

陕北民间音乐的旅游开发意义探索

高晶

榆林学院 陕西榆林 719000

【摘要】 随着经济的发展,人们生活水平的提高,我们对音乐的需求也越来越大。作为文化旅游的重要组成部分之一,音乐特别是民间音乐的重要性是不言而喻的,受地理条件和文化多元等诸多因素的影响,陕北民歌有其自身独有的特点,例如题材开放性,它是陕北人民精神和文化的寄托。现如今,热爱陕北民歌的人越来越少,陕北民间音乐出现了传承问题,在这一时代背景下,笔者认为有必要实现陕北民间音乐的旅游开发,传承陕北民间音乐。本文以陕北民间音乐的特点为切入点,系统地阐述了陕北民间音乐旅游开发路径,旨在实现陕北民间音乐的传承,为广大听众带去一场视听盛宴,并进一步丰富广大民众的精神生活。

【关键词】 陕北民歌;特点;传承;发展创新

一、陕北民间音乐的概念和特点

陕北民歌是陕北人民数千年积淀下来的艺术,集中体现了陕北人民的日常生产生活,展现了勤劳朴实的陕北人民,在艰苦的自然条件下对抗恶劣自然环境的决心,表达了陕北人民对美好生活的向往。可以说对于陕北人民来说,陕北民歌是其艰苦生活年代的一种精神寄托。陕北民间音乐历史悠久,是中国文化的瑰宝,是民族声乐艺术大家庭中最为璀璨和耀眼的明星,它具有语言独特、内容丰富等诸多特点,引起了广大人民群众的高度喜爱。

1. 陕北民间音乐内容较为丰富,曲调呈多元化的方向发展

受诸多因素的影响,陕北民间音乐在曲调唱法上具有过渡性和多元性的特点。众所周知,陕北地处中原与边疆的过渡地带,是汉族与湖人和农业与畜牧业的过渡地带,独特的地理位置决定了陕北地区在语言和文化以及艺术表现形式的独特性。受地理因素的影响,陕北民歌同时受着山西戏曲和民歌,以及甘肃花儿以及内蒙民歌的影响,具有多元性和过渡性的特点,可以说陕北民歌是优秀民间艺术碰撞产生的结晶。深入的研究陕北民歌,我们不难发现它既有阴柔尖锐之美,又有深沉冗长之美。一直以来陕北民歌的歌词内容特别通俗易懂,与大自然存在密切的联系,并伴有祈福消灾和反抗斗争等强烈的感情色彩。

2. 题材丰富,包括陕北人民生活的诸多方面

与流行音乐不同,陕北民歌大多取自于陕北人民的最为真实的生活和内心情感,可以说陕北人民的精神状态大多通过民歌来表现出来,这一现状决定了陕北民歌歌词内容具有广泛性的特点,即可以涵盖好事也可以涵盖坏事,能够涵盖喜事也能够表达丧事。不仅如此,根据所处环境的不同演唱者还可以随时随地的进行修改和添加,具有灵活多变的特点。

3. 曲目开放,充分体现了黄土高原辽阔的景观

具有开放式的特点,演唱随性是陕北民歌的主要特点之一。演唱者在演唱陕北民歌时,以嗓音为基础,可以任意歌唱,是世界上最为开放的民歌之一。陕北民歌的歌词内容不受时间地点的限制,歌唱形式也可以随时随地的发生变化。通常情况下,陕北民歌的演唱者以真声来进行演唱,这种演唱方式可以将演唱者的技巧和创造力充分的表现出来,由此可见,陕北民歌是一种完全来自于民间的民歌,充分体现了黄土高原辽阔的景观。

二、陕北民间音乐与旅游产业融合的意义及价值

在民间音乐市场萎缩和观众逐步减少的背景下,陕北民间音乐

的传承与发展也面临着极大的挑战,为了解决这些问题,实现陕北民间音乐的传承与发展,有必要实现陕北民间音乐的产业化发展之路。众所周知,现阶段产业化融合已经成为了新时期的发展趋势,对于陕北民间音乐人来说,陕北民间音乐自身的产业化发展,这是其中一个方面,如何借助更加成熟更加完善的产业平台实现民间音乐的传承和影响范围的扩大化,是陕北民间音乐必须要考虑的问题。现如今旅游产业已经成为了最能带动经济发展的支柱产业之一,因此陕北民间音乐人应当抓住好这一机遇,以旅游产业作为音乐保护和传承的平台。从产业优势和产业成熟角度来说,旅游产业平台的建立,为陕北民间音乐搭建了更为广阔的平台,使民间音乐能够充分借助旅游产品,实现自身发展。正因如此,有必要实现旅游产业与陕北民间音乐的有机结合,一方面为民间音乐的健康可持续发展创造条件,使广大民众在参与旅游的过程中,了解陕北民间音乐,认识音乐,进而宣传音乐,传承音乐,另一方面为陕北旅游业增加文化底蕴,使游客在观赏美丽风景的同时感受到陕北地区博大精深的音乐文化,用民间音乐实现文化色彩的传递,让旅游者感受到陕北地区的风土人情,可见民间音乐与旅游产业的有机结合是互惠互利和互帮互助的结果。下面笔者就陕北民间音乐与旅游产业有机结合的价值进行全面的总结,具体包括以下几个方面:

1. 整合产业资源优势,实现产业发展途径的创新

在经济高速发展的今天,合作共赢已经是产业发展的必然趋势,只有与其他产业互相创造价值,才能够实现共赢。从陕北民间音乐和旅游产业角度来说,二者都处在转型的关键时期。在这一时代背景下,陕北民间音乐如果能够充分利用旅游产业中的资源,并实现旅游产业人文气息的进一步提升,以文化带动经济发展,实现音乐产业文化的创新具有非常重要的意义。

2. 实现民间音乐的传承与发展

实现陕北民间音乐与旅游产业的有机结合,一方面可以带动陕北民间音乐的创作发展,另一方面也可以号召更多的文化工作者参与到民间音乐作品的创作中来,进而激发灵感,实现民间音乐的传承。

3. 不断丰富产业融合的理论体系

在科学产业不断发展的今天,产业融合实践必须在理论的强力支撑下完成,实现陕北民间音乐与文化之间的产业融合。与此同时,陕北民间音乐与文化产业的融合发展也在一定程度上实现了产业融合理论体系的进一步丰富,并反作用于民间音乐与旅游产业融合。除此之外,理论的丰富也能够给其他产业融合带来启示,指导他们实现更好的发展。

三、陕北民间音乐与旅游产业融合的路径

随着社会的发展,人们生活水平的提高,我们逐步进入到了新媒体时代。在这一时代背景下,多元文化浪潮不断地冲击着我国的传统文化,甚至改变了民间音乐的生存格局,陕北民间音乐的传承和发展进入到了瓶颈期。为了实现陕北民间音乐与旅游产业的有效融合,推进陕北民间音乐的可持续发展,笔者认为应当做到以下几点:

1. 积极开发旅游产品,确保陕北民间音乐的丰富性

在陕北民间音乐与旅游产业融合的今天旅游产品的开发至关重要,只有优秀的旅游产品才能够吸引国内外游客的注意实现陕北民间音乐的传承与发展,国内学者应当在深入了解陕北民间音乐的基础上,对民间音乐的开发提出一些宝贵的意见,与此同时,陕北地区的相关部门也应当采取切实可行的对策。笔者通过调查研究认为积极开发旅游产品应当做到以下几点:首先要对陕北民歌与旅游产业的融合给予高度的重视,众所周知,陕北地区的旅游产业发展与民间音乐开发能够有机结合在一起,既有利于旅游业的发展,也能够实现民间音乐的传承,但深入的研究二者融合的情况不难发现,开发程度仍然较低,因此应当对这一活动给予高度的重视,将陕北民间音乐资源充分的挖掘出来。其次应当以需求为导向,创新旅游产品。音乐与旅游产品的结合,可以根据市场需求的不同来完成,例如在每一个旅游区域内开发出几款不同的音乐演出,为不同兴趣的爱好者提供服务,是旅游爱好者的体验更加丰富,除此之外,还应当保证音乐产品能够得到及时的更换创新。最后制定科学合理的市场营销策略,根据市场的变化来实现旅游产品的更新,以此来提高陕北地区旅游行业的竞争力,为民间音乐的传承提供保障。值得注意的是,在实现旅游产品的开发时,工作人员应当从民族音乐特点出发,在深入了解陕北地区旅游资源情况的基础上,来制定相应的有针对性的产品,不能一味的采取一种固定的方式来开展旅游产品的更新。

2. 积极创新,提高陕北民间音乐的吸引力

陕北民间音乐的创新与传承并不是孤立存在的,他们是相互作

用、相辅相成、不可分割的。在实现民间音乐的创新过程中,工作人员应当做到一方面满足陕北地区旅游行业的发展需求,另一方面还应当将民族音乐的本质体现出来,实现二者的共同发展,在传统发展模式下,陕北民间音乐难以实现发展的可持续性,因此,必须对陕北民间音乐进行创新,只有创新才能够为陕北地区特色旅游的开发带来动力。当然,在这一过程中,还应当加大人才的培养力度,培养一些优秀的,具备创新能力的人才,来支撑陕北民间音乐创新活动。

3. 打造旅游文化品牌,实现旅游与音乐的有机结合

所谓的打造旅游文化品牌,主要是指通过包装和运作以及宣传,将陕北民间音乐塑造成一种符合区域特色的文化品牌,以此来吸引更多的旅游者来陕北地区旅游。虽然近些年来,陕北民歌已经同当地旅游结合了在了一起,但仍然缺乏知名度,难以实现优秀的旅游文化品牌,因此陕北地区相关部门应当给予高度的重视,加大资金的投入力度,着重打造高品质的音乐旅游品牌,开发出优质的旅游资源,从而扩大陕北地区民间音乐的传播范围。

四、结语

总而言之,受地域特性等多种原因影响下的陕西民间音乐是陕西地区经过数年发展不断积累下来的,是中华民族的瑰宝,因此必须予以高度的重视。现阶段陕西民间音乐的传承和发展遇到了瓶颈,需要将陕西民间音乐与旅游资源有机结合在一起进一步提高陕西民间音乐的传承。

课题项目: 榆林市社科联一般项目——榆林民间音乐与文化旅游开发对策研究(项目编号:YLSGH9018-38)

参考文献

- [1] 魏敏. 基于要素视角的甘肃民族民间音乐旅游资源开发与策略研究[J]. 甘肃高师学报, 2018, 23(01): 139-142.
- [2] 刘慈萱. 陕西省国家级非物质文化遗产的旅游利用研究[D]. 陕西师范大学, 2016.
- [3] 张荣天, 管晶. 非物质文化遗产旅游开发价值评价模型与实证分析——以皖南地区为例[J]. 旅游研究, 2016, 8(03): 60-66.
- [4] 孙玉森. 论民族传统艺术的传承与旅游开发的良性互动——以贵州省雷山县郎德上寨民间音乐为例[J]. 大舞台, 2015, (05): 228-229.
- [5] 杨艳. 民间音乐咸水歌的“生命”延续——论广东咸水歌在东莞松山湖的旅游开发[J]. 大众文艺, 2014, (10): 54-56.