

新时代廉政文化大众化传播的现实困境与优化策略

韩建力,王立峰

(吉林大学 行政学院,吉林 长春 130012)

摘要:中国特色社会主义进入新时代,中国共产党将廉政文化建设全面融入党的建设和反腐败斗争之中,对廉政文化建设在构建风清气正的政治生态、持久推进正风肃纪和构筑不想腐的堤坝等方面提出了更高的要求,反映在廉政文化传播方面,则体现为党和国家更加注重廉政文化的大众化传播。当前,廉政文化大众化传播的理念有待革新,渠道有待拓展,内容急需创新。这需要推动廉政文化传播从“传者中心”向“受众中心”转向,积极建设和拓展廉政文化传播渠道,创新廉政文化传播内容和形式。

关键词:新时代;廉政文化;大众传播;政治生态;党的建设;廉政教育

中图分类号:D261 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2020)01-0019-08

一、问题的提出

党的第十九次全国代表大会报告指出:“不敢腐的目标初步实现,不能腐的笼子越扎越牢,不想腐的堤坝正在构筑,反腐败斗争压倒性态势已经形成并巩固发展。”^[1]如何巩固反腐败斗争成果,夺取反腐败斗争的压倒性胜利成为当前反腐倡廉工作的重要议题,而完善源头反腐和长效反腐机制是其必然要求。廉政文化“以崇尚廉洁、鄙弃贪腐为价值取向,融价值理念、行为规范和社会风尚为一体”^[2],是一种作用于主体源头,具有长效反腐功能的文化形式,是新时代反腐败体系的重要组成部分。廉政文化传播可以简单区分为针对公职人员的廉洁政治文化传播和面向大众的廉洁社会文化传播^[3]。前者依托会议、集体活动等组织化传播渠道,着力培育公职人员的廉洁价值观,构建和强化防腐反腐的思想防线,提升其“不想腐”的自觉,是源头反腐的根本之策;廉洁社会文化传播则借助报纸、广播、电视以及网络新媒体等大众媒介渠道,向大众传播廉洁理念、价值、知识,着力提升大众的廉洁意识、反腐参与意识和参与能力,在形成廉洁社会风尚,巩固反腐败斗争成果,长效反腐防腐方面具有积极意义。中国特色社会主义进入新时代,党和国家不仅要强调对党员领导干部的廉政文化教育,而且要高度重视廉政文化的大众化传播。

当前,学术界围绕廉政文化的特征和功能、廉政文化资源、廉政文化建设路径等方面做了诸多

收稿日期:2019-03-08

作者简介:韩建力,吉林大学行政学院,博士研究生。

通讯作者:王立峰,法学博士,吉林大学行政学院,教授,博士生导师。

基金项目:国家社会科学基金项目“中国特色社会主义法治视域下党内法规与国家法律的衔接与协调研究”(17BFX017),项目负责人:王立峰。

探讨。就廉政文化的特征和功能而言,多数学者强调廉政文化在“源头反腐”^①和“长效反腐”^②机制构建方面的功能特质,将廉政文化作为制度反腐、过程反腐的必要补充^③。一些学者认识到,廉政文化在政治、社会层面还具有熏陶教化、舆论导向和审美凝聚功能^④、社会整合功能^⑤等。

就廉政文化的资源而言,有学者尝试挖掘中国古代的廉政文化资源^④,发现中国现代如毛泽东^⑥、邓小平^⑦的廉政文化建设思想资源,中国共产党在革命年代的廉政文化建设经验^⑧以及国外的廉政文化建设经验^⑨,借以推进廉政文化建设。此外有学者主张寻找一种承载了全民族共同文化记忆,同时能够超越时代局限的文化资源^⑩。

就推进廉政文化建设的路径而言,学术界遵从“问题—对策”模式做了诸多探讨。有学者指出廉政文化建设还存在着被动化、形式主义、过度产业化等方面的问题,提出应从价值体系、道德基础、表现形式、长效机制、基础研究五个方面深入推进反腐倡廉建设^⑪。有学者指出当前廉政文化建设中存在着廉政文化理念偏差、教育方法不当、制度不健全、环境缺失等问题,并提出了培育科学的廉政价值观、加强廉政文化制度建设、创新廉政文化传播载体、营造廉政文化宣传氛围等关于廉政文化建设的建议^⑫。

总而言之,学者们对廉政文化在党风廉政建设和反腐败斗争中直接作用于主体源头、影响广泛、效力持久的特征具有共识性认知;对中国古代廉政文化资源,以及中国共产党在革命、建设和改革过程中积累的廉政文化思想资源有着充分的挖掘。然而,现有研究尚未将新时代党风廉政建设和反腐败斗争的新要求纳入廉政文化建设研究之中,对廉政文化大众化传播的现实意义及推进路径缺少必要的探讨。因此,阐释廉政文化大众化传播对新时代党风廉政建设和反腐败斗争的现实意义,探讨其现实困境,并提出针对性的优化策略,具有重要的理论意义和实践价值。

二、新时代廉政文化大众化传播的现实意义

党的第十八次全国代表大会以来,在中国共产党的领导下,我国取得了反腐倡廉斗争的阶段性胜利。虽然“反腐败斗争形势依然严峻复杂”,但当前反腐败的任务已经转换为“巩固压倒性态势、夺取压倒性胜利”^⑬。在党的建设方面,党的第十九次全国代表大会报告指出,“以加强党的长期执政能力建设、先进性和纯洁性建设为主线”,“以党的政治建设为统领”,“全面推进党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设,把制度建设贯穿其中,深入推进反腐败斗争,不断提高党的建设质量”^⑭。可见,党的第十九次全国代表大会将廉政文化建设融入了全面从严治党的总体布局,体现在党的政治建设和作风建设以及反腐败斗争的部署之中,明确了廉政文化建设在政治生态建设、党员作风建设和“三不腐”中不想腐机制建设方面的功能,旨在将反腐败斗争引向深入。加强廉政文化大众化传播契合了新时代党和国家在贯彻全面从严治党基本方略,推动党风廉政建设和反腐败斗争方面的新要求,具有重要的现实意义。

① 有关廉政文化“源头反腐”的功能,参见:何少林.我国廉政文化建设论略[J].科学社会主义,2007(1):95-97;严华.“总体镜”下的廉政文化建设——旁及廉政文化建设的维度问题[J].理论与改革,2013(3):136-138等。

② 有关廉政文化在反腐体系建设中的长效性的论述,可参见:贺一松.文化视角下的反腐倡廉建设[J].求实,2011(12):68-70;王冰,吴林风.非政府组织参与廉政文化建设的困境与路径选择[J].湖北民族学院学报(哲学社会科学版),2014(4):109-114等。

③ 相关研究参见:刘占虎.制度反腐、过程防腐与文化倡廉——中国特色反腐倡廉道路的探索与思考[J].马克思主义与现实,2014(1):192-198;蒯正明.推进制度反腐建设的路径探究[J].中国特色社会主义研究,2016(6):97-102等。

④ 相关研究参见:董晓彤.“运用历史智慧推进反腐倡廉建设”——学习习近平有关重要论述的体会[J].廉政文化研究,2016(2):20-26;袁北星,问青松.论中国传统廉政思想文化的基本内涵和主要特征[J].江汉论坛,2012(12):26-30;宋敏娟.中国传统文化中的廉政之道及其当代启示[J].毛泽东邓小平理论研究,2015(1):79-83;任松峰,王杰.《周礼》“六廉”思想及其现代价值[J].中共中央党校学报,2014,18(3):54-57。

(一)加强廉政文化大众化传播有利于构建风清气正的政治生态

政治生态是全体公民和执政党行为的政治环境,既是执政党领导多元主体进行国家治理、社会治理的结果,也是治理行为运作的平台^①。当前政治生态存在的关键问题之一,即在于“腐败文化严重侵蚀了政治生态环境”^[13]。有学者指出,受传统血缘伦理影响,部门腐败、家族腐败等“塌方式”腐败现象频发;部分群众在教育、医疗、就业等方面习惯“走后门”“托关系”“请客送礼”,严重破坏社会风气;部分群众将贪污受贿看作是一种可以接受的行为,腐败出现了一种组织化、弥散化、文化化的趋势^[14]。腐败文化的滋生和蔓延,腐败风气和其生活方式对人们生活的渗透,为腐败与行贿行为提供了文化层面的滋养。在党的政治建设方面,党的第十九次全国代表大会报告提出:“抵制商品交换原则对党内生活的侵蚀,营造风清气正的良好政治生态。”^[1]廉政文化的大众化传播有助于提高群众的廉政意识,推动群众抵制腐败文化,形成崇尚廉洁的社会风尚,推动局部的廉洁政治气候凝聚为风清气正的政治生态。“净化政治生态同修复自然生态一样,绝非一朝一夕之功”^[15],廉政文化的功能长效性则为政治生态的净化提供了长效保障。

(二)加强廉政文化大众化传播有利于持之以恒正风肃纪

“党的作风是党的形象,是观察党群干群关系、人心向背的晴雨表。”^[16]持之以恒推进正风肃纪的核心在于保持党和人民的血肉联系。党的第十九次全国代表大会报告在党的作风建设方面明确要求:“坚持以上率下,巩固拓展落实中央八项规定精神成果,继续整治‘四风’问题,坚决反对特权思想和特权现象。”^[1]当前,正风肃纪活动主要依赖于党和国家指导下的各级党委、纪委、监察委等正式组织。受正式组织的规模、活动空间和监督时间等方面的限制,这些正式组织在监督执纪过程中往往存在“监督不到”“效力不长”的问题。从实践来看,部分党员干部中存在的小吃小喝、小卡小要等作风问题,纪律问题属于一种日常化、隐匿化的“微腐败”,一些收受礼品、礼金的行为也打着亲友礼赠的幌子。在此类问题的处理上,纪委和监察委等正式组织如果不能有效动员群众参与、吸纳社会力量,就可能导致发现和查处效能不足的问题。有效的廉政文化大众化传播有利于充分调动群众力量,形成良好的社会风气,营造良好的纪律法规执行环境,促使党员干部守住底线,使他们习惯在受监督和受约束的环境中工作。习近平同志指出:“作风建设是永恒课题,要标本兼治,经常抓、见常态,深入抓、见实效,持久抓、见长效。”^[17]廉政文化的文化特性保障了其效力的长期性,是持之以恒正风肃纪的长效推动机制。

(三)加强廉政文化大众化传播有利于筑牢不想腐的堤坝

不想腐是指党政官员对待不腐败问题的自觉意识,是夺取反腐败斗争压倒性胜利的关键环节。党的第十九次全国代表大会报告在反腐败斗争方面要求:“强化不敢腐的震慑,扎牢不能腐的笼子,增强不想腐的自觉。”^[1]从实践上来看,党的第十八次全国代表大会以来,党中央着力推进党风廉政建设和反腐败斗争。如今,反腐败斗争也取得了阶段性胜利,不敢腐的目标初步实现,不能腐的笼子也越扎越紧。新时代,构筑“不想腐”堤坝是巩固反腐败斗争成果、深入推进全面从严治党需要解决的关键性问题。“当文化防腐的实施机制足够强大时,它不但具有遏制腐败的功能,而且最终能够达到让人不想腐败、不愿腐败的效果。”^[18]廉政文化大众化传播具有传播廉洁价值理念、引领社会风尚、规范公众行为等作用,有利于群众廉政意识、反腐参与意识和参与能力的综合提升。这一方面有利于廉政文化精神和价值观教育的生活化,为群众自觉抵制腐败文化侵蚀构筑心理防线;另一方面有利于廉洁社会氛围和强大反腐防腐外部机制的形成。廉洁的社会文化氛围和强大的反腐防腐机制为推动公务人员形成“不想腐”的观念自觉,创造了良好的外部环境,对筑牢“不想腐”的堤

^① 学术界有关政治生态的定义还存在争议。本文认为政治生态是制度运行的结果,也包含了各行为主体的交往行为,所以,将政治生态看作是一种融合了制度、文化和交往行为的政治环境。参见熊光清. 如何塑造良好的政治生态[J]. 探索与争鸣,2015(8):73-76;祝福恩,隋芳莉. 政治生态的四维结构及营造对策[J]. 探索,2016(3):102-105.

坝有积极作用。

三、廉政文化大众化传播的现实困境

2005年1月3日,中共中央发布《建立健全教育、制度、监督并重的惩治与预防腐败体系实施纲要》(简称《纲要》)。《纲要》不仅强调以领导干部为重点,强化针对领导干部的反腐倡廉教育,而且明确提出“大力加强廉政文化建设,积极推动廉政文化进社区、家庭、学校、企业和农村”^[19]。“五进”的提出实质上将廉政文化建设推向了整个社会,也标志着我国的廉政文化建设进入了快车道。传统上,我国的廉政文化建设主要包括三个方面:一是依托“红色资源”建设廉政教育基地,各地兴建廉政文化广场、长廊等工程;二是以口号、标语、反腐倡廉电视剧等为代表的文化产品生产;三是由党委、纪委等组织开展推动的警示教育、优秀典型宣讲、集体观影、文艺汇演和廉政文化进社区、家庭、学校、企业、农村、机关等活动。随着网络传播技术的发展和广泛运用,廉政文化网站、微信公众号以及各类群组纷纷建立,有效拓展了廉政文化传播渠道。廉政文化建设取得了突出成效,“清廉为民、干净干事的廉政文化不断恢复和强化,党内正能量不断积聚和壮大,影响了社会的各个领域”^[20]。党的十九大以来,中国共产党为巩固反腐败斗争成果,将反腐倡廉工作引向深入,提出了强化廉政文化大众化传播的新要求。结合我国的廉政文化传播实践和大众传播理论,我们发现,当前的廉政文化大众化传播面临三大困境。

(一)廉政文化大众化传播的传播理念有待更新

传统上,廉政文化传播主体延承了组织传播和宣传理论中的单向传播方式,在廉政文化内容生产和传播过程中,往往以“传者中心”的单向传播理念为指导,缺乏适应和满足受众的偏好和需求的能力,影响了廉政文化的大众化传播效果。

从理论上讲,传播学者对传播效果保持着长期的关注,并通过实证研究方法不断更新对传播效果的认知。如美国传播学学者赛弗林就认为,传播效果研究经历了从魔弹论^①、有限效果论、适度效果论到以“沉默的螺旋”^②为代表的强大效果论的转变^[21]。当前,一些廉政文化传播主体依然用以“魔弹论”为基础的单向传播理念来指导廉政文化的内容生产、渠道推广和效果评估,具体表现如下。其一,从传播效果评价上看,廉政文化传播主体往往将集体学习、讨论和组织文艺表演等集体活动的次数,廉政微信公众号、微博等传播渠道的数量,以及宣传标语、文章、视频等廉政文化产品的数目作为衡量廉政文化传播效果的标准。比如河北任丘开展了廉政文化进农村、进社区、进机关、进学校“四进”活动。在展示成果时,任丘列举了“打造13个精品村、4个示范社区、3个示范机关和4所示范学校,制作展牌、橱窗、专栏3700余个,在全市413个村建成廉政文化广场47个、绘制廉政文化墙1.3万平方米”^[22]。在取得成绩的同时,对民众的实际廉政认知、廉政意识和反腐能力等方面任丘却缺少关注。这种“重数量、轻质量”“重形式、轻实质”的效果评估方式往往并不能客观反映廉政文化的传播效果。其二,从传播渠道上看,廉政文化大众化传播多依赖主流媒体。随着网络化、移动化、智能化新媒体的发展和广泛运用,主流媒体诸如报纸、电视、广播等传统渠道的优势遭到削弱,而借助新媒体渠道进行传播的廉政文化内容也受到了泛娱乐化信息的挤压,其传播力和影响力也被削弱。其三,从信息内容上看,部分地区多以新闻报道、电视剧和电影等形式推广廉政文化,相关内容存在说教性过强、观赏性不足、缺乏吸引力等问题。可见,廉政文化大众化传播的

^① 魔弹论又称“皮下注射论”,是一种传播的强势效果论,这种传播效果论认为,大众媒体的影响力像子弹和皮下注射一样,直接有效。参见:高海波.魔弹论:层累地造成的学术史[J].国际新闻界,2010(04):17-21.

^② 德国传播学学者诺依曼假定:强势意见会对持有弱势意见一方产生孤立威胁,个体可以感知意见气候,个体为了规避被孤立的威胁,通过对意见气候的评估选择自己的行为。诺依曼提出的“沉默的螺旋”是这样一个过程:一方大声地表明自己的观点,而另一方可能吞下自己的观点,保持沉默,从而进入螺旋循环——强势意见占明显的主导地位,其他的意见从公共图景中完全消失,并且“缄口不言”。参见:[德]伊丽莎白·诺尔-诺依曼.沉默的螺旋:舆论——我们的社会皮肤[M].董璐,译.北京:北京大学出版社,2013:5.

理念滞后是导致廉政文化大众化传播效能不足的重要原因。

(二) 廉政文化大众传播的渠道有待拓展

传统上,廉政文化的传播高度依赖以会议、电视、报纸等媒介为代表的组织化、体制化渠道。而随着网络新媒体的崛起和信息内容的增加,廉政文化传播主体如果不能有效建设和拓展社交化、个性化、全媒体化的网络传播渠道,就可能因脱离受众而影响传播实效。

麦克卢汉曾提出著名的“媒介即讯息”“媒介是人的延伸”的论断,认为“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(或曰任何一种的新技术),都要在我们的事务中引进一种新的尺度”^[23]。网络化、移动化、智能化、强互动性的网络新型渠道逐渐型塑了当代中国的复杂媒体景观。据统计,2017年的数据显示,半年内每天上网看新闻的网民比例高达61.9%^[24];到2018年6月30日,我国网民规模达8.02亿,互联网普及率为57.7%,网络新闻用户规模达6.63亿,网民使用比例为82.7%^[25];截至2019年6月30日,我国网民规模达8.54亿,互联网普及率为61.2%,网络新闻用户规模达6.86亿,网民使用比例为80.3%^[26]。事实上,伴随着媒介融合进程的加快,传播受众也实现了从线下到线上的转变,逐步适应了新媒体渠道的信息生产、传播方式。长期以来,以会议领会廉政文化建设精神,以文件落实廉政文化建设任务的现象频现。在进行廉政文化大众传播时也多借用报纸、电视、广播、电影等传统媒介,而对当前的主流信息渠道——以“两微一端”为代表的信息渠道重视不足。虽然诸多省市机关部门,开通了廉政微信公众号、廉政微博,但受限於技术、资源和专门人才储备等方面的不足以及内容形式对传统媒体的简单延承,对新媒体渠道的开发利用程度还处于较低的层次。

(三) 廉政文化大众化传播的传播内容亟待创新

廉政文化传播的内容和形式建设是廉政文化传播的着力点和最终落脚点。新时代,面对居住分散,生活境遇、利益诉求和教育程度存在巨大差异的多样化受众群体,廉政文化传播主体未能根据受众的差异性进行内容的生产和传播,影响了廉政文化的大众化传播效果。

廉政思想、廉政人物、廉政故事以及廉政知识构成了廉政文化传播的主体资源,对相关素材的选择及其呈现则构成了廉政文化传播的基本形式。但是,传统的廉政文化内容还存在三方面的问题。第一,简单地将组织化廉政教育内容移植到廉政文化大众化传播过程中。廉政文化传播主体以领导人讲话和指示、官方文件、主流报纸等当做大众化传播文本,宏观指导多而具体举措少,抽象原则多而生活实际少。受众缺少理解和学习相关内容的兴趣,传播效果受限。第二,对廉政文化资源的开发与内容呈现,存在与受众需求相脱离的情况,影响了廉政文化的传播效能。一些塑造廉政典型人物的作品,往往采用“高大全”式的人物塑造方式,存在文本说教意味浓重、官话套话代替人物语言等问题。比如,依托电视剧、电影的文艺作品如《焦裕禄》《杨善洲》《于成龙》等在表现手法上依然较为传统,而作为一种新闻形式的廉政典型报道则在激烈的信息市场竞争中影响较弱。第三,缺少旨在提升公众廉政意识和反腐能力的廉政教育内容。现有的诸如《铁齿铜牙纪晓岚》等廉政文化大众文艺作品,不同程度地表现出一种“清官情结”,强调反腐过程中民众对圣君、清官的依附性,降低了公众主动参与反腐斗争的意愿,而且以原情、引经为特点的断案方式与当前的法治精神背道而驰,无助于提升公众反腐参与能力,也无益于现代公民意识的培养。而诸如腐败的类型、特征、多发领域,对贪腐分子的惩处法规、纪律,参与反腐工作的举报渠道、方式等方面的内容,还不同程度地存在缺失和不足等问题。因此,如何在数量庞大、居住分散的普通公民进行受众细分的基础上,生产出符合党和国家以及群众需要的廉政文化产品是廉政文化传播主体亟待解决的问题。

从实践上来看,廉政文化大众化传播的现实困境导致了两方面的问题:其一,廉政文化大众化传播产品数量不足。比如,兼具观赏性和现实性的现实主义剧作《人民的名义》(2017)和兼具话题性和形式创新性的纪录片《巡视利剑》(2017)等大众文化产品依然是少数;其二,廉政文化大众化传播产品质量有待提高。有学者指出:“廉政文化的传播形式过于严肃、僵硬和形式化,因而失去了应

有的传播效果。比如一些地方片面地认为演几出戏、唱几首歌、搞几场活动、办几次比赛，一做了之，内容上缺乏针对性，传播中缺乏群众性，形式上缺乏新颖性，实际效果很不理想。”^[27]这也要求党和国家着力优化廉政文化传播，强化廉政文化大众化传播效果。

四、新时代廉政文化大众化传播的优化策略

廉政文化的大众化传播遵从大众传播的一般规律。根据拉斯韦尔确立的经典“5W”传播流程，我们可以从传播主体、内容、渠道、受众等方面寻找优化传播效果的思路。就廉政文化传播而言，传播主体应以受众为中心，主动调整廉政文化传播理念；适应媒介技术的发展，积极拓展廉政文化传播渠道；尊重受众的信息内容偏好，创新廉政文化传播的内容形式。

（一）推动廉政文化传播的“受众中心”转向

传统的廉政文化传播遵循一种“传者中心”理念，廉政文化传播多借助报纸、电视、广播等主流渠道；廉政文化的内容和形式主要基于廉政传播主体的生产需要，在一定程度上忽视或者无视大众对廉政文化信息、阅读乐趣的满足；对廉政文化的传播效果持有较高预期，以廉政文化渠道和产品数量评估廉政文化传播效果。2016年习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上提出：“要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。”^[28]新时代的党风廉政建设和反腐败斗争要求廉政文化传播从规模较小、传者中心的组织化传播模式向大众传播转换，这需要推动廉政文化大众化传播适应分众化、差异化的传播趋势，实现“传者中心”向“受众中心”的转变。

首先，应调整廉政文化传播预期。廉政文化传播主体应充分认识到受众主动性的提升以及媒介环境的复杂性，从注重传播渠道和内容生产数量转移到注重现实传播效果上来，认识到当前廉政文化传播效果的有限性和不足，这是新时代强化廉政文化大众化传播的前提。其次，应做好廉政文化传播的受众细分工作，1956年美国学者温德尔·史密斯(Wendell·R·Smith)首次提出“市场细分”概念^[29]，在随后的有关娱乐产品推广、健康传播、气候变化传播等研究中，基于市场细分理念提出的“受众细分”被证明是获得良好传播效果的起点和必要因素^[30]。廉政文化传播主体也应适应分众化、差异化的传播趋势，构建廉政文化精准传播格局。具体而言，传播主体要注重受众分析。各级传播主体可以综合运用大数据、机器学习等技术，分析相关信息的网络受众的点赞、转发以及留言跟帖内容，同时参考传统的广播收听率、电视收视率、纸媒订阅量等数据，以把握大众的信息接触习惯和偏好，勾勒用户图像，为廉政文化的精准化传播夯实基础。最后，廉政文化传播主体应重视受众的主动性和现实需求，根据受众需求和大众偏好制定和优化传播策略。针对不同的媒介和群体，在调整文风、话风的同时，适应网络传播渠道新要求，充分利用网络新媒体的便捷性、交互性优势，以及内容呈现方面的直观性、生动性和兼容性优势，形成廉政文化传播的“超级文本”，以更多元的廉政文化内容和形式满足不同受众的多样化需求，服务于廉政文化大众化传播目的。

（二）建设与拓展廉政文化传播的渠道

面向大众的廉政文化传播，需要根据受众分布特点建设和拓展廉政文化传播渠道。从实践上来看，“基于传统媒介的反腐倡廉宣传教育流于落后与陈旧、空洞和单调，而缺乏对新渠道新平台的开发利用”^[31]。我国网民构成年轻化特征明显，网民中的青年群体习惯于“通过微媒体渠道参与社会热点和公共事件的围观、讨论、挖掘与传播，信息传播权和话语权‘去中心化’趋势凸显”^[32]。年轻化网民主体的壮大，加之注重关系构建的新型媒介的发展，对依赖于传统传播途径和传播方式以及程式化写作的廉政文化传播造成极大冲击。

2013年8月19日，习近平总书记首次提出要“加快传统媒体和新兴媒体融合发展”^[33]，2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。2019年1月25日习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时强调：“要运用信息革命成果，推动媒体融合向纵深发展。”^[34]党和国家的高度重视，推动了以报纸、电

视等为代表的传统媒体的媒介融合工作。以我国的党报系统为例,据人民网研究院对覆盖国内中央级 12 家、省级 33 家、地市级 332 家共 377 家党报的统计数据,截至 2018 年 5 月 15 日,中央级报纸除 2 家没有创办自有 APP 之外,其他传播渠道的建设率均为 100%。省级党报全部创办网站、开通官方微博账号并入驻聚合新闻客户端,微信和自有 APP 的开通率也都超过 90%。地市级党报各个传播渠道的建设率相对较低,除网站建设率超过 90%以外,其他各个渠道的建设率均在 70%左右^[35]。主流媒体的媒介融合工作得到了实质性推进。不过,正如丁柏铨所指出的:传统媒体的优势在于生产和制作新闻产品,但在内容分发和作为一种信息平台方面存在劣势,“传播手段的建设和创新委实已经到了不重视不可的境地了”^[36]。因此,传统媒体注重受众的反馈意见,重塑与受众的关系,强化媒体公信力,是巩固廉政文化传播传统阵地的必由之路。另外,要重视廉政文化传播渠道网络的构建,促进其与传统媒体在内容共享基础之上的媒介融合,形成廉政文化传播媒体的传播网络。媒介融合是指同一内容在渠道方面的建设或拓宽。这就要求廉政文化传播主体不仅要通过报纸、电视、广播等媒体进行传播,还要充分利用微博、微信和新闻客户端等移动网络新媒体的效度和广度优势,形成廉政文化传播矩阵,设置廉政文化议题,强化廉政文化传播效果。

(三)创新廉政文化传播的内容与形式

廉政文化大众化传播对廉政文化资源的开发和呈现提出了新的要求。廉政文化大众化传播内容应包括三个部分:第一,有关廉政文化建设方面党和国家领导人的重要讲话、指示,以及相关原则、方针、政策文件等;第二,以反腐倡廉为主题的新闻、文学作品、电视剧、电影等文艺作品;第三,旨在提升公众廉洁意识、反腐参与意识和能力的廉政教育内容。随着网络信息技术的发展与普及,如何根据分散化、年轻化的受众群体需求,挖掘廉政文化题材,创新传播形式,成为廉政文化传播优化策略关键的着力点。

首先,应做好廉政文化建设的指导精神、理论文本和相关文件的大众化“转译”工作。廉政文化传播主体应适应大众需求和信息接受偏好,致力于将抽象的原则或文件以形象、生动、真实可感的形式呈现出来,避免廉政文化大众化传播中念文件、读报纸式的生硬宣讲和说教。其次,有关真实人物事迹的廉政文化大众化传播产品应恪守真实性原则。在内容生产和传播过程中,不虚构事件拔高廉政典型,也不掩盖廉政典型的“瑕疵”,允许廉政人物从“高大全”中解脱出来,避免以官话、套话代替人物正常交流的现象,以“真”感人,以“情”动人,以“惩”警人。再次,积极开展旨在提升公众廉政意识和反腐参与能力的廉政教育,特别是强化重点领域、重点群体的公众廉政教育。比如长期以来,针对学生群体的廉政教育和宣传着力不足,内容和方法也有待创新。这就需要有针对性地强化对学生群体的廉政教育。廉政文化教育还需要拓展到不同年龄、职业、阶层的群体之中,优化大众参与反腐倡廉工作能力方面的廉政文化内容形式,打造适应组织化传播和大众传播渠道的廉政文化内容体系。

中国特色社会主义进入了新时代。伴随着新时代反腐倡廉工作的深入推进以及党的建设任务的转变,廉政文化建设任务也需要做出适应性调整。廉政文化的大众化传播作为新时代廉政文化建设的重要任务之一,既依赖于廉政文化建设和反腐倡廉整体工程的体系化支持,也需要嵌入到新时代党的建设和从严治党布局之中。就廉政文化传播自身而言,党和国家的相关部门需要统筹规划传播目标、传播渠道、传播内容,推动廉政文化传播内嵌入反腐倡廉体系,充分动员人民群众的力量,整合巡视利剑、制度反腐和监督机制的力量,构建清明的政治生态,为构筑“不能腐、不敢腐、不想腐”的堤坝提供文化支持。同时我们也应认识到,廉政文化建设在功能上并不止于反腐倡廉这一功能。廉政文化传播中包含的廉政形象传播和执政党权威呈现等功能,为政党执政合法性建设、国家认同建设实践提供了更多的可能,也为廉政文化传播研究者展现出更多的时代命题。

参考文献:

- [1] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告(2017年10月18日)[N]. 人民日报,2017-10-28(1).
- [2] 《关于加强廉政文化建设的意见》编写组. 关于加强廉政文化建设的意见[M]. 北京:中国方正出版社,2010:1.
- [3] 杜专家. 中国特色腐败治理体系构成要素探微[J]. 中国地质大学学报(社会科学版),2017(2):164-172.
- [4] 孙立军,焦岚. 廉政文化的挖掘与探索[J]. 中共中央党校学报,2014(1):60-63.
- [5] 周慧敏. 社会主义廉政文化建设的实践功能与历史价值[J]. 理论探讨,2012(2):32-35.
- [6] 鲁贵卿. 毛泽东廉政文化思想的现实意义[J]. 理论视野,2014(11):17-18.
- [7] 戴剑飞. 邓小平廉政文化建设阐释性分析[J]. 毛泽东思想研究,2013(2):106-110.
- [8] 陈始发,李立娥. 中央苏区廉政文化建设机制探析[J]. 江西财经大学学报,2015(2):97-105.
- [9] 马福运,秦慧婷. 经验与启示:中国学者视野中的新加坡廉政建设[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版),2015(5):60-64.
- [10] 王学青. 鲁迅思想与廉政文化建设[J]. 南通大学学报(哲学社会科学版),2013(6):86-91.
- [11] 刘中. 试论我国廉政文化的建设路径[J]. 中共天津市委党校学报,2012(6):82-85.
- [12] 孙喜英. 软实力视域下廉政文化建设的发展阻滞与突破路径[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版),2016(3):46-49.
- [13] 牟广东,曹云生. 廉政文化,从源头上预防和治理腐败的重要途径[J]. 求实,2008(8):66-69.
- [14] 杨骥. 腐败的文化根源探析[J]. 探索与争鸣,2014(4):94-96.
- [15] 习近平. 在第十八届中央纪律检查委员会第六次全体会议上的讲话[N]. 人民日报,2016-05-03(2).
- [16] 习近平. 在庆祝中国共产党成立九十五周年大会上的讲话[J]. 中共党史研究,2016(7):5-12.
- [17] 新华社. 习近平在指导兰考县委常委班子专题民主生活会时强调 作风建设要经常抓深入抓持久抓 不断巩固扩大教育实践活动成果[N]. 人民日报,2014-05-10(1).
- [18] 袁峰. 文化防腐的网络机制研究[J]. 江淮论坛,2012(4):127-131.
- [19] 中共中央. 建立健全教育、制度、监督并重的惩治和预防腐败体系实施纲要[J]. 党的建设,2005(2):7-11.
- [20] 蒋来用. 廉政文化建设 正不断释放新成效[N]. 检察日报,2018-05-08(8).
- [21] 赛佛林,坦卡德. 传播理论:起源、研究与应用[M]. 郭镇之,等译. 北京:华夏出版社,2000:290-297.
- [22] 王雅楠. 进农村 进社区 进机关 进学校 任丘开展廉政文化“四进”活动[N]. 河北日报,2018-04-18(10).
- [23] 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,2000:33.
- [24] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 2016年中国互联网络市场发展研究报告[R/OL]. (2017-01-22)[2019-10-30]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/mtbg/201701/P020170112309068736023.pdf>.
- [25] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第42次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2018-08-20)[2019-10-30]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/hlwtjbg/201808/P020180820630889299840.pdf>.
- [26] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第44次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2019-08-30)[2019-10-30]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/hlwtjbg/201908/P020190830356787490958.pdf>.
- [27] 谢志强. 创新廉政文化宣教形式[J]. 人民论坛,2017(19):108.
- [28] 杜尚泽. 习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调 坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力[N]. 人民日报,2016-02-20(1).
- [29] SMITH W R. Product differentiation and market segmentation as alternative marketing strategie[J]. Journal of Marketing, 1956(1):3-8.
- [30] 沈菲,陆晔,王天娇,等. 新媒介环境下的中国受众分类:基于2010年全国受众调查的实证研究[J]. 新闻大学,2014(3):100-107.
- [31] 陈燕侠. 反腐倡廉的文化维度构建与传播模式创新——以《人民快报·廉政周刊》手机报为例[J]. 领导科学,2017(2):30-32.
- [32] 胡玉宁,朱学芳. 微媒体时代下青年社会心态的分析与引导[J]. 中国青年研究,2016(11):87-92.
- [33] 本报评论员. 在创新中赢得主动权[N]. 人民日报,2013-08-29(1).
- [34] 习近平在中共中央政治局第十二次集体学习时强调 推动媒体融合向纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础[N]. 人民日报,2019-01-26(1).
- [35] 人民网研究院. 2018年全国党报融合传播指数报告[J]. 新闻与写作,2018(7):36-40.
- [36] 丁柏铨. 论传播手段的建设和创新[J]. 中国出版,2018(6):3-7.

责任编辑 高阿蕊

网 址:<http://xbbjb.swu.edu.cn>