

基于乡村振兴的“互联网+音乐”模式研究

王淋铤 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、少数民族与传统音乐

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民族文化,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+”的少数民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民族偏远乡村的发展。

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民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^[4]。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民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、基于少数民族传统音乐的网红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,消费者购买的不仅是产品,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. 基于少数民族传统音乐的网红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。拍摄少数民族留守儿童短视频,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。时代在不断的发展,在“互联网+”模式下,短视频+直播会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民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的少数民族村落发展路径

(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

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,其手工艺品颇具名族特色,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能够为少数名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

少数名族地区环境优美,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,去少数名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,关注少数名族乡村振兴的人,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,以少数名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]邵妍.基于“互联网+”的乡村振兴战略实施路径研究[J].《齐齐哈尔大学学报:哲学社会科学版》.2018(4):12-14.
- [2]张洁君,琴童.少数民族音乐——独龙族[J].2017(11):54-56.
- [3]董晓晴等.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[J].科技传播.2021(2):133-136.
- [4]常艳妮.“互联网+”促进农村经济发展的模式探索[J].商业经济研究.2016(17):147-148.