

内 蒙 古 自 治 区
社 会 科 学 研 究 课 题
课题编号：17B17

题目：《传播内蒙古文化，建构区域新形象》
研 究 报 告

课 题 类 别：一般课题

课 题 负 责 人：郭景华

课题依托 单 位：内蒙古工业大学社会科学界联合会

课题完成时间：2017 年 12 月 31 日

内 蒙 古 自 治 区 社 会 科 学 界 联 合 会

摘 要

内蒙古是蒙古族、满族、回族等少数民族主要集居地，它展现着自己民族的文化特点与魅力，具有鲜明的民族特色。对于内蒙古来说，内蒙古文化是最重要的文化资源，也是必定成为大力发展的文化产业。优秀的内蒙古文化需要有效的传播。内蒙古有着丰富的文化资源，形成了众多的具有地区、民族、时代特色的文化符号。为了传播弘扬内蒙古文化，促进内蒙古文化建设，内蒙古社会科学院向外界公布了内蒙古“十大文化符号”：内蒙古大草原、马头琴、那达慕、蒙古包、成吉思汗、草原英雄小姐妹、蒙古文、敖包、蒙古马和红山玉龙。这十大文化符号积淀了内蒙古各民族发展历程，凝结着内蒙古各民族的精神文化生活，集中体现了内蒙古的历史文化形象，对外是让人们认识的标志和品牌。内蒙古十大文化符号是内蒙古自治区文化形象的象征，把握好其在“中蒙俄经济走廊”建设中的区位优势和人文优势，加强对十大文化符号的认知和国内、国际传播，对提升我区影响、促进内蒙古民族文化强区建设具有重要作用。本课题在“拉斯韦尔传播模式”以及符号学理论基础下，采用文献资料法、行动研究法、调查研究法、个案研究法、经验总结法等研究方法，并在数据统计法、数据分析法、观察追因法等研究方法的辅助下来进行研究，力求通过此次研究可以为今后的内蒙古文化传播提供正确方向。

关键词：内蒙古文化传播，内蒙古十大文化符号，拉斯韦尔传播模式，符号学理论，文献资料法

目 录

一、 研究课题的提出.....	1
（一）研究背景.....	1
（二）研究现状.....	1
（三）研究条件.....	2
二、 课题的理论基础.....	3
（一）概念界定.....	3
（二）理论运用.....	3
三、 课题的方案步骤.....	4
（一）研究方法.....	4
（二）研究阶段.....	4
四、 课题的调研成果.....	6
（一）内蒙古文化符号的传播调研.....	6
1、国外研究情况.....	6
2、国内研究情况.....	7
3、研究小结.....	8
（二）关于内蒙古文化传播的学术调研.....	8
1、近8年内蒙古文化传播研究的总体发展.....	8
2、内蒙古文化传播的重点学科领域以及内容分布.....	9
五、 内蒙古文化及文化符号的传播路径建构对策.....	13
六、 课题研究特色创新及应用价值.....	15
（一）特色创新.....	15
（二）应用价值.....	15
七、 课题反思及未来打算.....	16
附录 1	17
附录 2	23
附录 3	30

课题研究报告《传播内蒙古文化，建构区域新形象》

一、研究课题的提出

（一）研究背景

2014年9月习近平主席提出打造“中蒙俄经济走廊”构想，是针对中国与蒙古国、俄罗斯现实关系而提出的一项新型区域合作模式，也是“一带一路”战略在东北亚区域合作的具体实施。在这一战略构想中，内蒙古自治区凭借独特的区位优势成为中国连通俄、蒙的通道。内蒙古自治区应立足自身优势，把握机遇，实现突破发展。2015年7月1日内蒙古政府新闻办召开发布会，向外界公布了内蒙古十大文化符号：内蒙古大草原、马头琴、那达慕、蒙古包、成吉思汗、草原英雄小姐妹、蒙古文、敖包、蒙古马、红山玉龙。这一新闻得到内蒙古新闻网、正北方网、中国新闻网、人民网等多家网络新闻媒体报道，受到社会各界关注。内蒙古十大文化符号是内蒙古自治区文化形象的象征，把握好其在“中蒙俄经济走廊”建设中的区位优势和人文优势，加强对十大文化符号的认知和国内、国际传播，对提升我区影响、促进内蒙古民族文化强区建设具有重要作用。根据2016年12月内蒙古自治区人民政府发布的《内蒙古自治区“十三五”文化改革发展规划》，“十三五”时期是我区全面建成小康社会的决胜阶段，也是建设文化强区的重要时期，推动民族文化宽领域高层次“走出去”是这一时期的重要规划。有关内蒙古文化，当前在国内外传播的现状主要如下：

（二）研究现状

当前我区文化对外传播过程中，首先，在国家权威媒体以及新媒体上的报道数量少、内容篇幅短、且不够深入，传播数量不足，传播内容单调，外界媒体对内蒙古文化的重视度不够；其次，由于过多强调地域特色和民族特征，只注重表层文化的传播，“草原”、“少数民族”、“蒙古包”等似乎成为内蒙古自治区的唯一标签，造成国内外大众对内蒙古文化存在刻板印象。人们把对内蒙古的直观感受或外在形式简单固化为内蒙古文化的全部，缺乏对我区核心文化的内在的、深层次的理解，大众对内蒙古文化符号的理解仅停留在对符号的浅层认知，它们所承载的文化精神内涵和品质无法准确传达。

随着十三五规划纲要的提出，内蒙古文化想要实现宽领域高层次走出去，需大力加强海内外传播，这也成为我区十三五阶段奋斗目标中的首要任务，是我区亟需解决的问题之一。

（三）研究条件

课题组具备夯实的前期研究基础，主要体现如下：

1、负责人博士学位研究方向即为文化符号研究，且前期已完成相关文化研究论文11篇，

其中 5 篇由汤森路透公司 Web of Science 三大检索系统 A&HCI（艺术与人文社科引文索引）全文收录；英文专著 1 部；主持及参与相关国家级、自治区级文化研究项目多项。具备扎实的专业知识，掌握前沿研究形势。

2、课题组吸纳了国内外跨文化研究领域知名专家的参与，能够对课题给予理论指导和意见咨询。课题组研究成员科研能力强，且均主持或参与过国家，自治区等级项目论证，专业功底深厚，研究经验丰富。

3、课题组已利用图书馆馆藏文献，中国期刊全文数据库（CNKI）、中文科技期刊数据库（维普）、EBSCO 数据库、JSTOR、ACM 电子期刊数据库等资源，查阅并掌握了目前国内外关于内蒙古文化传播以及内蒙古十大文化符号研究的一手文献和资料。

4、课题组已掌握网络调查问卷系统（易问卷 / 问道等）的使用，能够在海内外对内蒙古十大文化符号进行广泛、高效的问卷调研，并即时统计处理数据，完成课题实证研究的需要。

基于以上前期夯实的研究基础上，本课题将把跨文化研究理论与我区现状相结合，研究内容地域化，现实化，从而具体探索如何使内蒙古文化宽领域高层次走出去这一重要议题。

二、课题的理论基础

（一）概念界定

内蒙古文化符号：

采用由内蒙古政府新闻办公室公布的内蒙古“十大文化符号”概念内涵（2015年7月）即：内蒙古大草原、马头琴、那达慕、蒙古包、成吉思汗、草原英雄小姐妹、蒙古文、敖包、蒙古马和红山玉龙。

（二）理论运用

本课题主要应用了“拉斯韦尔传播模式”理论。“拉斯韦尔传播模式”，简称为传播的“5W”模式，由现代传播学先驱哈罗德·拉斯韦尔（Harold Lasswell）于1948年在其文章《传播在社会中的功能与结构》一文中首次提出。在这篇被被誉为传播学纲领性的论文中，拉斯韦尔详细阐释了社会传播的基本过程和五个基本要素，即：谁(who)、说什么(say what)、通过什么渠道(in which channel)、对谁(to whom)说、以及取得什么效果(with what effect)。（《社会传播的结构与功能》，1948）。它们之间的关系如下图：



（图 2-1，拉斯韦尔传播模式）

拉斯韦尔传播模式清晰而简明，被誉为传播过程模式中的经典。尽管后来很多学者都对此进行过各种修订、补充和发展，但大都保留了模式的本质特点。在具体传播的过程中，谁(who)指传播者、说什么(what)是讯息、通过什么渠道(in which channel)指的是媒介、对谁(to whom)说是指受众、取得什么效果(with what effect)指的是传播效果。

三、课题的方法步骤

（一）本课题主要采用的研究方法

“内蒙古文化国际传播力建设”课题的研究方法主要采用有文献资料法、行动研究法、调查研究法、个案研究法、经验总结法等，并运用数据统计法、数据分析法、观察追因法等研究方法的工具性作用加以辅助，为本课题的研究服务。课题组负责人带领成员立足我区实际，加强文化传播理论的学习，注重反思批判，在实践中边调研边总结，把握了我区文化传播取得的成果及存在的问题，为我区十三五规划发展中提出的“内蒙古文化宽领域高多层次走出去”，提供了具体的现状发展数据。

在收集海内外对内蒙古文化符号的阐释与传播时，首先，课题组将定量分析与定性分析的研究方法相结合，发放纸质问卷的同时，结合“易问卷”、“问道”等网络调查问卷系统在海内外开展调研，了解了海内外大众对内蒙古十大文化符号的识知情况，并通过SPSS(Version 21.0)统计软件分析调查数据，总结传播现状的效果和不足，为后期文化符号传播路径模式的建构做准备。其次，课题组把文献研究与考察调研相结合，对研究相关的书籍、报告、论文等文献进行归纳整理，并通过CNKI、维普、万方等数据库查找国内外研究资料，掌握国内外研究当前动态和问题不足；结合实地调研、田野考查、走访记录、征集评选等方式收集与内蒙古十大文化符号有关的图形图像、历史遗存、艺术作品等资源信息，丰富了对十大文化符号内涵与外延的阐释，为课题的应用研究夯实基础。最后，课题组还将理论与案例分析相结合，即基于国际符号学家洛特曼(Luri Lotman)和安贝托·艾柯(Ember to Eco)的文化符号学理论视域下，结合传播学及跨媒介理论，建构十大文化符号的传播路径模式，为后期应用研究奠定学理依据；并分析国内外其他城市文化符号传播推广及应用研究的成功案例，总结其成功的经验，从而为内蒙古“十大文化符号”的国际传播及应用研究提供借鉴。

（二）本课题研究分三个阶段进行：

1、准备阶段：2017年03-05月

课题组确定研究任务，制订相应的研究方案和实施计划，并明确任务分工及课题研究的意义价值。

2、实施阶段：2017年6-11月

基于前期研究基础，课题组展开实际工作，具体如下：

内容一：理论学习

课题组每两周进行一次集体讨论，学习符号学及传播学理论，并进行思辨性总结整理。

内容二：数据统计

(1) 统计了 2011-2017 年 CNKI (中国知网) 上发表的有关内蒙古文化传播的数据 (共 1300 余篇), 并进行了分类整理, 总结出以往内蒙古文化学术关注度的发展态势及研究脉络。

(2) 研究了 2011-2017 年间内蒙古文化传播核心期刊论文发表和国家社科基金立项等情况, 重点分析 8 年间的研究领域、研究热点等问题。

(3) 选取国内最具代表性的报刊媒介 (人民日报), 统计了其近年来发表的有关内蒙古文化报道, 梳理分析出我区在海内外受众心中的印象。

(4) 利用筛查评选的方式选出大众喜爱的内蒙古文化符号表征图案及其对应的英译名称, 夯实对我区文化符号内涵与外延的阐释。

(5) 开展网络调研, 掌握海内外大众对内蒙古文化及内蒙古十大文化符号的识知情况, 通过 SPSS 统计软件分析调查数据, 总结目前传播现状的实际效果及存在的不足。

(6) 分析国内外其他城市文化符号传播推广方式, 收集其应用研究的成功案例, 总结经验, 建构我区文化及文化符号的传播路径。

(7) 对采集的数据进行补充分析统计。

3、总结阶段: 2017. 11--12 月

课题组总结研究数据, 并挖掘存在的问题; 对阐释传播路径, 提供建设性对策; 此外申请结项并撰写课题结题书 (1 份) 和研究报告 (1 部) 及北疆智库文章 (1 篇)。

四、课题的调研成果

（一）关于内蒙古十大文化符号跨文化阐释的调研

内蒙古十大文化符号是内蒙古自治区文化形象的象征，把握好其在“中蒙俄经济走廊”建设中的区位优势 and 人文优势，加强对十大文化符号的认知和国内、国际传播，对提升内蒙古民族文化强区建设、促进我区文化宽领域高层次走出去具有重要作用。通过文献统计研究发现，目前国内外以这十大文化符号为主题的研究很少，部分国内学者虽有涉及、但多为零散性研究。国内外相关研究情况综述如下：

1、国外研究情况

（1）对于位居“十大文化符号”之首的内蒙古大草原，国外多从农牧业自然科学的角度进行了研究，如草原放牧强度与土壤空间的特性变异(Zhao Y, Peth S & Krümmelbein J, 2007.1)、草原放牧的短期管理和载畜量对牧草质量与生产率的影响(Schönbach P, Wan H & Schiborra A, 2009.10) 等。

（2）对位居文化符号第二的马头琴，国外研究多集中在马头琴的发展(Marsh P. K, 2008)、马头琴弦乐器与女性崇拜的联系(Nikolaeva D. A, 2012.3) 等。

（3）对位居第三的那达慕，研究主要集中在那达慕大会上运动员的服饰(Kwon S. J, 2001.2)、那达慕会上游客的动机、满意度及表现倾向 (Schofield P & Thompson K, 2007.9)、那达慕大会在过去与现在如何构建民族身份(Rhode D. M, 2009) 等。

（4）对位居文化符号第四位的蒙古包，国外研究多集中在蒙古包的历史发展及当代作用(Kemery B, 2006)、蒙古包具有传统的日晷和日历作用(Ieux B, Reinberg A, & Touitou Y., 2014.2) 等。

（5）对于文化符号成吉思汗，国外研究多集中为成吉思汗后裔的发展(Tabib.R D, 1971)、成吉思汗的成功与传奇(Brent P L, 1976)、成吉思汗的征战史(Nicolle D. 2004)等。

（6）对于位居第六位的文化符号草原英雄小姐妹，Bulag U E 分别在其文章(1999.42)、专著(2002)中描述了草原英雄小姐妹的故事。

（7）此外，Batjargal B, Khaltarkhuu G(2012)等提出建立蒙古文版的历史记录数字图书馆。

（8）Demattè P. (2004)介绍了敖包岩画。

（9）对于文化符号蒙古马，国外研究集中在蒙古马的基因关系 (Bjørnstad G, Nilsen N Ø, & Røed K H. 2003.1)、以及从生物学角度进行，如蒙古马的马红球菌的缺失(Takai S, Senge S, & Madarame H, 2005.6)等。

（10）对于作为最典型的内蒙古文化符号之一红山玉龙，国外多从历史溯源、象征联系等角度进行叙述 (Childs-Johnson E 1991.1; Shelach G. 2001.4)。

2、国内研究情况

自 2015 年 7 月 1 日内蒙古政府新闻办公布十大文化符号后，多志勇（前沿，2015 年 6 期）、陈新丽（前沿，2015 年 7 期）、阿勒得尔图（中国文化报，2015/7/3）、小月（中国民族报，2015/7/24）等对自治区十大文化符号的相关内容率先进行了介绍。

（1）第一大文化符号“内蒙古大草原”排在十大草原之首，是我国草原文化的发祥地和承载地、是草原民族共有的精神家园、成为最具代表力的内蒙古形象象征之一以及对外宣传的代名词。近年来对大草原的研究多集中于：描述草原风光（刘书润 2003.11、单之蔷 2013/08/24）；旅游业等相关经济的发展（白音查干 2006.2、李睿劼 2007/08/21）；生态环境的现状、保护和防治（吴国清、丁铭 2002.5、包玉梅 2009）等。

（2）第二大文化符号“马头琴”是一种蒙古族拉弦乐器，作为蒙古族音乐艺术的代表性符号和象征，近年来对马头琴的研究主要集中于：起源发展（科沁夫 2001.1）；制作工艺（布林巴雅尔 2011.2）；演奏家及演奏艺术（孟建军 2002.5、张劲盛 2010、姚春海 2012.5）；音乐作品（张鑫 2009.1、李春海 2009.3）；音乐教育（包称格尔 2014.2）；传承保护及变迁（张蕾 2010.2、张劲盛 2014.3）等。

（3）第三大文化符号“那达慕”是蒙古族人民为庆祝丰收而举行的传统的文体娱乐盛会，充分体现了民族精神与性格。目前对那达慕的研究集中于体育竞技研究（李秀芳 2008.11、高晓光 2014.7）；资源开发利用（吴艳 2009.2、李凤新 2007.3）、文化遗产与保护（张曙光 2010.3）等。

（4）第四大文化符号“蒙古包”是一种帐幕式的建筑形式，是蒙古族传统生活方式的象征。对蒙古包的研究集中于制作工艺与构造（乌恩宝力格 2010.3、卓拉 2013）；文化内涵与解读（张瑞东 2012.12）等。

（5）第五大文化符号“成吉思汗”是大蒙古汗国的开国可汗，完成了蒙古族的统一大业，影响深远。对成吉思汗的研究集中于西征史（董飞 2013）；祭祀形式与文化（邢莉 2008.06、双金 2011.01）；文学作品研究（红梅 2004.03）；文化旅游产业开发（侯钰蛇 2009.04）等。

（6）第六大文化符号“草原英雄小姐妹”讲述了内蒙古达茂旗的一对小姐妹龙梅和玉荣冒着生命危险保护集体财产的事迹。对草原英雄小姐妹的研究多集中于对故事的描述再现（李新宇 2007.2，霞飞、哈斯朝禄 2014.10）；音乐曲目赏析（王明毓 2015.18）；美好品质的讴歌（张海容 2004/02/21）等。

（7）第七大文化符号“蒙古文”在传承和弘扬蒙古族优秀文化的历史进程中发挥了极其重要的作用。对蒙古文的研究主要集中于文字演变（贾晞儒 2003.2）；字体设计及应用（李海柱 2005.1）；蒙古文字识别技术研究（白文荣 2009.6）等。

（8）第八大文化符号“敖包”是蒙古族人用来祭祀的圆锥形载体，表达了蒙古族人民崇

拜自然、追求和谐的美好愿望。对敖包的研究集中于文化溯源（何日莫奇 2000. 2、波·少布 2002. 5）；原始信仰与崇拜（刘文琐、王磊 2006. 2、龚黔兰 2007. 17）；敖包祭祀音乐（红梅 2011）等。

（9）第九大文化符号“蒙古马”曾是内蒙古大草原最重要的交通工具，现已成为草原民族物质生活和精神生活的有机组成部分。对蒙古马的研究多集中于起源进化和基因遗传多样性（李金莲 2006，芒来、杨虹 2008. 3）；交通与商业用途（赵敏、刘忠良 2015. 4）；艺术文化（路冠军 2015. 5）等。

（10）第十大文化符号“红山玉龙”是中华龙文化和玉文化的重要象征，具有极高的艺术价值和学术价值。目前对红山玉龙的研究主要集中于其分类与造型（范琳 2011、张丽红 2014. 4）；原型与功能（叶舒宪 2006. 4、吕昕娱 2011. 7）；文化价值与文物价值（陈逸民、陈莺 2001. 1、周晓晶 2014）等。

3、研究小结

国内外文献调研表明，以往研究曾把十大文化符号中某一个单独列为研究的主题；研究多表现为零散、碎片式，研究多从农学、动物学、历史学等角度展开；当前缺乏对十大文化符号的整体认知和传播研究，内蒙古十大文化符号的内涵和外延有待深入阐释、其价值和意义有待广泛传播。

（二）关于对内蒙古文化传播的学术调研

随着经济文化的深入发展，内蒙古自治区独具特色的历史文化和少数民族风情文化也受到了越来越多的关注。本研究首先统计了从 2010—2017 年间收录在 CNKI（中国知网）上，主题为内蒙古文化传播的期刊论文、会议论文、硕士及博士学位论文等，共收集有关数据 1376 篇。课题组对此数据进行了分类整理，统计结果显示，8 年间对于内蒙古文化的学术关注度大致呈上升趋势（见图 4-1）。在此基础上，课题组重点对 8 年来内蒙古文化传播核心期刊论文发表和国家社科基金立项等情况进行了再次统计分析，从研究领域、研究热点等角度，对内蒙古文化传播的近况进行了梳理，力求总结以往研究发展脉络，为未来研究提供参考。

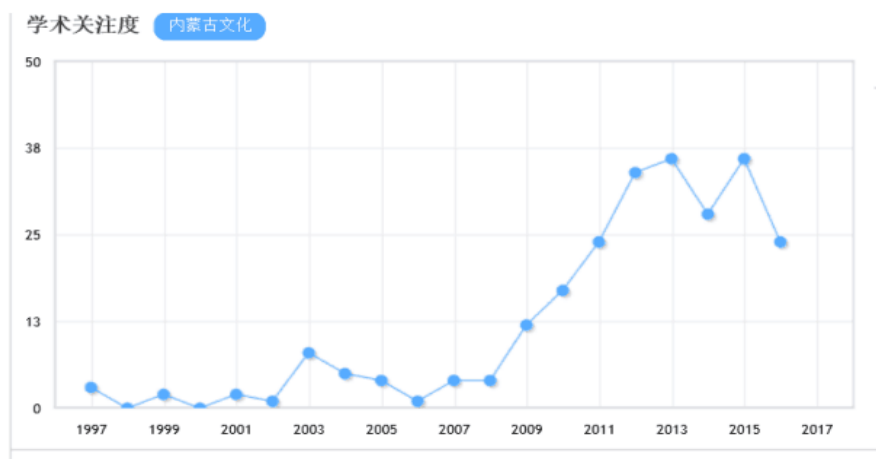


图 4-1, 1997-2017 年间内蒙古文化学术关注度统计图

1、近 8 年内蒙古文化传播研究的总体发展

数据统计结果显示, 2010—2017 年我国各类学术期刊上共发表以内蒙古文化传播为主题的论文 1376 篇。其中, 核心期刊相关论文发表数量为 131 篇, 且呈逐年平缓递增趋势 (表 4-1)。以上数据表明, 学术期刊及国内学者对于内蒙古文化传播研究予越来越多的关注, 内蒙古文化传播研究总体上呈现蓬勃发展态势。

表 4-1 2010—2017 年中国知网 CSSCI 期刊论文统计表

年份 (年)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	总计
文献总数 (篇)	141	178	162	182	192	180	178	163	1376
核心期 (篇)	10	16	15	23	19	19	13	16	131
所占比例 (%)	7.09	8.99	9.26	12.64	9.90	10.56	7.30	9.82	9.52

2、内蒙古文化传播的重点学科领域以及内容分布

笔者继而以“内蒙古文化”为篇名在中国知网进行检索, 根据中国知网学科统计方式对 2010—2017 年间 CSSCI 期刊发表的内蒙古文化传播类论文进行归类整合, 发现相关论文主要发表在文化学、文化经济学、旅游学和考古学 4 个学科领域。其中, 文化学领域论文发表最多, 共 633 篇; 文化经济学领域数量其次, 共 195 篇; 旅游学和考古学领域紧随其后, 分别为 137 和 73 篇。此外, 高等教育学领域发表 62 篇, 企业经济学领域 35 篇, 美术书法雕塑与

摄影学领域 44 篇，其他文章则分散在新闻与传媒、音乐舞蹈、建筑科学与工程、体育等领域。此外通过分析这 131 篇核心期刊论文的学科分布，可以发现，其中发表在社会科学 II 辑、哲学与人文科学和经济与管理科学领域的最多，分别占核心期刊论文总数量的 40.9%、32.8%和 10.8%（见图 4-2）。在内容方面，通过查阅分析这 131 篇核心期刊，发现关于学生教育及高校文化传播、内蒙古非物质文化遗产保护、内蒙古文化产业发展及内蒙古特色文化研究传播发展方面的论文数量较多，其中学生教育及高校文化传播方面的论文有 33 篇，内蒙古非物质文化遗产保护方面的论文有 17 篇，关于内蒙古文化产业发展方面的论文有 19 篇，内蒙古特色文化研究传播发展方面的论文有 22 篇。以上数据表明，内蒙古文化传播研究在文化学科方面的研究比较深入，其他学科的研究分布情况与其仍存在明显差异，还需要进一步的研究发展。

学科分布

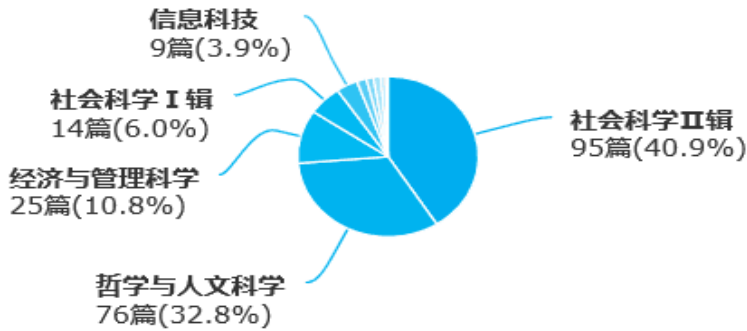


图 4-2 内蒙古文化传播的重点学科领域及内容分布图

针对高级别科研项目，笔者以“内蒙古文化”、“内蒙古”等关键词进行检索，在排除不涉及内蒙古文化研究的项目后，统计出 2010—2017 年间国家社科基金共支持内蒙古文化传播研究项目 75 项。从图 4-3 可见，前三年即 2010—2012 年间，国家社科基金所支持的项目数量逐年递增，共立项 40 项；而从 2013 年起立项数目下降，在接下来的几年中虽有回升趋势，但总体呈下降趋势。由此可示，国内从事内蒙古文化传播研究的学者们的人数和研究水平有待提升，另一方面也体现出国家对内蒙古文化传播研究的重视程度有待再加强。

从学科分类角度统计（见图 4-4），2010—2017 年间，国家社科基金支持立项数量最多的内蒙古文化传播研究为民族问题研究领域（共 24 项，占 32%），中国文学类（共 16 项，约占 21.3%），紧接其后的是语言学类（共 10 项，约占 13.3%）；其他学科立项数目相对较少，例如医学类仅在国家社科基金获得一项立项。由此可以看出其他领域对于内蒙古文化传

播研究的重视度还不是很高，需要进一步的研究探索。

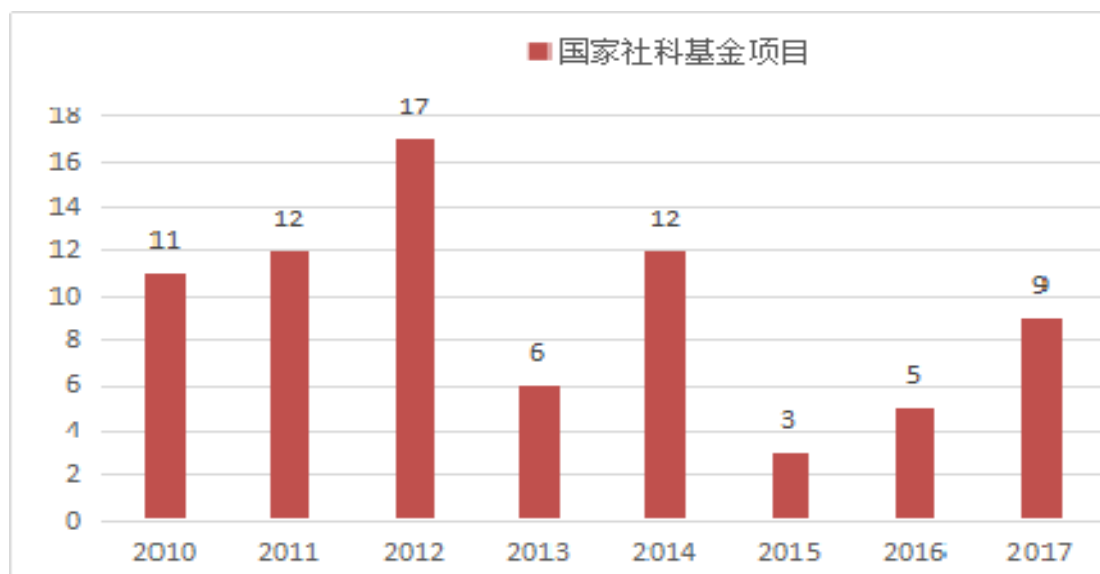


图 4-3 2010—2017 年国家社科基金内蒙古文化传播项目立项统计图

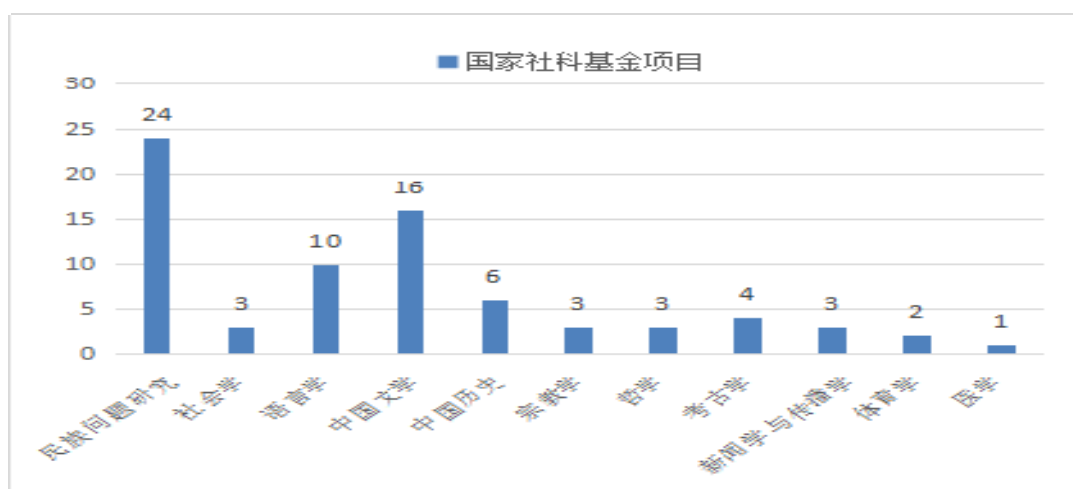


图 4-4 2010—2017 年国家社科基金内蒙古文化传播项目立项学科领域分布图

以上数据表明，内蒙古文化传播研究领域、学科分布不够广泛深入，只集中在某一些领域，有些领域的研究虽然很重要，但由于专业人才的缺乏，该研究在这些领域得到学术认可的几率低等原因，学者们的研究热情受到抑制。此外，仅有的三个新闻学与传播学领域的项目也都是关于草原文化，可以看出，在内蒙古自治区形象传播过程中，对于绝大多数受众，内蒙古几乎与草原等同，用草原来指代内蒙古自治区已经成为一种约定俗成的惯例。当研究者长时间聚焦于一个方向，集中研究这些标签烙印的时候，造成对内蒙古总体形象的失真，从而导致区域刻板印象的形成。

总之，内蒙古文化传播研究发展速度还较为缓慢，整体发展水平还处于相对落后的状态。

因而，为了解决这一系列问题，改变这种落后的状态，更好地促进内蒙古地区经济政治的健康、持续、高效发展，必须要提高对内蒙古文化传播建设的重视程度，科学积极制定各项方针政策，切实加快文化建设的步伐，提高内蒙古地区文化的整体发展水平。

五、内蒙古文化及文化符号的传播路径建构对策

基于数据统计与分析的基础上，本研究提出内蒙古文化传播过程中亟待解决的问题，具体如下：

- 1、如何改变内蒙古文化传播中传统刻板印象，并建构区域新形象？
- 2、如何避免目前我区表层化文化传播的落后现状？
- 3、如何提高我区媒体实力、专业人才、文化品牌的影响力？

文化的传播与扩大其影响力是一个浩大而繁重的综合工程，少数民族文化的传播，比如内蒙古文化的传播则更为复杂。解决以上问题的关键是要拓宽内蒙古文化传播的研究途径，用正确并行之有效的方法来传播内蒙古文化。据此，本研究给出以下几点建议：

第一，突出民族特色，重视文化传播。新媒体时代下少数民族文化传播不应为千篇一律的民族文化宣传，而应植根于其文化特殊性，突出民族文化特色的传播。传播独具特色的内蒙古文化，是提升内蒙古地区知名度的主要途径，也是促进国家经济文化繁荣发展的重要途径。然而，通过上述数据分析显示，对于内蒙古文化传播的重视程度还不够高，在很大程度上影响了内蒙古文化建设的有效发展，在一定意义上导致了内蒙古文化发展落后局面的产生。因此国家政府必须加强对内蒙古文化的重视程度，只有这样，才可能加快文化建设的步伐，改变内蒙古文化发展滞后的局面，缩短与发达地区的距离。

第二，加大传播投资，强化人才培养。内蒙古文化传播需要大量的资金投入，内蒙古地区新媒体的发展离不开资金作为物质支撑。因此，国家要抓紧制定支持和保障少数民族文化国际传播的投入方法，逐步建立健全同公共财产相匹配的政府投入保障机制，使内蒙古文化传播方式有稳定的资金，确保内蒙古文化传播渠道畅通无阻。首先，应当打破传统文化传播的政府单一投入机制，引导社会资金参与到内蒙古文化传播之中，构建多层次、多方面的资金来源；同时，要尽快提高内蒙古地区文化传播基础设施建设的进度。与此同时，还需要培养民族专业人才，在高校加强内蒙古文化知识的教育。此外，还要充分发挥“一带一路”沿线城市民族院校教育的力量，加强与周边国家的文化交流合作，积极培养跨文化交流人才。借助这些国家的留学生将内蒙古文化在这些国家得到更好的传播，让更多的人对内蒙古文化有更多的了解，促进国与国之间的友好往来。

第三，建立海外内蒙古文化推广中心。国家有关部门应增强对内蒙古文化国际传播的拓展意识，降低从事内蒙古对外传播学术团体和交流团体的准入门槛，成立更多指向性更明确的内蒙古文化对外传播的研究和推广中心，建立健全必要的更加畅通无阻的沟通和协作机制，以推动内蒙古文化国际传播有序进行；二是应鼓励中外学者与海外学者广泛开展合作研究，促进内蒙古文化国际学术交流，为内蒙古文化的国际传播提供智力支持；三是办好内蒙古文化学术刊物，提高办刊水平，扩大内蒙古文化研究学者在国际上的影响。从而促进各国学术

界乃至政界对内蒙古文化的深厚底蕴和独特魅力形成全面而正确的认识。

第四，加强引导监管，规范传播秩序。新媒体具有强大的舆论形成能力，且传播迅速，影响面积广泛，因此，新媒体传播的监管必须加以重视。在内蒙古文化传播过程中，政府有责任和义务加强引导和监管。首先，应当加强内蒙古文化传播的法律规范，为新媒体时代内蒙古文化传播有据可寻创造条件。其次，不仅要鼓励内蒙古文化传播利用新媒体走向产业化、大众化，还要抵制内蒙古文化传播中的不良行为，防止内蒙古文化传播中过度商业化的炒作，低俗信息泛滥现象的发生，营造和谐有序、包容开放的内蒙古文化传播环境。

第五，构建保护与开发相结合的文化产业链。在市场经济条件下，文化不仅可以陶冶情操和提升民族精神，还可以推动经济繁荣发展。新媒体产业的开发与应用在内蒙古文化传播中蕴含着巨大潜力，既为内蒙古文化保护与传承提供了条件，又为内蒙古文化产业化搭建了平台。新媒体时代整合内蒙古文化、旅游资源，能够形成内蒙古文化传播与内蒙古品牌互相推动的双重效应。打造内蒙古文化传播产业链，可达到保护与开发，传播与收益一举多得的功效。

第六，以文化品牌为依托，强化文化符号的印记感。一些主题鲜明的内蒙古传统节日，文化博览会等活动都是传播内蒙古文化符号的重要节点。通过举办这些活动，培育特色浓郁的文化品牌，并实践于对外传播的实际过程中，可以吸引外界眼球，从而达到宣传内蒙古文化，发展内蒙古文化的效果。“中国国际草原文化节”成为国际性草原盛会。内蒙古地区凭借草原文化资源优势，大力实施文化精品工程。一大批反映草原文化，时代精神的电影，蒙古音乐剧、蒙古风情剧、图书出版物等文化精品脱颖而出，在国内外产生了积极影响。

第七，整合文化资源，建立内蒙古文化视觉资源库。内蒙古既有着极其灿烂的民族文化历史遗产，又有着特色鲜明丰富多彩的地区性民俗文化资产，应把它们整合传播。可以建设各类视觉资源博物馆或旅游文化景点，建立这些资源的数字博物馆；也可以设立专业研究机构对文化产业进行跨文化研究，提炼出能够代表内蒙古形象的视觉符号标识，全面开发内蒙古视觉文化外显的和潜在的传播价值，提高文化产业的创新力。总之，我们在对外宣传中，要将内蒙古形象的相关图片和影像整合成宣传片或其他形式，在网络、电视中频繁播出，借鉴已有的成功经验，充分发挥文化艺术、新闻出版、广播电视等领域的优势，以多种形式和表现手法交叉出现，使内蒙古整体形象统一，从而打造出符合地方特色的视觉传播平台，产生强烈的视觉冲击力。

六、课题研究特色创新及应用价值

（一）创新程度

学术思想方面：当前国内外以内蒙古文化，尤其是内蒙古十大文化符号为主题的传播研究极少，以往研究角度单一，多从自然科学、历史溯源等角度展开，本课题首次运用符号学、传播学及跨媒介理论，对内蒙古文化及十大文化符号进行深层认知和广泛传播，在学术思想上具有创新。

学术观点方面：符号化的文化更便于认同，传播功效更为明显；区域文化符号的认知和传播将推动民族文化精神的传承和区域文化形象的提升，课题在学术观点上具有创新。

研究方法方面：本课题采用了“易问卷”、“问道”等网络调查问卷系统，调研对象更广泛多样，调研数据更科学可信，为文化符号传播路径模式的建构提供可靠实证考量，课题在研究方法上具有创新。

（二）应用价值

基于本课题的数据分析和对策建议，下一步可继续探究“十大文化符号”的产业化开发，在党的十八大发展思路指导下，成立文化符号研究中心、推动对文化符号的创意性开发，与适合大众参与的各类经贸活动、欢娱活动相结合并建构一个立体格局，宣传内蒙古文化，形成我区文化品牌，发展相关新兴文化产业，带动自治区相关的产品链、和消费链的发展，推进我区民族文化强区建设，因此本课题具有重要的应用价值。

七、课题反思及未来打算

在本课题的论证中，本研究以内蒙古文化及十大文化符号的阐释传播为主要研究对象，基于符号学和传播学理论基础上，从传播过程的五要素着手开展实施。采用文献资料法、行动研究法、调查研究法、个案研究法、经验总结法等研究方法，并运用数据统计法、数据分析法、观察追因法等研究方法的工具性作用，加以辅助，为本课题的研究服务。课题负责人带领成员立足我区实际，完成了传播理论学习，注重反思批判，在实践中边调研边总结，把握了我区文化传播取得的成果以及存在的问题，为我区十三五发展纲要中提出的“内蒙古文化宽领域高多层次走出去”规划，提供了具体的发展现状数据和对策建议。

从研究中做出以下思考：

内蒙古独特的民族文化特色与民族文化风格的产生，是由于内蒙古民族的发展历史、地理环境和风俗习惯等多种因素共同决定的。在内蒙古文化传播力建设的过程中，最重要的是要将内蒙古文化形象传播定位。

首先，要明确文化传播总体目标，内蒙古文化形象就应以“草原文化”为核心，多元文化共存为特色。

其次，内蒙古传统文化的内涵也在与时俱进，传统文化，尤其是游牧文化正遭遇现代文化强有力的冲击。要将传统文化与现代文化对接，保留内蒙古传统文化中的精华并将其发扬光大，如生态文化正是现代文化中缺少的文化，要将其传播并继承下来可以有效弥补现代文化的不足。

附录一 2010-2017 年有关内蒙古文化传播学术数据

年	文献 总数 (篇)	核心 期刊 (篇)	题 名	作 者	刊 名
20 17	163	16	民族地区高校服务农村牧区文化建设的对策与建议——以内蒙古新农村牧区文化建设为例	额尔敦巴根	民族教育研究
			“与国脉相通”的价值坚守——内蒙古民族电影 70 年的思想倾向与文化诉求	李树榕	当代电视
			内蒙古民族文化旅游资源的保护性开发	秦兆祥	贵州民族研究
			《内蒙古二人台音乐源流与文化风格研究》序	杨民康	云南艺术学院学报
			新一轮校园足球工作对高校校园体育文化的影响研究——以内蒙古师范大学为例	柴华;	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			民族地区高校少数民族文化的传播——以内蒙古师范大学为例	牛海龙	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
			论少数民族地区非物质文化遗产的学校教育价值——以内蒙古非物质文化遗产为例	刘春玲	教育理论与实践
			《内蒙古区域游牧文化的变迁》	邢莉	中国民族
			内蒙古牧区女性教育问题及成因分析——基于草原文化视角的探讨	张美英	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			民族教育的多元文化特征与少数民族学生就业——以内蒙古为例	李曦辉;李松花	西南民族大学学报(人文社科版)
			内蒙古马文化休闲产业发展问题探赜	毕磊	黑龙江畜牧兽医
			《中国近代史》课堂教学中如何提高学生阅读教材能力——内蒙古师范大学历史文化学院蒙古语授课班级课堂教学方法改革之我见	金泉	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			内蒙古高校校园文化建设优化策略研究——以内蒙古师范大学为例	冯新新	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			文化对民族地区青少年社会主义核心价值观培育的影响——基于内蒙古地区青少年群体思想状况研究	孟庆国;付启敏	黑龙江民族丛刊
			内蒙古草原文化传播力的提升途径——基于扎根理论的一项探索性研究	和钰	内蒙古大学学报(哲学社会科学版)
			内蒙古地区高职院校文化基础课教学现状调查研究	李华;刘俊富;赵安香	中国职业技术教育
20 16	178	13	乌兰夫对新时期内蒙古统战文化形成的历史性贡献——纪念乌兰夫诞辰 110 周年	佟景洋	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
			文化多元下民族地区马克思主义大众化的实现——以内蒙古民族地区为例	薛青	贵州民族研究
			文化传承视角下民族音乐元素在作曲教学中的渗透——以内蒙古大学艺术学院为例	刘洋洋	民族教育研究
			新时期内蒙古统战文化建设面临的挑战与对策	佟景洋	前沿

			内蒙古海拉尔万佛寺举办首届草原文化研讨会暨万佛寺落成周年庆典	源慧	法音
			文化坚守与美学“宿命”——简论内蒙古电视台近年获奖的电视纪录片	李树榕	当代电视
			内蒙古阿拉善左旗蒙古族穆斯林民族认同、宗教认同和文化认同的调适与共存	乌小花;郝因	黑龙江民族丛刊
			复杂网络视角下的内蒙古精准文化扶贫体系模型构建	王福	图书馆论坛
			非物质文化遗产研究院在内蒙古师范大学成立		西北民族研究
			内蒙古佛教协会:居士文化交流中心的文化建设		法音
			近现代内蒙古地区的民族团结文化研究	佟景洋	前沿
			立足学术传统 积淀文化底蕴——充满生机与活力的内蒙古大学文学与新闻传播学院		内蒙古大学学报(哲学社会科学版)
			草原文化视角下内蒙古高职旅游人才培养研究	张素芬	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
2015	180	19	内蒙古孤家子遗址高台山文化居民的体质人类学研究	周亚威	华夏考古
			基于内蒙古文化和旅游融合发展的文化创意产品开发研究——以包头市为例	李志春;张路得	前沿
			民族文化融合的博物馆 记内蒙古呼和浩特大召寺	荷叶;张森林	中国宗教
			内蒙古文化产业与区域经济的耦合关联分析	柴国君;陈通	干旱区资源与环境
			论内蒙古十大文化符号的地区文化特色	陈新丽	前沿
			弘扬 传承 保护非物质文化遗产——《萨吾尔登情缘》内蒙古阿拉善成功首演	方言;刘海栋	舞蹈
			民族地区对外文化宣传联动机制研究——以内蒙古为例	王春风	贵州民族研究
			“一带一路”视域下创新内蒙古草原文化内在发展动力的战略构想	高文勇	前沿
			从历届全国美展看内蒙古油画的文化选择	包双梅	美术学报
			戏曲类非物质文化遗产在高校的传承困境与破解之道——以内蒙古大学艺术学院二人台表演专业为例	王秀玲	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			内蒙古民族文化产业发展的立法体系构建	唐孝辉	黑龙江民族丛刊
			内蒙古非物质文化遗产生态保护与传承的研究价值和意义	刘春玲	前沿
			内蒙古十大文化符号	多志勇	前沿
			东周时期内蒙古长城地带青铜镞文化探讨	石岩	北方文物
			内蒙古主流媒体民族文化传播的框架分析——以“中国·内蒙古草原文化节”报道为例	刘艳婧;高炜	内蒙古大学学报(哲学社会科学版)
			内蒙古民族非物质文化遗产的数字化保护研究	段建华	兰台世界
			内蒙古自治区非物质文化遗产保护工作现状与展望	董杰;苏格拉	前沿

			草原变迁与内蒙古草原文化现代化	周竞红	中央民族大学学报(哲学社会科学版)
			新型城镇化背景下蒙古族游牧文化的传承与发展——以内蒙古牧区旗县为例	张云霏	云南民族大学学报(哲学社会科学版)
2014	192	19	清代内蒙古体育文化的形成与演变	罗亚娟;杨鸣亮	兰台世界
			汉语国际教育专业文化类课程建设之文化体验研究——以内蒙古师范大学为例	胡素莲;李剑冲	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
			关于内蒙古文化产业发展的思考	斯琴	中国统计
			内蒙古文化产业人才培养模式探究	苏米尔	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			《内蒙古区域游牧文化的变迁》	邢莉	中国民族
			民族地区高校图书馆阅读文化建设研究——以内蒙古15所本科院校图书馆为例	穆晓艳	前沿
			草原天堂——观第11届内蒙古草原文化节有感“传承”说	孙龙奎	舞蹈
			立足学理探索 心系现实问题——评《内蒙古区域游牧文化的变迁》	朝戈金	中央民族大学学报(哲学社会科学版)
			斯文·赫定日记里的内蒙古民俗文化——兼论开展民俗文化教育的必要性与途径	陶继波;崔思朋;夏琳;	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			地方民族高校组织文化的自我检视与定位——基于对内蒙古民族大学组织文化构建的思考	额尔敦巴根	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			内蒙古高校校园文化建设的成就与经验	李卉青	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			内蒙古地域文化的对外传播——以阿拉善文化为例	田书慧	前沿
			内蒙古民族文化出版现状及策略研究	刘艳婧	编辑之友
			内蒙古茶叶之路文化产业品牌构建研究	张晓玲	农业考古
			内蒙古牧区能源开发与文化传承研究	乌云毕力格	贵州民族研究
			族群文化书写与民族根脉追寻——内蒙古三少数民族女作家文学主题分析	崔荣	民族文学研究
			文化差异背景下景点展品说明文字英译研究——以内蒙古昭君博物院为例	刘聪聪	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
			内蒙古草原民族生态文化的浅析	陈林	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
			论内蒙古非物质文化遗产在包头和谐社会构建中的作用	刘春玲	前沿
2013	182	23	浅谈蒙古族地区体育旅游的文化特色——以内蒙古自治区为例	唐云	黑龙江民族丛刊
			内蒙古高校校园文化建设存在问题原因探析	李卉青;安塔林夫	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
			发展振兴内蒙古民族文化创意产业	金瑞;王赛音	前沿
			内蒙古西部蒙古族民俗文化视觉审美形态探微	李军	黑龙江民族丛刊
			内蒙古地区高校多校区办学模式下校园文化建设的现状与创新	马丽;哈斯塔娜	内蒙古农业大学学报(社会科学版)

			文化产业与沙产业融合发展研究——以内蒙古恩格贝生态示范区为例	王光文	农业现代化研究
			略论内蒙古非物质文化遗产的传承与我区学校教育的互动	张淑利	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			通过课题研发 促进幼儿教师的专业成长——以内蒙古师范大学实验幼儿园非物质文化遗产教育课程研发为例	左雪;李杨	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			蒙古族大学生与外教课堂上跨文化交际问题及对策研究——以内蒙古民族大学为例	贾继南	前沿
			草原·文化·体验——内蒙古草原文化旅游体验式产品策划	赵春雨;郝晓兰	前沿
			草原文化背景下内蒙古高校校园文化建设刍议	哈斯塔娜	前沿
			新时期内蒙古高校校园文化建设存在的问题	李卉青	前沿
			新公共管理视角下的高校校园文化建设研究——以内蒙古师范大学为例	王永明	前沿
			内蒙古地区旅游商品包装设计中的地域文化特质	石钧;赵晓彦	大舞台
			内蒙古鄂温克族民间音乐文化保护与学校教育传承	苗金海	中国音乐
			《中国文化史》在民族高校中的教学思考——以内蒙古民族大学为例	李鹏	民族教育研究
			内蒙古文化旅游发展问题及对策分析	刘丽梅	干旱区资源与环境
			内蒙古民族文化的视觉传播策略——以“鄂尔多斯婚礼”为例	王桂娜;张丽萍	前沿
			游牧文化保护面临的问题与对策——以内蒙古牧区为例	席锁柱	前沿
			内蒙古文化的视觉传播策略浅析	尹深;张丽萍	前沿
			内蒙古喀喇沁旗红山文化积石冢调查简报	李凤举;张义成	北方文物
			论政治认同、经济发展、文化交融与民族的繁荣昌盛——以内蒙古阴山地区民族团结的特色为例	尚烨	西南民族大学学报(人文社会科学版)
			笔谈中国美术的自觉与主体精神[十二] 草原文化与内蒙古美术的崛起	乌力吉	美术
2012	162	15	论内蒙古草原体育文化的特征与传承	戴红磊;苏光颖	体育研究与教育
			现代国民教育体系下的民族艺术教育与文化遗产——以内蒙古准格尔旗民族中学马头琴教育为例	张鹏;刘明新	民族教育研究
			彰显草原文化 凸出视觉张力——内蒙古电视台 2012 年春节晚会片头及大屏幕创作谈	王羽	当代电视
			在幼儿园开展非物质文化遗产教育的价值分析——以内蒙古师范大学实验幼儿园为例	左雪;王婧	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			基于草原文化为核心的内蒙古区域发展软实力研究	张峰	前沿

			历史文化城镇的综合保护和整体规划——以内蒙古多伦县多伦诺尔镇旧区规划为例	董艳芳;薛玉峰;袁琳	北京规划建设
			民族地区构建和谐社会的文化思考——以内蒙古包头市为例	安俭	中央民族大学学报(哲学社会科学版)
			加强创意工作人才队伍建设,助推内蒙古文化大发展大繁荣	王云凤	前沿
			民族地区基础教育课程变革的文化研究——以内蒙古地区为例	蔡淑兰;杨志娟	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			扬资源之长,创绿色学校——内蒙古扎兰屯林业学校绿色文化建设一瞥	康国文	环境教育
			坚持和完善少数民族非物质文化遗产保护政策研究——基于湘西土家族苗族自治州和内蒙古自治区的调查	柏贵喜;杨征	中南民族大学学报(人文社会科学版)
			内蒙古师范大学教育实习现状分析及改进思路——以内蒙古师范大学历史文化学院为例	史凤春;	内蒙古师范大学学报(教育科学版)
			论内蒙古酒文化及旅游功能——以蒙古族的酒文化为个案	李光宇	前沿
			内蒙古库伦旗历史文化研究综述	巴·苏和;特日乐	中央民族大学学报(哲学社会科学版)
			论内蒙古非物质文化遗产的艺术价值	刘春玲	前沿
2011	178	16	内蒙古非物质文化遗产旅游开发探究	王雪;杨存栋	干旱区资源与环境
			地方高校图书馆特色数据库建设研究——以内蒙古阴山文化数据库为例	王晓丽;石晶;张文彦	图书馆工作与研究
			内蒙古文化资源资本化开发研究——以蒙古族女性历史名人为例	张淑梅	内蒙古大学学报(哲学社会科学版)
			内蒙古科尔沁非物质文化遗产法律保护的模式研究	娜仁图雅	东北亚论坛
			内蒙古那达慕文化的经济贸易功能	白红梅	云南社会科学
			从历史寓言走向文化寓言——新世纪内蒙古草原电影创作的审美转型	郭培筠	内蒙古大学学报(哲学社会科学版)
			内蒙古西部回族历史文化资源考察——以呼和浩特市回族历史为例	李艳洁	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
			内蒙古农业大学文化素质教育选修课考试方式分析	梁晓涛	内蒙古农业大学学报(社会科学版)
2010	141	10	蒙元文化与旅游开发——以内蒙古赤峰市为例	孙杰	前沿
			内蒙古敖汉旗红山文化西台类型遗址简述	杨虎;林秀贞	北方文物
			内蒙古农牧交错地带经济文化类型的演变	朱小玲	黑龙江民族丛刊
			城市发展中的草原文明——世博会中国馆内蒙古草原文化推介“荧屏草原”	牛海坤	当代电视

			内蒙古赤峰市上机房营子遗址夏家店上层文化时期人骨研究	张全超;陈国庆	北方文物
			关于蒙古族传统文化公法保护的思考——以内蒙古乌审旗为例	张文香;卢赞赞;李晨希	内蒙古大学学报(哲学社会科学版)
			生态移民政策的文化根源分析——基于内蒙古自治区通辽市 W 村的调查	赛汉	贵州民族研究
			当代少数民族大学生消费行为文化——内蒙古蒙语授课大学生消费变化调查	汪子云	中央民族大学学报(哲学社会科学版)
			草原文化与内蒙古自治区行政区划形成和发展	孟和宝音	前沿
			论少数民族音乐文化传承与内蒙古高校音乐教育	郭德钢	中国音乐

附录二 2011-2017 年有关内蒙古文化传播国家社科基金立项课题数据

立项时间	项目名称	项目负责人	工作单位
2010	语言接触与蒙古语族语言历史演变与发展态势之关系研究--以东乡语为例	包萨仁	内蒙古大学蒙古学学院
2010	蒙古族敖包祭祀的文化人类学研究	乌仁其其格	内蒙古师范大学
2010	生态博物馆与民族文化生态区研究	乌力更	中共内蒙古自治区委员会党校
2010	内蒙古“软实力”研究	多志勇	内蒙古社科院
2010	鄂温克语和蒙古语音及语法范畴比较研究	斯仁巴图	呼伦贝尔学院
2010	科尔沁土语词汇与地域文化研究	嘎拉桑	内蒙古民族大学蒙古学学院
2010	北方游牧文化与唐诗关系研究	高建新	内蒙古大学文学与新闻传播学院
2010	蒙古史诗若干非物质文化遗产母题研究	关金华	呼和浩特民族学院
2010	蒙古草原文化中的生态哲学思想及其启示	马桂英	中共内蒙古自治区委员会党校
2010	蒙古语地名文化研究	天峰	呼和浩特民族学院

2010	达斡尔族乌钦的保护与传承研究	乌云高娃	呼伦贝尔学院
2011	蒙古语科尔沁土语特殊词汇研究	格根哈斯	内蒙古民族大学蒙古学
2011	成吉思汗祭奠仪式及其文化功能研究	额尔敦陶克套	内蒙古社会科学院哲学与宗教研究所
2011	上都扈从诗与元代多元文化交流研究	杨富有	锡林郭勒职业学院科研处
2011	蒙古族“神话”及其生命哲学的教化精神研究	萨巴特尔	内蒙古师范大学法政学
2011	鲜卑起源、发展的考古学研究	吴松岩	内蒙古大学历史与旅游
2011	蒙古族叙事民歌中的汉文化影响研究	包海青	内蒙古科技大学
2011	蒙古族传播史研究	白敖特跟	内蒙古大学蒙古学学院新闻出版学系
2011	卡尔梅克语土尔扈特方言比较研究	秀花	内蒙古社会科学院语言文字研究所
2011	蒙古草原古代游牧民族豁达文化研究	松迪	呼伦贝尔学院政治与历史学院
2011	西部社会转型加快进程中的游牧文化保护研究	席锁柱	内蒙古农业大学人文社

2011	新时期蒙古族小说 民族认同与文化思想研究	丁琪	内蒙古大学文学与新闻
2012	蒙古族游牧文化核心特征及其功能研究	宝音巴特尔	内蒙古师范大学蒙古学学院
2012	蒙古族十二生肖文化研究	今晓	呼和浩特民族学院管理
2012-	内蒙古汉族牧民的社会文化境遇研究	乌尼尔	内蒙古社会科学院草原文化研究所
2012	新媒体语境下的内蒙古民族文化传播研究	刘艳婧	内蒙古大学
2012	中国阿尔泰语系诸民族飞禽崇拜文化研究	达·额尔德木图	内蒙古民族大学蒙古学学院
2012	红山文化社会形态研究	于建设	赤峰学院 红山文化国际研究中心
2012	《蒙古秘史》一些专用词的更正及其文化含义	香莲	赤峰学院
2012	草原文化视域下的金元词研究	李春丽	内蒙古科技大学包头师范学院
2012	蒙古族文学创作与文化思维关系研究	博·照日格图	内蒙古民族大学蒙古学
2012	蒙古族游牧文学研究	朝鲁门	内蒙古师范大学

2012	蒙古族游牧文化核心特征及其功能研究	宝音巴特尔	内蒙古师范大学蒙古学学院
2012	蒙古族传统节庆文化的传承与创新研究	巴·布和朝鲁	内蒙古社会科学院文学研究所
2012	蒙古叙事民歌的程式化研究	哈斯其木格	赤峰学院蒙古文史学院
2012	蒙古族传统体育文化的价值及驱动机制研究	包呼格吉乐图	内蒙古师范大学
2012	达斡尔、鄂温克、鄂伦春族传统体育文化研究	丛密林	内蒙古民族大学体育学
2012	地域文化视野中的科尔沁乡土小说研究	孙高娃	内蒙古民族大学蒙古学
2012	蒙古族公众蒙医文化研究	包红梅	内蒙古大学哲学学院
2013	成吉思汗祭祀及其历史沿革研究	奇·斯钦	内蒙古社会科学院
2013	蒙古族传统游戏的搜集整理与传承研究	周智慧	内蒙古科技大学包头师范学院
2013	蒙古族传统饮食文化资源产业化对策研究	白钢	内蒙古民族大学
2013	蒙古族现当代散文研究	敖敦	赤峰学院

2013	达斡尔民间故事研究	王云介	内蒙古呼伦贝尔学院
2013	《蒙古秘史》名物考	特木尔巴根	内蒙古师范大学
2014	17 世纪中叶到 18 世纪中叶外蒙古政治史研究	乌日图	呼伦贝尔学院
2014	古代黠戛斯历史研究	王洁	内蒙古师范大学
2014	现代蒙古语话题研究	宝音乌力吉	呼和浩特民族学院
2014	蒙古族民俗文化遗产与变迁研究	阿民布和	赤峰学院
2014	成吉思汗苏力德信仰研究	那仁敖其尔	内蒙古农业大学
2014	科尔沁萨满传人的成萨满过程研究	哈顺图雅	内蒙古大学
2014	蒙医药物态文化研究	包哈申	内蒙古医科大学
2014	蒙古高原游牧传统知识经验的比较研究	乌仁其其格	内蒙古大学
2014	科尔沁部落及其变迁的跨学科研究	包赛吉拉夫	呼和浩特民族学院
2014	中蒙俄次区域蒙古族文化资源产业化合作研究	辛倬语	内蒙古社会科学院

2014	城镇达斡尔族、鄂温克族、鄂伦春族的语言生活研究	德红英	内蒙古社会科学院
2014	蒙古史诗传统生态文化研究	额尔敦高娃	内蒙古师范大学
2015	哈斯宝与红学研究	额尔很巴雅尔	内蒙古大学
2015	蒙古文《大藏经》文化价值体系研究	胡日查	内蒙古师范大学
2015	匈奴通史	段满福	内蒙古大学
2016	面向信息处理的蒙古语形容词义素词典的设计与实现	包艳花	呼伦贝尔学院
2016	蒙古语隐喻研究	德力格尔	赤峰学院
2016	城市化视野下的蒙古族语言适应研究	额尔敦图雅	赤峰学院
2016	民族文化交融视野中的内蒙古二人台语言研究	张金梅	内蒙古科技大学包头师范学院
2016	蒙古语词汇认知文化机制研究	天峰	呼和浩特民族学院
2017	东北西部满蒙汉族走廊民间宗教信仰的比较研究	包龙	内蒙古大学

2017	融媒体时代蒙古语 新闻媒体发展研究	乌兰	内蒙古大学
2017	包头蒙古族历史文化 文献资料的整理 与研究	双山	内蒙古科技大学包 头师范学院
2017	蒙古族民间文学生 态审美文化研究	苏布道	呼和浩特民族学院
2017	草原文化背景下蒙 古族题材影视艺术 竞争力研究	吴素娥	内蒙古科技大学包 头师范学院
2017	元代文学历史文化 语境重构研究	郝青云	内蒙古民族大学
2017	文化交融视野下的 蒙元文学女性人物 研究	王素敏	内蒙古科技大学包 头师范学院
2017	保护与传承：濒危鄂 伦春语调查研究与 声像语料库建设	高娃	内蒙古大学
2017	中蒙俄跨境民族语 言文化研究	哈申格日乐	内蒙古社会科学院

传播内蒙古文化，建构区域新形象

摘要

内蒙古历史悠久，有着丰厚的民族文化底蕴。传播独具特色的内蒙古文化，是提升内蒙古知名度的主要途径，其对于建构内蒙古区域形象并促进我区政治经济发展的作用不容小觑。然而就目前国内外研究状况来看内蒙古文化传播效果不是很理想，传播速度还较为缓慢，多以表层性传播内容为主。本研究通过对国内外内蒙古文化传播现状的调查分析研究，总结出目前亟需解决的问题并剖析了产生原因，进而针对这些问题提出了一系列建议对策，以期在今后我区的文化传播提供借鉴与参考。

关键词：内蒙古文化传播，传播现状，存在问题，存在原因，建议对策

内蒙古是蒙古族、满族、回族等少数民族主要集居地，它展现着自己民族的文化特点与魅力，具有鲜明的民族特色。对于内蒙古来说，内蒙古文化是最重要的文化资源，也是必定成为大力发展的文化产业。优秀的内蒙古文化需要有效的传播，然而，国内外的相关研究现状表明，由于受到诸多条件的限制影响，内蒙古的文化传播效果还差强人意，还需要进一步的调整和提升。为了更加有效地传播内蒙古文化，促进内蒙古地区政治经济文化等方面的发展，本研究首先对国内外内蒙古文化传播现状进行了梳理，其次总结了目前亟需解决的问题，并分析了其存在的原因，最后针对这些问题提出了一系列对策建议，以期为未来的研究提供参考。

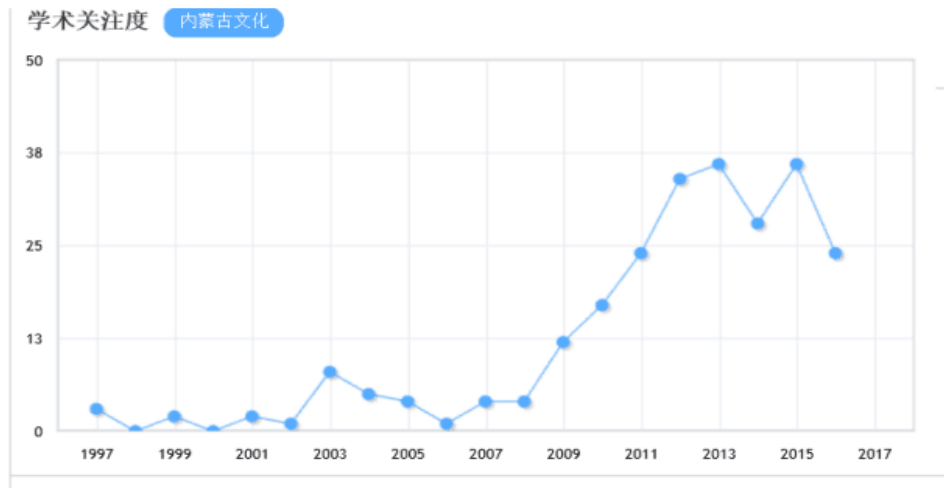
一 研究现状

文化符号是某一文化凝结形成和表达其文化内涵象征形式，具有地域的、民族的、时代的特征。地域文化符号起到了标识此地域文化形象、特色、价值的作用。因此，一个地区的文化软实力在一定程度上要看这个地区文化符号的数量、价值程度。

内蒙古有着丰富的文化资源，形成了众多的具有地区、民族、时代特色的文化符号。为

了传播弘扬内蒙古文化，促进内蒙古文化建设，内蒙古社会科学院向外界公布了内蒙古“十大文化符号”：内蒙古大草原、马头琴、那达慕、蒙古包、成吉思汗、草原英雄小姐妹、蒙古文、敖包、蒙古马和红山玉龙。¹这十大文化符号积淀了内蒙古各民族发展历程，凝结着内蒙古各民族的精神文化生活，集中体现了内蒙古的历史文化形象，对外是让人们认识的标志和品牌。然而通过文献统计研究发现，目前国内外以这十大文化符号为主题的研究很少，部分国内学者虽有涉及、但多为零散性研究，还需要进一步的研究发展。

为了更好的了解内蒙古文化在国内的传播现状，本研究继而统计了从2010—2017年间收录在CNKI（中国知网）上，主题为内蒙古文化传播的期刊论文、会议论文、硕士及博士学位论文等，共收集有关数据1376篇。课题组对此数据进行了分类整理，统计结果显示，8年间对于内蒙古文化的学术关注度大致呈上升趋势（见图4-1）。在此基础上，课题组重点对8年来内蒙古文化传播核心期刊论文发表和国家社科基金立项等情况进行了再次统计分析，从研究领域、研究热点等角度，对内蒙古文化传播的近况进行了梳理，力求总结以往研究发展脉络，为未来研究提供参考。



（图4-1，1997-2017年间内蒙古文化学术关注度统计图）

（一）近8年内蒙古文化传播研究的总体发展

数据统计结果显示，2010—2017年我国各类学术期刊上共发表以内蒙古文化传播为主题的论文1376篇。其中，核心期刊相关论文发表数量为131篇，且呈逐年平缓递增趋势（图4-2）。以上数据表明，学术期刊及国内学者对于内蒙古文化传播研究予以越来越多的关注，内蒙古文化传播研究总体上呈现蓬勃发展态势。

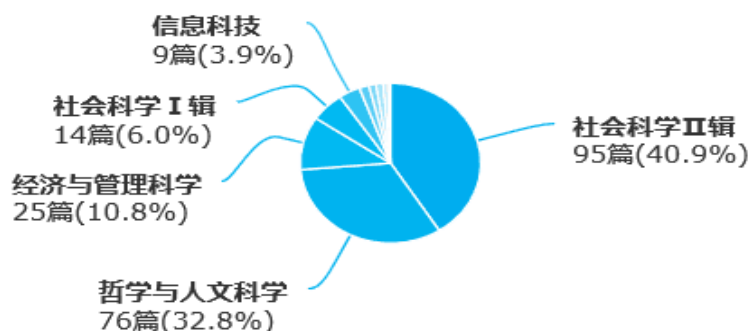
(图 4-2 2010—2017 年中国知网 CSSCI 期刊论文统计表)

年份(年)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	总计
文献总数 (篇)	141	178	162	182	192	180	178	163	1376
核心期(篇)	10	16	15	23	19	19	13	16	131
所占比例(%)	7.09	8.99	9.26	12.64	9.90	10.56	7.30	9.82	9.52

(二) 内蒙古文化传播的重点学科领域以及内容分布

笔者继而以“内蒙古文化”为篇名在中国知网进行检索,根据中国知网学科统计方式对 2010—2017 年间 CSSCI 期刊发表的内蒙古文化传播类论文进行归类整合,发现相关论文主要发表在文化学、文化经济学、旅游学和考古学 4 个学科领域。其中,文化学领域论文发表最多,共 633 篇;文化经济学领域数量其次,共 195 篇;旅游学和考古学领域紧随其后,分别为 137 和 73 篇。此外,高等教育学领域发表 62 篇,企业经济学领域 35 篇,美术书法雕塑与摄影学领域 44 篇,其他文章则分散在新闻与传媒、音乐舞蹈、建筑科学与工程、体育等领域。此外通过分析这 131 篇核心期刊论文的学科分布,可以发现,其中发表在社会学 II 辑、哲学与人文科学和经济与管理科学领域的最多,分别占核心期刊论文总数量的 40.9%、32.8% 和 10.8% (见图 4-3)。在内容方面,通过查阅分析这 131 篇核心期刊,发现关于学生教育及高校文化传播、内蒙古非物质文化遗产保护,内蒙古文化产业发展及内蒙古特色文化研究传播发展方面的论文数量较多,其中学生教育及高校文化传播方面的论文有 33 篇,内蒙古非物质文化遗产保护方面的论文有 17 篇,关于内蒙古文化产业发展方面的论文有 19 篇,内蒙古特色文化研究传播发展方面的论文有 22 篇。以上数据表明,内蒙古文化传播研究在文化学科方面的研究比较深入,其他学科的研究分布情况与其仍存在明显差异,还需要进一步的研究发展。

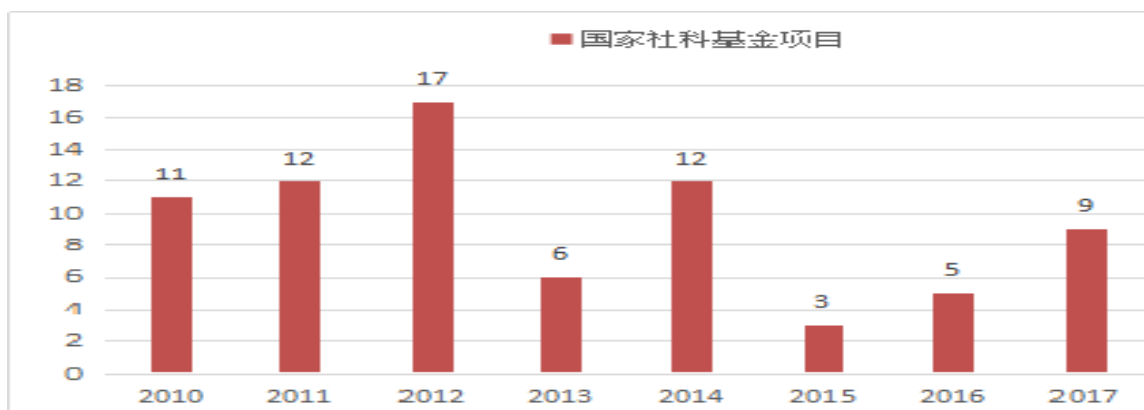
学科分布



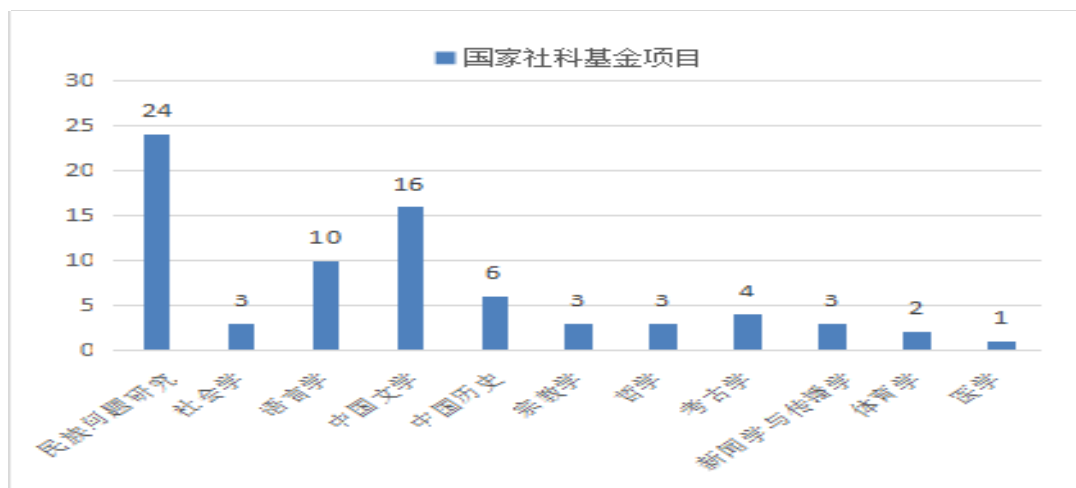
(图 4-3，内蒙古文化传播的重点学科领域及内容分布图)

针对高级别科研项目，笔者以“内蒙古文化”、“内蒙古”等关键词进行检索，在排除不涉及内蒙古文化研究的项目后，统计出 2010—2017 年间国家社科基金共支持内蒙古文化传播研究项目 75 项。从图 4-4 可见，前三年即 2010—2012 年间，国家社科基金所支持的项目数量逐年递增，共立项 40 项，而从 2013 年起立项数目陡然下降，在接下来的几年中虽有回升趋势，但总体呈下降趋势。由此可以看出，近几年国内从事内蒙古文化传播研究的学者们的整体水平有所下降，另一方面也体现出国家对内蒙古文化传播研究的重视程度近年来也有明显下降。

从学科分类角度统计（见图 4-4），2010—2017 年间，国家社科基金支持立项数量最多的内蒙古文化传播研究为民族问题研究领域（共 24 项，占 32%），中国文学类（共 16 项，约占 21.3%），紧接其后的是语言学类（共 10 项，约占 13.3%）；其他学科立项数目相对较少，例如医学类仅在国家社科基金获得一项立项。由此可以看出其他领域对于内蒙古文化传播研究的重视度还不是很高，需要进一步的研究探索。



(图 4-3 2010—2017 年国家社科基金内蒙古文化传播项目立项统计图)



(图 4-5, 2010—2017 年国家社科基金内蒙古文化传播项目立项学科领域分图)

以上数据表明, 内蒙古文化传播研究领域、学科分布不够广泛深入, 只集中在某一些领域, 有些领域的研究虽然很重要, 但由于专业人才的缺乏, 该研究在这些领域得到学术认可的几率低以及国家对该研究给予的关注度不够等原因, 使学者们的研究热情受到抑制。此外, 仅有的三个新闻学与传播学领域的项目也都是关于草原文化, 可以看出, 在内蒙古自治区形象传播过程中, 在大多数人眼中, 内蒙古几乎与草原等同, 用草原来指代内蒙古自治区已经成为一种约定俗成的惯例。当研究者长时间聚焦于一个方向, 集中研究这些标签烙印的时候, 造成对内蒙古总体形象的失真, 从而导致区域刻板印象的形成。²

总之, 内蒙古文化传播研究发展速度还较为缓慢, 整体发展水平还处于相对落后的状态。因而, 为了解决这一系列问题, 改变这种落后的状态, 更好地促进内蒙古地区经济政治的健康、持续、高效发展, 无论党、政、军、民, 必须要提高对内蒙古文化传播建设的重视程度, 科学积极制定各项方针政策, 切实加快文化建设的步伐, 提高内蒙古地区文化的整体发展水平。³

二 存在问题

基于数据统计与分析的基础上, 本研究提出内蒙古文化传播过程中亟需解决的问题, 具体如下:

1. 如何改变内蒙古文化传播中传统刻板印象, 并建构区域新形象?
2. 如何避免目前我区表层化文化传播的落后现状?
3. 如何改变媒体实力、专业人才、品牌影响力?

三 原因分析

以上问题存在的原因，本研究认为有以下两点：首先，内蒙古文化传播相关内容在我国权威媒体以及新媒体上的报道数量少、内容篇幅短、且不够深入，传播数量不足，传播内容单调，外界媒体对内蒙古文化的重视度不够；其次，由于过多强调地域特色和民族特征，只注重表层文化的传播，“草原”、“少数民族”、“蒙古包”等似乎成为内蒙古自治区的唯一标签，造成国内外大众对内蒙古文化存在刻板印象。人们把对内蒙古的直观感受或外在形式简单固化为内蒙古文化的全部，缺乏对内蒙古核心文化的内在的、深层次的理解，大众对内蒙古文化符号的理解仅停留在对符号的浅层认知，它们所承载的文化精神内涵和品质无法准确传达。

四 解决对策

文化的传播与扩大其影响力是一个浩大而繁重的综合工程，少数民族文化的传播，比如内蒙古文化的传播则更为复杂。解决以上问题的关键是要拓宽内蒙古文化传播的研究途径，用正确并行之有效的方法来传播内蒙古文化。据此，本研究给出以下几点建议：

第一，突出民族特色，重视文化传播。新媒体时代下少数民族文化传播不应为千篇一律的民族文化宣传，而应植根于其文化特殊性，突出民族文化特色的传播。传播独具特色的内蒙古文化，是提升内蒙古地区知名度的主要途径，也是促进国家经济文化繁荣发展的重要途径。然而，通过上述数据分析显示，国家对于内蒙古文化传播的重视程度还不够高，在很大程度上影响了内蒙古文化建设的有效发展，在一定意义上导致了内蒙古文化发展落后局面的产生。因此国家政府必须加强对内蒙古文化文化的重视程度，只有这样，才可能加快文化建设的步伐，改变内蒙古文化发展滞后的局面，缩短与发达地区的距离。

第二，加大传播投资，强化人才培养。内蒙古文化传播需要大量的资金投入，内蒙古地区新媒体的发展离不开资金作为物质支撑。因此，国家要抓紧制定支持和保障少数民族文化国际传播的投入方法，逐步建立健全同公共财产相匹配的政府投入保障机制，使内蒙古文化传播方式有稳定的资金，确保内蒙古文化传播渠道畅通无阻。首先，应当打破传统文化传播的政府单一投入机制，引导社会资金参与到内蒙古文化传播之中，构建多层次、多方面的资金来源。其次，加快内蒙古地区文化传播基础设施建设的进度，切实改变内蒙古地区文化传播家徒四壁的惨状。与此同时，还需要培养民族专业人才，在高校加强内蒙古文化知识的教育。此外，还要充分发挥“一带一路”沿线城市民族院校教育的力量，加强与周边国家的文

化交流合作，积极培养跨文化交流人才。借助这些国家的留学生将内蒙古文化在这些国家得到更好的传播，让更多的人对内蒙古文化有更多的了解，促进国与国之间的友好往来。

第三，建立海外内蒙古文化推广中心。国家有关部门应增强对内蒙古文化国际传播的拓展意识，降低从事内蒙古对外传播学术团体和交流团体的准入门槛，成立更多指向性更明确的内蒙古文化对外传播的研究和推广中心，建立健全必要的更加畅通无阻的沟通和协作机制，以推动内蒙古文化国际传播有序进行；二是应鼓励中外学者与海外学者广泛开展合作研究，促进内蒙古文化国际学术交流，为内蒙古文化的国际传播提供智力支持；三是办好内蒙古文化学术刊物，提高办刊水平，扩大内蒙古文化研究学者在国际上的影响。从而促进各国学术界乃至政界对内蒙古文化的深厚底蕴和独特魅力形成全面而正确的认识。⁴

第四，加强引导监管，规范传播秩序。新媒体具有强大的舆论形成能力，且传播迅速，影响面积广泛，因此，新媒体传播的监管必须加以重视。在内蒙古文化传播过程中，政府有责任和义务加强引导和监管。首先，应当加强内蒙古文化传播的法律规范，为新媒体时代内蒙古文化传播有据可寻创造条件。其次，不仅要鼓励内蒙古文化传播利用新媒体走向产业化、大众化，还要抵制内蒙古文化传播中的不良行为，防止内蒙古文化传播中过度商业化的炒作，低俗信息泛滥现象的发生，营造和谐有序、包容开放的内蒙古文化传播环境。

第五，构建保护与开发相结合的文化产业链。在市场经济条件下，文化不仅可以陶冶情操和提升民族精神，还可以推动经济繁荣发展。新媒体产业的开发与应用在内蒙古文化传播中蕴含着巨大潜力，既为内蒙古文化保护与传承提供了条件，又为内蒙古文化产业化搭建了平台。新媒体时代整合内蒙古文化、旅游资源，能够形成内蒙古文化传播与内蒙古品牌互相推动的双重效应。打造内蒙古文化传播产业链，可达到保护与开发，传播与收益一举多得的功效。⁵

第六，以文化品牌为依托，强化文化符号的印记感。一些主题鲜明的内蒙古传统节日，文化博览会等活动都是传播内蒙古文化符号的重要节点。通过举办这些活动，培育特色浓郁的文化品牌，并实践于对外传播的实际过程中，可以吸引外界眼球，从而达到宣传内蒙古文化，发展内蒙古文化的效果。“中国国际草原文化节”成为国际性草原盛会。内蒙古地区凭借草原文化资源优势，大力实施文化精品工程。一大批反映草原文化，时代精神的电影，蒙古音乐剧、蒙古风情剧、图书出版物等文化精品脱颖而出，在国内外产生了积极影响。⁶

第七，整合文化资源，建立内蒙古文化视觉资源库。内蒙古既有着极其灿烂的民族文化历史遗产，又有着特色鲜明丰富多彩的地区性民俗文化资产，应把它们整合传播。可以建设

各类视觉资源博物馆或旅游文化景点，建立这些资源的数字博物馆；也可以设立专业研究机构对文化产业进行跨文化研究，提炼出能够代表内蒙古形象的视觉符号标识，全面开发内蒙古视觉文化外显的和潜在的传播价值，提高文化产业的创新力。总之，我们在对外宣传中，要将内蒙古形象的相关图片和影像整合成宣传片或其他形式，在网络、电视中频繁播出，借鉴已有的成功经验，充分发挥文化艺术、新闻出版、广播电视等领域的优势，以多种形式和表现手法交叉出现，使内蒙古整体形象统一，从而打造出符合地方特色的视觉传播平台，产生强烈的视觉冲击力。⁷

参考文献：

- [1] 华兴. 内蒙古十大文化符号：民族文化的闪亮名片[J]. 实践(思想理论版)，2017
- [2] 唐慧巍. 浅析《人民日报》对内蒙古形象的传播[J]. 新闻世界，2015
- [3] 郑福田，刘伟. 内蒙古文化传播力建设战略目标及其实施途径[J]. 内蒙古师范大学学报（哲学社会科学版），2016
- [4] 李倩岚，李资源. 提升我国少数民族文化国际传播能力的几点思考[J]. 贵州民族研究，2015
- [5] 李达. 新媒体时代少数民族文化传达的困境与策略[J]. 湖北民族学院学报（哲学社会科学版），2015
- [6] 萨日郎. 试论内蒙古对外传播力的建设[J]. 内蒙古民族大学学报(社会科学版), 2013
- [7] 尹深，张丽萍. 内蒙古文化的视觉传播策略浅析[J]. 前沿，2013