

# 生态文明建设视域下云南少数民族地区环境话语的建构与传播研究

郭慧芳

昆明城市学院

**摘要：**生态文明建设背景下，云南少数民族地区蕴含着丰富的环境保护智慧亟待挖掘和传播。文章以环境话语建构为切入点，对话语核心要素、建构路径、传播策略进行深入分析，提出政策引领、教育普及、文化创新、国际交流等系统性措施，以期为民族地区生态文明建设提供理论参考。

**关键词：**生态文明；环境话语；少数民族；文化传播；云南

## 引言

云南少数民族聚居区拥有独特的生态文化资源，各民族在长期实践中形成的环境保护理念对当代生态文明建设具有重要借鉴意义。环境话语作为生态理念传播的载体，其建构与传播机制直接影响着民族地区生态保护成效，系统研究相关路径具有紧迫性与必要性。

## 一、生态文明建设视域下云南少数民族地区环境话语的核心要素

### （一）生态文化基因的提炼

云南少数民族地区的生态文化基因深深植根于千百年来形成的传统生态伦理之中，各民族在与自然长期互动过程中逐渐形成了独特的环境认知体系。傣族的“勐巴拉西”理念将森林视为生命之源，哈尼族的梯田文化蕴含着水源涵养的智慧，纳西族东巴经文记载着保护自然的古老规约，这些传统生态伦理构成了环境话语的文化根基，其核心在于人与自然和谐共生的价值取向。当代云南少数民族地区的生态实践正在传统基础上不断创新发展，西双版纳的橡胶林改造融入了傣族的混农林业智慧，红河哈尼梯田的保护传承着千年农耕文明的生态经验，丽江的生态旅游发展借鉴了纳西族的自然崇拜观念，各地在推进绿色发展过程中既保留了传统生态知识的精髓，又结合现代环保理念形成了新的实践模式，环境话语的建构因此获得了丰富的实践支撑，展现出传统与现代交融的独特面貌。

### （二）环境话语的符号体系

环境话语的符号体系在云南少数民族地区呈现出多元化的表达形式，语言符号作为最直接的载体承载

着丰富的生态隐喻。各民族语言中大量存在着以自然物象来描述社会关系、道德规范的表达方式，彝语将森林称为“生命的摇篮”，白族话把水源比作“村寨的眼睛”，这些生态隐喻不仅反映了民族群体对自然的认知方式，更构建了人与环境关系的话语框架。非语言符号同样发挥着重要的传播功能，民族服饰上绣制的花鸟虫鱼纹样传递着对生物多样性的敬畏，传统建筑依山就势的布局体现了顺应自然的空间观念，村寨选址讲究背山面水折射出朴素的生态智慧，节庆歌舞中反复吟唱的自然主题强化了环境保护的集体记忆，祭祀仪式里对山神水神的供奉巩固了自然崇拜的文化传统，这些符号系统相互交织，共同构成了少数民族地区环境话语的表达网络，其深层逻辑在于将生态理念融入日常生活的各个层面，形成了独特的环境认知模式。

### （三）话语主体的多元协同

云南少数民族地区环境话语的建构呈现出多元主体协同参与的格局，各方力量在不同层面发挥着独特作用。政府部门在推进“桥头堡”战略过程中将生态保护纳入区域发展规划，政策制定既考虑经济增长又强调环境承载力，资源整合则打破了部门壁垒，形成了生态文明建设的制度保障。基层社区作为环境实践的直接参与者，村民自治组织将传统习俗法转化为现代村规民约，生态条款的制定源于村民的共同意愿，日常管理依靠集体监督机制，环境保护因此获得了内生动力<sup>[1]</sup>。现代传媒尤其是短视频平台改变了环境话语的传播格局，抖音上“云南生态”相关话题吸引了数亿次浏览，民族地区的生态故事借助新媒体走向全国，传播效应远超传统媒介。企业参与则带来了市场

**基金项目：**本文系2024年度昆明城市学院校级习近平生态文明课课题项目“生态文明建设视域下云南少数民族地区环境话语的建构与传播研究”研究成果。

**作者简介：**郭慧芳（1986—），女，硕士研究生，副教授，研究方向为思想政治教育。

化的运作模式,基诺山乡徒步线路的开发既满足了游客的体验需求,又为当地居民创造了就业机会,旅游收益反哺生态保护形成了良性循环,多元主体的协同机制正在重塑少数民族地区的环境治理格局。

## 二、生态文明建设视域下云南少数民族地区环境话语的建构路径

### (一) 政策话语的顶层设计

政策话语的顶层设计需要从制度层面构建完整的保障体系,省级部门应当制定专门的少数民族地区生态文化保护条例,明确各级政府的职责分工,建立跨部门协调机制确保政策执行的连贯性。规划引领方面要求各州市编制生态文明建设专项规划,规划内容须涵盖民族文化保护、生态产业发展、环境治理修复等关键领域,时间跨度设定为五年一期,每年进行中期评估调整,规划指标体系应当结合地方特色设置差异化目标<sup>[2]</sup>。“民族生态文化传播基金”的设立需要明确资金来源渠道,省财政每年划拨专项经费,州市配套相应比例资金,基金重点扶持非遗传承人开展生态文化传习活动,支持民族村寨建设生态文化展示馆,资助民族语言环保教材的编写出版,补贴传统生态技艺的保护传承,申报程序采取项目制管理,由村委会初审、乡镇复核、县级审批的三级审核机制,确保资金精准投放到最需要扶持的项目。

### (二) 教育话语的体系化传播

教育话语的体系化传播需要从课程设置入手,构建覆盖各学段的生态文化教育体系。高校应当将“民族生态文化”纳入通识教育必修模块,课程内容涵盖民族生态智慧、传统环保技艺、现代生态理念三个板块,授课方式采取理论讲授结合田野调查,邀请非遗传承人进课堂传授传统知识,学生需要完成至少一项民族地区生态调研报告才能获得学分。

中小学的地方生态知识融入要求各地教育部门组织编写乡土教材,哈尼梯田农事课程应当按照季节安排实践内容,春季学习育秧技术,夏季了解水系管理,秋季参与收割体验,冬季开展田埂维护,每学期安排不少于8课时的实践教学,并聘请当地农民担任校外辅导员。

实践平台建设需要选择具有代表性的民族村寨设立研学基地,基地配备专业讲解员队伍,开发分年龄段的研学课程,设计包含生态观察、文化体验、劳动实践的综合项目。“小手拉大手”活动则要求学生将学校学到的环保知识带回家庭,每月开展一次家庭生态实践,建立学生生态日志记录制度。

### (三) 文化话语的创新表达

文化话语的创新表达需要在保护传承的基础上探

索现代化的传播路径,传统媒介与现代技术的结合将为民族生态文化注入新的活力。

传统媒介的运用应当注重系统性整理与活态传承,如《云南少数民族生态谚语集》的编纂工作需要组建由民族语言学者、民俗专家、当地老人组成的采集团队,深入各民族聚居区进行田野调查,谚语收集按照农事节气、动植物保护、水土管理等主题分类,每条谚语配以民族文字、汉语翻译、文化背景说明,确保原汁原味地保存生态智慧。傣族贝叶经制作等古法生态技艺的复原需要寻找技艺传承人,建立工作坊进行技艺记录,从原材料采集到制作工序进行全程影像记录,组织年轻人拜师学艺确保技艺延续。

现代媒介的应用要充分考虑传播效果,短视频制作应当挖掘民族地区的生态故事,每期视频控制在三分钟以内,采用故事化叙述方式展现生态变迁,配以民族音乐增强感染力<sup>[3]</sup>。AR互动游戏的开发需要将生态知识融入游戏关卡设计,玩家在虚拟场景中体验梯田耕作、森林巡护等生态实践,游戏积分与实际环保行动挂钩,形成线上线下联动机制。

### (四) 国际话语的跨界传播

国际话语的跨界传播需要构建多层次的对外交流机制,将云南少数民族的生态智慧转化为全球环境治理的有益经验。各州市应当主动对接南亚、东南亚国家的环保组织,定期举办跨境生态文化交流活动,邀请周边国家的少数民族代表来滇考察梯田农业、森林管理等传统生态实践,组织本地生态文化传承人赴邻国开展技艺展示,双方签署生态保护合作备忘录建立长期交流机制。国际学术平台的搭建要求高校联合研究机构申办生态人类学国际会议,会议议题聚焦少数民族地区的环境治理经验,邀请联合国环境规划署等国际组织参与,将哈尼梯田、纳西东巴文化等案例制作成多语种宣传材料在会议期间发放。数字化传播渠道的拓展需要制作双语纪录片在国际流媒体平台播放,纪录片内容展现少数民族社区如何运用传统知识应对气候变化,拍摄团队应当包含国际导演,确保叙事方式符合国际受众习惯,影片发布后组织线上研讨会邀请全球观众参与讨论。

## 三、生态文明建设视域下云南少数民族地区环境话语的传播策略

### (一) 分众化传播,精准对接受众需求

分众化传播策略的实施需要根据不同受众群体的特征设计差异化的传播方案,精准匹配各类人群的接受习惯。青少年群体偏好互动性强的内容形式,生态知识闯关应用程序的开发需要融入角色扮演元素,玩

家扮演森林守护者完成水源保护、动物救助等任务，每个关卡嵌入一个民族生态知识点，完成任务后解锁民族服饰装扮奖励，排行榜机制激发持续参与热情<sup>[4]</sup>。中老年群体更看重实际体验，社区讲座应当邀请德高望重的民族长者现身说法，讲述亲历的环境变迁故事，讲座后组织参观附近的生态修复点，让参与者亲眼看到保护成效。游客群体追求独特体验，定制化生态旅游线路需要将观光与体验结合，上午参观梯田了解传统农耕，下午学习制作民族生态工艺品，晚上参加篝火晚会听民族生态故事。

城乡传播渠道的选择也需因地制宜，城市地铁广告投放选择上下班高峰时段，画面设计突出民族生态景观的视觉冲击力，扫码即可观看相关短视频了解详情。农村地区则要利用现有的传播网络，村委会大喇叭在农闲时段播放生态保护顺口溜，文化墙绘制当地特有动植物保护图谱。

#### （二）场景化传播，构建沉浸式体验

线下场景的打造需要充分挖掘传统节庆的传播潜力，傣族泼水节期间应当设置环保主题活动区，活动现场展示传统竹筒取水方式替代塑料水枪，节庆用水采用循环利用系统，参与者在泼水祈福的同时学习水资源保护知识，节庆组委会制定绿色办节标准确保各项活动符合环保要求。普洱茶马古道生态馆的建设要突出互动体验功能，展馆布局按照古道路线设计参观动线，每个展区还原不同海拔的生态环境，观众在行走中体验从热带雨林到高山草甸的生态变化，展品陈列结合实物、影像、声音营造立体感受。

线上场景则借助数字技术拓展传播空间，虚拟现实技术重现哈尼梯田千年变迁需要采集大量历史资料进行三维建模，用户戴上设备即可穿越时空观察梯田开垦、水系构建、村落形成的历史进程，交互设计允许用户参与虚拟农事活动。直播带货生态农产品要求主播深入种植基地，镜头记录从播种到收获的完整过程，在讲述过程中穿插介绍传统农耕智慧，购买链接附带产品的生态认证信息。

#### （三）情感化传播，激发文化认同

情感化传播策略着眼于建立受众与环境话语之间的深层情感连接，将抽象的生态理念转化为具体的情感体验。故事营销需要深入挖掘真实感人的生态守护者事迹，基诺山护林员的案例采集要求记者驻村一个月以上，跟随护林员记录日常巡护工作，采访内容涵盖个人成长经历、护林心路历程、家庭支持情况，故事呈现采用多媒体形式，文字报道配合短视频、图片集，发布渠道覆盖主流媒体、社交平台、社区宣传栏，每

个故事都要突出人物的情感动机而非简单的事迹罗列。

仪式参与的设计要降低参与门槛提高互动性，梯田插秧节邀请游客参与需要提前进行基础培训，当地农民手把手教授插秧技巧，参与者换上传统服装下田劳作，活动结束后颁发“梯田守护者”证书，建立后续联系机制让游客了解所插秧苗的生长情况。符号共鸣的实现则依托文创产品开发，孔雀、大象等形象设计要融入民族图案元素，产品类型涵盖日用品、装饰品、数字藏品，每件产品附带生态故事卡片介绍动物保护现状，销售收入按比例用于野生动物保护项目。

#### （四）国际化传播，讲好中国生态故事

国际化传播需要将云南少数民族的生态实践转化为全球可理解的环境叙事，中国生态故事的对外传播要突破语言文化壁垒。各地应当组建专业的国际传播团队，团队成员包括外语翻译、跨文化传播专家、当地生态文化传承人，共同制定针对不同国家受众的传播方案，欧美受众侧重科学数据支撑的生态成效展示，东南亚受众强调相似文化背景下的经验分享。国际媒体合作需要主动对接国外主流电视台、报社、网站，提供高质量的新闻素材包，素材内容展现哈尼梯田的可持续农业模式、傣族的雨林保护传统，配以专业摄影作品以增强视觉冲击力。国际会展平台的利用要求在联合国气候变化大会、世界自然保护大会等重要场合设置云南展区，展区设计融入民族建筑元素，现场演示传统生态技艺，发放多语种宣传册详细介绍生态保护成果，邀请国际组织代表实地考察云南生态项目，建立长期合作关系推动经验交流。

#### 四、结语

云南少数民族地区环境话语的建构与传播是一项系统工程，需要多元主体协同参与，传统智慧与现代技术相结合。构建具有民族特色的环境话语体系，不仅有助于保护传承生态文化遗产，更能为全球环境治理贡献中国智慧，推动人与自然和谐共生的美好愿景早日实现。

#### 参考文献：

- [1] 李猛.少数民族文学史书写的生态文明进路[J].海南师范大学学报(社会科学版),2023,36(6):20-28.
- [2] 青觉,陈林,徐欣顺.论推进中华民族共同体建设的现代文明理路[J].中华民族共同体研究,2023(4):41-60+170-171.
- [3] 王一卓.习近平生态文明思想融入民族地区思想政治教育的路径[J].内蒙古电大学刊,2023(1):61-65.
- [4] 潘文良,李佳.生态文化自信的确立与云南生态文明建设[J].中共云南省委党校学报,2018,19(3):117-121.