

跨文化传播视域下苗族服饰的传播策略研究

吴晓烨, 闻 娱

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年4月18日; 录用日期: 2025年5月7日; 发布日期: 2025年6月5日

摘 要

随着互联网的快速发展, 不同国家之间跨文化传播的方式变得多样, 传播速度也在加快。本文基于苗族服饰的现有研究, 聚焦跨文化传播视域下苗族服饰的传播策略, 分析苗族服饰的文化内涵与价值, 以及在跨文化传播视域下的传播现状。研究发现, 现有的传播策略中存在文化折扣与文化侵权等问题, 提出苗族服饰如何更好进行跨文化传播, 获得文化认同的建议, 挖掘文化内涵并进行跨文化解读, 融合现代创新理念, 拓展多元传播渠道等。旨在提升苗族服饰在国际文化舞台上的知名度与影响力, 促进苗族文化的传承与发展, 为中国民族服饰的跨文化传播实践提供有益参考和借鉴, 助力民族服饰走向国门, 走向世界。

关键词

跨文化传播, 苗族服饰, 文化认同, 传播策略

Research on the Communication Strategy of Miao Costume from the Perspective of Cross-Cultural Communication

Xiaoye Wu, Yu Wen

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Apr. 18th, 2025; accepted: May 7th, 2025; published: Jun. 5th, 2025

Abstract

With the rapid development of the Internet, the ways of cross-cultural communication between different countries have become diversified, and the speed of communication is also accelerating. Based on the existing research on Miao costumes, this paper focuses on the communication strategies of Miao costumes from the perspective of cross-cultural communication, and analyzes the

cultural connotation and value of Miao costumes, as well as the communication status quo under the perspective of cross-cultural communication. The research finds that there are problems such as cultural discount and cultural infringement in the existing communication strategies, and puts forward suggestions on how to better carry out cross-cultural communication of Miao costumes, obtain cultural identity, excavate cultural connotations and carry out cross-cultural interpretation, integrate modern innovative ideas, and expand diversified communication channels. It aims to enhance the visibility and influence of Miao costumes on the international cultural stage, promote the inheritance and development of Miao culture, provide useful reference and reference for the cross-cultural communication practice of Chinese ethnic costumes, and help ethnic costumes go abroad and enter the world.

Keywords

Cross-Cultural Communication, Miao Costume, Cultural Identity, Communication Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

互联网的普及打破了传播的时间和空间局限,为跨文化传播提供了沃土。作为少数民族之一的苗族,有着其独特的民族服饰,包括服饰的图案纹样、样式造型以及文化寓意等,苗族的民族服饰特色有着极高的传播价值与意义。在全球化进程加速的今天,跨文化传播成为文化交流与发展的重要趋势。苗族服饰如何在跨文化传播中脱颖而出,让更多不同文化背景的人认识、理解和喜爱,是一个值得深入研究的课题,这不仅有助于苗族文化的传承与弘扬,也能为世界文化多样性的丰富作出积极贡献。

2. 苗族服饰历史渊源与文化特征

2.1. 苗族服饰的历史渊源

苗族是中国西南地区拥有悠久丰富历史和文化的古老民族。苗族服饰凭借其色彩斑斓、设计独特,以及其承载的苗族人民的历史记忆和文化精神在苗族文化中尤为突出[1]。苗族的传统服饰最早可追溯到远古时期。据史书记载,苗族先民在古代时期就开始利用树叶、兽皮等天然材料制作简单的服饰。随着时间的推移,苗族先民逐渐掌握了纺织技术,开始用棉花、麻等植物纤维制作衣物。在服饰的制作过程中,苗族先民融入了本民族的传统文化与审美观念,形成了独具特色的苗家传统服饰。

2.2. 苗族服饰的文化特征

2.2.1. 种类多样

苗族服饰多样(超过 100 多种),各地苗族服饰图案独具一格,也曾被称作是穿在身上的史书、史诗、崇拜、爱情等美称;对此,苗族服饰图案具备一定的美学价值、文化鉴赏价值[2]。加拿大著名学者麦克卢汉提出了“媒介是人体的延伸”的观点,依照着麦克卢汉的观点,服饰就是皮肤的延伸,承担着传承与传播信息的功能[3]。通过苗族服饰的跨文化传播,不仅将苗族服饰中蕴含的苗族文化传播到海外,更体现了中华文化的多元璀璨。

2.2.2. 意涵丰富

在传统服饰上,苗族妇女通过印染、刺绣等方式,将各种文化符号、几何图形、动物图案、植物花草

等布满服装, 其中几何图案有十字纹、水波纹等, 动物图案有牛、虎等, 植物图案有菊花、石榴等。苗族服饰汇集了自然万物, 这充分地展现出苗族先民对自然充满了感恩, 他们将自然物赋予人格化的精神, 自然为他们提供了充分的材料, 塑造成了具有人性、神性的自然神[4]。衣裙的颜色主要是红、黑、白、蓝、黄五种, 是典型的“五色”衣服, 穿上之后, 色彩斑斓, 吸引眼球[3]。

苗族服饰拥有鲜艳丰富的色彩和独特的图案, 通过精细的手工呈现在天然的材料上, 传达出深远的寓意, 不仅体现了苗族人民的审美观念和生活情趣, 也是苗族历史和文化的传承载体。

3. 跨文化视域下苗族服饰传播的现状分析

互联网带来了跨文化传播的多元渠道, 线下传播和线上传播的联动, 给受众带来了新的体验, 加速了苗族服饰的跨文化传播。对苗族服饰跨文化传播的现状进行总结与分析, 有助于发现其中的问题并提供解决之道。

3.1. 线下交流带来直观感受

苗族服饰的跨文化传播线下渠道主要有国内外艺术展览和文化交流活动等, 通过参加国际国内各类艺术展览, 集中展示苗族服饰的精美工艺与魅力, 让不同文化背景的人有机会近距离欣赏和了解苗族服饰。参加国际时装秀是跨文化传播的方式之一, 模特穿着苗族传统服饰或者带有苗族服饰元素的服装走上 T 台, 通过时装秀的影响力, 让世界看到苗族服饰, 感受苗族文化。在时装周上, 苗族服饰的身影越来越常见, 2024 年苗绣非遗传承人杨丽身着传统红绣苗服, 头戴华丽银饰登上中国国际时装周走秀舞台。中国设计师女装品牌 HUI 的“HUI2024 春夏”登陆米兰时装周, 发布全新成衣系列“苗印”。

3.2. 线上平台打破地理区隔

随着互联网的普及, 越来越多的人通过互联网进行传播, 从受众变成用户, 甚至成为意见领袖。苗族服饰跨文化传播的线上渠道主要有各类海外社交平台, 例如 TikTok、YouTobe 等。很多国内网红在国外社交媒体平台上注册了账号, 通过在平台上发布有关苗族服饰的内容, 吸引了不少外国粉丝。例如, “湘西甜姐”在 YouTube 平台以湘西苗族姑娘的博主形象, 用 Vlog 的形式带网友沉浸式感受湘西的民俗文化, 体验湘西的特色美食, 展示湘西的传统技艺, 介绍湘西的秀丽风光, 制作的视频《一个有龙的地方——墨戎苗寨》, 得到了新华网的海内外转发, 播放量超 100 万。“湘西甜姐”的视频内容品质高, 具有新颖性和趣味性, 还会联动国际友人, 通过外国人的视角来看中国与中华文化, 这是与国外截然不同的文化, 对外国人来说很新奇, 能够产生观看的意愿, 更具传播力。通过观看这类视频让外国人感受到苗族服饰的魅力, 潜移默化加深对中华民族文化的了解。

4. 苗族服饰跨文化传播存在的问题

虽然随着互联网的快速发展, 各类社交平台的兴起, 以及国内外交流的增多, 苗族服饰的跨文化传播有了一些进步, 但是在传播的过程中仍然存在一些问题, 对传播效果产生一定不利影响。

4.1. 文化差异导致文化折扣

文化差异包括国内其他民族和苗族之间的文化差异以及国内与国际的文化差异。

国内其他民族与苗族虽然都在中国的大背景之下, 但是不同民族有着不同的历史和文化, 这种差异会带来一定程度的文化折扣。跨文化传播的传播者较大可能不是苗族人, 例如设计师、网红博主、记者等。作为跨文化传播的桥梁, 传播过程中某一环节的理解偏差都可能导致文化的误解。

国内外文化差异导致苗族服饰在跨文化传播过程中产生文化折扣。苗族服饰所蕴含的文化内涵、宗

教信仰和审美观念等与西方文化有较大的区别, 可能导致国外受众在认知和欣赏苗族文化上存在困难, 国外受众只能通过视觉观感去欣赏苗族服饰, 而这种欣赏很难形成较为深刻的记忆, 无法实现深层次的跨文化传播。

4.2. 品牌建设与市场推广不足

在跨文化传播中, 苗族服饰缺少具有国际影响力的知名品牌和有效的市场推广策略。虽然现在有一些服装品牌聚焦传统民族服饰, 设计师们通过借鉴苗族服饰的色彩、图案和工艺, 将其与现代设计理念相结合, 创造出了一系列具有民族特色的时尚设计[5], 起到了一定文化传播的作用。目前已有一些服装品牌走上了国际秀场, 例如 HUI、古阿新等, 但数量很少, 占国际市场份额有限, 难以与国际知名时尚品牌竞争。同时, 民族服饰品牌在国际上的知名度较低, 很难在众多服装品牌中突出重围。

4.3. 知识产权保护意识薄弱

在跨文化传播过程中, 苗族服饰的传统图案、工艺等文化元素面临着被侵权的风险。由于苗族地区知识产权保护意识相对薄弱, 一些不法商家可能会盗用苗族服饰的设计元素进行商业开发, 而苗族服饰的原创者和传承者却难以获得相应的法律保护和经济利益。这不仅损害了苗族人民的文化权益, 也影响了苗族服饰在跨文化传播中的健康发展。

5. 跨文化传播视域下苗族服饰的传播策略构建

5.1. 深度挖掘与精准阐释文化内涵

5.1.1. 文化研究整理与二创传播

苗族的民族文化是苗族服饰的基础, 也是进行跨文化传播的精神内涵。通过田野调查、文献研究等方法, 全面梳理苗族服饰图案、色彩、工艺等元素所蕴含的历史、宗教、民俗等文化信息, 建立数字化档案, 为苗族服饰的跨文化传播提供坚实的理论基础。数字化档案的创建, 使得苗族服饰的展示和教育推广不再受到地理和物理条件的限制, 通过互联网, 全球观众都可以接触到这一独特文化的表现形式[6]。

根据苗族服饰的文化内涵创作生动有趣的文化故事。通过内容故事化的营销策略, 结合短视频、直播等形式, 讲述苗族服饰背后的故事, 展现其制作过程的文化内涵与工艺价值, 从而激发观众的兴趣和情感共鸣[7]。符号表意必然建立在系统性之上, 相应地, 意义的生产也离不开符号系统的运作。这意味着意义生产包含两重内涵: 一是“意义是什么”, 指向意义的具体内容, 强调意义建构的可能性; 二是意义之意义, 即“意义成为意义的合法性基础”, 指向意义深层的符号系统及其提供的解释规则, 强调话语建构的合法性[8]。以通俗易懂、富有吸引力的方式呈现给受众, 使他们在欣赏苗族服饰的同时能够深入了解其文化背景和精神内涵, 增强苗族服饰文化的感染力与传播力。

5.1.2. 文化内涵的跨文化解读

针对不同文化背景的受众, 开展苗族服饰文化内涵的跨文化解读工作。邀请跨文化交流专家、学者或文化使者, 将苗族服饰文化与其他文化进行对比分析, 找出文化共通点与差异点, 用受众易于理解的方式阐释苗族的文化价值。例如, 将苗族服饰中的蝴蝶纹与西方文化中的蝴蝶意象进行对比, “蝴蝶”在苗族人心中被视为母亲一般的存在, 因为在苗族神话传说中, 蝴蝶产下十二个蛋, 苗族的祖先就因此而诞生, 苗族视“蝴蝶”为“母亲”, 所以把“蝴蝶”称为“蝴蝶妈妈”, 但是在西方文化语境中, “蝴蝶”只是一种存在于大自然间的物种, 大多数情况下其背后并没有特殊的文化内涵, 所以将“蝴蝶妈妈”这个苗族专有名词直译成“Butterfly”(蝴蝶)的话, 就会缺少独特的少数民族文化内涵[9]。解释苗族文化在不同文化语境中的象征意义和文化内涵, 促进文化的相互理解与交流, 减少文化差异带来的文化折扣,

促进苗族服饰的跨文化传播。

5.2. 融合现代创新理念与拓展多元传播渠道

5.2.1. 功能与形式的创新

设计师们可以在保留苗族服饰传统文化内涵的基础上, 结合现代设计理念和手法, 创造出更加时尚、实用和具有市场竞争力的苗族服饰产品。这些产品不仅可以满足现代消费者的需求, 也可以为苗族服饰文化的传承和发展注入新的活力和动力[5]。在一定程度上更易被不同文化背景的受众接受, 有利于跨文化传播。开发适合日常穿着的苗族风格休闲装、运动装等, 让民族服饰融入日常穿着服饰, 增加实穿性。设计便于携带和展示的苗族服饰文化创意产品, 比如便携式苗族刺绣手包、搭配性较强的苗族蜡染丝巾等。设计师通过巧妙地运用苗族传统纹样, 使配饰更具个性和文化内涵, 吸引众多时尚爱好者的目光[10]。这些方式有利于拓展苗族服饰的应用范围和市场空间。

5.2.2. 可持续设计理念的引入

秉持可持续发展的设计理念, 在苗族服饰设计中注重环保和资源的循环利用。随着人们对环保和可持续性的关注日益增加, 设计师将更加注重选择和运用具有传统工艺特色的材料, 将苗族传统服饰纹样与可持续发展理念相结合[10]。可持续发展理念是全世界共同倡导的理念, 在苗族服饰设计时融入可持续设计不仅符合环保要求, 为环保助力, 采用天然、环保的材料制作苗族服饰, 如有机棉、麻、植物染料等, 减少对环境的污染。同时, 探索苗族服饰废旧材料的再利用方式, 如将旧银饰重新设计制作成新的饰品, 将废旧布料改造成家居装饰品等, 既体现了苗族服饰文化的传承与创新, 又符合现代社会对可持续发展的追求。可持续发展理念是世界共识, 没有国界和文化差异的隔阂, 有利于促进苗族服饰的跨文化传播。

5.2.3. 整合营销传播

制定苗族服饰品牌建设战略, 注重品牌形象的塑造, 包括品牌名称、标识、包装等设计。

在构建数字时代的品牌形象时, 不仅需要关注视觉符号本身, 还需考虑这些符号如何在不同的文化和技术背景下被接收和解读。品牌标识应具备跨文化交流的能力, 能够在全球范围内传达出苗族服饰的独特价值[7]。通过广告宣传、公关活动、事件营销等整合营销传播活动, 提升品牌知名度和美誉度。加强品牌国际合作与推广, 与国际知名品牌、零售商等建立合作关系, 借助其渠道和资源, 将苗族服饰推向国际市场。

充分利用互联网和新媒体平台的传播优势, 开设海外苗族服饰官方网站、社交媒体账号、短视频账号等。通过这些平台发布苗族服饰的图片、视频、文化故事、制作工艺等内容, 定期开展线上直播活动, 邀请苗族服饰设计师、手工艺人展示服饰制作过程, 与受众进行交流互动, 解答疑问, 提高受众的参与度和关注度。同时, 利用社交媒体平台的广告投放功能, 精准定位目标受众, 扩大苗族服饰的传播范围。

5.2.4. 国际文化交流活动

积极参与国际文化交流活动, 在这些活动中展示苗族服饰的精品, 举办苗族服饰文化主题展览、时装秀等活动, 邀请国际媒体、时尚界人士、文化爱好者等参与, 通过现场展示、互动体验等方式, 让更多国际受众亲身感受苗族服饰的魅力。借助意见领袖的影响力, 促进苗族服饰的跨文化传播。同时, 借助国际文化交流活动的平台, 与国际文化机构、时尚品牌等建立合作关系, 拓展苗族服饰的国际传播渠道和市场资源。例如, Marni 在 2019 年启动发布了「Marni Miao」以《恰到好处的「不合时宜」》为题的苗族合作项目, 走入贵州地区与苗族人交流, 用现代的服饰语言诠释苗族传统手工艺, 品牌邀请了英国著名摄影艺术家 Jack Davison 共同合作。2020 年 3 月 Marni 正式发布合作系列成衣及配饰, 全方位展现了苗族的精湛手工艺, 涵盖刺绣、花边、打褶、编织和银饰制作等传统技艺。品牌创意总监 Francesco Risso

称此次他们与四百多名生活在不同村子里的刺绣工匠共同合作, 并在当地完成布样的创作, 手工的制作赋予了每一件刺绣独一无二的特点。品牌特邀刘雯作为推广大使, 拍摄宣传片和杂志, 并穿着品牌服饰出席活动或者日常穿着, 扩大品牌影响力。2024年, 香奈儿的Lesage刺绣坊在“中法匠艺游园会”中, 与苗族锡绣工匠合作, 将苗族锡绣技艺与法式刺绣创想相结合。双方共同刺绣的龙形图案, 把苗族锡绣的龙鳞与香奈儿包袋的菱格纹、香奈儿经典山茶花图案等元素相融合, 呈现出独特的艺术效果。

5.3. 加强知识产权保护的申请与管理

苗族传统服饰纹样的应用需要考虑到文化的尊重和保护, 设计师在使用这些纹样时必须注意不要扭曲其原本的意义和价值, 避免对苗族文化造成不良影响[10]。鼓励苗族服饰相关企业和个人积极申请专利、商标、版权等知识产权保护。建立苗族服饰知识产权数据库, 对苗族服饰的传统图案、工艺、设计等文化元素进行登记和保护。加强对知识产权的管理和监督, 严厉打击侵权行为, 维护苗族服饰文化市场的正常秩序。在传播的同时注重知识产权的保护, 避免出现迪奥侵权我国马面裙之类的事件。

6. 结语

苗族服饰作为苗族文化的瑰宝, 在跨文化传播中具有巨大的潜力和价值。通过深度挖掘文化内涵、融合现代创新理念、拓展多元传播渠道以及加强知识产权保护的申请与管理等一系列传播策略的实施, 可以有效地提升苗族服饰在国际文化舞台上的知名度与影响力, 促进苗族文化的传承与发展。在跨文化传播过程中, 需要政府、企业、文化机构、学者以及苗族人民自身等各方力量的共同参与和努力, 形成合力, 共同推动苗族服饰文化走向世界, 为世界文化多样性的繁荣作出积极贡献。同时, 苗族服饰的跨文化传播也应注重文化的尊重与保护, 在传播过程中保持其文化的本真性和独特性, 避免文化的异化与扭曲。只有这样, 苗族服饰才能在跨文化传播的浪潮中焕发出持久的生命力, 成为连接不同文化、促进人类文明交流互鉴的重要桥梁。

致谢

感谢闻娱老师对我的悉心指导和帮助, 从论文的构思到最终完成, 每一步都离不开闻娱老师对我的耐心指导, 让我的思考更加深入, 研究更加全面。感谢给予转载和引用权的资料和文献的所有者, 正是因为有了你们的研究, 阅读了你们的文献, 我才得以产生此篇论文的思路, 也让我对当前的研究有了更加清晰的认识。

参考文献

- [1] 杨柳. 跨文化视域中苗族服饰纹样的现代转化与创新应用研究[J]. 西部皮革, 2024, 46(20): 125-127.
- [2] 叶飞. 苗族服饰图案文化的现代功用与文化传承研究[J]. 大众文艺, 2018(15): 60.
- [3] 杨天宇. 浅谈服饰的文化传播功能——以苗族服饰为例[J]. 新闻世界, 2014(3): 196-197.
- [4] 董赫男. 苗族服饰在文化传承及社会功能方面的生态美学意义[J]. 人文天下, 2016(18): 109-111.
- [5] 穆雪梅. 民族服装设计文化性和审美性研究——以苗族服饰为例[J]. 西部皮革, 2024, 46(21): 84-86.
- [6] 蒋升凤, 杨路勤. 苗族民族服饰数字化保护与传承研究[J]. 合作经济与科技, 2024(22): 46-49.
- [7] 顾春燕. 民族服饰文化视觉传播策略探究[N]. 贵州民族报, 2024-05-15(A03).
- [8] 刘涛, 刘倩欣. 中华民族共同体话语构建的符号系统及其修辞策略[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2023, 45(12): 1-14.
- [9] 文博杨, 杨雯. 少数民族文化跨文化传播策略——以苗族刺绣文化为例[J]. 大众文艺, 2024(21): 217-219.
- [10] 陈宇, 牛曦阳. 苗族传统服饰纹样在现代设计中的应用[J]. 上海服饰, 2023(9): 61-63.