

短视频平台对中国传统音乐的影响

陈馨

江苏第二师范学院音乐学院, 江苏省南京市, 210013;

摘要: 随着移动互联网技术的迅猛发展, 短视频平台已成为人们日常生活中不可或缺的一部分。这些平台不仅改变了人们的社交方式, 也对中国传统音乐产生了深远影响。中国传统音乐, 以其独特的艺术特色和音乐形态, 承载着中华民族深厚的文化底蕴。然而, 在现代化进程中, 中国传统音乐的生存面临严峻挑战。短视频平台的兴起, 为中国传统音乐提供了新的契机, 使中国传统音乐在传播媒介方面出现了新的转机, 也使音乐本身焕发出新的生机与活力。虽然如此, 短视频平台对中国传统音乐的生存与健康成长带来了新的挑战。

关键词: 短视频; 中国传统音乐; 传播

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 11. 019

1 “短视频平台”与“中国传统音乐”的范围界定

对于短视频的定义, 参考《短视频定义与特点研究》一文, 短视频在法律界定上属于作品, 并且具有智力成果属性、可复制性与独创性; 根据国内外法律层面对短视频相关案件的归类判断方法, 可以很明确的指出国内短视频是将其归于独创作品^[1]。根据对短视频的定义, 我们可以将短视频平台的范围划定为短视频作品提供播放的媒介。

在《中国传统音乐概论》一书中明确了中国传统音乐的范畴, 即在中国历史长河中形成并传承下来的音乐艺术; 中国传统音乐在传承中表现出了其特有的属性: 传承性与习惯性(即中国传统音乐具有深厚的历史底蕴和广泛的民众基础, 通过代代相传得以延续)、社会性与民俗性(音乐与人们的生活紧密相连, 反映了社会的风貌和民俗习惯)、稳定性与变易性(中国传统音乐在保持相对稳定性的同时, 也随着社会变迁而不断发展变化); 中国传统音乐包括民间音乐、文人音乐、宫廷音乐和宗教音乐, 在发展中表现出了其特有的艺术特色和音乐形态特征^[2]。

2 中国传统音乐在现代化进程中曾面临的生存困境

2.1 受众群体有限

19 世纪中后期, 西方音乐文化逐渐传入中国, 并在中国逐渐普及; 20 世纪初随着留洋音乐家的回国和西方音乐作品的传入, 西方音乐在中国大受追捧; 改革开放后, 中国的经济迅猛发展, 国民生活水平不断提高, 国人对国外的文化产生了追求和向往, 许多人盲目崇拜西

方音乐, 认为中国传统音乐是“土气”“落后”的; 再加上过去的几个世纪里, 中国传统文化受到了严重的破坏, 外来音乐(以西方音乐为代表)对中国传统音乐的冲击导致中国传统音乐的受众群体逐渐老龄化, 年轻一代对中国传统音乐的兴趣减弱, 受众的流失不仅体现在音乐审美上, 还体现在音乐创作、表演和传承等方面。

2.2 教育体系中被边缘化

19 世纪末, 传教士在中国开设大量教会学校, 这些学校普遍重视音乐教育, 包括歌咏、西方乐器演奏、传授西方乐理知识等, 这些教会学校将西方音乐教育的理念与体系广泛的传入中国; 新制学堂唱歌课的开设使西方音乐教育在中国进一步普及, 学堂乐歌成为一股新的音乐文化时代潮流, 一些中国音乐家走出国门到日本和欧洲学习音乐并将所学带回使西方音乐教育进一步在中国发展; 20 世纪, 随着欧洲音乐教育家如柯达伊、奥尔夫等人的音乐思想和教育体系传入中国, 中国音乐家开始更深入的学习和借鉴西方音乐教育; 西方音乐教育对中国音乐的创作、表演和教育产生了深远的影响, 一方面推动了中国音乐的现代化, 但另一方面, 在现代化的教育体系中, 西方音乐教育占据了主导地位, 中国传统音乐教育则被弱化, 学校音乐教育主要侧重于西方音乐理论和技能的培养, 对于中国传统音乐的了解和学习则相对较少, 这也导致了中国传统音乐的生存与传播陷入了困境。

2.3 传播渠道狭窄

中国古代音乐的传播渠道主要是人员往来、商业贸易和宗教传播; 20 世纪初, 西方音乐家通过翻译中国古代音乐典籍、创办刊物传播中国音乐研究成果、组织有

关中国音乐的集会和路演、在西方作品中融入中国音乐元素等多种方式将中国传统音乐向外传播；新中国成立后，中国派出多个艺术团赴国外访问演出，将中国传统音乐带上国际舞台；在上个世纪末，电视和广播逐渐普及，但传播内容受到限制，中国传统音乐难以通过其得到充分展示和传播；唱片和磁带也是当时主要的音乐传播载体，但它们的传播范围有限，受到制作成本发行渠道等因素的制约，且保存携带不便，容易造成丢损，对中国传统音乐的传播并没有起到较大的帮助；在过去，中国传统音乐主要依靠口口相传、民间演出、人员往来或文化交流等渠道进行传播，而在现代化的进程中，这些中国传统音乐的传播渠道就相对狭窄，随着和互联网的普及，这些传播渠道已无法满足现代社会的传播需求，同时，由于中国传统音乐缺乏与现代科技的深度融合，其传播效果也受到了限制。

2.4 创新与融合未能发挥优势

在现代化的进程中，中国传统音乐需要不断创新以适应当代社会的需求。然而，在很长一段时间里，中国传统音乐在与其他文化或音乐元素融合与创新的过程中未能发挥其独特的优势，其改编作品的影响力往往不如原创作品。例如，交响乐作品《使命》交响曲，这是一部尝试将民族乐器与西洋乐器相结合的作品，然而这部作品出现了音乐风格不协调的问题，导致其整体效果不佳，这样强行的融合与创新无法让中国传统音乐在现代化的进程中发挥其独特的优势。

2.5 音乐市场竞争压力

随着经济市场的发展，音乐逐渐商业化，改革开放初期，境外各种音乐风潮涌入中国，这些新型音乐形式多元的特点吸引了大量的听众，对中国传统音乐造成了初步冲击；20 世纪 80 年代后，国内流行音乐开始兴起并逐渐成为音乐市场的主流，相比之下，中国传统音乐的市场份额逐渐下降，尽管政府和一些文化机构仍在努力推广中国传统音乐，但其在市场中的竞争力仍然较弱；随着音乐产业的快速发展，音乐市场竞争变得更为激烈，各种音乐类型层出不穷，这让中国传统音乐在中国音乐市场的竞争中面临了更大的挑战。

3 短视频平台对中国传统音乐的影响

3.1 积极影响

3.1.1 受众方面

截至 2024 年 12 月，我国网民规模达 11.08 亿人，互联网普及率达 78.6%，其中短视频用户规模达 10.40

亿人，占整体网民的 93.8%^[3]，我国互联网这庞大的用户基础为中国传统音乐的传播提供了更广阔的空间；从 2021 年至 2023 年，10~19 岁短视频用户比例从 13.2% 提升至 15.2%，20~29 岁、30~39 岁、40~49 岁用户分别占比 15.5%、21.8%、18.2%^[4]，数据显示，我国 50 岁以下的劳动力及青少年是短视频用户的主体且用户年龄分布差距不大，中国传统音乐通过短视频平台进行传播时，在各个年龄层的受众在一定程度上就相对平均，能够触达更广泛的受众，尤其是年轻受众，这些年轻受众在欣赏短视频的过程中，往往较容易被中国传统音乐的魅力所吸引，进而对其产生兴趣，通过短视频平台，在一定程度上能拓宽中国传统音乐的受众范围。

3.1.2 教育方面

短视频平台降低了人们对中国传统音乐学习的成本，在短视频出现前，人们学习中国传统音乐主要通过购买音乐会门票、唱片或线下学习等方式，然而这些方式往往需要较高成本，大多数人无法接触中国传统音乐教育，而短视频平台的直观、生动、易于分享大大降低了人们接触中国传统音乐教育的成本，并且短视频平台打破了人们接受音乐教育的时间和空间限制，更多人有机会接触中国传统音乐教育；短视频平台还为培养中国传统音乐专业人才提供了有力支持，通过短视频平台，许多具有音乐天赋的年轻人得以展示自己的才华，受到了专业音乐机构和学校的关注，这些机构和学校可以通过短视频平台选拔优秀音乐人才，为他们提供专业培训和指导，一些专业音乐机构和学校还与短视频平台合作，开设线上音乐课程或直播教学活动，为更多音乐爱好者提供了学习和交流的机会，这些举措不仅培养了大量优秀的中国传统音乐专业人才，还为构建传承队伍奠定了坚实基础；此外，短视频平台上的中国传统音乐教育内容丰富，既有专业音乐家示范和教学，也有业余爱好者分享的学习心得和技巧，这丰富了人们接受中国传统音乐教育的内容。以抖音为例，该平台上有许多热门的致力于发扬中国传统音乐的账号，这些账号通过上传高质量的器乐演奏、民歌演唱、中国传统音乐文化常识等视频，吸引了大量粉丝的关注，并且这些账号坚持用其流量扩大中国传统音乐的影响力，让普通群众对中国传统音乐有更多、更深的认识；此外，一些专业中国传统音乐工作者也在抖音上开设自己的音乐课程，通过直播授课等方式传播中国传统音乐的相关演奏、演唱技巧和文化知识，为中国传统音乐教育的发展做出了积极贡献。

3.1.3 传播渠道方面

短视频平台的出现打破了在中国传统音乐传播渠道在传播范围、传播速度和互动性等方面的局限；通过短视频，用户可以在短时间内接触到大量中国传统音乐作品，通过评论、点赞、收藏、转发的方式进行互动，增强了中国传统音乐传播的互动性；此外，短视频平台高效的传播机制让中国传统音乐的传播速度大大加快，一个优秀的音乐作品在大量的评论、点赞、收藏、转发之下可以在短时间内被大量的用户接触到，这不仅提高了作品的曝光量，也让更多人有机会接触中国传统音乐；短视频平台对于中国传统音乐的传播不仅限于国内的用户，通过短视频平台，中国传统音乐能够走向国门，走向世界，这不仅有利于中国传统音乐的对外输出，并且能够形成跨文化交流，增进不同文化之间的理解与尊重，有利于提升中国传统音乐在国际上的影响，在一定程度上促进了中国传统音乐的正向传播。

“民乐也疯狂”是一个将传统民乐与互联网融合的短视频品牌，始创于2020年。该项目主要面向“Z世代”群体，同时吸引高校学生及社会民乐爱好者参与，组织乐手在不同城市文化地标进行传统民乐表演，以“民乐+城市文化”的形式，创作适合海外传播的音乐视频内容，持续提升作品的艺术品质与文化厚度，助力中华文化国际传播。该IP多次获得重要奖项并与《只此青绿》《舞千年》《冰雪中国》等一批优秀文化作品共同获得国家广电智库的认可，成为在音乐、舞蹈、体育等领域具有国际传播代表性的案例，向世界展示当代中国的生活风貌与文化传统，促进中华文化获得更广泛的国际认同。“民乐也疯狂”并非孤例，当前已有越来越多短视频账号或IP致力于传承与发展中国传统音乐。通过这些新媒体渠道，传统音乐及相关文化不仅在国内广泛传播，更逐步走向世界，受到了海外大量观众的喜爱。

3.1.4 创新与融合方面

短视频平台能够将中国传统音乐与其他艺术门类如美术、戏剧等相融合，创作出跨界的艺术作品。一些创作者将中国传统音乐与美术作品相结合，通过精美的画面和动人的旋律，营造出一种古典而优雅的艺术氛围，一些短视频以古风音乐为背景，展示中国传统水墨画、工笔画等美术作品，观众在欣赏音乐的同时，也能感受美术作品的独特魅力，虽然这些短视频的主体是美术作品，但在展示美术作品的同时，中国传统音乐在也得到了有效传播；国风街舞是近年来兴起的一种舞蹈形式，它将中国传统音乐与街舞元素相结合，展现出独特的艺术魅力，在短视频平台上，一些国风街舞创作者不仅注

重舞蹈动作的编排和创新，还非常注重舞台设计，他们通过精美的舞台布景、灯光效果以及服装道具等美术元素，为观众呈现出一场场结合中国传统音乐、美术与舞蹈的视觉与听觉盛宴。

短视频平台对中国传统音乐的创新与融合还体现在音乐与视觉艺术的融合，在“听见数字山河”项目中，中国传统音乐与视觉艺术的结合尤为突出，项目团队在短视频平台上采用了多种创新性的视觉呈现方式，例如，利用动画、特效等技术手段，将中国传统音乐的旋律和节奏转化为视觉元素，形成独特的视觉效果，此外，通过剪辑、拼接等手法，将不同场景、不同角度的画面进行组合，营造出丰富的视觉层次和动感，通过数字化技术，将传统乐器的音色、乐谱以及演奏技巧等转化为可视化内容，在短视频平台传播；例如，在呈现古琴演奏时，不仅录制了清晰的琴音，还通过镜头捕捉了演奏者的指法、表情以及演奏环境的细节，观众在聆听音乐的同时，也能感受到演奏的氛围和意境；项目团队对曾侯乙编钟进行了系统化、全方位、高精细度的音源采集，并制作了完整的编钟音源，在短视频平台上，这些音源被巧妙地与视觉元素相结合，形成了独特的视听体验，观众不仅能听到编钟的悠扬乐声，还能看到编钟的精美造型和演奏场景；曾侯乙编钟和古琴的音色采样被数字化保存后，不仅可以通过音频形式呈现，还可以通过动画、虚拟演奏等形式，让观众在视觉上感受到中国传统音乐的魅力，这种结合使中国传统音乐更加生动、直观，易于被现代观众所理解。在欣赏短视频时，不仅是听觉上的享受，还能得到视觉上的满足，这样的创新与融合在一定程度上能够提升中国传统音乐作品的艺术价值。

3.1.5 市场竞争力方面

当短视频平台为中国传统音乐提供了一定的知名度和影响力，这就为其在音乐市场中占据更有利的地位提供了可能性；抖音发布的《2022抖音民乐直播数据报告》显示，抖音直播覆盖民族乐器种类达87种，观看人次突破61亿，过去一年（指报告发布前的一年），抖音民乐类直播场次超过178万场，同比增长95%；累计直播时长达233万小时，同比增长101%^[5]；中国传统音乐的受众开始走向年轻化时，这意味着中国传统音乐能够获得更多的消费主力军，抖音直播平台上，有87%的民乐主播获得打赏收入，即便是一些小众乐器也能获得万元级别的新票房；中国传统音乐的创新与融合为其在音乐市场上提供了更强有力的支撑；由此可见，短视频平台为中国传统音乐在音乐市场的竞争中获得了一

席之地。

3.2 消极影响

3.2.1 受众方面

短视频平台的受众群体广泛,但不同受众群体的音乐喜好和审美观念存在差异,部分短视频用户可能更倾向于非中国传统音乐的相关作品,因此,短视频平台的大数据推送机制对中国传统音乐的相关作品推送在一定程度上就会受到限制,如此难以触及更广泛的受众群体;此外,在短视频平台日益普及的环境下,中国传统音乐的传播媒介日益被边缘化,部分习惯使用传统媒介欣赏中国传统音乐的老年群体可能受到影响,这在一定程度上对中国传统音乐的受众群体进行了分化。

3.2.2 教育方面

短视频平台以其丰富的娱乐内容吸引了大量的学生群体,但处于青少年时期的学生群体往往容易沉迷于短视频而分散了对中国传统音乐学习的注意力,削弱他们对中国传统音乐学习的热情和动力;中国传统音乐教育注重系统的理论学习和技能实践,短视频平台无法代替这些基础的理论与技能学习与培养,短视频平台上许多中国传统音乐教育的内容为了吸引人的眼球会以碎片化的形式呈现,缺乏系统性和深度,处于青少年时期的学生群体如果过分依赖短视频平台,很可能对中国传统音乐教育最重要的理论学习和技能实践产生误解或偏见,认为其过于枯燥或乏味,导致其对中国传统音乐的欣赏产生误区,无法领略中国传统音乐的文化内涵和艺术价值。

3.2.3 传播方面

短视频平台上的内容往往为吸引眼球较为快速直接,导致受众陷入审美疲劳,并且大量粗制滥造的内容充斥平台,使受众对中国传统音乐的欣赏很可能变得浅显和碎片化,一些短视频平台上充斥着大量改编自中国传统音乐的口水歌,这些歌曲往往旋律简单、歌词直白,缺乏艺术性和文化内涵,这些歌曲的流行可能让观众对中国传统音乐产生误解,认为中国传统音乐就是简单、直白、缺乏深度的,而中国传统音乐其深厚的文化底蕴和艺术魅力需要深入品味和理解,但在快速的短视频平台中,受众往往难以静下心来欣赏和感受其内涵,如此中国传统音乐的传播质量在一定程度上会受到影响。

3.2.4 创新与融合方面

短视频平台的兴起让人人都能成为音乐创作者,这在一定程度上促进了中国传统音乐的创新与融合,然而这也导致了中国传统音乐的创作门槛降低,大量对中国

传统音乐毫无见解的人成为了创作者并且制作了大量质量参差不齐的音乐作品,这些作品往往缺乏深度和内涵,并且大量作品打着中国传统音乐的旗号,却在制作过程中破坏了中国传统音乐特有的艺术特色和音乐形态,一些短视频创作者在演绎中国传统音乐时,过分追求新奇和独特效果,而对中国传统音乐的内涵和韵味进行歪曲和篡改,这种歪曲和篡改不仅可能损害中国传统音乐的形象和声誉,还可能让观众对中国传统音乐产生抵触和反感,这严重影响了受众对中国传统音乐正确的认知和接受,这样的“创新”与“融合”对中国传统音乐的良性发展产生了极其不良的影响。

3.2.5 市场竞争力方面

短视频平台上的音乐作品往往涉及版权问题,中国传统音乐的相关音乐作品也不例外,一些创作者往往为了吸引用户并获取流量,可能会未经授权的使用他人的音乐作品,从而侵犯了音乐创作者的版权,这不仅损害了音乐创作者的利益,也严重的影响了中国传统音乐在短视频平台上的正常传播和正向发展,并且在一定程度上对中国传统音乐在音乐市场的竞争中造成了损害。

4 结语

在探讨短视频平台对中国传统音乐的影响时,我们不难发现,这一新兴媒介在为中国传统音乐带来机遇的同时,也伴随着诸多挑战与消极影响。短视频平台对于中国传统音乐的影响是一把双刃剑,我们不应该过度依赖或全盘否定,而应寻求一种平衡之道,我们只有深刻理解其对中国传统音乐的影响,并采取积极有效的应对政策,才能确保中国传统音乐在数字化时代得以焕发新的生机与活力。

参考文献

- [1]刘毅,郑逸飞,吴正敏,袁晓宇,崔艺凡:短视频定义与特点研究[J].
- [2]王耀华:中国传统音乐概论[M].
- [3]中国互联网信息中心(CNNIC):第55次中国互联网络发展状况统计报告[R].
- [4]国家广播电视总局发展研究中心:中国短视频发展研究报告(2024)[R].
- [5]《2022 抖音民乐直播数据报告》[R].

作者简介:陈馨(2004.04—),女,汉,浙江省温州市,本科在读,江苏第二师范学院,中国传统音乐教育。