

新媒介环境下音乐类App传播内容与方式研究

勾文静

平顶山市工人文化宫

[摘要] 音乐类App发展迅猛,各大音乐类App因为版权的相关问题从而出现的矛盾与纠纷事件屡见不鲜,并且多年来在其发展的过程当中,也始终因为彼此之间没有形成良好的格局以及协调的发展模式,从而导致了彼此之间的发展受阻。但是,最近我国也在逐步进行版权格局的调整,所以音乐巨头之间也在密切开展合作,从前分割独立的状态逐步被打破,在未来如何更好的实现音乐类App的发展,优化其传播内容和方式就成为了亟待思考和解决的问题。本文首先针对音乐类App的传播内容进行介绍,通过探究音乐类App的传播手段和方法,进而得出了未来音乐类App传播与发展的具体策略,希望能够切实提高音乐类App的发展水平,也为其更好的打造优质传播内容作出更多的努力。

[关键词] 音乐类App; 传播内容; 音乐传播; 移动传播方式

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.886

引言

当今时代,是信息技术快速发展的时代,同时也是各种信息呈现爆炸式增长的时代,所以依托于各类型技术的发展,越来越多的产品、设备、服务等也在不断实现发展,人们在娱乐、休闲、生活等方面,也因为各类型app的出现呈现出了较大的变化。各种各样的音乐类App客户端不断涌现出来的背景之下,实际上这也正是信息技术集中的体现,当这些音乐类App和用户的移动终端实现了捆绑之后,往往会带给用户更多良好的体验,这也是对音乐内容的传播,是用户得以欣赏音乐作品的关键。当音乐类App不再因为版权问题进行争执之后,其需要意识到在未来的发展过程当中,如何更好的做到对内容的完善,对产品的优化和升级,才是切实提高用户留存度的关键。所以早在2019年,音乐类App的发展、格局、内容、方式等等也都在一定程度上发生了变化,其在未来也必然会更加顺应相关行业的发展要求。并且在新旧音乐类App的碰撞过后,要想在诸多的音乐类App当中脱颖而出,除了音质层面需要进行必要的技术保障之外,更多时候,自身的传播内容优化、传播手段革新也会变得更加重要。如何打造优秀的传播内容,形成独特的价值意识和观念,也将成为音乐类App在未来得以有效发展的关键。

一、新媒介对音乐类App的传播影响

(一) 新媒介对传播的影响

新媒介的传播速度较传统媒体而言更加广泛、更加快捷,信息互动性十分明显,民众的参与度非常高,可在手机移动客户端同步就某支歌曲和问题展开互动和学习讨论,对民众形成社会主义核心价值观产生了积极影响。而音乐类App依托手机、平板电脑等可移动终端设备,通过移动通讯网络或互联网进行传输的音乐,以App为载体的移动音乐涵盖音乐播放器、音乐电台、音乐铃声、音乐娱乐、音乐学习等层面以及游戏、秀场等,年轻用户群体,更青睐于网易云音乐和虾米音乐。此外,新媒介对音乐App的传播影响很大。新媒介互动性强,还能拉近媒体和民众之间的距离,促进彼此之间的情感交流,提升民众的思想认同感。而音乐App与传统媒体最为明显的差异便是数字化传播方式。目前,手机已经成为音乐媒介的重要载体,通过手机微信可识别数字代码展开的信息传播,为不同媒体形式的高效融合提高了底层基因,短视频、抖音、快手、全效媒体的特性导致舆论生态和传播方式发生了深刻变革。在新媒体环境中,所有用户都是信息网络中的节点,每一个人都是信息的生产者、传播者、发布者,信息传播个性化、网络化特点极为明显,给网络综合治理和意识形态工作带来了新的挑战。

(二) 音乐类App的传播特点

音乐类App最大的特点就是视觉化的听歌体验,这一点就与其他传统听歌设备形成了区隔。在整个音乐播放页面的正中间,采用了弱化歌词,突出背景的做法。用户既可点击下方“背景”进行切换,也可直接左右滑动进行切换,非常方便。当然,音乐类App还提供“添加转场”“添加滤镜”的功能,对于一款听歌软件来说,这个亮点可谓是点睛之笔。音乐类App在短视频领域的重要性,不言而喻。优质头部爆款音乐可以为一个在线音乐平台带来15%左右的日活增幅,反过来,爆款短视频也能为在

线音乐平台带来可观的经济“流量”。当抖音快手成为新的流量池,唱片方不再追求独家授权,在线音乐也更加追求内容多元化。“眼球经济”主导下,音频行业基本处于“失声”状态,而“耳朵经济”概念的兴起也让国内的音乐流媒体巨头将目光聚焦在长音频领域。目前,数字音乐占到了录制音乐总收入的50%,流媒体收入成为主要增长点。中国音乐行业收入增速达到20.3%,远高于全球音乐产业增速5.9%。而在线音乐平台将从有声书、广播剧、播客三个方面攻占长音频赛道。通过开展“音乐+短视频”内容生态建设,音乐巨头之间将围绕音乐人扶持、音乐宣发、音乐版权、音乐IP等方面进行更多创新探索。

二、用户行为角度分析生产内容

(一) 明确用户的体验与感受

针对当前音乐类App的传播内容进行分析和介绍,首先要从用户的行为角度出发,针对其生产内容进行全面的剖析。因为从用户的互动行为来看,大多数的用户会经常查看自己喜欢的歌曲,并且对其歌曲评论内容有所关注。作为用户,不仅会去查看相关的内容,并且许多时候会主动去生产一些内容。比如有许多用户在听到一首自己喜欢或者与自己情感产生共鸣的歌曲时,往往会在下方留下自己的感悟和想法。所以听、看、写的过程,实际上就是在增强用户的粘性,提高了用户在听歌过程中的参与度。在这个时候,用户不再是脱离音乐类App本身存在的局外人,而是可以深入其中,感同身受的人。为此,这就需要从用户的内心角度出发,清楚这一行为实际上可以有效增强用户自身的认同感以及归属感,也可以使得用户在听歌的时候,有更多的思考。对于有着同样感受的用户来说,也可以在此过程当中增加交流,彼此之间通过留言、点赞等方式加强互动,形成了对用户的有效鼓励,同时也使得用户之间得以通过这样一种跨越时空的方式实现了沟通和交流,更加有利于促进音乐类App的完善与用户使用度的提升。

以网易云为例,实际上网易云经常被人们看作是所有的音乐类App当中,最会做广告的公司,其丰富的内容大多都是立足于用户行为角度产生的。也就是说,更加贴合用户自身的实际需要以及喜好,其推荐算法是非常强大的,并且小众且独立的音乐曲库内容非常丰富,用户本身的粘性以及忠诚度非常高。加之整体设计颜值很高,符合年轻人的审美特点,具有一定带感的同时也可以融入更多个性化内容,是培养大批优秀音乐人的摇篮。在这一过程当中,一方面用户会产生一种自己被认同以及被认可的感觉,所以长此以往也会使得更多的用户在未来继续生产出更多的优质内容,对于评论区的氛围营造也是非常必要的。对于那些优质的评论,也会得到其他有共鸣人群的广泛认可,甚至还会被音乐类App官方收录。所以这一行为对于用户的体验感保障是非常有效的,也是用户感觉自己被需要的重要体现,增强了用户的依存度以及成就感,良性的互动将切实为音乐类App的发展奠定稳固的客户基础。

另一方面,从用户生产的内容角度来说,如果可以一边听歌一边查看评论,那么就会使得用户在彼此互动的过程当中加强了对内容的深层次体验,就会导致有一些歌曲的评论火爆程度明显高于歌曲本身,所以从一定程度上反映出的实际上是对

歌曲的反向推广。网络大数据的时代,流量往往会对一些优质的内容产生一定的冲击和影响,所以经常会在不同的歌曲当中看到相似的评论。为此要从用户生产的角度出发,通过切实明确用户的体验与感受进而增强和用户之间的良性互动。

(二) 以用户分享着手分析社区话题

一般看来,内容的发布用户,可以看作三个类型。第一类为普通的用户,其主要是针对自己喜欢和感兴趣的音乐内容进行分享。第二类为职业人士,其具有一定的音乐运营经验,同时具有一定的业界影响力,所以发布出的内容大多数时候具有很强的专业性,也会更好的满足用户对于专业知识的需要。第三类为网红,其主要是通过将自己对于生活的热爱当作核心,从而热爱分享,坐拥大量的粉丝群体,所以和用户之间的互动性非常强。当点击用户头像的时候也可以查阅到与之相关的所有信息和内容。还可以全面浏览从前的动态内容,满足了用户对于相关内容的好奇心。

通过社区话题的建设方式,可以为用户提供信息创建与发布的平台,同时用户也可以自主选择出自己比较感兴趣的话题,积极参与其中,这样也就满足了不同的用户基本的社交需要以及表达的愿望。用户之间也可以积极参与到不同的喜好话题当中,在这些人们话题的回复以及评论里会涌现出代表,这样就有效引领了话题的建设与传播,形成了独特的文化构建体系。

三、音乐类App传播的具体手段和方式

(一) 利用大数据进行分析以实现个性化打造目标

通过针对音乐类App进行分析可以看出,目前其传播手段主要是利用大数据进行分析,这样更加强调的是对用户的个性化打造。前一年的听歌报告还没有上传,但是就已经成为了诸多音乐类App中热门的探讨话题。当其上线之后,会被大量的用户转发,为此这也是对前一年大数据信息的回顾,归纳总结出了用户具体的听歌数量、时间、喜爱偏好等等,总结出了相关的关键词。所以,这一内容一旦上线,就被诸多用户所追捧,用户也愿意自觉将自己的年度听歌报告上传上去,甚至在自己的朋友圈进行全面的推广,这也是在一定程度上加强对音乐类App的传播与宣传,增加了用户本身的忠诚度,也实现了用户对于相关内容的自我传播与广泛推广目的。在当前,人们之间的社交往往也会和听歌的品味、喜好等等进行结合,所以有着同样类型喜好的用户,也将成为社交的主要方向,网易云在相关方面的做法就比较值得推广,其通过为用户提供个性化的功能需求,明确了用户的社交方向,这在未来也必然值得期待。

(二) 加强原创音乐人的培养以打造社区化发展场景

在当前正处于知识大爆炸时代的社会发展背景之下,越来越多的用户会被繁忙的工作影响,所以用户可以使用的时间也更加碎片化。加之同类型的软件数量不断增加,用户可以选择的种类在不断增加的同时,也表明各个软件要想切实留住用户,就必须要提高自身的实力,增加用户的粘性。为此在确保用户存量固定的基础条件之下,增强用户粘性成为了音乐类App必须要考虑的问题。

从前,版权问题是最为主要的一个问题,也是音乐类App在发展过程中始终受阻的一个问题,但是近些年来,在国家版权局针对相关问题的调整之后,版权问题基本上得到了改善,也逐步趋于一种相对和谐的发展状态。以网易云为例,其可以有效为用户提供更为优质的原创内容,并且有效为其提供必要的宣传,同时还可以构建出一系列和音乐领域发展相关的内容,增强了社区的活动性,并且当一些具有原创性质的内容具有火爆趋势的时候,也可以推出一些独家的报道、优秀的评论、歌曲的翻唱等等。这些内容形成了社区化的宣传以及互动的模式,并且也增加了和拥护之间的互动性,是内容再创作、传播完整过程的体现。同时也抓住了和用户之间有效互动的特点,使得用户粘性有所增加,将更多优秀的音乐内容推送给用户。并不再是像从前一样,给用户一个比较大的乐库让用户自己去选择和寻找,而是可以有针对性的为用户提供一些优质的内容,简言之就是帮助用户更好的发现这些优质内容。

四、未来音乐类App传播与发展的方向与策略

(一) 从推荐功能入手进行优化

在未来,音乐类App在发展的过程中要注重对自身功能的优化,并且积极满足用户个性化的发展需求。在用户数量不断增加的同时,用户在选择适合自己的音乐类App中,可选择性也在不断增加。所以如何更好的帮助用户发现好的音乐,对用户进行精准的定位,满足用户的需求就显得非常必要。也就是说,无论是歌曲本身,还是推出的视频内容,除了优质的内容本身之外,更多时候要充分了解用户的个性化体验。所以用户在使用一些推荐的功能时,经常会遇到这样的情况:因为无意之中点击了某一首歌,于是在同一时间段内经常会收到相类似歌曲的推送,所以这样的经历往往会使得用户内心感到比较不愉快,严重影响了用户的体验感。为此这也就在一定程度上暴露出现阶段音乐类App在算法方面还存在不够准确的情况,只有真正做到算法准确才能为用户提供较好的体验感。另外,个性化的内容似乎更加符合年轻用户群体的要求,所以如何体现出内容的高品质、与之不同,是未来音乐类App发展的关键。所以,未来音乐类App不仅仅要注重音乐品质的提升,更多时候需要加强对其个性化功能的完善,这样才能切实满足更多的用户需要。

(二) 加强原创内容的生产

目前,我国主流的音乐类App往往加大了视频的相关比重,视频板块也逐步成为了音乐类App的主要内容之一。其主要通过推出MV为主要的存在形式,有一些还加入了直播、广场表现、现场片段节选、独家视频等内容。近些年来,素人翻唱成为一个比较人们的点,也是原创内容的主要体现。所以丰富的内容种类也将传统的音乐MV定位进行突破。面对这样的情况需要格外重视内容质量和品质。避免只有首页互动视频质量比较高,其余视频优质内容较少的情况。

从用户的反映程度来看,许多的老用户对其所持有的态度均为一种官网的态度,也就是说大多数的用户在使用音乐类App的时候并不会关注到视频板块的内容。并且因为优质的视频内容比较少,所以其对于用户的西印度也比较低。许多视频甚至是从其他的网站搬运而来的,这就导致了一些用户最初在其他王珊已经浏览过相关内容,所以视频本身对用户的吸引力明显降低,用户自身也很难针对内容产生情感层面的认可。从浏览量以及互动量来看,许多老用户并不是因为抵触视频内容,而是因为内容对其吸引力不够,所以影响了用户的体验感。

五、结束语

在未来音乐类App的发展过程当中,要注重鼓励以及培养更多优秀的原创内容融入其中。无论是音频内容还是视频素材,都应该具备对用户使用习惯的引导,同时更好的吸引用户参与其中,将从前用户在使用音乐类App时候所产生的刻板印象进行改变。另外,短视频内容也可以承接更多优质内容的生产,同时还可以形成丰富的情感体验,当版权之争不存在之后,增强用户粘性将成为未来音乐类App发展的重中之重。

参考文献:

- [1] 字节内测“汽水音乐”App,在线音乐市场再现“三国杀”[J]. 高科技与产业化,2021,27(12):12.
- [2] 李丽娟. 互联网时代中国音乐文化传播探析[J]. 喜剧世界(下半月),2021(10):92-93.
- [3] 张昭轶,姚坤. 在线音乐还是好生意吗[J]. 中国经济周刊,2021(19):24-29.
- [4] 刘林和,邱阳,温海欣,吴卫民,张云,张若倩. 一种基于区块链技术的跨平台音乐推荐方法[J]. 中国高科技,2021(18):55-57.
- [5] 印尧,陈华. 从“用户”到“社群”:音乐类App对社交场景的建构路径——以网易云音乐为例[J]. 东南传播,2021(09):123-126.
- [6] 袁晓. 信息化教学手段在中职学前教育声乐教学中的运用[J]. 艺术家,2021(09):62-63.
- [7] 许可. 移动音乐APP用户音乐信息偶遇过程及影响因素研究[D]. 西南大学,2021.
- [8] 刘戛. 新时代背景下音乐类APP界面交互设计研究[J]. 艺术品鉴,2021(18):159-160.