

语言·文化·传播丛书



传播学视野下的 军旅文化研究

A Research on Military Culture from
the Perspective of Communication Studies

耿文婷 著



中国传媒大学出版社



傳播學視野下的 軍旅文化研究

Research on Military Culture from
the Perspective of Communication Studies

陳永發 著



◎ 香港中文大學出版

语言·文化·传播丛书



传播学视野下的 军旅文化研究

A Research on Military Culture from
the Perspective of Communication Studies

耿文婷 著



中国传媒大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

传播学视野下的军旅文化研究 / 耿文婷著. —北京:中国传媒大学出版社, 2018.04

(语言·文化·传播丛书)

ISBN 978-7-5657-2174-8

I. ①传… II. ①耿… III. ①军事—文化—研究—中国 IV. ①E20

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 284328 号

传播学视野下的军旅文化研究

CHUANBOXUE SHIYEXIA DE JUNLU WENHUA YANJIU

著 者 耿文婷

策划编辑 蒋 倩

责任编辑 蒋 倩

封面设计 大鹏设计

责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 010-65450532 或 65450528 传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 14.25

字 数 240 千字

版 次 2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2174-8/E·2174 定 价 59.00 元

版权所有

·翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

CONTENTS



导论 军旅文化的价值发现

- 一、军旅文化的时代价值 / 1
- 二、军旅文化的理论价值 / 4

第一章 军旅文化的本体探索

第一节 军旅文化的概念辨析 / 6

- 一、军事文化 / 7
- 二、军队文化 / 11
- 三、军营文化 / 15
- 四、军旅文化 / 18

第二节 军旅文化的品性剖析 / 24

- 一、军旅文化的价值品性 / 24
- 二、军旅文化的人格品性 / 28

第三节 军旅文化的结构解读 / 31

- 一、当前文化结构理论的问题与原因 / 31
- 二、实践唯物论观照下的文化结构新解 / 34
- 三、军旅文化的结构层次 / 36

第二章 军旅文化的历史演进

第一节 军旅文化的起源 / 40

一、“乐者药也”——以精神宣导为突出特征的上古军乐文化 / 42

二、“执干戚舞”——兼具巫术与教化功能的上古武舞文化 / 45

第二节 军旅文化的历史变迁 / 47

一、先秦时期的军旅文化 / 47

二、汉唐时期的军旅文化 / 51

三、明清时期的军旅文化 / 58

四、近现代时期的军旅文化 / 62

第三节 军旅文化的当代嬗变 / 66

一、中华人民共和国成立后 30 年：军旅文化所展现的革命英雄主义文化 / 66

二、改革开放 30 年：军旅文化努力走在中国特色社会主义文化建设最前列 / 68

第四节 军旅文化的整体历史风貌 / 71

一、军旅文化充分体现了主流思想道德内涵 / 71

二、军旅文化积极建构了中华民族精神 / 73

三、军旅文化丰富了中华文化艺术宝库 / 77

第三章 军旅文化的大众功能

第一节 军旅文化的主流文化自觉 / 81

一、在多元共生的文化格局中，军旅文化始终坚持走主旋律道路 / 81

二、在迁移流转的文化心态中，军旅文化始终满足正面价值需求 / 84

第二节 军旅文化的主流文化功能 / 88

一、引导功能 / 88

二、激励功能 / 90

三、净化功能 / 92

第四章 军旅文化的内容系统

第一节 军旅形象 / 97

一、军人形象 / 98

二、军队形象 / 102

三、军旅形象与国民精神建构 / 105

第二节 军旅用语 / 107

一、军旅用语的含义 / 107

二、军旅用语的类型 / 108

三、军旅用语的大众化 / 109

四、军语用语对大众精神的建构 / 112

第三节 军旅仪式 / 114

一、军旅仪式的含义 / 114

二、军旅仪式的审美特征 / 116

三、军旅仪式的精神价值 / 119

第四节 军旅歌曲 / 124

一、军旅歌曲的主要类型 / 124

二、军旅歌曲的发展历程 / 126

三、军旅歌曲对大众文化的积极影响 / 131

第五节 军旅影视 / 136

一、军旅影视的类型 / 137

二、军旅影视的大众文化背景 / 143

三、军旅影视对当代中国精神的建构 / 147

第六节 军旅纪实节目 / 150

一、军事纪实节目的形态 / 151

二、军旅纪实节目的特色 / 154

三、军旅纪实节目的文化使命 / 158

第五章 军旅文化的媒介传播

第一节 平面媒体传播 / 164

一、军旅文化在主流平面媒体中作用显赫 / 165

二、加强军旅文化在大众平面媒体中的影响力 / 166

第二节 电视媒体传播 / 168

一、军旅文化在电视媒体中走在前列 / 169

二、军旅文化有待在电视媒体中进一步发挥正面示范作用 / 170

第三节 网络媒体传播 / 173

一、军旅文化在网络媒体中日渐升温 / 174

二、军旅文化有待在网络媒体中成长为正能量的代表 / 177

三、维护网络媒体中的军事文化安全 / 181

第四节 新媒体传播 / 183

一、新媒体是传播史上的又一场革命 / 183

二、我军应在世界新媒体战略中抢占先机 / 186

第六章 军旅文化的实践扩展

第一节 军旅文化产业的现实背景 / 189

一、世界文化产业状况 / 190

二、中国文化产业状况 / 195

第二节 军旅文化产业发展现状 / 201

一、军旅传统文化产业基础雄厚 / 201

二、军旅当代文化产业发展滞后 / 206

第三节 军旅文化产业发展对策 / 209

一、提高军旅文化在国民精神生活中的注意力 / 210

二、发掘军旅文化在国民精神生活中的吸引力 / 211

三、拓展军旅文化在国民精神生活中的影响力 / 213

参考文献 / 216

后 记 / 218

导论

军旅文化的价值发现

在古今中外的文化体系中,军旅文化引人瞩目,它一方面深受本民族文化传统的滋养,一方面又以雄浑、阳刚、勇敢、顽强等精神特质反哺着本民族文化,使民族文化永葆雄健刚劲的气脉。正是从这两方面意义上,我们发现了军旅文化,发现了军旅文化对于当代中国主流话语建构的特有价值,及其对于提高中国软实力、实现中华民族伟大复兴中国梦的重大意义。

一、军旅文化的时代价值

对军旅文化的研究,以传播媒介快速发展的大众传媒时代为背景,以国家主流话语体系迫切需要走出传播效果瓶颈为发端。

(一)大众传媒语境中军旅文化价值的凸显

在当代文化格局中,大众传媒具有不可替代的作用。电视、报纸、杂志和网络,深刻影响着人们的观念、趣味,大众传媒所传达出的海量信息和无所不包的文化内涵也在相当大的程度上,积淀为时代的文化。在世界范围内,大众传媒对文化的建构是无所不在的。无论是在形式还是在内容上,大众传媒都以其最大限度的丰富性和复杂性影响着人类的日常生活,建构着人类的日常心理。

1.大众传媒与主流意识形态建构

对于中国当代社会而言,社会主义核心价值观的培育是思想文化战线的第一

要义。核心价值观是一个社会处于主导地位的,最重要、最根本、最能集中反映最大多数人价值取向和价值共识的价值观。核心价值观要想获得最广大人民群众认同,仅仅凭借组织传播的形式进行政治教化是远远不够的,因为整体文化环境的熏陶是必不可少的,这就需要发挥大众传媒的优势。一方面,大众传媒本身最大限度地满足了人们的资讯和娱乐需求;另一方面,大众传媒具有价值导向功能。在中国,如果大众传媒只是强调其大众文化的普适性而忽略其精神导向性,那么,在全社会培育和践行社会主义核心价值观就会因失去基础而成为空中楼阁。因此,社会主义核心价值观的培育离不开大众传媒,传播社会主义核心价值观,使其成为整个社会的精神向度是中国大众传媒的使命和责任。

在全社会培育和践行社会主义核心价值观,必然是一个长期复杂的过程。从大众传媒的角度来看,报纸、电视、杂志等主流媒体是传播社会主义核心价值观的主战场。一般通过新闻类文体进行直接宣教,即所谓的“灌输式”,如央视的《新闻联播》、报纸的“社论”、杂志的“专栏”等。但随着受众主体性意识的日渐增强,居高临下的宣传教育往往会使其产生逆反心理。而非新闻类的影视剧、综艺类节目、互动类节目等,则可以将核心价值观融汇于受众喜闻乐见的各种审美形式中,使受众在舒适的审美体验中感受到核心价值观的正能量。主流意识形态的大众传播需要“大众化”的表达,主流意识形态与影视、综艺等大众文化形式相结合,更易走进人民群众的心里。

2. 大众传媒语境中的军旅文化

20世纪90年代以来,随着市场经济的发展和科技的进步,我国的传媒行业获得前所未有的发展。卫星电视、有线电视走进千家万户,文化产品数量迅猛增长,以《快乐大本营》《超级女声》《快乐男声》为代表的电视娱乐节目深入千家万户。从文化心态上看,中国老百姓开始进入热情品尝文化盛宴的“文化快感阶段”,它使深受几千年封建礼教束缚的中国老百姓着着实实地快乐了一把。但是随着时间的推移,进入21世纪后,老百姓逐渐开始对堆积如山的文化产品感到厌倦,对其中普遍缺乏人文价值的“空心文化”感到不满,于是,文化心态发生了流转,进入重拾精神家园的“文化反思阶段”。这一时期,老百姓对失去的精神家园感怀不已、追念不已。

恰逢其时,《激情燃烧的岁月》《亮剑》《士兵突击》等一批军旅题材的电视剧异军突起。这些电视剧以崇高而神圣的理想境界和阳刚大气之美赢得了老百姓的

青睐。军旅题材影视剧对于当代中国人尤其年轻一代的人生观、价值观,产生了广泛而深刻的影响。进入 21 世纪后,军旅题材的影视剧逐渐演变成为一种带有鲜明军旅特色的符号,满足了老百姓对正能量的渴求。军旅文化的积极影响在相当大的程度上是借助大众传媒途径才得以发挥的。因此,一方面,军旅文化是培育和践行社会主义核心价值观的一项重要内容;另一方面,军旅文化的广泛传播,本身也是对大众传媒的净化与提升。

(二) 军旅文化是主流文化的忠诚体现者和践行者

在当代大众传媒的众多文化元素中,军旅文化以其鲜明的正能量色彩在培育和践行社会主义核心价值观过程中发挥了非常重要的作用,成为呈现主流文化价值的重要载体。

1. 军旅文化的主流文化价值内涵

主流文化是国家意识形态的反映,是一种自上而下的由国家倡导的文化。在中国发展的各个历史时期,军旅文化以其高度自觉的精神反映了社会主流文化,成为社会主流文化在军事领域的体现。

而在当代,军旅文化是最能集中诠释社会主义核心价值观的精华的。2014 年 10 月,习近平在古田全军政治工作会议上提出了培育“有灵魂、有本事、有血性、有品德”的新一代革命军人的号召,不仅在军中产生了振聋发聩的效应,在社会生活中也产生了强烈反响。“有灵魂、有本事、有血性、有品德”不仅适用于中国军人,而且适用于每一个中国人,尤其适用于中国青年,“新四有”有助于实现为“中国梦”培养合格接班人的目标。“新四有军人”标准成为全体公民广泛认同的“新四有公民”标准,这使社会主义核心价值观在军旅文化中拥有了坚实的内核。

2. 大众传媒时代的军旅文化是主流文化的重要载体

伴随着文化多元化与价值观念的多样化,大众传媒时代主流文化正经受着来自各方面的冲击和考验。主流文化往往给人以居高临下、严肃刻板的印象,导致主流文化在传播上的投入与产出比相差悬殊。实际上,国家设有多种鼓励主流文化发展的奖项,像中宣部的“五个一工程奖”,文化部的“文华奖”,新闻出版广电总局的“华表奖”等。但在实际生活中,这些政府奖项远远不如“金鸡奖”“百花奖”“金鹰奖”等大众文化奖项的影响力大。这说明,主流文化对大众生活的影响力远

远未能达到预期的水平。主流文化需要一个良好的载体,需要一种良好的表达形式,需要一种大众喜闻乐见的人格特征,这样才有可能深入人心。

在当下的大众传媒环境中,军旅文化成为备受社会关注的亮点。军人的风采与情怀给人们留下了深刻的印象。他们的形象是威武刚强的,作风是雷厉风行的,无论是风雪戍边,还是救灾抢险,他们都是人民群众可以依靠的坚强柱石,是无往不胜的劲旅。有关军人的信息大都是积极向上的,忠诚刚毅的,团结友善的,而这些正是社会主义核心价值观的典型体现。大众传媒呈现出的军旅文化形象最具正能量的特色,这也使军旅文化成为主流文化的重要载体。

二、军旅文化的理论价值

军旅文化研究领域的发现,不仅有助于打破军事文化研究自我封闭的体系,而且有助于以军事文化提升国家软实力,助推中华民族伟大复兴“中国梦”的实现。

(一)打破了军事文化研究的封闭体系

《中国人民解放军政治工作条例》第七条明确规定:“中国人民解放军政治工作在新世纪新阶段的基本任务是,服务于国家的改革开放和全面建设小康社会、推进社会主义现代化建设,服务于中国特色军事变革和军队的革命化现代化正规化建设,从思想上、政治上、组织上确保我军始终成为党绝对领导下的人民军队,确保国防和军队建设科学发展,确保有效履行新世纪新阶段我军历史使命。”这就是曾经一度成为我军政治工作热门研究话题的“两大服务”和“三个确保”论题。但是,在实际研究过程中,军队政治工作大多集中于已经刻板化的内向型研究视角,如对第二大“服务”与“三个确保”的研究,而对“服务于国家的改革开放和全面建设小康社会、推进社会主义现代化建设”这一外向型研究视角则考虑得很少。

军队是承担特殊使命和任务的特殊群体,由于保密方面的严格要求,军事文化学者不得不放弃了对第一大“服务”的自觉研究。然而,这一学术放弃的后果是严重的:其一,它回避了军队服务于国家现代化建设的基本任务,使军事文化理论研究缺乏了应有的“担当”;其二,它将军事文化研究与地方文化研究互相隔绝,使军事文化研究陶醉于自我封闭的话语体系与理论空间,文风、研风问题严重,日益

缺乏生机与活力;其三,它浪费了军事文化内在的优秀价值资源,使军事文化在推进国家文化建设上无所作为。本书意图打破这一僵局,以军旅文化为切入口,建立军事文化理论的外向型研究模式,使军事文化在助推实现“中国梦”“强国梦”方面发挥应有的作用。

(二)为军事文化助推“中国梦”“强国梦”找到适宜的“抓手”

在军事文化领域,我军在90年的发展历程中累积了许多好传统、好作风、好品格、好风气。这些好传统、好作风、好品格、好风气不仅是我军生存发展的宝贵财富,而且可以从军队内部提取出来,成为推动国家建设发展的宝贵资源。那么,概括总结好军队的好传统、好作风、好品格、好风气,有意识地将这些好传统、好作风、好品格、好风气传播到大众生活中去,让军事文化的优秀价值成为惠及当代中国人的精神营养,成为助推“中国梦”“强国梦”的强大动力,也成为军事文化研究义不容辞的使命和职责。

所谓军旅文化,是指军事文化与大众文化之间的交集,是指走向大众生活的军事文化,是军事文化的大众化。军旅文化领域的典型人物,如李云龙、许三多等,在大众生活领域产生了典型的示范效应,激起了大众“要像他那样”的道德崇尚感。将军旅文化从大众文化序列中提取出来,有助于为军事文化服务国家建设找到切实的“抓手”,迈入“务实”的阶段:其一,军旅文化作为国家主流文化的载体与形象化的代表,是国家主流文化建设的重要“抓手”。其二,军旅文化作为军事文化与大众文化的交集,是军事文化参与服务国家建设、推动“中国梦”“强国梦”实现的有力“抓手”。其三,军旅文化由军事文化与大众文化所生,既有其父军事文化的优秀内核,又有其母大众文化的迷人外表,因此,大力建设军旅文化,既有助于推动先进军事文化的大众化,又有助于提升大众文化的内在品质。

第一章

军旅文化的本体探索

所谓本体,是指事物“是其所是”的本质规定性。本体是事物本身固有的,内在的,第一性的。有了本体之后,才有了本体的派生物——功能。军旅文化的大众文化引领功能,正是从军旅文化的本体属性中生发出来的,探索军旅文化本体是探索军旅文化如何发挥大众文化引领作用的前提。因此,这一章,我们将从军旅文化的内涵、特性、结构等内在视角,揭示军旅文化的本体面貌。

第一节 军旅文化的概念辨析

总结军旅文化的概念,需要找出军旅文化的本质规定性。马克思主义哲学认为,本质是一事物与其他相近事物相比较时所显现出来的特殊性,是决定该事物“是其所是”的独特之处。军旅文化、军事文化、军队文化、军营文化等概念的内涵是有差别的。作为社会分工中独立领域的“军事”,是与我们熟知的政治、经济、文化诸领域相并列的一个领域。而将“军事”放置于不同的实践领域,就会产生军事文化、军队文化、军营文化、军旅文化等细分概念。

实际上,在现实中,军旅文化、军事文化、军队文化、军营文化常常是混杂在一起使用的,这就造成了相关用语的混乱。从信息传递的角度看,虽然这种混用并

不十分影响信息的理解与沟通,但是,四个概念的存在恰恰说明了它们之间是有差别的。而这种差别,尤其是对军旅文化差异性的揭示,恰恰是其立论所在。譬如,我们所研究的是“军旅文化在大众媒体中发挥主流文化的引领作用”,而一旦换成“军营文化在大众媒体中发挥主流文化的引领作用”则是无法说通的。下面,我们就试图运用语义学的分析方法,通过对这四个概念的比较分析揭示其各自的内涵,并进一步展现军旅文化的独特意义。

我们的研究过程首先是分析,即通过关键词搜索从互联网信息中提取任意材料,对个案材料进行语义分析;其次是综合,即运用从特殊到一般的方法对已经分析过的材料进行归纳总结,抽象出该关键词的本质内涵。在军事文化、军队文化、军营文化、军旅文化四者中,使用频率最高、影响力最大的要属具有本源意义的军事文化。下面,我们就从这一概念入手进行辨析。

一、军事文化

在军事文化、军队文化、军营文化、军旅文化四个概念中,军事文化应当是外延最大的概念。这里的“军事”是一个表示集合的概念,它所表达的是与政治、经济等完全不同的领域,进行的是与政治、经济等方面完全不同的实践活动。因此,军事文化与政治文化、经济文化相并列,是代表一个“领域”的概念。但只是弄清大致的外延还不够,军事文化的内涵究竟如何呢?我们在百度上输入关键词“军事文化”,从随机提取的信息材料出发,透过具象,剖析出军事文化的本质。

材料一:

中华网军事频道“军事文化”^①栏目正式上线

中华网军事频道“军事文化”栏目(网址:<http://military.china.com/jswh/>)于近日正式上线。该栏目秉承普及军事文化知识的理念,构建为广大军迷展现自己兴趣爱好和相互交流的平台。

军事文化栏目的主要内容有:介绍国内外军迷的军事文化活动,解读军事影视或其他军事文化产品中的专业军事知识及制作背景,介绍中国军事文化行业的知名人物,探讨中国军品收藏业的发展,展示中外军

① 以下各材料的下划线均为笔者所加,旨在突出研究对象。

迷的别样风采。

(中华网,2014年8月13日)

这个文本所传达的军事文化语义,是互联网上对军事文化的内涵指涉最多的。它的核心词是“军事活动”。可以说,中华网的“军事文化”栏目正是专门为广大军迷创设的,而广大军迷,无疑对新式作战武器、战法战术是最关注的,所以,军迷所对应的就是最直接的军事活动本身。也就是说,以这个文本为代表,军事文化所传达的信息是,军事文化是直接展示军事活动的文化,包括军事知识、军事理念、军事装备、军事训练、军事作战等。但是,军事文化作为一种文化,满足文化的最本质特性,即文化是人类精神能力与精神产品的积淀。因此,这里的军事文化还有另一面,即从精神角度反映军事活动的军事文化能力与军事文化产品。在该文本中,像“解读军事影视或其他军事文化产品中的专业军事知识及制作背景”,就是从影视作品等军事文化产品的角度解读专业军事知识,而“介绍中国军事文化行业的知名人物”,则是从拥有较高军事文化能力的“知名人物”的角度对军事专业活动进行介绍。

从中可见,军事文化的内涵有两个方面:一是包括武器装备、战法在内的直接反映军事专业活动的军事实践本体;二是间接反映军事实践本体的人物以及文化产品。对于第二种情形的文化产品,如果大家看过国防大学制作的军事专题片《甲午甲午》,就对这种由影视作品传达出的军事内涵有深刻的体会。总之,军事文化无论采用直接形式还是间接形式,都是紧紧围绕“如何打赢”展开的,可以说是一种紧贴军事活动的文化,是一种“谋打赢”的文化。

材料二:

举办“八一”军事文化周活动

为热烈庆祝中国人民解放军建军 87 周年,充分展示武威市公安消防支队官兵“听党指挥、能打胜仗、作风优良”的良好形象,武威支队于“八一”建军节来临之际举办了“八一”军事文化活动周系列活动。军事文化活动周由军事业务表演和文艺演出组成。

军事业务表演向广大观众展示了过硬的军事业务技能,有效提升了参演官兵灭火救援的攻坚能力。整台文艺演出主题激昂,感人至深,催

人奋进,内容丰富,艺术形式多位一体,时代气息鲜明,风格突出。既有美妙的歌声,又有深情动人的小品和地方民间艺人的倾情演绎,全方位地展现了武威消防官兵视驻地为己乡的浓浓警民鱼水情。

(《甘肃法制报》,2014年8月13日)

这个材料中,军事文化的内涵显然包括了两项内容,一是军事业务表演,一是文艺演出。“军事业务表演向广大观众展示了过硬的军事业务技能”,属于前文中我们提到的“如何谋打赢”的军事文化。而文艺演出“既有美妙的歌声,又有深情动人的小品和地方民间艺人的倾情演绎”,显然与《甲午甲午》这种影视片的风格截然不同。从表面上看,虽然文艺演出与影视片都属于“源于生活、高于生活”的艺术形式,但《甲午甲午》是直接指向军事活动本身的,而文艺演出则“全方位地展现了武威消防官兵视驻地为己乡的浓浓警民鱼水情”,显然并不直接指向军事活动。军事文化活动周系列活动既然包括文艺演出,也就说明军事文化涵盖了文艺演出。但是这种文艺演出必然是“主题激昂,感人至深,催人奋进”的,必然是与部队的军事生活相吻合、相呼应的。也就是说,文艺演出要姓军,要有军味、战味。否则,就与地方的文艺演出一般,也就没有在部队进行文艺演出的必要了。

由此可见,这里的军事文化在外延上扩大了,除了包括属于军事本体的军事专业活动外,还包括能激发官兵精神能量的文艺活动。军事文艺内在地包含于军事文化之中了。但是到此,军事文化的内涵似乎变得更不明朗了。既然军事文艺包含在军事文化之中,那么是否还有其他的成分也包含于军事文化之中呢?

材料三:

罗援:听到习主席在古田讲话 觉得老红军回来了(节选)

十是重提马克思主义战争观和我军根本职能教育,加强军事文化建设。一度一些人不敢再提马列主义的战争观,反对一切战争,混淆正义战争和非正义战争、反侵略战争和侵略战争的本质区别,在社会上和军队内部造成一些混乱,例如军人备战、言战,被斥为“好战”;军队加强现代化建设,被斥为“军备竞赛”;军人强调居安思危的忧患意识,被斥为“军人干政”。笑话,军队不准备打仗留着军队干什么?军队建设就是要向能打仗、打胜仗聚焦,在祖国需要我们的时候,招之即来,来之能战,战