

基于乡村振兴的“互联网+音乐”模式研究

王淋铨 杨祥瑞

电子科技大学成都学院商学院 四川 成都 611731

摘要:在“互联网+”的大背景下,利用“互联网+”和新媒体技术,促进农业经济发展,成为我国乡村振兴发展的新方向和新趋势;本文基于乡村振兴的视角,探索“互联网+音乐”运营模式,其是以少数名族传统音乐为切入点,引起相同爱好者的共鸣,进而转化为私域客户流量的一种模式,这种模式能促进当地旅游业的发展,提供更多就业机会,促进当地经济发展,进而推进“乡村振兴”战略的实施。

关键词:乡村振兴;互联网+传统音乐;运营模式

引言

习近平总书记在党的十九大报告中明确提出实施乡村振兴战略;要坚持农业农村优先发展,按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求,建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系,加快推进农业农村现代化。结合当前国际国内形势,加快推进现代化进程刻不容缓;“互联网+”是“互联网+各个传统行业”[1],但这并不是简单的两者相加,是以互联网作为工具和载体,是利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态;本文基于互联网+视角,研究互联网+与音乐的融合模式,最终将该模式服务于乡村振兴战略。

一、少数名族与传统音乐

音乐是人类共有的精神食粮,德国伟大的音乐家贝多芬认为:音乐是比一切智慧、一切哲学更高的启示。音乐题材来源于现实生活,常常与人类的情感息息相关,人类的喜怒哀乐情绪潜藏在音乐音符和乐章中,生活处处富有情感,生活离不开音乐的陪伴,音乐是人们生活中不可缺少的精神调剂品,音乐是人们寄托情感的艺术品,音乐是人类精神文明建设的重要组成部分。音乐是一门世界通用语言;我们可以从音乐中得到鼓舞,也可以从音乐中体会失落;我们可以感觉音乐的愉悦,也可以从音乐中品尝悲伤;其中民间歌曲,是各少数民族用以表达思想、感情、意志和愿望的艺术形式。许多少数民族地区还享有歌海、音乐之乡的美誉。无论是在劳动生产、娱乐,还是在社交,节日等活动中歌声总伴随着他们。他们在思念故土时唱歌,在谈情说爱时唱歌,在婚礼或丧葬时也唱歌;许多民族都有歌唱节日,如壮族的歌、苗族的龙船节、瑶族的耍歌堂、侗族的采桑节对歌、彝族的火把节、布依族的老鹰坡歌会等。

中国是一个地大物博,民族众多的国家,在中国,各个地区的音乐风格差异较大,各个地区具有不同的名族文化,所以各民族的音乐文化也截然不同,在旋律和节奏各具特色;民族之众多使得民间音乐元素繁多,这正是我们宝贵的源泉。独龙族人居住在云南怒江边上,东边有高黎贡山,地形崎岖,交通不便,也导致独龙族发展特别缓慢,比较落后[2];凉山彝族人居住在四川盆地和云南省中部高原之间,地势西北高,东南低,海拔高,地表起伏大,地形崎岖,峰峦重迭,虽然旅游业相对发达,但大多数彝族人还不富裕;本文模式研究主要针对偏远少数民族,这些地区具有地形崎岖,大山环绕的地域特点,导致其交通不便,发展相对落后。

二、基于“互联网+”的少数名族传统音乐的运营模式

1. 公众号运营

微信公众号于2012年8月正式上线,借助微信平台人际传播连接的优势,其用户群体规模宏大,使用广泛;九年时间里,微信公众号不断改版整合发展至今,微信公众号越来越成熟,类型也越来越多样化,目前这个平台已是新媒体人信息传播的首选主战场。

基于“互联网+音乐”模式中,公众号运营主要通过原创软文形式,对传统音乐,包括流行音乐与传统音乐融合的音乐,发布乐评,深入探索音乐所要表达的思想,以及音乐背后的故事,引起阅读者的共鸣;在文章中配套音乐打开按钮,粉丝在阅读文章的同时就可以听到文章中的音乐,这种方式即宣扬了传统音乐,又激发粉丝关注少数名族偏远乡村的发展。

2. 抖音运营

随着互联网技术的不断进步,互联网购物场景也从文字到图文再到短视频的方式不断升级,本文中抖音

运营主要指通过拍摄少数名族村民演唱民谣短视频的形式,经过相应的运营手段结合抖音的电商功能,吸引抖音公域流量的个人用户对传统音乐产生兴趣,进而转化为私域客户流量的一种模式。

同时,可以在视频里宣传当地农产品,并上传购买链接,粉丝可以根据自己需要下单购买,为乡村振兴贡献自己的力量。

视频内容主要包括当地村民民谣演唱,当地自然风光,当地农产品,当地留守儿童,专业歌手演唱传统音乐或流行音乐与传统音乐融合歌曲。

3. 微博运营

微博,是一个基于用户关系的信息分享、传播及获取平台,在推动突发事件,设置公共议题,聚集社会资源,生成公共舆论方面发挥着重要作用 [3]。

建立一个基于传统音乐的微博账号,发布专业歌手演唱传统音乐或流行音乐与传统音乐融合歌曲视频,当地村民演唱民谣视频,乡村公益广告和公益活动,吸引粉丝。

微博超话指的是微博的超级话题,是在新浪微博里面的兴趣内容社区 [3]。它将话题模式和社区属性相结合,可以选择在微博上发布传统音乐超话,或者在某些流量明星超话中书写乐评,并将相同兴趣用户吸引到本微博号中。

公众号,抖音,微博三个账号相互引流,公众号粉丝,抖音粉丝,微博粉丝可相互转化。

4. 公益活动

组织开展一些公益活动,并在公众号,抖音号,微博进行宣传,让更多的人参与进来,在公益活动中一起帮助少数名族乡村的老人和孩子,并把公益活动过程抖音直播,让更多的人关注乡村,关注乡村的发展,旨在推动全民参与慈善公益,培育全民慈善意识,募集更多的慈善资源,激发全社会的正能量。

在公众号中撰写软文对公益明星音乐进行乐评,在抖音号中发布一些公益明星的与乡村慈善相关音乐,在微博发起公益明星超话等等,将慈善与音乐融合起来,助力乡村振兴。

三、基于少数名族传统音乐的网红 IP 打造

IP 是知识产权的英文缩写,从 IP 这个概念引入中国以来,其在互联网的推动下,正呈现出被泛化的趋势。IP 的类型主要有以下四类:

(1) 故事型 IP: 即畅销剧本、小说等,围绕一个好的故事,加上自己的想象和创作便可以成为一个新的产品。

(2) 产品型 IP: 即那些被群众热爱的产品,围绕这些产品,衍生的可用来消费的情感。比如苹果,先有产品,然后被用户发展为产品型 IP。

(3) 创始人 IP: 如今是个性化消费的时代,消费者购买的不只是产品,而是创始人的情怀跟价值观。当创始人的品位跟自己相吻合时,自然会受到强烈的追捧。比如格力电器 CEO 董明珠。

(4) 知识型 IP: 是指在某个垂直领域中拥有持续产出原创内容的能力的人或者团体。这个人或者团体必须拥有一定的影响力,粉丝量大。

1. 基于少数名族传统音乐的网红 IP 打造策略

(1) “短视频+直播”结合方式

短视频+直播”是以短视频模块为主,重在打造短视频内容,直播作为一种辅助性的手段。拍摄少数名族留守儿童短视频,以及当地人民演唱歌曲视频,风景,农产品,特色气候,美食,传统节日等短视频,同时对少数民族当地特色,农产品,以及地域风景,庆祝传统节日等进行直播,直播主播在线交流,能够突破短视频评论的限制,互动性强;短视频方式在用户留存性方面非常突出,其内容题材更加丰富。直播和短视频两者相辅相成,互相补充,能够给用户带来更好的使用体验,也给各大平台带来更多的流量。时代在不断发展,在“互联网+”模式下,短视频+直播结合模式会在乡村振兴上做出更加绚丽夺目的成绩。

(2) 旅游+地域 IP 文化融合

在文化旅游中,在旅游的吃、住、行、游、购、娱中,不再只是静态的文化展示,而应该在旅游过程中加入动态的文化创意部分,文化与旅游缺一不可,文物需要保护,文化需要传承,而旅游需要与文化融合。通过创意将文化进行转化,让文化结合到旅游实体上,既有利于文化的传承与发展,也有利于旅游品质和效益的提升。

将旅游与地域 IP 的文化底蕴融合,然游客沉浸在对当地名族音乐的向往与想象中,能够速度感染游客。

(3) 传统音乐+地域 IP

传统音乐能带动演唱者和听众情感回归故乡,与原生态音乐人实现情感互动,实现音乐背后的文化溯源,呈现地域民俗文化特色。故乡是旋律开始的地方,真实是最能迅速打动用户的内容。

真实的音律,结合风景优美的地域风情,会让观众共情,能够带来大量的流量。

2. 基于网红 IP 的少数名族村落发展路径

(1) 基于网红 IP 的少数民族村落特色农产品网络

销售

通过网红直播,短视频带动特色农产品销售,是一条非常高效的发展途径,以网红“丁真”为例,开启直播带货,为家乡做宣传,助力家乡脱贫,为他的家乡代言,直播1小时点赞超过100多万。

不管是人物网红IP、还是特色产品网红IP都能带动少数民族村落的经济的发展,吸引村落人员返乡创业和就业,实现村落人口的留存与增加,从而实现村落的保护与发展。

(2) 基于网红IP手工艺品的网络营销

少数民族村落体现了中华文明多样性,是传承民族文化的有效载体。少数民族村落作为农村地区的重要组成部分,其手工艺品颇具民族特色,手工艺品是民间的劳动人民为适应生活需要和审美要求,就地取材,以手工生产为主的一种工艺美术品,由于各地区、各民族的社会历史、地理环境、风俗习尚、审美观点的不同,各地的手工艺品具有不同的风格特色,充分的展示了少数民族手工艺艺术的风采;然后这些手工艺品在功利主义的蛊惑下,在内因与外因的作用下,它们的各种价值正在流失,在这种局面下,原汁原味的民族手工艺品是否还能够流传后世?

基于互联网背景下,网红IP能够为少数民族乡村带来流量及手工艺品的关注,这无疑会增加就业机会,促使外出务工村民回到自己的家乡,从而实现乡村振兴的繁荣景象。

(3) 基于网红IP的少数民族村落旅游产业发展

少数民族地区环境优美,蓝天白云,绿水青山,是旅游的好去处,然后大多数地区知名度不够,旅游攻略难以获取,交通不便,以致于这些地区的旅游业不够发达。

在互联网背景下,在网红IP的号召下,不仅可以提高当地的知名度,还能提供健全的旅游攻略,这将使得其旅游产业能得到蓬勃的发展。同时,去少数民族地区旅游的人们对民俗文化非常感兴趣,我们应该突出民族特色,精心设计旅游项目,加强管理和引导防止伤害民俗文化的行为的发生,做到民俗不俗,俗中有雅,确保民俗文化得到弘扬和保护。

四、基于互联网+音乐模式的成果

1. 促进旅游业

通过互联网+音乐的模式运营,会吸引大量关注传统音乐,关注少数民族乡村振兴的人,在欣赏短视频里的自然风光,购买当地特色农产品时,会萌生去当地旅游的想法,进而促进当地旅游业发展,带动当地经济,

且游客在旅游过程中,也会在朋友圈,抖音,微博上分享当地趣味,美食,美景及特色传统音乐,进一步带动朋友或粉丝加入乡村振兴的行列中。

2. 提供就业机会

由于互联网+音乐模式的运营,当地特色农产品的制作,封装;当地旅游业的发展,会增加很多就业机会;当地村民可以留在家乡就业,在一定程度上缓解留守儿童问题,习近平总书记多次强调指出:实现我们的梦想,靠我们这一代,更靠下一代。当前解决留守儿童问题已经刻不容缓,“互联网+音乐”模式为这一社会教育难题提供了新的途径。

3. 促进经济发展

在科技信息高速发展的今天,传统农业经营模式已经成为制约农村经济发展的因素,亟待创新发展[4],而“互联网+”作为我国的重要发展战略,应与农业生产领域深度融合,促进传统农业市场向信息化,网络化,智能化,规模化发展,推动农村经济发展[4],互联网的发展,信息的畅通,需求和供给的无缝对接[4],为传统农业发展提供了新思路,“互联网+音乐”运营模式的开展,会极大的促进当地经济发展,定会让传统农业经营模式如虎添翼。

五、结语

本文基于乡村振兴的视角,探索“互联网+音乐”运营模式,以少数民族传统音乐为切入点,经过论证分析,这种模式可以促进当地经济发展,为解决当地留守儿童问题提供新思路,为加快推进美丽乡村、乡村旅游等项目建设奠定基础,加快促进农村经济蓬勃发展。

参考文献:

- [1]. 基于“互联网+”的乡村振兴战略实施路径研究[J]. 邵妍.《齐齐哈尔大学学报:哲学社会科学版》.2018(4):12-14.
- [2]. 少数民族音乐——独龙族[J]. 张洁君. 琴童. 2017(11):54-56.
- [3]. 明星微博超话社区运营关键要素对科学传播微博超话社区的启示 董晓晴等[J]. 科技传播. 2021(2):133-136.
- [4]. “互联网+”促进农村经济发展的模式探索[J]. 常艳妮. 商业经济研究. 2016(17):147-148.