

民族文化

传播研究

李丽芳、邱昊、谢晓霞 / 编著

● 民族服饰

● 民族建筑

● 民族语言

● 民族艺术

● 民族宗教

● 民族手工艺

● 民族影视

● 新媒体与少数民族文化

民族文化传播研究

李丽芳、邱昊、谢晓霞 / 编著



人 民 大 学 出 版 社

责任编辑:李 惠

装帧设计:雅思雅特

图书在版编目(CIP)数据

民族文化传播研究/李丽芳 邱昊 谢晓霞 编著. —北京:人民出版社,2017.3

ISBN 978-7-01-016066-5

I. ①民… II. ①李…②邱…③谢… III. ①民族文化-文化传播-研究

IV. ①G03

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 068178 号

民族文化传播研究

MINZU WENHUA CHUANBO YANJIU

李丽芳 邱昊 谢晓霞 编著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京毅峰迅捷印刷有限公司印刷 新华书店经销

2017 年 3 月第 1 版 2017 年 3 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:18

字数:250 千字

ISBN 978-7-01-016066-5 定价:45.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

序 言

当一种物质存在于另一种物质内部时，后者就是前者的介质，也可以称之为媒介，介质是民族文化的存储器，具有传递文化信息的功能。

我国各少数民族在漫长的生活生产实践中孕育了丰富多彩的建筑、服饰、语言、艺术、宗教、手工艺等文化，它们表征着丰富的符号意义，抑或传承着少数民族的历史，抑或在新时期、新的语境中传递着新的信息。少数民族的建筑、服饰、语言、艺术、宗教、手工艺等作为少数民族文化的传播介质，在无声地传播着各民族丰富的文化的同时，也建构着少数民族的社会关系和社会传播网络，更重要的是建构着他们的集体记忆。

本书从一个侧面选取了少数民族建筑、服饰、语言、艺术、宗教、手工艺等少数民族文化的传播介质来进行关注，意在探讨这些介质作为一种特殊的符号怎样来表征少数民族文化的意义，并在少数民族的生产生活中进行意义的传播和建构。

文化不是个体特征，它们只能存在于社会之中。生活在某个区域内的民族，创造出与自己文化相一致的物质形式。在少数民族建筑、服饰、语言、艺术、宗教、手工艺等民族文化传播介质中，我们选取物质形式中的典型代表——少数民族建筑这种民族文化传播介质来进行简单的分析：人们的需求和价值观念都能通过建筑反映出来，各个民族特定的空间和地理位置始终与文化的维持密切相关，这些文化内容不仅涉及表面的象征意义，而且包括了人们的生

活方式。建筑空间的安排，背后有机制的作用与社会结构的基础。在实践过程中，人们把愿望、欲求、理想、感情凝结在对象之中，改变且完成了空间的自然属性，空间因此不再是客观中立的存在，而是一种具有表征意义的“人化的自然”。因此，对空间的实践实际上是对文化的实践创造。建筑的形成过程包含了人们深层次的需求和诸多社会元素，因此建筑本身就是一种文化，包含了人类的思想观念和价值观念。同时，建筑作为人类实践活动的产物，也是文化传播的介质。建筑的设计者和建造者在对它进行想象的时候，就已经明确了建筑的造型、功能和象征意义。因此，建筑动态地反映了特定区域内的文化变迁，携带着大量的符号信息，表征着诸多的文化意义。正如麦克卢汉所说“媒介即讯息”，媒介本身的变化就是一种文化再生成的过程。列斐伏尔认为空间是生产的，建筑对文化的传播实际上是空间的再生产过程，也是文化的再生过程。

少数民族的服饰、语言、艺术、宗教、手工艺等少数民族文化传播介质在表征、传播和建构少数民族文化时的道理是一样的。

中华民族是由五十六个民族组成的，各个民族都有着自己独特的族群文化，文化的多元性伴随着文化的不平衡性。很多少数民族由于经济和技术的落后，被隔离在现代文明之外，但他们的文化却是独特的，既有着原始的一面，又有着丰富性和多样性的一面。因此本书还对在现代化进程中，尤其是现代媒体作为浸润性元素渗入我们生活的今天，少数民族文化作为一种弱势文化、非主流文化，由于传播途径单一、传播手段的落后，处于一种被动的局面进行了关注。本书最终的立足点是文化安全，对少数民族文化在现代化进程中的传承和保护提出了一些思考。

编著者

2015年11月

目 录

第一章 民族文化传播研究的基础理论与视点	1
第一节 “传播”的概念及其发展	1
一、关于“传播”	1
二、“传播”“交通”与“通讯”	3
三、“传播”的历史演进	3
四、传播与社会的发展	4
第二节 传播学学科的建立与发展	5
一、关于传播学	5
二、传播学的建立	9
三、大众传播	14
第三节 民族文化传播	19
一、对“文化”的认识	19
二、对“民族”和“民族文化”的认识	20
三、民族文化传播的功能	22
第四节 民族文化中的符号与传播	23
一、对“符号”意义的探讨	23
二、符号与文化	25
三、符号与民族文化传播	27

第五节 民族文化传播学	31
一、民族文化传播学的学科价值	31
二、民族文化传播学的基本视角	32
三、民族文化传播学类型描述	32
四、民族文化传播中的文化安全思考	37
第二章 民族建筑文化传播	39
第一节 建筑·文化·传播	39
第二节 少数民族建筑与空间生产	41
一、少数民族建筑的空间生产	44
二、少数民族建筑的空间语言	48
第三节 少数民族建筑作为一种传播介质	49
一、建筑作为传播介质	49
二、少数民族建筑作为传播介质的传播特征	51
三、少数民族建筑作为传播介质的建构功能	53
第三章 民族服饰文化传播	63
第一节 少数民族服饰符号传播介质元素	63
一、色彩介质元素	64
二、材料介质元素	65
第二节 少数民族服饰符号传播介质元素的编码与编码规则	66
一、少数民族服饰符号传播介质元素的编码	66
二、少数民族服饰符号传播介质元素的编码规则	67
三、神圣服饰与世俗服饰的编码	69

第三节 少数民族服饰符号传播介质元素编码的集合过程·····	72
一、介质元素、规则和工艺·····	72
二、传播介质元素的编码原则·····	73
三、服饰符号传播介质元素编码规则的价值·····	74
第四节 少数民族服饰符号传播介质元素编码规则的执行者·····	75
第五节 少数民族服饰符号传播介质元素的译码·····	76
一、少数民族服饰是一种表征族源、族群的识别符号·····	76
二、少数民族服饰是文化认同的基石·····	77
三、少数民族服饰体现民族精神·····	78
四、服饰符号的变异性问题·····	79
第四章 民族语言文化传播·····	80
第一节 语言与文化传播中的民族语言·····	80
一、关于“语言”·····	80
二、文化传播中的民族语言·····	83
三、语言承载的民族文化·····	87
第二节 少数民族的神话、史诗与传说·····	88
一、神话·····	88
二、史诗·····	90
三、传说·····	90
第三节 文字符号与民族文化传播·····	91
一、纳西族东巴图画文字的文化传播——一个个案·····	91
二、图画文字的表意系统和表意空间·····	97

第五章 民族艺术文化传播	102
第一节 民族艺术文化传播的要素	102
第二节 民族艺术文化传播介质描述	104
一、民族绘画艺术	104
二、剪纸艺术	107
三、民族乐舞艺术	108
第三节 民族乐舞符号意象	111
一、关于乐舞的起源	111
二、乐舞中的性意识	114
三、乐器符号与性暗示	116
四、乐舞文化的内在意象层 ——以纳西族乐舞为例的分析	121
第六章 民族宗教文化传播	126
第一节 宗教与传播——新兴的交叉学科	126
一、“宗教”和“民族宗教”	126
二、传播——宗教文化交流的新视角	132
第二节 宗教的传播——神圣向世俗的转换	137
一、部落的巫术与神秘图腾	137
二、城邦间的宗教对话	144
三、地球村中的众神狂欢	149
第三节 传播的宗教取向	154

第七章 民族手工艺文化传播·····	159
第一节 民族手工艺的文化传播意义·····	159
第二节 陶石工艺的文化传播·····	161
一、陶制品介质文化传播·····	161
二、石介质文化传播·····	165
第三节 民族木雕、造纸手工艺文化传播·····	167
一、木雕介质文化传播·····	167
二、手工造纸介质文化传播·····	169
第四节 民族金属制品手工艺文化传播·····	171
一、银器工艺介质文化传播·····	172
二、斑铜工艺介质文化传播·····	173
三、锡工艺介质文化传播·····	174
四、铁工艺介质文化传播·····	176
第五节 民族纺织工艺文化传播·····	178
第六节 对民族手工艺文化传播和发展的思考·····	181
一、在认知自我和调整自我中寻找生存与发展之路·····	182
二、在顺应发展规律的同时保有自身的 工艺精髓及其符号·····	184
第八章 民族影视文化传播·····	186
第一节 民族影视文化传播的嬗变·····	186
一、“民族影视作品”概念界定·····	186

二、民族影视文化传播的历程描述·····	187
第二节 民族文化传播与民族影视发展的相互推动·····	193
一、民族文化：民族影视传播的灵魂·····	194
二、民族影视编码特质对民族文化的影响·····	197
第三节 民族影视对民族文化的传播·····	199
一、“十七年”时期民族影视对民族文化的传播·····	199
二、20世纪70年代末至90年代末民族影视 对民族文化的传播·····	204
三、新世纪以来民族影视对民族文化的传播·····	209
第四节 民族影视在传播民族文化中面临的困境·····	213
一、民族影视制作和运行机制决定民族文化传播的内容··	213
二、民族影视对民族文化的传播有局限性·····	213
三、民族影视传播的民族文化内容受多种因素制约·····	214
四、受众数量直接决定民族影视的传播效果·····	215
第九章 新媒体与少数民族文化传播·····	217
第一节 何谓新媒体·····	217
一、“新媒体”概念界定·····	217
二、新媒体的特征·····	218
三、新媒体的传播特性·····	219
第二节 新媒体在民族文化传播中的运用·····	220
一、互联网新媒体·····	221
二、手机新媒体·····	228
三、电视新媒体·····	230

第三节 新媒体在民族文化传播中的价值思考·····	233
一、整和的传播力与“碎片化”效果·····	233
二、被激活的“网上民族文化”与 被不当消费的“明信片”·····	234
三、虚拟社群的凝聚力与变异的网络地方民族主义·····	235
第十章 民族文化传播与文化安全·····	237
第一节 对“民族文化安全”的认识·····	237
一、文化安全及少数民族文化安全·····	237
二、民族认同与少数民族文化安全·····	240
三、民族文化生态与少数民族文化安全·····	244
四、民族文化软实力与少数民族文化安全·····	248
第二节 信息时代的少数民族文化安全·····	251
一、大众传媒与少数民族文化安全·····	251
二、隐性文化侵略与少数民族文化安全·····	256
第三节 维护少数民族文化传播中文化安全的思考·····	259
一、从国家层面建立少数民族文化安全预警系统·····	259
二、加大少数民族文化的传播力度·····	260
三、促进少数民族文化的本土化传播·····	261
四、培养少数民族的文化自觉意识,创新民族文化·····	261
五、对少数民族文化遗存形态进行保护·····	262
六、对少数民族文化资源进行合理的产业开发·····	263
参考文献·····	265
后 记·····	276

第一章 民族文化传播研究的基础理论与视点

第一节 “传播”的概念及其发展

一、关于“传播”

关于民族文化传播的研究与探讨，不可避免的就是如何理解“传播”这个基本概念。传播概念的确定，对于我们之后的民族文化传播研究对象和基本问题范畴的明确有着重要的指导意义。在传播学还未作为学科正式确立之前，各个领域的学者已经从不同的角度对“传播”进行了学术思考。

“传播指的是人与人的关系赖以成立和发展的机制——包括一切精神象征及其在空间中得到传递、在时间上得到保存的手段。它包括表情、态度和动作、声调、语言、文章、印刷品、铁路、电报、电话以及人类征服空间和其他任何最新成果。”^①

——美国社会学家库利《社会组织》

“直接传播某种观念的唯一手段是像（icon）。即使传播最简单

^① Cooley, Charles Horton, *Social Organization: A Study of the Larger Mind*, Charles Scribner's Sons, New York, 1929, p.45.

的观念也必须使用像。因此，一切观点都必须包含像或像的集合，或者说是由表明意义的符号构成。”^①

——美国学者皮尔士《思想的法则》

当我们从事传播的时候，也就是在试图与其他人共享信息——某个观点或某个态度……传播至少有三个要素：信源、讯息和信宿。^②

——美国传播学家施拉姆《传播是怎样运行的》

可见，库利和皮尔士分别从社会学与符号学的角度阐释了“传播”的概念：传播是一种通过符号或者象征手段而进行的社会互动。随着信息科学的发达，施拉姆把信息的概念也引入到传播学研究当中，从信息学角度拓展了传播的视野。在此，我们将以上社会学、符号学以及信息科学对“传播”范畴的理解进行融合：传播，是社会信息的传递或社会信息系统的运行。^③

传播作为人与人、人与群体、群体与群体之间的社会信息交往，在民族文化传播中实质上是一种传递文化信息符号互动的过程。传播是一种历史的行为、文化的行为。民族文化传播研究，是在对民族文化文本、符号的信息内涵进行疏理、考证的基础上，解读历史信息，解读信息传递。思考这种历史的、文化的传播行为是怎样进行的？这种传播行为同少数民族的生活、生产是一种怎样的关系？我们怎样通过历史的、文化的信息去了解民族的生存状态？他们以什么样的传播介质来进行不同信息的传播？当下，我们要通过现代媒介进行民族文化展示时，应该怎样进行介质转换？……所

① Peirce, Charles Sanders, *The Law of the Mind, Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Vol. 3, Harvard University Press, Cambridge, 1933, p. 396.

② 参见Schramm, Wilbur, *How Communication Works, The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana, 1954.

③ 郭庆光：《传播学教程》，中国人民大学出版社2011年版，第10页。

有这些问题都指向了传播学。

二、“传播”“交通”与“通讯”

“传播”一词出自于英语communication。communication的拉丁词源是communi，意思是建立“共同性”。传播最普遍的解释就是信息、意见、经验、态度，由一方传递给另一方。而作为延伸意义，也包含从一个地方传递到另一个地方的意思。另外，传播也指今天的大众传播媒介，即报纸、杂志、广播、电视以及新兴媒体，反映着一种新的科技发明。

仔细分析communication的表层意义就会发现有两个共同的要素贯穿其中：一是“人”，二是“信息”。也就是说，两层意义都关系到了人际间通过现代科学技术的信息传播。这里要强调的是，宇宙间的万事万物，无不产生信息，无不在进行着传播，而我们这里的研究是人与人之间的信息传播，不是人与物或物与物之间的传播。

从严格的意义上讲，将communication一词译为“传播”并不恰当。因为从现代信息学的角度来看，信息体现为某种关系时，应该是双向的。而“传播”却只意味着由信源到信宿，无互惠反馈的意义。其实，“交通”与“通讯”至少都说出了“通”的含义，应该说比“传播”更为准确。但“交通”因长期使用，特指某一实体从一地被送到另一地，使人仅仅联想到车、船、飞机等运载工具。而“通讯”又似乎专指电话、电报等电讯工具。此外，“传讯”也已经被定位为法律术语。所以，在这种情况下，只能用“传播”这一旧名词，但同时赋予它新的意义，代表信息来往互通的过程。

三、“传播”的历史演进

传播是一种非常古老的社会现象。从人类形成之日起就试图建立起种种形式的人与人、人与部落、部落与部落之间的关系。早期人类为了相互沟通与获得信息，已经知道使用各种简单的动作与声

音进行思想和某种意图的表达。如果说人类自其产生之日起就有了信息,那么也就有了传播,只是在手段、速度、距离上与现代存在差异而已。

语言的诞生使人类文明进入了一个新的发展阶段,之后文字的产生为信息的传递提供了表达的载体,并为间接传递信息创造了条件,初步突破了对信息传递的时空限制,扩大了人与人之间的交际范围。造纸技术的发明和使用,为文字提供了理想的物质载体,无论是对信息的存储,还是对信息的传播,都具有划时代的意义。其后印刷技术的发明与使用,不但延伸了人类信息的传播功能,同时也使信息传播真正地获得了社会性,大大增加了信息传播的广度与深度。特别是到了20世纪的后半叶,现代电子技术的飞速发展,终于将人类送入了信息时代,并预示着一场人类新的传播革命的到来。

四、传播与社会的发展

施拉姆认为,媒介就是媒介,信息就是信息,两者互不影响。各种研究成果也表明,媒介与信息之间的影响差异很大。比如,一些重大新闻是经过各种媒介进行信息传递的,但其价值更多地体现为信息本身的价值,媒介的价值往往被弱化。这与麦克卢汉“媒介即信息”的观点有所不同,麦氏的观点着重强调了媒介本身在信息传播过程中以及在人类信息传播历程中的重要作用。

麦克卢汉的另一个关于“地球村”的论点可谓充满了浪漫情调。他认为,电视和卫星等技术的出现使地球变得“越来越小”,人类已经跨越了空间和时间的限制,信息在瞬间即可传送到世界的各个角落,“村民”之间的信息传播和思想交流变得极为方便。“地球村”的出现不仅改变了人体感官的功能,还有效地改变了人类的观念和生活方式。传统的时空观念受到了冲击,个体的视野跨越了国界,人类在进一步相互了解的同时,彼此之间的依赖性也更强。这一现象也为一国经济向世界性经济转变的趋势提供了条件,传统的

生产与经营方式受到冲击,宣告着一个改革与发展的时代的到来。

另一位科学技术决定论者布热津斯基虽然也认为“科技电子革命”是当今世界的最大变革,但却认为“地球村落”是紧张、激动、支离破碎的“世界都市”——现代传播技术带给人们的是一连串不连贯、孤立的却又令人关注的事件,人们对事物感到迷惘,印象肤浅。

毫无疑问,新的传播技术是具有超越性的,它既极大地增加了信息的传递量,又促进了信息的多元化,更赋予了社会公众更大的选择权利,并随时提供反馈。传播技术能够成为社会发展的有力支持,但同时也可能产生负面的影响。就信息的接收来说,也不是全社会完全平等的,社会在产生经济贫富不均的同时,也生产着信息的贫富不均,造成文化上的鸿沟。特别是在传播技术飞速发展的今天,在“信息爆炸”的时代,这一鸿沟将进一步加深。就我国目前的情况来看,富裕地区同贫穷地区相比,除自身经济发展的差距外,对于信息的占有状况也同样存在极大差距。我们经常说,由于信息的不灵通,造成某一地区经济发展缓慢,正是对这一观点的最好说明。

第二节 传播学学科的建立与发展

一、关于传播学

我们是传播的动物,传播渗透到我们所做的一切事情中。它是形成人类关系的材料。它是流经人类全部历史的水流,不断延伸我们的感觉和我们的信息渠道。^①

——[美]威尔伯·施拉姆 威廉·波特

^① [美]威尔伯·施拉姆、威廉·波特:《传播学概论》,何道宽译,中国人民大学出版社2010年版。