

Folk
Art




Design

民俗艺术符号

胡继艳 / 著

与现代视觉传达设计


Folk Art
and
Design

 中国纺织出版社有限公司

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

民俗艺术符号与现代视觉传达设计

胡继艳 著

 中国纺织出版社有限公司

内容提要

全文共分为四章，从最基础的理论展开，包括民俗、民俗艺术、民俗艺术符号以及视觉传达设计的基本概念及功能等。而后将民俗艺术符号涉及的各个领域进行细致的分述，包括传统节日中的民俗艺术符号、装饰环境中的民俗艺术符号、衣饰穿戴中的民俗艺术符号等。最后一章是民俗艺术符号在现代视觉传达设计中的表达，通过若干小节的解析，给读者呈现一个本土化气息浓厚的、现代时尚的视觉设计作品。

图书在版编目（CIP）数据

民俗艺术符号与现代视觉传达设计 / 胡继艳著. --
北京 : 中国纺织出版社有限公司, 2019.11
ISBN 978-7-5180-6928-6

I. ①民… II. ①胡… III. ①民间艺术 - 应用 - 视觉
设计 - 研究 IV. ①J062

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第237369号

责任编辑：刘 茸 责任校对：寇晨晨
装帧设计：胡继艳 责任印制：王艳丽

中国纺织出版社有限公司出版发行
地址：北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码：100124
销售电话：010—67004422 传真：010—87155801
<http://www.c-textilep.com>
中国纺织出版社天猫旗舰店
官方微博<http://weibo.com/2119887771>
长春市昌信电脑图文制作有限公司 各地新华书店经销
2019年11月第1版第1次印刷
开本：787×1092 1/16 印张：13
字数：200千字 定价：59.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

前 言

中国的民俗艺术拥有其独特的文化内涵和独特的文化形式，继承了东方艺术永恒的根本，丰富了人们的生活。它是祖国文化重要的一部分，深深地扎根于人们的心中。由于我国文化中心不断迁移，民间艺术呈现出了多元化、多层次感。

符号是民俗文化的表象，掌握某一民族文化，应是掌握该文化的符号体系，而起始阶段，只能是一个个地识记该文化的个别符号，而后通过符号的积累，才能对整个符号体系有所把握。在人类社会普遍的交流活动中，每一个信息都是用符号构成的。当人们接收到某种民俗信息时，立即会经过听觉、视觉或其他感觉收取到一个可以直观或直感的东西。

将民俗艺术符号与现代视觉传达设计相融合，有利于从西方的观念和束缚中剥离出来，对民俗文化艺术的重新清理，有利于建立自己的本土化的美学意义，形成设计民族化、风格化、多元化的格局。从中国民俗传统文化中寻找设计创作的新空间，以包容的态度对待设计上的各种问题和新出现的各种不同的设计理念和手法，创造出当代设计艺术的新语境。

全文共分为四章，从最基础的理论展开，包括民俗艺术、民俗艺术符号以及视觉传达设计的基本概念及功能等。而后将民俗艺术符号涉及的各个领域进行细致的分述，包括传统节日中的民俗艺术符号、装饰环境中的民俗艺

术符号、衣饰穿戴中的民俗艺术符号和表演艺术中的民俗艺术符号。最后一章是民俗艺术符号在现代视觉设计中的表达，通过若干小节的解析，给读者呈现一个本土化气息浓厚的视觉设计盛宴。

在编写过程中，作者参考借鉴了一些专家学者研究成果和资料，在此特向他们表示感谢。由于编写时间仓促，编写水平有限，不足之处在所难免，在此敬请谅解，恳请专家和读者提出宝贵意见。

目 录

第一章 概念的界定	1
第一节 民俗与民俗艺术	1
一、民俗	1
二、民俗艺术	3
第二节 符号、民俗艺术符号与视觉传达设计	13
一、符号、民俗艺术符号	13
二、视觉传达设计	16
第二章 民俗艺术符号的生成与特征	34
第一节 民俗艺术符号的生成	34
一、自然环境	34
二、社会环境	35
第二节 民俗艺术符号的特征	36
一、风俗性	36
二、象征性	40
三、群体性	42
四、地域性	44
五、传承性	46
第三节 民俗艺术符号的功能与价值	49
一、民俗艺术符号的功能	49
二、民俗艺术符号的价值	61

第三章 民俗艺术符号	65
第一节 传统节日中的民俗艺术符号	65
一、春节	65
二、元宵节	93
三、清明节	121
四、端午节	125
五、七夕	130
六、中秋节	133
七、重阳节	137
第二节 装饰环境中的民俗艺术符号	140
一、剪纸	140
二、年画	151
三、泥塑	160
第三节 衣饰穿戴中的民俗艺术符号	162
一、刺绣	162
二、印染	167
三、绳结	169
第四节 表演艺术中的民俗艺术符号	172
一、脸谱	172
二、木偶	174
三、皮影	175
第四章 民俗艺术符号在现代视觉设计中的表达	181
第一节 标志设计	181
第二节 海报设计	183
一、民俗图案中的“寓意”要素在海报设计中的应用	183
二、海报设计实例解析	185
第三节 书籍装帧设计	188
一、传统民俗元素作为书籍装帧元素的符号结构	188
二、民俗文化符号的装帧语义转化	189
三、民俗文化符号的装帧语用转化	191

第四节 包装设计	193
一、地域文化符号与现代包装设计	193
二、地域文化符号在现代包装设计中的运用	194
三、设计实例分析	196
第五节 服装设计	198
一、传统符号在服装款式造型上的体现	198
二、民族传统色彩元素分析	200
三、民族传统服饰中面料元素	202
四、民族传统服饰图案元素	203
第六节 文化创意设计	205
一、创意设计思路	205
二、创意设计策略	211
参考文献	219

第一章 概念的界定

第一节 民俗与民俗艺术

一、民俗

1. 概念

民俗又称民间文化，是指一个民族或一个社会群体在长期的生产实践和社会生活中逐渐形成并世代相传、较为稳定的文化事项，可以简单概括为民间流行的风尚、习俗。

2. 由来

民俗是人民传承文化中最贴切身心和生活的一种文化——劳动时有生产劳动的民俗，日常生活中有日常生活的民俗，传统节日中有传统节日的民俗，社会组织中有社会组织民俗，人生成长的各个阶段也需要民俗进行规范。结婚时人们需要有结婚典礼或仪式来求得社会认同。在人的精神意识领域也有民俗，许多生活中的禁忌就是如此。

民俗，顾名思义，它深植于民间，植根于集体，在时间上，人们一代代传承它，在空间上，它由一个地域向另一个地域延伸，比如压岁钱的风俗年年如此，而且各地盛行就是例证。

当然，民俗也不是铁板一块，它在传承的过程中也会出现各种不同的版本，不然为什么过年时北方吃饺子，南方却吃年糕呢？

民俗学家们把这种现象称为“民俗的变异”。虽然民俗常常因为时过境迁而不断改变，却自有分明的类型或模式，南方的吊脚楼与北方四合院就是两种不同类型民居建筑。

民俗就是这样一种来自于人民，传承于人民，规范人民，又深藏在人民的行为、语言和心理中的基本力量。我们置身其间却不为其所累，甘愿接受这种模式性规范的保护。

3. 属性

民俗的根本属性是模式化、类型性，并由此派生出一系列其他属性。模式化的必定不是个别的，自然是一定范围内共同的，这就是民俗的集体性：民俗是群体共同创造或接受并共同遵循的。

模式化的必定不是随意的、临时的、即兴的，而通常是可以跨越时空的，这就是民俗具有传承性、广泛性、稳定性的前提：一次活动在此时此地发生，其活动方式如果不被另外的人再次付诸实施，它就不是民俗；只有活动方式超越了情境，成为多人多次同样实施的内容，它才可能是人人相传、代代相传的民俗。另外，民俗又具有变异性。民俗是生活文化，而不是典籍文化，它没有一个文本权威，主要靠耳濡目染、言传身教的途径在人际和代际之间传承，即使在基本相同的条件下，它也不可能毫发无损地被重复，在千变万化的生活情境中，活动主体必定要进行适当的调适，民俗也就随即发生了变化。这种差异表现为个人的，也表现为群体的，包括职业群体的、地区群体的、阶级群体的，这就出现了民俗的行业性、地区性、阶级性。如果把时间因素突出一下，一代人或一个时代对以前的民俗都会有所继承，有所改变，有所创新。这种时段之间的变化就是民俗的时代性。

4. 分类

（1）物质生活民俗

- ①生产民俗（农业、渔业、采掘、捕猎、养殖等物质资料的初级生产方面）。
- ②工商业民俗（手工业、服务业和商贸业等物质资料的加工服务方面）。
- ③生活民俗（衣、食、住、行等物质消费方面）。

（2）社会生活民俗

- ①社会组织民俗（家族、村落、社区、社团等组织方面）。
- ②岁时节日民俗（节期与活动所代表的时间框架）。
- ③人生礼俗（诞生、生日、成年、婚姻、丧葬等人生历程方面）。

（3）精神生活民俗

- ①游艺民俗（游戏、竞技等娱乐方面）。
- ②民俗观念（诸神崇拜、传说、故事、谚语等所代表的民间精神世界）。

二、民俗艺术

1. 概念

民俗艺术是人类创造、享用，并在群体中流行的文化事象，具有社会性、传承性、民族性、地域性、变异性等特征。

民俗艺术是指民间形成的非实用的、可供人们当作文化欣赏的各种技艺，主要包括像说唱一类的口头文艺、舞蹈、民间音乐和戏剧，以及像绘画、雕塑和雕刻等多种造型艺术形式。

2. 民俗艺术传播的价值

(1) 伦理价值：民俗艺术中所蕴含的伦常思维与伦理内涵

研究民俗艺术及其传播，尤其是我国的民俗艺术传播，不能抛开伦理的视角，甚至可以说，民俗艺术传播的价值系统的研究，只有先从这一角度入手，才能把握其价值的特质，揭示引导其价值判断的内因或真谛。在中国社会中，伦理关系在人与人之间的关系中占据主导地位，伦理道德原则规范着人们的日常生活并渗透于政治、经济、文化、艺术等诸多领域，这使中国文化呈现浓厚的伦理精神，直至今天，这种特色也依然存在。民俗艺术的产生土壤虽在民间，但它的发展与社会环境和社会文化紧密相连，在一定程度上还是会受到伦理思维的影响。在日常生活和岁时节俗中，物质民俗的创制，民俗活动的用途等都会受到相关的限定，从而有各自相关规定的使用原则或方法，久而久之，它们便具有了或附着了一定的伦理精神意义。民俗艺术传播的伦理价值，就是在对这些附有伦理精神的民俗艺术的传播过程中，引导传播者与受众去揭开它们的外在呈示，剖析其中所蕴含的伦常思维，追寻其与社会环境经济文化等发展与变迁的紧密关系，找出它们在这一文化层面上依循伦理发展的规律与状态。因此，首先要明确的是，我们把伦理价值列入民俗艺术传播的价值系统之中，并非是去找寻或肯定民俗艺术传播有何伦理性，而是要通过对其中具体的物质民俗、节令民俗中所存在的伦理精神的剖析和探究，来找寻民俗艺术所被赋予的符号意义和其中蕴含的伦理内涵，以进一步深发和拓展民俗艺术作品或成果作为核心传播客体的价值内涵，在此基础上，民俗艺术传播的伦理价值的体现就在于探求具有伦理性的民俗艺术所能提供的如何统一的人际关系价值取向，这是其伦理性在民俗发展传播与社会调控关系方面的一个重要的价值导向。民俗艺术传播的伦理价值即意在于此。

民俗艺术的伦理性一般在人生礼俗中体现得最为明显和充分。礼乐教化作为中国儒家思想文化的经典内核，由其浸淫熏染下的我国古代社会体制，礼乐精神成为国人生活必重之精神，礼俗中的伦理思想不仅在官方被制度化和规范化，且在民间，也由于官方意识形态性的不断渗透与蔓延，而逐步融进普通民众的意识思维。以礼乐精神为主导的伦理思想，在本质上要求人们之间的交往应依从一定的礼仪秩序，这种礼仪秩序最明显的体现就是在服饰民俗的创制和使用上。早至远古先民尚处蒙昧发展阶段的服饰民俗，其在创制与使用上就已知这种伦理秩序的存在了，所谓“黄帝垂衣裳而天下治”。日常习俗中的服饰礼俗，不仅皇亲贵胄，即使普通百姓也同样遵从，从服饰的形制、图案、材质、色彩等方面，均可看出尊卑、长幼、男女之别。冠服制度成为人人遵从的礼俗，也可以看作服饰民俗对于封建伦理宗法思想的物性显现。例如，清朝的冠服制度就十分完备，上至皇帝、皇子、亲王、宗亲，下至文武品官、御前等级侍卫、侍臣，还有后宫妃嫔，都需按照规定穿戴冠服，半点差池不得。“根据《大清会典图例》，宫廷服饰包括礼服、吉服、常服、行服、便服、甲冑、补服几大类，令有冠饰、鞋袜、佩饰各项。其中礼服分为朝袍、端罩、衰服、朝褂、朝裙五种；吉服分为龙袍、龙褂两种；常服分为常服袍、常服褂两种；行服分为行袍、行裳两种；便服分为便袍、便褂、衬衣、氅衣、坎肩、马褂、斗篷、裤子八种……”从清代严格的冠服制度中我们就可以看出，民俗服饰的制定和使用与中国的封建礼制及文化传承有着密切的关系，这也是民俗服饰作为物质民俗艺术承载了千年积习之伦理仪俗的最显性的表现。

饮食礼节也可说是体现了我国阶级社会文化与等级观念最为显著的一种礼仪现象。《孔子家语》中载道：“夫礼初也，始于饮食。太古之时，燔黍擘豚，污樽杯饮，蕢桴土鼓，犹可以致敬鬼神。”从中可知“礼”最初是被看作肇始于饮食，饮食的最初之礼被作为是祭礼鬼神之用。饮食礼仪至周代已经相当完善，且非常繁复，包括客食、待客、进食、宴饮之礼等，其中都各有一套鲜明的等级规定。例如，周人“列鼎而食”，鼎在古时是用来盛贮肉类的器物，饮食中贵族的等级高低由鼎的数量多少来予以反映，其中从九鼎至一鼎各为所用，九鼎为天子所用，一鼎属贵族中最下一等所用。鼎其后一直被视作王权与地位的象征，“九鼎”也成为象征九州之物，历代王朝对九鼎皆非常重视，《战国策·东周策》中就有“秦兴师临周而求九鼎”之载。由周朝“列鼎”之俗可知，饮食民俗中所包含的伦理观念由来已久。近

现代以后直至当下，对于饮食礼仪的伦理遵照逐渐淡化，但民间仍保留有早前的一些相关地方性饮食习俗。例如江浙一带，此前有种叫作“猪脯”的名菜，在对于猪肉的选取、准备过程就较为严苛与烦琐，而“猪脯”的制作烹调过程就简直“隆重”近乎于一种仪式；陕西宝鸡地区有寄寓婴儿顺利成长的“礼模”仪俗等。如上，饮食与服饰民俗作为人类一种最为基本的生活需求，人类的思想、观念、一举一动，无时无刻不体现在这些物质民俗中，赋予此民俗礼节于传统的、浓厚的伦常观念或伦理思维。因此，对这类伦理传统的认识与探析，可以使我们更清晰地梳理民俗艺术在其传播过程中所承载的这些伦理性风俗养成、存在、变化与延续的脉络。

伦理性还表现在以各种形式渗透人类生活各个阶段环节的体现伦理思维的出生礼俗、婚姻礼俗、寿诞之礼，以及丧葬礼俗等诸多社会礼俗活动中。古代社会中尤其重视婚姻仪式，举办与否婚姻仪式是婚姻被视作是否合法的唯一依据，自古即有“婚姻之道，谓嫁娶之礼”的说法，对于婚姻嫁娶礼俗的重视，其中深藏着浓厚的伦理俗常意识。直至今日，在我国的乡村和城市等很多地区，仍然袭守着婚姻礼俗“六礼”中的诸多习俗，如“纳吉”为送见面礼，“纳征”即常见的送聘礼，另如“请期”“亲迎”，这类礼俗虽随时代的发展，习俗称谓与具体环节会发生变化，但其中如聘礼和妆奁迎送的环节似乎仍对当代社会和双互家庭的伦理俗仪关系起着微妙的制衡作用。不仅汉族如此，少数民族也有显现各自伦常思维的婚嫁礼俗，四川彝族民间婚嫁礼俗中就有一种叫作“换童裙”的仪式，按照彝区习俗，女子到了15~17岁时即要举行此仪式，因为其已到嫁娶年龄，不能再穿儿童时期的女裙，需要更换成年女子裙装，举行此仪式后，即意味着女子可以找婆家成亲了。彝族的婚事也要经由媒妁之言、议定彩聘、占卜合婚至择吉迎娶等礼俗过程，这些婚姻礼俗一直保留至今，在彝区，一桩婚姻的缔结，需要严格走完其必定的程序，分为婚前礼仪与结婚礼仪两个部分，每种礼仪过程又包含若干程序。婚姻礼俗中的伦理性表现在具体的婚俗仪式过程与其间人们的交往常道上，包含丰富伦理性体现的婚姻礼俗作为民俗艺术仪式的一种，其传播的力度、广度与时间的延续力都是极其强大的。

我们传统社会的寿诞之礼中有一种礼节的表现叫作年寿代称，体现的是不同年龄层对应不同称谓的伦理顺次，从婴儿期直至百岁之年，都有相应的称谓：黄口（婴儿）、孩提（一至三岁幼童）、垂髫（七八岁以下孩童）、

始龀（七八岁换齿期儿童）、总角（代称童年）、幼学（年满十岁）、志学之年（十五岁左右成童）、束发（十五岁左右少年）、豆蔻年华（十三四岁）、及笄之年（女子十五岁成年）、弱冠（男子二十）、而立（三十岁）、不惑（四十岁）、天命（五十岁）、花甲（六十岁）、古稀（七十岁）、杖朝（八十岁）、耄耋之年（八九十高龄）、期颐（百岁之人）。时至当今，其中的较多称谓我们仍在沿用，体现为现代汉语难尽、未尽之味，这也是年寿代称礼俗的较为典型的伦理性表达。这种伦理性表现所提供的对于人际交往语言运用关系上的价值取向，可作为民俗艺术传播中一种积极的价值导向予以引导和传递。

综上所述，在民众从汗樽杯饮的太古时代走至阶级社会进入文明之初，民俗艺术中的伦理性存在就一直如影随形，渐渐于民俗的各种态势融为一体。在民俗礼仪发展渐进的过程中，民俗艺术的伦理性也日益强化和显著，尽管不同时代的具体仪式表现和参与人群不同，但民俗艺术中所蕴含的伦理性思想内核却是一直存在的，挖掘它的伦理内核与价值内涵，引导其在传播过程中作为核心的传播客体而能正确表述与反映自身伦理性的所在，这是民俗艺术传播中不能忽略之事，也是民俗艺术传播由之所体现出的价值所在。

（2）审美价值：传播主体对于审美信息的接收与审美体验

民俗艺术传播的审美价值，主要通过具体的民俗事象和民俗活动得以实现。作为民俗艺术传播客体的各类民俗事象与活动本身，它们所体现出的美的状态，不同于我们一般接受的传统美学理论的相关审美认知，也不同于现在审美领域经常谈论的审美的日常生活化，而是“更注重普通民众的衣、食、住、行和工艺制作的物质文明，以及氏族、家族、宗族、村落、乡镇、市镇的各种组织、集团形式，民间宗教、伦理、礼仪和艺术等各种意识形态上面”。这些民俗事象与活动本身所呈现出的审美意义与价值，将会使我们的审美视野从当下的生活时空延伸至较为遥远的历史时空，从现代伸展至传统，这使它们的审美价值也具有了历史的厚重之感。

这种传播中的审美价值体现，主要在于作为传播主体的传播者与受众对于民俗事象和活动中相关审美信息的接收与阐释、从而获得的审美体验上。

民俗艺术的传播过程，是对民俗艺术变迁和文化交流融合的一种动态展现过程，而在其传播过程中，由民众集聚起来的审美体验、审美趣味和价值判断，对于民俗传播内容及其价值的认同或消解起到至关重要的作用。审

美原则的多元化可以为长久以来作为非主流文化而存在的民俗艺术审美提供机遇，使不同的民俗事象、形态在文化世界的秩序中获得自由的审美生存空间。作为民俗艺术传播客体而存在的众多民俗事象或民俗活动，在与参与者、传播者、受众等不同身份而存在的传播主体的交往过程中，美学意义得以凸显，具有了一定的审美价值。这主要从以下三个方面可以得出。

首先，民俗艺术传播导致人与具体的民俗事象表达和民俗活动行为之间存在着一种诗意化的审美情感关系。

民俗艺术的传承发展历经世事变迁，民俗艺术的传播内容受到多元价值观与多样化生活方式的影响，其间民众对传播内容的审美价值体验也发生着不可预期的转变。然而，民俗传播中民俗事象或活动中所包含的民俗信仰与民间宗教，却一直在发挥着其功能性的交往传递，一直与感性的美感表现纠结在一起。无论是民俗活动的形式表现层所传递出来的外在感性的美感形式，还是积淀在其活动幽深处的勾连民族创生与立世、发展与渐进、变迁与衰盛等涉及诸多集体审美无意识的内在理性的美感内容，都无不诉诸于参与者的一种感性宣泄式的行为审美叙述中。例如，甘肃天祝藏族自治县的赛马会，这个源于古老的万物有灵信仰和繁荣部落的图腾崇拜信念而沿袭下来的民俗活动，因其历史蕴藉的深厚而使其内在具备了一种历史的诗意化呈现。每年的八月一日在扎西秀龙滩举行的赛马会，是天祝规模最大的赛马盛会，分为奔马和走马两项内容：奔马现场气氛紧张、人声鼎沸，“数十匹甚至数百匹马聚集在起跑线上，信号一响，骑手便挥鞭催马，冲上前去。马蹄声如雷霆轰鸣。人群中发出欢呼声，整个会场如大海翻波。一匹匹马争先恐后，直冲终点。……走马比赛又是一番情景，信号发出后，骑手扯扯缰绳，吃喝一声，用脚蹬稍击马肚，马便迅速进入竞争状态。骑手随着马的晃动节奏摇摆腰肢，使人马动作统一、和谐，飞步向前，冲出终点。”作为当地的一大民俗盛会，届时人们制新衣、炸油果、和炒面、宰羊屠牛，气氛热闹异常。在赛马会所展现的人与活动的联系过程中，人以自身的力量作用于活动，比如奔马、走马中选手与围观群众的积极参与性，这使赛马作为一种民俗活动的同时，展现了人的肉体与精神的力量，人们在这场活动的参与中，也获得了一种身心的释放与精神的愉悦。人们的参与，不仅可以同这场活动发生功利的、伦理的、信仰的关系，而且还发展成为一种诗意情感的关系。在民俗活动中，人们往往下意识地吧民俗事象作为审美创造和欣赏的对象，表演主

体不自觉地被民俗活动的审美氛围所笼罩，内心的律动、心仪的价值、遵从的信仰也伴随着巨大的想象，一起融入民俗活动所展现的巨大的感性形式外观和审美氛围中。

其次，具体的民俗事象或活动是对人的自觉能动的创造力的展现。

在诸多的物质性民俗审美中，透过民俗事象的人的创造力展现尤为明显与突出。民俗事象作为人的一种活动形态，它不是被动消极的，而是一种体现目的与规律的自觉能动的创造，在这种创造过程中，民俗事象可体现出感性与理性的统一，同时也就是对人的创造力的全面展现。例如，在对木雕、石雕和砖雕等徽州三雕进行审美品鉴的过程中，品鉴者或欣赏者可从雕刻品面上的吉祥图案、芝草瑞兽以及人物故事的题材选择中，体会到其赋予品鉴者的雅俗共赏、流彩纷呈、格调各异的审美体验。然而在徽雕的制作及其成型的过程中，展示的更是劳动者的自觉能动的创造显现，这层审美体验，对于审美受众来说，是审美感悟的进深一层。例如，徽雕中石雕作品的玲珑剔透之美，其形式之美早在宋代的《营造法式》中就有记载，除了其中所载的“剔地起突”“压地起花”等四种雕镂技法外，“石雕的表现技法还包括混作，即圆雕。如此，线刻、平雕、浮雕、圆雕几种表现技法具备。在石雕艺人的实际雕镂过程中，这些表现技法灵活应用，使雕刻效果丰富而不单调。”一代代的石雕艺人不断地磨炼与雕琢，使得这些雕刻技巧运用下的石雕作品显现出丰富多彩的外观之美。精工细作之美，显然赋予了这些民俗艺术作品给予审美者美感体验之外的另一种感受，具体的民俗事象作品中蕴藏的是人的无穷尽的创造力，这是一种力与美的呈现状态。

再次，民俗活动使活动本身成为人的本质力量的确证。

民俗艺术，无论是物质民俗，还是精神民俗，都会由于人的主体能动的参与，使之一方面被改变得符合人的要求，另一方面又从本身呈现人的本质力量。民俗艺术传播内容中承载着先民心理企盼，且物化为礼仪程式和行为惯制的那部分内容，始终契合着合规律与合目的性的美之显现，蕴含着浓郁的民间情调的审美因子。作为对人的本质力量的确证，民俗艺术活动本身即是审美产生的基础。人们在民俗艺术传播中的审美，在直观的层面上看是在审“物”，而实则更在更深的层次上来讲，人们是在通过对象来间接地审“己”，只有民俗事象或活动呈现人的本质力量的对象化，人才能实现审“己”。古往今来，一般的人类生活审美活动尚且如此，否则也没有辛弃疾

“我见青山多妩媚，料青山见我应如是”的感慨了，更别说与民间生活态及民众心意紧密贴合的民俗艺术了。

从审美角度发掘民俗艺术传播的价值，对于美学和民俗艺术本身的发展都是不无裨益的。民俗艺术活动中超越世俗此岸而追寻信仰与彼岸的那部分内容，为求生命永恒而积极进取的乐生精神，可以成为一种审美批判基调而呈现于现代人因生活同质化而造成美感缺失及审美异化的生存状态中。由此，我们是否可以考虑，可否由民俗艺术本身及其传播出去的那种蕴藏于感性生命活动中的抗争、新奇、犷然与痛苦等美学精神，来唤回现代日常生活美学久已忘却的涉及感性生命活动以及生命感动的那些部分。民俗艺术的多种表现形式，包括民乐、戏曲、曲艺、歌舞、杂技、剪纸、雕塑、建筑、绘画以及其他各类民俗艺术事象，其中粗犷质朴的形式表现、清新活泼的风格展示、乡土气息的浓郁情调等，都是民俗艺术传播中最能呈现审美蕴含的价值内容。从民俗艺术理论与美学的角度，对民俗艺术传播中的民俗艺术产生、发展与流变的精神审美特质的探讨，不仅有利于民俗艺术理论的发展与完善，而且对于审美视界的拓宽与发展也不无启迪。

（3）应用价值：传统应用与现代应用

民俗艺术传播中的应用价值体现，按照历时的时间性承接来说，我们可以大致把其分为传统应用价值和现代应用价值两个方面。

传统的应用价值主要表现在民俗艺术传播中的气象内容对于实际社会生活生产的推动的价值，农耕社会的生活生产大多要依赖并利用民俗中的相关气象知识，民俗气象对于农耕社会文化与生产劳作的影响较为广泛，而民俗艺术事象中对于气象内容的反映也相当丰富。人们根据民俗传播中的相关气象知识的认识，来形成因气象差异而导致的因时制宜的种植习俗和饮食习俗。在我国，气象对人们种植习惯的养成起到典型的推动作用，如人们根据对民俗气象的了解和一定的实践经验，形成了“南稻北麦”的种植习俗，在秦岭至淮河以北的北方地区，由于春节雨水稀少，故有“十年九春旱”的气象之说，人们由此而形成一直栽种耐旱的小麦的种植习惯。此外，民间还有流传的十二节气歌，全面地描述了一年中每个月的气象变化与农事生产的密切关联，对于民众从事农事劳作起到了一定的启示与指导作用。

另外，民俗信仰中与禁忌有关的内容里，也有诸多的气象禁忌内容。因此，有关气象的民俗禁忌内容就有对于风、雷、雨、虹的禁忌。例如，江