

新媒体时代下客家“竹板歌”的传承与发展方略

◆李婷婷 朱彤 黄平平

(嘉应学院 广东梅州 514000)

摘要:客家竹板歌作为广东省非物质文化遗产,继承和发展着客家民间曲艺文化的一脉。在新媒体时代下,客家竹板歌存在自身局限性、传承缺乏创新性、推广方式滞后等问题,而其有效传承与发展方略在于:利用微信公众号、网页制作宣传微视频的制作与推广竹板歌;政府和民间机构助力提升竹板歌内涵;旅游景点对竹板歌的广告宣传。

关键词:新媒体;客家竹板歌;非物质文化遗产;传承与发展

引言

兴宁竹板歌又称“五句板”、“五句落板”、“乞食歌”、“教化歌”、“甲塞歌”语言通俗生动,风趣幽默,极具民族特色,属客家民间曲艺,是兴宁市最早流行的主要曲艺品种,流行于兴宁全市,已有200多年历史。^[1]如今,竹板歌已成为广东省梅州市兴宁地区一个民间特色曲艺。在新媒体时代下,客家竹板歌迎来了全新的发展契机,更面临着巨大的时代挑战。如何结合新媒体来传承和发展竹板歌,已经成为我们不可忽视的问题。

一、客家竹板歌的传承与发展现状

新中国成立后,党和政府视竹板歌为客家民间艺术,采取了一系列扶持政策,组织人力挖掘整理传统唱本和唱腔,通过各种途径培养说唱新人,并由文化主管部门举办了一系列的汇演。为了推动竹板歌的发展,曾成立大量专业民间艺术表演团体。^[2]虽然近年来有关文化部门一直在做竹板歌的传承工作,竹板歌也流传至中国香港、中国澳门、泰国、印尼、马来西亚等地区 and 国家的客籍华人聚居地,也具有一定影响力,但是在当下快文化、快消费的时代背景下,客家竹板歌的传承还是面临着严峻考验。

曲调的传承和发展方面,新音乐工作者在竹板歌节目中进行推陈出新,并做了一些板式处理。改革后的曲调,音乐性增强了,旋律和节奏也出现了更多的变化。但是,有些客家竹板歌创作节目,内容和情节比较复杂,对演出的要求也更高,简单套用现成的竹板歌曲调已不能满足需要。^[3]

艺人的传承和发展方面,竹板歌的“培土”渐渐消失了。竹板歌与客家山歌最大的不同在于,竹板歌主要以叙事为主。一个传本唱下来,常常需要3个小时以上,而歌的内容,就是从客家人传统的生活习俗中而来。竹板歌传本里很多经典的句子,都是以前客家祖辈们在田间地里干活所得,或是从日常生活琐事中创作而来。很多年轻人对与客家传统习俗的了解不多,甚至语言表达方面也与父辈不同,因而很难领会到竹板歌里面的趣味与文化,这就导致竹板歌的创作和演唱后继乏人。

二、客家竹板歌发展和传承中存在的问题

(一)“竹板歌”自身的局限性

“竹板歌”的说唱方式单一、内容题材较为简单,缺乏创新性。久而久之,缺乏创新性使“竹板歌”与市场经济的需求结合不够紧密,从而导致“竹板歌”失去其发展活力,难以吸引观众的目光,与现时的观众需求脱节。

(二)“竹板歌”的传承面临危机

“竹板歌”的传承存在局限性。首先,“竹板歌”过去多被乞丐或江湖说唱艺人当成谋生的工具,这也就决定了“竹板歌”面临着继承者少而造成失传的问题。其次,民间艺术相较于其他行业而言,投入时间周期长,回报率低,需要学习者花费更多时间、精力去学习。因此,“竹板歌”面临着后继无人的状况。

(三)推广方式滞后,缺乏时代创新元素

客家竹板歌推广方式单一,多为当地戏台传唱表演,未能做到充分利用新媒体广泛的传播效应,推广速度慢,宣传范围局限在本市,以致于跟不上当今观众群体的需求,受众程度不高,影响范围较小,缺乏时代创新因素。

(四)缺乏有效的保护和完善的管理

人们对竹板歌的保护力度不够,政府虽然采取了相关措施,但是往往都流于形式,缺乏实质的保护作用,不能很好地为竹板歌开拓新的生存空间。在挖掘客家竹板歌的地域特色方面,相关

部门未能做到与当地特色产业紧密结合。

因为资金匮乏,民间“竹板歌”组织团体没有专属的排练、表演场地,且政府资金的投入较为分散,现在“竹板歌”组织分布得较为零散,缺乏一个完善的管理系统。

三、新媒体时代下客家竹板歌的发展举措

在新媒体发展迅速的时代背景下,客家竹板歌的传承与发展也要紧跟时代步伐,结合自身特色,扬长避短,利用新媒体交互性与即时性,海量性与共享性,个性化与社群化的特点发展自身。

1.充分利用公众号、网页网站等平台的传播速度优势。在人们娱乐休闲的碎片化时间,简短精炼的内容更能满足现代人们快节奏的生活需求。并且公众号和网页网站受众面更广、传播效率高的特点能更好的把竹板歌的文化从梅州地区推广出去,为竹板歌的传承与发展提供更多的可能。

2.充分利用微视频的方式增强内容的互动性表达。近年来短视频软件“抖音”、“火山小视频”、“快手”等发展迅猛,用户众多且不断激增。将客家竹板歌拍摄成极具特色、生动有趣的短视频,举办竹板歌短视频拍摄大赛,增加竹板歌与群众的互动性,增强观众黏性,让更多人了解并融入竹板歌文化。

3.以市场为导向促进竹板歌自身的发展。当下社会,任何文化遗产的发展都离不开市场的推动,设计与竹板歌文化有关的文创产品、刻录竹板歌专辑在客家特产旅游连锁店进行贩卖,用市场经济引导竹板歌自身改进,稳固和促进竹板歌的传承与发展。

4.政府与民间组织的保护。积极向外界推广竹板歌的文化意义,引起政府和民间文化遗产保护组织的重视。用政府的力量推广竹板歌、为竹板歌创建良好的发展生存空间,用民间文化遗产保护组织征集群众审美意向,以提升竹板歌自身的艺术水平和文化内涵。

5.客家旅游景点的宣传和推广。梅州是一个旅游城市,客家地区的特色文化旅游景区吸引着众多外来游客,在此前提下与当地文化局合作,在景区投放有关竹板歌的广告、组织竹板歌表演,有助于打响竹板歌的知名度。

结语

与传统媒体相比,新媒体具有个性化突出、表现形式多样等新特点,对文化的传播有强大助推力。新媒体能更新竹板歌传统发展模式,促进其传承和推广。新媒体时代下,客家竹板歌的传承与发展应顺应时代潮流,积极与新媒体技术相结合,推动竹板歌的创新驱动,从而使其走向全国乃至世界。

注释:

[1]兴宁市竹板歌(省级非物质文化遗产)[J].客家文博,2011(1):15.

[2][3]胡希张.浅谈竹板歌的传入、传承和发展[J].客家研究辑刊,2006(1):175, 177.

作者简介:

第一作者:李婷婷,女,广东丰顺,大学本科。

第二作者:朱彤,女,广东兴宁,大学本科。

第三作者:黄平平,女,江西宁都,大学本科。

