

论新媒介环境下中国共产党革命精神的传播

孙鑫煜

(河北师范大学 党委宣传部,河北 石家庄 050024)

摘要:新媒介环境下中国共产党革命精神的传播是当下革命精神研究所面对的一个新任务,无论是从其自身,还是从受众,以及传播效果上都应该开展。新媒介技术能够实现受众在空间上的自由,能够触及到年轻一代的受众群,能够丰富视听的形式。因而,从新媒介角度对中国共产党革命精神的传播进行研究具有必要性、紧迫性和可行性。

关键词:传播;新媒介;中国共产党;革命精神;受众

中图分类号:G206.3

文献标志码:A

文章编号:1674-2494(2015)06-0061-05

中国革命精神是指20世纪五四运动后中国人民在中国共产党领导下,以马克思主义为指导,在推翻三座大山、争取民族独立和解放以及实现社会主义现代化过程中所积累起的宝贵精神财富,中国革命和建设伟大实践的精神结晶和价值体现,是无数革命先烈和英雄模范人物用鲜血和汗水浇灌的精神文明的硕果,是中国共产党的独特政治优势和法宝,是中华民族最宝贵的革命遗产。当下传媒环境的变化,为中国共产党革命精神(以下简称为革命精神)在新的传媒环境下进行有效传播提出了新的课题。从新媒介环境的视角入手对之进行研究,有助于获得更好的传播效果。

一、新媒介环境下对革命精神传播视角的研究是缺位的

同一个事物,研究的角度不同,研究的成果也就不同。对于革命精神而言,除了可以对革命精神的内涵进行挖掘和提升外,从传播的视角研究革命精神的传播也应该成为研究的必要组成部分。尤其是在媒介占主导的现代社会,“没有媒介就什么也不能做”^[1]。因此,新媒介下的革命精神的研究显得尤为必要和紧迫。

如果把对革命精神研究的所有成果视为一个整体的话,那在这个整体中,传播视域下的革命精神的研究因其与其他组成部分的差异而获得价值。然而研究的现实却是新媒介环境下的革命精神研究基本上还处于起步阶段。

之所以认为研究还有很多的潜力可挖,是基于如下两个现实。

(1)新闻传播领域从新媒介环境视角对革命精神的研究成果还相对较少。在中国知网上,输入“新媒介环境”关键词进行搜索,从2005年到2015年,共有98篇论文,但是没有一篇跟中国共产党革命精神有关的文章。如果将关键词设为“新媒介环境和革命精神”,搜索结果为零。如果将“新媒介环境”替换成相近的“新技术”,文章有5000多篇,但依然与革命精神关联不大。

(2)当前的8个中国共产党革命精神与文化资源研究中心依托的组织基本与新闻传播无关。2013年6月25日,教育部、中共中央党史研究室与复旦大学、嘉兴学院、湘潭大学、井冈山大学、赣南师范

收稿日期:2015-06-28

基金项目:2014年度河北省教育厅人文社科项目“西柏坡核心精神大众化传播路径创新研究”(SQ141151)

作者简介:孙鑫煜(1977-),女,山东龙口人,文学硕士,助理研究员,主要从事理论宣传、新闻宣传。

学院、遵义师范学院、延安大学、河北师范大学联合设立了8个“高等学校中国共产党革命精神与文化资源研究中心”。设立“高等学校中国共产党革命精神与文化资源研究中心”(以下简称研究中心)旨在发挥高校优势,整合各方面力量,推动实质性合作和协同创新,形成党史、革命精神和文化资源的研究联盟,建设党史和革命精神研究的高地、革命传统教育宣传的阵地和红色文化资源开发利用的智库,为学习研究宣传好中国共产党的历史和革命文化,挖掘中国共产党丰富的革命文化资源,促进革命文化的传承创新,推进社会主义核心价值观体系建设发挥积极作用。这8所高校的研究中心所依托的组织基本是跟思想政治研究紧密联系在一起。

复旦大学、湘潭大学的研究中心设立在了马克思主义学院。赣南师范学院、遵义师范学院和河北师范大学都是单独设立了研究中心。但从它们课题的倾向性看,都是侧重党史和思想政治理论方面。从延安大学研究中心招聘研究人员的要求“应聘人员所学专业为中共党史、马克思主义基本原理、马克思主义中国化、中国近现代史等”^[2]看,它也是侧重思想政治。从嘉兴学院的研究成果看,它们侧重红色精神。“中心研究团队先后主持完成《中国共产党的精神财富研究》、《红船精神及其当代价值研究》、《利用红色资源加强大学生理想信念教育研究》等10余项省部级课题。公开出版《红船精神及其当代价值》、《中国共产党早期组织及其成员研究》等专著4部”^[3]。同样,井冈山大学革命精神中心的研究也是侧重党史。

通过分析,无论是传统意义上对革命精神新闻传播的研究,还是8个中国共产党革命精神与文化资源研究中心现在所做的研究,关于革命精神的研究还处于起步阶段。所以,对革命精神从传播的视角进行研究,特别是新媒介环境下的传播研究不仅能丰富革命精神的研究成果,也能为其在新媒介环境下的有效传播提出可供参考的维度。

二、新媒介环境下研究革命精神的传播是将革命精神进行有效传播的目的需求

英国语言哲学家约翰·兰肖·奥斯汀的言语行为理论有三个分支,一是以言指事,二是以言行事,三是以言成事。如果将传统意义上的在思想政治层面下的研究,即对中国革命的精神内涵进行提炼和提升看作是以言指事,它重在发掘革命精神具体的信息是什么,那么,研究必然带有以言行事的目,即向相关的受众群传播相应的信息,同时带有对改变相关受众思想和行为的预期。

不可否认,传统意义上的,也就是非传播层面的革命精神的研究有着不可替代的意义。因为无论采用什么样的传播方式,如果没有所要传播的内容,那传播也就无法进行。

在某种意义上,以言行事和以言成事是一回事。前者在于传播者在头脑中想要达到什么结果,后者是所想要达到结果的具体表现。当然,并不是说,以言成事的结果一定会与以言行事的目的一致。

教育部和中共中央党史研究室与8所大学联合成立的“中国共产党革命精神与文化资源研究中心”,其目的不单纯是发掘革命精神的内涵和实质,其中向相关的受众进行有效传播是其成立研究中心目的中的应有之义。

综合现实的情况,在新媒介环境下的传播目的应该体现在两个方面。

1. 向青少年传播革命精神的要求

新媒介环境的背景下,人们获取信息的方式发生了变化。诚如麦克卢汉所说:“任何媒介(即人的任何延伸)对个人和社会的任何影响,都是由于新的尺度产生的;我们的任何一种延伸(或曰任何一种新的技术),都要在我们的事物中引进一种新的尺度。”^[4]传播渠道和方式的多样性,不仅改变着传播内容的呈现方式,也使得受众在选择什么样的媒介上发生了分化。青少年在信息的获取上,除了传统意义上的报纸、书本、广播等渠道,更倾向于使用新媒介或新技术,比如互联网、作为移动终端的智能手机、ipad和各种社交媒体等。

然而具体的现实是,本应在上述这些新媒介环境中占有一席之地的革命精神往往是缺席的。可以

说,在新媒介环境下,生活、娱乐、游戏等与革命精神不相关的内容占领了传播市场的大半壁江山。

传播革命精神不单纯是思想政治理论课堂、传统媒体的任务,新媒体也应该承担其相应的责任。如果革命精神不占领这块阵地,在青少年不太热衷传统媒体的背景下,对革命精神所做的以言指事的研究就存在无法传播给青少年的困境。

历史和革命精神需要一代一代地传承,假如新媒体这块阵地在传播革命精神上无所作为或作用有限,那么让青少年将相关的精神和传统传递下去就无从谈起。基于此,革命精神必须占领新媒体这个与青少年有着密切关系的阵地。

2. 适合青少年接受方式的要求

如果说向青少年传播革命精神是因为当前新媒介环境下革命精神的内容缺位,那么所要传播的革命精神也应该适应新媒介新技术的特点,则是适合青少年接受的习惯所要求的。

如果想使通过新媒介向青少年传播革命精神这一方式达到较好的效果,那么就需要从窄播的角度为青少年量身打造他们所喜闻乐见的内容。

研究和生产适合青少年接受习惯的内容应该注意如下问题。

第一,革命精神的载体形式要适应青少年的接受习惯。人们获取信息的方式主要通过听觉、视觉和体验。无论是听觉还是视觉,以及视听结合的载体,如果板起面孔说教,冷冰冰的没有温度,那很可能难以达到以言行事的目的和以言成事的结果。在这里,将革命精神融入故事中或许更加适合。再有就是在虚拟的环境中进行体验,从中感受相应的革命精神内涵与实质。使青少年在微课、微广播剧中、微视频中受到潜移默化的教育。

第二,要突破实地受教育的模式。这一点特别是针对那些红色圣地来说的。一般而言,红色圣地都是爱国主义教育基地。尽管到这些红色圣地进行爱国主义教育会有很好的效果,但是空间距离是制约更多更远的青少年到实地接受教育的障碍。在新媒介环境的背景下,可以实现红色圣地相关展品的数字化。革命精神的数字化有助于突破空间的限制。麦克卢汉认为媒介就是技术,它是人的延伸。将数字化的革命精神通过互联网等新媒介进行传播,就是受众听觉和视觉的延伸。这样空间就不再成为障碍。

第三,利用新媒介技术传播,不要忽略了青少年的主动性。从技术上讲,实现革命精神的数字化是毫无问题的。然而在数字化后,在设计通过什么形式呈现给青少年的时候,要注意尊重青少年的主动性。数字电视的一个优点就是可以实现点播,甚至是互动。在通过数字化的形式向青少年传播时,切忌将他们视为被动的接受主体。在设计时,可以增强青少年的参与性,因为时下的多媒体技术在将受众的多种感官调动起来的同时也有将其固化为被动接受者之嫌,而这是革命精神在传播过程中所警惕的。只有在传播过程中实现主体参与,才能更加有效地将革命精神的精髓深入人心,践于其行。即设计诸多可供选择的形式,同样的内容,可以用不同的形式来展现出来。

第四,实地教育要采用各种各样的新技术。传统意义上,红色圣地在进行教育最初采用讲解员面对展品的讲解,后来发展到看影像资料和利用现代技术对实景进行模拟。其实,如果将新技术融合进去,把相关展品的内容数字化,青少年可以通过扫描二维码的方式来了解自己感兴趣的内容,这样不仅可以避免只是听讲解员讲解的不足,还可以了解更多更深的内容。因此,对相关展品内容数据库的建设具有十分的必要性。

三、新媒介环境下的革命精神传播需要系统建构

媒介作为人的延伸,已经在不知不觉中改变了人类的行为模式和感知方式,同时也在改变着人类生活的环境。新媒介更是将内容和技术有机地融合在了一起,以开放的、人人参与共建和自由表达的态势为更多的人所关注。鉴于革命精神之于新时代的必要性和新媒介固有的特性,结合大数据时代下的新情况和新问题,笔者认为,有必要建构一种不同于以往的、相对完善的关于如何在新媒介境遇中

传播革命精神的系统。媒介作为一种介质在市场机制的浸融中,需要强有力的手给予一定的引导和约束;另外,新媒体数字化的特殊性必然以其特有的方式参与传播内容的重构和受众的主体建构,这就需要充分发挥其市场上的自由自主的运作优势,进而实现参与的最大化。具体来说,可着重从以下三个方面着手。

1.从组织看,应建立专门的部门从事革命精神新媒介的传播

为了将相关的革命精神挖掘出来,教育部和中共中央党史研究室成立研究中心,其目的在于集中力量就特定的选题进行深入系统的研究。在前面已经分析过,单纯的以言指事如果不依托有效的传播形式和方法,以言行事的目的和以言成事的结果就很难实现。基于这样的思考,应该效仿成立革命精神与文化资源研究中心的做法,成立专门从事革命精神新媒介传播的部门,集中新闻传播领域的专家学者从传播的视角对相关问题进行研究。

当然,成立专门的从事革命精神新媒介传播的部门并不是说与已有的研究中心没有关系,实际上成立专门的从事传播研究的中心是从融合的角度将两个部门融合起来,即传播内容和传播方式手段的融合。这样在合作的基础上各司其职,发挥各自的优势,进而达到相应的目的。

之所以要成立专门的部门从事革命精神的传播研究,而不是将相应工作交给新闻传播院系,是因为前者能够针对特定的选题集中力量做事情,后者可能由于缺乏组织的严谨性而使得研究不系统,研究在某种程度上没有针对性。

2.从媒介结构看,要充分利用各种各样的媒介技术

从系统的角度看,组成整体的部分之间的关系是互补的。每个组成部分都有其自身的特点。如果将整个媒介看作是一个系统的话,各种各样的媒介技术是其组成部分,无论是传统的传媒技术,还是新的传媒技术,它们之间因差异而具有相应的价值;同时,传统传媒技术和新的传媒技术的各组成部分也因差异而有自己的价值。从口口相传的口语时代、以技术为核心的印刷时代到以数字为媒介的网络时代,后者与前两者的根本不同就在于“把巨大的距离和时间的瞬即性彼此结合”^[9]。

如前所述,这就从根本上打破了媒介传播上的时空限制,但也将时下的信息传播全副依托给了数字传媒,全球化、地球村的形成在予以便捷的同时也将全球纳入牵一发而动全身的紧密联系之中。因是之故,革命精神的传播也不能全部依靠占主导地位的数字传媒,而应取其精华而用之,试图在多种传播手段中寻觅出“琴瑟和鸣”的传播方式,打破单一媒介在时间和空间维度上的限制。

从媒介结构出发,充分利用各种各样的媒介技术是出于覆盖最广泛受众的思考。在前面已经分析过,青少年更倾向于运用新的媒介技术获取相应的信息,但是在传播的过程中不能放弃传统的媒介技术,只采用新技术来进行传播。这样会形成在获得了一部分受众的同时又失去了一部分受众。

考虑到是新媒介环境下的革命精神的传播,在利用各种新媒介技术时,要特别针对互联网、智能手机、ipad 设计开发相应的产品。在产品形式上,微视频、微广播、app 等要重点考虑。为了达到更好的效果,还要将利用新媒介技术传播革命精神同课堂融合起来,开发出适用的免费的教辅资料或者教学产品,这样就能更加直接地接触到目标受众。

3.从运行看,应采取行政手段和受众自由选择相结合的方式

在设计开发时,要对相应的产品形式做分类。一类是通过各种移动终端自由选择的,一类是通过行政手段硬性推广的。

自由是每个公民(也是人)最基本的权力,也是最基本的属性。但是“以人为本”的旨归并不在于人的全部欲求为基准,以满足其“为所欲为”为目的。这里的“人”实乃价值导向上大写的人,即人的应然品性。在革命精神的传播过程中,更是如此。中国共产党的革命精神作为一种高尚而又实事求是的意识导向,其价值取向是导引人们在品格上应然的提升,即革命精神本身的崇高决定要进一步挖掘延伸并传播的必要性。这就需要一定的具有强制性质的行政手段予以保证。

随着生产力水平的进一步提升,市场将越来越发达,物质财富愈加丰厚的同时,其急功近利等等的弊端也日益显露。新媒介的加入,使市场各部分之间的联系更加紧密。某种程度上说,受众也和媒介一样被纳入了市场机制之中。由此,以营利为目的的自由市场势必会诱引出受众的多方需求。换言之,受众的需求是经过市场生产出来的,而以获取高额盈利为动机的市场势必会将受众的寻求引向低迷、享乐。因此,适当的行政手段是必要的。尤其是在净化网络空气,引领网络公民的品德操守上,不能一味的以受众的需求为本位。

从一定意义上来说,现代社会的生活已经是一种媒介化的生存状态。技术的不断改变带来了社会生活的改变,“当今的社会就是媒介社会”^⑩。中国革命精神就其本身的价值取向上看,其传播具有必要性;新媒介的产生与广泛应用,在将人纳入市场机制的同时也受约于人,人与媒介之间的交互关系决定了中国革命精神在传播过程中势必要注重新媒介的强大反作用;在庞大的市场机制中,人作为资本运用的一环,要时刻警惕被商品化的趋势,因此,必要的行政手段在革命精神的传播过程中势在必行。

参考文献:

- [1]鲍德里亚.生产之镜[M].北京:中央编译出版社,2005:232.
- [2]延安大学人事处.延安大学中国共产党革命精神与文化资源研究中心招聘公告[EB/OL].(2014-05-27)[2015-06-22].
<http://www.yau.edu.cn/info/1117/16951.htm>.
- [3]嘉兴学院中国共产党革命精神与文化资源研究中心(红船精神研究中心)简介[EB/OL].(2014-10-22)[2015-06-22].
http://blog.sina.com.cn/s/blog_487d902d0102v6l0.html.
- [4]马歇尔·麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000:34.
- [5]波斯特.第二媒介时代[M].范静晔,译.南京:南京大学出版社,2001:87.
- [6]蒋原伦.媒体文化与消费时代[M].北京:中央编译出版社,2004:8.

Study on the Spreading of Revolutionary Spirit of the Communist Party of China Under the New Media Environment

Sun Xinyu

(Publicity Department of Party Committee, Hebei Normal University, Shijiazhuang, Hebei 050024, China)

Abstract: Under the new media environment, the dissemination of the revolutionary spirit of the Chinese Communist Party is a new task in the contemporary study of revolutionary spirit. Whether it is for the sake of its own, the audience, or the effect of communication, it should be carried out. New media technologies enable the audience to achieve freedom in the space, have easy access to reach the younger generation of the audience, and enrich the form of listening. Therefore, it is necessary, urgent and feasible to carry out research on the dissemination of the revolutionary spirit of the Chinese Communist Party from the perspective of new media.

Key words: spreading; new media; Chinese Communist Party; revolutionary spirit; audience

(责任编辑 陈 静)