

跨媒介传播视域下客家山歌的活态传承 ——以廖强2300余场演出为例

张英博

惠州学院, 广东 惠州 516007

DOI:10.61369/EST.2026010008

摘 要 : 在非遗传活态传承与媒介技术革新的双重背景下, 跨媒介传播成为传统口头艺术突破传承困境的重要路径。本文以惠州客家山歌传承人廖强2300余场演出为研究个案, 运用案例分析法与田野调查法, 梳理其线下实体展演、线上数字传播、文旅融合展演的跨媒介实践图景, 剖析其“内核坚守、形式创新、受众分层”的传播策略。我与客家山歌传承人廖强老师有多年的交往, 一起合作演出录制歌曲、面对面交流、参观廖强艺术馆及收集客家山歌有关资料等, 研究发现, 被誉为“客家山歌王”廖强的跨媒介实践实现了客家山歌从地域文化符号到大众文化产品的转型, 有效扩大了传播途径、培育了多元传承群体, 但同时面临数字传播流量依赖、青年传承人培养长效性不足等困境。基于此, 本文提出构建长效传播机制、完善人才培养体系、保护传承人嗓音及如何运用科学技巧完美演唱客家山歌及深化媒介融合深度等优化路径, 为客家山歌及同类非遗的活态传承提供实践参照。

关 键 词 : 跨媒介传播; 客家山歌; 活态传承; 廖强; 非遗传播

The Living Inheritance of Hakka Folk Songs in the Context of Cross-Media Communication— A Case Study of Liao Qiang's Over 2300 Performances

Zhang Yingbo

Huizhou University, Huizhou, Guangdong 516007

Abstract : Against the backdrop of both the living inheritance of intangible cultural heritage and the innovation of media technologies, cross-media communication has emerged as a vital pathway for traditional oral arts to overcome challenges in inheritance. This paper takes the over 2,300 performances by Liao Qiang, a Hakka folk song inheritor in Huizhou, as a case study. Employing case analysis and field research methods, it outlines the cross-media practice landscape of Liao's offline physical performances, online digital dissemination, and cultural-tourism integrated performances, and analyzes his communication strategies characterized by "adherence to core values, innovation in form, and audience segmentation." I have had years of interaction with Liao Qiang, the inheritor of Hakka folk songs, collaborating with him in performances, recording songs, engaging in face-to-face exchanges, visiting the Liao Qiang Art Museum, and collecting materials related to Hakka folk songs. The study finds that Liao Qiang, hailed as the "King of Hakka Folk Songs," has achieved a transformation of Hakka folk songs from regional cultural symbols to mass cultural products through his cross-media practices, effectively expanding dissemination channels and cultivating diverse inheritance groups. However, he also faces challenges such as reliance on digital dissemination traffic and insufficient long-term effectiveness in nurturing young inheritors. Based on this, the paper proposes optimizing paths including establishing a long-term communication mechanism, improving the talent cultivation system, protecting the voices of inheritors, mastering scientific techniques for perfect singing of Hakka folk songs, and deepening media integration, providing practical references for the living inheritance of Hakka folk songs and similar intangible cultural heritage.

Keywords : cross-media communication; Hakka folk songs; living inheritance; Liao Qiang; intangible cultural heritage communication

作者简介: 张英博(1988.05-), 男, 汉族, 黑龙江省哈尔滨人, 惠州学院民进一支部委员。毕业于乌克兰国立哈尔科夫艺术大学, 声乐硕士, 研究生, 在读博士。惠州学院音乐学院讲师、合唱团副团长。主要从事声乐教学与演唱、声乐教学法教学工作。课题: 主持教育部产学研课题、市级、惠州学院人文社科研究多项, 指导学生参加国家级、省级、校级大学生创新创业项目多项。出版专著《声乐教学与创新》、主编《声乐教学法》。

引言

客家山歌随客家人迁徙入惠州四百余年，吸纳广府、闽南文化精华，形成兼具地域特色与民系共性的艺术形式，其中“惠阳皆歌·客家山歌”以“易学易懂、人人皆唱”的特质载入清乾隆《归善县志》，山歌2013年入选省级非物质文化遗产名录。客家山歌作为承载客家民系文化记忆的口头非物质文化遗产，在城市化与现代娱乐文化的冲击下，面临传统传承场景后置、受众群体老龄化、面临传承人断层、传播范围受限等困境。与此同时，互联网、短视频等媒介技术的普及，推动非遗传播从单一的人际传播转向跨媒介融合传播。广东省非物质文化遗产“惠阳皆歌·客家山歌”传承人廖强，深耕客家山歌传承近五十余年，累计开展各类演出2300余场、创作、录制客家山歌1000余首，覆盖线下校园、海外舞台、线上数字平台等多元场景，构建了独具特色的跨媒介传承范式，其实践经验具有重要的研究价值。

（一）理论意义

将跨媒介传播理论与非遗活态传承研究相结合，丰富非遗传播的理论维度，为口头传统艺术的跨媒介转型提供理论分析框架。

（二）实践意义

通过剖析廖强2300余场演出的实践路径与成效，提炼可复制、可推广的非遗跨媒介传承策略，助力客家山歌及同类非遗项目突破传承瓶颈。

（三）研究方法

1. 案例分析法：以廖强的2300余场演出为核心案例，分类梳理其线下、线上、文旅融合三类传播场景的实践模式与成效。
2. 田野调查法：基于对廖强的深度访谈，结合中国廖强艺术馆实地调研资料，获取一手实践数据与经验。
3. 文献研究法：梳理跨媒介传播、非遗活态传承相关学术成果，为案例分析提供理论支撑。

一、跨媒介传播与客家山歌活态传承的理论关联

（一）核心概念界定

1. 跨媒介传播：指基于不同媒介形态的特性，将同一文化内容进行差异化呈现与整合传播，实现媒介间的优势互补，进而扩大传播覆盖面、提升传播效果的传播方式，其核心在于“内容适配媒介，媒介服务内容”。

2. 非遗活态传承：区别于静态的文献记录与文物保存，强调非遗在当代社会的动态传承，通过融入民众生活、适应时代需求，实现文化基因的延续与创新。

（二）跨媒介传播与客家山歌活态传承的契合点

客家山歌的传统传承依赖口传心授的人际传播，存在时空局限与受众壁垒。跨媒介传播能够打破这一局限：线下实体媒介可还原山歌的文化场景，增强受众的沉浸式体验；线上数字媒介可突破地域限制，触达更广泛的年轻受众；文旅融合媒介则能实现文化传播与经济价值的双赢，为传承提供可持续的资金支持。三者的协同作用，是客家山歌实现活态传承的关键路径。

二、廖强客家山歌跨媒介传播的实践场景（基于2300余场演出）

上世纪七十年代初，廖强从7-8岁就喜欢在鱼塘边、水井边、田间唱歌，12岁的廖强就开始填客家山歌和皆歌，比如《大种反修蔗不吃进口糖》，当时在中小学里广为传唱。他在深圳卖猪肉、修汽车，坚持创作，代表作《沥翻歌》就是当汽修工时写的，里面“鸡公生蛋鸡嚙啼，西边日出东边落”的颠倒歌词，都

是从生活里来的智慧，近五十年的时间里创作了近1000家山歌，出版3张原创专辑CD，荣获各类奖项300百余项，拍了《梦之春》《村梦》《你怎么说》《阴影》《东江游击战》《心愿》等12部影视作品，把客家山歌文化融入影视作品里。他爱好广泛，书法、画、收藏古董及文化交流等，现在他收了不少徒弟，有数千名学员，网络传唱人数几十万，点击量快到千万了。在平台媒体发表作品800余首，全名K歌专辑189个。廖强的2300余场演出并非单一形式的重复展演，而是基于不同媒介特性的分层分类传播，涵盖线下实体媒介、线上数字媒介、文旅融合媒介三大类型，形成了全方位、多层次的传播矩阵。

（一）线下实体媒介

筑牢传承根基，还原文化场景，线下演出是廖强传播客家山歌的基础阵地，占其演出总量的60%以上，主要包括三类场景：

1. 校园普及演出：走进惠阳区日新小学、职业学校、惠州学院等百余所院校，开展童谣化山歌教学演出。针对青少年受众特点，将客家山歌改编为朗朗上口的童谣，通过互动对唱、山歌游戏等形式降低接受门槛，累计培养学员数千名，筑牢青年传承群体根基。

2. 海外文化展演：他带领惠风客家艺术团赴马来西亚、韩国、日本、美国、加拿大、泰国、菲律宾等108个国家和地区开展巡演，每年演出场次超百余场。疫情之后每年演出减少到十余场。他可以倒立唱歌、打拳唱歌、跳舞唱歌等形式表演，不仅自己创作演唱客家山歌，还可以用其他语言演唱国内外经典歌曲，他不仅以客家方言唱腔、传统四句板版式为核心，结合当地文化节庆进行展演，还可以用客家方言、白话、英语、日语等向海外华侨与国际友人传递客家文化魅力，在广州、深圳、惠州等地演

出，由于他的坚持使他的足迹遍布世界各地，实现客家山歌的跨文化传播。

3. 社区非遗展演：依托“文化和自然遗产日”“客家民俗文化节”等活动，在罗浮山、惠州城、东江边、博罗、龙门、惠州水东街、丰湖书院、客家围屋等场所开展惠民演出，年均演出超100余场。他自编自演情景剧、舞台剧、三句半、四句半、快板等各类演出贴近民众生活，还原了客家山歌田间地头、围屋庭院的传统传播场景，增强了本土民众的文化认同感。

（二）线上数字媒介

突破时空壁垒，触达年轻受众，随着数字技术的发展，廖强将演出内容数字化迁移，拓展线上传播渠道，弥补线下演出的时空局限：

1. 短视频平台展演：将线下演出片段、山歌教学视频、原创作品演唱等内容剪辑为短视频，通过团队运营的新媒体账号发布。部分作品单条浏览量超百万，累计线上“云演出”场次超1000场，触达数十万年轻受众，让客家山歌走进短视频用户的日常。

2. 音乐平台上线：将800余首原创山歌作品上传至酷狗音乐等平台，打造线上“数字歌库”，并结合KTV点播系统，让客家山歌成为民众可随时点播演唱的娱乐内容，实现从“演出曲目”到“大众文化产品”的转型。

3. 影视融合传播：将客家山歌融入《梦之春》《村梦》《东江游击战》《心愿》12部等影视作品里。影视作品的创作与拍摄，通过电影放映的媒介形式，让山歌伴随故事情节传递给更广泛的受众，拓展了山歌的传播载体。

（三）文旅融合媒介

赋能产业发展，实现可持续传承，廖强以4000平米的“中国廖强艺术馆”为核心，将山歌演出与客家文旅产业深度融合，打造“文化+旅游”的传播新模式：

1. 艺术馆沉浸式展演：在馆内设置山歌展演区，结合客家传统乐器、老物件展览，为游客提供“听山歌、看展览、体验客家文化”的一站式服务，年均接待游客近万人次，演出场次超百场。

2. 非遗墟市联动展演：参与惠州非遗墟市、乡村旅游节等活动，将山歌演出与客家美食、手工艺品展销相结合，通过“演出引流—产品销售—反哺传承”的模式，为客家山歌传承提供资金支持，实现文化传播与经济价值的良性循环。

三、廖强客家山歌跨媒介传播的核心策略

（一）内容策略

传统内核坚守与现代题材创新，廖强始终坚持“内核不变，形式创新”的内容原则。在唱腔、版式、方言等核心要素上，坚守客家山歌四句板、三句板的传统结构，确保方言咬字的准确性，保留即兴编唱的艺术特色；在题材上，突破传统农耕、爱情题材的局限，融入抗疫宣传、乡村振兴、惠州城市发展等现代内容，创作《预防冠状病毒》《请到惠州来》等作品，让客家山歌贴

近当代生活。

（二）渠道策略

线上线下协同，精准触达不同受众，针对不同受众群体的媒介使用习惯，廖强采取精准的渠道策略：针对青少年群体，以校园演出+短视频传播为主，用趣味化形式吸引关注；针对海外华侨群体，以海外巡演+影视传播为主，以乡音唤起文化共鸣；针对本土中老年群体，以社区展演+艺术馆体验为主，还原传统文化场景。线上线下渠道的协同发力，实现了受众的全覆盖。

（三）受众策略

分龄分层培育，构建多元传承群体，廖强的演出并非单向的“传播—接受”模式，而是注重受众的参与感与获得感：通过校园演出培养青少年传承者，通过艺术馆培训吸纳民间爱好者，通过海外展演发展国际传播者，构建了“青少年传承者+民间爱好者+国际传播者”的多元传承群体。同时，举办“客家山歌”才艺大赛，为受众提供展示平台，增强其参与传承的主动性。

四、廖强跨媒介传播实践的成效与困境

（一）实践成效

1. 传播半径显著扩大：从本土社区走向全国、迈向国际，客家山歌的受众从惠州本土客家人拓展至全国青少年、海外华侨及国际友人，实现了从地域文化到大众文化的跨越。

2. 传承群体不断壮大：通过校园普及与线上传播，培养了数千名青少年学员，扭转了传承群体老龄化的趋势，为客家山歌传承注入了新鲜血液。

3. 文化影响力持续提升：2300余场演出累计吸引受众超100万人次，线上作品点击量破千万，客家山歌成为惠州文化名片，其文化价值与社会价值得到双重彰显。

（二）现存困境

1. 数字传播存在流量依赖：线上短视频传播依赖平台流量算法，部分优质山歌作品因缺乏流量扶持而难以触达更多受众；同时，短视频的碎片化传播特性，导致受众难以深入理解客家山歌的文化内涵。

2. 青年传承人培养长效性不足：校园普及演出多为短期活动，缺乏常态化的教学体系支撑；部分青少年学员因学业压力等原因，难以持续深入学习山歌的即兴编唱等核心技艺。

3. 跨媒介融合深度有待加强：目前的文旅融合演出多停留在“山歌+展览”“山歌+展销”的浅层结合，尚未形成“山歌IP+文旅产业链”的深度融合模式，文化价值向经济价值的转化效率有待提升。

五、跨媒介传播视域下客家山歌活态传承的优化路径

（一）构建长效数字传播机制，突破流量依赖

1. 联合地方文旅部门与短视频平台，打造“客家山歌数字传播基地”，对优质原创作品进行流量扶持，提升传播精准度。

2. 建设客家山歌数字资源库，整合廖强等传承人的演出视

频、原创作品、教学资料，通过官方网站、文化云平台等渠道免费开放，实现文化资源的长效传播。

（二）完善青年传承人培养体系，强化传承根基

1. 推动客家山歌纳入惠州本地院校的校本课程，建立“传承人授课 + 专业教师辅导”的常态化教学机制，系统培养青少年的方言唱腔、即兴编唱能力。

2. 设立客家山歌青年传承专项基金，对优秀青年传承人给予资金支持，鼓励其开展创作与演出实践，解决传承的后顾之忧。

（三）深化文旅融合深度，打造山歌 IP 产业链

1. 以中国廖强艺术馆为核心，打造客家山歌主题文旅景区，开发山歌文创产品、沉浸式山歌剧场等项目，实现“山歌演出—文化体验—产品销售”的产业链闭环。

2. 推动客家山歌与客家围屋、乡村旅游深度融合，打造“一村一歌”特色文旅品牌，让山歌成为乡村振兴的文化引擎。

（四）强化政策支持精准性，优化传承生态

地方政府应出台针对性政策，加大对非遗跨媒介传播的扶持力度；设立跨媒介传播专项基金，支持传承人开展数字内容创

作；建立非遗跨媒介传播评价体系，将传播效果、传承群体培育等纳入评价指标，引导传承实践走向科学化、规范化。

六、结论

廖强的2300余场跨媒介演出实践，为客家山歌的活态传承提供了生动样本。研究表明，跨媒介传播并非简单的媒介叠加，而是基于非遗文化内核的精准适配与协同创新。线下实体媒介筑牢传承根基，线上数字媒介拓展传播边界，文旅融合媒介提供可持续动力，三者的协同作用是客家山歌突破传承困境的关键。尽管当前实践面临流量依赖、人才培养长效性不足等问题，但通过构建长效传播机制、完善人才培养体系、深化文旅融合深度等路径，客家山歌有望在跨媒介传播视域下实现可持续的活态传承。客家山歌的传承之路，是传统与现代的对话，也是文化与媒介的融合。未来，唯有坚守文化根脉，拥抱媒介变革，才能让这门古老的口头艺术在当代社会焕发新的生机。

参考文献

- [1] 刘晓春. 客家山歌传承的文化生态 [J]. 民俗研究, 2025(05): 12-19.
- [2] 佚名. 口头传统的跨媒介化与社区认同的动态重构——以深圳大浪的客家山歌为例 [D]. 深圳: 深圳大学, 2025.
- [3] 惠州市人民政府. 惠州市非物质文化遗产保护管理办法 [Z]. 2023-03-20.
- [4] 廖强. 客家山歌经典歌曲中华古籍出版社版本图书 2021.06.