

文化资本赋权与价值转化——潜江民歌与区域经济发展 互动耦合机制重塑及创新路径析论

张建立

江汉艺术职业学院，湖北潜江市，433100；

摘要：在当今文化经济融合发展的前沿背景下，本研究以文化资本理论为视角，通过分析潜江民歌历史文化内涵、艺术特征，揭示其作为文化资本在经济发展中的潜在价值。同时，审视当前潜江民歌在经济开发中面临的现状与问题，基于前沿理论提出创新性的发展路径，为潜江经济发展与文化遗产的深度融合提供学术依据和实践指导，助力潜江在区域竞争中凭借独特文化资源实现经济高质量发展。

关键词：潜江民歌；文化资本；经济发展；耦合机制；创新路径

DOI: 10.69979/3029-2700.24.10.015

在全球经济文化一体化发展的浪潮中，文化作为一种重要的资本要素，正日益深刻地影响着区域经济的发展路径和模式。文化资本理论为诠释文化与经济之间的关系搭建了坚实的理论架构。潜江，其独特的民间文化潜藏着极为可观的经济发展潜能。在文化与经济融合发展的时代大背景之下，深入剖析民间文化和区域经济发展的关联具备重大的学术价值和实践指导意义。

1 文化资本理论概述

文化资本理论由法国社会学家、思想家皮埃尔·布迪厄提出，他认为文化资本以三种形式存在：“具体的形式，如个体的教育、技能；客观的形式，如文化商品、书籍等；体制的形式，如学历、文凭等”^[1]。文化资本于经济活动中占据关键地位，其不但作用于生产、消费等经济行为，且能转化为经济资本，推动区域经济的增长与发展。在区域发展研究领域，文化资本理论凸显了文化资源作为特殊资本对提升区域竞争力、塑造区域特色的核心价值。

文化资本于经济活动中占据着重要地位，不仅作用于生产、消费等经济行为，且能转变为商品资本，推动地方经济的进步与发展。在地方发展研究领域，文化资本理论凸显了文化资源作为特殊资本对增强区域竞争力、打造区域特色的重要价值。

2 潜江民歌的历史文化内涵及其艺术特征

2.1 历史文化内涵

潜江民歌，其史源远流长，为楚歌遗风之典型。“流传于湖北中南部潜江市。昔在周代，潜江民歌已属《周

南》歌诗之体，位在十五国风之首，为雅乐、燕乐之主。至战国之时，屈原、宋玉之文作中所称《扬（阳）阿》者，即潜江民歌。楚汉相争，‘四面楚歌’所唱，乃潜江之《鸡鸣歌》。及于汉代，以‘艳’为名之‘楚歌’，与魏晋之‘西曲歌’”^{[2]9}，潜江民歌皆为其中重要组成部分，已于2008年列为第二批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。

潜江民歌根据不同的音乐体裁可划分为：号子、田歌、灯歌、情歌、小调等。根据不同的劳动场景可划分为：劳动号子、打碓歌、打麦歌、薅草歌等。潜江民歌作为人们在长期生产生活实践中集体智慧的结晶，自古代农耕社会绵延至近现代社会变迁的漫长历程中，始终如一条坚韧的文化脉络镶嵌其中，承载着厚重的历史信息。其发展与潜江地区的政治文化、地理历史、民俗传统、宗教信仰、价值观念等要素相互交织、彼此影响，体现了潜江地方音乐文化生态的多元化和多样性。

不同音乐体裁的潜江民歌呈现出不同的音乐表达方式。其中，号子、田歌生动展现了人们于农田生产、渔业捕捞等改造自然以创造物质财富之实践中所彰显的协作精神。因劳动场景的多样性，号子呈现出各自鲜明的特色，为彼时的生产方式勾勒出鲜活且生动的画卷，如：《打碓歌》、《数蛤蟆》、《催咚催》等。

而小调、情歌作为另一种重要体裁，深刻映射出人们在不同历史阶段的爱情观念及情感抒发模式。无论日常生活琐事的生活小调，还是倾诉男女情感的情歌小调，都细腻地呈现了人民在不同生活层面的思想情感和价值观念。此类歌曲有：《月望郎》、《回娘家》等。生

活小调以平稳亲切的旋律,犹如生活的旁白,记录着家庭生活的温馨、邻里关系的和谐等日常点滴,成为社会生活史研究的生动素材,如《嗯嗯嗯、睡阔阔》、《十月怀胎》等。情歌小调则从情感维度展现了人们在爱情世界里的心理变化,从含蓄到奔放,见证了社会文化对个体情感表达的影响,为文化心理学和音乐人类学的研究提供了丰富的内涵。

在潜江民歌体系中,灯歌与民俗文化活动紧密交织,其独特的音乐表达反映了人们在民俗庆典中的精神风貌和文化诉求。灯歌以其活泼欢快的节奏、明亮跳跃的旋律以及饱含吉祥寓意的歌词,生动展现了潜江地区民俗活动的热闹氛围和民众对美好生活的向往,如:《十许鞋》、《喇叭调》等。还有一些灯歌表现了当地的民风民俗,例如在丧葬仪式上演唱的“坐丧鼓”就是其中之一。这种灯歌通过特定的旋律和歌词,展现了当地人民在丧葬仪式中的情感表达和文化传统。它不仅是一种音乐形式,更是当地民风民俗的重要体现,承载着人们对逝者的缅怀和对生命的敬畏。在潜江的传统文化中,灯歌以其独特的艺术魅力和文化价值,成为了当地民风民俗的重要组成部分。该体裁是民俗学和音乐学交叉研究中窥视地域民俗文化心理的重要窗口。

2.2 潜江民歌艺术特征

潜江民歌以徵调式为主,这是潜江民歌在调式上的主要特点,徵调式旋律通常给人明亮、欢快之感。另外,“潜江民歌三音列结构丰富,大部分属于楚国古老的“三音列”民歌。常用有‘Sol Do Re’ ‘Mi La Do’ ‘La Do Mi’等多种形态”^{[2]20},以上三音列结构的自由交替与互相渗透,使潜江民歌的音调十分丰富,音乐性和变化性较强。

潜江民歌在节奏上表现灵活,例如在一些与劳动相关的民歌中,节奏可能会根据劳动的节奏和强度进行变化,具有很强的节奏感和韵律感,既能够体现劳动的力量感,又能够让人们在劳动中感受到音乐的乐趣。像《催咚催》这样的作品,节奏明快有力,具有很强的感染力,如《打夯号子》。而情歌、田歌等则节奏较为舒缓,更注重情感的抒发,通过细腻的节奏变化展现内心情感,如《嗯嗯嗯,睡阔阔》、《月望郎》等。

“潜江民歌根植于潜江方言,除《楚辞》的‘兮’、‘些’等楚语常用词,语言声调对音乐有重要影响。潜江是江汉平原语言声调色彩区的中心,其语言声调特征为高声为色彩音,归为语音声调中四声之阴平、去声;中音为核音,归为阳平;低音为支柱音,归为上声”^{[2]12}。

潜江民歌田园风格浓厚,能够生动地展现潜江的自然风光、风土人情和生活场景,使人仿佛置身于江汉平原的田野乡间,感受到独特的自然环境和劳动场景。

3 潜江民歌与区域经济发展的耦合机制

3.1 潜江文旅产业中的耦合及文旅吸引物的形成

“中国传统文化博大精深,源远流长。传统文化作为一种历史的存在,在社会主义现代化建设中,显示出强大的社会生命力,是民族振兴的重要根基。传统文化与经济现代化有着密切的联系,二者相辅相成,共同形成了一个和谐统一的有机整体”^[3]。潜江民歌作为地方传统文化资源之一,蕴藏着巨大的开发价值。在当前旅游市场中,游客对地方特色文化体验需求持续增长,潜江民歌凭借其独特的艺术魅力,可成为吸引游客的关键要素,进而为文化旅游产业发展注入活力。以潜江后湖返湾湖景区为例,可尝试安排民间艺人进行潜江民歌表演、演唱潜江民歌。这种特色旅游体验,不仅有助于扩大潜江民歌影响力、也有助于延长游客停留时间,从而达到提高景区经济效益的目的。其逻辑在于,通过文化资源与旅游场景的有机融合,实现文化传播与经济收益的双赢局面。

在旅游开发中,旅游品牌塑造和文化价值传递极为关键。从打造旅游品牌的角度观之,将潜江民歌元素融入旅游宣传与品牌建设是重要途径。潜江可据此打造富含文化内涵的旅游品牌,具体可围绕“潜江民歌之旅”这一主题展开。在这个过程中,需精心设计文化旅游路线和宣传用语,把潜江的自然风光、历史遗迹与民歌文化有机融合。如此一来,能够向游客有效传递潜江的地域文化价值,进而增强潜江在旅游市场中的竞争优势。文学家曹禺先生其作品蕴含的情感和潜江民歌所表达的情感具有共同点,因此,可以将曹禺文化与潜江民歌文化建立联系,在潜江开展民歌活动,宣传“听潜江民歌,游曹禺故乡”的理念,以此强化地方旅游品牌与文化价值的融合。

3.2 潜江民歌文化产品创新与市场拓展

潜江民歌可作文化产品创新的素材。在音乐产品方面,对其进行现代制作与包装,能产生高质量音乐专辑、数字音乐等。例如,潜江文化部门组织专业音乐团队对《数蛤蟆》《回娘家》重新编曲,融合传统旋律与现代元素,打造出有特色的地方歌曲并在音乐网络平台上线。另外,潜江民歌还可催生出涵盖民歌主题的手工艺品、服饰、文具等在内的文化产品。如潜江当地文化商店中,

以《打麦歌》为图案设计手帕，印上农民打麦画面与歌词片段，兼具美观与文化内涵。这些文化产物在满足消费者文化消费需要的同时，也可拓宽潜江文化产业的市场范围。

3.3 潜江民歌产业协同发展与“经济乘数效应”

潜江民歌的发展可带动相关产业协同发展，产生“经济乘数效应”。以民歌表演产业为例，其发展能促进餐饮、住宿、交通等配套产业繁荣。例如潜江举办大型民歌艺术节时，周边酒店入住率大幅提高，餐饮企业推出地方特色美食套餐吸引游客。此外，文化产品生产与销售涉及原材料供应、设计、营销等多环节，形成完整产业链，推动区域经济整体发展。当地手工艺品制作工坊为满足民歌主题文化产品生产需求扩大规模，雇佣更多当地居民，提高居民收入。

4 潜江民歌开发与利用之现状和问题

当下，潜江在文旅开发中已经开始重视潜江民歌元素的融合。在一些旅游节庆活动和景区中，能够看到民歌表演的身影。例如，潜江龙虾节演出，潜江乡镇民间文化艺术展演，潜江非遗传承展演等活动均设置了潜江民歌表演环节，为观众营造具有地方特色的视听盛宴，丰富了游客的文化体验，增强了潜江文旅的内涵与魅力。这种将民歌表演融入文化活动的实践，对于传承和弘扬潜江民歌、促进文化产业融合发展具有积极意义。

然而，在潜江民歌的经济开发过程中，对其文化内涵的挖掘还不够深入。不论是旅游表演或是文化产品设计，还停留于表面形式，未能体现潜江民歌所承载的历史文化内涵。这导致游客和消费者对潜江民歌的理解和体验不够深刻，难以形成持久的文化吸引力。例如，在民歌表演中只是简单地演唱，没有对歌曲的背景、所反映的民俗文化进行讲解，游客只是听个热闹。

其次，潜江民歌的创新力存在明显不足。在旅游表演形式上，缺乏与现代科技和艺术形式的融合，表演形式较为单一。在文化产品设计方面，产品种类相对较少，设计风格缺乏新意，无法满足消费者多样化、个性化、现代化的需求。比如，民歌表演还处于传统的舞台演唱形式，没有利用多媒体、虚拟现实等技术增强观众的体验感。

然后，潜江民歌在市场上的知名度和影响力还十分有限，市场推广力度亟待加强。在宣传渠道方面，主要依赖本地的旅游宣传和一些传统媒体，没有充分利用新媒体平台进行广泛的宣传。

此外，缺乏有效的市场推广策略，没有针对不同的目标市场和消费群体进行精准营销。例如，在社交媒体上关于潜江民歌的宣传内容较少，没有形成话题热度，无法吸引更多外地游客和年轻消费者。

最后，潜江民歌与其他产业之间的协同发展机制尚不完善。在文化旅游和文化产业发展中，与相关产业的联动不足，没有形成有效的产业集群。例如，民歌表演与旅游景区、酒店、交通等环节之间缺乏紧密的协调和合作，影响了整体的旅游体验和经济效益。酒店没有针对民歌表演推出相应的住宿套餐，交通部门没有根据民歌活动安排增加临时的公共交通运力。

5 潜江民歌促进经济发展的创新路径

5.1 深化文化内涵挖掘与体验式产品开发

第一，深入研究潜江民歌的历史文化背景，挖掘其中的故事和传说，将其融入旅游表演和文化产品设计中。例如，为每一首经典民歌编写背后的故事，在表演时通过讲解或多媒体展示的方式呈现给观众，使游客在欣赏民歌的同时能够了解其文化内涵，增强体验感。比如表演“情歌对唱”类的民歌，可以讲述青年男女在河边、树林中以歌传情的故事。

第二，体验式文化旅游产品开发打造更多体验式文化旅游产品，让游客参与到潜江民歌的创作和表演中。比如，开设民歌体验工坊，游客可以在艺人的指导下学习潜江民歌的演唱，甚至参与民歌的改编和创作。此外，可以组织民歌主题的民俗活动，如民歌大赛、民俗婚礼等，让游客亲身体验潜江民歌在民俗文化中的重要地位。举办“民歌创作大赛”，邀请游客和本地居民共同参与，对优秀作品进行奖励，并将优秀作品纳入旅游表演曲目。

5.2 提高潜江民歌创新能力、拓宽其市场空间

第一，创新旅游表演形式与技术融合。运用现代科技手段，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，创新潜江民歌的旅游表演形式。例如，通过VR技术让游客身临其境地感受潜江民歌所描绘的历史场景，或者利用AR技术在民歌表演现场增加互动环节，将虚拟的舞蹈演员与现场艺人共同表演。同时，可尝试将不同的音乐元素融入潜江民歌，创作出符合年轻人审美的表演形式。比如在表演《劳动号子》时，融入现代音乐的节奏，增强表演的感染力。

第二，多样化文化产品设计与市场拓展。加大对潜江民歌衍生文化产品的设计创新力度，拓展产品种类和

市场空间。可以与时尚品牌合作,设计以潜江民歌为主题的时尚服饰系列;与家居品牌合作,开发具有民歌文化元素的家居装饰品。

第三,利用网络媒体提升潜江民歌影响力。开展潜江民歌线上活动,扩大潜江民歌文化产品的市场覆盖范围。例如,通过邀请歌唱家、网红演唱潜江民歌,或与某知名时尚品牌合作推出印有潜江民歌图案的T恤和牛仔褲,通过线上直播、网红推荐等方式进行扩大宣传。

5.3 加强潜江民歌市场推广与品牌建设

第一,整合各类新媒体资源,制定全面的市场推广策略。利用社交媒体平台,如微信、微博、抖音等,创建潜江民歌官方账号,定期发布精彩的民歌表演视频、文化产品介绍、旅游攻略等内容,吸引粉丝关注。同时,通过大数据分析等手段,了解目标市场和消费群体的需求和偏好,进行精准营销,提高市场推广效果。例如,在抖音上发起“潜江民歌之美”挑战,邀请用户拍摄与潜江民歌相关的短视频,提高话题热度。

第二,增强国际国内文化交流与文化品牌提升,积极参与国际国内的文化交流活动,提升潜江民歌的影响力。组织潜江民歌表演团队参加国内外的民俗文化节、艺术展览等活动,展示潜江民歌的独特魅力。与其他地区的文化机构和艺术团体开展合作交流,举办联合演出和文化活动,扩大潜江民歌国际国内影响力。例如,选派潜江民歌表演团队参加国际民俗文化节,与国外的民间艺术团体进行交流演出,让更多国际友人了解潜江民歌。

5.4 完善协同发展机制与产业集群建设

第一,搭建产业协同发展平台,构建一个有政府、企业、文化机构等多方参与其中的产业协同发展架构,强化潜江民歌和旅游、餐饮、住宿、交通等相关产业通过平台所进行的沟通,整合资源,达成信息共享,推动产业间的协同共进。比如,旅游企业能够依据民歌表演的日程和场所,科学规划旅游线路并安排交通接送;餐饮商家可以推出和民歌文化相关联的特色菜肴。在网络

平台上,旅游企业发布民歌演出的时间安排,交通企业依照需求调整公交线路并增加临时车辆。

围绕潜江民歌文化产业,培育和发展文化产业集群。吸引更多的文化企业、创意工作室、民间艺人等汇聚潜江,产生产业集聚效应。在产业集群内,倡导企业间开展合作与创新,共用资源和技术,削减成本,提高效率,共同推动潜江民歌文化产业的繁荣发展。政府可以提供优惠政策,吸引文化产业相关企业入驻,如减免租金、税收优惠等,同时组织企业之间的交流活动,促进合作。

6 总结

从布迪厄“文化资本论”视角观之,潜江民歌蕴含丰富的文化资本。在文化经济融合发展的趋势下,潜江民歌作为一种独特的文化资本,与潜江地方经济发展存在着密切的耦合关系。通过深入挖掘潜江民歌的历史文化内涵和艺术特色,本文揭示了其在文化旅游和文化产业发展中的潜在价值。然而,当前潜江民歌在经济开发过程中面临着诸多问题,需要从深化文化内涵挖掘、提升创新能力、加强市场推广和完善协同发展机制等方面入手,通过这些措施的实施,有望充分发挥潜江民歌在区域经济发展中的作用,实现文化传承与经济的双赢,提升潜江在区域竞争中的优势,为潜江可持续发展注入新的活力。

参考文献

- [1]朱伟钰:《布迪厄“文化资本论”之研究》[M].北京:经济日报出版社.2007.
 - [2]潜江民歌编委会:《潜江民歌》[M].北京:中国文史出版社.2010.
 - [3]李远洲.浅析中国传统文化与经济现代化的关系[J].才智,2011,(5):176.
 - [4]约翰·梅纳德·凯恩斯.《就业、利息和货币通论》[M].伦敦:麦克米伦出版社,1936:68.
- 作者简介:张建立(1982—),男,河南商丘人,江汉艺术职业学院讲师,民族音乐学博士,研究方向:民族音乐学。