

新疆本土电视节目民族文化符号分析

——以《新疆是个好地方》为例

闫仕栋 蒋桂花

塔里木大学人文学院

[摘要]旅游业是新疆构建现代产业体系的十大产业之一,通过电视媒体传播新疆特色民族文化是发展旅游业的主要渠道之一。本文从电视节目《新疆是个好地方》所体现的文化符号入手,着重分析其对民族文化传播发展的重要意义,进而为新疆电视媒体创作提供一些参考与借鉴。

[关键词]民族文化;电视节目;《新疆是个好地方》

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.2554

旅游业作为一项既能推动经济高质量发展,又能向全世界宣传推介新疆的极具特色的产业,是新疆构建现代产业体系的十大产业之一。电视媒体具有展示地域文化和民族精神的功能,能够使用特定的视觉符号来构建一个由格伯纳界定为“象征性现实”的地域的独特形象,以增强文化影响力的方式提升旅游业竞争力。这就要求我们从新疆本土电视节目入手,对如何提高其中的文化影响力进行探讨和分析。

符号一般指文字、语言、标识等具有明确指示意义的标志物。符号学意义上的符号定义范围更加广泛,主要指人类文化生活中能指示其他事物的事物都可以称之为符号。因此符号是文化的一种载体,而民族文化符号则是承载民族文化思想、观念和情感文化的载体。因此我们需要对新疆本土电视节目中所体现的民族文化符号进行重视,并以此达到提高文化影响力、提高旅游业竞争力的目的。本文以《新疆是个好地方》为例,对其中所体现的民族文化符号进行分析,探讨其对民族文化传播发展的优点与不足,进而为新疆电视媒体创作提供一些参考与借鉴。

一、节目中所体现的民族文化符号

(一) 日常生活中的民族文化符号

日常生活中的民族文化符号,指构筑起民族日常生活的文化符号。如群众所居住的生活环境、日常所穿着的民族服饰等。这些符号通常能够最直观、最显著地体现符号下蕴藏的文化内涵,因此是最容易通过电视媒体传播的民族文化符号。

在《新疆是个好地方》第2期中,嘉宾一行人来到喀纳斯湖并受到身着蒙古袍的“大树女士”接待,来到牧民家感受蒙古族飨宴。夹杂以草原无际,群马渡河的风景片段,在衣、食、住三个方面简单明了地勾勒出了蒙古族同胞的日常生活。通过蒙古袍、奶茶、草原三个符号在无言中将蒙古文化这一信息进行最大化地体现。罗兰·巴尔特指出“符号的能指可以感知,例如符号的声音或形象或气味等,是符号内容的表达层面;所指是符号的内容面,是符号的意义,具有多义性。”也就是说符号作为一个文化的载体,它被人接收后所解构出的文化内涵不是单一的,是有多种解读的,比如对于奶茶来说,其既可以体现蒙古族以游牧为主的生活方式,也可以体现其草原生活为主的地域文化。

服饰符号不仅仅是具有审美性的视觉要素,更是一种文化符号,包含着多重文化内涵,使得观众能够通过人物的衣着感受新疆不同民族在漫漫历史中不断生长累积而成的独

特的地域特征、生活方式和审美情趣。在《新疆是个好地方》第28期中,嘉宾来到乌斯图景区受到哈萨克族人民舞蹈迎接,他们的服饰都印有中心多为单独或四方连续的植物纹样,这样的纹样组合包含有对哈萨克族先民生活地理环境特征的描绘,三角纹象征着连续绵延的山川,植物纹象征着茂盛的花卉野草,而鲜亮的色彩则体现了高原山区明媚灿烂的阳光。

(二) 艺术形式中的民族文化符号

艺术形式中的民族文化符号具体体现在艺术创作上,例如民族舞蹈、民族歌曲、民族手工艺品等。艺术形式中的民族文化符号在传播民族文化方面处于最具代表性的地位,相比日常生活中的民族文化符号它更能体现更深厚、更高级的文化底蕴,更需要被重视。

在歌舞方面,第1期中的哈萨克族民歌《羊群里躺着想念你的人》、《燕子》,第3期蒙古族民歌《赛马》,第15期塔吉克族民歌《花儿为什么这样红》表现歌声悠扬,舞姿绰约一切情绪都在无言中抒发。在第28期中,哈萨克族的姑娘小伙以一曲黑走马,配以舞蹈迎接远道而来的客人。哈萨克族有一句古老的谚语:“歌和马是哈萨克的翅膀”,兼具“歌”和“马”的“黑走马”更是已经成为哈萨克民族精神的象征符号之一。它体现着哈萨克族的历史文化背景、地理环境以及日常生活,具有深厚的文化底蕴,是电视传媒中的一大文化景观,让我们可以从中学会哈萨克族人民的性格与心理特征。

在民族工艺品方面,第2期介绍的蒙古族乐器“绰尔”,其制作和演奏都带有浓郁的民族色彩,多用灌木植物“扎拉嘎”的茎干制作而成,并长于吹奏蒙古族长调乐曲,音色柔和优美、自然浑厚。从起源上看,绰尔相传是一位猎人创造的。他在狩猎过程中听到马鹿的叫声,探索观察后发现是枯草被风灌响所发出的声音,便以此发明了绰尔。同时它体现了图瓦人传统地狩猎与放牧文化。从制作上看,绰尔乐器的制作材料必定是“扎勒特”草,而不用其他的材料所替代,体现了其古老的色彩。古时的图瓦人萨满教,认为绿色是佛陀恩赐的颜色所以严禁砍伐活着的树木。它体现的感情和价值观是图瓦人性格与心理的真实写照。

(三) 生产活动中的民族文化符号

山脉与盆地相间排列,天山和阿尔泰山区覆盖着郁郁葱葱的原始森林,又拥有着诸如博斯腾湖、喀纳斯湖、赛里木湖的广阔湖泊,长期以来,新疆的各民族利用复杂多样的地

理形态,进行农、猎、渔、牧、林等多种生产活动,而这每一种生产活动都是劳动人民智慧的结晶,体现着新疆各族人民的精神观念和民族文化符号。

在《新疆是个好地方》第2期中,嘉宾们来到福海县乌伦古湖,在有着二十余年捕鱼生涯的渔民张江海的带领下,嘉宾们参与了捕鱼、烤鱼、品鱼等各项活动。当地的冬捕活动常常在零下20度的严寒天气中进行,这要求捕鱼人除了拥有丰富的捕鱼经验,还需要强壮的体魄和坚韧的性格,冬季捕鱼不仅体现了当地人民坚韧勇敢的精神,更体现了其古老的生存智慧和与自然和谐共处的生态理念。而福海县每年都会在乌伦古湖举办“冬捕节”,成千上万的人来此参与捕鱼相关活动,通过对当地生产活动的改造和利用充分带动了福海县旅游业发展。

在第24期中,三位嘉宾前往那拉提大草原,对当地哈萨克族的游牧生活进行了体验。哈萨克族是一个有着几千年游牧生活传统的民族,他们勇猛善战,粗犷强劲,世代逐水草迁徙,依靠畜牧、狩猎为生。这种依赖自然的生活方式和生活的流动性,使哈萨克人崇尚自然、践行自由、吃苦耐劳,形成了典型的游牧文化。哈萨克族这种以游牧和狩猎为主的生产方式十分依赖自然环境、天然草场,这使他们对赖以生存的草原倍加爱惜,放牧采取轮牧式四季转场迁徙以保养自然环境,形成了哈萨克人与自然和谐相处的良性生态关系。

二、节目中表现不充分的文化符号

(一) 特色的民族文化符号较少

好的节目需要汇集能体现地域特色的各种元素,充分展现了地域特有的文化和精神。新疆作为我国五个少数民族自治区之一,理应有着丰富的少数民族文化资源,在旅游发展上具有其他省份比拟不了的独特优势。但就《新疆是个好地方》看来,节目所宣传的内容过于“内地”和“现代”,没有找到节目的目标群体,导致节目缺乏吸引力没有新鲜感。

这在《新疆是个好地方》第1期最为明显,本期嘉宾一共去了四个地方:乌伦古湖、魔鬼城、瓜田、骆驼养殖区。乌伦古湖前部分嘉宾在沙滩聊天,后半部分在湖中抓鱼;魔鬼城放风筝、坐滑梯;瓜田介绍打瓜;骆驼养殖区喝驼奶。所有内容在其他地方都可以原原本本地复制,魔鬼城放风筝、坐滑梯更是不伦不类到令人咋舌。嘉宾将乌伦古湖比作“新疆三亚”,但没有体现任何“比起三亚,去乌伦古湖是个更合适的选择”的信息,打不出特色,而没有特色的民族文化符号,节目宣传就显得十分鸡肋。

新疆电视媒体应当注重地域文化和精神的传达。利用特有的民族文化资源,发挥旅游发展的独特优势。只有展现了丰富的文化资源才能吸引人们的关注,使其想要去该地区旅游来感受当地特色文化。新疆的文化与其独特的自然环境、历史等往往交织在一起,共同塑造地域形象。而电视媒体应把握住、利用好,在节目中突出本地域的特色,与其他地域内容进行区分,不要一味模仿内地、追求现代,打出自己的特色。

(二) 民族文化符号内涵表达不充分

对民族文化符号内涵的表达是吸引观众、触碰观众心灵的关键。新疆是一个民族文化的聚宝盆,但节目却常常把

一个完整的文化剪得凌乱稀碎,对文化的表达也半间不界,乃至不知所云。而嘉宾人数少、节目时长短、活动内容干瘪零碎等问题也导致了节目什么都想表达,却什么都没表达出来,营造出了一种文化荒漠的“贫瘠感”和“廉价感”。第1期抓鱼,所表现的就仅仅是抓鱼;喝奶,就是看着牧民挤好驼奶端给自己。整个过程存在着距离感,这种“他者”的隔阂,加之对文化符号仅停留在极其简单的展示,观众所能接收到的信息只能是少之又少,特色文化的传播也就更无从谈起。节目中不必什么都需要表达,把最好的文化符号全面而精细的一点点解构,比空泛的满新疆乱跑更能吸引观众。

(三) 民族文化符号内容表达的重复

新疆电视媒体表达的关键就在于表现文化符号中的内涵、传达价值观念、传承民族精神。《新疆是个好地方》是以地域为内容围绕一个地区做一期节目,而新疆是个少数民族聚集区,这也就导致了所出现的民族文化符号内容的重复。一个地区出现过的民族文化符号在下一个地区时常会再次出现,这就造成了观众观感上的疲劳。《新疆是个好地方》一共26期,其中以捕鱼为嘉宾活动的就有6期,而奶茶、沙漠、草原、游牧、渔猎等元素更是不胜枚举。一方面这种同质的、相似的文化形象根本无法激发和调动观众的兴趣,并不利于民族文化的传播,另一方面这种文化的表达过于固定和僵硬,导致了民族形象的刻板化,过度的简化民族文化符号只会阻碍受众对民族文化的多维接受和理解。

三、结语

民族文化符号的价值就在于实现文化意义的生成与传播,而在文化意义的生成过程中需要创作主体在充分理解文化符号内涵的同时,对内容进行多维度的处理。尽可能地让节目内容更丰富,意义更深远;尽可能利用少数民族文化资源,借助文化符号制作优秀的电视节目,承担起传承传播少数民族文化的责任。

参考文献

- [1]徐海盈.文化类广播电视节目的回归与文化符号内涵的价值[J].视听,2019,(08):5-6
 - [2]黄旭.民族符号传播与文化转型[D].南京大学,2014
 - [3]常海齐.达斡尔民族影像的文化符号研究[D].内蒙古师范大学,2019
 - [4]李易.少数民族文化符号在当代影视设计中的运用[J].贵州民族研究,2018,39(05):140-143
 - [5]钟维,赵丽琼.传承好民族文化符号[N].六盘水日报,2020-09-27(003)
 - [6]王豪,李庆雷,夏梦蕾.民族文化旅游符号的提取与构建——以云南省施甸县布朗族为例[J].云南农业大学学报(社会科学),2020,14(03):86-92.
- [本文系塔里木大学“大学生创新创业训练计划”项目“新疆本土电视节目民族文化研究——以节目《新疆是个好地方》为例”(202110757070)]
- 作者简介:
 闫仕栋 蒋桂花 塔里木大学学生 牛绿林 塔里木大学教师
 新疆阿拉尔市虹桥南路705号塔里木大学人文学院