

文章编号:1674-8107(2023)01-0032-07

红色文化社会化传播的目标、原则与机制

徐功献,叶雯静

(赣南师范大学中国共产党革命精神与文化资源研究中心,江西 赣州 341000)

摘要:红色文化社会化传播,是将红色文化所蕴含的价值理念、精神力量等向全社会范围传播,为广大人民群众所认知、认可的过程。推进红色文化社会化传播,应实现使人民大众在思想上、情感上和行动上认同红色文化的目标,遵循服务政治与适应市场相统一、理论宣传与实践引导相结合、社会教化与个体内化相统一、现代传播方式与传统传播方式相结合等原则,从宣传教育机制、利益激励机制、制度保障机制和成效评估机制等方面完善红色文化社会化传播机制,以发展繁荣红色文化,为实现中国梦提供强大的精神支撑。

关键词:红色文化;社会化传播;传播原则;传播机制

中图分类号: G122

文献标识码: A

DOI:10.3969/j.issn.1674-8107.2022.03.004

习近平总书记指出:“要弘扬中华优秀传统文化,用好红色文化,发展社会主义先进文化,丰富人民精神文化生活。”^[1]红色文化在建设社会主义现代化国家中发挥着重要的作用。要深入开展红色文化的社会化传播工作,有效发挥红色文化在文化强国建设中的优势作用。推进红色文化的社会化传播,是由红色文化的社会属性所决定的,也是贯彻落实习近平总书记“生动传播红色文化”^[2]重要指示精神,提升红色文化育人功效、扩大红色文化社会影响力的有效举措。把握红色文化社会化传播的主要目标,遵循红色文化社会化传播的基本原则,完善红色文化社会化传播的体制机制,是实现红色文化社会化传播的重要保障。

一、红色文化社会化传播的目标

红色文化社会化传播的目标关系到红色文化

传播的全局和过程,决定着红色文化发展、传播的各要素与各环节。红色文化社会化的目标,应紧扣强化社会成员对红色文化的价值认同度、提升社会成员对红色文化传播的参与度、提高社会成员对红色文化品格的践行度等。

(一)增强人民大众对红色文化的价值认同度

价值认同是指人们在社会实践活动中对某个价值的内在认可或共识。“一种文化的价值认同度,直接决定着该种文化在其思想文化体系中的地位。”^[3]红色文化只有在价值上达成全民共识,才能成为人民大众共有的精神财富。实现红色文化的价值认同,才能将对红色文化的价值认同转化为政治认同、理想信念认同和价值实践。

形成一种占据优势地位的、意识形态科学的文化形态,能够有效凝聚人们的主流价值共识,推进社会的协调稳定发展。反之,若没有这种主流价

收稿日期:2022-08-25

基金项目:江西省社会科学基金一般项目“红色文化社会化研究”(项目编号:22DJ11);赣南师范大学研究生创新基金项目“红色文化社会化传播的原则与机制论析”(项目编号:YCX22A018)。

作者简介:徐功献(1986-),男,安徽阜阳人,副教授,博士,硕士生导师,主要从事马克思主义中国化、红色文化研究;

叶雯静(1998-),女,江西宜春人,硕士研究生,主要从事马克思主义中国化研究。

值共识,社会结构就会较为松散,社会凝聚力就不强,社会的协调稳定发展就会受到限制。红色文化的形成发展过程和红色文化的本质内涵,决定了红色文化在社会主义现代化强国建设中具有十分重要的价值。因此,通过红色文化的社会传播,消除各种消极文化思潮的不良影响,强化人民大众对红色文化的价值认同,为社会主义现代化建设创造一个良好的文化环境,是红色文化社会传播的重要目标。

然而,当前社会上依旧不同程度地存在着对红色文化价值认识的各种不正确情绪。一方面,人民群众对红色文化的价值理解不深入、不全面,对红色文化在历史进程中发挥的价值作用不清晰,不能有效地利用红色文化表达自己的价值诉求,由此造成对红色文化的陌生感;另一方面,对人民群众在红色文化形成和发展过程中发挥的作用缺乏科学的定位,认为红色文化是一种“政治文化”,而非“社会文化”,红色文化的政治属性被强化而社会属性被弱化,由此产生了对红色文化的隔离感。红色文化只有得到社会成员的广泛认同,才具有强大的生命力并且不断发展下去。当然,人们对红色文化的价值认同是一个长期的发展过程,需要从意识形态领域的宣传和教育等方面持续发力。实现红色文化的社会传播,是强化人民大众对红色文化价值认同度的有效途径。

(二)提升人民大众对红色文化传播的参与度

“坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信,说到底是要坚定文化自信”^[4]。文化自信的主体是人民大众,国家文化软实力的提高离不开红色文化的传播,离不开人民大众的广泛参与。人民大众的广泛参与不仅能够激发红色文化的活力,还能够深化人民大众对红色文化的认知,提高人民大众对红色文化研究、传播的关注,使红色文化在现实生活中真正“活”起来,实现其本身特有的文化价值。

当前,红色文化的传播主要是政府相关部门主导、红色文化研究的机构引导,人民大众在红色文化传播中的参与度还不够高,存在一定的局限。

一方面,政府单方面提供的红色文化网站、红色文化纪念馆等文化服务并不能满足人民大众对红色文化的需求;另一方面,新媒体时代,面对着庞大且复杂的信息冲击,虽然红色文化的社会传播形式和传播媒介进行了革新,但传播内容鱼龙混杂,受众难以分辨先进与落后的文化,传播效果不尽人意。这就要求提升红色文化社会传播的功效,选择人民大众普遍容易接受的方式与话语,潜移默化地加深人们对红色文化的了解,提升其对红色文化的辨别、判断能力,正确认识红色文化的内涵、特征及传播价值,并在此过程中吸引更多的人民群众参与到红色文化的传播中来,提升人民大众对红色文化传播的参与度。

在红色文化传播过程中,人民大众很大程度上很多时候被视为消极的、被动的传播对象,主体意识不强。为此,应增强人民大众的主体意识,使其在观念上克服“红色文化传播是政府的事”,培养人民大众参与公共文化建设的主体责任感,自觉参与到红色文化传播的过程中。其次,形成人民大众参与公共文化建设的文化氛围,促进民众参与红色文化传播的积极性。牢牢把握住民众意识形态的立场,树立红色文化信仰,解决当前历史虚无主义和抹黑革命英雄等各种对红色文化的错误倾向,使红色文化更加有朝气、更加受大众欢迎、更加扎根于民众之中,进而从利益诱导、精神驱动及价值引领等方面,提升人民大众对红色文化传播的参与度。

(三)强化人民大众对红色文化品格的践行度

践行度是指践行者在已经认知、认同某一价值准则的基础上所产生的行为与这一价值准则理念的践行程度,它可以有效反映出践行者对价值准则的“知”与“行”是否合一,合一的程度有多大。红色文化品格的践行度是人民大众对红色文化品格认同的一个重要体现,红色文化品格认同在人们的践行过程中不断巩固与加强,才能给红色文化以及中华优秀传统文化带来源源不断的力量。

将红色文化品格内化于心外化于行是红色文化社会传播的真正意义所在。对红色文化品格

的践行应该是人民大众对红色文化、红色精神的价值认同和情感认同转化为社会交往中的自觉行为,是情感、意识、实践的外在和现实的表现。遗憾的是,现实生活中部分社会成员对红色文化的认同大多停留在表面上,而行动上却未能真正实践,存在着知行脱节现象。被动参与到红色景区、红色博物馆等参观中,存在着“到此一游”的表面化状态。网络上肆意篡改红色历史、丑化造谣英雄人物的不良现象时有发生,红色景区内随意攀爬英雄雕像,乱涂乱画、随地丢垃圾的情况也层出不穷,很大程度上是由于人民大众对红色文化的认知不到位,对红色文化的情感淡薄化,这直接影响到了对红色文化品格践行的效果。

红色文化的生命力在于其社会化,红色文化的社会文化传播则是其中的关键一环。红色文化的社会文化传播不是浮于表面的情感标榜,而是实实在在的躬身实践、身体力行。引导人民大众对红色文化品格的践行离不开拓宽践行红色文化品格的方式、构建红色文化育人的模式、创新红色文化教育的载体等,在潜移默化中将红色文化品格“外化为他们的言语行为,内化为他们的精神文化信仰”^[9]。

二、红色文化社会传播的原则

新时代,深入推进红色文化的社会文化传播,能够更好地宣传党的理论,讲好党的历史,维护国家意识形态稳定、政治稳定、经济发展、社会发展,是树立文化自信、建设文化强国的战略选择。推进红色文化的社会文化传播,要特别注意以下四个原则。

(一)服务政治与适应市场相统一原则

政治与经济是作用与反作用的关系,红色文化作为一种观念的上层建筑,在其社会文化传播过程中,既要发挥其传播政治信息的功能,又要注重其经济效益,坚持服务政治与适应市场相统一原则。

要实现“坚持巩固壮大主流思想舆论,弘扬主旋律,传播正能量,激发全社会团结奋进的强大力量”^[6](P155)]的目标,必须使红色文化社会文化传播紧紧服务于政治发展,营造全社会学习、践行、传播红色文化的良好氛围,巩固意识形态领域的领导

权。红色文化作为当今中国社会的主流文化、主流思想,在其社会文化传播过程中,应传播“以红色文化为内核的‘政治知识’”,传播“以红色文化为主导的‘政治信息’”^[7],使人民大众在这种文化氛围的潜移默化中,逐渐形成红色文化的价值与信仰,接受红色文化的规范与约束,促进人民对国家制度和理论的认同与遵循。

红色文化是一种社会生产力,不仅具有文化的基本特征,同时蕴含着经济价值。红色文化可以营造经济发展的优质环境,拓展经济发展的产业氛围,提升生产力发展的水平,为社会主义市场经济的发展指明正确方向、提供结构优化升级的条件和新的经济增长点。红色文化实现其经济价值、获得其经济效益的有效途径是红色文化的产业化。习近平总书记指出:“依托丰富的红色文化资源和绿色生态资源发展乡村旅游,搞活了农村经济,是振兴乡村的好做法。”^[8]社会主义市场经济条件下,既要充分利用红色文化的两种表现形式进行社会文化传播,满足人民的精神文化需求,又要通过红色文化产业、红色文化产品的发展实现红色文化的经济价值,即红色文化产业的开发与发展应兼顾社会效益与市场效益。为此,应致力于红色旅游资源的挖掘开发,革命老区既拥有丰富的红色资源,又有着良好的生态环境,将二者结合起来,发展人民大众喜闻乐见的红色文化产业,实现红色文化服务政治与适应市场的统一。

(二)理论宣传与实践引导相结合原则

注重理论与实践的有机结合是中国共产党人一以贯之的优良传统。新时代,红色文化社会化的传播也应坚持“以理论引导实践,以实践丰富理论”^[9],坚持理论宣传与实践引导相结合的原则。理论宣传是党治国理政的重要途径和有效方式。传统的红色文化理论宣传以精英知识分子对普通民众进行解释、教育,是一种“讲授式”宣传,这种形式使普通民众“被动式吸收”知识,收获甚微。新时代应实现“上下”贯通、“横纵”交融的理论宣传方式,使红色文化理论宣传由单一性向多维性转变。理论宣传应深入基层、深入人民大众,这就要

求推动理论宣传的大众化、通俗化。新媒体时代下,红色文化理论宣传可以依托互联网,打造新的传播平台,利用图片、视频等既形象又直观的方式,用人民大众喜闻乐见的、“接地气”的话语助力宣传,增进与群众的交流互动,使红色文化理论成果更容易被了解和认可,让红色文化的理论成果“飞入寻常百姓家”。

红色文化的社会传播既要重视理论宣传的原则,又要重视实践引导原则。实践引导是实现人民大众将红色文化价值认同与红色文化品格践行有机结合的一种有计划、有目标、有针对性的行为引导方式。新媒体时代下,人民群众通过网络等平台加深了对红色文化的理解与感悟,加入到红色文化的传播中来,成为红色文化社会传播的“接力者”,扩展了红色文化传播的渠道。然而,传播不等于践行,红色文化只有被社会成员实际运用于社会生活的各方面,才能真正意义上实现其社会化。因此,党委(党组)、政府、学校、社区等组织,应从人民群众社会实践的视角,强化人民群众的红色文化实践。落实实践引导原则,不能局限于红色文化表达层面的简单叙述、呈现形式的时髦时尚,而是强化红色文化精髓在社会治理中的实际运用、实际作用,通过多种途径引导社会成员以言行一致的标准传播、践行红色文化,积极参与到社会治理的具体实践中来,使红色文化成为推动社会和谐、稳定发展的实践驱动力。

(三)社会教化与个体内化相统一原则

社会教化是广义的教育。社会教化是在无形之中发挥作用的,它对个人的身心发展、个性行为习惯的养成往往起着潜移默化的作用。社会教化是个体社会化的外部动因。个体内化是在社会化的学习过程中,接受社会教化,把外部现实转为内部现实,将人们的价值观念、道德规范、行为准则和社会目标等不断内化,转为自身个体行为习惯的过程。在红色文化社会传播过程中,要使红色文化“入脑、入心、入行”,就应遵循社会教化与个体内化相统一的原则。

社会教化侧重于社会风气、社会道德等视角,

融政治、道德及教育于一体。红色文化的社会教化原则,主要体现为以红色文化“行教化”,通过红色文化的教育“化民”。“红色文化不仅仅是一种文化的形态,更是新时代落实立德树人根本任务,培养社会主义建设者和接班人最宝贵的教育资源。”^[10]因此,将红色文化教育有效融入家庭教育、学校教育、社会教育,建设家庭红色文化氛围、学校文化氛围和社会红色文化大课堂,通过教育熏陶并引导广大人民群众正确看待党的奋斗史和发展史,深入理解红色文化所蕴含的价值意蕴和精神内涵,凝聚社会成员共同认可的社会价值观,是社会教化的重要内容。

个体内化侧重于理解、认知及吸收等视角,融思想、意识及实践于一体。红色文化的个体内化原则,主要体现为社会成员通过红色文化的接受、学习、感悟等,对红色文化的相关问题在思想上得出新的知识,对其进行加工,巩固和内化所接受的内容,并以自己的方式在具体的社会生活中传播红色文化、践行红色文化。通过多渠道、多方式的红色文化社会传播,将红色文化蕴含的大无畏牺牲精神,爱国主义精神等转化成为人民大众在国家、民族、社会面临重大灾害、重大风险时挺身而出的伟大精神力量,使社会成员在社会教化过程中,将红色文化所蕴含的精神品格内化为自身的精神动力,才能更好发挥红色文化对社会及个人的作用。

(四)现代传播方式与传统传播方式相结合原则

任何一个媒介都是在前一媒介发展的基础上孕育而生的,新媒介的出现并不代表旧媒介完全消失,传统媒介始终是中国共产党传播文化与精神的重要载体。新媒体技术的发展,催生了现代化的传播方式,革新了文化传播的内容、范围及途径,新媒体逐渐成为红色文化社会传播的主力。遵循现代传播方式与传统传播方式相结合的传播原则,在红色文化社会传播的过程中越来越凸显出来。

传统媒介阶段,党运用书籍、报刊、广播等传统形式传播红色文化,在书籍和报刊的作用下,先

进知识分子们积极推动传播党的红色文化,逐渐实现传播主体由少数的先进知识分子向多数的人民群众转变,拓宽了传播范围,推动红色文化成为完成革命任务、实现救国目标的强大理论武器。新时代,随着互联网的出现,媒体发展进入了全民信息化时代,各大客户端成为广大网民的信息发布平台。线上线下涌现出了一大批优秀的文艺作品,不断涌现的红色资源给人以沉浸感、体验感、教育性,有效且深入地推动了红色文化的传播。但传统媒介依旧占据了人们很大一部分的日常生活,人们总是会通过报纸、书籍、电视等来源获取信息,这些信息常常以一种润物细无声的状态,潜移默化地影响甚至改变着人们的认知。

青年大学习、网上主题团课等视频传播的出现,央视频、学习强国等软件的应运而生,都是通过现代媒介传播红色文化的新形式和新手段,极大推动了红色文化传播媒介的创新。这些现代传播媒介的广泛使用,将红色文化以人民大众喜闻乐见的形式表现出来,满足了不同群体的学习需要,实现了红色文化传播的快捷性、广泛性、即时性。因此,红色文化传播应遵循现代与传统传播方式相结合原则,以传统媒介为基石,并在此基础上融合现代电子媒介,以多形式、多途径的方法创新红色文化传播媒介。在现代与传统媒介的融合中,持续扩大红色文化的传播范围,加快红色文化在全社会的传播速度,充分发挥红色文化的力量。

三、红色文化社会化传播的机制

红色文化的社会化传播是一项系统工程,需要各方面协调发力。在现有工作的基础上,优化红色文化社会化传播的内容和形式,加快形成多渠道、多形式、高质量的传播机制是提高红色文化社会化传播的有力保证。

(一)宣传教育机制

首先,建立党统一领导的红色文化宣传教育协调机制。成立由党委领导,学校、民政、司法等各部门人员组成的宣传教育工作领导小组,形成社会教育和学校教育协调发展的宣传教育机制,进

一步优化宣传教育的各个环节,并及时关注和解决宣传教育工作中遇到的新情况、新问题。邀请党员干部或知名专家、学者分享为国做贡献的英雄事迹,树立模范形象,让各干部、群众在榜样的引领下,自觉接受红色文化的价值理念,认同红色文化价值观。

其次,建立与现代科技相融合的红色文化宣传教育机制。红色文化的宣传教育需要随着社会的发展不断进行文化创新,不断挖掘、塑造新的文化教育素材,加强红色文化的创意与策划。为此,应调查、参考人民群众的审美情趣,对红色文化内容和传播方式进行创新。在网络日益普及、科学技术日益发展的时代背景下,应“聚焦红色文化的数字媒体建设”^[1],积极运用现代科技手段开发红色文化资源,如在网络文化博览、动漫游戏等领域,将红色文化融入更多的时代风格和科技元素,大力推动红色文化宣传教育活动与科学技术的有机结合,使红色文化的体裁、题材及表现方式向科技化、创新性发展。

(二)利益激励机制

首先,建立以人才为发展动力的利益激励机制。人力资源是第一资源。激励更多的专业性人才,更多的全能型人才参与到红色文化社会化传播过程中,才能更好地推动红色文化社会化传播的发展,才能更好地构建红色文化社会化传播体系。一方面,高校应时刻关注、紧密贴近市场需求,重视“校企合作”,注重培育适应社会和企业发展的高素质技能人才,为红色文化产业“量身定做”人才,使人才专业培育与红色文化产业相对接,强化人才培育的针对性和专业性;另一方面,政府应出台相应人才激励政策,高度重视“育人、引才、用才、留才”四个方面,人才引进不是终点,如何留住人才才是最重要的。政府可以通过给企业减免税收、给人才适当补贴的方式,提供资金、制度、生活保障等方面的激励机制,提升企业和人才参与的积极性,为红色文化社会化传播发展凝聚人才,凝聚力量。

其次,建立以旅游业助推红色文化传播的利

益激励机制。革命老区是红色文化资源的集中区,在这里诞生了具有丰富内涵的红色文化。因为地处偏远,经济发展较为缓慢,迫切需要深入挖掘红色文化资源的社会与经济价值,助推革命老区乡村振兴。革命老区所拥有的独树一帜的红色文化氛围和红色文化资源,决定了革命老区可以依托红色文化来实现乡村振兴。一方面,背靠政府产业振兴的政策,利用当地红色文化资源招商引资,给老区劳动力提供就业岗位,助力革命老区推进乡村振兴;另一方面,开展红色文化旅游活动,助力老区加快构建红色文化产业形态,开发革命老区特色产业,保持经济发展的旺盛活力,在实现人民群众社会效益和经济效益的基础上,增强红色文化社会传播的动力。

(三)制度保障机制

建立法制保障机制,为红色文化社会传播提供法律依据。红色文化资源属于不可再生的、稀缺的文化资源。目前,因缺乏专人专制对其进行保护、挖掘,许多具有革命研究价值的红色文化资源面临危险的境地,急需进行具有成效的拯救。法律是有力的武器,制定专项法律制度或管理办法以保护、利用红色文化资源,为红色文化资源的保护、社会传播提供以制度保障,使红色文化传播主体明确责任,保护和传播红色文化有法可依。同时,以法制明确红色文化社会传播的主体责任、考核评价标准等,使红色文化社会传播的法规制度深入于内心、落实于行动。

建立推进红色作品生产的制度保障,为红色文化社会传播提供制度依据。红色文化资源不仅包括红色文化遗址、红色文化场馆、红色文化博物馆等物质载体,还包括了宣传革命精神的歌谣、故事、戏曲、电影等,这些都是红色文化社会传

播的主要内容。应推进构建红色作品生产的制度支撑,出台相关的制度、条例以加大红色文化资源开发和保护的力度。在相关制度的引领下,深入基层,深入群众,采集亲历者的口述史,挖掘、记载更多鲜为人知的英雄事迹以扶持创作更多高质量的红色歌曲、影视作品、电子书刊等红色文化产品,消弭红色文化传播教育与社会生活实践的“脱节”现象。

(四)成效评估机制

建立红色文化社会传播的成效评估机制,是调动红色文化社会传播主体的积极性、主动性,激励社会成员勇于并乐于传播红色文化、践行红色文化的有效保障。红色文化社会传播成效评估机制的建立,既要正向的激励,也需反向的约束。

一方面,要明确红色文化社会传播成效的评估标准,既要重视红色文化理论传播成效,提升社会成员的红色文化理论水平;更要重视红色文化的实践传播成效,提升社会成员践行红色文化的行动能力,将社会成员对红色文化的认知观念、价值信念、行为选择等有机统一起来,将红色文化的“道德价值”^[12]作为红色文化传播成效的重要评估标准。另一方面,要创新红色文化社会传播成效的评估方式,既要充分发挥党委(党组)、政府、学校、社区等红色文化传播执行单位的评估,提升与改善红色文化社会传播的品质;又要充分发挥红色文化传播执行单位以外的团体、组织,尤其是人民群众对红色文化社会传播成效的评估,维持和保障评估方式的客观性。同时,要重视红色文化社会传播成效的评估结果,及时总结经验教训,分析问题原因、制定改进的措施等,将其作为深入推进红色文化社会传播的经验依据。

参 考 文 献

- [1] 习近平在辽宁考察时强调 在新时代东北振兴上展现更大担当和作为 奋力开创辽宁振兴发展新局面[N].人民日报, 2022-08-19(01).
- [2] 习近平.用好红色资源 赓续红色血脉 努力创造无愧于历史和人民的新业绩[J].奋斗,2021,(19).
- [3] 戴彩虹.红色文化传承方式也要与时俱进[J].人民论坛,2017,(30).
- [4] 习近平主持召开哲学社会科学工作座谈会强调:结合中国特色社会主义伟大实践 加快构建中国特色哲学社会科学[N].人民日报,2016-05-18(01).
- [5] 徐功献,张泽云.红色文化社会化新论[J].浙江理工大学学报:社会科学版,2021,(3).
- [6] 习近平谈治国理政[M].北京:外文出版社,2014.
- [7] 刘振琳.红色文化的政治社会化功能探析[J].思想政治课研究,2022,(1).
- [8] 习近平.胸怀大局把握大势着眼大事努力把宣传思想工作做得更好[N].人民日报,2013-08-21(01).
- [9] 余东升,尹晓龙.以理论引导实践 以实践丰富理论:华中科技大学教育科学研究院的文化素质教育研究[J].高等教育研究,2010,(9).
- [10] 吕治国.红色文化的思想政治教育功能与作用发挥[J].思想教育研究,2022,(2).
- [11] 于晓明.融媒体平台视角下提升红色文化传播力研究[J].学校党建与思想教育,2022,(12).
- [12] 刘建荣.红色文化的道德价值[J].湖南社会科学,2022,(3).

The Goal, Principle and Mechanism of the Social Communication of Red Culture

XU Gong-xian, YE Wen-jing

(Research Center of Revolutionary Spirit and Cultural Resources of the CPC,
Gannan Normal University, Ganzhou 341000, China)

Abstract: The social communication of red culture is a process of spreading the values and spirit contained in red culture to the whole society for being accepted by the masses. To popularize red culture, it's better to make people accept red culture in mind, emotion, and deed. Besides, it's important to follow such principles as both serving politics and adapting to market, combination of theoretical propaganda and practical guidance, the unity of social indoctrination and individual internalization, and the combination of modern and traditional modes of communication. In order to develop and prosper the red culture, it's better to use such measures as publicity and education, interest motivation, institutional guarantee, effect evaluation, etc. to perfect the social communication mechanism of red culture so as to provide a strong spiritual support for the realization of the Chinese dream.

Key words: Red culture; Social communication; Communication principle; Communication mechanism

(责任编辑:江毓君)