

文章编号:2095-0365(2017)02-0072-06

大众文化视域下推进社会主义核心价值观 大众化的四维路径

樊瑞科

(石家庄铁道大学 马克思主义学院,河北 石家庄 050043)

摘要:培育和践行社会主义核心价值观是当前我国意识形态建设的一项重要任务。价值观与文化的内在关联提醒我们,核心价值观具有借助文化载体实现大众化的现实可能性。在当代中国文化境遇中,大众文化已然成为体量最大、受众最广、影响最大的新文化类型。推进社会主义核心价值观大众化离不开对大众文化的关切和应用。灵活运用大众语言、文化产业、公益文化、大众传媒等大众文化形式是推进社会主义核心价值观大众化的有效路径。

关键词:大众文化;社会主义核心价值观;实现路径

中图分类号:G641 **文献标识码:**A **DOI:**10.13319/j.cnki.sjztdxbskb.2017.02.14

党的十八大对社会主义核心价值观作出明确概括后,如何培育和践行便成为学界关注的一个重要议题。“在落细、落小、落实上下功夫”应成为推进社会主义核心价值观大众化的基本方法。“在全球化时代,国家意识形态与文化的关系发生了巨大变化,政治和文化并非泾渭分明,二者相互渗透,密不可分。”^[1]价值观与文化的内在关联提醒我们,核心价值观具有借助文化载体实现大众化的现实可能性。在当代中国文化境遇中,大众文化已然成为体量最大、受众最广、影响最大的文化类型。灵活运用大众语言、大众传媒、文化产业、公益文化等大众文化具体形式是推进社会主义核心价值观大众化的有效路径。

一、在运用大众语言中推进社会主义核心价值观大众化

在大众文化理论看来,语言本质上就是系统的表意符号。从接受角度看,社会主义核心价值观只有契合老百姓的话语习惯才能真正实现大众

化。早在新民主主义革命时期,毛泽东就指出:“什么叫大众化呢?就是我们的文艺工作者的思想感情和工农兵大众的思想感情打成一片。而要打成一片,就应当认真学习群众的语言。”^[2]虽然社会主义核心价值观已凝练为24个字,但如果不能将其转化为大众语言,其依然是缺少生活化、通俗化、大众化的形而上表达。因此,如何运用大众语言使社会主义核心价值观走近大众,唤起大众,便成为推进其大众化的一个前提问题。

(一)大力继承和创新红色语言

红色语言,是指形成于我国革命、改造和建设时期,反映社会主义意识形态的词汇、概念、表述等,如战争、革命、敌人、同志、集体主义等,其构成了我国主流意识形态的表意系统,是社会主义核心价值观的文化基因和表达形式。推进社会主义核心价值观大众化,应该重视对红色语言的继承创新和灵活运用。这就要求:一方面,实现红色语言的推陈出新。传统红色语言强调舍身取义的革

收稿日期:2017-03-25

作者简介:樊瑞科(1983-),男,讲师,研究方向:马克思主义中国化。

基金项目:国家社科基金青年项目(16CKS035);河北省社科基金项目(HB15MK052)的阶段性成果

本文信息:樊瑞科.大众文化视域下推进社会主义核心价值观大众化的四维路径[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2017,11(2):72-77.

命精神、舍弃自我的牺牲品质、爱党爱国的集体价值观等,这些革命年代形成的精神品格依然是我们今天必须坚持的价值理念,但应将不合时宜的内容从意识形态话语体系中剔除,将过去人们习以为常的红色语言加以时代解读,例如过去对集体主义价值观多强调的是集体取向,但相对忽视个人价值,但今天所谓的集体主义更应兼顾整体利益和个人利益。另一方面,丰富红色语言的具体载体。语言如果没有所指,是没有具体意义的。因此,应将红色语言与具体实物有机融合,赋予其符号价值和象征意义。例如在红色旅游中,将红色语言依附于纪念馆、博物馆、革命遗址、名人故居等实体,使人们在参观游览中接受社会主义核心价值观的无形熏陶。此外,还可借助文艺表演、媒介传播、纪念活动等形式实现红色语言的社会认同。

(二)高度重视和巧用民间语言

从类型而言,语言大体上分为官方语言和民间语言。显然,24个字的社会主义核心价值观更倾向于官方语言。民间语言是大众日常生活的形象表达,具有口头化色彩浓厚、简约生动朴质,传播速度快、意识性较强等特点,是社会价值观的显性呈现。社会主义核心价值观大众化离不开官方语言和民间语言的相互转化,即由官方的书面语言转化为群众的口头语言,由政治话语转换成艺术话语,由理论语境转变为日常语境,在语言创新中赋予核心价值观以形象美、声音美、生活美。这就要求:一方面,利用通俗易懂的群众语言。推进社会主义核心价值观大众化必须向群众学习,借助百姓耳熟能详、喜闻乐见的语言形式,诸如神话传说、民间故事、格言警句、乡俗俚语等彰显核心价值观的大众本色。另一方面,重视风格迥异的地方语言。地方语言既包括社会方言也包括区域方言。社会主义核心价值观应寻求与地方语言的有机融合,提升其在不同地域社会群体的价值认同。还可借助少数民族语言在民族地区实现社会主义核心价值观的话语转化,以利于当地群众的接受、理解和认同。

(三)不断学习和改造外国语言

“要从外国语言中吸收我们所需要的成分。……我们还要多多吸收外国的新鲜东西,不但要吸收他们的进步道理,而且要吸收他们的新鲜用

语。”^[3]积极借鉴外国语言并赋予其中国气派、中国作风、中国内涵,才能体现社会主义核心价值观的开放姿态和包容精神,展现其时代风采和世界意义。这就需要:一方面,坚持“洋为中用、以我为主”的扬弃观。积极引介承载人类普适价值观的外国语言,并结合中国实践和历史传统将其本土化。例如对“民主”、“自由”、“公平”、“法治”等价值理念,必须结合中国情况赋予其特殊内涵,使之成为中国特色的话语表达。另一方面,坚持“海纳百川,有容乃大”的开放观。在应对世界强势语言的冲击下,我们应有“走出去”的理论自信和文化自信,真正将我国发展优势转化为话语优势,进一步凝练和阐释当代中国的价值观念,打造融通古今中外的新概念、新范畴、新表述,向世界讲好中国故事,提升国家文化软实力。

(四)积极引入和借用流行语言

流行语言是社会运行态势的晴雨表和文化潮流的风向标,是多元社会意识形态和价值观念的实然呈现。借用流行语言推动社会主义核心价值观大众化,可以彰显其时尚气息,特别是契合青少年的心理习惯和接受方式。这就应关注:首先,网络语言。我们应及时跟进并辩证认识广大网民创造并使用的新颖、诙谐、形象的网络语言,不断将其转化为承载和宣传社会主义核心价值观的语言形式。其次,影视语言。在日常生活世界中,观看影视剧是普罗大众最主要的消遣娱乐方式。诸如《士兵突击》、《亮剑》、《建党伟业》、《唐山大地震》等主旋律影视剧深受大众欢迎,其经典台词也具有成为流行语的潜质,这些语言与社会主义核心价值观的精神气质是一致的,核心价值观可在吸收和消化影视剧语言中寻求大众化。再次,校园语言。从一定意义而言,流行语就是青少年创造并深受其欢迎的大众文化。这启示我们,借助校园流行语才有可能增强社会主义核心价值观在青少年群体中的吸引力、影响力和凝聚力。

二、在发展文化产业中推进社会主义核心价值观大众化

“在当今中国语境中,‘文化产业’与‘大众文化’关系密切。实质上,它们是一个事物的两面,对整个社会的文化体系而言是‘文化产业’,而对大众的日常休闲娱乐生活来说则表现为‘大众文化’。”^[4]作为一种特殊产业,文化产业的经济属性

和意识形态属性都不应被忽视,二者根本上是一致的。从大众文化视角看,文化产业是推进社会主义核心价值观大众化的一种有效载体。

(一) 引领文化产业的正确导向

当今时代,文化绝非看似平静的水面,而是各种价值观念竞争博弈的激烈战场。当代中国文化产业的健康发展亟需社会主义核心价值观的积极引领,与此同时,价值引领的作用发挥也是其大众化的实现过程。社会主义核心价值观引领文化产业发展,一方面,必须明确自身责任和定位。社会主义核心价值观是当代中国主流意识形态的核心内容,必须毫不动摇地发挥核心价值观对文化产业发展方向的价值引领和规范作用,主动回应文化产业中引领什么、如何引领等前提问题,做到“该管的不缺位、不该管的不越位”,为其大众化创造条件。另一方面,追求经济效益和社会效益的双赢效果。这就要求应大力发展那些既体现社会主义核心价值观又深受百姓欢迎的优秀文化产品,实现经济效益和社会效益的双丰收,不断推进社会主义核心价值观在文化产品中实现隐形转化,在规制文化产业发展中实现社会认同。

(二) 重视文化产业的生产过程

推进社会主义核心价值观大众化应重视文化产业的生产过程。文化产业的双重属性决定了文化产业的生产主体在追逐经济效益时,也必然要承担社会责任。这就要求:首先,健全文化产业政策。自十五届五中全会首次将“文化产业”写入党的文件以来,我国陆续出台一系列支持和促进文化产业发展的政策,为促进文化产业发展提供制度支撑,从某种程度而言,也彰显了社会主义核心价值观在文化产业中的隐形渗透。其次,开发利用文化资源。选择什么样的文化资源,关乎文化产品的审美水平和价值取向。社会主义核心价值观应在文化资源的挖掘、整合、开发、利用中寻求大众化的实现。再次,引导文化产业投资。社会主义核心价值观可在营造良好投资环境、优化投资格局、借鉴国外投资经验中发挥价值导向作用。最后,重视文化生产具体过程。通过提升生产者的文化自觉意识、思想政治素养、职业道德水准推进社会主义核心价值观大众化。

(三) 调控文化产业的流通环节

流通环节是沟通文化生产和消费的关键所在,是实现文化产业经济效益和社会效益的“惊险一跳”。为此,社会主义核心价值观可借助对文化产业的宏观调控实现大众化。这就要求,党和政府应采用奖励手段鼓励文化产业的生产者和供给者积极传播承载和渗透社会主义核心价值观及其相关内容的文化产品和服务。通过健全反馈监督机制,实时监督和制止不良社会思潮和文化形式借助大众传媒产业实现社会传播。各级政府对传播社会主义核心价值观的文化企业和文化工作者加大扶植和奖励力度的同时,也应对“三俗”文化的裂变传播加大打击清理力度,营造良好文化市场环境,引导和确保承载核心价值观的文化产品畅行无阻。还可通过政府采购方式,购买那些展现主旋律,深受大众欢迎的文化产品,再借助公共文化服务体系实现社会主义核心价值观的广泛传播和社会认同。

(四) 倡导健康向上的文化消费

文化消费是实现文化产业内蕴的价值观念掌握人民群众的最后一环。健康向上的文化消费是社会主义核心价值观借助文化产业实现大众化的关键所在。这就要求:首先,提升大众文化消费能力。当下,我国居民文化消费能力整体偏低,这就要求不断提高居民收入水平,进而提升群众文化消费能力。其次,培养健康文化消费理念。以社会主义核心价值观为指导纠正文化产业过于商业化、功利化、低俗化的不良倾向,积极引导人民群众形成健康向上的文化消费观,这一过程也是核心价值观的隐性传播过程。再次,强化大众文化市场监管。加强文化执法力度,严厉打击危害人民团结、社会秩序、精神世界的文化产品和服务,重视传媒尤其网络空间的监管问题,为借助文化消费实现核心价值观大众化创造良好文化环境。

三、在繁荣公益文化中推进社会主义核心价值观大众化

在当代中国的文化语境,大众文化不仅是指盈利性的文化产业,也包括以非营利性为特征,以追求社会效益为归旨的公益文化,后者更彰显了大众文化的社会主义属性,体现了大众文化的“中国特色”。“公益文化既然以提供公共文化产品为

主,当然是面向大众的文化。离开大众,就难以体现‘公共性’;离开大众,公共文化产品也难以存在。”^[5]因而,推进社会主义核心价值观大众化自然离不开对公益文化的观照。

(一)改善公益文化的投入格局

公益文化作为非盈利性的文化类型,决定了其只能是“赔钱”的买卖,这就要求国家发挥主导作用,加大投入力度。因此,改善公益文化投入格局成为社会主义核心价值观借助公益文化实现大众化的重要条件。这就要求:一方面,强化党和政府的主体意识。党和政府必须着力提升公益文化投入水平,建立健全公共文化服务体系建设和经费保障机制,不断提高文化支出在财政支出中的比重。从另一视角看,社会主义核心价值观也正是在引导公益文化投入导向中实现了隐形传播。另一方面,拓展公益文化投入渠道。这就要积极支持和鼓励社会资本参与公益文化建设,培育非营利的公益文化组织。公益文化也要发挥主动性,寻求与社会组织进行积极合作,争取社会资本支持,不断拓宽融资渠道,提升自身“造血”功能。这一过程也是社会主义核心价值观不断大众化的渗透过程。

(二)提高公益文化的供给能力

提高公益文化产品和服务供给能力是社会主义先进文化建设的必然要求,也能为推进社会主义核心价值观大众化提供更为丰富的文化载体。这就需要:一方面,坚持人民性的创作导向。习近平同志强调:“以人民为中心,就是要把满足人民精神文化需求作为文艺和文艺工作的出发点和落脚点,把人民作为文艺表现的主体,把人民作为文艺审美的鉴赏家和评判者,把为人民服务作为文艺工作者的天职。”^[6]人民导向既是发展公益文化的基本原则,也体现了社会主义核心价值观的大众诉求。另一方面,推出更多优秀产品和服务。这就要求实施各层级的文化精品战略和打造主旋律文化工程,创作更多彰显时代性、民族性、现实性的新文化形式。加强公益文化设施建设也是重要内容,博物馆、展览馆、纪念馆等构成了培育和弘扬社会主义核心价值观的时空格局,大众在参观欣赏中也潜移默化地接受附着其中的核心价值观的间接影响。

(三)加强公益文化的队伍建设

“推动社会主义文化大发展大繁荣,队伍是基础,人才是关键。”^[7]推动社会主义公益文化的繁荣发展,为人民提供更多更好的精神食粮,加强人才队伍建设是关键,其也构成了推进社会主义核心价值观大众化的主体条件。为此,首先,加强思想政治工作。公益文化队伍作为主流意识形态文化呈现的创作者、传播者更要自觉坚定马克思主义立场和信仰,学习中国化最新理论成果,提升思想政治素质,彰显人民性创作导向,践行社会主义核心价值观。其次,探索融合方式。公益文化队伍要积极探索核心价值观与公益文化有机融合的方式方法,注重采取世俗化、时代化、民族化的表现形式,使理论更通俗易懂、更接地气儿。再次,发挥个人魅力。公益文化队伍要想做到“以文化人,以文育人”,必须以“德艺双馨”的原则严格要求自己、用人格魅力和艺术造诣征服受众,使承载于其中的社会主义核心价值观赢得社会认同。此外,健全奖惩机制,对于自觉宣传和践行社会主义核心价值观的人才给予相应的物质和精神奖励,反之,则给予相应处罚,为公益文化队伍建设提供制度保障。

(四)实现公益文化的均衡发展

公益性和均等化是公益文化的突出特征,具体而言,这也体现了公益文化覆盖范围广、受益群众多、享受门槛低等巨大优势,其为推进社会主义核心价值观大众化创造了良好条件。实现公益文化的均衡发展,这就要求:首先,推进不同区域公益文化均等化。目前,公益文化在东西部之间存在显著的非均等化现象。党和政府应加强顶层设计,制定相关政策,在人财物的投入上有意识地向西部和欠发达地区倾斜,实现公益文化区域协调发展。其次,促进城乡公益文化协调发展。当前,农村公益文化发展相对滞后,面临文化产品供给不足,文化设施薄弱,传统文化传承艰难,不良文化泛滥等诸多困境。党和政府应通过实施文化惠民工程建设并实现其机制化、常态化,加大投入力度和拓宽投资渠道,加强农村文化基础设施建设,提升农村公益文化人才素质、扩充人才队伍等予以解决。再次,推进不同阶层公益文化和谐发展。党和政府应在政策法规的制定和实施以及资源的协调分配上考虑各个阶层的精神需求、价值理念

和审美情趣,有针对性地为其提供相应的公益文化产品和服务。

四、借助大众传媒推进社会主义核心价值观大众化

媒介化生存是信息时代的鲜明特征。“在现代社会中,绝大部分的文化必须借助大众传媒才能到达大众。大众传媒是大众文化的核心。”^[8]大众传媒已成为大众文化主要的生产者和传播者,成为影响人们日常生活、思维方式、价值观念的重要载体,是传播社会主义核心价值观的有效手段。

(一)巩固并扩展主流媒体阵地

“党的新闻舆论工作坚持党性原则,最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地,必须姓党。”^[9]推进社会主义核心价值观大众化必须使主流意识形态占领舆论阵地。首先,坚持“全党动手”。习近平指出,各级党委必须加强自身的领导意识和担当精神,加强对意识形态领域重大问题的分析研判和战略任务的统筹指导,不断提高驾驭宣传思想工作的能力,做到“思想上高度重视,工作上精准有力”,为社会主义核心价值观大众化提供传播主渠道。其次,推进“媒介融合”。推进社会主义核心价值观大众化应主动适应媒介融合的发展趋势,尤其要积极借助新媒体变革传播方式。核心价值观大众化既需要报刊杂志、电影电视、广播电台等传统媒体,也要积极借助网络媒体、手机媒体、数字媒体等新媒体扩大受众范围和传播渠道。再次,实现“综合创新”。主流媒体应在理论、方法、体裁、业态、机制等实现创新,增强针对性和实效性,提升传播力和引导力,为核心价值观大众化提供舆论阵地。

(二)强化并提升媒体队伍建设

“媒体竞争关键是人才竞争,媒体优势核心是人才优势。要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。”^[10]借助大众媒体推进社会主义核心价值观大众化,必须强化队伍建设,重视人的作用。首先,提高媒体队伍政治素养。在媒体队伍建设中,要落实政治家办报意识,增强看齐意识,坚持正确舆论导向和价值取向,在坚持党性和人民性的统

一中推进社会主义核心价值观大众化。其次,强化媒体队伍职业素养。媒体队伍应提高业务能力,勤学习、多锻炼,努力成为全媒型、专家型人才。要力求转作风、改文风,在努力推出有思想、有温度、有品质的作品中推进社会主义核心价值观的隐形传播。再次,完善媒体队伍管理机制。党和国家要通过健全媒体行业和从业者的相关法规,在借鉴国外经验的同时结合我国实际建立行业自律机制,规制传媒队伍的信息传播和舆情营造,为核心价值观大众化提供制度保障。

(三)培养并树立媒体意见领袖

意见领袖的概念最早由美国传播学者拉扎斯菲尔德提出,是指媒体信息不是直接为受众所接受,而是要经由意见领袖这一“中间人”的间接解读才能实现信息的次级传播,并在这一过程中很大程度决定受众对信息的接受和态度。为此,首先,党员干部自觉成为意见领袖。党员干部,特别是领导干部应主动适应信息时代的发展要求,增强与媒体打交道的能力和水平,善于运用媒体宣传社会主义核心价值观,借助媒体引导社会舆情,在自觉充当意见领袖中实现核心价值观大众化。其次,理论工作者应做到肩挑“两幅笔墨”。理论工作者,特别是理论权威在深耕社会主义核心价值观理论田地的同时,还应乐于并善于在媒体中发声,在评析社会热点问题和事关群众切身利益问题时传播社会主义核心价值观的内容,引导社会舆论向核心价值观的“三个提倡”发展。再次,在新媒体中树立民间意见领袖,“注意培养一批坚持正确导向、熟悉网络语言、了解网络传播技术和传播技巧的网络‘意见领袖’,强化主流言论,孤立非主流言论,以此来引导网络民意的方向。”^[11]积极培育草根意见领袖,鼓励其引导民意方向的同时积极传播社会主义核心价值观。

(四)主动设置并广纳媒介议题

议程设置是美国学者麦库姆斯和肖首提的一个重要传播学概念。他们通过在美国总统选举中媒体议题和大众议题的契合度分析,得出这样一个结论,即媒体认为重要的事件通常也会成为公众所关注的事件。议程设置不关注受众“怎么想”,但会决定人们“想什么”,其对于社会主义核心价值观大众化具有重要启示。首先,主动设置议题。当前,培育和践行社会主义核心价值观要

以解决群众关心的现实问题为突破口,让群众真正感觉到这一理论是为其所服务的理论,坚持眼睛向下,倾听和解决大众关注的热点、难点、焦点问题中,用身边人、身边事解惑释疑,作出有说服力的回答,在满足群众切身利益中实现核心价值观的有效传播。其次,广纳公众议题。大众媒体要培养眼观六路,耳听八方的本领,主动从社会舆

论中发现有利于推进社会主义核心价值观大众化的相关问题并设置议题,对自发形成的社会议题积极跟进并及时反馈。再次,引领重大议题。在涉及威胁党和国家根本利益的原则问题时,大众传媒必须旗帜鲜明地表明严正立场,在坚持正确价值取向中推进社会主义核心价值观大众化。

参考文献:

- [1]任立新,肖燕.大众文化背景下的马克思主义大众化[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2016(3):64-67.
- [2]毛泽东.毛泽东选集(第3卷)[M].北京:人民出版社,1991:851.
- [3]毛泽东.毛泽东新闻工作文选[M].北京:新华出版社,1983:79.
- [4]李春媚.文化产业·文化工业·大众文化——涵义与功能的廓清[J].湖湘论坛,2009(1):66-67.
- [5]贺善侃.发展公益文化与提高人民的文化自觉[J].红旗文稿,2010(10):28-31.
- [6]坚持以人民为中心的创作导向,创作更多无愧时代的优秀作品.[N].人民日报,2014-10-16(1).
- [7]中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定[M].北京:人民出版社,2011.
- [8]蔡春影.大众传媒的文化角色[J].当代传播,2001(6):82-84.
- [9]坚持正确方向创新方法手段,提高新闻舆论传播力引导力[EB/OL].(2016-02-19).<http://politics.people.com.cn/n1/2016/0220/c1024-28136187.html>.
- [10]习近平关于新闻舆论工作的论述[EB/OL].(2016-03-03).http://news.xinhuanet.com/video/sjxw/2016-03/03/c_128770946.htm.
- [11]黄原.培养一批合格的网络“意见领袖”[N].光明日报,2011-1-20(9).

The Four-dimensional Path of Popularizing the Socialist Core Values Under Mass Culture

Fan Ruike

(College of Marxism, Shijiazhuang Tiedao University, Shijiazhuang, 050043, China)

Abstract: Cultivating and practicing the socialist core values is an important task for the construction of ideology in our country now. The internal connection of values and culture reminds us that the core values popularization could be possible with the help of the cultural carrier. In contemporary China, the mass culture is a brand new cultural type which has the largest audience, the widest popularity as well as the biggest impact. Therefore, promoting the popularization of the socialist core values is indispensable to the consideration and application of mass culture. It is an effective path of socialist core values popularization which flexibly utilizes specific forms of the mass culture, namely, the common languages, cultural industries, public welfare culture, and mass media etc.

Key words: mass culture; socialist core values; realization path