



# 讲好内蒙古故事 增强文化软实力

□高晓燕 多昊

自治区第十次党代会报告提出,把握意识形态多元多样多变特点,推进主流媒体传播方式创新,推动传统媒体和新兴媒体融合发展,加强网上思想文化阵地建设,搞好正面宣传,打好舆论斗争主动仗,巩固壮大主流思想舆论。实施文化走出去战略,加强国际传播能力建设,上下联动、内外互动,讲好中国故事、讲好内蒙古故事,增强对外宣传的吸引力和影响力。为我们今后做好对外宣传舆论工作提供了基本遵循。

当前,自治区把发展全域旅游作为经济转型的重点方向。自治区党委书记、人大常委会主任李纪恒在全区旅游发展大会上的讲话指出,旅游业是典型的眼球经济、形象经济、开放经济,搞好宣传营销至关重要。因此,必须进一步加大宣传营销力度,把声势造起来,把人气聚起来。

区域形象是区域政治、经济、文化及自然环境等方面实际发展状况和态势在公众心目中的基本印象和总体评价。良好的区域形象具有不可估量的影响力,是文化软实力的重要组成部分,是区域内经济社会发展的促进剂。因此,区域软实力在很大程度上是通过区域形象的传播力而展现开来的。在经济发展新常态背景下,如何有效整合各种文化资源,讲好内蒙古故事,塑造好区域形象,提升文化软实力,促进经济社会发展,是摆在我们面前的一项重大课题。

## 内蒙古对外形象传播现状

进入21世纪,内蒙古在中国新一轮经济增长中异军突起,经济增长速度令世人瞩目。经过十多年高速发展,内蒙古经济社会面貌得到极大改善,各项事业取得了很大成绩。2003年,自治区党委、政府就明确提出了建设民族文化大区的重要战略,制定了民族文化大区建设纲要,2011年更是提出了从民族文化大区建设向民族文化强区建设跨越的目标。指出要加强文化建设,构建特色鲜明、实力雄厚、影响广泛的民族文化强区。以此为标志,自治区党委、政府加强我区发展成就的外宣力度,宣传内蒙古的经济优势、人文优势、区位优势、资源优势,精心组织策划有影响、有特色的高层次重大主题对外宣传活动的同时,先后组织了80多个文艺团体,在世界20多个国家及港澳台地区进行了草原文化之旅,让世界更加了解、关注内蒙古,从而推动了内蒙古与区外、境外的经济合作、贸易往来和科技文化交流,极大提升了我区在国内外的形象和知名度。然而,一项对区外30个省区市的问卷调查显示,内蒙古的区外形象与经济社会发展状态并不对等,在未到过内蒙古的人群中,印象占比最高的选项,依然停留在天苍苍、野茫茫,大漠草原、民族风情浓郁阶段,鲜有将内蒙古与现代化城市以及社会主义新农村牧区建设联系起来。造成这种状况的原因是多方面的,但总的来讲,我区外宣效果与预期存在差距,无疑是重要原因。

一个地区的形象尤其是对外形象,很大程度上依赖于大众传媒的塑造。很多人没有亲自来过内蒙古,都是通过报纸、电视、网络等大众媒介获取关于内蒙古的信息。由于大众传媒的倾向性和在传播过程中的选择性,对外宣传的内蒙古形象与实际存在的内蒙古形象之间存在一定偏差。这种偏差所造成的影响不是短期的,而是一个长期的、潜移默化的、渐进式培养的过程,不知

不觉中制约着人们对内蒙古的印象形成。

在十三五开局之年,总结成熟经验,找出欠缺不足,调整宣传思路,完善外宣方略,创新讲好内蒙古故事,显得尤为紧迫和必要。总体来看,以往对外宣传主要存在以下偏差和不足。

宣传形象单一。草原文化作为一种价值体系,内涵极为丰富,它包括游牧民族的生产方式、生活方式以及与之相适应的风俗习惯、社会制度、思想观念、宗教信仰、文学艺术等多方面的内容,而不仅仅是草原形象这么简单。如果在对外宣传中过分强调草原形象,不仅窄化了草原文化的概念,也不可避免的忽略、遮盖了内蒙古的其他形象,使整体区域形象呈现单一状况。如大部分关于内蒙古的新闻报道,标题都带有草原或者与之相关的字眼和背景图像,无论是地名还是人名,都在或隐或现的提示着内蒙古的草原形象,而这一形象被大众广泛认知、接受后,并没有其他更为丰富的文化形象进行跟进和补充,整体形象较为单一。

现代化气息不足。内蒙古作为游牧民族世代生存的地方,绿色草原、白蓝相间的蒙古包和在绿海中奔腾的畜群是内蒙古的对外形象的主旋律,历史和民族传承被很好地延续下来。时代在变化,内蒙古在改革开放中经济社会发生的巨大变化却未能被外人充分知晓。究其原因,是宣传时过于突出草原自然风光和人文元素,忽略了将传统与现代相结合的时代呈现,以至于不了解内蒙古的人,对于我区形象的理解出现偏差,使他们难以全面客观地认知内蒙古。在未到过内蒙古的人的心目中,内蒙古仍是一望无际的草原和奔腾的骏马,仍是穿着蒙古袍、住着蒙古包、脸膛红黑的放牧人。这种形象欠缺时代气息,是对内蒙古的误解。随着社会和时代的发展,内蒙古各地区已发生了巨大变化,如今的内蒙古,城市的发展并不亚于中国其他省市,即便是在农村牧区,旅游景区,也是传统与现代化共存、内外文化交融,而这些却难以让外界感知、认同。

难以形成统一的内蒙古形象。内蒙古地域辽阔,地形地貌多种多样,自然景观丰富多彩,既有辽阔草原、茫茫森林,也有浩瀚沙漠、神奇温泉、地质奇观,每个地方都有独特的地域风情。但在区域整体形象塑造中,这些因素却很难被统一起来。如内蒙古虽有丰富的民族风情,却没有一个统一的节日概念。那达慕、马头琴、蒙古长调、安代舞、二人台等文化节庆活动,尽管展示着内蒙古的绚丽多姿,却显得零散无序,使得内蒙古的统一形象分散化、碎片化。

## 形象传播出现偏差的原因

对外形象宣传夸大。一些地方在对外形象宣传过程中,往往过于注重对典型环境特征的表现,以至于外界认为内蒙古到处都是大草原,羊驼马随处可见。当人们抱着这样的印象来到内蒙古时,会感到不解与失望。相关的广告、画册、宣传片是应该尽力体现出内蒙古的特色,但内蒙古在媒体上的形象与本地区实际情况必须大致相符,否则会使受众产生心理落差,为区域形象带来负面影响。

媒介渠道运用不足。在全国知名媒体中,内蒙古所占的新闻报道比例较低,其他媒介如电影、电视剧等运用不足。如在全国范围内播出的影视剧中,以内蒙古元素为题材的影视剧相对较少。在有限的几部电视剧中,如《成吉思汗》(王昭君)《嘎达梅林》等,侧重于历史方面,近现代情景剧目较少,剧中虽然多以草原元素为背景,但

展现出的内蒙古形象比较笼统、单一。

未能全面整合各种传播媒介。现如今,除了传统大众媒体,还有其他新兴传播方式,如手机媒体、车载电视等。而内蒙古形象的对外传播没有及时、合理地对各种媒介进行调整,尤其是关注度、翻阅率非常高的手机媒体,导致内蒙古形象传播的有效到达率较低。相比而言,内蒙古形象传播在整合媒介方面不论是在性质上还是在数量上,都与经济发达、文化技术比较先进的省区有较大差距。很多宣传传播活动属于蜻蜓点水式的,没有确保信息的有效到达。

## 对外形象宣传应对策略

今年是自治区成立70周年,我们应该以大庆为契机,争取对外宣传工作取得新突破。应提前做好谋划、顶层设计,组织系列大型宣传活动,多制造新闻点,整体展现和塑造自治区良好形象,大力宣传团结和谐、与时俱进的内蒙古形象。

继续加大内蒙古形象的宣传力度。美丽的自然风光和独特的地理位置,为内蒙古赢得了区内公众的认同与好评。但在传统与现代、重点与全面宣传的把握上,应处理好结构和尺度关系。草原文化、民族文化是一张世界名片,我区的羊绒、乳制品、肉食品等是名牌产品,也是内蒙古特色,对外宣传中必须坚持。同时,内蒙古东林西铁、南农北牧、羊煤土气,同样是内蒙古的优势,也应该大力宣传。另外,内蒙古近年高速发展的经济和日新月异的城市建设、和谐安定的社会环境、守望相助的民族关系、人民安居乐业的幸福生活,更应该是讲好内蒙古故事的重点。

创新传播手段。把人际传播和大众传播有机结合起来,产生较好地综合性整体效果,即所谓的立体传播网络,以便能够全方位、立体化地展现内蒙古形象,使人们对我们的形象有全面、客观的认识。充分运用正在蓬勃发展的新媒体技术,如网络媒体、手机媒体、数字电视、IPTV、车载电视等,尤其是要大力增加微视频的投放力度,提高新闻覆盖面和到达率,以增强宣传效果。

合理利用其他媒介。提升自身对外形象的深度和广度,广告、影视剧等媒介作用不容忽视。在广告画面、广告文字中所出现的有关内蒙古元素,如建筑、环境、民俗等,都在无形中塑造和影响着内蒙古的对外形象,甚至连区内品牌(产品)的一些商业推广活动都是对内蒙古形象的宣传。影视剧作为一种有效的形象传播媒介,应受到充分重视。电影《狼图腾》的上映,不仅为乌拉盖地区带来了爆发式的旅游人群和收入,也为锡林郭勒盟赢得了一片赞誉。地域辽阔的内蒙古高原除了草原,还有高山、森林、沙漠、戈壁、湖泊、度假胜地以及现代化城市,如能生产更多以这些元素为背景的影视剧,内蒙古形象将会变得更加丰满饱满。借助国家一带一路战略,口岸外宣也应跟上。可通过播放电视宣传片等多种形式,阐述国家和我区的开放政策,也是讲好内蒙古故事、提升内蒙古形象的重要手段。

加强生态环境保护宣传。我区经过多年努力,生态环境已实现整体遏制,局部好转的重大转变,在国家投入170多亿元资金支持下,实施了退耕还牧、还林、还草,京津冀风沙源治理,三北天然林、防护林治理等重点生态建设与保护工程,取得了良好效果,为华北乃至全国生态环境安全作出了重要贡献。对于这些成就应持续正面报道,把内蒙古打造祖国北疆亮丽风景线绿色理念和伟大实践宣传出去。

# 创新文化符号 促进文化产业发展

□孟荣涛

文化符号是一个民族、国家在历史发展过程中逐渐形成的,在萌芽、形成、发展、积淀中不断丰富,最终成为包含某种特定文化内涵和意义的象征形式。2015年7月1日,经过内蒙古社会科学院专家课题组调研,自治区政府公布了内蒙古十大文化符号,分别是: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。十大文化符号一定程度上涵盖了内蒙古文化特征,体现了内蒙古的文化价值,树立了内蒙古的文化形象。

文化产业是按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列经济活动。文化产业以创意为核心,科技为载体,以工业化的生产标准来满足人类的精神需求。文化产业与创意产业在某程度上是内容和外延等同的概念,文化产业的首要重点内容都是文化,文化符号是又一重要前提和核心。在此,人的智慧、灵感、创意成为一切的源头,把文化转化为文化产业的过程,始终离不开文化符号。创新发展文化产品,文化产业这个发展阶段,或者说这是必经之路。这不仅需要我们挖掘文化符号的丰富内涵,还应依托各类文化符号资源的创意开发、创新利用,把文化符号有效地转化为文化产业。

## 整合各界力量 扩大文化符号的精神影响力

积极调动、有效整合社会各界的力量,深入挖掘内蒙古十大文化符号的深刻内涵和价值意义,以编写普及类教材、举办讲坛等形式,

在中小校园进行一定的基础性传播,支持科研院所、各大高校开展内蒙古文化符号的学理性研究,并与草原文化研究相融合,在国内外学术界形成一定的学术氛围,激励以文化符号、民族文化为要素产品的商业策划和创意开发,在商业领域产生一定的品牌影响,进一步延伸、探索文化符号的时代价值和现实意义,建构内蒙古文化符号广泛的精神影响力。

## 弘扬文化符号 助推地区形象传播渗透力

内蒙古十大文化符号 囊括内容丰富。其中,内蒙古大草原不仅仅是人们赖以生存的自然地理资源,也是草原文化的发祥地。提及内蒙古,人们情不自禁联想到的就是辽阔无际的大草原、悠扬的马头琴声、热闹的那达慕盛会、炊烟袅袅的蒙古包、受人敬仰的成吉思汗、可敬的草原英雄小姐妹、标志性的民族文字、神韵飘动的宝座敖包、飞驰的骏马、中华第一龙 红山玉龙。每一项文化符号,都是支撑内蒙古形象的核心元素。应加大宣传力度,形成传播体系,促使文化符号成为弘扬传播内蒙古形象的重要窗口。

## 形成产业链条 增强新型文化产业创造力

依托内蒙古十大文化符号资源,打造具有草原本土文化特色的主题公园,从衣食住行、民风民俗、文艺表演等方面,多维立体地来弘扬草原文化,崇尚自然、践行开放、恪守信义的核心理念。人与自然和谐共生、多元文化包容互动、尊崇恪守诚信,于今都是宝贵的精神理念。我们应该根据区情以及人们的文化消费心理和需求,

创造性转化和创新性发展文化符号元素,予以文化符号内在动力,建造草原文化主题公园,培育、激励创新型文化产品,形成文化产业链条。

## 挖掘附加价值 有效提升文化产品竞争力

新型市场经济环境下,深入挖掘文化符号的附加价值,能够带来新的精神影响和经济效益。某种意义上,文化产品的符号价值决定了文化产业的发达程度,即某一国家或地区文化产品的符号价值越高,则其文化产业越发达,反之亦然。因此,根据现代社会的消费趋势和文化消费的心理特征和主流特点,挖掘、突显文化符号的附加价值,全面提升文化产品和文化产业的市场竞争力。

## 丰富产品种类 焕发民俗文化旅游生命力

提炼内蒙古文化符号和民族文化的核心、精髓,将核心内容融入民俗文化旅游产业中,创造性开发民俗旅游纪念品。解决旅游纪念品种类少、价格高等问题,并充分考虑实用性因素,巧妙融入民族特色,让体现内蒙古文化符号、极具内蒙古特色的旅游文化产品走进百姓生活。针对不同消费人群的需求,设计不同种类、不同档次、不同价位的旅游纪念品,把内蒙古文化符号、民族特色、文化风格充分体现出来,不断丰富旅游文化产品的种类和内容,形成文化符号与旅游产业和谐共存的发展模式,焕发民俗文化旅游更强的生命力。

(作者系内蒙古社会科学院民族研究所副研究员)

## 杂谈

# 讲真话 是共产党人的优秀品质

□张才毕

讲真话,是严肃党内政治生活的应有之义,也是我们共产党人应有的政治品格。十八届六中全会指出,党的各级组织和全体党员必须对党忠诚老实、光明磊落,说老实话、办老实事、做老实人,如实向党反映和报告情况,反对搞两面派、做两面人,反对弄虚作假、虚报浮夸,反对隐瞒实情、报喜不报忧。明确要求领导干部和领导干部不准以任何理由和名义纵容、唆使、暗示或强迫下级说假话。这是《准则》在严明党的政治纪律中列出的负面清单,我们共产党人必须牢记《准则》要求,将其作为政治纪律和政治规矩来遵循。

讲真话是我们党的优良传统和作风,也是我们党的一贯要求。我们党历来高度重视和鼓励讲真话,说老实话,说心里话。早在党的七大上,毛泽东所作的口头政治报告最后一段,就是《讲真话,不偷、不装、不吹》。这篇讲话,今天读来仍掷地有声,令人深思。毛泽东说:什么叫不偷?我曾看到这样的事情,人家写的整本小册子,给调换几个名词,就是自己写的,把自己的名字安上就出版了。这个问题历来就有的,叫做抄袭。这个事情不好,这是不诚实。什么是不装?就是知之知之,不知为不知。懂得就懂得,不懂得就不懂得。懂得一寸,就懂得一寸,不许多了。偷是社会现象,装也是社会现象。我们党内不允许装。还有一个是不要吹,凡事报实数,实报实销。我们的情报要真实,不要扯谎。毛泽东还指出,偷、装、吹,实质是党的作风问题,危害不小,必须引起警惕。在和平建设、改革开放时期,邓小平明确提出,要敢讲真话,反对说假话,不务虚名,多做实事。习近平总书记提出三严三实,其中一条就是做老实人,要求党员干部重实际、说实话、办实事、求实效,反对弄虚作假、虚报浮夸。我们党的领袖的重要论述,都是在特定的历史阶段,针对防止弄虚作假、形式主义等不正之风提出的,这是我们党的政治规矩。我们必须从政治的高度,深刻认识讲真话对党的作风建设的重要性,认清讲假话给党的事业带来的危害,对党忠诚老实、光明磊落,做一个坚持原则、敢讲真话的共产党员。

严肃党内政治生活要从讲真话开始,让讲真话成为习惯和常态。在党内政治生活中,我们党的领导干部和广大党员绝大多数是忠诚的,是敢于讲真话的。党领导广大人民革命、建设和改革的实践也充分证明,如果没有绝大多数共产党人的忠诚老实、光明磊落,就不可能有革命成功和今天的发展成就。但是,不知从什么时候起,在有的地方或部门听到真话变得很困难。究其原因,主要是在于受各种思潮侵蚀、受不良风气影响,一些人对党组织变得不忠诚老实,不守规矩了。从落马贪官的教训看,腐败分子的一个共同特点,就是对党不老实、讲假话。比如,有的政治野心膨胀,拉帮结派、结党营私,搞小山头、小圈子,有的搞台上的一套、台下一套,表面上十分光鲜,私下里极其龌龊,有的个人有关事项不向组织报告,处理过程背离组织要求,有的工作弄虚作假,热衷于面子工程、形象工程,只报喜不报忧,以假政绩骗取荣誉,等等。这些言行严重损害了党的事业,也害了他们自己。讲真话是严肃党内政治生活的基本要求。我们一定要始终保持清醒,知晓利害,遵循党章要求,自觉践行三严三实,认真对照自己的言行,彻底查找自身的问题,真正向党敞开心扉,对党说真话,向党报实情,做对党忠诚老实的人。尤其要充分发扬党内政治生活这个大熔炉的作用,在开展批评与自我批评中坚持实事求是,讲党性不讲私情、讲原则不讲关系、讲真理不讲面子,严肃认真提意见,满腔热情帮同志,决不能把自我批评变成自我表扬,把相互批评变成相互吹捧。

提倡讲真话是党内的政治共识,必须大力营造讲真话的氛围。当前,我们党正领导人民全力推进五位一体总体布局、协调推进四个全面战略布局,我们必须认真贯彻实事求是的思想路线,鼓励和提倡讲真话,唯有这样才能更好地凝聚党心、赢得民心。在新的历史条件下,讲真话、报实情往往是改革的先声、破题的先导,我们必须大力营造讲真话的良好氛围。首先,领导干部要以率先下讲真话,敢于坚持党性原则,忠诚党的事业,祛除私心杂念,避免功利心态,自觉做到报实数、讲实情、说真话,防止讲那些所谓正确的废话、漂亮的空话、严谨的套话,不夸夸其谈,不脱离实际。其次,领导干部要真心实意听真话,切实防虚、防假、防装。讲真话与听真话是紧密联系、相互作用的。周恩来曾说:要大家讲真话,首先领导喜欢听真话、讲真话,群众才敢讲真话。其实,有的人所以讲假话,是因为有人喜欢听假话,甚至有人怕听真话。讲真话的指挥棒,在上不在下,只有领导干部乐闻逆耳忠言,闻过则喜,闻颂则忧,才能真正听到真话。再次,要降低讲真话的风险。广大党员通过提高党性修养来讲真话,这是应该的,也是必须的。但是,仅靠这一点还不够。要认真贯彻《准则》要求,保证讲真话的制度安排和民主作风落到实处,做到不会因为讲了真话而被穿小鞋和坐冷板凳,更不会被打击报复。讲真话需要安全环境,只有降低讲真话的风险,才能真正打开讲真话的龙头活水。(转载自求是网)



北疆理论风景线 微信二维码



北疆理论风景线 微信二维码