

文章编号: 1673-1646(2026)02-0164-07

视觉文化视域下山西民歌传播路径研究

苏洲, 李静*

(中北大学艺术学院, 山西太原 030051)



摘要: 在视觉文化深刻重构艺术传播范式的当下, 山西民歌的传承与创新亟须探索适应时代语境的传播路径。本研究以视觉文化理论为框架, 通过跨学科视角分析山西民歌的传播现状, 揭示其面临的机遇与挑战。实例研究发现: 依托新媒体平台与数字技术, 山西民歌在传播载体多元化、文化符号视觉化及受众互动性增强等方面取得突破, 但亦存在商业改编消解文化内核、视觉奇观僭越音乐本体、算法茧房窄化认知等隐忧。基于此, 提出视听场景重构、社交媒体矩阵精准触达与数字技术革新三位一体的传播策略, 强调在坚守文化根脉基础上实现“视觉+”创新。研究旨在为传统音乐在新时代的传承与创造性转化提供借鉴。

关键词: 视觉文化; 山西民歌; 新媒体; 数字技术

中图分类号: J607 **文献标识码:** A **doi:** 10.62756/xbsk.1673-1646.2026048

引用格式: 苏洲, 李静. 视觉文化视域下山西民歌传播路径研究[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2026, 42(2): 164-170.

Research on the Communication Paths of Shanxi Folk Songs from the Perspective of Visual Culture

SU Zhou, LI Jing*

(The Arts Faculty, North University of China, Taiyuan 030051, China)

Abstract: In an era where visual culture profoundly restructures the paradigms of artistic dissemination, the inheritance and innovation of Shanxi folk songs urgently require exploring dissemination pathways adapted to the contemporary context. Taking visual culture theory as the framework, this study analyzes the current dissemination status of Shanxi folk songs from an interdisciplinary perspective, revealing both opportunities and challenges. Case studies demonstrate breakthroughs in: diversification of dissemination carriers, visualization of cultural symbols, and enhanced audience interactivity. However, concerns remain about commercial adaptations diluting cultural essence, visual spectacle overshadowing musical ontology, and algorithmically induced echo chambers narrowing perceptions. Based on these findings, a trinity dissemination strategy is proposed, combining reconstructed audio-visual scenarios, precise reach through social media matrices, and digital technology innovation. This emphasizes “visual+” innovation while preserving cultural roots. The research aims to provide references for the inheritance and creative transformation of traditional music in the new era.

Key words: visual culture; Shanxi folk songs; new media; digital technology

在当今数字化与全球化飞速发展的时代, 视觉文化作为一种新兴的文化现象, 正深刻地影响着人

收稿日期: 2025-03-22

基金项目: 2025年山西省社会科学规划项目: 山西民歌钢琴改编曲传播与推广研究(2023YY399)

作者简介: 苏洲(2000—), 女, 硕士生, 从事专业: 艺术学理论。E-mail: 2575423884@qq.com。

* 通信作者: 李静(1976—), 女, 教授, 博士, 硕士生导师, 从事专业: 艺术学理论。E-mail: 1985992839@qq.com。

类的认知、审美与文化传播方式。视觉文化的核心在于“视觉性”^{[1]281-284},即视觉对象的可见性机制,它通过符号、场景与技术重构了文化传播的范式,成为当代文化研究中不可忽视的重要领域。视觉文化不仅涵盖了图像、影像等视觉元素的创作与传播,还涉及其背后的社会意义、审美价值以及文化内涵的传递^{[2]3-34}。随着科技的不断进步,视觉文化的影响力日益扩大,使得各类文化形式的融合也愈发紧密,形成了多元化的文化景观。

民间艺术在我国传统文化中占据着重要位置,良性传承民间艺术是时代发展下的必然趋势,亦是对我国传统文化的一种重视,更是新时代坚定树立社会主义文化自信的一种表现^[3]。山西民歌作为黄河流域传统文化的重要载体,其传播长期依赖口传心授与地域性展演,面临着受众群体固化、表现形式单一的现实困境^[4]。尤其在当代审美转向的背景下,传统音乐形式与年轻群体的文化消费习惯之间逐渐形成隔阂。然而,在视觉文化蓬勃发展的背景下,山西民歌的传播路径得到了前所未有的拓展。音乐传播已不再局限于传统的听觉维度,而是逐渐与视觉元素进行深度融合,形成了多模态感知体验^[5]。人们通过制作精美的音乐视频,借助新媒体平台的广泛传播,以及与动画、微电影、虚拟现实等多种艺术形式的融合,极大地增强了山西民歌的感染力和表现力,使其文化内涵也得以更直观地呈现给大众。此种融合不仅为音乐的传播提供了新的途径和表现形式,同时也对其文化内涵的传递也提出了新的挑战。一些艺术家过度追求视觉效果和商业利益可能导致音乐文化内涵的淡化,甚至出现文化失真与审美异化的问题。

鉴于此,本研究旨在通过理论分析与实证研究,深入探讨视觉文化视域下山西民歌的传播路径,分析其在视觉文化背景下面临的机遇与挑战,总结其传播特点,并提出针对性的传播策略。研究将从场景、传播方式、文化内涵等方面入手,分析山西民歌在视觉文化视域下的传播现状,进而提出借助大众媒体平台实现视觉化传播、优化视觉呈现等路径,以期为山西民歌在现代社会中的持续传承与创新发展提供新的思路与方法,同时也为其他传统艺术形式在视觉文化视域下的传播提供借鉴与参考。

1 山西民歌传播与推广面临的机遇与挑战

在视觉文化视域下,文化的生产与传播开始全面拥抱数字化与网络化的形式,“可视性和视觉理

解及其解释已经成为当代文化生产、传播和接受活动的重要维度”^[6]。山西民歌的传播与推广也因此迎来了前所未有的机遇。民歌通过数字化平台与媒体技术等手段,实现了全球化、开放化的传播。这些技术的发展为山西民歌内容和形式注入新的活力,使民歌在历史发展中不是被逐渐淡忘,而是伴随时代进步,以全新姿态进行传承与发扬。然而,在这个快节奏、碎片化的社会传播环境中,山西民歌也面临着诸多挑战。与现代审美存在的较大差异、社交媒介的碎片化传播、技术门槛降低带来的文化阐释失序等,可能导致民歌的质朴美学和文化价值被削弱,传播效果与其文化内涵脱节^[7]。因此,在传承与推广优秀文化的过程中,我们需要平衡新媒体技术的应用与文化价值的保护,以确保山西民歌的健康发展和文化传承。

1.1 机 遇

山西民歌的当代传播通过视听融合与数字技术赋能实现了创新性发展。抖音、B站等新媒体平台通过算法推荐,实质是将山西民歌纳入“视觉—认知”的重构系统:航拍黄土高原的沟壑地貌作为核心视觉符号,其“可见性”被赋予双重叙事功能。一方面,移轴镜头下的窑洞群落不仅是地理景观的再现,更是“文化记忆的视觉锚点”^[2];另一方面,UGC创作者对白羊肚头巾、信天游等元素的符号化呈现,暗合“图像对集体记忆的编码功能”^[1]。截至2025年,从三个热门平台“山西民歌”话题播放量统计得到表1。通过其最高播放量抖音平台获取2024—2025年该话题下播放量前50的视频数据,对其视觉元素及用户互动指标进行量化编码。数据显示,其中60%的高热度视频均包含黄土高原沟壑、窑洞等地理景观镜头,“传统服饰”“实景演唱”的出现频次分别占80%、70%。这种由算法驱动的“视觉共创”模式,将传统民歌的地域特质转化为可参与的数字文化资产——受众在弹幕互动、挑战赛中不再是被动接收者,而是通过“视觉参与”^[2]成为文化意义的生产者,其UGC内容进一步反哺民歌的当代演绎,形成“传播—共创—再传播”的生态闭环。

虚拟现实技术复原的晋商票号场景与民歌展演的结合,区块链技术对民歌版权的确权保护,人工智能辅助的曲谱数字化建档,技术赋能使得山西民歌在数字时代焕发新生。当5G直播技术将左权开花调现场演出同步传输至云端时,我们看到的

仅是技术对艺术传播效率的提升,更是数字人文视域下传统文化现代性转型的生动实践。

表1 热门平台话题播放量统计情况

平台	话题	播放量/亿次	统计时间
抖音	#山西民歌	3.3	2025年
快手	#山西民歌	1.3	2025年
B站	#山西民歌	1.28	2025年

视觉文化的蓬勃发展也为山西民歌的内容创新提供了丰富多元的可能性。山西民歌可与动画、微电影、VR等多种艺术形式深度融合。如表2所示,说唱剧《解放》将山西民歌《桃花红杏花白》《樱桃好吃树难栽》等与舞台艺术相结合,以旧中国妇女“裹脚”为核心事件,以一对青年男女的爱情为线索,运用现代舞台表现手法展现了宏大主题。将山西的风土人情、历史故事以生动的动画形式展现出来。这部说唱剧自首演以来已完成1111场演出,观众超过200万人次,并获得多项国家级大奖^[8]。该剧以独特视角和“三个融合”赋予了山西民歌新的生命力,使古老的民歌更贴合当代受众的审美需求。

表2 说唱剧《解放》数据统计(2023年)

数据类型	具体内容	查询渠道与链接
演出场次与观众	1111场,200万+观众	山西文旅厅报道
国家级奖项	“五个一工程”奖、文华奖等	国家艺术基金官网
艺术特色解析	民歌融合、舞蹈设计	张继钢专访
张继钢专访	左权民歌在剧中的应用	CNKI相关论文

1.2 挑战

新媒体技术重构了传统音乐传播范式,也潜藏着文化价值异化的危机。贝勒的“注意力价值论”^[2]揭示了数字时代“眼球经济”的运作逻辑:当流量成为衡量文化传播的核心指标时,部分创作者便陷入了视觉奇观的生产窠臼。这种价值偏移导致山西民歌传播呈现出双重困境:一方面,商业演出为迎合市场偏好,常以景观化改编消解音乐本体价值。例如,在演出中将电子灯光秀与民歌展演强行嫁接,造成视听感知的断裂;另一方面,社交媒体中的碎片化传播催生了符号误植现象。一些短视频为追求传播数据,刻意植入浮夸的现代电子音乐,致使黄土文化的质朴美学被解构为失真的文化拼贴。

这种视觉化转型的阵痛,本质是农耕文明审美范式与数字时代视觉语法的冲突。山西民歌诞生于“土、拙、朴”的乡土语境,其传统展演空间中的粗布衣衫、夯土背景本是与音乐情感同构的审美符号。但在如今追求“高饱和、强节奏、多模态”的视觉消费习惯下,质朴性反而成为传播壁垒。

技术大众化带来的传播门槛降低,也加剧了文化阐释的失序状态。大量UGC内容因缺乏专业把控,出现符号运用失当:如将祈雨仪式中的社火表演误读为娱乐性舞蹈,或在窑洞场景中搭配违和的都市时尚元素。更值得警惕的是,算法推荐机制形成的“信息茧房”,使表层化的视觉改编作品通过数据反馈不断自我强化,最终导致受众对山西民歌的认知停留于猎奇式想象。当民歌改编作品因运用VR技术呈现悬浮山脉场景获百万点赞时,评论区高频词显示“震撼特效”提及率是“音乐内涵”的6.2倍,这种本末倒置的传播效应印证着视觉僭越引发的文化认知危机。

2 视觉文化视域下山西民歌的传播特点

在视觉文化蓬勃发展的时代语境下,山西民歌的传播也呈现出鲜明的时代特征。其传播载体突破传统边界,通过舞台表演、音乐视频、新媒体平台等多元化媒介拓展受众覆盖面;文化符号的视觉化重构将地域景观、民俗艺术与服饰元素转化为直观的视听语言,强化了民歌的文化认同与艺术感染力;受众群体的深度互动依托线上线下融合模式,推动单向传播转向双向共创,激活了民歌传承的群众基础与创新活力。三者共同构成了山西民歌在当代的立体化传播生态,使其在传统与现代的交织中焕发新的生机,为地域文化的传承与发展提供了可资借鉴的实践路径。

2.1 传播载体多元化

现如今各种传播媒介的出现,让音乐传播的覆盖范围变得更加广泛,同时视觉化的力度也在不断加强^[9]。山西民歌的传播载体突破传统局限,呈现出多元化趋势,涵盖舞台表演、音乐视频与新媒体平台等领域,为山西民歌的传承与发展开辟了新路径。实景舞台演出以其强烈的临场感染力,持续发挥着民歌传播的核心作用。编创团队通过空间叙事重构,将声腔艺术转化为综合视听文本:以山西大剧院“长风之夜”的河曲民歌专场为例,其舞台艺术以晋西北窑洞聚落为原型,仿夯土建筑错落有致地排布,配合琥珀色光效晕染,构建出极具黄土高原特质的审美空间。表演者服饰系统经过民俗学考据,男性演员的粗布短衫搭配白羊肚头巾,女性演员的刺绣大襟袄搭配彩绸腰封,在演绎《想亲亲》过程中通过方言韵白与肢体叙事的有机结合,将晋地青年男女炽热的情感转化为可感知的视觉图景。

这种视听语言的创造性转化,使观众直观地领略到民歌艺术的地方性美学特征。

音乐视频借助现代影像技术,赋予山西民歌新的生命力。创作者将体现民歌内涵的风景、场景、人物视频等多样化视觉画面与山西民歌巧妙融合,通过电视与网络平台进行广泛传播。2016年央视春晚舞台上,郭兰英演唱的《人说山西好风光》,凭借春晚巨大的流量入口,该节目触达了海量观众。央视市场研究数据显示,当晚收看春晚的观众规模达数亿人次。然而,从后续对观众年龄层的抽样调查发现,18~30岁的年轻观众占比仅21%^[10]。这主要是因为春晚节目众多,节目呈现形式相对传统,且受到线性传播模式的限制,观众无法自主选择观看内容和时间。这凸显出舞台演出在传播范围上的局限性,尽管能为现场观众提供强烈的艺术体验,但难以像短视频等数字传播方式那样触达广泛受众。

2025年抖音平台《人说山西好风光》的流量热度截图清晰展现出该内容相关流量数据,成为山西民歌短视频传播热度的直观体现,见图1。



图1 抖音平台《人说山西好风光》流量热度截图(2025年)

抖音平台各个民歌演唱博主发布的《人说山西好风光》音乐视频播放量达2.7亿次,单条视频点赞量超34万,分享量达2万次,年轻观众占比提升至73%^[11]。不同传播路径各有优劣,电视平台以其普及时间长、覆盖率广、传播效应广泛,而短视频胜在传播速度快、覆盖范围广、互动性强,对年轻受众吸引力大。

当代视觉文化的发展带来高效的传播力和超强的视觉体验,整个社会都充斥着视觉文化传播的信息^[12]。这些多元化传播方式打破地域与时间限

制,让山西民歌在现代社会持续焕发生机。

2.2 文化符号视觉化

在山西民歌的当代传播实践中,地域文化符号的视觉转化成为连接传统与受众的重要纽带。这种转化过程将民歌承载的地域特质转化为可感知的视觉语言,有效激活了其内在的文化能量。黄土高原特有的自然景观与人文遗迹,为这种视觉叙事提供了丰厚的创作土壤。当《五台情》的旋律在云雾笼罩的山寺间流淌时,佛塔的剪影与晨钟暮鼓的韵律形成视听共振,既保留了宗教场所的肃穆感,又将晋北特有的精神气质象化呈现。流动的汾河水景通过数字投影技术在舞台延展,波光与田垄的光影交织,与《汾河流水哗啦啦》的吟唱共同勾勒出流域人家的生活图景。这种基于地理基因的视觉编码,不仅构建起观众对三晋大地的空间认知图式,更在情感维度上搭建起音乐文本与集体记忆的对话通道。

山西丰富多彩的民俗文化,如剪纸、面塑、庙会等,在民歌传播中以生动的视觉符号得以呈现。视觉符号的意义还在于其背后的文化关联^[2]。在视频呈现的《闹元宵》表演中,舞台上的剪纸图案(如龙凤呈祥、连年有余等)并非简单的装饰,而是一种文化信号的转化——镂空的花纹设计不仅展现了传统工艺的美感,更隐含了农耕时代人们对“天人和谐”“生活富足”的朴素期待。面塑艺人制作过程的特写镜头(4K高清拍摄,每秒120帧)则将手工捏塑的细节放大为一种“可看见的传承”:观众能清晰看到面团在指尖的塑形轨迹,这种视觉呈现不再是单纯的技艺展示,而是让民俗文化的“身体记忆”变得直观可感。正如周宪在《视觉转向中的文化研究》中所说:“图像可以激活人们对文化传统的情感共鸣。”^[1]这种将剪纸、面塑等元素转化为“可视化文化语言”的尝试,既符合米尔佐夫强调的“视觉符号需扎根文化土壤”^[2]的思路,也体现了图像在传递传统记忆方面的独特作用。而热闹的庙会场景、舞龙舞狮、跑旱船等民俗活动在音乐视频中频繁出现,与欢快的民歌旋律相得益彰,充分展现出山西民间文化的活力。民俗符号通过视频形式的视觉化呈现,拓展了民歌传播范围,让全国各地的人们都有机会欣赏山西的优秀文化,丰富了山西民歌的文化底蕴。

表演者的传统服饰是山西民歌传播中流动的文化符号,女性的绣纹袄装、男性的靛青布褂与羊皮坎肩等造型,凝结着黄土高原的生活经验,将民歌的地域特质与集体情感转化为直观的审美视觉,搭建起观

众与民歌文化间的解码通道。当这些浸润着土地记忆的视觉符号随旋律跃动时,民歌承载的集体情感与地域特质便转化为可触可感的审美存在。

2.3 受众群体互动性

视觉文化视域下,受众群体的互动性显著增强。山西民歌从传统的单向传播转变为双向互动模式,让听众不再是沉默的接收者,而是能够积极发声、深度参与其中的参与者。听众可以随时表达自己的想法、感受与期待,形成积极的双向互动。音乐是人民大众创造的,这种模式为民歌传承与创新注入源源不断的活力。这也成为推动山西民歌传承与发展的重要途径。

新媒体平台为受众互动拓展了多元且便捷的渠道,很大程度上增强了创作者与受众之间的互动。在此平台上,观众不再是被动的接受者,而是积极的参与者。如爱奇艺平台的山西民歌纪录片评论区,观众围绕民歌的历史渊源、艺术特色、演唱风格等话题展开热烈讨论。创作者与演唱者也会及时关注这些评论,通过观众反馈调整创作与表演方向。一些创作者受观众建议启发,将山西民歌与现代音乐元素融合,创作出更符合当代人审美的作品。例如,将电子音乐节奏融入传统山西民歌,使其在保留原有韵味的同时更具现代感。此举受到不少年轻观众喜爱,进一步促进了山西民歌的传播与创新。

山西各地举办的民歌演唱会、民歌大赛等活动,吸引大量观众参与,为民歌艺术家与受众群体互动提供了丰富的线下活动平台。“山西民歌大家唱”活动设置了互动环节,邀请观众上台与专业歌手一起演唱。同时,活动还举办民歌文化讲座,专家与观众面对面交流,解答观众对民歌文化的疑问,分享民歌背后的故事,增进观众对山西民歌的理解和喜爱。线上线下互动的紧密结合使得山西民歌更加贴近受众,提升了受众的参与感与归属感,为山西民歌在现代社会的传承与发展注入强大动力,使其在新时代文化语境中持续繁荣。

3 视觉文化视域下山西民歌的传播路径

每种新传播技术及方式的出现,均会引起音乐的创新与变革,并在一定程度上影响音乐的发展^[13]。在视觉文化主导的传播语境中,山西民歌通过技术赋能与媒介融合,构建了多维立体的现代传播路径。视听结合的场景重构以VR、立体声场等数字技术打破时空界限,将民歌植入沉浸式叙事空

间,激活文化记忆的感官共鸣;社交媒体矩阵依托短视频、AR交互等视觉化策略实现精准触达,以碎片化传播渗透大众日常生活,形成“用户共创”的传播生态;数字媒介技术则驱动民歌从文化遗产保护到艺术表达的全面革新。区块链确权体系、AI生成技术与神经美学模型的应用,不仅重构了民歌的视听语法,更以技术美学重塑受众的文化感知范式。三者共同构成了传统民歌的现代性转化框架,推动山西民歌在数字文明时代实现文化基因的创造性延续与全球化传播。

3.1 试听结合的场景重构

当代民歌艺术的创新实践中,技术赋能为传统声乐形式开辟了多维表达空间。山西民歌的活化传播正经历着从声波振荡到空间叙事的范式转换,其艺术形态在数字媒介催化下持续裂变与生长。随着各种高科技产品的渗入,我们生活在一个多重感官世界,感官也在越过其本真的边界相互重叠、纠缠、交织与融合^[14]。例如,《又见平遥》的实景演绎揭示了空间诗学的当代价值。舞台通过多维度光影织体复现历史场景的质感肌理:青砖墙面的岁月蚀痕、石板路上的光影涟漪、市集喧嚣的视觉密度,共同编织成可穿行的历史图卷。表演者身着改良晋式传统服饰,其肢体律动与《交城山》的声腔韵律形成复调关系,衣袖翻飞间将民歌的情感张力转化为视觉动能。这种多重感知通道的交织重构,使民歌艺术突破单一感官接收模式,在观众的意识层面形成文化记忆的拓扑结构,最终实现传统艺术基因在当代审美语境中的有机转译。

山西省武乡县八路军文化数字体验馆作为“人工智能+红色文化”的研学场馆,于2024年10月正式开馆,见图2。2024年新华网报道该体验馆所用的视图,直观呈现出这座数字研学场馆的建设与展陈风貌,其核心展项“太行数字长卷”通过VR技术,构建了抗战时期太行山区的虚拟场景。游客可通过捏脸或真人入画模式化身数字人,“穿越”到1940年代的乡村,与虚拟民歌手围坐篝火旁,学习《在太行山上》等经典曲目的创作背景。例如,在“民歌创作室”互动环节,游客可通过AI生成个性化歌词,并与虚拟角色合作完成一首抗战民歌的编曲;系统实时生成三维乐谱与动态光影效果,实现“创作—演唱—传播”的全流程数字化体验。该馆自开馆以来,日均接待游客超2000人次,其中青少年占比近50%,已成为山西红色文化与民歌教育

的重要实践基地^[15]。武乡县八路军文化数字体验馆等典型案例,展示了VR技术在构建虚拟场景、拓展感官体验、转译文化基因方面的巨大潜力,也为中华文化的创造性转化与创新性发展提供了山西方案。



图2 八路军文化数字体验馆(武乡县)

3.2 社交媒体矩阵的精准触达

视觉传媒不单单是传播信息的工具,它构建出一种拟态的媒介环境,成为我们日常生活中每天接触的文化现实^[16]。在当今社会,各类媒体平台已成为人们交流和生活中不可或缺的工具,社交媒体平台上的视觉传播是山西民歌能够跨地域吸引全国受众的关键策略。平台上用户翻唱《亲圪蛋下河洗衣裳》时,选择与歌曲内容相符且具有浓郁山西地域特色的场景进行拍摄,如古朴的村落、原生态的实景等。画面中人物身着传统服饰,手持歌曲所提到的特色道具,结合肢体语言将场景与歌声更好地融合。这些视觉元素与独特的音乐风格相互映衬,引发了跨代际传播,并在评论区形成了热烈的互动,激发了观众的情感共鸣。

2024年,高德地图平台山西“民歌地图”的太原分布点视图,清晰标注出太原区域内山西民歌相关文化点位的分布情况,是“民歌地图”数字平台的可视化呈现,见图3。山西省文旅厅主导的“山西民歌赏析”在线平台(学堂在线)与“民歌地图”数字平台,许多用户通过社交媒体分享功能将内容传播至微信、微博等平台。“民歌地图”的“AR试唱”模块,用户扫描实体乐谱可触发虚拟民歌手与现实场景的交互,相关体验视频在抖音AR民歌挑战话题下播放量高达5 000万次^[17]。“民歌地图”平台通过分析用户的听歌历史、互动行为,生成“民歌基因图谱”,实现精准触达。社交媒体矩阵通过视觉传播,成功在碎片化时代实现了对不同受众的精准触达,使山西民歌在大众的日常浏览中得以广泛传播,深入人心。



图3 高德地图平台山西“民歌地图”太原分布点

3.3 数字媒介技术驱动的传播革新

创新是推动社会发展的巨大力量,也是推动少数民族音乐文化发展的根本动力^[18]。数字技术驱动下,山西民歌的传承和创新正经历一场深刻变革。在传播创新方面,山西省文旅集团与腾讯合作的“古建有画说”数字藏品项目(2022年),基于腾讯区块链技术发行山西文化数字藏品,用户可通过区块链存证功能永久收藏《亲圪蛋下河洗衣裳》等经典曲目的数字资产。将传统民歌与数字技术相结合,吸引年轻群体参与文化传承,上万份数字藏品在短时间被领取完毕。此外,山西省文化和旅游厅推出的非遗数字藏品计划,已将孝义皮影戏、中阳剪纸等非遗项目与民歌元素融合,通过区块链技术实现版权保护与文化传播的双重目标。这些技术实践构建了“区块链确权—数字采录—IP开发”的全链条保护体系,为山西民歌的传承提供了新范式。

2023年,原创民族歌剧《桃花红杏花白》于山西大剧院首演的官方报道截图,记录下这部融合数字技术与传统民歌的歌剧首演的重要时刻,见图4。在艺术内容创新层面,原创民族歌剧《桃花红杏花白》将左权民歌与歌剧叙事深度融合,通过5幕30个唱段构建抗战时期的爱情史诗。该剧突破传统民歌表现形式,在唱腔设计中融入戏曲念白、RAP节奏,配器上采用交响乐团与左权小花戏打击乐混搭的手法,舞台运用360度立体声场技术,让观众在沉浸式空间中感受“开花调”的九度音程魅力。2023年首演后连演十场,吸引超两万名观众,并入选文化和旅游部重点扶持项目。数字技术也由此超越了工具属性,成为重塑民歌当代语法的创造性力量。



图4 原创民族歌剧《桃花红杏花白》于山西大剧院首演
官方报道截图(2023年)

4 结 语

视觉文化视域下的山西民歌传播呈现出载体多元化、文化符号视觉化、受众互动增强等显著特征。通过视听结合的场景重构、社交媒体矩阵的精准触达以及数字媒介技术驱动的传播革新,山西民歌突破了传统传播模式的局限,在保留文化内核的同时,实现了与现代审美和技术的深度融合。本研究虽提出了多维度的传播路径,但对部分新兴技术(如元宇宙、Web3.0)的应用探索尚显不足,有待进一步拓展技术融合的深度与广度。

民族音乐作为传统文化的重要组成部分,承载着丰富的历史记忆和民族情感,其不仅是音乐艺术的体现,更是民族文化身份和认同感的象征^[19]。山西民歌的传播与传承应坚守文化根脉,并结合社会发展持续探索“视觉+”模式的创新路径。一方面,应加强跨学科合作,推动数字技术与音乐艺术的深度融合,构建沉浸式、交互式的传播生态;另一方面,也不能忽视对受众需求的调研,尤其是年轻群体的审美偏好,通过内容创新与形式迭代,实现山西民歌的“创造性转化、创新性发展”。21世纪,音乐的视觉化传播已成为现代视觉艺术发展的重要趋势之一,其价值充分体现在“艺术世界”系统的有机运行及其对社会多层面的影响^[20]。期待未来更多研究者关注传统艺术与视觉文化的互动关系,共同推动中华优秀传统文化的传承与弘扬。

参考文献

[1] 周宪. 视觉转向中的文化研究[M]. 北京: 生活·读

书·新知三联书店, 2021.

- [2] 尼古拉斯·米尔佐夫. 视觉文化导论[M]. 倪伟, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2006.
- [3] 陈湘渝, 韩晋宁. 新媒体时代山西传统民歌的传播困境及发展路径[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2021, 37(3): 60-63.
- [4] 赵志安, 任贝贝. 音乐社会学视域下音乐传播学科理论构建的思考[J]. 南京艺术学院学报(音乐与表演), 2024(5): 66-68.
- [5] 李飞雪, 张钰惠. 竖屏传播: 央视春晚的多模态感知与情感体验[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(11): 104-111.
- [6] 肖艳, 王浩. 新媒体视觉文化中的中国民族音乐跨文化传播[J]. 艺术传播研究, 2020(3): 70-74.
- [7] 李亚峰. 山西民歌传播路径创新研究[J]. 戏剧之家, 2024(30): 80-82.
- [8] 山西省文化和旅游厅. 山西说唱剧《解放》第1111场在渝上演[EB/OL]. 2023-05-26[2025-03-08]. <https://wlt.shanxi.gov.cn.shtml>.
- [9] 熊友军. 新媒体语境下传统民族音乐的视觉转向[J]. 江西社会科学, 2021, 41(8): 239-245.
- [10] 春晚受众总规模达10.33亿 网络收视人数增长超4成[EB/OL]. 2016-02-09[2025-03-08]. <http://media.people.com.cn/n1/2016/0209/c40606-28118070.html>.
- [11] 《人说山西好风光》短视频流量数据[EB/OL]. 2025-12-26[2026-03-08]. <https://www.douyin.com>.
- [12] 赵志安. 跨学科视野下的音乐传播认识论[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(10): 91-97.
- [13] 吴珺. 音乐理论传播在传播媒介中的影响: 评《音乐传播学理论教程》[J]. 中国教育学刊, 2018(10): 126.
- [14] 陈赞冰, 徐迎庆. 视听联觉与康定斯基的音乐可视化[J]. 美术观察, 2022(2): 92-96.
- [15] 新时代中国调研行之文化中华 | 新技术、新创意、新表达——山西红色旅游圈粉年轻人[EB/OL]. 2025-03-28[2026-03-09]. http://www.china.com.cn/txt/2025-03/28/content_117792346.shtml.
- [16] 肖伟胜. 《视觉转向中的文化研究》: 视觉文化棱镜下文化研究的新格局[J]. 中国图书评论, 2024, (1): 24-31.
- [17] 周娜. 山西民歌“绽放”现代光彩[EB/OL]. 2025-03-21[2026-03-08]. <http://news.sxrb.com/GB/315075/10300239.html>.
- [18] 江博. 当代民族音乐的文化遗产与创新路径研究[J]. 贵州民族研究, 2018, 39(3): 62-67.
- [19] 芦文杰. 多元文化影响下的民族音乐传承与发展: 评《多元文化影响下民族音乐的传承与发展研究》[J]. 音乐教育学刊, 2024(10): 127.
- [20] 冯玲. 视觉文化时代的音乐“景观”: 流行音乐的视觉化传播与审美互动研究[D]. 南京: 南京艺术学院, 2020.