

数字化时代蒙古族那达慕文化的传承传播路径研究

贺一然^{1,*}, 任道安²

¹ 北京外国语大学国际新闻与传播学院, 北京, 中国

² 北京航空航天大学人文与社会科学高等研究院, 北京, 中国

*通讯作者

【摘要】蒙古族那达慕蕴含深厚民族历史内涵,是数字化时代研究传统民俗现代化发展的典型样本。文章梳理那达慕长期演进脉络,剖析其持续发展的动力机制,并立足数字化环境,辩证分析数字媒介赋能文化传播的优势与现实困境。研究发现数字化能够打破时空壁垒,拓宽民族文化受众范围,但也对文化原生形态构成潜在冲击。基于此,研究提出依托新媒体拓展传播渠道、深耕民族文化教育、运用数字技术活化文化资源等实践路径。数字化手段可为民族文化永续发展提供支撑,多方协同施策才能守住文化特质,该研究亦可为同类少数民族文化传承实践提供参照。

【关键词】数字化时代; 民族文化; 那达慕; 传承; 传播路径

1. 引言

纵观中国发展历程,中华民族的形成发展史,本质上是国内各个民族不断交流融合、凝聚一体的历史。中华民族拥有多样的文化基底,各民族文化持续相互借鉴、有机融合,最终孕育出包容开放、兼收并蓄的中华文化。各少数民族特色文化依托专属的历史脉络与地域条件逐步形成,族群文化的延续与发展同样根植于对应的地域文化场域。伴随城镇化进程持续深化,少数民族文化赖以存续的文化场域不断遭到挤压,原有文化空间逐步趋于同质化,并持续向适配主流文化的形态转变[1]。与此同时,受消费主义思潮浸染,植根于传统沃土的少数民族本土文化逐渐脱离原生生存场景,在消费文化氛围中落入“现代化困境”。在外来文化持续冲击与市场经济运行逻辑的共同作用下,怎样推动少数民族传统文脉实现良性赓续与当代传播,已经成为现阶段需要重点破解的现实难题。

蒙古族是我国北方极具影响力的少数民族,族群规模可观,文明传承源远流长,历史上还曾建立统一政权入主中原。在族群持续发展、与汉族不断交往交融的进程中,蒙古族积累起丰厚的文化资源,逐步构建起独有的价值理念,确立了自身独特的民族定位。那达慕是蒙古族标志性节庆仪式,承载鲜明民族特质,集中彰显蒙古族文化内核,是凝练程度极高的蒙古族文化象征。步入现代媒介快速迭代的阶段,少数民族传统文化赖以存续的外部环境出现明显转变,原有民族文化体系面临严峻挑战。

这一冲击兼具双重属性:新兴高速媒介渠道能够拓宽民族文化的对外展示渠道,有助于扩大民族文化辐射范围,提升文化传播效能,具备积极价值;但与此同时,碎片化、快餐式的传播模式大幅压缩文化内容的思想深度,大多只停留在外在形式呈现,难以传递民族文化深层内核。长此以往,民族文化内在精神特质与核心价值难以接续传承,最终可能遭到现代文明同化。

少数民族文化是非物质文化遗产的重要组成部分,蕴藏着各民族繁衍发展的文化基因。站在民族国家发展视角,守护少数民族文化是树立文化自觉、坚定文化自信的内在要求,对维系中华文化多元格局具备深远价值。身处全球化发展阶段,各类民族文化发生演变、传统文明迎来转型已是大势所趋,少数民族文化普遍遭遇现代化转型挑战。那达慕作为少数民族极具典型性的民俗活动,既承载一个族群的集体记忆,又能够凝聚民众的文化归属感,为促进民族交往团结、构筑中华民族共同体发挥关键作用。文章选取蒙古族那达慕作为研究对象,梳理这项民俗活动的历史演变轨迹,明晰其传承演进的内在动因;依托文化空间理论,结合媒介社会现实背景,探究数字化环境下那达慕传承与传播的可行方式,归纳民族文化传播的实践路径,为同类民族文化的延续与推广提供创新性思路。

中华人民共和国成立以后,这项延续千年的传统节庆正式由“乃日”定名“那达慕”。依据民间口头传承的说法,更名的核心缘由在

于旧时代集会带有鲜明阶级属性。清代虽定期组织盛会,规模大小不一,但活动往往成为封建王公、上层权贵比拼势力、寻欢消遣的场合,普通贫苦牧民很难真正参与其中,难以感受节庆带来的欢愉。为回归民俗活动原本的价值追求,同时区分新旧时代的集会形态,相关方确定启用全新名称“那达慕”。不过这一说法缺乏直接史料佐证,相关源流暂时难以确切考证。

新中国成立之后,传统那达慕打破以往依托氏族、部落筹办的边界,大多按照地域与行政区域统筹举办。活动除保留赛马、摔跤、射箭三项经典竞技之外,陆续增设赛骆驼、马术表演、马球、投布鲁、踢乌兰红、下沙塔拉、鹿棋、布木格等特色游艺项目。伴随国内经济、文化持续发展,那达慕大会进一步纳入文艺汇演、商贸交流等板块,覆盖体育竞技、文艺展演、商业贸易、文旅休闲多个领域。活动既传承并且充实草原盛会“竞技、欢聚、游乐”的文化内核,也提升活动观赏性、群众参与度与社会影响力,充分彰显内蒙古独有的民族风情与当代时代特征[2]。

2.那达慕传承发展的动力机制

结合前文对那达慕历史演进脉络的梳理能够看出,作为蒙古族独有的传统民俗事项,那达慕持续演化的内在动因,既源自不同历史阶段族群生产劳作、精神信仰、军事行动与社会治理的现实需要,同时也是草原民众精神寄托与情感表达的内在追求。那达慕借助富含象征意义与隐喻色彩的表现形式,承载着蒙古族族群历史记忆与精神愿景,延续世代草原居民对于传统生产生活的认知,不断巩固并深化族群身份认同。

2.1 那达慕产生的生产根基

各类文化形态诞生的本源,均根植于人类生存延续的现实诉求。那达慕孕育于游牧文明体系之中,是依托游牧文化形成、演变并传承至今的古老民俗形式,游牧文明构成其存续发展的核心根基与原生动力。蒙古族世代逐水草迁徙、常年与鞍马相伴,为适应草原独特的自然条件,满足日常生产所需,逐步创造、改良并丰富了以“男儿三艺”为核心内容的那达慕活动。男儿三艺以及各地后续衍生出的特色竞技项目,最初均脱胎于日常生产实践,之后逐步兼具军事训练功能与休闲娱乐属性。草原游牧模式下的自然条件与社会人文环境,持续推动这项民俗不断向前发展。

草原是蒙古族繁衍生息的依托空间。受草

原生态承载力限制,游牧经济天然具备流动性特征,早期游牧生产往往与原始狩猎活动相伴相生。放牧与狩猎共同构成古代蒙古族最核心的生产模式。在生产水平较为低下的原始发展阶段,驯服牲畜、猎取野兽、防范各类风险,都要求民众拥有健壮身体、灵活搏击能力与敢于抗争的品质,这也是蒙古族摔跤文化蕴含的精神内核。人类驯化马匹,是蒙古族生产能力提升进程里重要的转折点。马匹的普及拓宽牧业活动边界,提升狩猎行动效率,显著增强蒙古民众在广袤草原迁徙、应对恶劣自然环境的生存能力。弓箭的运用进一步强化人们改造自然、适应环境的能力,这一工具最初服务于狩猎活动,而后持续运用在军政事务当中,演变为草原民众生活里不可缺少的重要工具。

综上所述,蒙古族游牧型生产生活模式,构成那达慕得以诞生的底层根基,同时推动原本服务于生产实践的实用技能逐步转型为民俗游艺。当摔跤、赛马、射箭这类实用技能的训练与展示,慢慢脱离生产劳作、军事备战等实用目标,转变为竞技娱乐活动时,文化传承的过程也随之发生。也就是说,在这一转型历程里,民众看待那达慕的视角不再局限于生产手段、军事训练或是文娱赛事,而是上升为对自身传统生存方式的理解与价值认同。那达慕竞技比拼中体现出的对抗能力、持久耐力与实战技巧,映射出游牧环境下的生存挑战与生产要求;而身处该生存环境之中,蒙古族民众产生的精神层面非实用性需求,成为那达慕最终演变为民俗游艺活动关键的文化助推力量[3]。

2.2 那达慕发展的信仰机制

那达慕是蒙古族开展群体性文娱集会的核心载体,自诞生之初便和本民族信仰体系深度交织。传统形态下的那达慕盛会,常常配套敖包祭祀仪式共同开展。在与敖包祭祀不断融合的进程中,那达慕逐步褪去直接服务生产的实用属性,转变为民族文化体系重要组成部分;原本赖以生存的实操技能,升华为民众依托信仰开展精神抒发的途径,活动属性也由实用功能慢慢转向展演与休闲功能。

有学者提出,敖包祭祀兼具敬奉神灵与民众自我愉悦的双重特质,这项仪式广泛流行于古代北方诸多游牧族群之中[4]。敖包亦被记作鄂博,是蒙古族及周边同源族群自然崇拜孕育的文化符号,相关信仰渊源“能够追溯至原始社会阶段”[5]。海西西曾作出论述:“在特定地点堆积而成的土石堆,也就是鄂博,大多修建在山巅、隘口、道路交汇地带。土石堆被

视作地方保护神、土地神灵的供奉场所,受到民众专门的祭拜。……因而在萨满教观念体系之内,鄂博被看作区域各路神灵栖息、汇聚之地。”

学界对于敖包祭祀所奉祀的神灵,尚未形成统一观点。而草原牧民对此有着通俗解读:举办敖包祭祀,意在敬拜山川与自然诸神,这项仪式承载着先民亲近山水、敬畏自然的价值理念。游牧生产高度依托草场资源,而水草丰茂的环境离不开敖包洛斯(敖包龙神)的庇佑;如若缺少龙神带来降水,草木难以繁育,牧民便失去赖以生存的基础。正因如此,民众定期举办祭祀仪式,祈求敖包神灵护佑大地,期盼气候适宜、水草兴旺。从牧民质朴的认知不难发现,敖包信仰伴随游牧生产应运而生,属于游牧文化环境里,崇尚天地山川各类自然神灵的原始崇拜形态。

敖包仪典结束后举办竞技盛会,构成那达慕持续传承极为关键的文化动力,也是游牧信仰推动这项民俗延续发展的核心力量。早期那达慕首要目标是酬谢、取悦神灵,随着时代演变,活动功能持续拓展,由单一带有神圣色彩的展演形式,过渡为同时实现敬神与民众自娱的竞技休闲活动,不断丰富自身文化意蕴,发展脉络和古希腊奥林匹克运动会存在相似之处。那达慕承载相近职能,参与者通过力量与技艺的比拼抒发对自然神灵的崇敬,期盼构建人与神灵之间的精神互通,祈求诸神庇护族群安稳顺遂。敖包信仰赋予那达慕存续发展源源不断的内在动力,支撑这项民俗实现活态传承。根植于大众精神世界的民间信仰拥有强大韧性,为民俗长久延续提供坚实保障[6]。

2.3 那达慕符号化的精神审美

萌芽于日常生产活动、历经漫长岁月持续发展完善的“男儿三艺”,承载着先民对于勇武气魄与原生力量的推崇与赞颂,呈现出质朴奔放的原始审美形态。各类竞技项目围绕力量、胆识、技巧与智慧展开较量,是人类挑战自然、超越对手的直观展现。以“男儿三艺”为核心载体的那达慕能够跨越世代持续活态传承,深层动因根植于蒙古族绵延不绝的英雄情结。这一精神取向早已浸润族群大众的内心,沉淀为代代延续的文化基因,渗透于民众日常生活与精神信仰体系之中,并在持续和其他族群交往交融的进程里,逐步固化为辨识度鲜明的蒙古族文化符号。

北方独特的自然环境与游牧生存模式,塑造出蒙古民众坚韧果敢、豪迈不羁、向往自由

的精神特质。在依托自然生存的时代,体魄与力量拥有极高价值,无论日常畜牧劳作还是部族之间的战事博弈,力量强弱往往左右最终走向。蒙古族各类民间文学作品之中,随处可见对人体力量、骏马坐骑、弓弩箭矢的赞美。“崇尚勇武力量、推崇雄奇事物,是蒙古自征战岁月逐步形成的审美评判标准。在这种自然观与社会观念共同作用下,经过长期社会实践积淀,造就出整个民族推崇健力、勇武刚强的性格特质与心理结构”[7]。这类长久延续的心理传统如同无形纽带,在草原大地孕育一代代英雄人物,淬炼出不惧险阻、奋勇抗争的民族品格。学界普遍认为,蒙古族传统文化内核集中体现为英雄精神、自由精神、务实精神与开拓精神。四种精神构成民族文化演进的思想根基,既是文明持续发展的内在驱动力,也是指引族群不断前行的价值遵循[8]。

这类精神审美深深植根于广袤草原地域环境,并不局限于单一族群内部。凡是长期生活在这片土地上的民众,无论是否拥有蒙古族血脉,都将潜移默化受到该精神传统熏陶,主动接续传承其中的精神内核。此种文化延续体现在人际交往模式、处事理念、后代教化等诸多层面,成为蒙古族文化抵御外来同化至关重要的内在条件。它将族群文化认同凝练为具象文化符号,并且与地域生态文化紧密相融,彰显出突出的包容性与综合性,这也是那达慕得以长久传承、延续至今最为核心的关键要素。

3.数字化时代下那达慕发展现状及原因

正如前文所说,那达慕产生及发展的最主要动力来自于现实需要和精神信仰,但是这两部分动力的存在都源自于人们对于自然的高度依赖,这在生产力不那么发达的年代都可以维持下去。但改革开放以来,尤其是进入21世纪,我国进入了一个现代化社会,生产力水平迅速提高,人们的娱乐方式也极大丰富,民族文化的传承面临非常大的危机。

3.1 蒙古族文化的传承危机

随着城市化进程的不断加快,人们的生活逐渐趋同,各民族之间的高度融合进而导致了少数民族文化的淡出甚至消失,蒙古族“汉化”可以说已经到了极为严重的程度。蒙古族的“汉化”可谓是由来已久。第一次大规模汉化的元朝建都开始,为巩固统治,官方便开始大规模主导蒙古族的汉化,学汉制、改汉姓、说汉文。不过这种主动汉化还是比较有分寸的,其核心文化依旧得到了完整的保留,甚至使蒙古族文化的传播范围更广。第二次大规模汉化

源于人口迁移,从明末到民国时期的四百多年里,大批山西、陕西等地的人口迁移到内蒙古中部地区,这边是历史上五次规模最大的人口迁移活动之一——走西口。中原的汉族和内蒙古的蒙古族大量通婚,自然也使得蒙古族文化进一步稀释和断层。第三次大规模汉化的则完全在潜移默化之中。新中国成立后各族人民实现了大团结,内蒙古由于紧临北京这样一个汉文化中心,自然会受到更多文化上的熏陶。加之内蒙古地区虽为高原,但海拔不高且一片平坦,交通极为便利,因此与中原汉文化中心的交流自然十分频繁,蒙古族文化几乎完全失去了赖以生存的现实空间,因此蒙古族自古以来的民族文化自然也面临着很大的消亡风险。

就体现一个民族文化精髓的语言文字来说,经统计在近630万蒙古族人口中,可能只有270万人会说蒙语,远远不足二分之一。由于蒙语文字书写极为复杂,只会说不会写的现象相当普遍,虽然没有统计数据,但情况绝对不容乐观,无法书写就在很大程度上限制了文化的传承。因此联合国教科文组织于2019年为蒙古语下了病危通知书,这是继满语之后联合国教科文组织所下的第二封人口超百万少数民族的语言病危通知书。通知书显示,内蒙古首府呼和浩特本地蒙古族已经失去母语近百年,内蒙古中部几乎都已经失去母语,硕果仅存的尚还在使用蒙古语的地区集中在东北部和西北部,但那里的人口总数本来就不多,之所以保留主要还是因为当地草原广阔,依旧还有牧民的存在。

3.2 数字化时代那达慕发展现状

蒙古族文化整体的式微自然也波及到了那达慕。除了锡林郭勒、呼伦贝尔这种有广阔草原加持的地区之外,其他汉化比较严重的地区每年的那达慕甚至一度停办,或者简化到极为简单,没有赛马、没有射箭、没有摔跤,只有一些庸俗的歌舞表演、流动且简易的游玩设施和摊贩,可以说完全没有传统那达慕的一点影子(笔者亲自调查所得)。

这样的情况在近几年有了非常大的改观,随着互联网的高度普及和国家地区对当地特色文旅产业的重视,那达慕作为蒙古族最为闪亮的文化符号重新生龙活虎了起来。微博、抖音、视频号等新兴宣传媒体和平台为民族文化的传播提供了一个绝佳的渠道和平台。2023年,内蒙古自治区第33届旅游那达慕开幕,“那达慕”突然爆火,各大官方媒体比如央视新闻,新闻联播等等都开始在微博、视频号之

类的官方账号去宣传那达慕,而且还邀请到了央视当红主持人尼格买提到现场做宣传,在网咯社交媒体获得了上亿浏览量。

最能体现出数字化媒体强大传播能力的一个细节在于,当时宣传的那达慕是内蒙古自治区第33届旅游那达慕,也就是说在这之前这个那达慕已经举办了32届了,一直不温不火,甚至连很多内蒙古本地人都从来没有听说过。此次那达慕爆火是如何造成的不得而知,其中当然有官方在背后推动,不过那达慕本身的魅力一定是最重要的因素。那达慕也是接住了这波流量,成功火了起来,并且在24年的第34届旅游那达慕中取得了傲人的战绩。截止到7.13日,“第34届草原那达慕”跃升携程旅行热点榜全国第一,各地游客对那达慕的期待,通过数据可见一斑,很多人都专门来内蒙古参加那达慕。7月14日至16日,内蒙古第34届草原那达慕锡林浩特市累计接待游客23.09万人次。7月14日,内蒙古自治区第34届草原那达慕开幕式获全网关注,热度攀升,全网总观看量达到500万+。截至8月初,锡林浩特市累计接待全国各地游客46.9万人次,累计带动消费3.13亿元。这些数据可能对比起来并没有那么耀眼,但对于内蒙古来说已经十分不容易了,毕竟还是太远了,而且交通其实也并不方便[9]。

3.3 那达慕重新焕发生机的原因

那达慕近年来热度持续高涨的主要原因可以从文化空间的角度来探讨。1998年,联合国教科文组织颁布的《宣布人类口头和非物质文化遗产代表作条例》中,明确将人类口头和非物质文化遗产划分为两大类,一是各种“民间传统文化表现形式”,包括语言、文学、音乐、舞蹈、游戏、神话、礼仪、习惯、手工艺、建筑术及其他艺术、传统形式的传播和信息等民间传统文化表现形式,二是文化空间。在该条例中,“文化空间”被指定为非物质文化遗产的重要形态。城市空间理论认为,城市空间是物质空间、精神空间和社会空间的统一体,它不仅是物理的场所,也是文化意义和社会关系的载体。而那达慕本身就构建了一个多元化的文化空间,将蒙古族特有的物质空间、精神空间和社会空间实现了完整的统一。

那达慕存在物质空间的吸引力,其提供了一个独特的物质空间,即草原。草原的自然风光和独特的地理环境为那达慕提供了一个与众不同的背景,而短视频中也大量呈现了蓝天草原的自然风光,牛羊成群,骏马奔驰,星星

点点的蒙古包和敖包等等构成了一种和城市的高楼大厦极具差异的物质空间,让人感受到草原的美,蒙古族文化的美,从而心生向往。

那达慕在精神空间引发各族人民的共鸣。那达慕不仅仅是一系列体育竞技活动,它还承载着蒙古族人民的历史记忆、民族精神和文化价值观。在那达慕的宣传视频中,我们可以看到很多蒙古族符号元素的存在,除了摔跤、射箭、赛马之外,还有一些其他的展现蒙古族独特文化的场景,比如牧民达西拍摄的舌头炖羊肉,还有像“打瑟日”就是徒手敲断牛骨这样很新奇且刺激感官的蒙古族文化符号的呈现,从而构建了一个更加饱满丰富的精神空间,这种精神空间的构建使得那达慕成为了蒙古族人民精神寄托和文化象征,增强了参与者的文化认同感。

那达慕在社会空间中存在互动性。作为一场线下盛会,其社会属性最难能可贵。傣族的泼水节之所以可以成为传播如此之广的一个民族文化符号,就是因为泼水节天然的互动性,让人可以毫无违和感的融入到这样一个文化环境之中,那达慕也是同理,在那达慕期间,不同背景的人们聚集在一起,体验不同的游戏,从人与人的互动中分享快乐,增进友谊。这种社会空间的互动性让参与其中的人更加有归属感,能够体会到深层次的乐趣。

那达慕正是天然便拥有这些属性,构建了一个独具特色的文化空间,才能通过短视频迅速出圈,吸引到更多的人。同时这个文化空间还极具包容性和可塑性,如今的那达慕已然不仅仅是传统的祭祀和体育竞技,而是在保留传统形式的基础上,拓展了“广度”,丰富了内涵。通过“旅游+体育”“旅游+音乐”“旅游+非遗”等多种创新模式,集合了节目表演、游客互动、美食品鉴、非遗展示等丰富的游玩内容,提高了游客的参与度,激活了文旅消费市场。同时在如今全球化的背景下,那达慕与旅游业结合,形成了“旅游那达慕”“冰雪那达慕”和“国际那达慕”,这不仅展示了蒙古族传统文化,还与时俱进,成为带动地区社会经济、商业贸易、文化交流等多方面发展的综合型盛会,成为了一带一路沿线“推进和实现区域各国之间文化包容、政治互信、经济融合的利益共同体、责任共同体和命运共同体的重要桥梁”。

4.数字化时代下那达慕发展的挑战

数字化时代为民族文化的传承和传播带来了新的机遇,自然也面临着新的挑战。用短

视频来对那达慕进行传播固然起到了立竿见影的效果,但有一些问题还是值得审视。

4.1 视频剪接与文化内蕴的流失

短视频因为受到时间的限制,要求对所拍摄的视频进行剪辑,需要将最精彩的一部分上传到短视频平台上,从而获得点击率。因此这种以流量为导向的剪辑往往会造成一些精彩片段的重复出现,同时破坏了那达慕的完整性,导致其中所蕴含的更重要的民族精神价值流失,民族文化内蕴没有得到有效传播。

4.2 符号表达与文化生态的误读

“那达慕”反映了蒙古族民族精神和社会生活的象征,而媒介化的短视频中,因为时长、流量、热度等的影响,必然选择符号化的表达方式,表达的只是文化的简单化、概念化、抽象化的信息,而不会关注文化的整体生态,使符号表达造成对文化生态的误读。比如在传播摔跤的短视频中往往只会呈现摔跤手激烈搏斗的画面,或者是成群结队的鹰舞的画面,观众看到后可能会蒙古族产生刻板印象,认为蒙古族是特别崇尚武力且野蛮的,但事实上大多数蒙古族人都是爱好和平,热情慷慨的。这种片面化的符号表达在传播过程中很可能对文化造成类似的反面效果,使得“那达慕”文化变得狭义,忽视了文化中其他美好的精神品质。

4.3 商业逻辑与文化消费的功利

“那达慕”是一种自发的社区文化逻辑,在其原生环境中并不具备商业性,然而在商业逻辑的推动下,“那达慕”文化逐渐变成了商品,在媒介化的短视频传播下,一些博主拍摄“那达慕”的初衷从最初的传播民族文化转变为依靠“那达慕”来进行盈利,偏离传播最初的目的。这种现象不仅仅存在于个人,就连官方发布的“那达慕”视频所呈现的也更多是期望通过“那达慕”来带动当地旅游业的发展,从而带动经济发展,这本无可厚非,但官方如果也只是追求商业逻辑而忽略民族文化内涵的传播,这种导向的引导显然是有问题的[9]。

4.4 算法推送与文化产品的短缺

当前短视频平台一般都采用精准投放算法,根据用户的喜好来投放视频,从而形成了“信息茧房”,这在一定程度上抑制了民族文化的传播。同时当前的数字文化产品无论是从数量上还是从种类上还是从质量上都还不足,种类单一,质量参差不齐,因此还远远没有发挥出数字媒介在民族文化传播和传播方面的能力,效果依旧是非常有限的。

5.数字化时代下民族文化传播和传播的路径

在数字化时代背景下,民族文化的传承和传播面临着前所未有的机遇与挑战。结合前文对蒙古族“那达慕”的案例分折,本部分试图通过结合敦煌文化的数字化保护和传播案例来探讨数字化时代下民族文化和传播的可行路径,以期为民族文化的传承和传播提供新的思路和方法。

5.1 利用数字化技术保护和活化民族文化资源

短视频载体存在天然时长约束,创作者需要对拍摄素材进行取舍剪辑,优先挑选视觉冲击力较强的片段上传平台,以此博取更高浏览数据。在流量逻辑主导下进行素材取舍,容易造成同类高光画面反复出现,割裂那达慕仪式完整叙事链条,致使赛事背后承载的民族精神价值不断流失,难以实现深层民族文化意蕴的有效传递。

5.2 加强新媒体平台的文化传播作用

那达慕是承载蒙古族社会风貌与族群精神的文化象征。进入短视频媒介场景后,受时长局限、流量竞争、传播热度等多重因素制约,内容生产普遍倾向采用符号化叙事,仅输出简化、抽象、概念化的表层信息,忽视文化赖以存续的整体生态,依托碎片化符号进行传播极易引发外界对原生文化环境的片面解读。例如,有关搏克竞技的短视频常常只截取选手激烈对抗的镜头,或是鹰舞群体展演画面。受众长期接收此类内容,容易形成刻板印象,片面认为蒙古族崇尚武力、性情粗犷。事实上,绝大多数蒙古族民众秉持友善包容、热情好客的特质。这种单一化的符号叙事会产生反向传播效果,不断窄化大众对于那达慕文化的认知边界,遮蔽民俗内含的诸多优良精神品质[10]。

5.3 强化民族文化教育,促进民族和现代融合

原生形态下的那达慕依托社群内生文化秩序运转,并不带有商业属性。但在市场化逻辑持续渗透之下,那达慕相关文化资源逐步走向商品化。借助短视频媒介扩散的过程中,不少自媒体创作者的出发点发生偏移,从传播民族传统文化转向依托该民俗资源获取经济收益,背离文化传播的初衷。这一现象不只存在于个体创作者层面,官方机构发布的相关影像内容,很多时候也侧重于借助那达慕品牌拉动区域文旅产业、助推地方经济增长。依托民俗活动带动文旅发展本身具备合理价值,但倘若官方传播同样单纯遵从商业导向,疏于对民族文化内核进行阐释引导,便会形成存在偏差的示范效应。

5.4 构建多元化的文化传播体系

在数字化时代,文化传播的渠道和方式日益多元化。构建一个多元化的文化传播体系,可以更好地适应不同群体的需求,提高文化传播的效率和效果。敦煌博物院通过建立网站、开发 APP、举办线上线下活动等多种方式,构建了一个全方位的文化传播体系。对“那达慕”等民族文化活动,也可以借鉴这一模式,建立民族文化官方网站和数据库,提供丰富的文化资源和信息,方便公众查询和学习。开发民族文化相关的 APP、小程序等,提供便捷的文化传播渠道,提供活动信息、文化知识、互动交流等功能。同时采取多种形式,诸如动漫、戏剧等形式来对民族文化进行创造性转化和传播,而不是单一的局限在短视频平台上。此外也可以充分利用民族文化衍生出一些文化 IP,通过品牌联名、文创等方式实现民族文化的商业化运营。通过举办线上线下相结合的文化传播活动,如“那达慕”文化节线上线下同步直播,敦煌文化展览线上线下联动等,扩大文化传播的范围和影响力。

5.5 创新双向互动的传播模式

敦煌文化借助打造双向交互的创新传播范式,搭建多元传播通路,持续提升跨文化传播效能。正所谓植根民族本土的文化,同样具备面向全球传播的价值。如同那达慕在“一带一路”国际交流合作进程中释放出的正向影响力,推广少数民族文化应当充分发掘社交网络平台的传播潜力,主动布局海外社交媒介阵地,不断完善海外传播布局。依托短视频、实时直播等丰富表现形式,发挥这类媒介互动性突出、信息流转迅速、受众覆盖面广阔的独特优势,持续改善跨文化传播质量。除此之外,需要常态化梳理海外受众对于传播内容的评价与反馈信息,动态调整传播策略,以此实现更为理想的对外传播成效[11]。

参考文献

- [1] 王江成.铸牢中华民族共同体意识的“认同价值”分析[J/OL].思想战线, 1-10[2026-07-29].
- [2] 杨爱华,杜先钦,郭红娟,等.蒙古族“那达慕”的传承与发展[J].西华大学学报(哲学社会科学版), 2014, 33(4): 1-4+9.
- [3] 张曙光.蒙古族那达慕传承发展的动力机制研究[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2008, (3): 36-40.
- [4] 赵永铨,巴图.那达慕文化的由来与流传[J].内蒙古社会科学, 1998, (5): 71-76.

- [5] 波·少布.嫩江流域蒙古敖包考述[J].黑龙江民族丛刊, 1990, (4): 71-73.
- [6] 林国平.关于中国民间信仰研究的几个问题[J].民俗研究, 2007, (1): 5-15.
- [7] 赵永铄.那达慕祝词赞词的审美特征[J].内蒙古社会科学(汉文版), 2000, (1): 79-83.
- [8] 乌云巴图, 葛根高娃.论蒙古族传统文化的基本精神[J].内蒙古社会科学(文史哲版), 1997, (6): 70-76.
- [9] 包容.媒介化的“那达慕”: 基于抖音短视频的研究[D].陕西师范大学, 2022.
- [10] 李艳敏.数字化时代的文化遗产保护: 技术创新与未来趋势[J].通信企业管理, 2025, (3): 48-50.
- [11] 段龙江.我国跨文化传播的困境与优化路径[J].人民论坛, 2021, (14): 98-100.