文章编号:2095-0365(2016)03-0064-04

大众文化背景下的马克思主义大众化

任立新¹, 肖 燕²

(石家庄铁道大学 马克思主义学院,河北 石家庄 050043)

摘 要:大众文化的发展,对马克思主义主流意识形态话语权带来严重挑战。然而,大众文化的盛行与马克思主义大众化并非零和博弈,二者可以良性互动,和谐共赢。以马克思主义引领大众文化价值观,借助大众文化场域推进马克思主义大众化。其路径是在马克思主义大众化过程中,把握马克思主义的核心价值和属性,关注大众现实问题,转换传播话语体系。

关键词:大众文化;马克思主义大众化;引领;路径

中图分类号:G641 **文献标志码:**A **DOI:**10.13319/j.cnki.sjztdxbskb.2016.03.13

一、大众文化改变了以意识形态为主的文化旧格局

大众文化最早产生于 20 世纪初期的欧美国家,是人类文明发展到一定阶段,随着现代工业社会的发展而产生的、与市场经济发展相适应的一种市民文化形态。中国当今的大众文化,并不是西方大众文化简单的照搬或复制,而是在 20 世纪 80 年代逐渐兴起,随着我国经济发展、改革深化、社会转型而得到迅速发展的一种文化形态。

改革开放之前的 30 年,尤其是文化大革命 10 年,在高度封闭集中的政治、经济和文化体制下,一切活动都贴着政治的标签,思想文化是一元化的官方政治文化。改革开放后的 20 世纪八九十年代,大众开始摆脱政治心态,过去那种沉闷、禁欲压抑的氛围得到改变,个性得到释放,人们开始关注人性、关注人生。爱情电影、流行歌曲、青年人的叛逆成为这个阶段的文化特征,西方大众文化开始渗入,中国的大众文化开始萌芽。20 世纪 90 年代之后,随着市场化经济改革不断深入,大众生活方式发生了深刻的变化,物质生活水平有了很大的提高,休闲、娱乐等文化需求不断上

升,直观的、世俗人情味的、生活化的西方大众文化迅速传播,因其表现方式和所传达的内容迎合了大众兴趣,符合大众欣赏水平和习惯,并满足了人们感官刺激、欲望释放的心理需求,释放了快速变化社会中现代人工作生活压力带来的迷茫与困惑、无聊与苦闷,很快被中国大众所喜爱,并随着科学技术的发展、文化产业的兴起和互联网的发展,从城市到乡村、从青年人到中年人再到老年人中蔓延开来。大众文化在短短的 20 多年的时间里快速壮大,从根本上改变了中国文化的旧格局,成为与来自官方的主流文化、来自学界的精英文化并驾齐驱、三足鼎立的社会文化形态。同时,大众文化固有的商品性、生活性、娱乐性、时尚性、直觉性、宣泄性等特征深深影响了人们的思想意识、行为和生活方式,威胁到了马克思主义主流意识形态的主导权,引起了不少人的担忧。如何解决这一问题,是一个无法回避的话题。

二、以科学态度看待大众文化发展与马克思主义大众化的关系

推进马克思主义大众化是中国特色社会主义文化建设的重要任务。但是,在开放和多元文

收稿日期:2015-03-25

作者简介:任立新(1965—),男,教授,研究方向:马克思主义中国化。

基金项目:河北省社会科学基金项目(HB13MK011)

本文信息:任立新,肖燕.大众文化背景下的马克思主义大众化[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2016,10(3):64-67.

化并存的时代,我们不可能也不需要为此去遏制大众文化的发展。建立马克思主义主流意识形态与大众文化的良性互动机制,用马克思主义引领大众文化健康发展,充分利用大众文化这一新场域推进马克思主义大众化,才是我们的正确态度。

首先,用马克思主义引领大众文化发展方向。大众文化的特性决定了其生产是为了迎合市场和消费者的需要,其功能不是为了教化民众,满足人们理性需求,而是为了满足人们感官享受。大众文化的盛行,造成文化消费仅仅是消费形式本身,助长了人们及时行乐的生活态度,取代了有思想深度的文化形式。于是人们会越来越被流于表面的东西所吸引,不需要内涵,不需要反思、不需要追问、不需要价值和意义,这是可怕的精神世俗平庸化、浮华功利化、消磨意志、淡漠理想的过程。在这个过程中,一些对主流意识形态的调侃、戏谑、嘲讽甚至恶搞;一些颓废、庸俗、迷信的腐朽文化思想,必将腐蚀人们的心灵,弱化和消解主流意识形态的影响力和凝聚力,消解社会主流价值观,享乐主义、拜金主义、利己主义将会盛行,社会道德规范将严重失序。这种发展趋势无疑会带来中国未来深层的文化贫血,社会进步由于缺乏精神支柱而失去动力。因此,深入推进马克思主义大众化,用马克思主义科学的世界观和方法论引领大众文化,把马克思主义基本原理由抽象变为具体、由深奥变为通俗、由少数人理解掌握变为广大群众思想武器成为紧迫的任务。

其次,借助大众文化新场域,推进马克思主义大众化。长期以来,我国马克思主义理论传播主要依靠官方的力量和资源,通过显性传播教育的方式来实现。传播追求“高大上”。“高”即“英雄典范”。所塑造和宣传的人物,是日常生活中大众“高不可攀”的品行和人格近乎完美、功勋卓著的英雄、圣人,先进性突出,广泛性不足,脱离了大多数“草根”的生活实际和思想水平,呈现“剧场化”效应。“大”即“宏大叙事”。距离大众日常生活较远,超出大众日常视野、经验范围和认识能力。只强调马克思主义对社会进步的作用,而忽视对公民个体发展的意义;只强调个人对社会和集体的义务而忽视社会 and 集体对个人需求的满足以及个人的感受、要求和权利。“上”即“抽象说教”。主要采取居高临下的说教方式,依靠官方媒体和学校授课方式,传播内容和话语体系缺乏层次和对象性,上下一般粗,左右没区别,内外一个样,结论

性的抽象、晦涩、刻板、空洞的口号式话语体系,使受教育者被动接受。“高大上”的传播方式往往力不从心,其效果仅仅使人入耳,难以真正入脑、入心,结果是拉开了主流意识形态与大众的距离,甚至使人反感。

与此不同的是,大众文化受众广泛,传播方式时尚,深深地扎根于人们的日常生活当中,契合多数人文化认同,群众乐于并易于接受,具有“无孔不入”、潜移默化的隐性教育功能。其亲近性、隐蔽性、渗透性传播特点消解了大众对传播内容的抵触,其蕴含的“诉求”、“导向”和“判断”在不知不觉中浸入大众的心里,诱使大众无意识地接纳和认同。实现受众无意识接受正是文化传播的最高境界。另外,人们对大众文化的主动参与无形中强化了大众的政治参与意识和民主意识,为大众的民主政治实践拓展了新的空间,这对于形成广泛的民主监督力量,推动社会主义民主政治建设是有益的。因此,马克思主义大众化不能再固守其单一的官方传播模式了,应该把大众文化开辟成为马克思主义大众化的又一场域,把主流意识形态扎根于大众文化的鲜活土壤之中。就像历史上我国儒家官方意识形态思想和西方官方宗教思想因融入大众生活而得以广泛传播和主动接受那样,应将马克思主义意识形态由严肃的非日常生活世界融入到亲民的日常生活世界中,从而轻松实现马克思主义的大众化。

三、大众文化背景下马克思主义大众化的路径

(一)大众文化背景下马克思主义大众化,必须正确把握马克思主义的核心价值

马克思主义走入大众生活,丝毫不贬低马克思主义的神圣性。生活的核心是人,人始终是马克思主义关注的目标。但长期以来,我们对马克思主义关于人自身目的性关注不够,使得马克思主义的人文优势被片面地以阶级斗争思想所遮蔽,影响了大众对马克思主义的全面认识。马克思主义说到底关于人在世界中的位置、人的生存方式、人的自由解放和人的发展规律的学说。马克思主义创始人从来不是在人之外来谈论历史和现实,而是关心人的全部社会生活及其意义,既关注作为人第一需要的衣食住行,也关注作为人最高目标的真正自由和解放。它以人的实践为

根基,以人的全面发展为问题研究和理论探索的价值归宿,站在人的全面发展与人类自身发展、社会全面发展同步的高度,来解答人类历史之谜,论述人的全面发展。它认为人本身的发展既是衡量历史进步的尺度,也是推动社会前进的内在动力。人的全面发展理论是一根红线,贯穿于马克思主义的三大组成部分,是马克思主义理论的核心价值和社会主义的一项基本原则。在人类历史上,还没有任何一位思想家像他们那样对人的命运、人的发展给予这样深切的关怀,并倾注了全部的心血。马克思主义中国化理论成果坚持了以人为本这个核心,把它作为中国特色社会主义理论的题中之义和价值追求,作为我们全面建设小康社会的根本目标。因此,马克思主义的人文优势是马克思主义大众化最可宝贵的资源,是推进马克思主义大众化应有的视野高度。我们需要在马克思主义大众化与大众文化的互动中,融合大众文化关注人自身发展的优势和特点,引领人们不被科技和传媒所操纵,不被金钱和物质所操纵,发挥个体创造性,认真思考自己怎样才能成为一个真正的人,成为一个全面发展的人,成为一个有利于人类发展和社会进步的人。

(二)大众文化背景下马克思主义大众化,必须关注大众的现实问题

对现实问题的强烈关注是马克思主义理论区别于任何别的理论的重要特质。马克思把资本主义社会人们实践活动和现实生活中的问题作为理论研究的导向,他说:“一个时代所提出的问题,和任何在内容上是正当的因而也是合理的问题,有着共同的命运:主要的困难不是答案,而是问题。……问题是时代的格言,是表现时代自己内心状态的最实际的呼声。”^[1]每个时代总有属于它自己的问题。中国化马克思主义理论的形成也是源自于中国共产党人强烈的问题意识。改革开放以来30多年我国经济社会发生了深刻变化,这是不争的事实。然而,也面临着一些亟待解决的矛盾和问题,并随着社会转型还会出现新事物、新问题、新矛盾。面对这些问题,“空讲社会主义不行,人民不相信”^[2]，“学马列要精、要管用的”^[3]，只有马克思主义生活化,直面生活中的问题,使其成为“改变世界”的力量,才能坚定人民群众对它的认同和接受。马克思主义大众化要走进大众生活,关注大众需求,回应大众关切,解答大众困惑,在

充分尊重大众意愿和主体创造性基础上,紧密结合不同群体百姓所面对的生活问题和关注的利益等解疑释惑,澄清谬误,作出令人信服的回答。让大众明白产生问题的缘由,了解党和政府解决问题的方针、政策和措施,取得群众的理解支持,使人民群众感到有希望、有奔头。这样大众才能把马克思主义内化为指导自身实践的指导思想 and 内在动力,才能提高马克思主义大众化的现实针对性和解决问题的有效性。马克思主义和大众文化一样,都是因大众需要才传入中国的,只要满足大众需要,就能提高马克思主义引领大众文化的实效性。

(三)大众文化背景下马克思主义大众化,必须凸显马克思主义的文化属性

马克思主义不仅具有意识形态属性,也是一种文化,是吸收人类优秀文化成果的产物。但长期以来,我们把马克思主义仅作为一种意识形态来大众化。从大众文化的发展来看,文化内蕴缺失是马克思主义大众化陷入困境的重要原因之一。大众文化的兴盛呼唤马克思主义的“文化化”。在全球化时代,国家意识形态与文化的关系发生了巨大变化,政治和文化并非泾渭分明,二者相互渗透,密不可分。文化不仅是一种观念,更是一种“权力”,是影响大众生活的最好方式,它能在大众无意识下实现思想的整合。在大众成为文化发展主力的形势下,大众的多样性和多层次性,形成了文化形式的多样性和文化内容的多元性,增强了文化的选择性。国家意识形态只有通过文化的竞争,才能展示自己的魅力,增强话语权。马克思主义文化与中国传统文化的内在精神在辩证思维、民本思想、注重实践和社会理想四个方面有着相通或契合之处,这是马克思主义在中国生根和实现中国化的文化土壤,也是在中国实现大众化的竞争优势。如果追溯马克思主义中国化进程的源头,可以看到,五四新文化运动中,马克思主义是作为一种异域的文化时尚,在诸多社会文化思潮的论战和竞争中脱颖而出,受到先进知识分子的追捧和传播,在民众中逐步确立比较优势,成为了新文化运动的主流,引领了社会文化发展的方向,最终成为指导中国革命和发展的主导思想的。而这个历史事实在推进马克思主义大众化过程中往往被人们所忽视。今天的马克思主义大众化,我们应当重温历史,挖掘马克思主义理论当中的

文化因子,凸显马克思主义的文化属性,引发大众对马克思主义的文化关注,形成大众文化对马克思主义的自觉趋近。

(四)大众文化背景下马克思主义大众化,必须转换话语体系和传播方式

通俗易懂是马克思主义创始人的一贯追求,更是中国化马克思主义的显著风格。马克思在《资本论》的写作中,“尽可能地做到通俗易懂”,让读者“不能说这本书难懂”^[4]。列宁也指出,“最高限度的马克思主义=最高限度的通俗和简单明了”“最高限度的马克思主义=最高限度的通俗化。”^[5]人民群众直接主动接受主导文化程度有限,在马克思主义大众化的实践中,要结合大众文化的经验,探索马克思主义理论通俗易懂的表达方式。

首先,实现学术话语体系向大众话语体系、政治语言体系向生活语言体系的转换。解决好对象性问题,即“对谁说”的问题。这是推进马克思主义大众化的首要前提。应以大多数的“草根”百姓为话语对象,按照百姓的思维逻辑、审美情趣、接受能力,以大众文化的表达方式,多运用生活事例、历史故事、名言警句、成语典故、情感语言等来

阐明抽象的道理,使马克思主义真正成为广大人民群众“大众话语”。在这方面毛泽东、邓小平、习近平的讲话为我们树立了榜样,艾思奇《大众哲学》、李瑞环的《学哲学用哲学》也都是这方面很好的范例。其次,采取多样化的传播方式。崇尚快乐是人的本能,大道至简是中国文化的特点。应改变呆板的形象,把马克思主义大众化与大众文化的发展结合起来,多采取具有视觉化、时尚化、艺术化、科技化等特点的大众文化表现形式、传播方式和运营机制,将马克思主义立场、观点和方法“植入”大众文化商品,实现抽象问题形象化、理论形式艺术化、复杂问题简单化、严肃问题趣味化、传播手段电子化。在美国,好莱坞电影是传播西方价值观念的重要载体;在中国,前几年宣传共产主义信念的国产谍战电视剧《潜伏》,在播映期间稳居收视率榜首。这些经验值得借鉴。

总之,推进马克思主义大众化与大众文化的发展并不相悖。一个成熟和谐的社会,在宽容多元文化的同时,必须塑造主流精神和核心价值观,确立起多数人认同和遵循的具有权威性的信仰理念,使各种思想观念不至于游离主流意识形态太远。我们完全可以做到马克思主义大众化与大众文化健康发展二者双向互动、互促互进。

参考文献:

- [1][作者不详]. 马克思恩格斯全集:第40卷[M]. 北京:人民出版社,1982:289.
 [2][作者不详]. 邓小平文选:第2卷[M]. 北京:人民出版社,1994:103.
 [3][作者不详]. 邓小平文选:第3卷[M]. 北京:人民出版

社,1993:382.

- [4]卡尔·马克思. 资本论:第1卷[M]. 北京:人民出版社,2004:7-8.

- [5][作者不详]. 列宁全集:第36卷[M]. 北京:人民出版社,1959:467.

The Popularization of Marxism under the Background of Mass Culture

Ren Lixin, Xiao Yan

(College of Marxism, Shijiazhuang Tiedao University, Shijiazhuang, 050043, China)

Abstract: The development of mass culture poses severe challenges to the speaking right of mainstream ideology of Marxism. However, the popularity of mass culture and the popularization of Marxism is not a zero-sum game; the two can be a harmonious win-win situation i. e. leading the mass culture values with Marxism, promoting the popularization of Marxism with mass culture field. The path is to grasp the core values of Marxism and cultural attributes, concern about the problem of mass reality, and spread discourse system transformation in the process of popularization of Marxism.

Key words: mass culture; the popularization of Marxism; leading; path