

淺析現代媒體對音樂藝術的影響：以短視頻平台為例

A Brief Analysis of Influence of Modern Media on Music Art:A Case Study of The Short Video Platform

肖瑤¹

¹樹德科技大學藝術管理與藝術經紀系 四年級

摘要

近年來，隨著移動互聯網的普及，網路中許多短視頻平台開始大爆發式發展，吸引了許多用戶。在現代傳播媒介的參與下，藝術創作從觀念到形態都發生了前所未有的變化。現代傳媒技術的發展使得音樂的創作融入了很多個性和自由的元素，而且新的傳媒技術的出現，對於人們對於音樂的審美方式也產生了很大的影響。

本文從音樂領域出發，以短視頻平台為出發點，探討現代媒體是如何使音樂藝術以短視頻為媒介，將兩者進行跨界合作，分析與研究其對於音樂藝術的影響。

文章將以各大短視頻平臺為例，分析音樂類短視頻以抖音短視頻為研究對象，通過對抖音短視頻的發展歷程、傳播策略和問題分析，發現音樂類短視頻社交應用的發展規律，同時為音樂類短視頻應用的發展提供一定的可行性建議。

關鍵詞：短視頻平台、音樂藝術、現代傳媒、跨界合作、藝術創作

Abstract

In recent years, with the popularization of the mobile Internet, many short video platforms on the Internet have begun to explode, attracting many users. With the participation of modern media, artistic creation has undergone unprecedented changes from concept to form. The development of modern media technology has made music creation incorporate many elements of personality and freedom, and the emergence of new media technology has also had a great impact on people's aesthetic approach to music.

Starting from the field of music, this article uses the short video platform as the starting point to explore how modern media uses short video as a medium to conduct cross-border cooperation between the two, and analyze and study its impact on music art.

This article will take major short video platforms as examples, analyze the music short video platform, and use TikTok as the research object. Through analysis of the development process, communication strategies, and problems of TikTok, we will discover the development of social applications of the

music short video platform. At the same time, it provides certainly feasible suggestions for the development of music short video applications.

Keywords : Music Art, The Short Video Platform, Modern Media, Collaboration Across Boundaries, Artistic Creatio

一，緒論

1-1 動機與背景

在互聯網高速發展的時代，短視頻平台成為現代人們趨之若鶩的社交軟件，吸引了大量的用戶。在音樂藝術領域，現代媒體傳統的傳播方式也逐漸轉向現代的新媒體模式。5G 時代的到來為基於互聯網的短視頻迅速傳播的出現提供了技術支撐。各項藝術跨域合作，傳統媒體發展至新媒體的帶動了互動性的發展，大眾在此境況下，從原先的受眾這個角色轉換為生產、消費以及傳播本身的多重性角色。在這樣的形勢下，眾多音樂短視頻平台應運而生，以音樂背景為傳播介質，人們生產並製作出可以帶動觀眾進入指定情景的視頻，改變了傳統媒體娛樂內容的傳播方式。本文將以抖音短視頻為例，探討在抖音短視頻平台上音樂藝術的發展形勢。

現代媒體的發展過程里，音樂藝術在互聯網時代由傳統媒體轉向新媒體形式，本文旨在探討音樂藝術在現代媒體的大勢中的影響研究。音樂短視頻平臺的發展里程是怎樣的？在音樂藝術的背景下如何完成跨域合作？短視頻製作人的傳播策略為何？音樂短視頻的社交應用發展規律是什麼樣的？本文筆者喜歡使用短視頻同時也喜好音樂，希望在愛好的同時可以運用專業知識對此領域進行研究學習，是本文的研究動機。

1-2 目標與目的

本文將以抖音短視頻平台為案例，將從以下幾點目的進行研究：

- 1、本文將從抖音短視頻的發展歷程進行個案分析。
- 2、本文可作為相關的案例，提供給大專院校相關科系以及本專業的專家學者進行探討。
- 3、本文可以給抖音短視頻創作者作為參考。

二，文獻回顧

2-1 短視頻平台

短視頻（英語：short video）又叫短片、短影音，是指長度為 15 分鐘以內的視頻，主要是在移動智能終端上進行拍攝、美化編輯或加特效，並可以在網路社交平臺上進行即時分享的一種新型視頻形式。

短視頻時間短、資訊承載量高等特點，更符合當下線民手機使用行為習慣。隨著智能移動端的用戶規模不斷地擴大，讓很多的移動手機用戶得以充分利用碎片時間拍攝、觀看短視頻。視頻的用戶流量創造了巨大的商機，因此有很多的互聯網巨擘競相注資開發短視頻平臺。¹

在互聯網碎片化閱讀流行的趨勢下，短視頻以其短小精悍的內容，迎合人們碎片化觀看以及快速閱讀的特點而廣泛盛行。本文的案例，抖音短視頻是一款可在智能手機上流覽的短視頻社交應用程式，由中國字節跳動公司所創辦運營。用戶可錄製 15 秒至 1 分鐘 3 分鐘或者更長的視頻，也能上傳視頻、照片等，能輕易完成對口型，並內置特效，用戶可對其他用戶的影片進行

¹ 林文婧 畢秋敏 · (2018年12月) -〈國內短視頻發展現狀及問題思考〉

留言。自 2016 年 9 月於今日頭條孵化上線，定位為適合中國年輕人的音樂短視頻社區，應用為垂直音樂的 UGC 短視頻。²³

著名波普藝術家安迪·沃霍爾曾經做出預言：在明天，每個人都能成名 15 分鐘。在不同時期，都有不同媒介呈現出社會文化發展。古代希臘的體育競技和戲劇、羅馬的血腥角鬥以及泡澡堂的悠閒從容，都被視為典型的大眾文化形式。⁴在公眾閱讀習慣的碎片化特徵下，這句預言成為現實。人人皆有成名的機會，而短視頻平台這個媒介，便是使這一預言成真的關鍵所在。大眾喜歡用簡短時間收穫最新的資訊，也願意成為創作資訊的短視頻創作者。

2-2 音樂短視頻對音樂傳播系統的發展影響

隨著互聯網和全球資訊化的發展、傳統媒體與新媒體的融合，音樂類的短視頻平台成為了最炙手可熱的 APP。“抖音”短視頻平臺自上線以來以用戶為主要適用對象，任何人都可以參與到製作當中，人人都是導演，人人都是藝術家，這也符合後現代媒體藝術發展理念，極大地縮減了音樂傳播的時間和空間，並且不受任何限制，隨時隨地都可以隨時拍攝。

新媒體時代，所有人皆可以成為傳播者和接收者，傳者和受者的界限逐漸模糊。許多受眾研究成果已經表明，接受者與傳播者身份越來越接近。他們在創建媒體內容之後，通過各種社交軟體分享短視頻，在這個過程中，他們形成了自己的傳播管道。“抖音”主打“短視頻+音樂”模式，通過很多應用上的視頻處理工具降低內容生產的門檻，讓 UGC（個人用戶生產內容）的個人或者小團隊可以生產出 PGC（專業生產內容）品質的內容，體現了極強的內容工具屬性。

新媒體音樂資訊傳播是雙向的，每個受眾既是音樂資訊的接受者，同樣也是音樂資訊的傳播者。每一個人人都成為音樂資訊的發佈者，個性地表達自己的觀點，傳播自己關注的資訊。受眾身份的轉變為音樂傳播增強互動性，也為音樂傳播生態系統建構帶來了深遠影響。⁵

2-3 現代媒體進行跨界合作

多領域的跨界合作給人們的生活帶了了更多的品牌合作可能性。不同知識、文化、職業和研究背景的人彙集在一起，可發揮各自的特點和優勢，進行跨界合作創新設計。現如今數字媒體的流行趨勢背景下，許多企業品牌紛紛進行合作，不同領域相互借鑒，從而創造更符合現代社會發展的藝術形態。

藝術需要傳播媒介，而“跨界”正是藝術傳播媒介演化過程中的一種傳播管道。不同行業的跨界合作湧現出無數成功的案例，於公眾而言，成功的跨界作品是一種別樣的色彩，於藝術家或設計師而言，選擇一個嶄新的視角進行設計是一個難以抵擋的嘗試。⁶

隨著媒介的發展，經歷過廣播、電視、互聯網之後，短視頻已成為人們發現音樂，觸碰音樂的核心平臺之一。抖音是一款音樂社交軟體，用戶以音樂為基礎，拍攝短視頻，上傳在抖音平臺上。

根據巨量引擎商業算數中心最新發佈的《抖音 Top 音樂傳播報告》顯示，2019 年 1 月到 5 月，抖音樂庫上傳的音樂作品已經超過 100 萬首，帶音樂的作品數占總作品數的 82.5%。根據國際唱片業協會發佈的《2018 年音樂消費者洞察報告》顯示，全球 86% 的用戶通過音視頻流媒體聽歌，其中 52% 的人通過視頻的方式收聽音樂。而抖音用戶數量龐大，使得抖音平臺對音樂傳播產生重大影響。⁷

² 抖音 APP“變現難”或成痛點. 長江商報. 2017-09-11 [2018-02-01].

³ 周小丹. 速度与激情：抖音的 2017. 极客公园. 2018-01-10 [2020-07-07].

⁴ Norman F. Cantor & Micheal S. Werthmaneds. The History of Popular Culture, New York: The Macmillan Company. 1968

⁵ 韓璐. 融媒体环境下音乐传播系统的建构——以“抖音”短视频平台为例 [J]. 北方音乐, 2020, 06 (11): 240-241.

⁶ 陳立勳 王萍. 設計的智慧——藝術設計思維與方法 [M]. 北京: 北京大學出版社. 2017.

⁷ 陳依 (2020 年). <抖音音樂傳播的新范式>. 《戲劇之家》. 2020 年第 11 期 55-55, 75 共 2 頁

抖音中的短視頻是自動播放模式，其視頻時長多以 15 秒為主，以節奏感強烈的抖音神曲作為背景音樂，音樂伴隨視頻，符合碎片化時代人們“短、平、快”的審美。除此之外抖音還鼓勵用戶以背景音樂為基礎鼓勵人們“拍同款”“合拍”，進行二次創作。用戶通過自己加工生產視頻的形式，把背景音樂的節奏和視頻畫面融合在一起，帶來強烈的視聽體驗，讓視覺、聽覺同時加持至一個場景，給用戶以沉浸式體驗。基於短視頻衍生的新型視覺化音樂傳播拓展了音樂傳播的形式，改變了傳播形態。

2.4 現代媒體對藝術創作的影響

現代傳播媒介對藝術創作產生了積極的促進作用。這些積極的促進作用主要體現在創作的形態、效率和觀念三個方面：

- 1、豐富了創作形態。
- 2、提高了創作效率。
- 3、更新了創作觀念。

但是任何事物都有它的雙面性，現代傳播媒介對藝術創作的影響也不例外，在互聯網為大勢的時代背景下，我們可以看到現代傳播媒介對藝術創作有促進作用，也不能否認它所帶來的一些消極影響：

- 1、大眾對於藝術的品味不免因此流於俗套，只能接受最直觀的拿來主義，無法得到審美上的提升。
- 2、藝術品由原先時代影像和現實生活的抽象形式，變得更加商業化以及模式化，喪失了原有的意象。

藝術創作者在製造過程裡需要了解現代媒體作為傳播介質的其飾演的角色。只有不斷研究其功能，才能狗更好的使用其為自己服務。

三，研究方法與材料

本論文的主題在研究現代媒體對音樂藝術的影響，將抖音短視頻平台作為個案分析，本文採質性研究。本文主要以蒐集相關文獻資料，並進資料彙整分析及田野調查法為主，而在研究流程上，主要分為以下幾個步驟：

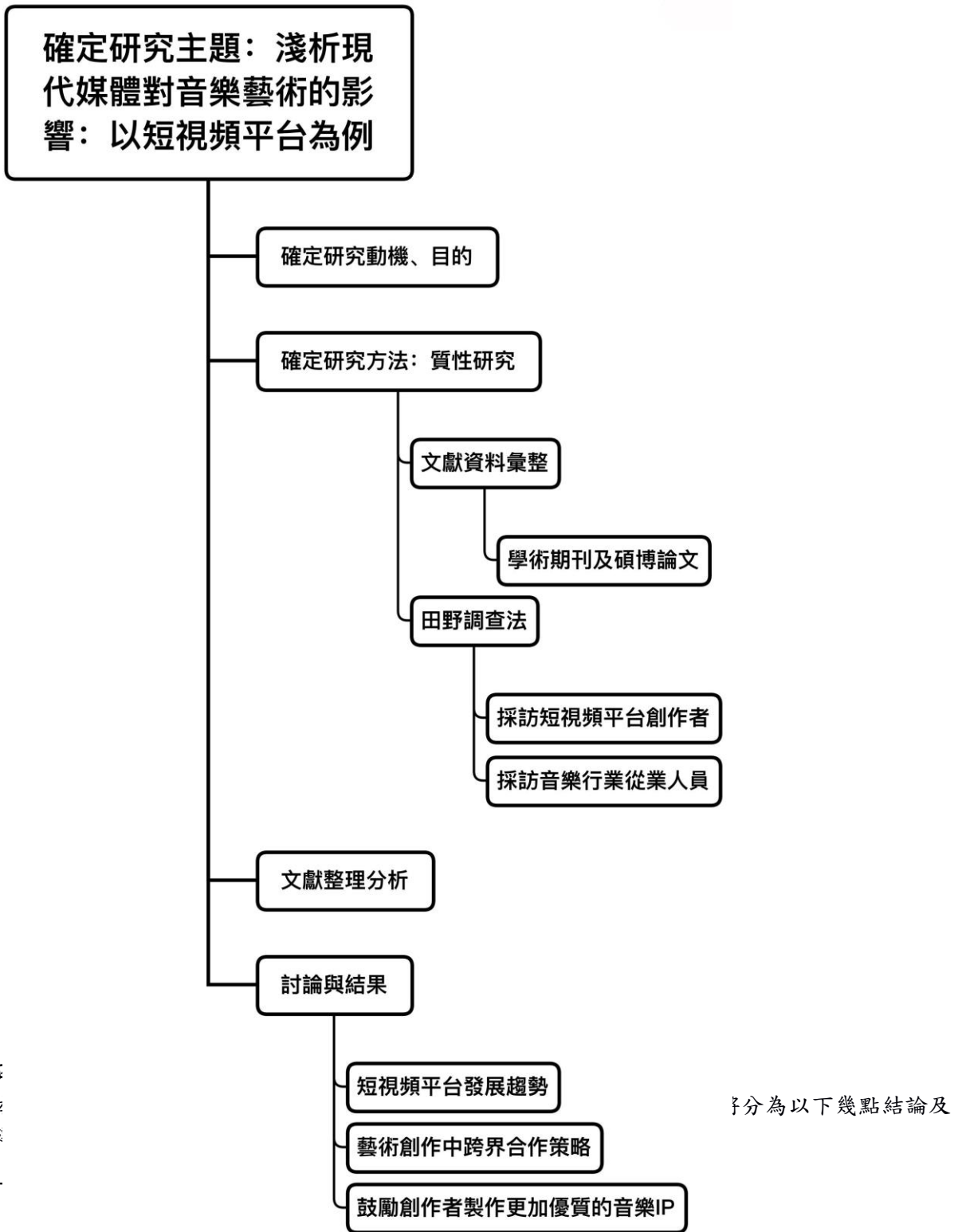
3.1 文獻資料彙整

本論文所使用的文獻是資料庫從中國知網、樹德科技大學圖書館為論文的主要文獻收集平台。以藝術創作、現代媒體以及音樂短視頻為主要關鍵詞，進行查找相關的學術期刊及碩博論文作為參考。同時參考進行初步的研究分析以及資料彙整。

3.2 田野調查法

本論文將採訪從事短視頻平台相關事業視頻創作人及音樂行業從事人員，了解音樂在現代媒體行業的發展現況。

在研究流程和步驟上，如下圖 1 所示：



媒介的不斷發展變化帶動文化的生產與發展。抖音以其娛樂性、強大的明星陣容、用戶表演狂歡、社區互動特徵帶動網路紅人、草根紅人文化發展。音樂形成文化，視頻形成文化，音樂視頻也形成文化。“如今，音樂成為一種大型的社會黏合劑。”⁸從網路音樂與其新生業態的融合發展來看，音樂與社交、短視頻的融合有望成為行業未來新的增長點。⁹

4-2 藝術創作中跨界合作策略

藝術創作過程中如何推陳出新一直是最困難的部分，借用傳媒的方式在原有的內容上創新，需要創作者本身的能力與知識，在不同的藝術領域進行整合設計，也成了推進音樂藝術發展的根本。

跨界合作的主要關鍵點在於找到兩門不同類別或不同屬性的藝術，將其內在的相同或相似點進行提取，使其能夠在同一部作品中進行整合加工，所創作出來的作品包含這幾種不同類別的藝術內涵，並且保持各自鮮明的藝術特徵，這樣既有新鮮感，又飽含傳統韻味的“新”作，是能夠得到市場及各個階層觀眾的認可。¹⁰

4-3 鼓勵創作者製作更加優質的音樂 IP

對於優質音樂IP的發展，必須注重融媒體環境下多平臺多管道的聯合，優質的音樂IP在音樂傳播中屬於最關鍵的一環，好的作品是成就一個音樂短視頻平臺的關鍵。希望創作者可以在未來更加注重內容形式的創新以及內容質量的提高。

參考文獻

中文文獻

- 抖音APP“變現難”或成痛點. 長江商報.2017-09-11 [2018-02-01]。
- 周小丹. 速度與激情：抖音的2017. 極客公園.2018-01-10[2020-07-07]。
- Norman F. Cantor & Micheal S. Werthmaneds.The History of Popular Culture ,New York: The MacmillanCompany.1968。
- 韓璐.融媒體環境下音樂傳播系統的建構——以“抖音”短視頻平臺為例[J].北方音樂，2020，06（11）：240-241。
- 陳立勳,王萍.設計的智慧——藝術設計思維與方法[M].北京:北京大學出版社,2017。
- 陳依（2020年）-<抖音音樂傳播的新範式>-《戲劇之家》-2020年第11期55-55,75共2頁。
- 阿多諾,辛普森,李強論流行音樂（下）[J].視聽界,2005(8)。
- CNNIC發佈《第41次中國互聯網發展狀況統計報告》[R].第41次中國互聯網發展狀況統計報告。
- 李永惠（2014年）-<解讀藝術界的跨界合作>-《民族音樂》-2014年第2期76-77,共2頁。

網站資料

- 林文婧 畢秋敏·（2018年12月）-<國內短視頻發展現狀及問題思考>網址：<http://mediapeople.com.cn/n1/2018/1204/c422573-30441552.html>

⁸ 阿多諾,辛普森,李強論流行音樂（下）[J].視聽界,2005(8)

⁹ CNNIC發佈《第41次中國互聯網發展狀況統計報告》[R].第41次中國互聯網發展狀況統計報告。

¹⁰ 李永惠（2014年）-<解讀藝術界的跨界合作>-《民族音樂》-2014年第2期76-77,共2頁