范大学音乐学院硕士研究生, 研究方向: 流行音乐、音乐美学。