

民间艺术传播措施

□文/李雨江

民族民间艺术是不同民族在适应、改造自然环境中形成的特有文化现象,带有强烈的地域特征,以工艺品制作、绘画、舞蹈、戏曲、民俗、歌曲等形式表现,其创作大多是自发与业余的,在技艺方面是拙朴和天真的,在功能方面自娱与实用并存,能反映民族心理特质,体现民族血脉的传承。在国家推动文化大发展的今天,各省市和地区越来越重视挖掘本土民族民间资源,加以传播,借此凸显地方特色。各地政府或单位、企业或个人都积极利用大众媒介、展演等各种传播平台努力打造文化品牌或产品,京剧复兴、赵本山的“本山传媒公司”、天津郭德纲的小品等,都是极具特点的成功传播案例。因此,如何结合地方的优势,采取合适的策略有效传播当地的民族民间艺术,发挥其应有的社会价值与经济价值已成为当前的重要课题。

一、广西民族民间艺术的主要特色

广西是一个多民族聚居的边疆省区,有丰富的地上地下文物,多姿多彩的传统文化,以及奇特瑰丽的“喀斯特”地貌,这些,构成了独特的广西民族文化生态。广西地处岭南西部,自古为“百越之地”,属西瓯骆越故地。越文化、滇文化、楚文化、中原汉文化、客家文化、壮族骆越文化均在此交汇,造就了五彩斑斓的广西民族文化,并由此衍生出独具特色的广西民族民间艺术,特点包括:

1. 地域民族性突出广西是多民族的省份,是以壮族为主体的各民族大杂居、小聚居、地域分布广、交错杂居的分布状况。广西不同民族、不同支系、不同地域,有其不同的文化形式和文化内容。例如民居建筑,有汉族庭院式的民居、园林式的山庄、南洋风格的骑楼,有客家围屋,有少数民族的干栏式建筑,等等。

2. 具备地区国际化特点广西广西壮族自治区地处祖国南疆,是西南地区最便捷的出海通道,也是中国西部资源型经济与东南开放型经济的结合部,在中国与东南亚的经济交往中占有重要地位。广西周边与广东、湖南、贵州、云南等省接壤。在文化上,广西与越南、泰国、柬埔寨等国家有较长期的民间交往历史,民间习惯、艺术形式上有许多相通之处。

3. 多种民族亚文化并存,既有相对独立性,同时极具兼容性从地域特点来看,以柳州为界,桂北饮食以咸辣为主,其重要民间艺术戏曲——桂剧、彩调剧,与徽剧、汉剧、湘剧、祁剧有密切的历史血缘关系,带有明显的楚文化特点;桂南以粤文化为主要特征,融合了疍家文化、越文化的元素,民间以粤语为主要语言,流行于广西壮族自治区防城各族自治县和宁明等地的天琴表演同时带有壮族文化的特色,粤剧、师公戏、丝弦戏、采茶戏同时并存;桂西以古老壮族的密洛陀文化为主流,是黑衣壮、蓝衣壮等古老壮族聚居区,“蚂拐舞”、红水河沿线的铜鼓文化、壮锦、旧州的绣球等都体现出骆越文化的特点;桂东地区以客家文化和粤文化为主线,舞狮、“舞炮龙”等是粤文化和客家文化遗存的体现。

4. 民族民间艺术保存较完整广西自古远离中原的朝代更迭、战乱纷争,又属经济欠发达地区,加之许多民族的聚居地又相对偏僻,因此许多传统文化得以系统、完整地保留下来。像侗族的民居建筑、瑶族的服饰,还有许多民族的节日、歌谣、技艺等等,都比较完整地流传下来。

二、广西民族民间艺术的传播现状

1. 民族民间艺术资源已开始发掘,但分散零乱,缺乏整体形象打造然而,就目前的情况来看,由于广西是以壮族为主体的各民族大杂居、小聚居、地域分布广、交错杂居的分布状况,致使当地的民族民间艺术资源分散,桂北的桂剧、

桂南的天琴、“碧海丝路”舞剧,桂西的“蚂拐舞”,桂东的舞炮龙、彩架等,虽由当地县市通过节庆活动、外出展演等方式大力打造、宣传,仍不免是“各个山头在唱歌,声大难和”。

2. 在一些项目上,民间资本参与民族民间艺术产业化运营与传播取得了突破,但未全面铺开作为民间资本参与民族民间艺术产业化运营成功的典型“印象刘三姐”大型实景演出是将广西桂林风景、现代声光影技术、民间传说和民间山歌艺术形式有机结合的产业化运营项目,它不仅探索了一条新的文化产业运作模式,更重要的是它为当地的民族民间艺术形式如何和现代主流审美思想相结合提供了一个很好的范例,到2008年底,《印象刘三姐》演出近2000场,观众约300万人次,票房收入约6亿元。

3. “文化搭台,经济唱戏”的文化传播模式对广西民族民间艺术的传播局限性明显“文化搭台,经济唱戏”模式是国内诸多省份推动民族民间艺术发展的主要原动力,实质是通过构建独特的文化平台,提高知名度、美誉度,吸引投资商,拉动经济增长。广西长期实施了舞台艺术精品战略,一些民族民间艺术得到了传承与发展。

三、结合地方实际,运用新策略大力推动广西民族民间艺术传播

文化消费是民族民间艺术得以生存的原生土壤,传统的艺术形式要取得进一步的发展就必须有牢固的本地域或更广阔的文化市场空间,要和主流的文化消费理念相适应。

1. 整合民族民间艺术资源,适应北部湾发展战略

在对广西民族民间艺术的传播项目中,应采用以壮族“民歌”、“壮锦”和“铜鼓”等民间艺术形式为主体,广泛融合区内各种艺术元素进行整合传播的方式。这主要基于:1. 单一的民族民间艺术形式的推广传播容易淹没;2. 形式特点各异、资源分散的民族民间艺术创作不利于现代文化产业大生产、大制作、大传播的特点

2. 以项目运作为核心抢占制高点,推动文化品牌向周边地区传播

近年来,广西、云南、贵州等边疆少数民族地区,都在依托民族文化资源,通过旅游、演艺、会展,形成某一诉求的品牌效应,带动周边产业发展。相比东部强大的社会经济基础和群众文化消费能力,西部地区经济水平相对落后,缺乏多种产业并存的土壤,加上群众的文化消费能力低,发展文化产业“先天不足”。

3. 区分受众偏好,采取对应的传播手段

要让民族民间艺术更好的对内对外传播,就要注意区分不同受众的文化消费偏好。民族民间艺术作为传播民族文化心理的符号载体,最初以本族受众作为对象时所承担的信息传播功能是完整的:仪式化的社会协调功能,娱乐功能,环境监测功能,经济功能。

4. 改变传播理念,将节庆的附属功能转变为产业功能

节庆、展演活动是民族民间艺术重要的展示推广平台,由于大多数活动是在政府主导下的“地区名片”、“文化形象”工程,因而不可避免的带有地方经济的广告附属功能的意味,在传播策略上也必然出现传播主体与传播内容的错位,并不能切实的为民族民间艺术提供自生的土壤。在市场经济为主要经济形态的今天,民族民间艺术要实现自我传承、发展,就必须以市场为导向,将服务经济建设的附属功能转变为产业功能,找到文化市场空间,适应新的受众需求,才能为广西的民族民间艺术形式更广泛的传播打下坚实的基础。

李雨江:嫩江县双山镇文化站