

文创产业对少数民族文化传播的作用及创新传播策略

郭芷月¹, 李 圃²

¹新疆大学中国语言文学学院, 新疆 乌鲁木齐

²新疆大学国际文化交流学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2025年3月6日; 录用日期: 2025年4月7日; 发布日期: 2025年4月15日

摘 要

文章旨在探讨文化创意产业对少数民族文化传播的作用, 并运用文献研究法和案例分析法, 通过学习和参考学者们的研究, 分析具有独特性和代表性的案例, 并根据文创产业的优势, 提出对应的创新传播策略。少数民族文化是中华民族文化的重要组成部分, 具有深厚的文化底蕴。然而, 随着全球化进程的加速, 少数民族文化面临被边缘化的风险。因此, 要推动文创产业的发展, 不断创新, 使少数民族文化得到有效的传承与发展。

关键词

少数民族文化, 文化创意产业, 创新发展, 文化传播

The Role of Cultural and Creative Industry in the Cultural Communication of Ethnic Minorities and Its Innovative Communication Strategies

Zhiyue Guo¹, Pu Li²

¹School of Chinese Language and Literature, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

²School of International Cultural Exchange, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: Mar. 6th, 2025; accepted: Apr. 7th, 2025; published: Apr. 15th, 2025

Abstract

This paper aims to explore the role of cultural and creative industries in cultural communication of

文章引用: 郭芷月, 李圃. 文创产业对少数民族文化传播的作用及创新传播策略[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(4): 563-568. DOI: 10.12677/jc.2025.134084

ethnic minorities, and uses literature research method and case analysis method to analyze unique and representative cases through learning and referring to the research of scholars, and puts forward corresponding innovative communication strategies according to the advantages of cultural and creative industries. Minority culture is an important part of Chinese national culture, with profound cultural deposits. However, with the acceleration of globalization, minority cultures are at risk of being marginalized. Therefore, it is necessary to promote the development of cultural and creative industry, continuous innovation, so that the minority culture can be effectively inherited and developed.

Keywords

Minority Culture, Cultural and Creative Industries, Innovation and Development, Cultural Communication

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

中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在,是中华民族的根和魂。各民族优秀传统文化都是中华文化的重要组成部分,因此要重视少数民族文化的保护和传承。2023年6月2日,文化传承发展座谈会讲到,只有全面深入了解中华文明的历史,才能更有效地推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,更有利地推进中国特色社会主义文化建设,建设中华民族现代文明[1]。文化创意产业(以下简称“文创产业”)与“双创”这一概念相契合,其在文化传播领域具有重要的作用,并在促进少数民族文化传播方面具备潜力。

目前,许多学者的研究强调了少数民族文化传播的重要性,并指出了少数民族文化传播所面临的挑战及应对策略。经过学者们的实地考察和研究,也证明了文化创意产业这一新兴产业很大程度上推动了文化资源的利用开发和文化的有效传播,带来了经济效益和社会效益。而文化创意产业是具有时代性的,需要符合时代的发展和大众的需求,要充分挖掘少数民族文化内涵,展现精神内涵,从而达到文化的有效传播和经济社会发展的目的。

本文旨在探讨文创产业对少数民族文化传播的具体作用,通过分析文创产业中具有独特性,代表行业新趋势的案例,得到启示,以此提出文创产业如何创新性地传播少数民族文化,使其达到好的传播效果。

2. 少数民族文化传播

(一) 少数民族文化传播现状

我国的少数民族主要分布在西部、北部等边疆地区,经济、政治相较来说比较落后,信息较为闭塞,少数民族文化的传播受到了传统观念、地理位置、传播方式等的限制。但随着时代的发展,新媒体为少数民族文化的传播带来了机遇,通过公众号、短视频、融媒体等平台,以创新性的新形式传播少数民族优秀文化,使其传播范围更广泛,传播速度更快,克服了地域的限制。数字技术的发展为全媒体提供技术支持,全媒体的多元性、互动性和系统性打破了文化传播的限制[2]。文创产业带动了少数民族地区的旅游业发展,从而促进了当地经济发展,在一定程度上激发了人们对少数民族文化了解,学习的兴趣。但少数民族文化在传播过程中依然面临问题和挑战。

(二) 少数民族文化传播面临的问题和挑战

1、文化传播缺少精神内涵

随着新时代信息化的发展,少数民族文化传播的途径不断增多,但随之而来的是信息碎片化,内容形式化,缺少精神内涵。比如:在时长有限的短视频中,虽然有对少数民族文化进行简要介绍,但表达形式过于单一,仅仅是浮于表面,其蕴含的文化背景和精神内涵并未体现。利用民族特有的文化符号,设计文创产品,吸引消费者,推动当地旅游业的发展。这在一定程度上可以推进文化传播,但一个民族真正的文化意蕴并没有传播。“新媒体是一种高度发达的传播手段,民族文化通过电子媒介的复制与模拟,创造出了一个由符号控制的文化世界。而在当前社会对于民族文化元素符号的运用中,我们看到的仅仅是符号的形式,是通过电子媒介复制出来的一个个表象”[3]。

2、缺少文化传承的载体

少数民族文化的传承出现了断层。民族文化的延续需要有效地继承民族文化,所以文化传承人是民族文化传播的载体,文化得到继承才能实现其价值[4]。文化的传承需要一代又一代人的努力,要继承优秀传统文化并做出文化的创新。但在文化传承过程中,传承人面临老龄化严重的问题,缺少学习和传承少数民族文化的年轻人。

3、缺乏持续性、系统性的传播策略

在信息化时代,新媒体传播往往追求即时效果,缺乏持续性的规划,这导致一些少数民族文化的普及和少数民族文化传播活动只是短暂的,难以达到很好的传播效果。虽然新兴的数字媒体、社交媒体为少数民族文化传播提供可能性,但个别存在缺乏专业团队、缺乏足够的推广和宣传的问题。传播内容缺乏系统性的整理和归纳,难以让受众对这些信息进行全面、深入的认识,也很难产生了解、学习、体会少数民族文化的兴趣。

3. 文创产业对少数民族文化传播的作用分析

(一) 文创产业的特征

“文化创意产业是以文化内容为基础,以创意和知识资本为核心,以高新技术手段为支撑,在知识产权的保护下不断进行文化创意产品及服务的创造、制作、传播和销售的循环,从而刺激经济发展、带动就业的一种新兴产业活动”[5]。

1、创新性

文化创意产业是一种新兴产业,其核心在于创新创造。通过独特的审美和灵感,以新的手段和形式展现文创产品的实质内容。

2、独特性

基于不同的文化内容,与独特的理念、审美和思想观念相结合,其形成的创意文化产品也是独一无二的,具有独特性。文化创意产品突出的是创意、创新,其中融入了文化元素、生产者的文化艺术修养和独一无二的创造力、想象力,是一种新生事物[6]。

3、不稳定性

文化创意产品作为文化创意产业的产物,其具有独特性,但也存在不稳定的因素。随着社会的高速发展,人们在思想和精神方面的追求也在不断发生改变。并且消费群体面临不同的年龄阶段,所追求的事物也是不同的,很难长久地满足人们的需求。

(二) 文创在少数民族文化传播中的优势

1、创新型传播

一些少数民族地区由于,民俗、地理位置等原因文化交流和传播比较局限,相对落后,因此要借助

外力将民族文化保留、传播并传承下去。文化创意产业以其高度的创新性, 为少数民族文化注入活力, 为少数民族文化的传播提供多样化的表达形式, 将少数民族文化与现代技术相结合, 比如数字媒体、手工艺品、影视作品等等, 使少数民族文化更加鲜活地展现在人们面前。

2、具有文化吸引力

提炼文化内涵, 融入创新设计中去, 提升少数民族文化的传播力, 增强文化吸引力, 从而达到传播少数民族文化传播的目的[7]。将少数民族传统文化中的图案、服饰等元素融入现代设计中, 创作出具有民族特色的文化创意产品, 能够符合人们的审美追求, 激发人们对于少数民族文化的兴趣, 使少数民族文化传播达到更好的效果。

3、融合多领域

文化创意产业和多个领域相融合, 比如旅游、教育、科技等领域。不仅能够促进少数民族文化的传播, 还能带动当地文旅发展。例如, 通过开发旅游路线, 举办民俗活动等, 吸引各地游客前来, 既能让游客亲身感受当地的民俗, 还能促进当地旅游业发展。

(三) 文创产业对少数民族文化传播的具体作用

1、促进文化传承与创新

文化创意产业以创造力为核心, 通过挖掘少数民族的文化符号和文化内涵, 以产业化的方式开发和营销知识产权。在这个过程中, 可以激发人们对少数民族文化的挖掘和探索, 掌握少数民族文化的内涵和价值, 从而促进少数民族文化的传承和创新。例如, 在贵州省黔东南苗族侗族自治州, 将现代技术、创意设计、创意生产等与苗侗民族传统技艺相结合, 创建了苗侗民族传统技艺创意生产、保护与传习基地[8]。以此促进了少数民族文化的传播和创新。

2、推动经济发展

在如今经济高速发展的时期, 文化创意产业以其高附加值的特性, 推动了经济发展, 产出更高的经济效益。例如: 在一些民族文化气息浓郁的地区, 通过文化创意产业进行文化输出, 吸引许多投资者和游客, 推进了当地旅游业的发展, 进一步促进了经济发展。不仅如此, 在文创产品的设计、制作、销售等方面, 为少数民族地区的人们提供了就业机会, 还为越来越多的年轻人进行文化的创新与传播提供了路径。

3、增强中华文化认同

文化创意产业通过挖掘少数民族文化元素, 如服饰、音乐、手工艺等等, 将其以富有创新性的形式展现给人们, 能够加强少数民族对于本民族文化的了解, 还能够增强各族人民对中华文化的认同感。少数民族文化是中华文化的重要组成部分, 通过对各民族文化的认识可以增强对中华文化的认同感, 铸牢中华民族共同体意识。这也符合“双创”这一工作要求。“双创是新时代新征程上西部大开发战略共产党带领人民建设社会主义文化强国、实现中华民族伟大复兴的重要工作, 也为更好地推动中华民族共同体意识建设、中华民族共有精神家园焕发强大精神力量打下了最牢固的文化根脉。只有推动少数民族文化‘双创’, 才能进一步增强中华民族文化独立自信强大, 强化中华民族共同体意识建设”[9]。

4. 文创产业传播少数民族文化的创新策略

(一) 深化地域文化研究

“地域文化于漫长的人类社会发展中形成。自然地理因素决定了各地域与自然景观方面的差异, 而人文地理因素又受自然环境的作用, 表现出了不同的人文气息”[10]。地域文化包含了语言、风俗等等, 要充分挖掘少数民族地区的人文历史, 民俗风情, 展现淳朴的风土人情、神秘的历史传说和宝贵的文化遗产, 体会少数民族文化底蕴和精神内涵。让文化不只是符号, 而是一种生活态度、一种精神, 能够深

入人心, 引起共鸣。与同时也可以利用地域文化这一文化资源优势, 发展文化创意产业, 实现少数民族文化的有效传播。

例如, 《我的阿勒泰》这部剧通过一系列真实感人的故事, 展现了阿勒泰美丽的自然风光和当地的民俗风情。其中, 有很多哈萨克族的文化元素, 例如: 哈萨克族的服饰、饮食, 以及传统习俗等等, 都生动地展现了哈萨克族的民俗风情。如今, 哈萨克族人民依然坚守本民族的传统习俗, 并将其与现代生活相结合。通过这样的作品, 人们更能够深入了解少数民族的风土人情和风俗习惯, 还能体会到地域文化的独特魅力。不仅如此, 还展现了汉族、哈萨克族、蒙古族等民族之间的交流和融合, 他们在生活和劳作的过程中, 互帮互助, 结下深厚友谊。“《我的阿勒泰》作为一部文旅短剧, 不仅成功地展现了阿勒泰地区的自然美景和民俗风情, 更深入地挖掘了这些文化元素背后的深层含义, 为观众提供了一次深刻的文化体验” [11]。

(二) 促进产业融合

随着社会的发展和进步, 人们的品位、需求、审美不断提升, 为了更好地推进文创产业的发展, 达到促进少数民族文化发展的目的, 文创产业应与影视、艺术、旅游等产业相融合。不同产业之间只有相互渗透, 相互融合, 才能形成动态发展。通过产业融合, 将少数民族文化与现代内涵相结合, 带来更具创意的、高质量的、与时俱进的文创产品, 从而满足人们的需求, 更好地促进少数民族文化的传播和发展。

电视剧《我的阿勒泰》凭借浓厚的文化底蕴和精湛的艺术表现力, 掀起了一阵“IP 热”。《我的阿勒泰》在上线当天, 获央视收视第一, 爱奇艺电视剧榜、新浪微博剧集榜第一。随着该剧的爆火, 阿勒泰成为了“旅游胜地”, 衍生出多个“打卡”地标, “文秀奶奶”驼绒护腰、“砰砰酒”等文创产品也纷纷走红, 促进了当地旅游经济的发展。阿勒泰地区继续打造新的文旅 IP 推动旅游业全业态发展[12]。

电视剧《去有风的地方》以许红豆为排解抑郁心情来到大理云苗村为叙事主线, 以温暖治愈的笔触描绘了令人向往的田园生活。该剧情中, 有意识地讲到白族的木雕、扎染、刺绣等非遗文化, 例如, 剧中的服饰、器皿、茶具、摆件等都有扎染、刺绣的元素, 在经过艺术加工后, 形成了独具特色的文创产品, 不仅让人们深刻感受到了少数民族文化的意蕴, 而且推动了文创产业与艺术产业及旅游业的融合, 更好地促进了少数民族文化的传播[13]。

(三) 持续创新

要深入挖掘少数民族地域文化, 非遗文化等, 并将其与现代元素相结合, 创造出既具文化底蕴, 又具时代内涵的文创产品。通过讲述文创产品背后的故事, 使其具有吸引力, 让人们产生情感的共鸣。也可以利用现代科技深入了解文化内涵。例如, 利用数字技术重现传统工艺, 引入 VR、AR 等新兴的数字传播技术, 沉浸式地体验少数民族传统工艺、少数民族地区的风土人情等等, 让少数民族文化元素更加立体和生动[7]。与此同时也要跟随时代的脚步, 利用新媒体的新形式, 将线上平台(如电商、短视频平台等)和线下平台(文化节、艺术展览、研讨会等)相结合, 拓宽传播渠道, 推动少数民族文化的传播。

在《去有风的地方》这部剧中就展现了利用直播、短视频等现代科技和传播方式, 传播非遗文化的情景, 也启发当地群众利用新媒体推动非遗文化的传播, 使得越来越多的人了解云南少数民族非遗文化。

(四) 培养复合型人才

文创产业以知识为基础, 创新为核心。人才培养是一个系统的工程。需要学校、政府等多方面的努力。学校方面, 增设数字媒体、文化产业等课程, 让学生全面发展, 培养出了解民族文化和新媒体传播的人才; 开设短期课程, 对宣传平台上的文化传播者进行培训, 从而能使少数民族文化的宣传更具系统性、专业性; 政府方面, 应积极出台相关政策, 鼓励创新发展, 推动复合型人才建设[14]。以此来提高相关从业人员的专业素养和创新能力, 为少数民族文化传播提供有力的人才保障。

5. 结语

为了有效促进少数民族文化的传播, 增强各族人民对中华文化的认同, 要充分利用文化创意产业的优势。针对少数民族文化传播面临的问题, 结合文创产业的优势及其对少数民族文化传播的作用, 应采取一系列创新策略, 包括深化对少数民族地域文化的研究、促进文化产业与其他相关产业的融合、培养复合型人才, 持续推动文创产品的创新。这有助于促进少数民族文化创造式转化与创新性发展, 进一步丰富中华文化的内涵, 促进各民族之间的文化交流和融合, 增强民族凝聚力, 提升民族自豪感和文化自信, 从而铸牢中华民族共同体意识, 推动中华文化的繁荣发展。

参考文献

- [1] 担负起新的文化使命 努力建设中华民族现代文明[N]. 人民日报, 2023-06-03(01).
- [2] 王怡丹. 全媒体背景下少数民族村寨文化传播探析[J]. 媒体融合新观察, 2021(4): 88-90.
- [3] 张竞月, 王金磊. 新媒体视域下民族文化传播的困境及出路分析[J]. 黑龙江民族丛刊, 2014(4): 134-138.
- [4] 刘爽. 传承人的身份认同对民族文化传播影响研究——以一位土家族丝弦锣鼓传承人口述史为中心[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 中南民族大学, 2016.
- [5] 张滢方. 文化创意产业的生态化建设研究[J]. 参花, 2024(28): 152-154.
- [6] 姚武华. 文化创意产业发展问题的研究综述——兼论文化创意产业的内涵与属性[J]. 洛阳师范学院学报, 2016, 35(7): 65-68.
- [7] 王天昕. 少数民族文化符号数字传播现状与优化研究——以彝族火把节为例[J]. 新闻世界, 2024(2): 64-68.
- [8] 李技文. 黔东南苗侗民族文化创意产业发展模式建构研究[J]. 民族艺林, 2016(4): 103-110.
- [9] 池泽民. 少数民族文化“双创”助力中华民族共同体建设[N]. 新乡日报, 2024-09-25(007).
- [10] 李百晓. 地域文化与电视剧创作——齐鲁文化视阈下的鲁派电视剧艺术研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京艺术学院, 2014.
- [11] 梁颖峰, 尹力. 文旅短剧中地域文化的呈现与解读——以《我的阿勒泰》为例[J]. 科技传播, 2024, 16(16): 140-143.
- [12] “长城奖——文旅好品牌”大奖出炉! 阿勒泰凭实力出圈[N]. 新疆日报, 2024-11-07(03).
- [13] 刘缪荣. 非物质文化遗产影视化传播研究——以《去有风的地方》为例[J]. 新闻传播, 2024(17): 32-34.
- [14] 袁爱中, 马路阳. 新媒体环境下西藏民族文化传播的困境与思考——以中国西藏新闻网非遗文化专栏为例[J]. 新闻论坛, 2016(2): 92-95.