
中央苏区马克思主义传播实践 及其当代启示

邱新有 黄立群¹

(江西师范大学, 江西 南昌 330022)

【摘要】: 中国共产党在中央苏区的马克思主义传播实践, 采取了大众化传播模式, 以马克思主义作为思想武器动员广大群众参与到革命队伍中来, 取得了显著效果, 是马克思主义传播史上宝贵的经验。中央苏区马克思主义传播实践对当代马克思主义传播的启示是: 通过情感传播来提升公民的国家认同感; 通过仪式传播来弥补信息的共享鸿沟; 通过组织传播来提升社会的价值认同; 通过教育传播来加强人才队伍建设; 通过构建“多元创新传播的当代马克思主义传播模式”提高马克思主义传播效果。

【关键词】: 中央苏区 马克思主义 传播实践 当代启示

【中图分类号】: A81 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1002-6924(2020)12-0018-08

一、研究起源及本文的问题

我国实现伟大复兴的道路上充满各种挑战和风险, 境内外敌对势力时刻都在想方设法通过网络媒介、学术交流等方式进行政治渗透, 向我国公民灌输西方资本主义意识形态、西方价值体系, 以弱化公民对我国社会主义的认同, 任其发展会带来严重的社会后果。因此, 加强社会主义意识形态建设, 抵御西方资产阶级意识形态所谓的“普世价值”“自由思想”等错误思想腐蚀中国公民, 是当前最现实而迫切的重要举措。^[1]当代马克思主义传播作为构建意识形态的重要手段, 对建设社会主义意识形态具有重要作用。

中央苏区¹马克思主义传播实践是中国共产党历史上的成功经验, 对中央苏区马克思主义传播实践再探讨、再认识, 对当代马克思主义传播具有新的启示。中央苏区马克思主义传播是在大革命失败以后, 中共革命被迫转移至农村地区发动群众开展轰轰烈烈的土地革命、武装斗争, 并在中央苏区建立了红色革命政权中华苏维埃共和国, 开辟了“工农武装割据”的新局面。中国共产党传播马克思主义从早期的知识分子、工人为主要对象转变为广大的贫苦农民, 不管是传播环境, 还是传播方式及传播对象都发生了根本性变化。在外有国民党反动派的经济封锁及围剿威胁, 内有严重的物质匮乏等情况下, 中央苏区马克思主义传播获得当地农民广泛地理解与接受、认同和支持。这是马克思主义传播在中国革命史上的奇迹, 对当今马克思主义传播实践具有重要的借鉴意义。这引起了学术界的重视并产生了一批研究成果, 相关研究成果主要集中在以下两个方面:

一是中央苏区马克思主义大众化传播研究。主要有: 标语传播, 主要针对中央苏区文化程度普遍较低的群众, 将马克思主义思想转化为通俗易懂的语言传播^[2]; 报刊传播^[3]和书籍传播^[2], 主要是针对有文化基础的党员、红军战士、干部等, 以提升他们的马克思主义理论水平, 使其在深入群众动员过程中, 发挥意见领袖作用, 更好地传播马克思主义; 扫盲教育是马克思主义大众化

作者简介: 邱新有, 江西师范大学新闻与传播学院二级教授, 博士生导师, 主要研究方向: 文化与政治传播; 黄立群, 江西师范大学文学院博士研究生, 主要研究方向: 文化传播。

的重要路径^[2]，主要对象是工农群众，能提高穷苦农民的文化水平，加强农民对马克思主义的理解，并逐步建立学校教育体系来传播马克思主义，发挥“土秀才”意见领袖的传播作用；文艺宣传既形象又生动，强大的艺术感染力能让穷苦大众易于理解抽象的马克思主义^[4]；建设组织机构传播^[4]，发挥组织传播优势进行马克思主义传播，促进马克思主义大众化传播；重视采用情感传播和新技术传播创新传播路径。

二是中央苏区马克思主义大众化的经验及其当代启示研究。有学者从传播学视角研究中央苏区马克思主义大众化传播经验，认为当代马克思主义传播要结合国情，发挥组织传播优势，内容要通俗易懂，注重“把关人”队伍建设^[2]；也有侧重从党史研究中央苏区马克思主义大众化的实践经验，认为当代马克思主义传播要与中心任务结合，依靠群众，重视调查研究，发扬中央苏区光荣传统^[5]；陈始发研究总结中央苏区马克思主义大众化，强调当代马克思主义传播要重视传播组织网络建设和传播队伍建设，要创造性地根据实际情况改进传播技巧^[4]；梁小军侧重马克思主义中国化研究，对中央苏区马克思主义大众化大量历史资料进行系统梳理分析，归纳了中央苏区马克思主义大众化实践经验，认为当代马克思主义传播要与国情相结合，贯彻群众路线，整合社会资源，回应各种社会思潮^[6]。

综上所述，中央苏区马克思主义传播实践及其当代启示研究成果主要集中在大众化传播研究及其当代启示两个方面。相关研究注重历史系统梳理，且主要以马克思主义理论、思想政治教育、党史和传播学等单学科视角开展研究，缺乏多学科交叉研究范式。马克思主义传播是一项复杂系统的工程，涉及社会的多个方面，采取多学科综合研究，能较为全面深入地研究并揭示马克思主义传播规律。而此前相关研究大都缺乏多学科交叉研究范式，研究视角存在一定局限性。本文在已有成果的基础上，采取传播学、社会学、心理学等多学科交叉研究范式，梳理分析中央苏区马克思主义传播文献资料，整体性归纳马克思主义传播实践经验，立足当代马克思主义现实情况，试图构建当代马克思主义传播新模式。

二、中央苏区马克思主义传播实践经验

中国共产党以马克思主义作为思想武器，结合当时的传播环境积极探索中央苏区马克思主义传播实践经验，下面根据已有的文献资料，对中央苏区马克思主义传播实践经验进行全面的归纳。

（一）情感传播引导劳苦大众

情感传播作为战略性关系维持中内容维度的构成要素之一，主要是研究关系维持中双方的情感互动战略性关系维持的影响。^[7]情感传播能有效地激发受众的情感共鸣，加深人对情感传播内容的理解和认知，潜移默化形成精神信仰。中央苏区立足广大群众生活苦难的现实，抓住群众受剥削压迫，迫切想当家作主的期盼心理，情感传播在中央苏区马克思主义传播实践中得到广泛运用。主要表现为：一是话语情感传播。在中央苏区马克思主义传播中运用大量的具有强烈感情色彩的阶级标语、口号等，具有很强的感染力。如“只有苏维埃才能救中国”“打倒屠杀工农的国民党”“红军是穷人的救星”^{[8]256}等，这种口号在被压迫穷苦大众情境下传播，具有很强的情感共鸣效应，容易获得穷苦大众对马克思主义的认同和理解，并激发他们参加革命的勇气和动力；二是红剧情感传播。以革命现实题材创作，将马克思主义思想贯穿于中央苏区穷苦大众受阶级压迫的悲惨人生境遇之中，通过戏剧情境再现的方式激发广大穷苦民众的情感共鸣，将马克思主义内化于心。如戏剧《逼债》《年关斗争》等，情境再现发现场穷苦大众阶级情感共鸣，在情感认知层面产生只有中国共产党才是“大救星”的心理认同，深化对马克思主义的认识与理解；三是歌谣情感传播。以通俗易懂的歌词内容启蒙和教育穷苦大众，激发穷苦大众改造旧世界，建立新世界的美好愿望。简洁的歌词再结合中央苏区的曲调容易被穷苦大众接受，这既是一种娱乐表达，也是一种情感宣泄，能唤起穷苦大众的自我认知意识，主动投入到土地革命，参加到红军队伍闹革命，有极强的动员性和号召力。如歌曲《只有跟着共产党》歌词就唱道“天上星星数不清，地上工农痛苦深；工农要想得解放，只有跟着共产党。”^[9]同时，将马克思主义与中央苏区客家文化结合起来，用农民自己的语言创作通俗易懂的歌曲，道出农民情感，穷苦大众欣然接受。如歌谣《新战士歌》“我们是新战士呵罗哎，唔未错罗呵咳。来那红军是为革命呀咳当真。”就用了赣南客家方言“唔未错”“当真”等；^{[8]521-522}四是日常情感传播。马克思主义传播落地生根表现在马克思主义寓于穷苦大众日常情感传播。将马克思主义与穷苦大众的日常生活和生产利益诉求结合起来，

解决穷苦大众日常实际问题，增强穷苦大众对马克思主义的情感认同。如在土地革命中，以穷苦大众翻身当家作主的情感诉求与马克思主义倡导实现农民有其田及民主权利相结合传播，使马克思主义具体成为穷苦大众日常生活的重要组成部分。同时，中央苏区马克思主义传播者还深入群众，与群众促膝长谈、同劳动同吃住，在日常交往实践中培养群众的马克思主义阶级感情和阶级意识。

(二) 仪式传播构建崇高信仰

根据詹姆斯·凯瑞的观点，仪式传播不是指信息在空间中的扩散传递，而是指在时间上对一个社会的维系，是信息共享信仰的表征，是构建一个有秩序、意义，能够支配并影响人类行为的活动。^[10]这种活动类似于中国宗教神圣典礼，强调的不是信息的空间传递，而是信息在时间上的社会维系，在空间的共享信仰，以维系共同文化精神及价值，凝聚社会力量和强化文化认同。中央苏区发挥媒介资源优势，构建媒介仪式场景，吸引穷苦大众共同参与其中，在所构建现实时空仪式场景中分享马克思主义，激发强烈的情感共鸣。如：通过举办重要纪念性仪式活动，号召全民参与，提升农民的马克思主义认同度。举办传统仪式活动，构建集体场景，并以通俗易懂的标语、口号等语言符号系统以及非语言符号系统，构建马克思主义传播的“仪式现场”，让穷苦大众不管文化水平有多低，都能在精神上感受到马克思主义“在场”的洗礼，在心理上产生一种沉浸式的自我感知和共鸣，在生活实践中逐渐对马克思主义接受，从意识上逐步过渡到行动上的认同。中央苏区重视举行隆重的传统仪式传播，根据不同节日、不同场景及情景，通过中央苏区现有的媒介资源设置仪式传播马克思主义，利用媒介符号传播现场仪式的意义空间，实现空间意义的流动共享和社会共识的维系。如在中央苏区以“五四青年节”“马克思诞辰纪念日”等节日，通过媒介仪式传播营造马克思主义中国化、大众化话语氛围情境，将马克思主义思想寓于传统节日文化仪式之中，与现场仪式传播的具体情景、场景相叠加，实现穷苦大众“在场”共享文化意义，产生情感共鸣的效果，逐渐理解并认同马克思主义。

(三) 组织传播强化工作保障

组织传播是国家建立传播网络地图不可或缺的重要基石，在动员、协调并利用有效的传播网络资源开展传播中具有重要的保障作用。中央苏区建立苏维埃政府，以保障中央苏区社会各领域正常的运转，为马克思主义传播提供了必要的组织保障。具体表现为：一是马克思主义教研组织传播体系。成立文化教育组织机构，一方面开展教育扫盲运动，提高穷苦大众文化水平。另一方面建立中央苏区学校教育组织传播体系，提高学校马克思主义组织传播效果。在中央苏区建立了马克思主义研究会，结合中央苏区发展实际组织学习马克思主义理论。马克思主义研究会及分会形成研究传播组织网络，为中央苏区马克思主义传播提供理论指导。如成立中央、省、县三级马克思主义研究会，开展马克思主义理论学习活动，对学习作出了具体规定：“每月上课4次，每周上课1次，其中3次学习马克思主义理论，余1次研究其他问题；以6个月1个学习周期，每个周期学习3门课程即《共产国际纲领》《中国革命的基本问题》《俄共党史与马列主义》，每2个月完成一门课程。”^[11]³⁴二是大众化组织传播机构体系。中央苏区成立了中央到地方各级大众化组织传播机构，涉及宣传、出版、报刊等文化传播领域，向穷苦大众传播马克思主义。如：成立马克思主义著作翻译出版社，用群众能读懂的本土化文化符号表达，组织出版经典著作和科普书籍。在军队中成立剧团、俱乐部、宣传队。在苏维埃政府教育人民委员部下专门设立了艺术局，专门管理中央苏区的新闻、出版、戏剧等，直接领导中央苏区的文艺传播。其中最特色的是在政府和军队中都设置宣传马克思主义的俱乐部和列宁室，两个部门都有严密的层级管理组织，以通俗的话语结合中央苏区老百姓的实际传播马克思主义。成立了专业演剧团体工农剧社，下设七个部门，并在中央苏区各地建立戏剧表演的分社、支社，社员就有700人左右，使红色戏剧传播马克思主义组织化、大众化。在组织传播上规定，每个单位组织一个宣传中队，队长副队长各一名，宣传员16人，挑宣传品(挑夫)1人，公差2人，每个中队的宣传员又分为若干分队，每个分队有分队长1人，宣传员3人。^[12]三是注重政治组织建设。建立政治团体组织强化传播黏性，如成立了农会、妇女代表大会等政治性团体组织，吸纳中央苏区思想进步群众加入，以团体组织活动为平台，开展文艺宣传、识字教育等马克思主义活动。建立由党机关、军队、农民全覆盖的党组织机构，设立党委、党支部。在农村由较为开明的农民作为党支部书记，定期召集党员学习马克思主义及当前革命形势等内容，这些农民党员在这种组织化的管理下，逐步学习并接受了马克思主义，成为马克思主义在农村的传播者和实践者。

(四)兴办教育加强人才培养

要更好地传播马克思主义，就要培养既懂马克思主义，又能传播马克思主义的人才队伍。中央苏区重视兴办教育加强人才队伍建设，采取灵活形式开展教育活动。一方面提高中央苏区农民文化程度，在教育过程中传播马克思主义，让群众更容易接受马克思主义思想。另一方面培养了一批坚定的马克思主义实践者和传播者，加强了人才队伍建设。具体表现为：一是实施本土人才教育加强人才队伍建设。吸纳本地人才，发挥本土人才的人际传播优势，通过定期、不定期地培训教育，使之成为马克思主义践行者，向穷苦大众二次传播马克思主义。如瞿秋白任教育部长时，在中央苏区创建高尔基戏剧学校，专门为红军部队培养艺术骨干力量，先后培养了 1000 余名戏剧艺术骨干，并分成 60 个戏剧演出队伍到中央苏区各地演出，深受中央苏区群众欢迎和喜爱，吸引了大批中央苏区进步人士加入到传播马克思主义队伍中来。^{[3]515}同时，把在外求学受到马克思主义熏陶的本地进步人士团结起来，吸纳到共产党传播马克思主义的队伍中，涌现了如方志敏、袁玉冰等一批马克思主义传播的中坚力量，为马克思主义传播作出了重要贡献；二是吸纳外来人才教育加强人才队伍建设。加强中央苏区以外进步人士的统战工作，通过各种渠道和办法吸纳优秀的人才到中央苏区马克思主义传播队伍中来，并对其进一步教育培养，使之成为马克思主义实践者和传播者。如中央苏区对进步人民团体中国左翼作家联盟人士的保护和团结。先后就有李一氓、潘汉年、冯雪峰、瞿秋白等到中央苏区工作，为积极探索马克思主义传播创新作出了突出贡献；三是开展全民教育促进马克思主义人才队伍建设。中央苏区非常重视兴办各种教育提高当地老百姓的文化水平，便于老百姓理解马克思主义。在农村先后开展了识字运动和消灭文盲运动，构建了社会教育、义务教育、军队教育、干部教育等各类教育传播体系。创办了遍及城镇与乡村的夜校、半日校、识字班、识字组、识字牌、俱乐部等教育组织机构。在农村以家族祠堂等公共场所作为依托，定期、不定期地向所在地群众举办识字教育等为主题的马克思主义传播活动，形成了多层次、多形式、多规模的教育传播体系。如“在识字运动中，一般以乡为单位设立总会。总会有主任委员 1 名，委员 3—9 名。总会下面以村为单位设立分会，其中主任委员 1 名，委员 3—5 名，其任务一方面是指定各小组教识字的人和指导教法，另一方面是检查和督促各小组开展活动。分会之下再设小组，由 1 人担任组长，具体负责 5—6 户农民。”^{[11]35}针对具有一定文化水平的党员，则开办干部培训学校，较为系统地传播马克思理论，提升马克思主义传播水平。此外，还创办中国工农红军学校、政治军事干部学校等专业干部学校，把马克思主义教育作为学校教育的重点工作内容之一。

三、中央苏区马克思主义传播的当代启示

我国正处于内外风险和挑战的叠加期，以马克思主义为思想武器武装全民，凝聚社会力量建设中国社会主义，化解社会各种风险和挑

战，是实现中华民族伟大复兴的必然要求。因此，做好当代马克思主义传播显得非常迫切，本文认为中央苏区马克思主义传播实践经验对当代马克思主义传播有以下启示：

(一)情感传播塑造公民的国家认同

从心理学层面看，情感不仅属于个人内在属性各种情感自然表达，也是社会构建过程中社会情感社会表达。“情感传播的活动主体的思维采用情感逻辑的结构和指向方式，通过情感传播主体活动影响传播受体，以情感为基础和传播纽带力求达到传播活动的目的和需求。”^[13]情感传播本质上就是具有意义的文化表达交流形式。通过媒介情感激发、互动共享，是情感的传播重要方式。如何推动马克思主义情感传播塑造公民的国家认同，主要从以下几个方面：一是融入社会个体日常情感传播。“情感处于社会生活所有层次即微观的、宏观的、个人的、组织的、政治的、经济的、文化的以及宗教的等等中心”^[14]。情感跟人类社会日常生活密不可分，并交织在人类思想及行为各个层面，既体现在个体内在喜、怒、哀、乐等情感表达上，也体现在与人们社会生活息息相关的公共情感价值表达上。将马克思主义作为一种公共情感价值表达，融入社会日常生活情感体验，在社会日常话语表达中互动交流、共享维系文化意义达到情感传播的效果。同时，防止负面情感表达，整合积极的情感信息内容传播，滋养公民心扉并扩大社会共识，提升公民对国家的认同感。要构建具有社会个体感性表达和符号意义想象的国家共同体，以情感符号触动公民心理发生机制，使公民感知其身份符号的意义，在意义互动中自我确认产生对国家的认同感。二是情感传播与公民诉求相结合。情感是人类普遍共有的符号意义文化，能有效激活社会情感共鸣，增强社会认同。将公民社会诉求表达与当代马克思主义情感传播结合起来，以情感传递感染每位社会成员，增强其社会共识，以弥合社会裂痕，拉近社会成员之间的心理

理距离。将马克思主义与公民社会日常生活情感诉求结合，以情感传播切入，以国家公共主题事件、先进人物事件主题等作为情感传播内容，引发个体自我确认和集体共鸣，激活社会集体记忆情感，以社会最大共识作为最大公约数，激发个人心理情感传播机制，在情感传播互动中触及内心，建构社会与个体“情感意义共同体”，提升社会公众对国家的认同。三是增强媒介情感传播叙事策略能力。整合媒介构建全方位、立体互动的情感传播融合网络，充分运用新媒体平台可视化场景、信息分享机制、社交情感互惠、游戏互动机制、碎片化表达等叙事形式，增强情感传播效果。在媒介情感叙事内容技巧上要接地气，体现时代感，注重内容个性化表达，温情化、平民化叙事，抓住民众“情感诉求”因子叙事，贯穿于媒介塑造意识形态全过程。重点打造亲民互动的融媒体平台，构建公众社会信息情感交流平台，提升公众情感表达意愿。如构建社区网络融媒体平台，关注社区公众普遍关心的现实问题，以情感传播因子鼓励社区公众共同参与，以大众化的视角内容及话语传播体系，提升公民对社会的信任度，进而增强公民对国家的认同感。

(二) 仪式传播弥补信息共享鸿沟

美国传播学者詹姆斯·凯瑞的仪式传播观点强调信息在时间上的维系，构建共同记忆，维系社会共识具有重要作用。^[10]仪式传播将具有共同信仰的人聚集“在场”，实现情景共享与意义互动。在中央苏区仪式传播马克思主义，以弥补社会信息鸿沟，传播效果显著。当今已进入信息社会，可采取以下方式利用仪式传播弥补信息共享鸿沟：一是构建媒介仪式传播，打造共享互动媒介“文化奇观”。互联网表达几乎已经成为人们日常表达“在场”的虚拟空间、记忆空间、文化空间，也是公众基于社会情境和自我诉求的网络意义互动表达的平台。以网络意义互动构建社会共识，积极策划以民族、国家等公共性主题的媒介仪式传播，整合多种媒介传播，共同打造信息共享互动传播的媒介“奇观”，健全社会信息共享互动机制，弥补社会各阶层信息鸿沟。媒介仪式传播实现个体平等参与、转发分享、点赞评论信息内容，维系社会主义价值文化，弥补信息鸿沟，增强社会凝聚力。二是整合媒介资源仪式传播，塑造“社会共同体”。整合利用现有的媒介资源，适应当代媒介移动化、场景化、社交化趋势，利用新媒体技术对用户准确分析，精准传播，开展媒介议程设置传播，引导全民深度参与其中互动分享信息，使公民获得自我归属感及身份的确认。充分运用传统节日、国家大型纪念活动等主题开展仪式传播，整合媒介资源融合传播，创新同步直播现场主题仪式盛况，吸引社会大众“虚拟在场”参与到媒介构建的仪式活动之中。这不仅增强了现场民众信息分享意愿，也拉近了社会各阶层之间的心理距离，进而产生情感共鸣，缩小社会阶层信息差异，弥补信息共享鸿沟。如新中国成立70周年国庆大阅兵直播报道活动，通过媒介仪式传播呈现以国庆为主题的信息共享互动，与现场大阅兵仪式活动互动，营造了一场爱国主义为主题的“盛典”仪式，实现以国庆阅兵为主题的信息互动共享，弥补了信息鸿沟。三是媒介仪式传播与现实仪式传播同频共振，互动共享“信息盛宴”。以网络虚拟“在场”参与网络空间的意义建构和意义互动分享活动，运用媒介新技术场景再造媒介仪式传播体验空间，观照现实个体境遇及当代社会大众普遍关心的话题内容传播，适应互联网数字化表达，将马克思主义内容寓于虚拟空间“在场”的仪式传播，吸引公众参与符号意义互动，共享信息符号，注重媒介历时传播、共时聚焦扩大传播影响力，构建多元意义互动的仪式传播意义空间，扩大社会共同意识，以弥补社会阶层信息鸿沟。通过媒介主题事件构建仪式场域与现实事件构建仪式场域互动，线上线下同频共振，实现社会公众多维度意义互动分享，弥补社会成员之间的信息盲区，消除存在的信息鸿沟。如人民日报和腾讯在新中国成立70周年国庆之际，推出的全民在线换军装H5活动，全民在网络虚拟空间体验换军装仪式，在构建的网络仪式空间上通过评论、转发、点赞等，与国庆现实仪式空间实时互动、共享文化信息，激发了全民对军人的热爱与崇拜，弥补了公民对军事信息认知的不足。

(三) 组织传播提升社会价值认同

组织传播在构建社会主流价值认同方面具有重要作用。加强社会组织传播黏性建设，是构建传播马克思主义促进社会认同的重要举措。可从以下几个方面着手：一是增强社会组织活力，提高社会组织传播黏性。党的十九大提出，要构建共建共治共享的社会治理格局。社会组织在政府主导管理模式下，政府应通过政策、制度引导其发展，而不是“包办”成为政府的“延伸部分”或者“代言人”，应体现社会组织相对的独立性、社会活动空间。社会组织应由社会群众自愿成立，为社会服务，并接受政府管理，形成集管理、服务、监督等为一体的独立社会自治组织，充分发挥其内生动力及发展活力。社会自治组织要成为社会公民重要的诉求表达平台，能促进社会利益表达渠道畅通并得到合理及时的解决，以增强对社会主义核心价值观的认同。充分

发挥互联网信息平台提升组织传播黏性，在传播实践中融合马克思主义思想表达，在社会组织文化建设中提升马克思主义传播效果，增强社会组织对马克思主义的认同感；二是要加强社会组织建设，构建组织传播网络。转变政府职能，简政放权，将不该管的放权给社会组织管理，不直接干预社会组织的发展，而是从宏观上管理社会组织，引导社会组织发展，在政策上支持社会各领域群众自发成立各类社会组织管理相应的社会领域，形成企业、社会组织、个人、政府多元主体社会管理模式。逐步在城乡引导群众自发建设各类行业协会、健身协会、志愿服务协会等社会组织网络。严格政府和社会组织的边界，激活社会组织的活力，让社会组织结合自身发展实际开展主题学习、行业培训等活动融入传播马克思主义，发挥各种社会组织的作用优势，增强社会组织传播马克思主义的能力，逐步培养群众对社会价值的认同感；三是创新社会组织建设，强化组织传播认同。社会组织成立是因社会发展需求而产生的，具有群众意愿和服务发展空间，而当前的情况是很多社会组织是以政府主导发展，弱化了群众参与的积极性，很难得到群众的普遍认同。因此，创新社会组织建设和管理，是提升马克思主义组织传播效果的关键。要调动群众参与社会组织的积极性，实行去行政化改革，政府以优惠政策及措施引导社会组织发展，让社会组织适应社会发展需要，成为各领域服务的主体，发挥社会组织网络聚合能力，增强群众自我身份确认和对组织的归属感。特别是要加强特殊群体、弱势群体等相关的社会组织建设，健全相关社会服务组织体系，充分考虑服务对象的利益诉求，提高社会组织的服务水平。将马克思主义内容与社会组织服务对象的日常工作生活紧密联系起来传播，提高社会组织的黏性，培育他们对社会主义核心价值观的认同感。

(四)教育传播加强人才队伍建设

教育即传播，以传播学视角看教育传播，教育传播是以教育信息的空间流动，时间上传承互动内化达到信息传播的效果。随着现代教育技术的发展及社会变迁，当代马克思主义教育传播正面临新情况，如何通过教育传播加强马克思主义传播队伍建设，可从以下几个方面着手：一是重视技术驱动教育传播加强人才队伍建设。技术驱动教育传播发生了重要大转向，互联网平台已经成为大众的重要的学习平台，信息传播呈现移动化、多元化、互动化、情景化等特点。因此，现代教育传播就要紧扣技术驱动教育传播的变化，因势利导，充分发挥教育传播培养马克思主义传播人才的作用。不仅以传统教育的学校为媒介，还要构建以互联网为基础的虚拟空间媒介，构建全民覆盖的新媒体传播教育媒介体系，让全民网络虚拟“在场”接受马克思主义熏陶。结合当前新媒体技术，以互联网+马克思主义传播、微平台+马克思主义传播、5G+马克思主义传播等形式，提升马克思主义传播的广度和深度。并根据教育传播智能网络即时反馈用户信息，传播根据用户需求特点编码符合个性化需求的马克思主义信息内容，研发各种信息情境下可使用的信息接受终端产品，作为用户情境表达即时交流、体验情感认知的场景工具，以增强信息情境下公众接受马克思主义的意愿性，并把握公众媒介内容选择、话语表达方式，关注的社会内容，对社会公众精准传播马克思主义。二是社会分层教育传播加强人才队伍建设。在社会分层背景下，社会各阶层在价值认知以及诉求等方面存较大差异，要将马克思主义与所处阶层日常生活实践结合起来推送信息内容，吸引各阶层公民关注并培育马克思主义认同感。通过新媒体技术实现对受众的信息阅读时长、关注的内容属性、阅读频率等数据进行可视化综合性分析，识别细分目标用户进行传播，并根据用户使用的信息特点以及用户信息反馈情况精准推送马克思主义内容，瞄准目标用户、挖掘培养潜在用户，精耕、深耕马克思主义传播内容。在内容、形式、传播技巧等方面结合用户爱好大胆地探索创新，精准分层传播，以正确的舆论引导人，抢抓舆论的制高点，维护社会舆论主流价值。重视社会各阶层马克思主义“意见领袖”二次传播引领作用，将“意见领袖”纳入马克思主义教育传播体系，定期不定期地开展线上线下教育活动，提升他们的马克思主义理论素养和传播马克思主义的能力。加强意见领袖共情传播教育，以一种共情的心理直接从情感上感受他人的心理状态，设身处地、感同身受、将心比心，提高传播马克思主义的效果。三是创新教育传播加强人才队伍建设。马克思主义传播不仅需要懂传播马克思主义，更需要会传播马克思主义。要改革马克思主义传播人才课程，邀请新闻传播业界人士作为马克思主义传播实践的老师，构建理论与传播实践并重的培养体系，培养具有扎实的马克思主义理论功底、丰富的传播理论实践能力，具有跨学科传播视野的复合型马克思主义传播人才。建设教育传播实践平台培养人才队伍，学校通过与媒体技术公司合作开发建设网络教育传播平台，将马克思主义理论以通俗化叙事、贴近群众、贴近实际、贴近生活的叙事话语，融入马克思主义教育传播体系。如通过微博、微信等平台传播，融入人们的日常生活实践之中，让平台成为培养马克思主义传播的学习和交流平台；四是健全教育传播体系加强人才队伍建设。将马克思主义教育传播贯穿于人们的生活工作实践之中，构建全民的马克思主义信仰教育的传播网络，让民众真学、真懂、真信、真用马克思主义，如工会马克思主义教育、农民马克思主义教育等。充分利用新技术构建马克思主义教育传播媒介网络平台，

形成学校教育传播、社会教育传播、家庭教育传播、职业教育传播等相互交融发展的马克思主义教育传播体系，使之贯穿于每个人的成长全过程。

四、构建当代马克思主义传播模式

在中央苏区马克思主义传播当代的启示，即通过情感传播来提升公民的国家认同感；通过仪式传播来弥补信息的共享鸿沟；通过组织传播来提升社会的价值认同；通过教育传播来加强人才队伍建设的基础上，本文试图从功能主义角度构建当代马克思主义传播模式。模式化结构和过程具有明显的组织、启发和预测功能，构建当代马克思主义传播模式对提升传播马克思主义效果具有较为直观的传播参考价值。本文提出“多元创新传播的当代马克思主义传播模式”（见图 1），强调“传播先行”“传播技术”以及“创新传播”的多元融合，注重传播的人性化需求以及互动情景意义构建，产生多维度社会公众传播效果，提升社会大众对马克思主义认知和认同，并践行马克思主义。

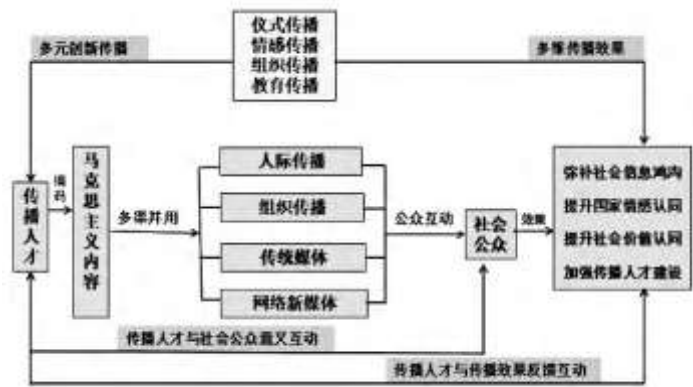


图 1 多元创新传播的当代马克思主义传播模式

“多元创新传播的当代马克思主义传播模式”指的是作为传播者的传播人才，以马克思主义作为传播内容，通过创新编码，以多元创新传播方式融合（即通过仪式传播、情感传播、组织传播、教育传播等方式相融合），多种传播渠道并用（人际传播、组织传播、传统媒体、网络新媒体等渠道并用），社会公众意义互动传播相融合的面向社会公众传播马克思主义，并对社会公众产生弥补社会信息鸿沟、提升国家情感认同、提升社会价值认同、加强传播人才建设等多维传播效果。该模式以传播人才为核心，多元创新传播为源泉，重视传播人才与社会大众的意义互动，以及传播效果的反馈，创新编码马克思主义内容，根据当代传播技术、传播环境等多元创新传播，多渠道并举融合传播，呈现多元、立体、创新传播格局，最终实现社会大众认同并接受马克思主义内容，产生当代马克思主义多维传播效果。

总之，本文提出的“多元创新传播的当代马克思主义传播模式”以“多元创新传播”“多渠道融合传播”“技术先赋传播”“意义互动传播”产生“多维传播效果”。该模式是在考察中央苏区马克思主义传播实践的当代启示的基础上提出，对提升当代马克思主义传播效果，实现社会公众对马克思主义的认同，巩固社会主义意识形态建设具有重要理论参考价值。然而，当今社会传播环境已经发生了翻天覆地的变化，如何有效地传播马克思主义思想，强化社会主义意识形态建设，其影响因素是非常复杂的。既有个人属性的差异因素，也有社会技术、资本、权力等方面场域博弈的因素，该模式的传播效果如何，还需结合脑神经科学、社会心理学等学科知识，采取定性定量相结合的方法开展后续研究。

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[EB/OL]. http://www.china.com.cn/19da/2017-10/27/content_41805113.htm.

- [2]张品良. 中央苏区马克思主义大众化的传播学研究[J]. 新闻与传播学研究, 2010(2):4-10.
- [3]陈信凌. 中央苏区报刊的“号召”传播探析[J]. 新闻与传播学研究, 2011(3):28-33.
- [4]陈始发. 中央苏区时期马克思主义大众化的主要举措与启示[J]. 理论学刊, 2012(7):14-19.
- [5]王太钧, 肖平. 马克思主义大众化在中央苏区的实践及其启示[J]. 江西社会科学, 2011(3):138-142.
- [6]梁小军. 中央苏区时期群众工作的经验及启示——以马克思主义大众化为视角[J]. 求实, 2014(5):26-29.
- [7]陶薇. 论组织战略性公共关系维持中的情感传播策略[J]. 商业时代, 2011(13):33-34.
- [8]张品良. 传播学视域下的中央苏区马克思主义传播大众化[M]. 北京:中央党史出版社, 2016.
- [9]中国作家协会江西分会, 编. 红色歌谣[M]. 南昌:江西人民出版社. 1959:267.
- [10](美)詹姆斯·W. 凯瑞. 作为文化的传播:“媒介与社会”论文集[C]. 北京:华夏出版社, 2005:6-11.
- [11]王海军, 王新刚. 中央苏区时期中共马克思主义理论教育方法与经验探析[J]. 理论学刊, 2019(9).
- [12]江西省文化厅革命文化史料征集委员会, 编. 中央苏区文化史料汇编[Z]. 南昌:江西人民出版社, 1994:24-26.
- [13]李建军, 刘会强, 刘娟. 理性与情感传播:对外传播的新尺度[J]. 江西社会科学, 2015(5):240.
- [14](美)诺尔曼·丹森. 情感论[M]. 沈阳:辽宁人民出版社, 1989:1.

注释:

1 本文中央苏区是指:1929年1月毛泽东、朱德率红四军下井冈山后转战赣南、闽西,经过1年半多的艰苦斗争,开辟了中央苏区,到1934年10月中央苏区第五次反“围剿”失败,党和红军主力被迫实行战略转移,开始长征,中央苏区时期结束,共计5年10个月。据中共中央党史研究室原副主任石仲泉:《中央苏区与苏区精神》,载《中共党史研究》,2006年第1期,第78页。