

# “社会主义核心价值观与民主建设传播”学术研讨会综述

赵秀玲

“社会主义核心价值观与民主建设传播”研讨会于2013年11月2~3日在北京召开。会议由中国社会科学院政治学研究所和中国社会科学院“中国社会主义核心价值观的建设与传播课题组”联合举办。来自中共中央对外宣传办公室、中共中央党史研究室、中央编译局、中国社会科学院、中国人民大学、中国传媒大学、北京联合大学、《求是》杂志社等单位的20多位专家参加了研讨。现将会上提出的主要观点综述如下。

## 一、正确处理传播过程中的若干关系

与会专家认为,正确处理传播过程中的各种关系是做好核心价值观与民主建设传播的关键。

(一)政治与经济的关系。目前,在社会主义核心价值观与民主建设传播的过程中,对经济建设取得的成就宣传多,对政治建设取得的进步宣传少。与会专家指出,在今后的传播中应该注意使这两方面相协调。一方面,应理直气壮地讲我们政治建设的优势与特色,既坚持原则,又充满自信;另一方面,应注意经济与政治的协同性,借经济内容传播政治内容。

(二)传统与现代的关系。近些年,我们加大了向外推广中国传统文化的力度,成效明显。不过,外国人往往不认同当代中国价值观,这既与我们对当代文化的重视不够有关,又与在宣传当代文化时与传统文化脱节有关。我们在传播过程中既要注重传统文化,更要重视当代文化,在二者之间建起互动的桥梁。这样,传统文化在当代就会焕发新的生命活力,而当代文化因与传统文化接轨也会提升其被认同的水平。

(三)对内与对外的关系。社会主义核心价值观与民主建设传播既要强调内外统一,又要强调内外有别。目前,在对内与对外传播中,这种分别并不明显。有学者提出,我们党的文件对外宣传时应有所调整和润色,既不违背中国特色,又要符合外国的国情、便于理解。

(四)政治与学术的关系。在核心价值观与民主建设传播中,既有过于强调政治的倾向,也有过于强调学术的倾向。只从学术着眼,没有政治意识,势必导致学术的偏向和盲目;只重政治正确而无学术底蕴,往往没有说服力。因此,在传播过程中,既要坚持正确的政治方向,又要发挥学术的力量。

(五)精英与大众的关系。有学者认为,目前传播的对象往往以大众为主,一定程度上忽略了精英阶层,而精英阶层往往比大众更具影响力,尤其在美国,精英对大众的影响很大。应在精英与大众之间,形成宣传的互动,二者都不能忽略。

(六)广泛性与精细化的关系。在社会主义核心价值观与民主建设传播中,一方面视野越来越开阔,一方面也面临着随意化甚至概念化和模式化的倾向。这种倾向有时会给党和国家造成不可弥补的损失。有不少报道缺乏专业性,存在常识性错误。有的宣传机构因缺乏科学常识,在

传播中酿成大错。对宣传内容把关不严,在世界范围内引起负面反应,严重影响国家形象。因此,广泛报道与科学传播要并重,要强调精细化,不能太过“粗放”。

(七)主流话语与民众话语的关系。有学者认为,改革开放以来,主流话语和民众话语难以达成共识,影响了传播的真实性和有效性。在宣传过程中,一定要处理好二者关系,使之既具有差异和张力,又不失协调与共识,从而避免传播低效、失效。主流媒体与民众话语之间的差异与鸿沟,必然影响宣传的效果,甚至会出现宣传的反效果。因此,在传播过程中,要考虑民众的认同感。

(八)说与做的关系。在传播和宣传过程中,要处理好“说”和“做”的关系。哪些方面该说,能说到什么程度,用什么方式去说;哪些方面不能说,要说也要艺术地说;哪些方面要做,该怎么做,都要有一定的考量和研究。处理说与做的关系时,要做到沟通与理解,不能让“说”与“做”成为两张皮,更不能使二者相互掣肘。既要充分宣传我们的伟大成绩,增强我们党和国家的公信力和影响力,又要以“做”为基础,避免空话、套话。有时说得不要太满,更不要回避自己的局限和问题,而是留有余地,多宣传切实有益的事,哪怕是一件件小事,都会收到良好效果。

## 二、在传播过程中应注意的问题

与会专家强调,为确保传播正确、有效和可持续,必须抓住一些重要关节点。

(一)概念与范畴的辨析和使用。概念与范畴是学术研究的基础和前提,也是传播中的关键,运用得当,就会锦上添花;理解有误、使用失当,就会产生不良后果,甚至导致政策失误。所以,在传播过程中,概念和范畴的使用不可不慎。近现代以来,许多概念和范畴来自西方,其内涵、外延与中国国情并不完全一致,这就需要做切实的辨析与区分。如面对西方指责和干涉中国的民主与人权,我们若站在西方的概念和范畴上进行辩驳,就很难说清楚,但如果强调中国的民主和人权与西方有异,我们更多地强调人民的生存权和发展权,就会在更广的范围内、更大程度上为外界所理解。再如,谈论社会主义核心价值观,如我们既强调与世界的共通性,又能注入集体主义、“和而不同”等中国元素,就更能令人信服。把概念和范畴彻底界定清楚,就为社会主义核心价值观和民主建设传播提供了利器。

(二)传播主体的自信问题。我们必须以自信的姿态展开对国内外的传播。所谓自信,首先是必须自己相信。这就要求我们的传播主体出于真诚,发自内心地相信我们的党、政府和制度,这样才能有底气。其次是既要肯定自己的成就,又不避讳存在的不足和问题,这样才有大国风度,只有光彩而无瑕疵的人与事是没有的,也是不可信的。再次是以事实说话。自信取决于实力和功力,只有真正摆出你的强项,拿出你的成就,才能令人信服。最后是要有包容的心态。对于批评,我们完全可做一个听众,汲取不同意见甚至否定性批评,某种程度上说,这是更加自信的表现。总之,在心态上,我们要由自卑走向自信,社会主义核心价值观和民主建设传播才能更上一层楼。

(三)媒体的责任和道义承担。现在横亘于传播面前的一个拦路虎是媒体的失范现象,有的媒体受到市场经济负面影响的冲击,变为某些利益集团的代言人,这必然导致社会主义核心价值观和民主建设传播的偏向。有学者指出,有的媒体将基层社会描绘得惨不忍睹,极易让人们失去信心,却迎合了一些人的口味。定位不明,既要宣传党的政策,又要努力创收,这种矛盾性大大减损了媒体的责任心,甚至失去了公信力。有的媒体尤其是国家媒体最重要的不是挣钱,而是要有公德、责任、操守,这样才能不辜负党和人民的重托。

(四)传播中的人民本位观。宣传应始终坚持以导向为灵魂,以真实为生命,以人民为中心。然而,在实际宣传和传播工作中,有的媒体往往缺乏人民本位的价值观和传播观。因此,在传播过程中,要站在人民立场上,心中装着人民,以广大人民群众的喜悦哀乐为旨归,不为市场左右,不一味地媚俗,迎合低级趣味,从而形成真正的客观、公正、高尚、美好的传播局面。

### 三、做好传播工作的几点建议

与会专家提出,进一步做好社会主义核心价值观与民主建设传播,需要在以下方面着力。

(一)转变传播思维,以“实”代“虚”。有学者指出,在以往的传播中,存在一定程度的空洞化倾向,有时官气较重,形式主义明显。今后,应从“实处”着眼,在具体事件上下功夫,注意改变传播的思维和策略。比如,在传播中,应有这样的定位:我国是一个发展中国家,会存在不少问题,在汲取人类发展成果的同时,更要听取建设性意见,以便取长补短。对批评性意见,不要将自己的成就无限拔高,不要一味地采取针锋相对的态度,而是要用事实说话,以低调的姿态做好自己的工作。还有学者认为,中国农民“不交税”这样的惠农政策很了不起,然而,我们的媒体宣传的很少,反而对一些玄而又玄的论题津津乐道,这种偏爱空洞的传播思维要改变。总之,宣传和传播越空洞,越敌对,越虚夸,就越会让人不信、反感和抵触;相反,放下架子,注重实事,态度友善,就会获得人们的尊重和信赖。

(二)调动多方面的积极性。有学者认为,在社会主义核心价值观和民主建设传播中,要分对象和层次,争取不同社会阶层的支持和理解。精英与大众之间,有时他们也会兴趣迥异,从结构上看,很可能精英只是极少数,但其作用却很可能较大,因为精英阶层往往掌握着话语权,会影响大众。从传播的过程看,精英阶层虽不是最后的落脚点,但它可能起到“支点”的作用。因此,让国内学者和国外的学术机构在传播中充分发挥作用,这既是一种有效方法,更是一种传播智慧。

(三)走传媒的分众化发展之路。就目前情况看,我们的传播尽管有多元化趋向,但仍存在着责、权、利不分的问题,这就容易影响各方面的积极性和创造性,造成人为的限制和混乱,使宣传和传播不顺畅。有学者认为,国际上媒体往往分三类,有的专门承担政治性宣传功能;而大部分则是经营性的,不负责对外传播;还有一类是民众支持的媒体,其功能是传播性的。这种划分各司其职、分工明确、互不冲突。中国的媒体往往具有多种功能,定位不清晰。中国传媒应走分众化道路,准确定位,多元发展,使宣传与传播更有效。

(四)运用通俗易懂、深入浅出的传播方式。这些年,尽管党和政府反复强调摆脱官僚主义和形式主义的作风和文风,但在传播过程中,官样文章、本本主义甚至恶俗倾向仍然存在,这就严重影响了党的声誉,也使传播难以达到应有效果。与会学者认为,在传播社会主义核心价值观和民主建设中,一定要摒弃那些概念化、庸俗化的传播方式,而代之以健康、明朗、深入浅出的传播方式。其目标是找到最能切近老百姓接受能力的、为其喜闻乐见的形式。

作者:赵秀玲,中国社会科学院政治学研究所(北京市,100028)

(责任编辑:林立公)