

理论研究**面向南亚东南亚的云南生态文化符号识别与传播价值研究**

罗亦佳

大理大学 云南大理 671003

DOI: 10.12238/jief.v7i8.16484

[摘要] 云南是中国和南亚东南亚之间的过渡区域，其生态文化符号体系既有跨境交流历史积淀又有现实互动功能，茶马古道构建的历史通道将茶叶生态种植、民族服饰手工技艺、节庆仪式的自然时令观念等符号传播至周边国家。东南亚国家由于地理位置相近且文化背景相似，对相关符号接受度比较高，南亚国家受文化差异影响，对这些符号呈现出相对陌生的认知态度。符号识别需基于南亚东南亚文化圈认知视角，同时关注符号传播地缘差异特征，以此深入阐释其在文化认同、生态经济转化与区域协作等方面多元价值。

[关键词] 云南生态文化符号；南亚东南亚；茶马古道；文化传播；区域认同

Research on the Identification and Dissemination Value of Ecological Cultural Symbols in Yunnan for South and Southeast Asia

Luo Yijia

Dali University Dali City, Yunnan Province 671003

[Abstract] Yunnan is a transitional region between China and South and Southeast Asia. Its ecological and cultural symbol system not only carries historical accumulation of cross-border exchanges but also serves practical interactive functions. The historical corridor of the Ancient Tea Horse Road has spread symbols such as ecological tea cultivation, ethnic costume handicrafts, and seasonal concepts of festival rituals to neighboring countries. Southeast Asian countries, due to their geographical proximity and similar cultural backgrounds, have a higher acceptance of these symbols, while South Asian countries, influenced by cultural differences, exhibit a relatively unfamiliar cognitive attitude toward them. Symbol recognition should be based on the cognitive perspective of the South and Southeast Asian cultural sphere, while paying attention to the geographical characteristics of symbol dissemination, to deeply interpret their diverse values in cultural identity, ecological-economic transformation, and regional cooperation.

[Key words] Yunnan ecological and cultural symbols; South and Southeast Asia; Ancient Tea Horse Road; cultural dissemination; regional identity

引言：

中华优秀传统文化中蕴含着丰富的生态智慧，在美丽中国建设背景下，从多元一体格局下的云南生态文化切入，探究云南传统生态文化符号文化符号价值，强调感官互动下文化符号意义层面的外延与内涵。云南毗邻缅甸、老挝、越南三国，与南亚东南亚地区形成山水相连、文脉相通的地缘格局，随着“一带一路”战略的不断深入推进，云南作为面向南亚东南亚的枢纽作用日益显著。然而目前学术探讨大多集中在对云南文化符号的内在梳理方面，尚未从南亚东南亚受众的角度开展系统性辨识，亦未充分阐释这些符号在特定区域的传播态势和功能价值，迫切需要建立起面向特定区域的符号识别机制与效果评价

体系。

一、南亚东南亚文化圈层视域下的云南生态文化符号识别

在识别云南生态文化符号时需立足于南亚东南亚文化认知体系，依托茶马古道的历史脉络、国家级非物质文化遗产的生态工艺以及世居民族符号的跨境关联性来构建面向特定区域的符号筛选与分类体系。

(一) 茶马古道沿线的跨境生态文化符号谱系

茶马古道是沟通中国云南和南亚、东南亚区域的历史要道，这条起源于唐宋时期且在明清时期达到鼎盛的贸易线路于2013年入选第七批全国重点文物保护单位，茶马古道的生态价

值首先体现在以低碳为核心的贸易形态上,商队依靠人力与畜力来实现长距离物资输送,驿站则运用本地材料进行营建,这种运作方式构成顺应自然且协调发展的古代可持续性范例。其次其茶叶培育技术蕴含着生态智慧:普洱景迈山古茶林文化景观在 2023 年成功被列入《世界文化遗产名录》,这也是世界上首个以茶为主题的世界文化遗产^[1]。景迈山的“林下茶”种植模式在天然林中套种茶树,构建起乔木、灌木与草本植物共存的立体化生态结构,布朗族与傣族先民依靠传统农耕技艺,运用不施用化肥农药的耕作方式,有效维护了所在区域的生物多样性,该生态保护理念与东南亚各国推行的“绿色湄公河”发展规划存在显著协同效应。此外,马帮在商贸活动过程中衍生出来的驿站、盐井以及宗教建筑等文化印记,也通过贸易往来辐射到了周边邻国,共同构成云南生态文化向东南亚地区传播的历史脉络。

(二) 云南国家级非遗的生态工艺与文化共鸣性

云南拥有 127 项国家级非物质文化遗产,其中蕴含的生态工艺理念与南亚东南亚地区的信仰观念以及审美趣味存在相通之处,进而产生了文化共鸣。白族扎染工艺在 2006 年入选首批国家级非物质文化遗产名录,其环保优势在原料选取到成品制作全过程都有体现,采用源自板蓝根、蓼蓝等本地植物的天然染料,让生产废水能被环境完全吸收,生产过程只依靠手工捆扎和自然晾晒,不需要任何额外的能源,而且其设计灵感来源于苍山洱海的自然风光,蕴含着对自然界生灵的敬畏之情。大理周城村所保留的千余种传统纹样之中,苍山彩云、洱海浪花这类图案蕴含自然信仰理念,在南亚及东南亚佛教文化圈里获得广泛认同^[2],这种生态循环理念与东南亚草木染传统文化精神相契合,共同构成跨国生态审美的通用表达。

(三) 世居民族符号的生态智慧与认知基础

在云南的 26 个世居民族当中,哈尼族、白族等 15 个特有少数民族文化标识,在南亚东南亚地区形成清晰可见的共识基础,其中跨境民族标识处在认知的首层位置,傣族服饰、竹楼建筑、泼水节等文化符号在泰语文化圈内获得天然的认同感,傣族竹楼的生态智慧在于因地制宜:底层采用架空结构来实现通风防潮效果,选用本地生长的竹材当作建材还能循环利用,顶部覆盖的茅草同时具备隔热与透气的功能,这些共同构成契合亚热带气候特性的节能建筑模式。处于认知第二层次的是独特性符号:哈尼族梯田、纳西族东巴文字符号虽不具备文化同源性,但其生态理念与美学价值能够激发目标受众对文化进行探索的兴趣,哈尼梯田延续了千年的生态农业典范,“山顶森林涵养水源→山腰村寨生活用水→山谷梯田灌溉→水系循环回流”的立体格局集水土保持、粮食供给与生物多样性保护于一体,体现了人与自然和谐共生的治理模式,该模式为东南亚水土流失严重的山地农业提供了重要参考,目前老挝、越南等地的梯田社区已引入哈尼经验推进生态治理工作。这类符号通过旅游推广、学术探讨等途径得到了广泛认知,开辟了云南生态文化符号传播的另一条重要途径。

二、云南生态文化符号在南亚东南亚的传播格局

云南生态文化符号在南亚东南亚地区传播呈现出显著地

缘梯度差异,基于前文识别的符号谱系,本部分着重剖析两类核心符号,茶文化符号因为同时具备商品流通属性与生态生产方式,从而成为研究的重点聚焦之处,民族服饰与节庆符号由于跨境民族的分布特征以及在自然时令仪式中所展现出的生态文化深层认同,进而受到广泛关注。这两类符号分别对应着“物质流动型传播”和“精神共鸣型传播”,构成了双轨传播模式。

(一) 东南亚六国与南亚四国的符号接受度差异

云南生态文化符号在东南亚六国和南亚四国传播效果有明显差异,2023 年云南茶叶出口情况显示泰国、缅甸、越南占出口总额前三名,反观南亚四国茶叶进口规模还不及东南亚市场十分之一,这一差距揭示了文化传播接受度的内在机理,东南亚国家和云南同属澜沧江—湄公河流域生态圈,南传上座部佛教作为共同精神纽带且傣泰语系有区域通用性,显著降低了文化符号传播的语言障碍。2023 年泰国宋干节成功入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产名录,并且与云南傣族泼水节达成跨境文化共识以增强符号传播文化认同感。在南亚地区因印度教与伊斯兰教信仰体系不同,当地民众对云南佛教元素浓厚节庆符号难以产生文化共鸣,此外印地语乌尔都语等语言与傣泰语系存在显著差异,这让相关符号在南亚传播需付出更高文化转换代价^[3]。

(二) 茶文化符号的生态经济流动轨迹

茶文化元素借助商业贸易途径达成跨国传播,在东南亚地区渐渐确立起“云南生态茶”品牌形象。云南茶叶以昆明作为枢纽,沿着中老铁路运往老挝的琅勃拉邦、万象等重要城镇,通过公路网络进一步分发至泰国曼谷、清迈及柬埔寨金边等终端市场,这一物流体系不但完成了商品的实体转移,而且促进了制茶工艺、饮用习俗以及茶道精神等文化要素跨国扩散。生态价值是云南茶叶的核心竞争力:2023 年云南省茶叶产业总产值突破 1504.2 亿元,有机茶园认证规模达到 173.5 万亩,凭借这一数据连续多年蝉联全国首位,当地茶企充分利用有机茶标准与东南亚消费者对天然健康产品需求高度匹配优势,于老挝、缅甸边境地带建立加工中心,实现技艺符号的本土化传承。生态种茶的理念得到了广泛的传播,云南推广的“以茶代药”病虫害防治、茶林间作模式、古茶树保护经验被周边老挝、缅甸等产茶国家所采纳,促进了生态农业技术在不同国家之间的交流与共享。

(三) 民族服饰与节庆符号的生态文化共鸣

民族服饰与节庆符号借助文化展示与旅游活动在区域内进行传播,其实际传播效果既受跨境民族分布状况的影响,也取决于不同地区间的文化相似程度,在所有节庆符号当中,傣族泼水节传播效果最为显著,每年 4 月 13 日至 15 日期间,中国、泰国、老挝、缅甸与柬埔寨五国上亿民众共同参与,浴佛、泼水、赛龙舟等活动在各国都保持着核心环节的高度统一,这大大降低了符号跨越国界传播时的认知障碍^[4]。与之相比,民族服饰符号的传播呈现出明显的层次化差异特征,傣族服饰凭借其跨境民族分布的特点优势,在泰国北部和缅甸掸邦地区获得了天然的民众认同基础,其筒裙、银饰等元素也在当地服饰

文化中找到了相近的款式类型, 2019 年“丝路云裳·民族服饰设计大赛”展出云南 25 个少数民族 307 套服饰, 让东南亚群体了解了云南民族服饰生态工艺方面的意义。节日与服饰标识的传播通常相辅相成, 比如泼水节期间傣族服饰集中亮相, 扎染工艺品作为节庆礼物的流通, 形成文化符号的复合传播效应。

三、云南生态文化符号面向南亚东南亚的传播价值

云南生态文化符号的传播价值不仅是能强化区域文化认同感, 还体现在可推动产业间的经济联动发展, 以及在中国与南亚东南亚共同体建设中起到沟通连接关键作用, 其未来发展潜力还需进一步深入挖掘。

(一) 文化认同价值在区域命运共同体构建中的作用

云南特色生态文化符号凭借共通符号体系增强了澜沧江—湄公河流域各国情感纽带, 这种仪式化共享让不同国家民众每年四月沉浸于相同文化氛围中。2023 年泰国宋干节被联合国教科文组织列入人类非物质文化遗产名录后文化认同得到更深层次巩固, 茶文化符号通过日常消费行为建立起持久文化关联, 东南亚各国人民在品尝云南茶叶过程中逐渐接受并理解云南制茶技艺与生态观念。自中老铁路正式投入运营以后, 跨境旅客的数量显著增加, 这为文化符号的传播搭建人际交流平台, 旅客在旅途过程中接触到傣族竹楼、白族扎染等文化符号, 逐渐形成对云南文化的具体印象, 当地区内出现经济纠纷或政治矛盾时, 共同的文化符号能唤起民间友好回忆, 为官方层面的沟通提供一定回旋余地, 这种以文化作为先导的方式减轻了国家间交往紧张感^[5]。

(二) 符号经济转化在中老铁路辐射圈的实证

中老铁路运营之后云南沿线地区生态文化特色成功从文化资产转换为经济价值, 2023 年云南边境贸易额达到 260 亿元, 同比增幅为 48.7%, 茶叶民族手工艺等文化类产品表现突出成主要增长动力。普洱市充分利用铁路沿线产业园区优势 2023 年前 11 个月规模以上工业总产值达 77.5 亿元, 占全市规模以上工业总产值 33.7%, 勐海县茶产业全年综合产值规模突破 250 亿元, 惠及 28 万名茶农, 带动人均年收入增至 1.31 万元, 普洱茶品牌文化价值显著提升每公斤成品茶平均售价达 168.3 元, 同比上涨 13.9%, 涨幅超一般农产品价格增长水平。中老铁路跨境货运专列把云南特色民族服饰及茶具等文创产品输送到东南亚地区, 产品包装融入傣族文字书法和茶马古道纹样等视觉设计成为突出特色。

(三) 生态文化符号传播的未来拓展空间

云南生态文化符号在面向南亚东南亚地区推广上仍存在较大提升潜力, 需要在传播主体、渠道和内容三个维度实现突破, 在传播主体方面目前主要依靠政府力量推动, 民间机构、企业以及个人的参与程度比较低, 今后需要构建起多样化的传播队伍, 比如扶持云南的茶业企业在东南亚建立文化展示中心, 倡导传统工艺匠人前往海外开办手作工坊。传播渠道方面, 数字化资源的利用仍有很大提升空间, 短视频平台上有关云南民族文化的视频在东南亚地区已获较多播放, 但内容创作在专

业性和系统性上存在明显欠缺, 迫切需要构建云南文化符号的数字资源库并采用多语种及交互式形式契合当地用户偏好。从传播内容角度来看, 目前多集中于茶文化、节庆等表层文化符号, 然而哈尼梯田体现的生态农业智慧、纳西东巴文字的符号学意义等深层次文化内涵传播不够充分, 面向南亚市场需要采取差异化传播策略。

结语:

云南生态文化符号的识别要以东南亚南亚文化圈层认知框架作立足点, 茶马古道所构筑的历史通道为符号向邻近国家传播奠定文化根基。在传播态势方面, 东南亚各国凭借地缘相近和文化同源优势对云南文化符号有较强接纳程度, 南亚国家因文化差异致使对其认知相对有限。茶文化符号借助经济往来形成持续传播路径, 民族服饰与节庆符号通过文化展示活动扩大传播范围, 这些符号的价值在文化认同、生态经济转化和区域协作三个层面得以充分体现, 其中生态智慧的传播为区域可持续发展提供重要文化支持, 为打造区域命运共同体奠定了基础。

参考文献

[1] 杨红燕. 云南雪山生态文化符号形象整合设计研究[J]. 明日风尚, 2024, (09): 127-129.

[2] 宋文娟, 陈龙清. 云南生态文化符号与中华民族生态视觉形象探析[J]. 西南林业大学学报(社会科学), 2024, 8(02): 122-126.

[3] 廖碧霞, 舒悦. 川西林盘聚落景观的文化符号重构研究[J]. 工业设计研究, 2022, (00): 247-257.

[4] 柏振平, 朱国芬. 乡村振兴视域下优秀传统生态文化传承——基于文化记忆理论[J]. 中学政治教学参考, 2023, (15): 93-96.

[5] 白塔娜, 曾峻峰. 基于景观意象下地域文化符号的探析——以内蒙古文化为例[J]. 现代园艺, 2021, 44(23): 162-163+70+72.

数据来源:

- 2023 年云南省茶叶出口数据: <https://m.gelonghui.com/p/957729>

- 泰国宋干节列入 UNESCO 非遗: <https://zh.wikipedia.org/zh-hans/泼水节>

- 中老铁路与玉溪市贸易数据: https://www.yndaily.com/html/2024/yaowenynan_0128/125298.html

- 傣族泼水节跨境庆祝情况: <https://www.jiemian.com/article/1232981.html>

- 丝路云裳民族服装设计大赛: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/75002688>

- 西双版纳 2023 年旅游收入数据: <https://www.pinchaicn.com/article/321814>

- 普洱市中老铁路沿线园区数据: https://www.yndaily.com/html/2024/yaowenynan_0128/125298.html

作者简介: 罗亦佳, 1989.06, 女, 汉族, 云南大理, 博士研究生, 讲师, 研究方向: 教育管理。