

布依族山歌对唱在社会化媒体中的传播分析

——基于 SoLoMo 的分析

苟忠丽 罗健¹

(贵州财经大学 文法学院, 贵州 贵阳 550025)

【摘要】: 社会化媒体是信息时代的产物, 本文基于 SoLoMo 的移动化、社交化、本地化的特点, 总结布依族山歌对唱的类型、社会功能及艺术特征, 从受众的角度去分析布依族山歌对唱的需要, 考虑布依族山歌对唱与人们生活的关联性, 分析社会化媒体在布依族山歌对唱传播中的传播效能。

【关键词】: 布依族山歌 社会化媒体 SoLoMo 传播效果

【中图分类号】: F27 **【文献标识码】:** A

1 布依族山歌对唱传播形态

布依族山歌形式有独唱、对唱、齐唱和重唱, 对唱是布依族山歌重要的表达交流形式; 曲调有“大调”“小调”之分, “小调”多出现在日常生活中, 表达和抒发自己内心的情感; “大调”主要用于较正式的场合, 例如, 酒宴、节日等场合, 这些场合都是一些民间重要的社交场合, 也是布依族山歌的社会场景与社交属性的体现。

1.1 布依族山歌对唱的人际传播

1.1.1 口头传播

口头传播是布依族最传统的传播方式, 信息的保存是靠人脑的记忆, 传播空间有限制, 传播途径较短, 时效性较强, 口语是一种声音符号, 记录性较差, 受众面较窄, 在进行山歌对唱时或传播传承时, 只能面对面地进行交流与互动, 不利于布依族山歌对唱的有效传播。

1.1.2 文字传播

文字传播让不同时空传播成了可能, 扩大了传播范围, 保存时间较久、传播空间较广, 实现了对口头传播的超越, 减少了口头传播的随意变化。这也让布依族山歌对唱的异地传播成了可能, 在一定程度上拓宽了布依族山歌对唱传播的广度和范围, 但文字传播方式只是在私人空间流传或供个人阅读, 布依族山歌的传统传播模式是属于口头传播与人际传播并存, 但这些传统的传播方式通常发生在村寨内部以及村寨之间, 这对布依族山歌的传播范围、传播效果造成一定的影响。

作者简介: 苟忠丽(1998-), 女, 布依族, 贵州都匀人, 学士, 贵州财经大学文法学院广告学;
罗健(1971-), 男, 汉族, 贵州贵阳人, 贵州财经大学文法学院副教授, 从事传媒广告领域教学科研工作。
基金项目: 2019 年教育部大学生创新创业训练计划贵州省项目的研究(20195200799)

1.2 布依族山歌对唱的媒介传播

媒介在传播学意义上是指利用媒介存储和传播信息的物质工具,“媒介就是传播过程中用以扩大并延伸信息传送的工具”这是著名传播学家施拉姆对媒介的见解,现今媒介打破了时间和空间的限制,各种电子媒介都层出不穷,信息在此类媒介中传播的速度更快,影响范围更广,同时也更容易被大众接受。

1.2.1 布依族山歌对唱的传统媒体传播

在传统媒介的环境下,布依族山歌通过报纸、电视广播、书籍等传播来进行宣传布依族的山歌节及其有关布依族的各种活动。传统媒体在一定程度上扩大了布依族山歌对唱的影响,如同其他少数民族文化而言,注重的是欣赏性价值,但布依族山歌对唱的沟通性价值没有得到发挥。

1.2.2 布依族山歌对唱的新媒体传播

新媒体指以数字化技术为基础,以网络为载体进行信息传播的新型媒介,新媒体的参与性、互动性、社交性、公开性等特征都具有强烈的社交属性,布依族山歌主要是在移动端(如在微信、微博、QQ、抖音等)主流社交平台传播,传播内容更新快,传播渠道多样化,传播速度快,互动性更强,传播内容更加多元化,提高了布依族山歌对唱的信息量,提升了布依族山歌对唱信息传播的广度。

2SoLoMo 下布依族山歌对唱传播分析

2.1 社交化(Social)下的布依族山歌对唱传播

社交化的特征是内容创造与人脉关系的融合。个体主体性意识的觉醒和话语权的崛起促进了内容的生产与传播,分享的本质是信息的传播与互动,用户乐于分享能够满足与其他用户交流与互动的内容。

随着社会化媒体的高速发展,布依族山歌对唱传播模式被改变,在这个分散的、彼此陌生的布依族山歌传承人与爱好者通过社会化媒体建立起新的、稳定的人脉关系,社会化媒体打破时空限制,现今通过社交媒体让兴趣相同的群体无论何时何地都能进行山歌对唱,使布依族山歌社会文化传播形式更具多样化,扩展了布依族山歌对唱传播的“圈子”。

2.2 本地化(Local)下的布依族山歌对唱传播

本地化的本质是对布依族山歌资源的数据化,布依族山歌深深根植于布依族的生活土壤中,由独特的地理环境、生产方式和文化形态孕育而成,体现了布依族地方文化记忆,而布依族山歌也必须依赖布依族长久以来的历史与风俗文化才能生存。

“本地化”以 LBS 定位技术来实现,将布依族地区现有的布依族山歌资源和受众所在的空间数据结合,精确定位并提供基于位置的服务,比如抖音具有定位技术和同城推送等功能,能让受众看到传播者的位置以及话题,针对受众网络痕迹采集判断受众的喜好,进行同类兴趣视频推送,音乐类 APP 也是如此,布依族山歌传承人与兴趣爱好者可以进行搜索该区域内的其他传承人与爱好者,通过这个技术自动精准地进行推送受众所需要的有效信息,更加提高了受众的参与性与互动性。

2.3 移动端(Mobile)下的布依族山歌对唱传播

移动端是布依族山歌传播的技术支撑,是信息接收与分享从固定向移动迁移,便捷的移动端扩展了传播的时间和空间,实

现由静到动的转变，形成了新的传播形态。

手机、Pad 的普及也为布依族山歌文化的传播提供了一个走出去的钥匙，用户通过手机随时进行搜索或传播自己所感兴趣的话题，也可以随时看到别人所分享的信息，无论在哪里都可以与人进行交流互动，用各种移动端的语音功能、视频功能记录山歌对唱瞬间并及时分享到空间、朋友圈、微博、抖音，这不仅在空间上缩短了交流的距离，还让传播的即时性更强。

3 布依族山歌对唱的社会化媒体传播

“传播形态”是指传播在一定技术环境中的表现形式和情景，它是媒介系统的具象化。传播形态的核心要素包括传播技术、传播环境、媒体形态、受众、与情景。在布依族山歌对唱的传播中要具备这些因素，才能让社会化媒体在布依族山歌对唱传播中发挥更大的作用。

3.1 布依族山歌对唱建立社交化的传播技术

随着移动互联网的高速发展，互联网已成为社交、学习、工作及生活的新空间，利用发挥好社会化媒体的巨大传播价值和影响力对布依族山歌传播而言很重要。贵州互联网的高速发展推动了布依族山歌对唱在社会化媒体中的传播，在布依族聚集地区建立信息化的平台，减少布依族个人投资成本，推动布依族山歌对唱“走出去”。

3.2 布依族山歌对唱建立社交化的传播环境

(1) 布依族山歌是贵州非物质文化遗产，近年来，贵州高度重视文化建设，深入实施文化发展战略，加大投入，优化资源配置，强力推进全州民族文化传播传承，深度挖掘和整理少数民族传统文化的文化符号和文化载体，加强非物质文化遗产的研究、抢救和保护。

(2) 随着互联网的发展，中国网民规模不断增长，社会化媒体对人们生活方式影响越来越深，基于信息获取和社交需求的个性化应用越来越多元化，在此大背景下，布依族山歌的社交属性让社会化媒体成为传播桥梁，对布依族山歌的传播具有承载和依托之效。另外，社会化媒体使布依族山歌对唱成为一个产品与受众进行链接，用户可以据此了解布依族山歌对唱及布依族相关文化，感受布依族山歌与少数民族文化魅力。

3.3 布依族山歌对唱社会化媒体形态

媒体形态即媒介的生存状态、媒介的传播方式方法及由此展示的媒介功能。在布依族山歌对唱传播中，社会化媒体在传播状态、传播渠道、传播方式上让布依族山歌对唱的传播更加多元化。

(1) 布依族山歌对唱在社会化媒体的多元呈现。

① 传播内容多元化，布依族山歌对唱通过社会化媒体把更多元的内容、更开放的意识、更新鲜的理念和更宏大的规模传播出去，提炼布依族山歌对唱的精髓，变单一为多元，不再拘泥于布依族山歌的传播，而是将布依族地区的“山歌节”“挑花刺绣”“竹竿舞”等布依族文化在一定程度上形成品牌效应进行传播，以达到更好的传播效果。② 传播主题多元化，布依族山歌与一些生活应用场景结合，如布依族山歌节、布依族的服饰、舞蹈、食物等，在 2016 年贵州河北双卫视联办的春晚中，歌唱家龚琳娜在节目中演唱了一首布依族民歌《咕噜山歌》，还在现场为观众介绍布依族民歌的唱法与山歌的特色，甚至还说到了布依族特色民族服装和美食等，不仅扩大了传播范围，也让传播主题更加多元化，促进布依族山歌的跨地域传播，让更多对布依族山歌感兴趣的受众在现场或线上进行文化探讨，打造多元化主题，为布依族山歌对唱的传播与发展提供巨大空间。

(2) 布依族山歌对唱传播渠道多样化。

①传播平台多样化，当下是一个“微传播”盛行的时代，微信、微博、抖音等不同平台的巧妙结合，让传播充满活力，还有一些情景化对唱形式向受众传播布依族文化及风俗，传播风格也紧跟潮流，在传播内容中穿插表情包、网络语言等，传播内容生动有趣，吸引受众眼光，布依族山歌作为民间音乐艺术，也有个人账号以音频的形式发布到网易云音乐、QQ 音乐等平台上，为布依族山歌对唱的传播添砖加瓦。②传播方式多样化，在这个社会化媒体为主导的时代，布依族山歌对唱的传播方式可以变得更加的多样化、多元化，改变了布依族山歌对唱传统的口头、文字、人际传播等传播方式，把布依族文化(布依族节庆节日、艺术形式、特色的山歌节)对外传播，布依族一年一度的“山歌节”“六月六”“四月八”等特色布依族节日中也会进行山歌的对唱，然后以长/短视频、静/动态图、长/短文本、音频等大众喜欢的方式在社会化媒体中进行传播，吸引受众感受布依族风情，使得参与者创造和分享的方式更为丰富。

3.4 布依族山歌对唱社会化媒传播受众维度

受众在信息传播中是最重要的一环，决定了社会化媒体的定位，同时受众对信息的需求也是社会化媒体的出发点和归宿点。

(1) 传播内容引起共鸣，关于布依族山歌的推送的内容能够引起受众的共鸣，让受众主动进行二次传播，加大了推送内容的曝光率与影响，扩大传播范围。

(2) 传播过程的多维互动，推送内容削减了和受众之间的不平等性，受众可以在推送内容下自由进行留言评论转发以及投稿，表达自己的意见，使传播更像是一个受众畅所欲言的聊天室，而不只是一种单向的传播活动。

在传播渠道上，用户除了可以自由地在该平台上进行互动分享，在这里，用户之间可相互点赞、评论、私信、转发，简单易操作，吸引兴趣，让受众主动参与到其中来，也让受众有亲切的在场感与认同感，除此之外，将布依族山歌文化(如布依族山歌节、布依族的服饰、舞蹈、食物等)与具体场景的应用相结合，让受众随时随地都能搜索到、享受到移动终端带来的便捷性，容易制造热点、提升热度，让传播范围更广。

3.5 布依族山歌对唱社会化媒体传播情景

传播情景主要指基于特定时空、行为及心理的传播环境氛围。社会化媒体的本质是基于情景的服务，由于受众“在场”需求转型的发展，社会化媒体通过情景与受众连接，受众通过在线交流互动明确兴趣喜好、所处位置以及所寻求的目标。社会化构建的情景分为虚拟情景和应用情景。总的来说，情景是一种吸引受众、解决受众痛点、为受众带来沉浸式体验的社交情境。

布依族山歌对唱在虚拟情景中利用 VR 技术与社会化媒体的结合进行传播，打造受众沉浸式体验，布依族《好花红》是一首经典的布依族山歌代表歌曲，也是贵州黔南惠水拥有悠久布依族文化遗产的一个民族示范小镇，2017 年该小镇利用 VR 技术让受众多视点多角度全方位欣赏该小镇景区，包括布依族山歌作品馆、千户布依族寨、音乐小镇、布依寨子广场、枕水布依寨等地，还结合社会化媒体进行传播与宣传，进入传播页面还能听到布依族山歌的演唱。从时间维度看，这种传播方式可以减少图文、视频等方式造成的对布依族文化传播的信息损失；从空间维度看，多种传播模式能让传播者和受众之间进行“感性对话”，融入其情绪之中，引起受众的共鸣，打造了受众对布依族山歌对唱的沉浸式体验，加强了布依族山歌对唱传播的感染力。

布依族山歌对唱在应用情景中利用社会化媒体的功能进行构建服务情景，吸引受众、解决受众痛点，在美团上有很多关于布依族的景点信息与用户评价，如“梦柳布依风情小镇、音寨布依村、千户布依寨、黄土坝布依族风情小镇”等，走进这些小镇还能听到当地人的山歌对唱，看到穿着布依族服装的当地人与游客在跳舞，到达的游客将景区的山歌对唱节目与舞蹈等通过图片视频的形式发布到自己的朋友圈、空间、抖音或者美团上的评价之中，新的用户可通过该平台上的评价得到景区相关信息、

通过美团提供的地址打车或者自驾到这些景点，社会化媒体也一样，如微信、抖音、微博构建的熟人社交情景，探探、SOUL 构建的陌生人社交情景等，这些情景不仅为场景中的受众提供良好的用户体验，还在无形中扩大了布依族山歌对唱的传播范围。

4 布依族山歌对唱的社会化媒体传播

社会化媒体是现代信息的产物，能够打破地域和时空的限制，基于 SoLoMo 的社交化、本地化、移动化的特点，把社会化媒体与布依族山歌文化相结合，满足用户的多元化需求，以受众为中心，总结布依族山歌文化的类型、社会功能及艺术特征，从受众的角度去分析布依族山歌文化的需要，主要考虑布依族山歌文化与人们生活的关联性，最终实现布依族山歌文化在社会化媒体中传播效能的最大化。

参考文献：

- [1]刘鑫. 黔西南布依族民歌收集整理研究[J]. 艺术评鉴, 2018, (11):27-29.
- [2]孔得兵. 媒介传播的发展历史及作用研究[J]. 今传媒, 2018, (10):59-60.
- [3]李定芳, 文晨. 湘西南“非遗+SoLoMo”智能移动平台建构初探[J]. 吉林艺术学院学报, 2019, (2):100-105.
- [4]王君超. 未来传播形态的三个重要维度[J]. 学术前沿, 2017, (23). 32-39.
- [5]谭天, 汪婷. 接入、场景、资本社交媒体三大构成[J]. 中国出版, 2018, (23):22-27.