

中国的标语口号

世界上凡是有文字语言的民族，不约而同地用『标语口号』——用字书写、用口呼喊格言警句形式，营造了一种与政治体制改换、社会历史变革、商品经济发展、人民价值取向变化息息相关的户外文化环境，使身在其中的人目睹耳闻中，自觉地受到或多或少的影晌……

王志强◇著

中央文献出版社

中国的标语口号

王志强◇著

中央文献出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国的标语口号/王志强著. —北京: 中央文献出版社, 2010. 9
ISBN 978 - 7 - 5073 - 3088 - 5

I. ①中…

II. ①王…

III. ①汉语 - 社会习惯语 - 研究

IV. ①H136. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 174076 号

中国的标语口号

著 者 / 王志强

责任编辑 / 韩 冰

装帧设计 / 部落艺族设计工作室

出版发行 / 中央文献出版社

地 址 / 北京西四北大街前毛家湾 1 号

网 址 / www.zywxpress.com

邮 编 / 100017

经 销 / 新华书店

排 版 / 艺 海

印 刷 / 北京新魏印刷厂

787 × 1092mm 16 开 16.5 印张 215 千字

2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5073 - 3088 - 5

定价: 29.00 元

本社图书如存在印装质量问题, 请与本社联系调换

版权所有 违者必究

序言

净化户外文化环境的有益尝试

王志强同志撰写的《中国的标语口号》，抓住了一个司空见惯但又缺乏研究的重要课题。

媒体论及标语口号问题的文章不少，但像王志强这样理论与实际相结合，全面、系统、深入研究的还不多。通读之后，我觉得这本书是净化、优化户外文化环境的有益尝试。

世界上凡是有文字语言的民族，不约而同地用“标语口号”——用字书写、用口呼喊格言警句形式，营造了一种与政治体制改换、社会历史变革、商品经济发展、人民价值取向变化息息相关的户外文化环境，使身在其中的人目睹耳闻中，自觉不自觉地受到或多或少的影晌。

历史悠久、人口众多、文化发达的中国，从文字成熟开始创造“标语口号”以来，一直在“繁荣昌盛”的道路上迅跑。时至今日，更有“铺天盖地”之势。无论城市还是乡村，无论是经济发达地区还是相对落后地区，户外文化环境——门面、墙体、山体、街道、公路两侧，几乎被各种材料制作的醒目标语口号所占领（这里的口号指已经固化的），被人戏称为“标语口号国家”。

“存在的就是合理的”（黑格尔）。从这个意义上说，人们无论出于什么目的拟制标语口号，无论人们喜欢或是讨厌，无论是有用或是无用，用标语口号营造户外文化环境的特殊现象，具有顽

强的生命力，也一定会继续存在下去。既然如此，对这种特殊文化现象进行深入研究，引导其健康文明发展就显得十分必要。

中国的标语口号，从形成体系以来，留下的许多经典和佳话，已经成为中华优秀传统文化的一部分和人们行为规范的指南。但毋庸讳言，不科学、不文明、不健康、不实在、不明确的标语口号大量存在，一些展示社会负面问题的标语口号也屡见不鲜，这些问题，不仅污染了户外文化环境，也损害了单位、地区脸面乃至国家形象。随着外来文化的侵蚀，汉语言文化的弱化，这种“污染现象”日益严重，以至于有人提出要取缔标语口号。

取缔是因噎废食，净化、优化则是必要的。王志强同志正是基于这种考虑，撰写了本书，勾画了一部标语口号的“编年史”，探讨了它的源头、基础、类型、特点、形式、功能、拟制和完善方法等等。同时也指出了时下标语口号中存在的诸多问题，对标语口号拟制人员素质提出了颇有见地的看法。

相信对拟制标语口号感兴趣的领导者、制作者，读了这本书，一定会受到启迪，弄清为谁写，写什么，怎么写，拟制出“以人为本”的科学、文明、健康、实在、明确、顺眼、顺耳、富有感染力、受众愿意接受的标语口号，真正起到宣传、号召、激励、鼓动、警示、告知、督促、引导、提示等作用。如果能够做到这样，中国户外文化环境就会更清新、更美丽、更高雅。人们生活在这样的文化环境中，心灵也会受到净化。

我和王志强同志相识于1979年春天，自那时以来一直在海军部队内的不同岗位上工作，他的事业心、责任感、工作能力、文字水平给我留下了深刻印象。在本书出版之际，应邀敲打了以上文字，是为序。

夏廷献

2010年2月于北京丰台

自序

我为什么要研究标语口号

我是生在红旗下，长在“文革”中，成熟于改革开放时期这代人中的一员，从小就在标语口号的陪伴下生活，自觉不自觉地受到标语口号文化的熏陶。可以说，标语口号是我入伍前在大山深处接受教育、获取信息的一个重要渠道，在我头脑中留下了难以磨灭的深刻烙印。

入伍后特别是提干后，我先后在部队团以上政治机关工作20多年。由于工作的原因，常常和标语口号打交道。一方面是作为一个政治工作者，对标语口号比较敏感，有时对标语口号的某些要素也会若有所思，作一些零散的思考；另一方面，作为一个政治机关工作人员，需要经常参与到标语口号的拟制和使用之中，但苦于没有这方面的参考资料和书籍，往往为拟写一条高质量的标语口号而苦恼。后来，到部队做了政工领导后，又常常在审定机关人员拟写的标语口号时，知其然不知其所以然。为此，深深感到对标语口号的研究，既有现实必要性，也是一件颇有意义的事。但由于工作繁忙，没有时间，也难以静下心来，只能空有一番感叹。

2008年，我从部队一个领导岗位上退了下来，成了一名“无官一身轻”的快乐退休干部，也得以有时间到各处走一走、看一看。在饱览祖国大好河山的同时，发现遍布城乡各地的标语口号，

实在是具有鲜明中国特色的一大文化景观，但同时也存在着一些良莠不齐的现象，影响了标语口号作用的发挥。于是，这又重新激起了我当初的欲望，产生了一种想说一说、分析分析、研究研究它的冲动。

一深入进去以后才发现，成天司空见惯的标语口号看似简单，实际上是一个十分复杂的体系。它所涉及的知识十分广博，所反映的内容异常繁杂，所应用的方式方法多种多样，所形成的标语口号多姿多彩、五花八门。其中不乏催人奋进、让人激动的精品，也有招人反感、令人遗憾的败笔。这说明，要拟制好一条标语口号，驾驭好这一宣传工具并不是一件十分容易的事，有必要下功夫研究一番，力争为人们正确认识、使用好标语口号提供一些有益的帮助。

基于这样的考虑，这本小册子按照认识标语口号、拟写标语口号、制作标语口号、完善标语口号的内在逻辑关系，本着具有学术性、知识性、趣味性、实用性，重点突出实用性的原则，对标语口号进行了比较深入、系统、全面的分析和研究。可供广大公务人员、各种活动的组织者、基层单位的领导和经营、管理者，在拟制使用标语口号时学习参考；也可作为一种“休闲食品”，供人们在茶余饭后对“标语口号”这一似曾相识的文化大餐进行品尝和回味，相信会有一种别样的乐趣。倘若能够引起大家对中国标语口号文化的关注和兴趣，便是对我的极大安慰了。

谢谢各位读者，敬请不吝指教。

作者

2010年2月于上海

目 录

中国的标语口号	1
---------------	---

第一篇 认识标语口号

一、标语、口号的定义与相互关系	5
二、标语口号的基本特点	6
1. 简明性	6
2. 时代性	7
3. 大众性	8
4. 直观性	9
5. 导向性	9
6. 公开性	10
7. 鼓动性	11
8. 普及性	11
9. 感染性	12
10. 多样性	12
11. 规范性	13
12. 文化性	14
13. 重复性	14
三、标语口号的基本功能与分类	16
1. 政治宣传功能	16

2. 政策宣示功能·····	17
3. 观念倡导功能·····	18
4. 思想启迪功能·····	19
5. 榜样示范功能·····	20
6. 精神弘扬功能·····	21
7. 道德感召功能·····	22
8. 法律震慑功能·····	23
9. 目标激励功能·····	24
10. 行动宣言功能·····	25
11. 行业公示功能·····	26
12. 抒情励志功能·····	29
13. 管理规范功能·····	30
14. 生活启示功能·····	32
15. 展示推广功能·····	34
16. 警示鉴戒功能·····	35
17. 情感渲泄功能·····	36
四、标语口号存在发展的基础与条件·····	41
1. 历史基础·····	41
2. 理论基础·····	42
3. 思想基础·····	43
4. 社会基础·····	44
5. 文化基础·····	45

第二篇 拟写标语口号

一、标语口号内容的产生与来源·····	49
1. 伟人题词·····	49

2. 领导语录·····	50
3. 会议精神·····	50
4. 文件要点·····	51
5. 名人名言·····	51
6. 诗词歌赋·····	52
7. 成语谚语·····	53
8. 群众口语·····	54
9. 适时拟写·····	54
二、拟写标语口号的表现手法 ·····	56
1. 正面引导·····	56
2. 反面警示·····	57
3. 总结反思·····	58
4. 善意提醒·····	59
5. 坦言告诫·····	60
6. 公开承诺·····	60
7. 抒情感怀·····	61
三、拟写标语口号的表达方式 ·····	62
1. 对仗式·····	62
2. 对比式·····	63
3. 排比式·····	64
4. 比喻式·····	64
5. 因果式·····	65
6. 递进式·····	65
7. 拟人式·····	66
8. 借代式·····	67
9. 对话式·····	67

10. 设问式	68
11. 谐音式	68
12. 自律式	70
13. 数字式	70
14. 陈述式	71
15. 长短句式	72
四、拟写标语口号应努力避免的问题	73
1. 夸大其辞	73
2. 片面绝对	74
3. 哗众取宠	74
4. 野蛮粗鲁	75
5. 强势胁迫	75
6. “衣”不合“体”	76
7. 费解歧义	76
8. 庸俗低俗	77

第三篇 制作标语口号

一、制作标语口号的展现载体与类别	81
1. 横幅类	81
2. 竖幅类	82
3. 旗帜类	83
4. 挂画类	84
5. 板报类	84
6. 橱窗类	85
7. 报刊类	86
8. 网络类	87

9. 电视类	88
10. 裸字类	89
11. 匾额类	90
12. 碑刻类	91
13. 背景类	92
14. 奇石类	94
15. 摩崖类	95
16. 标语牌类	96
17. 建筑物类	97
18. 徒手书写类	98
19. 门形结构类	99
20. 移动展示类	100
21. 物体组合类	102
22. 实物承载类	103
23. 群体呈现类	104
24. 烟火灯光类	105
25. 电子显示屏类	106
二、制作标语口号的编排组合	108
1. 字体的选用	108
2. 字型字号的选用	109
3. 语种的配合使用	110
4. 画面的组合使用	110
5. 色彩的搭配运用	111
6. 文字的排列组合	112

第四篇 完善标语口号

一、拟制使用标语口号应注意的问题	115
1. 要端正指导思想	115
2. 要符合特点规律	116
3. 要坚持以人为本	116
4. 要有现实针对性	117
5. 要注重情感运用	117
6. 要合情合理合法	118
7. 要科学适度使用	119
二、标语口号拟制者应追求的素质要求	123
1. 要重视加强理论学习	123
2. 要自觉强化政策观念	124
3. 要注重拓宽知识面	124
4. 要努力提高文字表达能力	125
5. 要了解掌握一些美学常识	125
6. 要培养求实的工作作风	126
7. 要不断校正思想方法和思维方式	126
8. 要切实增强社会责任意识	127
三、正确认识标语口号与广告的相互关系	128

第五篇 标语口号背后的故事

时间就是金钱，效率就是生命

——充分体现改革开放精神的标语口号	133
-------------------------	-----

实践是检验真理的唯一标准

——改变了中国人生活的一句口号	135
-----------------------	-----

一不怕苦，二不怕死	
——充分体现革命英雄主义精神的口号	137
小平您好	
——突然出现在群众游行队伍中的标语口号	139
只生一个好	
——为国家减轻巨大负担的标语口号	141
向雷锋同志学习	
——影响中国几代人成长的标语口号	144
一切反动派都是纸老虎	
——一句豪迈无畏的口号	147
星星之火，可以燎原	
——一句振奋人心的口号	149
人不犯我，我不犯人；人若犯我，我必犯人	
——一条正气凛然的标语口号	151
深挖洞，广积粮，不称霸	
——一条体现战备动员特色的标语口号	152
教育要面向现代化，面向世界，面向未来	
——一条具有战略眼光的标语口号	154
自己动手、丰衣足食	
——产生于艰苦岁月的标语口号	156
工业学大庆、农业学大寨	
——树立标杆旗帜的标语口号	158
伐无道、诛暴秦	
——最早的农民起义军口号	160
打开城门迎闯王，闯王来了不纳粮	
——一句铸就短暂辉煌的口号	162

先天下之忧而忧，后天下之乐而乐	
——永不过时、常用常新的励志口号	165
驱除鞑虏，恢复中华，建立民国，平均地权	
——中国第一个由革命政党提出的口号	167
为人民服务	
——最能体现党性光辉的标语口号	168
天下为公	
——传统美德与政治理想相统一的口号	169
制作难度最大的标语口号	
——长江巫峡惊撼大标语	171
实用价值大于宣传价值的标语口号	
——戈壁滩上可用作航行地标的硕大标语	174
“笑傲海天”抒豪情	
——一条励志性标语产生的故事	175
附录一 不同时期代表性标语口号集锦	177
附录二 形形色色的标语口号（图片资料）	203
后记	248

中国的标语口号

说起标语口号，人们并不陌生，尤其是生活在中国的公民，更是耳熟能详。无论是城市还是乡村，不管是过去、现在还是将来，它都伴随着人们的工作、学习和生活，无处不在，无处不有。

标语口号是社会生活中一种十分常见、运用广泛、且简便易行的宣传教育形式。它的产生、存在与发展有赖于人类的语言文字创造、科技文化发展和文明素养的提高，它是一种特殊的社会文化现象。

标语口号肩负着重大的社会责任。它既可以传达政党、政府的主张和意图，也可以反映群众的企盼和呼声；既可以倡导积极、进步的东西，也可以反对消极、落后的东西；既能在政治、政策层面引导、教育群众，也能在文化、情感层面熏陶、影响人们。从某种意义上讲，标语口号是一个国家社会性质、制度和文明程度的反映。对于影响社会舆论，促进文化传播，完善社会功能，推动社会发展，促进社会和谐，都能够产生积极的影响。

标语口号也是一种社会历史现象，它随着社会的发展而发展，随着社会的进步而进步。

早在几千年前，标语口号就出现了，但那时的使用范围和方式都无法与今天同日而语。陈胜、吴广当年领导农民起义时就提出了“伐无道，诛暴秦”的口号，但只能通过十分原始的方式在起义军中传播。封建社会历朝历代出现的一些可以用作标语口号的内容，多由少数杰出人物提出，以诗词、文献、碑刻等形式流传

下来，在当时的社会、文化条件下，并没有像现代意义的标语口号那样得到广泛传播，倒是后人“古为今用”，通过标语口号的形式将其传播开来，丰富了标语口号的内容。如孟子的“生于忧患，死于安乐”；范仲淹的“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”等等。直到近代中国，特别是“五四”新文化运动前后，随着政党等政治力量的出现，标语口号的运用才逐步广泛起来，但其内容一般局限在“变法”、“革命”、“夺取政权”等政治范畴，远远没有进入人们的日常生活之中。

新中国成立后，标语口号的使用才真正进入了一个全新的时代，其内容也由革命转到了建设领域，逐步拓展到政治、经济、文化等各个方面，与人们的工作、生活的联系也越来越紧密。

然而，发展中又有反复，在“政治挂帅”、“政治压倒一切”的年代，标语口号集中存在于意识形态领域，为意识形态领域的斗争而服务。最典型的是十年“文革”期间，它的存在虽然铺天盖地，但内容却相对单一，不外乎政治路线、阶级斗争那一套，其他内容则很少涉及。

改革开放以来，整个社会发生了深刻而巨大的变化，人们的社会生活日益多元化，标语口号内容所涉及的领域也空前广泛起来，政治、经济、文化、民主、法制、科技、教育、民生、社会生活等各个方面都有它的存在。

在经济、文化、科技落后的年代，标语口号的表达方式十分单调，基本上是墙上写一写，嘴巴喊一喊。而现在的情况大不一样了，除了那些传统的表达方式外，电视、网络、手机、电子显示屏等先进的传媒手段都为标语口号的表达、传播注入了强大的生命力。下面，试从社会文化的角度去认识、探讨一下标语口号现象，以期在提高人们对标语口号的认知鉴赏水平和实际使用能力方面有所帮助。