

新媒体视角下侗族大歌跨文化传播探究

廖桥玲, 黄成湘

广西大学外国语学院, 广西 南宁

收稿日期: 2024年6月17日; 录用日期: 2024年7月24日; 发布日期: 2024年8月5日

摘要

作为中国南部少数民族音乐文化重要代表的侗族大歌,被誉为“世间最美天籁之音”。不同的时代传播途径不同,在当今全球化不断发展的背景下,如何充分利用新媒体,实现跨文化传播,避免侗族歌曲逐渐衰落的风险,是一个值得我们密切关注的问题。本文从新媒体传播的角度出发,探讨了侗族大歌的传播现状,发现侗族大歌的文化内核不明显、缺乏认同感、受众类型有限等问题。从传播途径和传播策略两个层面提出了建议:促进侗族大歌的传承和发展,为普及其他少数民族文化提供借鉴。

关键词

新媒体, 侗族大歌, 跨文化传播

Intercultural Communication of Dong Songs from the Perspective of New Media

Qiaoling Liao, Chengxiang Huang

School of Foreign Language, Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: Jun. 17th, 2024; accepted: Jul. 24th, 2024; published: Aug. 5th, 2024

Abstract

As an important representative of the music culture of ethnic minorities in southern China, the Dong songs are known as “the most beautiful music in the world”. Different communication channels are used in different times. Under the background of globalization, how to make full use of new media to achieve cross-cultural communication and avoid the risk of the gradual decline of Dong songs is an issue that deserves our close attention. From the perspective of new media communication, this paper discusses the communication status of Dong songs, and finds that the cultural core of Dong songs is not obvious, lack of sense of identity, and limited types of audiences. The paper puts forward suggestions on communication channels and strategies to promote the

inheritance and development of the Song of the Dong and to provide reference for the popularization of other ethnic minority cultures.

Keywords

New Media, Dong Songs, Intercultural Communication

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

侗族大歌主要分布在广西壮族自治区的三江侗族自治县以及贵州省黔东南地区的从江县、榕江县以及黎平县等侗族聚居地, 既是中国国家级非物质文化遗产之一, 也是世界非物质文化遗产之一。侗族人民把侗歌称为“嘎老”, 这是一种极具特色的侗族民歌演唱形式。在侗语中, “嘎老”被翻译为“大歌”, 指的是许多歌手演唱的古代歌曲。“嘎”指“歌”, “老”则指“历史底蕴深厚”。作为一首多声部的民歌, 它在多声部思维、多声部形式、合唱技巧和文化内涵等方面的水平举世罕见。因此, 它既是中国特色鲜明的民间音乐艺术之一, 也是世界民间音乐艺术领域中难得的璀璨之星。随着各国经济文化交流日益频繁, 科技发展推动新媒体不断创新, 侗族传统少数民族文化也面临着困难和挑战。在当今全球化不断发展的背景下, 侗族大歌应该如何充分利用新媒体, 实现跨文化传播, 是一个值得我们密切关注的问题。

国内学界对新媒体与侗族大歌传播的关系的研究主要集中在新媒体对侗族大歌传播的影响方面。魏晓(2014)强调, 微视频、微电影等新媒体具有制作成本低、传播速度快、力度大、影响范围广等优势, 可以有效地宣传和传播侗族大歌。^[1]吴昊(2021)认为新媒体突破了传统媒介以主要叙事方式的单模态媒介的局限性, 对传播侗族大歌起到了积极的作用。^[2]杨澜(2021)也提到新媒体具有跨越时空性、实时性、方便性以及互动性, 能拉近传播者与受众之间的距离, 让读者更加深入地体会侗族大歌的魅力。^[3]

新媒体是一种媒体形态, 它在新技术的支持下崛起, 包括数码广播、移动电视、互联网、数字电影、触控媒体等。侗族大歌有着悠久的历史和丰富的内涵, 并且其艺术形式丰富多样, 因此具有运用新媒体传播与发展的可能性。鉴于此, 本文探讨新媒体视角下侗族大歌的现状与问题, 并提出侗族大歌跨文化发展的策略与阐明其传播路径。

2. 新媒体背景下侗族大歌的传播现状及问题研究

(一) 传播现状

在新媒体蓬勃发展的时代背景下, 过去单一的信息传播手段走向多元化。在以传统媒体为主体的时代, 政府及其传统媒体能够提供给侗族大歌的资源非常有限。《人民日报》作为传统媒体的代表性报纸, 在涉及侗族大歌的报道方面, 从 1946 年到 2023 年的汇总数据显示, 相关报道数量并不多。然而, 在新媒体时代, 侗族大歌可以利用的新媒体资源越来越丰富, 传统媒体资源有限的问题得到了改善。

1、电影传播

《侗族大歌》是一部由 24 首侗族歌曲串联而成并由侗族导演欧丑丑亲自指导的电影。它讲述了阿莲和千树因为歌声相遇并产生了感情, 但是富家公子那福对阿莲也产生了深深的爱意, 并从千树手中横刀

夺爱。得知阿莲被迫结婚后,千树与阿莲约好私奔,但因为一场大火千树意外死亡,村子也被大火烧毁,阿莲被刺激得精神错乱。那福此时找到精神恍惚的阿莲,并默默守护在阿莲身边,但阿莲对此生挚爱的千树却始终难以忘怀。三个人因为一段感情备受煎熬,而那福用逾六十载的相伴与相守,向世人诠释看似平凡却刻骨铭心的爱。在第49届美国休斯敦国际电影节中,《侗族大歌》取得了巨大的成功,受到了广泛的赞誉,引起了国内的高度关注。在百度搜索引擎上,输入关键词“欧丑丑侗族大歌”,共有180条网页信息报道了欧丑丑在电影节上的获奖情况,并详细介绍了电影的内容和背景等相关信息。中国新闻网、中国侨网、腾讯网、多彩贵州网、中国民族宗教网、网易娱乐等众多媒体纷纷报道,极大提高了侗族大歌的知名度,促进了其在不同文化间的传播。^[4]

2、网站传播

与侗族大歌相关的网站数量较多,笔者从中筛选出三个主要网站。

民族文化云平台数据库隶属于黔东南州民宗委,是一个原汁原味的黔东南网站,为用户提供了多个板块供其浏览和查询。网站主要分为“旅游”、“活动”、“文化”、“文献”、“论坛”等五个板块,其中在“文化”与“文献”板块,侗族大歌相关资料十分丰富。总体来说,这个网站的内容十分全面,能够很好地帮助受众了解侗族大歌与其文化背景,可以说是一家良好的综合性网站。

贵州省黔东南歌舞团官方网站在首页以精美的图片和生动的视频的形式展示了黔东南歌舞团丰富多彩的音乐和表演。黔东南歌舞团是一家专业国有艺术团,并致力于传承与发展少数民族音乐。通过建立官网推广,不仅可以让用户直接方便的了解侗族音乐,进一步增加线下受众数量,并扩大侗族歌曲的传播与影响范围。

“侗族”网是一个由个人运营的网站,主要以介绍侗族文化为内容,成立于2004年。网页上除了介绍“侗族三宝”“侗族人文”“侗族旅游等三个板块外,还有一个专门提供侗族资讯和讨论的论坛板块。在“专题”中详细介绍了“大戊梁歌会”,通过不同的表演形式展示了侗族大歌之美与侗族人民的智慧和才艺。侗族资讯论坛为网友提供了一个平台,让他们可以讨论侗族传承与发展的话题。

3、短视频App传播

微信视频号在宣传侗族大歌过程中扮演了不可或缺的角色。“微信视频号‘侗族文化研究部’近两年发布了近200条相关侗族民歌的短视频、直播等内容。自2019年视频号创设建立以来,已有10万微信用户关注这些视频,观看视频的人数达到了百万。”“黎平县侗歌艺术团”是一个草根艺术团体,他们从事侗族各种歌舞的录制、演出排练。该团队曾多次参加侗族音乐规模较大的展览,在抖音平台发布的作品获得了众多网友的好评和关注。随着时间的推移新媒体时代的到来,侗族大歌焕发出新的生机和活力,新媒体以其全方位、直观、便捷、多样的特点,使侗族大歌在全世界面前熠熠生辉。

4、音乐App

在人数众多的音乐平台中,QQ音乐和网易云音乐中侗族民族音乐的资源十分丰富。QQ音乐收录了黔东南侗族民歌的专辑《感受贵州侗族大歌的气势磅礴》、黔东南侗族不同区域的琵琶歌专辑《侗族民歌——与众不同的侗族琵琶》以及广西和贵州地区侗族民歌的专辑《侗族大歌——来自民歌之乡的非物质文化遗产》等。此外,网易云音乐还推出了一系列与黔东南侗族大歌密切相关的音乐专辑,如《原汁原味的侗族大歌》和包含106首纯正侗族歌曲的《天籁之声——侗族精选》。这些专辑中的歌曲生动展现了侗族大歌的迷人风采。除了上述专辑之外,还有许多当地侗族歌手发行的个人音乐专辑,这里面大部分歌曲具有浓厚的民族风情,但对于整合、分类碎片化音乐资源,仍有待进一步强化。^[5]

(二) 问题

1、电影故事设计文化内核不突出,细节较为粗糙

以侗族歌谣为主线串联剧情的电影《侗族大歌》在侗族大歌对外传播的过程当中,做出了很大的贡

献。但影片在思维和表达上的拍摄方法存在不足, 并且存在过度加工与创作的问题。这些加工和创作, 使得侗族大歌的表现形式趋于标准化, 逐渐失去原创性, 没有体现出侗族大歌背后的深层文化内涵。且电影中细节不突出, 那福对于阿莲的喜欢铺垫不足, 情节转换不够连贯, 先是订亲然后是火灾最后又被盗, 情节之间变换突然, 没有自然的美感。电影内核实为三人之间的爱情, 侗族大歌只是铺在侗族题材的一件外衣, 并没有真正突出侗族大歌这个文化内核, 立意稍显不足。

2、网站基础建设不足, 信息无序

目前, 虽然有很多政府机构设立的网站, 如“原生态黔东南”网, 但大多以社会新闻为主, 对侗族音乐涉猎较少。目前还没有专门对于侗族音乐网络传播的官方、专业的宣传网站, 从而致使侗族音乐在网络上的传播有限, 访问量相对较低。另外, 在一些公司或个人创设建立的网站上, 也会予以有所关联的音乐资料, 但这些资料的内容不够详细, 分类也不够清晰。而且, 鉴于人力和财力的限制, 这些网站大多数情况无法实时更新和维护, 因此吸引和留住读者的能力非常有限。例如“侗族”这样的网站。此外, 已经创建的网站没有形成各自独特的特点, 内容大部分雷同且缺乏深度, 低质量的重复信息使得这些网站难以在信息潮流中脱颖而出, 更不用说扩大自身规模和传播民族音乐了。最终, 人们对音乐的重视程度与其曝光率息息相关, 长期缺乏有效信息可能导致公众对侗族音乐的关注逐渐减少, 最终导致其从人们的视野中消失并被遗忘。

3、侗族大歌文化认同感缺失, 创新不足

在传播和发展少数民族音乐方面也存在一些问题。首先, 这种音乐的传承往往由族群内部的传承人完成, 他们通过亲自传授给下一代子女来保留这一音乐传统。这种传承方式十分保守和封闭, 限制了音乐的传播范围, 导致大多数人对少数民族音乐的了解十分有限。其次, 少数民族音乐的语言特点也带来了挑战。以侗族为例, 他们并没有文字记载, 自古以来, 他们通过口头传播来传承历史和表达情感。这种传播方式会导致信息在传播过程中被扭曲, 不可靠; 人们的口头传播受到语言和时间的限制, 导致对其他民族音乐的了解不足。此外, 当今的音乐类型众多, 观众的选择范围更广泛。此外, 如今的音乐类型丰富多元, 进一步扩大了大众的选择范围。随着互联网、无线网络和智能手机的普及, 人们可以随时随地接触到各种创新的音乐元素。新一代更倾向于选择时尚且独特的音乐, 如果我们持续缺乏对传统民族音乐的了解, 最终可能会导致其宝贵资源的耗尽和传统音乐传承的中断。

4、侗族大歌传播受众类型窄

少数民族音乐本就受众群体特殊。如果没有听众, 音乐文化逐渐就会走向衰微和消失。侗族大歌之所以能够保存至今天, 主要是因为本民族受众的存在。而不同于现代音乐, 侗族大歌乐曲本身就不可能有数量众多的受众, 这是源于其民族性的特点, 对于其他民族的文化, 正常人们通常的心理都是听听看看, 或者根本不感兴趣。在这样的情景下, 怎样保持住自己原有的风格, 又能去发掘更多的音乐受众, 让侗族大歌更好地传承, 就成了必须要解决的问题。

3. 新媒体背景下侗族大歌的传播策略与发展路径探究

新媒体时代为侗族大歌的传播提供了丰富的可能性和机遇, 以下是关于侗族大歌如何传播的具体传播策略与发展路径。

(一) 传播策略

1、打破侗族大歌文化传播壁垒, 增强民族文化认同感

为了经济利益和吸引公众的眼球, 部分非物质文化遗产的传播变得肤浅化和娱乐化, 重形式轻意义, 重过程轻文化, 文化内涵被稀释和淡化, 导致非物质文化遗产在传播过程中被曲解, 因此, 在传播侗族大歌的过程中, 要充分利用新媒体时代的信息技术, 深入挖掘其审美观念、创作思路、作曲原则和工艺

技巧,理性地探寻侗族大歌中的民族文化情节、独特优美的音乐风格、浓缩的历史与现实的主题意义,让观众不仅能在以新媒体形式展示的侗族大歌中感受到精神文化的传承,也能感受到以新媒体为媒介的侗族大歌的精神文化传承,从而沉淀为对非物质文化遗产背后民族文化品格的认同。毕竟,只有深刻理解非物质文化遗产的价值,充分利用各种时代媒体的功能,加强民族认同感,侗族大歌才能打破文化传播壁垒,真正走出去。

2、既重制作又重传播,打造侗族大歌特色,扩大影响力

数字技术的应用使得动画创作具备了可编程性、立体性和便捷性等特征,在新媒体语境下,在侗族歌曲视频的传播内容中,这种方法能够充分地渗透有趣而充满信息的民间传说和轶事,激发公众的兴趣。同时,它还能够将真实的文化生活和有趣的故事与传承人和受众群体相结合,从而进一步提高侗族歌曲视频的传播质量。这种方法还能够增加沟通的真实性和活泼性,实现传统与现代的有机融合。以满足受众喜好和社会需求为基础,我们在选择影像传播方式时,注重创新。例如,我们可以在非物质文化遗产发源地等真实文化场景中进行拍摄。同时,我们可以利用现代技术手段,采用动画形式展现非物质文化遗产的真实面貌。

非物质文化遗产品牌之所以经久不衰,根本原因在于非物质文化传承品牌的不断丰富和拓展,而只有这样才能让非遗得到健康的发展与传承。

网络媒介的进步将持续推动新的传播方式的出现,因此在侗族大歌的网络传播中,应注重考虑网络媒介的新形式。在考虑可行性的前提下,我们要积极促进侗族大歌与新传播形式的融合。例如,可以建立线下剧场舞台,并利用互联网新媒体平台进行宣传和营销,这样更多的人可以走进实际舞台,体验侗族大歌这一传统音乐的魅力以及其丰富的非物质文化遗产。^[6]

3、打破传统受众定位,扩宽市场,创新网络传播途径

在社会不断发展、多元文化交流与冲突日益频繁的背景下,流行音乐之所以能够持久繁荣的原因在于它迎合了广大市场和听众的口味,并且满足了不同群体、不同文化背景的听众对音乐的追求。当音乐作品最初创作时,若将自己仅限于小规模受众群体,势必将失去许多听众。要想少数民族音乐蓬勃发展,就需从在创新音乐形式的前提下保持传统元素的角度出发,关注更广泛的听众需求,拓宽受众人群,并且在未来的音乐发展中,我们要利用更丰富的传播途径并改革传统的传播模式,从而推动侗族大歌的发展。

(二) 传播路径

1. 多元传播者合力打造侗族大歌特色

(1) 与时俱进,创新传播内容,以新时代视角诠释侗族大歌文化。要增加侗族大歌文化的传播感染力和信服力,可以更多采用软性传播方式,将观点巧妙地融入材料中,而不是直接灌输结论。要以新时代视角诠释侗族大歌的传播内容,以新时期的鲜活真人真事来传播侗族大歌文化,增强其文化传播的感染力、信服力。

(2) 注重网络与现实的结合。在互联网时代,关注内容和形式同等的重要性,需要紧跟网络发展的步伐,利用最新的信息传媒技术。网民对多样化信息呈现的需求已经超越了传统的单一符号媒介的能力所能满足。因此,在推广侗族大歌文化的过程中,需要充分考虑网民的接受习惯,并灵活运用文字、图片、声音、视频等多种符号媒介,以满足不同人群的需求,而不仅仅局限于文字和图片的传播方式。

2. 利用新媒体形态创新网络传播途径

为了充分利用互联网上多样的传播方式,我们应该尽可能地利用各种已有的网络传播形式,以满足不同网民的需求,并扩展信息传播的覆盖范围。

(1) 要实现侗族歌曲的网络传播方式创新,首要任务是加强与传统媒体的合作。依据侗族歌曲网络传

播的现状, 可以明显看出, 哈族歌曲网站在独立发展方面面临多种困境, 例如政府支持力度不足以及传播自身存在的诸多难题。为了实现长远发展, 哈族大歌文化在网络传播方面需要与传统媒体紧密合作, 以增强传播渠道和效果。可以充分发挥传统媒体的优势, 加强合作, 以达到最大化的信息共享, 从而改变目前被动的局面。

(2) 尝试引入网络课堂, 网络课堂之所以有优势, 是因为通过真人讲解能够更有效地传播知识。在过去, 哈族大歌的传播主要依赖于口耳相传、书籍介绍以及学术研究, 然而在互联网时代, 只需点击鼠标, 通过搜索引擎观看网络课堂视频便可欣赏到这种传统音乐。所以, 我们可以尝试通过网络课堂的形式, 利用远程教育的方式来教授哈族大歌, 或者定期聘请歌师或专业艺术家来传授经典曲目。

3. 借助社会化媒体激发活力

在《社交媒体是什么》一书中, Mayfield 提到了社交媒体的概念。社交媒体是一种全新的网络媒体形式, 为用户提供了广泛的参与机会。^[7]维基百科、新浪微博、个人博客、在线论坛、社交网络和内容社区等都是各种形式的在线信息分享平台。随着个人博客和微博的广泛普及, 互联网出现了各种类型的个人博客和微博, 其中学术博客和教育博客互相聚集, 形成了一种凝聚力。社交媒体的巨大传播力和影响力在非物质文化遗产的传承和传播中扮演着至关重要的角色。

目前, 在推广哈族大歌文化方面, 主要使用的是传统的子网站和论坛等网络平台, 而对于微博、微信等新兴网络形式的尝试并不够充分。虽然这些新媒体形式并不太适合直接传播哈族大歌文化, 但它们可以被用作一种辅助工具。比如, 通过利用 QQ 群、微博和微信等社交媒体平台, 加强传播者与网民之间的互动, 同时结合各种相关的网站和论坛, 开展各类线上活动, 从而增强文化影响力。随着时间的推移, 网络媒介的进步将不断创造出全新的传播方式, 因此在推广哈族大歌文化的网络传播过程中, 我们需要密切关注网络媒介的最新形式, 并在确保可行性的前提下, 积极推动哈族大歌与这些新形式的融合。让哈族大歌更好地传播和发展, 让哈族大歌在与世界其他文化的交融中, 对其他文化产生巨大的影响, 让世界民族之林绽放中华民族文化绚丽之花。

4. 结语

本文通过对新媒体平台如何促进哈族大歌传播以及其在文化交流中的作用进行分析, 发现新媒体为哈族大歌的传承与发展提供了新的契机和可能性。依托于新媒体, 哈族大歌得以跨越地域和语言的限制, 与全球观众进行交流和分享, 从而实现跨文化传播的目标。同时, 我们也发现了一些挑战和问题。在新媒体时代, 信息传播的速度和广度都在不断增加, 但是如何在这个海量信息中突显哈族大歌的特色和价值成为了一个挑战。此外, 新媒体传播也可能带来文化包容性的问题, 如何在保持哈族大歌纯正性的同时, 适应新媒体环境并吸引更多的观众也是需要思考的问题。因此, 我们呼吁在新媒体时代, 不仅要重视哈族大歌等传统文化的传承与保护, 更要积极探索新媒体与传统文化的融合与创新, 寻找到一条既能传承传统、又能适应时代需求的发展之路。只有这样, 哈族大歌才能在新的历史时期焕发出新的生机与活力, 并为其他少数民族文化的传播提供借鉴。

基金项目

本论文为国家级大学生创新创业训练项目“新媒体视角下哈族大歌传播和发展路径研究(202210593108)”的阶段性成果。

参考文献

- [1] 魏晓. “哈族大歌”音乐文化传播的现状及其对策[J]. 北方音乐, 2014(17): 19-20.

- [2] 吴昊. 广西侗族大歌文化“微传播”路径研究[J]. 艺术大观, 2021(8): 7-8.
- [3] 杨澜. 媒介景观视域下侗族大歌传播优化策略研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州民族大学, 2021.
- [4] 李远兰, 陈峻俊. 侗苗族题材电影的文化传播特色研究——以欧丑丑导演《侗族大歌》等3部电影为例[J]. 新闻论坛, 2016(3): 81-83.
- [5] 袁玥, 蒋丹妮. 新媒体视角下的贵州省黔东南地区少数民族音乐传播探析——以侗族、苗族为例[J]. 音乐探索, 2021(3): 93-103.
- [6] 王涵野, 陈立敏. 新时期侗族大歌的失承风险与数字化保护方略[J]. 戏剧之家, 2020(28): 58-59.
- [7] Mayfield, A. (2013) What Is Social Media?
<http://www.antonymayfield.com/2008/03/22/what-is-social-media-ebook-onmashable/>