

浅析短视频对中国传统音乐普及的作用

张雪

(北京电影学院 北京 100088)

[摘要]传统音乐所承载的文化属性,是选择观察研究一个民族传统文化最佳的载体和视角,且具有显著的民族特色,具有本民族固有的形态特征,是对一个民族传统文化最忠实的记载与反映。中国传统音乐历史悠久,多元一体,体系宏大,在不同的民族、不同的语言与地域之间形成了丰富多彩的音乐风格。中国传统音乐具有时代的生命力、民族的凝聚力,为中华民族的发展提供无穷的精神力量。作为华夏子孙,也有着传承中国传统音乐的责任。如今,科技日新月异,传统音乐的输出也有了新的发展模式与表现形式。目前新媒体时代的短视频,不但受众广、而且影响力大,具有独特的传播优势,也为诠释传统音乐提供了新的路径。本文将探讨短视频媒介对传统音乐传播的影响与优势,以及传统音乐利用短视频传播过程中可能会面临的问题与挑战。

[关键词]短视频;传统音乐;传播

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.06.087

引言

传统音乐是几千年的音乐文化,是中华民族发展中孕育而生的结晶,是中华文明积淀的历史精华之一。随着时代的发展,信息技术的提升,通信技术、传播手段不断提高,新媒体多样化的传播成了当今信息传播的主要方式,与互联网融合,不仅为中国传统音乐的传播提供了更加广阔的舞台,而且还能够使传统音乐以一种新的形式、新的元素融入我们的现代生活中,从而得以继承并且创新发展。抖音是当前大受群众欢迎的短视频应用程序,吸引了大量的用户视线,抖音作为媒介进行传统音乐传播,赋予了传统音乐的新生,大大提升了优秀传统音乐的传播力度,短视频普及中国传统音乐势在必行。

一、传统音乐在短视频中的传播方式及影响

2021年新数据显示,短视频日活用户已经突破了6亿,可想而知,短视频的诞生是多受群众的喜爱,在短视频迅速发展的过程中,中国传统音乐也逐渐融入短视频中,让中国传统音乐脱离了传统的传播途径,大众可以通过手机、电脑、ipad随时随地感受传统音乐带来的视觉与听觉的体验。人们在欣赏的同时,还可以借助短视频平台进行留言及评论,互动及交流,为中国传统音乐发展带来了新的契机。短视频的传播方式一般分为“碎片化”“借力式”“打包式”“裂变式”“互补式”等,短视频中传统音乐的传播方式以及影响具体如下:

(一)“碎片化”传播

短视频的“碎片化”传播主要分为两种,一种是以15秒为单位的视频上传方式,另一种是以2分钟为单位的较长视频的上传方式。对我国传统音乐作品有深入了解的人都知道,我国传统音乐作品内容丰富,并且旋律动人,整首乐曲的篇幅自然也较长,在这快速化的时代,人们有时候不会占用太多时间去了解传统音乐,但在短视频火热发展之后,我国传统音乐也借助了短视频“碎片化”传播的方式开始普及,这样人们就可以在15秒最短的时间去了解歌曲内容,如果感兴趣就可以关注并获取后续的歌曲内容,2分钟的视频则让传统音乐歌曲不至于过于碎片化,让群众有相对完整的听觉体验,为此可以大幅度提高传统歌曲在群众中传播。这两种方式可以便于群众在空余时间浏览且不会占据过多的时间,节约了群众的时间成本。因此,我国传统音乐借助“碎片化”传播方式,能够大幅度提高其在群众中的普及度,通过群众工作之余的零碎时间,不断渗透到群众的生活当中,让群众

了解到我国传统音乐的魅力。

(二)“借力式”传播

“借力式”传播是借用传统文化或热门电视剧及剧中背景音乐的形式进行普及,在某个古装电视剧十分火热的情况下,加上古风词,或是取材古词,进行填曲创作,让群众在追剧的同时,也认识到了我国传统音乐色彩,进一步利用热门影视或者作品吸引群众了解我国传统音乐,从而达到普及效果。

(三)“打包式”宣传

“打包式”传播与“借力式”传播有点相同,但是又有一点区别,这种传播方式主要是以热门电视剧为主,通过电视剧内的主角来演唱我国传统音乐,达到推广效果,短视频中可以在介绍电视剧的同时让影视主角搭配经典音乐片段,实现“捆绑”,采用该方式可以有效的利用明星效应来带动传统音乐的普及。

(四)“裂变式”传播

“裂变式”传播主要在于数量上,即一传二,二传四,四传八的形式,通过短视频可以实现“裂变式”传播,在群众观看自身喜爱的片段时候,会想到将其分享给相同兴趣爱好好的朋友或亲人,这种“裂变式”传播也是现今短视频传播中较为重要的一种途径,通过该方式能够进一步增加受众,从而加强我国传统音乐的普及。

(五)“互补式”传播

“互补式”传播是现代短视频剪辑中新发展的一种传播方式,该传播方式主要在短视频中的“二次创作”为主,采用经典的传统音乐重新填词,或者采用经典古诗词谱曲等到创作方式来增强我国传统音乐的新颖性,通过“互补式”传播不仅能够加强我国传统音乐的进一步创新,还能够增强我国传统音乐的受众,从而达到普及的效果。

二、新时代中国传统音乐普及时面临的问题

近年来,网络短视频迅猛发展,成为新媒体传播的主流,是传播中华民族优秀文化的有效载体,为传统音乐的传播带来了良好的发展机遇和渠道。但整体而言,在新媒体炙手可热的时代,我国传统音乐的传播仍存在诸多的新问题。

(一)中国传统音乐影响力较弱

我国传统音乐没有像流行音乐一样,受到年轻一辈的喜爱,是因为我国传统音乐历来传播范围较窄、受众较少,虽然采用传统普及方式虽然能够保障一部分的受众,但是对于大面积开拓市场仍然心有余而力不足。加上我国传统音乐虽

然在国家的支持下逐步走向国际舞台，但是从实际发展过程中可以发现在音乐市场中我国音乐人并没有实际话语权，归根结底便是我国传统音乐影响力较弱。

（二）中国传统音乐缺乏互动

乐坛风格百花齐放，中国传统音乐的特性就是既有包容性也有独特性，但是近年来我国流行乐坛中有各种风格的音乐崭露头角，而中国民族音乐可以在流行榜上排名的仍然屈指可数，这与中国民族音乐缺乏互动有一定的联系。我国国民在欣赏音乐时，会更偏向于国外风格以及现代流行风格，因为其歌曲的互动能力较强，能够在线下组织团体活动，而我国传统音乐由于近年来不受年轻群体的喜爱，缺乏互动的特点在一定程度上也阻碍了我国传统音乐的普及。

（三）中国传统音乐文化特性趋同

传统音乐的每一首曲子、每一个音符都与万民无声的告白穿插交织着、直抵人心、触碰心灵，不但可以抒发内心压抑的情感，而且唤醒沉睡的灵魂，具有独特的魅力、群体的传承以及个体的创造性。然而，全球化经济的快速发展和中西文化交流导致国人对我国传统文化以及独特的价值观和思维方式产生了一定质疑，客观上造成新媒体社会对于传统音乐的隔膜，在某种程度上影响了我国传统音乐的发展。一方面，网络短视频在传播传统音乐时有着潜移默、声入人心的效果，开创了广泛参与、多元融合与互动的网络传播新模式，但另外一方面由于短视频鲜明的娱乐性可能导致大众严重混淆了中国传统音乐独有的重要特性，使得传统音乐趋于商业化与市场化。事实上，因为近代以来我国不断受到西方文化的冲击，我国许多文化已融入全球性的文化秩序之中，长期不占有优势的地位与强有力的话语权，以于被淹没在现代文明之中，没有足够能力固守我国传统音乐的独特性，边缘化于主流社会之外。

三、借助短视频普及中国传统音乐的具体措施

新媒体时代，短视频横空出世为许多群众带来了无限可能，同时也为我国传统音乐的传承带来了新的希望，短视频不仅集合视听效果，更加入了互动元素，这打破了人与人之间无法沟通交流，实时观看的难点，因此借助短视频来普及我国传统音乐也将行之有效。

（一）借助短视频影响力普及中国传统音乐

借用短视频的影响力能够帮助我国传统民族音乐开拓受众市场，将我国群众喜爱的传统民族音乐作品上架短视频中进行展示，利用短视频的影响力提高传统民族音乐在国内的普及程度。例如，可以在短视频中按照时间、地点、性质等内容进行歌曲传播，积极鼓励各地区创作者自觉完善分享内容，提高内容的丰富程度，吸引更多的群众前来欣赏我国传统音乐。这样我国传统音乐能够通过短视频的影响力，从而拥有自己的发言地以及传播地，使得欣赏者能够感受不一样的氛围，最终促进我国民族音乐的普及。

（二）借助短视频互动式普及中国传统音乐

短视频最大的意义在于打破了人与人之间的时空限制，原先的音乐受众在享受音乐的时候只能通过光碟、线上音乐等获取音乐资源，而短视频则可以将音乐中较为特色的内容截取出来，并通过平台呈现在广大受众眼中，受众可以通过短视频的留言平台、弹幕、分享等方式进行互动点评，这无疑让受众能够感受到与自己相同爱好的人群也在关注着这首歌曲，不仅增强了趣味性，而且让受众能够以最短的时间

感受到自己喜爱的音乐，从而激发受众再次去了解。为此，我国传统音乐的普及必须把握住互动式，通过短视频的“裂变”实现普及。例如，我国传统音乐在使用短视频普及时，可以采用在线沟通渠道，或者直播的形式，邀请一些音乐专家以及对音乐热爱的群众进行线上实时互动，让广大受众了解我国传统音乐的精美内容、唱法、意境等等，让喜爱我国传统音乐的受众群体能够直接学习到自己想要学习的内容，通过这种互动的方式增加受众群体对我国传统音乐的认知。另外，通过该互动方式还能够了解受众的需求，借助这些优势，中国传统音乐也能加深国家或者地区间的跨文化交流，从而让我国传统音乐实现真正的普及。

（三）借助短视频创新力普及中国传统音乐

短视频之所以在群众中广受欢迎，最重要的一点就是其创新性，创新性能够使得内容更加饱满，使得受众能够耳目一新。首先要明确的是“互补式”传播便是短视频创新力的核心之一，在短视频创新中，通过制定传统音乐传播内容可以有效地规范我国传统音乐在传播过程中保持真实的内容，在此基础上进行“二次创新”。例如，《华阴老腔一声喊》这首歌曲就是采用了流行音乐元素与传统音乐元素进行融合创新，并且能够借用短视频“借力式”“裂变式”等方式实现普及。其次，我国传统音乐本身就具有自身的优势，从音乐本身性质来看，我国传统音乐历经多年传唱，已经逐渐磨合出具有完善曲调且独特韵味的音乐色彩。不过有些受众可能不大喜欢“原汁原味”的传统音乐，在这种情况下为了贴合这部分受众的审美观点，短视频创作中可以尝试融入新式元素，采用“分解—融合—创新”的形式，在保障传统音乐本身特性的前提下，融入其他新式元素来增强我国传统音乐具现效果，从而为单纯以声音为表现地传统音乐提供新的感官刺激，形成新式的传播内容，达到普及效果。

结论

中国传统音乐有自身的音乐特点，但是现代化科技下的冲击严重威胁到了中国传统音乐的发展，因此积极探索新的传播方式能够加强传统音乐的普及，能够实现中国传统音乐的再次创新与升级。随着科学技术的发展，信息技术不断提高，短视频是现阶段传播方式的新式样体，短视频也是众多新式传播媒介中较为热门的一种传播方式，采用短视频这种新式传播媒介也为中国传统音乐带来了许多可能。因此，中国传统音乐除了在短视频平台中不断探索之外，还需要尝试通过其他途径进行普及，才能使得群众更加了解我国优秀的传统文化，传承并弘扬中华美学精神。

参考文献

- [1]王清雷.短视频、直播对中国传统音乐普及和传承的时代意义[N].中国艺术报,2021-09-17(007).
- [2]段鹏.短视频给了民族音乐“新生”的可能[N].中国艺术报,2021-09-17(007).
- [3]赵泽瑞,徐孝娟.短视频赋能传统文化传播[N].合肥晚报,2021-09-15(A03).
- [4]范巧珍.音乐传播方式对少数民族音乐传承的影响分析[J].艺术评鉴,2021(09):13-16+55.
- [5]党岱.音乐传播视野下南阳鼓词的当代传承探析[J].当代音乐,2021(04):16-18.
- [6]邢慧雯.抖音作为传统音乐传播方式的分析与研究[D].中国音乐学院,2020.