

中国电视媒介传播少数民族优秀文化策略

田建平, 赵瑞交

(河北大学 新闻传播学院, 河北 保定 071002)

摘要:充分利用电视媒介为传播少数民族文化服务,不仅有利于少数民族优秀文化的传承,还关系到国家的繁荣稳定和民族团结。中央电视台作为中国电视第一媒体,对少数民族文化的传播更是具有得天独厚的优势和不可推卸的责任。新时期以来开办的一系列具有民族特色的电视节目,成为少数民族文化交流的重要平台,为少数民族文化的弘扬作出了重要贡献。以中央电视台为例,对电视媒介与少数民族文化传播的重要性、迫切性,在新闻节目、专题片、纪录片、文艺节目、访谈节目方面取得的成绩以及面临的困境进行论述,并提出相应的发展策略,以促使电视媒介能够更好地保存和传承少数民族文化,保持少数民族文化独特性、完整性,扩大中华民族文化影响力,提升中华文化软实力。

关键词:电视媒介;中央电视台;少数民族;优秀文化;《乡土》栏目

中图分类号:J905

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2015)03-0058-12

20世纪末现代通讯技术的大力普及和“村村通”广播电视工程的全面实施,已经大大改善了少数民族地区的通讯设备和信息环境。2009年,中国有线电视覆盖到最后一个少数民族聚居区云南省怒江傈僳族自治州贡山独龙族自治县。2014年广电蓝皮书显示,截至2013年年底,电视综合覆盖人口已经达到98.42%。随着社会发展,新媒体在大众传媒市场占据了很大份额,传统媒体即将被新媒体所取代的声音也是不绝于耳,但由于自然环境、技术水平以及受众媒介素养的限制,电视媒体仍然是少数民族地区了解外界信息的主要渠道。电视媒介拥有新媒体无法达到的广阔覆盖率,有传统纸质媒体无可比拟的直观性、时效性,有生物学和社会学意义上最广泛的受众注意率,是少数民族了解世界和世界了解少数民族的窗口。国家的民族政策及先进的生活方式通过电视媒介传播到少数民族居住的偏远

地区。少数民族历经岁月沉淀的独有文化,也在电视媒介的助力下翻山涉水传播到全国各地,甚至是世界的各个角落。

库利曾指出,传播包含两个方面的重要内容,即信息在时间上的传承变易和空间上的传播扩散。中国55个少数民族中,53个民族拥有自己的语言^[1],29个民族有与自己语言相一致的文字,这就意味着相当一部分少数民族文化无法变成铅字,只能依靠传统的口耳传播。事实上,在大众传播产生之前,中国少数民族文化传承主要依赖口头传播,也有部分依靠典籍文献记载。这两种传承方式的缺点都是显而易见的。电视作为新时期少数民族地区与外界沟通信息的主要媒介,有能力也有责任承担起对少数民族优秀文化的传承。电视媒介的出现和普及不但大大降低了传播文化遗产的成本,还通过影像与文字的真实记录使少数民族文化可以跨越时空界限较

收稿日期:2014-10-30

作者简介:田建平(1963-),男,内蒙古包头人,教授,历史学博士。

完好地保存。少数民族文化在电视媒介的传播下,从封闭地区扩散到全国各地,并经过长期“培养”,建构起积极的文化认同。同时,电视媒介将前人的文化记录、积累、遗存流传给后代,使文化可以在历史长河中发展传承,形成少数民族文化传播的自信自觉,形成中华民族传统文化深厚底蕴。

中国有56个民族,由于生活地域和环境的差异,各民族在长期发展过程中形成了复杂个性特征和独有文化,包括民族历史、语言文字、风俗习惯、宗教文化、音乐艺术、地域特色等,如傣族的竹楼、苗族的吊脚楼、朝鲜族的襦裙套装、满族的旗袍高底花鞋,这些印有本民族烙印的民族文化,是各民族之间区分的标志。它们经历了岁月的洗礼,是中华民族优秀传统文化的重要组成部分,也是中国屹立于世界之林而不衰的精神砝码,其中蕴含的智慧和经验具有不可替代性和消逝后的不可再生性。然而,随着社会发展及民族间的融合,一些民族文化正在逐渐消失,一些曾让国人骄傲的民族瑰宝已不多见。2006年两会期间,国务院新闻办公室首次提出了“文化赤字”问题,2009年国务院发布《关于进一步繁荣发展少数民族文化的若干意见》,可见保护和弘扬少数民族文化,已经成为一个刻不容缓的课题。拉斯韦尔在《社会传播的结构与功能》中将传播的功能分为监视环境、协调社会以及文化传承。在麦克卢汉描绘的“地球村”日益实现的今天,如何做到既不破坏文化原生态又可以注入新鲜的血液,既让少数民族自觉坚守又可以获得广泛的认同,是我们不得不思考的问题。尤其是作为主流媒体的电视传媒,更应该发挥议程设置和培养功能,承担起传播、传承、发现、挽救文化的责任,深入了解民族文化的精髓,不遗余力挖掘少数民族文化内涵,挽救珍贵的少数民族原生态文化。

一、新时期电视媒介传播少数民族优秀文化的显著成就

电视媒介作为社会文化交流的主流平台,具有节目内容丰富、形式多样的特点。少数民族文化依托电视媒介的传播优势,在新闻节目、纪录片、专题片、文艺节目、访谈节目中都取得了显著成绩,为少数民族优秀传统文化传播作出了贡献。

(一) 新闻节目

新闻节目以真人真事为报道对象,或展现现实

生活,或讲述节日文化,或塑造人物形象,少数民族新闻作为中国文化领域和新闻传播事业的重要组成部分,对于营造民族团结的舆论环境,传播少数民族特色文化,增强各民族之间对话,提升大众对少数民族地区的了解做出了贡献,在现代化建设、民族团结和文化遗产方面均发挥着不可替代的作用。它兴起于20世纪,最初主要以文字出版的报刊为主,随着1958年北京电视台(中央电视台前身)开播,少数民族电视新闻节目也拉开了序幕。1960年内蒙古电视台、新疆电视台开始筹建,云南、贵州、延边电视台也先后登上历史舞台,电视新闻开始以记者采访、拍摄、剪辑、解说词、配音的方式在促进民族团结、传播民族文化方面发挥重要作用。1961年,中央民族学院(现名中央民族大学)创办新闻研究班,标志着少数民族新闻越来越引起业界和学术界的重视。

中央电视台从创办之初就重视少数民族新闻报道。1959年10月1日,成立之初的北京电视台实播了中华人民共和国10周年庆典,各少数民族的彩车和游行队伍展示了各民族的个性和风采。1964年4月,北京电视台派记者到新疆地区报道少数民族的生活和各方面的建设成就。1965年记者又奔赴西藏采访,共拍摄了32个新闻主题,并汇编成新闻专辑“古老西藏换新天”在国庆期间播出。1978年北京电视台更名为中央电视台^[2-3]。1986年第三届全国少数民族传统体育运动在新疆拉开序幕,中央电视台在乌鲁木齐配合新疆电视台进行报道,并每天晚上利用卫星播出从新疆传回的运动专题,介绍55个少数民族7个特色比赛项目,包括赛马、摔跤、秋千、射弩、抢花炮、叼羊和射箭。20世纪90年代,中央电视台《新闻联播》推出了介绍56个民族的《祖国大家庭》,并且开辟《来自西北的报道》、《民族大家庭》、《西南掠影》等系列报道,将少数民族的历史和现状展示给全国观众。进入21世纪,随着通讯技术的发展,中央电视台先后直播了《敦煌在发现》和西藏自治区成立40周年庆祝大会,并与新疆电视台联合策划推出大型系列报道《直播新疆》。2010年中央电视台在西藏建立报道点,2011年开辟纪念西藏和平解放60周年专栏“西藏人家60年”,讲述藏族人民的幸福生活。这一年第九届全国少数民族传统体育运动会在贵阳开幕,中央电视台进行转播报道,并根据运动特点制作集锦节目,充分展现民族团结、和谐、友好

主题。《新闻联播》还在“红旗飘飘”、“时代先锋”等专栏中,对少数民族典型人物进行报道,展示少数民族先进人物的精神风采。例如“人在路上,路在心上”的鲁海山,通过将主题事件化、事件故事化、故事细节化,讲述一个藏族养路工人30年的点滴片段和人生感受。此外,还有像高原上守护生命的白衣天使韩慧瑛、四川甘孜崩科城的安全守护神却吉尼玛,都是少数民族优秀人物代表,中央电视台均作了专门报道。

除此以外,大部分新闻节目对少数民族地区的报道多以消息、通讯为主,缺乏深度报道,涉及范围广泛但比例失衡,且报道模式化明显。在今天的新闻传播中,我们应坚持内容为王,深入挖掘,提高新闻报道质量;加强对少数民族地区的新闻关注,多角度、全方位展示少数民族地区生活;以受众为本,提高创新能力,减少模式化报道,增强民族新闻报道的表现力、感染力,充分发挥新闻报道对少数民族文化传播优势。

(二) 纪录片

智利著名导演顾兹曼曾说过:“一个国家没有纪录片,就像一个家庭没有相册。”与新闻节目相比,纪录片有更多表现空间,也更具有感染力。纪录片以“客观”为本质追求,将镜头聚焦于少数民族的历史、传统文化和现实发展,以真实笔法和充沛的感情记录少数民族的地域风情、社会历史、现实生活,是可再现的民族“立体档案”,是“复活了的可见文化”,为民族优秀文化的传承留下了珍贵影像资料。

表1是1935~2014年中国影响较大的少数民族题材纪录片,表1可见1949年前已有多部少数民族题材纪录片出现。歌曲《在那遥远的地方》大家都不陌生,却很少有人知道这是王洛宾在1939年为协助电影艺术家郑君里拍摄纪录片《民族万岁》时认识的藏族姑娘卓玛所作。这部失踪多年的各民族联合抗战纪录片,于2005年由导演郑君里的儿子郑大里寄送给了中国电影博物馆。具备很高文献价值的《西藏巡礼》,是1940年导演徐苏灵和陈嘉漠、马思聪联合摄制之作,整部片子深情却不煽情,对藏族宗教和民俗仪式做了真实详尽的纪录。建国后,少数民族题材的纪录片多达400多部,其发展又可以划分为3个阶段^[4]。第一,1949~1955,出现许多反映民族地区解放和发展的新闻纪录片,包括《红旗

漫卷西风》、《解放西藏大进军》、《大西南凯歌》等,其中《通向拉萨的幸福道路》获第十届卡罗维·发利国际电影节纪录片奖。第二,1956~1965年,民族志纪录片是人类学纪录片的辉煌。人类学纪录片是在人类学理论指导下,用人类学研究的科学方法对人类文化进行观察和研究,并借用影视学的表现手段使其形象化。这一时期有16部少数民族人类学纪录片共同组成了少数民族志,具有很高的文化价值,分别为《佤族》、《凉山彝族》、《黎族》、《苦聪人》、《独龙族》等。第三,1966~1976年,为纪录片的沉寂期,也可以说是荒芜期。1978年改革开放以后,少数民族纪录片逐渐成熟,开始注重平民视角并走向国际,出现了《丝绸之路》、《大西迁》、《敦煌》等大型系列纪录片,以及荣获国际权威奖项的《八廓南街16号》等,共同构成少数民族新影像。

电视媒介的发展为纪录片提供了更好的播放平台。1962年中央电视台第一批纪录片中就有《美丽的橄榄坝》、《春到侗乡》等一批展示少数民族风情的纪实片,1964年又拍摄了《欢乐的新疆》。1983年中央电视台《兄弟民族》开播,这是一档采用纪录片形式专门展示少数民族风土人情,宣传新时期党的民族政策的栏目,被誉为“形象的民族史”。进入20世纪90年代,表现鄂伦春人传统游猎民族内心世界的《最后的山神》及中央电视台与桂林电视台合拍的《龙脊》分别荣获年度“亚广联奖”和“金熊猫奖”,而真实记录鄂温克女画家柳芭奇特生活经历的《神鹿呀,我们的神鹿》在帕努国际传记片电影节上荣获“评委会特别奖”,电影节主席马克·索萨称赞它“完美记录了本土人民的生活”。1996年《中华民族》也登陆中央电视台,题材涉及中华56个民族,该栏目记者的采访足迹遍布内蒙古、新疆、西藏、宁夏、甘肃、青海等少数民族聚居地区,制作了许多优秀的大型系列纪录片,例如1999年的《大西迁》。《大西迁》是由资深电视人焦建成编导并主持,作为一名锡伯族人,用镜头真实记录锡伯族独特的民族风貌。1999年,焦建成带领自己的《大西迁》团队,以一种对故乡的眷恋和自豪之情探索锡伯族的民族史源,历时6年时间,对东北和新疆锡伯族人的生活进行拍摄制作,讲述了清朝年间4000多名锡伯族官兵及家眷完成的一场民族大迁徙的历史壮举。进入21世纪,中央电视台又拍摄了一批反映少数民族文化的优秀纪录片,代表作品有《西藏今昔》、《走进

表1 1935~2014年中国影响较大的少数民族题材纪录片

时间	摄制者	片名	时间	摄制者	片名	
1935	月明影片公司	《神秘的西藏》、《黄专使奉令人藏致祭达赖喇嘛》	1995	中央电视台社教中心与西藏文化传播公司	《八廓南街16号》	
1939	中央电影摄影场	《奉移成吉思汗灵柩》		云南电视台和云南社科院	《拉木鼓的故事》	
	中国电影制片厂	《民族万岁》	1996	云南电视台和云南社科院	《山洞里的村庄》	
1940	国民政府蒙藏委员会、中央电影公司	《西藏巡礼》	1997	中央电视台海外中心	《神鹿啊,我们的神鹿》	
1943	中央电影摄影场	《新疆风光》		中央电视台	《达赖喇嘛》	
1950	北京电影制片厂	《解放西藏大军行》	1999	唐丹鸿	《降神者尼玛》、《天葬》、《在轮回之门——藏族人的丧葬习俗》	
1952	北京电影制片厂	《光明照耀着西藏》		季丹、沙青	《贡布的幸福生活》、《老人们》	
1953	八一电影制片厂、捷克斯洛伐克陆军制片厂	《通向拉萨的幸福道路》				
1957	八一电影制片厂	《佉族》、《凉山彝族》、《黎族》	2001	中央电视台	《走进西部》	
1959	八一电影制片厂	《额尔古纳河畔的鄂温克人》		中央新闻纪录电影制片厂	《西藏50年》	
			2002	中央电视台	《走进西藏》、《一方水土一方人 中国民族自治的地方》、《鄂尔多斯》	
1960	中央新闻纪录电影制片厂	《景颇族》、《西藏的农奴制度》	2003	胡杰	《平原上的山歌》	
	北京科学教育电影制片厂	《苦聪人》		中央电视台	《呼伦贝尔》	
1961	北京科学教育电影制片厂	《独龙族》		四川电视台	《郎金和她的姐妹们》	
1962	北京科学教育电影制片厂	《西双版纳傣族农奴社会》	2005	云南电视台纪录片中心	《甲次卓玛和她的母亲大家庭》	
	北京电视台	《美丽的橄榄坝》、《春到侗乡》				
1963	北京科学教育电影制片厂	《鄂伦春族》、《大瑶山瑶族》	2006	上海文广新闻传媒集团	《新西藏》	
1964	北京电视台	《欢乐的新疆》		中央电视台	《格玲·德雅》	
	少数民族社会历史调查新疆组	《新疆复合勒克乡农奴制》	2008	中央电视台	《西藏今昔》	
	北京科学教育电影制片厂	《赫哲族的渔猎生活》	2009	中央电视台	《西藏农奴的故事》、《西藏民主改革50年》、《维族油画家》、《云南印象》、《舞蹈家杨丽萍》	
北京电视台	《芦笛岩》					
1965	北京科学教育电影制片厂	《永宁纳西族的阿注婚姻》、《丽江纳西族的文化艺术》	2010	中央电视台	《美丽中国》、《敦煌》、《阿可西里》、《鄂托克的故事》、《西藏2009》、《长河星辰·中国西部少数民族》	
1975	北京科学教育电影制片厂	《僮人》				
1976	中央新闻纪录电影制片厂	《西藏高原大寨花》、《庆祝西藏自治区成立十周年》	2011	中央电视台	《西域八卦城》、《额尔古纳的秋天》、《努尔哈赤》、《十一世班禅十五岁纪实》、《火的民族 彝族》、《走向拉萨》、《漓江渔火》、《西藏文化之旅》、《不朽的格萨尔》	
1979	中央电视台	《布达拉宫》				
1980	中央新闻纪录电影制片厂	《苗岭飞歌》			凤凰卫视	《西藏的西藏》
	中央电视台	《丝绸之路》		2012	中央电视台	《契丹王朝》、《叩开契丹大墓》、《行走西藏》、《中国少数民族风情》、《白金酒三角的精灵》、《民族故事》、《南伊沟》
1981	甘肃卫视	《祁连山下》				
1983	中央新闻纪录电影制片厂	《草原的女儿》				
1984	青海卫视、中央电视台	《唐蕃古道》	2013	中央电视台	《嘹歌也流行》、《迁徙,在寻找幸福的路》	
1990	中央新闻纪录电影制片厂	《十世班禅》				
1991	四川电视台、西藏电视台	《藏北人家》	2014	中央电视台	《美丽克什克腾》	
1993	中央电视台	《最后的山神》				
	上海电视台	《摩梭人》、《茅岩河船夫》				
1994	中央电视台和桂林电视台	《龙脊》				
	云南电视台和云南社科院	《普吉和他的情人们》				

西部》、《美丽中国》等。其中,2010年中央电视台和英国广播公司联合制作的大型纪录片《美丽中国》,6集涵盖了30多个民族故事,从极地赫哲族的生活到西南边陲苗寨风俗,从雪域之巅青藏高原到酷热的西双版纳雨林,少数民族文化通过摄影机的真实记录得以艺术表现,开始走出国门走向世界。

(三) 专题片

专题片和纪录片有着相似之处,都是以真人真事为表现对象;不同的是电视纪录片是再现性的,是对现实的记录,而专题片是表现性的,是对现实的营造。专题片更像一个立意先行的“命题作文”,围绕中心主旨展开叙述论证,必要时可以运用镜头追述、摆拍和补拍^[5]。中央电视台在少数民族文化专题片上也取得了显著成绩,包括《多彩贵州·神奇之旅》、《仙居恩施》、《小草商机》、《文明密码》,以及固定栏目《乡土》、《远方的家》、《中华民族》、《芝麻开门》、《走遍中国》、《国魂》等所拍摄的专题系列。

《芝麻开门》作为一档少儿科普栏目,在2011年拍摄了专题片《景颇族万人舞》、《德昂族泼水粑粑》、《傣族织锦·把云留住》,向青少年讲解少数民族优秀文化。而《远方的家》节目组从广西防城港开始,向西按顺时针方向一直到达辽宁丹东,跨越了广西、云南、西藏、新疆、甘肃、内蒙古、黑龙江、吉林、辽宁9个省区,以记者见闻的方式和人文体验的手段,展示了中国边疆少数民族地区的自然风光、民俗风情和人物故事。例如在《边疆行》广西最后一站《那山那坡》中,记者进入达腊彝寨,向观众展示了彝族传统的“跳公节”,随后又来到了壮族一个特殊分支,被人类学家称为“壮族的活化石”,保存着较传统生活方式的黑衣黑裤黑头巾的“黑衣壮”聚居地。该期节目还拜访了仅有11户人家的“自然村”,他们过着几乎与世隔绝的生活,有着古老的干栏式建筑,较完整地保存着壮族的传统文化。《远方的家》在《边疆行》系列之后,又分别推出了《沿海行》、《北纬30度中国行》、《百里百川行》系列,增加了人文性、新闻性和公益性,依然有着对少数民族的自然风光和人文生活最深情的勾勒。

另外,中央电视台在《国魂》、《乡土》、《走遍中国》等栏目中,都有展现少数民族风采的专题片。例如《走遍中国》节目组在《人文西藏》一期中对藏族表演艺术家大旺堆、摄影家扎西次登、民间藏医洛桑旦增以及歌唱家才旦卓玛的跟拍采访,展示了他

们的内心世界和日常生活。这些少数民族纪实类专题片是国际通用的语言,是一面镜子,是一种精神,是一个生命对另一个生命的启示,是文化记录中最动人的史诗。

(四) 文艺节目

与新闻节目、纪录片、专题片相比,文艺节目表现内容主要集中于少数民族服饰、语言以及原生态的乐器、舞蹈、音乐艺术。这类节目是平民的狂欢盛宴,拥有更广泛的受众群体和受众注意率。少数民族作为中华民族的重要组成部分,也应该有自己的娱乐舞台,展示自己的风采,发出自己的声音。事实上,一些省级卫视在这方面已经努力作出了尝试,如四川电视台《天籁之音藏歌会》、广西卫视《寻找金花》、青海卫视《花儿朵朵》、贵州卫视《多彩贵州》等。中央电视台“春节联欢晚会”(简称“春晚”)、“CCTV青年歌手电视大赛”(简称“青歌赛”)、《魅力12》、《民歌中国》也是传播少数民族文化文艺节目的成功典型。

“春晚”的演出规模、时长、受众的广泛度比任何一档文艺节目都要高,作为中华民族大联欢的舞台,其主题中心从来都离不开“团结、和谐”,也自然不会缺乏展现少数民族文化的节目。1983年首届“春晚”便有胡松华(满族)演唱哈萨克族歌曲《勤劳的帕米尔》、《马铃响,玉鸟唱》,胡松华和斯琴高娃(蒙古族)合唱《草原民歌》,展现了少数民族的风采。随后1984年“春晚”舞台又出现了高山族民歌《阿里山的姑娘》、赫哲族歌曲《山水醉了咱赫哲人》,1985年维吾尔族迪里拜尔《一杯美酒》、《我的歌会飞到你身边》,1986年江桦演唱《阿拉木汗》,1987年少数民族歌曲联唱《民族团结大联唱》,一直到2014年“春晚”作为少数民族文化展现舞台的传统从未中断^[6]。2014年“春晚”第二个节目《欢歌》集合了壮族民歌《敬酒歌》、蒙古民歌《酒歌》、回族花儿《雪白的鸽子》、维吾尔族民歌《阿依合尼木》、藏族民歌《雪域欢歌》,其后是各民族大合唱《光荣与梦想》,还有“蒙古之花”乌兰图雅和鄂温克族女高音乌日娜的草原之歌《套马杆》。30多年来,“春晚”为少数民族文化传播提供了一个广阔的平台,这里不仅有情感真挚、直接朴实、民族特色又极具传唱度的歌曲《大阪城的姑娘》、《吉祥三宝》,有《跳春》、《雀之灵》这样原生态的舞蹈,有葫芦丝这样极具民族气质的乐器,有绚烂多彩的服饰文化,还出现

了像“民族歌后”宋祖英(苗族)、“孔雀皇后”杨丽萍(白族)、“歌坛天后”韦唯(壮族)以及藏家女儿韩红这些春晚明星,他们共同构建了少数民族的精神面貌和文化认同。

“青歌赛”是中央电视台1984年创办的青年歌手大赛,截至到2013年已经举办了15届,同样是展现少数民族文化的重要舞台。1998年,李琼演唱的土家族民歌《山路十八弯》备受观众和评委青睐,并摘得当年的特别大奖。2000年该舞台上出现了彝族海菜腔,2002年西藏牧羊姑娘索朗旺姆让我们领略了来自雪域高原的天籁之音,除此之外还有回族的哈辉、朝鲜族的阿里郎组合等也向我们展示了原汁原味的民族音乐。在2006年第十二届“青歌赛”比赛分组中正式加入了“原生态”组,为少数民族独特唱法提供了广阔舞台,从此掀起了“原生态”唱法的热潮,也捧红了传统的少数民族民间原生态音乐文化。之后“青歌赛”舞台上出现了地地道道的土家族汉子“撒叶儿嘴组合”、云南丽江西部塔城的“纳西姐妹组合”、贵州省黔东南的苗族“朵蝶朵组合”,还有蒙古民歌《安达情》、苗族情歌《你像一朵花》、藏北山歌《祝福歌》、侗族大歌《心中想郎》等,他们用最原始的乡音,演唱着从祖辈那里流传下来的音乐,为受众带来了别样的音乐体验,也展示了他们独具民族气质的语言、服饰和民族乐器。在“青歌赛”中,还有像“侗族人民在欢庆节日后招待宾客时的歌曲形式叫做什么,它在侗语里又俗称什么?”“苗寨中大小节日都离不开芦笙,芦笙属于吹奏、弹拨、打击、拉弦中的哪种乐器?”这样的知识问答环节,考察选手知识的同时,也向大众传播了少数民族传统音乐文化。另外,场外特设专业嘉宾解说,帮助观众更好地理解这些传统的少数民族文化。

除“春晚”、“青歌赛”这两大平台外,中央电视台《星光大道》、《魅力12》、《民歌中国》也为少数民族文化传播做出了贡献。《魅力12》是2002年开播的文艺节目,以弘扬、展示民族民间文化为己任,以现场文艺表演与嘉宾、观众的互动为主,并适时融入纪录片形式,探寻并解密鲜为人知的原生态民族文化。2003年《魅力12》还推出特别节目《CCTV西部民歌电视大赛》,分花儿、长调、山歌、小调、特种民族等7个组进行比赛,为风格独特的原生态民歌提供展示平台。而《民歌中国》栏目是中国唯一一档

以中国原生态民歌歌种版图概念全景展示的民歌艺术节目,于2006年成功推出了7场《中国民族民间歌舞盛典》,让观众品味到民族声乐舞蹈艺术的无穷魅力,在传播少数民族音乐文化的同时,推动原生态民歌发展。另有德德玛、降央卓玛这样的少数民族艺术家以嘉宾身份出席,奠定了该节目在传播民族文化栏目中的不俗地位。2007年央视还首次举办《CCTV民族器乐电视大赛》,2013年《争奇斗艳》又踏歌而来,这又是一次民族天籁之音的汇集。可见,中央电视台这些文艺节目为少数民族文化传播提供了平台和契机,以观众喜闻乐见的形式承担起对少数民族原生态音乐传承的责任,将少数民族博大而厚重的民族文化展示给亿万观众。

(五) 访谈节目

访谈节目把重点放在主持人和嘉宾等人物身上,以嘉宾为主体,以谈话为主要表现方式,将镜头聚焦于少数民族优秀人物,挖掘他们背后的故事,展现他们身上独特的品质,不寻常的阅历和独到的思想。而他们本身又是民族气质的载体和民族精神的直接体现者,在与他们探讨个人的成败得失,探讨故事背后隐含的价值观念时,少数民族的优秀品质及独特艺术气质得到了传播。

民族精神和文化遗产的主体是民族人物,民族人物是少数民族生存状态和价值观念最直接的体现。中央电视台人才济济,汇集了著名主持人白岩松、海霞、撒贝宁等优秀少数民族人才。这体现了中央电视台的兼容性和国家民族平等、团结的政策,这些拥有少数民族血统或背景的工作人员也有利于少数民族优秀节目的制作和少数民族声音的传播。而在访谈节目中与一些少数民族德艺双馨艺术家的直接对话,更是对少数民族文化的深层探讨与传播。中央电视台著名少数民族主持人如表2所示,此外,中央电视台还有一批少数民族导演、制片人,如中央电视台副台长高峰(回族),著名制片人、导演哈文(回族),导演张淑芬(彝族)等。

中央电视台还注重对少数民族嘉宾的访谈。例如,《小崔说事》与蒙古族呼麦选手文丽进行对话,《半边天》对青海花儿张存秀进行访谈。《艺术人生》中出现的少数民族嘉宾有满族的关牧村、那英,蒙古族的德德玛、斯琴格日乐,藏族的韩红、才旦卓玛,壮族的韦唯,苗族宋祖英,高山族迪克牛仔,傣族刀美兰、维吾尔族克里木等。这些艺术家是“活动”

表2 中央电视台著名少数民族主持人

姓名	民族	职务
赵忠祥	满族	《动物世界》主持人
纳森乌日塔	蒙古族	《朝闻天下》主播
撒贝宁	回族	《今日说法》主持人
池艺璇	朝鲜族	《电视你我他》主持人
焦建成	锡伯族	《中华民族》导演、主持人
耿萨	藏族	《朝闻天下》主播
马昕	回族	《体育新闻》主持人
施笠	白族	《中国音乐电视》主持人
白岩松	蒙古族	《新闻1+1》主持人
海霞	回族	《新闻联播》主播
尼格买提·热合曼	维吾尔族	《开门大吉》主持人
文清	苗族	《开心辞典》主持人
罗幸	壮族	《中华民族》主持人
维妮娜	维吾尔族	《中华民族》主持人
沙玛阿果	彝族	《心理访谈》主持人
斯琴塔娜	蒙古族	《中国财经报道》主持人

的少数民族文化,他们将文化带上了舞台,展现给全国观众,也提醒着国人保护少数民族文化的重要性。在《艺术人生》德德玛专场中,节目组讲述了德德玛与病魔作战的坚强品格,并在现场播放她具有民族特色的成名曲《美丽的草原我的家》,展现了蒙古人民对草原的赞美与热爱。“你要是嫁人,不要嫁给别人,一定要嫁给我”这一首《大阪城的姑娘》家喻户晓,这样的音乐给我们声乐享受,演唱者背后的故事更能让我们体会那片神奇土地的风情逸致和价值状态。克里木做客《艺术人生》,且歌且说且舞,揭开“大阪城”姑娘神秘面纱,呈现维吾尔族人民的幽默爽朗个性。在《看见》2012年“生命的旁观者”一期中柴静与白族“舞蹈诗人”杨丽萍进行对话,呈现了一位坚持“艺术是生命的往来”的少数民族艺术家。节目中讲述杨丽萍在1999年离开世人拼命都想挤进的北京,前往云南大山深处挑选合适青年,探寻民间音乐舞蹈创造《云南印象》,把最原始的生活方式搬上舞台,为民族文化尽保存之责的感人经历。

二、《乡土》案例分析

《乡土》是中央电视台2007年开播(周一到周五播出)的一档旅游文化节目。从2007年开播至今,《乡土》历时7年,以生动鲜活的民族故事,未经

雕琢改变的原生态文化,不断吸引受众关注,连续刷新收视率,逐渐成长为中央电视台具有文化价值的品牌栏目。该栏目以“中国有多奇,乡土告诉你”为口号,以“弘乡土文化,展民间风采”为宗旨,立足民间文化,聚焦各民族的服饰、建筑、节日、民俗,注重挖掘展现一方水土的内涵故事,用镜头为风土人情存像。《乡土》作为传统文化的守望者、记录者、传播者,其栏目组成员足迹遍布全国各地,从海南岛到东北,从浪漫的鱼米之乡到广袤的西部戈壁高原,用真实质朴的情感打造了一个个地区的文化名片,以专题片形式展现中国各地民俗地域文化。

(一) 聚焦历史和现实,全景式展示少数民族人民生活面貌

中国56个民族历史悠久,经过岁月洗礼沉淀,具有人文性、稀缺性和不可再生性的特色文化,成为《乡土》取之不尽用之不竭的财富资源。《乡土》以专题片形式,聚焦于某一主题,全方位、多角度展示了各地区各民族的文化生活,包括其衣、食、住、行、民俗、景观等:一方面重视历史的研究,追溯传统文化的历史渊源和文化内涵,彰显文化的历史价值和传承意义;另一方面又注重对文化时代精神的表达,展示少数民族现代的生存状态和精神面貌。

例如《傣傣族人家的新生活》,在节目开头讲述傣傣族传统的狩猎生活,并展示了傣傣族古老的捕猎工具老鼠夹和弩。之后镜头转到漫山遍野的红桑葚,引出现代傣傣族人以种植桑葚为主要收入的新生活,其中还穿插介绍傣傣族的“腊肉”、“休紫草”、“洗头菜”、“桑葚蛋”等民族饮食。在《走进筠连之川——红情缘》中,以红茶为线索追溯“黄金白露”的历史,展示苗家最古老的“祭花杆”节日,并依次介绍了独具民族气质的“长老服饰”,充满神秘色彩的“土语祭祀语”,筠连县非物质文化遗产“蜡染”、“刺绣”,诙谐欢乐的“说亲”、“斗茶”,以及茶文化下苗家儿女的富足生活。《节日里的苗族人家》以苗家“祭牛节”为中心,介绍了“鸡稀饭”、“酸汤鱼”特色食品,苗族银饰的制作技艺等。可以说《乡土》涉及文化的方方面面,既有传统服饰、饮食、民俗、特色建筑,还有滑竿、溜索等传统出行方式,以及现代少数民族人们特色旅游、种植业、养殖业等,全景式地打造展示独具文化气质的声画空间,构建民俗文化和精神价值的家园。

(二) 节目结构分主持人寻访、传人两个系列

在每一期主题的引导下,《乡土》以主持人现场参与的方式,跟随编导脚步,强调寻访的动态性,围绕线索探寻各类民俗的起源,展示少数民族聚居地的文化时节,叙述独具特色的民间故事。同时,《乡土》栏目中还有对民间艺术家的勾勒,展示他们的非凡成就及精湛技艺,挖掘他们的精神世界和文化价值,关注他们的艺术传承。

例如在《祭牛节的牛人家》中,编导围绕祭牛节探寻了苗族的唱歌、顶酒、长桌宴,还着重介绍了非物质文化遗产“泥哨”传承人陈应魁,通过展示他的艺术作品,以及通过实际操作讲解作品的制作过程,建构了一位“大隐隐于市”的少数民族民间艺术家。《寻访叶赫满族镇》节目中,观众追随编导的寻访脚步,介绍了叶赫镇的“悠车”、“关东三宝”、“八大碗”、“烧鸽子”,还传述了“中国养鹿功臣”崔尚勤、“全国优秀导游”柴运鸿以及70岁的农民“沙书”文化传人杨勤。在《阿蓬江畔的土家人》节目中,在主持人的参与下,依次探访了时宽时窄的时光隧道“绝壁”,神秘的“汉代悬棺”,古老的“土家族老调”,打着民族烙印的“土家吊脚楼”、“四合院”、“马打滚”、“酸炸鱼”、“摆手舞”、“元宵舞”等,另在传人板块推介了一位有着60年“棒棒烟杆”制作经验的84岁老人李朝刚。这些民间艺术家是少数民族文化的记录者、传承者,本身具有无可替代的文化价值,而他们对文化的执着与坚守,也进一步激发着现代人对于民俗文化探讨和弘扬的热情。通过寻访和传人系列介绍,《乡土》帮助受众深层次多方面了解少数民族的生活现状和精神面貌。

(三) 真实纪录原则下故事化的表现手法

《乡土》作为民族文化的“活相册”,强调用镜头真实纪录、客观展现少数民族地区的自然景观、风俗民情、历史文化,对一些濒临消亡的民间技艺、习俗进行实录和保存。同时《乡土》栏目也讲究相对完整故事情节,用故事化叙述加入蒙太奇的表现手法,借用故事的悬念、冲突等元素增加可视性,适应大众的审美需求。

《回京人的婚礼》讲述了云南省傣族佤族自治县回京村拉祜族传统婚礼,在准备婚礼阶段不见新

娘、记者探访而不得勾起受众好奇心,随后从迎亲到完婚跟拍了一对新人婚礼全过程,完整记录了拉祜族古老婚俗。他们的婚礼没有奢华的宴席,聘礼也只是一碗茶和一套礼服,在婚礼当天村里每户妇女都会送上一根“柴”(谐音“财”)作为礼金,希冀新人婚后的富裕生活,新娘新郎饮苦茶加蜂蜜(寓意同甘共苦),婚礼结束后全村还会弹三弦吹芦笙,共舞到天明,以示对新人最诚挚的祝福,完整讲述一对新人的传统婚礼仪式,展示了拉祜族人民的质朴温暖生活场景,也向全国观众传播了少数民族传统礼仪文化。《寨花阿勤》讲述了一个美丽坚强的瑶族姑娘竞选最美民族寨花的故事,以阿勤竞选活动为线索,从准备到结束串联起对“龙脊梯田”自然风光,“抢鸭子”、“抛绣球”、“长发比赛”等民俗活动,以及“五色饭”特色食品进行展示。《被偷的新郎》、《哭比笑好的喜事》、《古寨里的稀奇事》、《给活人立牌位的古村》等作品都是在保证真实的前提下注重悬念的设置,凸显故事的新奇感和矛盾性,故事化的叙述增加节目的可视性和感染力,实现传播效果最优化。

三、问题与对策

近十年来,由于商业利益的驱使、文化弱化等原因,在电视媒介传播中出现了一些问题,亟需引起重视,制定对策,加以改进。

(一) 电视媒介传播少数民族优秀传统文化存在的问题

1. 商业气息浓厚,少数民族文化传播存在被简化、异化现象

李普曼曾提出“拟态环境”的概念,认为“客观真实”与“媒介真实”之间有差距,而人们更乐意也更容易接受的是“媒介真实”。媒介“把关人”在选择传播内容和传播方式时,会有很多左右因素。尤其在现代消费主义盛行之下,大众传媒拥有自己一整套商业逻辑,电视媒介早已变成强化刺激消费的重要手段。为求观赏性,强制加工并异化传统文化,刻意制造吸引观众眼球的奇观景象,已经不是新鲜现象。在这样传播制度和媒介生态的影响下,传播者缺乏必要的民族文化自信,少数民族文化传播匆匆而来,囫囵吞枣。受众也赶集似地享受着感官刺

激、奇观消费,到此一游后内心留下的除了豪华阵容、奇异内容之外,再无他物。大批量异化生产的这些信息通过媒介进入千家万户,会影响受众对少数民族文化的正确理解和认识。同时,进入少数民族地区的商业思想,也可能在很大程度上改变少数民族原有的风俗习惯和价值观念,对传统文化的传承产生冲击。就连最应具有严肃认真态度的专题片、纪录片,近年来也在文化的外衣下成为各地旅游业的附属产品,到处弥漫着商业宣传的气息。一些古老的传统文化未能幸免地在商业思想支配下加入表演性质,原有的价值正在逐渐衰落,丧失原有的文化魅力。

2. 节目深层次文化内涵缺乏,传播模式化明显

少数民族的民俗习惯有着丰富的内容、复杂的礼仪和生动的细节。然而,由于节目播出时间限制或者编排思想的要求,屏幕上呈现的往往是华丽的服饰、优美的舞姿、高亢的嗓音这样快餐性的消费文化,缺乏文化深度内涵。例如在新闻节目中,少数民族相关新闻,虽然也涉及一些民族文化,但缺乏实质性内容,对文化深层次内涵更是很少触及。在文艺节目方面亦是如此,纵观《花儿朵朵》、《天籁之音藏歌会》等节目都是以歌唱比赛形式对少数民族音乐文化的展示。各参赛选手身着民族服饰你方唱罢我登场,或高亢,或低婉,满足受众的趣味追求,并分出所谓胜负名次。而具体到歌曲寓意和舞蹈内涵,很少有节目去深究,面对一些难以理解的民族语言,节目中也只是在屏幕下方打上“歌词大意”,这让我们不得不怀疑这些文艺节目在展示少数民族文化的浅尝辄止。这样的结果造成我们从电视媒介得知苗族的开年节,却不知道开年节的历史渊源,我们知道藏族的哈达、壮族的短领对襟,却不知道其中蕴含的礼仪文化。

3. 少数民族文化节目相对较少,特别对人口较少民族关注不足

虽然中国大众媒体在传承少数民族文化方面已经做出一定努力,并取得了不俗成绩,包括一些优秀纪录片、专题片的诞生,一些文艺节目、访谈节目的尝试和努力。但是相对于汉族节目类型的纷繁复杂,少数民族节目类型明显单薄,且表现形式单一,同质化严重。例如“春晚”舞台上,稍加留意就会发现,少数民族的节目几乎均被打包压缩成歌舞“大杂烩”,各民族盛装快节奏依次出场,缺乏个性化展

示。《花儿为什么这样红》、《敖包相会》这些歌曲虽然经典,也有被过度消费之嫌,少数民族歌舞展示缺乏创新,民族个性特点不鲜明,语言类节目更是少之又少。原来人们津津乐道的传承少数民族音乐文化的“青歌赛”,也在2013年第十五届中取消了“原生态”唱法^[7],这一度引来了社会各界的广泛争议。同时,电镜头多聚焦于藏族、蒙古族、维吾尔族、回族、苗族这些较大民族,人口较少的京族、景颇族、门巴族、怒族、塔吉克族等受到关注相对较少。从央视历年的纪录片、专题片可以看出,关于西藏的有《布达拉宫》、《达赖喇嘛》、《走进西藏》、《西藏今昔》、《西藏农奴故事》、《西藏民主改革30年》、《古老西藏换新天》、《人文西藏》等一系列,而人口较少的土族、塔吉克族、普米族这些民族纪录片少之又少,甚至空白,当然这其中各种因素,但是媒体和大众还是应该多加关注。

(二) 电视媒介传播少数民族优秀文化发展策略

1. 尊重少数民族主体性,调动其文化保护自觉性

文化传播是为了更好地传承文化。一些新的观念、信息在大众传媒的广泛传播下进入少数民族地区,对少数民族现代化产生积极影响,同时也对少数民族的传统风俗习惯、思想文化造成不同程度的冲击。近年来,少数民族文化在传媒视野下逐渐远离真正的文化内核,取而代之的是以金钱为基础的伪文化。我们不否认大众传媒在传播少数民族文化方面所作出的巨大贡献,但其对传统文化的破坏消解也是有目共睹。我们在历史观中经常强调“人”作为主体的重要性,同样文化传承作为一种文化再生产,仅靠政府、传媒的努力是远远不够的,最重要的激发少数民族的保护自觉。

现代的大众传媒经常将少数民族作为普通观众,或者不受重视的边缘群体,甚至是消费对象,这样很难达到应有的传播目的。少数民族文化传播是一种全民行动的工程,应该调动全民热情,更应该发挥少数民族自身的能动性。大众传媒应致力于满足少数民族群体的信息需求,构建文化认知,并在潜移默化中“培养”其文化自信和保护文化自觉。只有少数民族群体真正认识到传承民族文化的重要意义,并积极主动地保护文化,自觉抵制所谓的现代文

明对文化的冲击改变,才能从根本上防止中国传统优秀文化流失。

2. 重视少数民族节目质和量,发挥媒介议程设置功能

议程设置是大众传播重要功能之一。电视媒介高频率多层次呈现少数民族文化,可以引起大众对民族文化的普遍关注。通过日常的反复作用,电视媒介为受众设置传统文化议题,培养受众对传统文化的认识和关注。

首先要增加少数民族文化节目,保证民族文化在主流媒体占据足够份额,以突出少数民族文化在传播中的份量。文化传播的规模和范围是受众判别问题重要性的最直接标准,民族节目越密集,文化传播流量越大,对人们的影响也会越大。在新闻、文艺、访谈节目、纪录片、专题片等各类型节目中应注重融入民族因素,多开发民族文化类节目,保证受众与少数民族文化接触度,提升受众对文化的认知度。将节目播出时间调至黄金档,使其在媒体中占据重要位置,改变长期以来形成的少数民族文化是边缘文化的认知,进而影响他们的行动。

民族文化节节目还应该在上有所提升。针对少数民族节目类型单一、传播模式化的现象,要加强创新,将传统文化融入现代元素;在内容上也要下足功夫,分析受众文化差异,做好把关人,对传统文化进行筛选、编制,对民族语言文字、风情民俗、地域特色、历史文化全方位深入探讨,发挥电视媒介直观快捷的优势,促进文化传播的长效聚合。

3. 构建先进传播理念,深入挖掘文化内涵

在媒介日益商业化的今天,收视率成为电视节目制作的主要依据,节目越做越多,文化却越做越浅。在市场理论的指导下,由于视觉冲击和收视效果的需要,电视镜头多聚焦于具有炫目色彩的民族服饰、建筑、歌舞、节日等,其实质并没有真正被观众所了解。形式化包装下的民族文化丧失原汁原味,其魅力和光彩也大为减弱。经过岁月沉淀的民族传统文化是一个复杂的综合体,其历史之久远、内涵之丰富并非这些表层形式所能代替。

作为新世纪的主流媒体,电视媒介应该构建具有文化深度的传播理念,并身体力行地保护文化的原真性。文化的开发和传播要以保护文化完整性为前提,努力探索传统文化和现代文化的关系,对历史进行深入研究,进行有计划有原则的传播;深入地

调研,多层次认识少数民族文化,注重挖掘少数民族服饰、民俗风情、节日背后蕴藏的历史渊源,抓住少数民族文化艺术特点,并提炼其文化价值,呈现原汁原味的文化盛宴;真正做到尊重传统文化品质,深刻把握民族文化独特性,缩小媒介真实和客观真实的距离,减少浮光掠影似的描述,使得拟态环境最大限度地接近少数民族现实,实现心理共振,满足受众文化审美需求。《乡土》栏目是这方面较成功典型,为传承民族传统文化作出了真正的贡献,例如在《若羌探宝》一期中探讨玉石历史渊源,追溯“楼兰古城”文化脉络等。

4. 提高受众媒介素养,改善媒介生态环境

媒介素养是指人们面对媒介信息时的选择、理解、质疑、评估以及思辨反应的能力^[8],它是决定媒介生态的社会基础,也是影响少数民族文化节目生存的重要力量。电视媒介的目标群体是受众,受众的需求是节目的生命力所在。使用与满足理论把受众成员看成是有着特定需求的个人,把他们的媒介接触活动看作是基于特定需求动机来使用媒介,从而使这些需求得到满足的过程。由于受众媒介素养参差不齐,并不是所有的受众需求都能得到满足,尤其是面对有着深层内涵的少数民族文化节目,对受众媒介素养更是有着特殊的要求。

媒介素养首先影响受众的信息选择,而受众的信息选择又直接制约着媒介信息市场。提高受众的媒介素养,形成对少数民族文化信息的主流认同,可以改变媒介信息需求结构,重构媒介信息市场,从而改善少数民族文化的媒介生态环境。受众对少数民族文化信息的求知欲和使命感,是少数民族节目的强大市场,能够促使电视媒介积极主动对文化信息进行生产传播,为少数民族文化创造更好的生存空间。

媒介传播效果也依赖于受众媒介素养的提高。大众传播信息不可能完全呈现世界的本来面貌,需要受众对信息进行理解和解码。受众媒介素养水平偏低,导致信息解码失误和偏差,造成媒介文本无法正确解读,影响少数民族文化传播效果。所以应该提升社会整体教育水平,提高受众媒介素养,这样才能保证受众在面对海量信息时不会无所适从,接触文化信息时做出正确选择、评价,能够更好地理解电视镜头语言,理解媒介传递的文化信息内涵。

5. 全球眼光审视民族文化,提升文化软实力

麦克卢汉描绘的“地球村”已经逐步实现,我们处于一个联系日益密切也更加复杂化的世界文化格局。各种文化思想随着改革开放涌入国门,中华民族文化正遭遇着前所未有的冲击。如何树立正确的民族文化观,挖掘丰富的民族文化底蕴,提升文化软实力,使中华传统文化成为世界文化的一部分,是我们今天必须要面对并解决的问题。

中华民族文化是中国的,也是世界的。少数民族文化作为中华民族文化的重要组成部分,经过历史的洗礼,沉淀成优秀传统文化,有着不可磨灭的民族烙印和深厚的文化底蕴。在全球化的今天,电视媒介应该树立正确的文化观,用全球眼光审视民族文化,制作高水准的电视节目,让优秀的少数民族文化不仅在中国得以发扬光大,还要走出国门、走向世界,以扩大中华民族的影响力,提升中国文化软实力。

从全球化的趋势来说,现在是中国文化进入世界难得的机遇,中国电视也已具备了进入世界的条件,当务之急是拿出更多具有民族特色、有竞争力的优秀节目。立足民族文化对外传播的电视节目要有精品意识。精品是电视收视率的保障,也是中国文化进入世界的通行证。2010年中央电视台与英国广播公司联合摄制《美丽中国》,立足国内放眼世界,为传统文化打造民族品牌做出贡献,也为在国际传播少数民族文化树立了榜样。

6. 树立人才意识,培养吸收少数民族优秀分子

办好电视台,队伍是关键,电视队伍的素质直接关系到电视宣传的导向和节目的质量。少数民族精神文化是现实生活长期沉淀发酵的结果,其内涵深厚非一朝一夕能够理解。来自媒体的年轻记者有着完全不同的文化教育和生活背景,对少数民族文化的理解或多或少存在偏差,又缺乏深入体验和尊重,在采访报道时往往陷入模式化。这种模式化的结果只能是镜头的简单堆砌,很难与少数民族文化产生真正的交流。培养启用有着少数民族背景的优秀人员,可以利用他们与生俱来的文化体验制作高水准的电视节目,为更好地完成电视肩负的传播传统文化的历史任务提供人员保证。

早在1965年9月,中央电视台已经开始注重吸收少数民族人才,为加强少数民族地区报道,新闻部从内蒙古大学和中央民族学院调来哈萨克、维吾尔、

蒙古、藏、彝、傣6个民族的9个少数民族干部,通过在北京广播学院学习了半年新闻专业基础知识和摄影技术,培养了中国第一批少数民族摄影记者。而《兄弟民族》、《中华民族》这样致力于宣传中国传统文化的栏目,吸收具有少数民族文化背景的优秀人才就显得尤为重要。《兄弟民族》创办之初的团队便由满、回、藏、彝、傣、土家等8个民族16个人组成,而《中华民族》的导演焦建成、新晋主持罗幸、沙玛阿果也都是少数民族的优秀代表。

可见,电视媒体注重培养吸收各少数民族的人才,有利于少数民族文化优秀节目的创作,有利于民族团结、各民族的共同繁荣。

7. 借力新媒体,扩大少数民族文化影响力

中国传统电视媒介的优势仍在,但与新媒体合作趋势已是锐不可挡。新媒体行业包括车载电视、手机、网络等,他们有着传播迅速、方便、快捷的特点,其力量不容忽视。传统大众媒体可以与这些新媒体进行长期合作,利用微博、微信等自媒体传播渠道,扩大少数民族文化影响力。传统媒体和新媒体传播各有特点,其受众分布和传播效果也有所不同。利用新媒体传播,可以改变过去传统媒体的一对一或一对多传播,以“病毒式”传播迅速占领市场并产生巨大影响力。利用微博、微信的广大受众群体,创立“保护民族文化”公共话题,营造有利的舆论氛围,促进少数民族文化更快更广的传播。

此外,我们还可以建立专门的民族频道,在主流媒体为少数民族文化传播开设专门窗口。2010年两会期间,十一届全国政协委员、著名蒙古族艺术家德德玛建议在中央电视台开设独立民族频道,展现少数民族多姿多彩的优秀文化。笔者认为针对少数民族节目较少、类型单一的问题,应该为55个少数民族专门开设一个频道,宣传少数民族科技、教育、医学、文艺各方面的优秀人才,探索、介绍少数民族的风俗礼仪、历史文化。几个稍大一些民族可以在频道下开设自己的节目,并有本民族语言的主持人,同时对人口较少的民族也要做到平衡关注。通过大众媒体的努力,加强民族间交流融合,构建民族文化认同,反映各地区民族繁荣发展走向,体现党和国家的民族政策。

四、结语

电视媒体,尤其是中央电视台作为社会文化交

流的主流平台,在新闻节目、纪录片、专题片、文艺节目、访谈节目中都为少数民族文化的弘扬做出了重要努力,并取得一定的成绩。包括在“春晚”、“青歌赛”、《星光大道》这些品牌节目中融入少数民族文化成分,培养焦建成这样优秀的少数民族文化传播人员,以及打造《乡土》、《远方的家》这些优秀专题系列片。但是在各种原因的驱使下,近年来少数民族文化传播出现商业气息浓厚,深层次文化内涵缺乏的现象,少数民族文化内核正在悄悄流逝,甚至部分已经永久性消逝。面对如此严峻的文化环境,为了更好的保护中华民族文化的独特性、完整性,扩大民族文化影响力,媒体应该:尊重少数民族主体性,调动文化保护自觉性;发挥媒介议程设置功能,提高文化节目的质和量;构建先进传播理念,深入挖掘文化内涵;提高受众媒介素养,改善媒介生态环境;借力新媒体,扩大少数民族文化的影响力。少数民族优秀文化是中华民族文化的重要组成部分,中国电视媒介应认清民族文化的传播环境和现状,主动承担起挽救文化、保护文化的责任,为中华民族文化的

传承贡献一份力量。

参考文献:

- [1] 李晓丹. 论少数民族语言文字的保护对策[J]. 重庆交通大学学报:社科版,2010(6):98-100.
- [2] 赵化勇. 中央电视台发展史:1958~1997[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008.
- [3] 赵化勇. 中央电视台发展史:1998~2008[M]. 北京:中国广播电视出版社,2008.
- [4] 胡钉. 中国少数民族纪录片研究[D]. 南宁:广西民族大学,2012.
- [5] 姚建明. 纪录片和专题片的共性与个性[J]. 新闻天地:下半月刊,2011(1):126.
- [6] 时颖. 中央电视春节联欢晚会对少数民族文化的传播[D]. 北京:中央民族大学,2009.
- [7] 李梅. “保护”还是“破坏”? ——由青歌赛“不再单独设立原生态组”想到的[J]. 人民音乐,2013(5):50-51.
- [8] 林晓华. 媒介素养与少数民族发展[D]. 成都:四川大学,2006.

Strategies to disseminate excellent minority culture by China's TV medium

TIAN Jian-ping, ZHAO Rui-jiao

(School of Journalism and Communication, Hebei University, Baoding 071002, Hebei, China)

Abstract: Making full use of TV medium to disseminate the minority culture not only contributes to the inheritance of minority culture, but also is related to prosperity and stability of the country and national unity. Chinese central television, as the first media of China television, is endowed with the exceptional advantages and incumbent responsibilities to the dissemination of minority culture. A series of ethnic television programs has become an important platform for exchanging minority culture and made great contribution to carrying forward it since new period. This paper took China central television as an example and discussed the importance and urgency of the television medium to the dissemination of minority culture and the achievements and the confronted questions of news program, feature film, documentary film, entertainment program and talk show. Besides, this paper also put forward the corresponding development strategies that promoted the television medium to preserve and inherit minority culture, keep the uniqueness and integrity of minority culture, expand the influence of Chinese culture and enhance the soft power of Chinese culture.

Key words: television medium; China central television; minority; excellent culture; *native soil* program