



马克思主义 大众化的价值及实现方式研究

高洪力 李秀芝 主编

光明日报出版社



马克思主义 大众化的价值及实现方式研究

主 编 高洪力 李秀芝
副主编 秦锦文 孙 青



光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

马克思主义大众化的价值及实现方式研究 / 高洪力,
李秀芝主编. —北京:光明日报出版社,2011

ISBN 978-7-5112-1712-7

I. ①马… II. ①高… ②李… III. ①马克思主义—
发展—研究—中国 IV. ①D61

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第211414号

马克思主义大众化的价值及实现方式研究

作 者: 高洪力 李秀芝 主编

出 版 人: 朱 庆

责任编辑: 宋 悦

封面设计: 中联学林

责任校对: 贾文梅

责任印制: 曹 净

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市崇文区珠市口东大街5号,100062

电 话: 010-67078241

网 址: <http://book.gmw.cn>

E - mail: gmcbs@gmw.cn

法律顾问: 北京市华沛德律师事务所张永福律师

印 刷: 三河市华东印刷有限公司

装 订: 三河市华东印刷有限公司

开 本: 710×1000毫米 1/16

字 数: 262千字

印 张: 16

版 次: 2012年5月第1版

印 次: 2012年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5112-1712-7

定 价: 48.00元

版权所有 翻印必究

前 言

自党的十七大报告明确提出“推动当代中国马克思主义大众化”的号召之后，广大理论工作者积极进行探讨，围绕当代中国马克思主义大众化的内涵、原则、途径和方法等问题进行了比较全面的研究，取得了许多成绩，推出了一大批新的研究成果，推进了当代中国马克思主义大众化教育的进程。当代中国马克思主义大众化，就是中国特色社会主义理论体系大众化。大众化意味着当代中国马克思主义的普及化、通俗化和民族化。这既是大众化的应有之义，也是大众化的基本特征，同时也隐含着实现大众化的基本取向。开展中国特色社会主义理论体系宣传、普及活动，推动当代中国马克思主义大众化，这是党提出的理论工作在新时期所面临的新任务。

在新中国成立六十周年之际，党的十七届四中全会公布了《中共中央关于加强和改进新形势下党的建设的若干重大问题的决定》，提出了“不断推进马克思主义中国化、时代化、大众化”的新命题，把马克思主义大众化的研究推向进一步的深入。对马克思主义大众化的研究转向了更加深入细致、更加富有可操作性和实践性的研究，力图从多个视角解读马克思主义大众化教育。但研究过程中仍存在问题，如对基本理论问题研究不够深入，对影响马克思主义大众化进程相关因素的研究有待加强，对马克思主义大众化的价值功能研究较为缺乏等问题。

本书通过对马克思主义大众化价值与实现方式的研究，从马克思主义大众化的价值及其功能角度，梳理了马克思主义大众化的内涵和意义，马克思主义大众化与中国化、时代化的关系；按照时间的顺序进行了实证研究，即总结了新民主主义革命时期、建国后前30年及改革开放以来马克思主义大众化的价值、实现方式及基本经验；分析了当代中国马克思主义大众化所面临

的国际、国内的环境特点，总结了当代中国马克思主义大众化的特色；重点阐述了当代中国马克思主义大众化的价值，归纳总结了当代中国马克思主义大众化的具体实现方式的选择，并结合高等学校的特点概括了当代高等院校马克思主义大众化价值的特殊性及其实现方式。

本书比较详尽地分析了不同时期马克思主义大众化进程中的价值、实现方式及其启示。既有理论研究，也有实证分析，是一本较为系统地阐述当代中国马克思主义大众化的著作。来自于编者探索马克思主义大众化教育的实践历程，对推进当代中国马克思主义大众化教育具有一定参考和借鉴的价值。

作为高校从事马克思主义大众化宣传教育的一线教师，担负着推进马克思主义大众化宣传教育的任务。由于我们的水平有限，资料研究不够，书中难免有疏漏与不足，我们诚恳地期冀本书能得到专家、同行和读者的批评、指正，同时书中借鉴与参阅一些资料，在此向作者表示感谢。

编者

2012年3月

目 录

CONTENTS

前 言	1
第一章 马克思主义大众化的理论概述	1
一、马克思主义大众化的涵义及其界定	/ 1
(一) 大众化的涵义	/ 2
(二) 马克思主义大众化的涵义	/ 7
(三) 关于马克思主义大众化内涵的学术界研究观点	/ 9
二、马克思主义中国化、时代化、大众化的关系	/ 11
(一) 中国化是前提	/ 13
(二) 时代化是灵魂	/ 14
(三) 大众化是目的	/ 15
三、马克思主义大众化的历史进程概述	/ 18
(一) 马克思主义在全球大众化历史进程	/ 18
(二) 苏联推进马克思主义大众化的实践及经验	/ 25
(三) 中国马克思主义大众化的历史进程	/ 31
第二章 马克思主义大众化的价值功能及影响因素	39
一、价值与价值功能解析	/ 39
(一) 价值的概念界定	/ 39
(二) 价值与必要性	/ 40
(三) 价值与意义	/ 41
(四) 功能的语义解析	/ 41

二、马克思主义意识形态的价值功能	/ 41
(一) 意识形态含义的演变	/ 41
(二) 意识形态的价值功能	/ 44
(三) 马克思主义意识形态的价值功能	/ 53
三、马克思主义大众化的价值	/ 59
(一) 马克思主义大众化的人文价值	/ 59
(二) 马克思主义大众化的科学价值	/ 61
(三) 马克思主义大众化的实践价值	/ 63
四、马克思主义大众化价值发挥的制约因素	/ 64
(一) 制约马克思主义大众化价值发挥的经济因素	/ 64
(二) 制约马克思主义大众化价值发挥的政治因素	/ 66
(三) 制约马克思主义大众化价值发挥的文化因素	/ 66
第三章 新民主主义时期马克思主义大众化的价值和实现方式	69
一、五四运动时期马克思主义大众化的价值和实践	/ 69
(一) 五四运动时期马克思主义大众化的环境特点	/ 69
(二) 五四运动时期马克思主义大众化的实践方式及特点	/ 72
(三) 五四运动时期马克思主义大众化的价值与经验	/ 76
二、建党初期马克思主义大众化的价值与实现方式的特点	/ 77
(一) 建党初期马克思主义大众化的动因	/ 77
(二) 建党初期马克思主义大众化实现方式的特点	/ 79
(三) 建党初期马克思主义大众化的价值及经验	/ 81
三、土地革命时期马克思主义大众化的价值与实现方式的特点	/ 84
(一) 土地革命时期马克思主义大众化实现方式的特点	/ 85
(二) 土地革命时期马克思主义大众化的价值	/ 88
四、抗日战争时期马克思主义大众化的价值与实现方式的特点	/ 89
(一) 抗日战争时期马克思主义大众化实现方式的特点	/ 90
(二) 抗日战争时期马克思主义大众化的价值与经验	/ 94
五、解放战争时期马克思主义大众化实现方式的特点与经验	/ 95
(一) 加强党的建设、军队建设, 创新和丰富军事理论	/ 96

- (二) 在战略决战和夺取全国胜利过程中推动马克思主义大众化 / 97

第四章 建国后前30年马克思主义大众化的价值、实现方式及启示 99

- 一、建国后前30年马克思主义大众化的历史背景及时代价值 / 99
 - (一) 建国初期我国的基本国情 / 99
 - (二) 建国后前30年马克思主义大众化的时代价值 / 101
- 二、建国后前30年马克思主义大众化的历程及实现方式 / 103
 - (一) 建国后前30年马克思主义大众化的三个历史阶段 / 103
 - (二) 建国后前30年马克思主义大众化的实现方式 / 107
- 三、建国后前30年马克思主义大众化的成就与失误 / 111
 - (一) 建国后前30年马克思主义大众化的成就 / 111
 - (二) 建国后前30年马克思主义大众化的失误 / 113
- 四、建国后前30年马克思主义大众化的经验教训及其启示 / 116
 - (一) 建国后前30年马克思主义大众化的经验教训 / 116
 - (二) 建国后前30年马克思主义大众化的启示 / 119

第五章 改革开放以来马克思主义大众化的价值、历史回顾和基本经验 124

- 一、改革开放以来马克思主义大众化的价值 / 124
 - (一) 改革开放以来马克思主义大众化的理论价值 / 124
 - (二) 当代中国马克思主义大众化的实践价值 / 126
- 二、改革开放以来马克思主义大众化的历史回顾 / 132
 - (一) 从上世纪70年代末至1982年党的十二大前 / 132
 - (二) 从1982年党的十二大到1992年党的十四大前 / 134
 - (三) 从1992年党的十四大至2002年党的十六大前 / 135
 - (四) 党的十六大到十七大 / 136
 - (五) 2007年十七大召开至今 / 136
- 三、马克思主义大众化的历史经验 / 138
 - (一) 马克思主义大众化的前提：坚持马克思主义理论的指导地位 / 138

(二) 马克思主义大众化的主要内容：中国特色社会主义理论体系	140
(三) 马克思主义大众化的关键：以大众为本	142
(四) 马克思主义大众化的路径：与马克思主义中国化相结合	146
(五) 马克思主义大众化的理念：通俗性、实践性、民族性、时代性	149
(六) 马克思主义大众化的基础：思想政治教育	153
(七) 马克思主义大众化的方式：多种并举	155
(八) 马克思主义大众化的原则：关注主体，系统推进，注重实效	156
第六章 当代中国马克思主义大众化提出的现实依据与理论基础	160
一、当代中国马克思主义大众化提出的现实依据	160
(一) 当代中国马克思主义大众化提出的国际环境	160
(二) 当代中国马克思主义大众化提出的国内环境	163
二、当代中国马克思主义大众化提出的理论基础	165
(一) 马克思、恩格斯关于大众化的思想	165
(二) 列宁对马克思主义大众化思想的发展	166
(三) 斯大林对马克思主义大众化思想的贡献	169
(四) 毛泽东、邓小平关于马克思主义大众化思想的发展	170
三、关于当代中国马克思主义大众化理论与实践基础研究的学术观点	172
(一) 马克思主义学说本质是实践，基本观点是群众性	172
(二) 中国有丰富的马克思主义大众化的实践基础	173
(三) 当代中国马克思主义的形成路径具有实现大众化的可能性	174
四、当代中国马克思主义大众化研究综述	174
(一) 当代中国马克思主义大众化的必然性研究	174
(二) 当代中国马克思主义大众化含义的研究	176
(三) 关于当代中国马克思主义大众化产生的研究	178

(四) 关于当代中国马克思主义大众化的路径研究	/ 179
(五) 关于推动当代中国马克思主义大众化机制的研究	/ 180
(六) 如何推进当代中国马克思主义大众化的建议研究	/ 182
第七章 当代中国马克思主义大众化的实现方式	183
一、当代中国马克思主义大众化面临的困境	/ 183
(一) 思想认识领域存在的误区影响了人们对马克思主义理论的学习兴趣	/ 183
(二) 实践中的问题影响了人们的马克思主义信仰	/ 184
(三) 理论实效性不足阻碍了马克思主义大众化的推进	/ 185
(四) 理论宣传工作方式、方法、形式、载体落后于时代的要求	/ 187
(五) 理论宣传工作缺乏保障机制的约束和支持	/ 187
二、当代中国马克思主义大众化过程中需注意的几个问题	/ 190
(一) 推进马克思主义大众化, 必须坚持马克思主义的优良学风	/ 190
(二) 把握马克思主义大众化的发展逻辑和规律, 防止庸俗化	/ 191
(三) 以“服务人民”的态度宣传和普及当代中国马克思主义	/ 191
三、当代中国马克思主义大众化的实现方式	/ 192
(一) 提高人民群众对马克思主义的理解和认同程度	/ 192
(二) 关注民生是实现马克思主义大众化的根本途径	/ 198
(三) 马克思主义大众化要采用多种宣传教育形式	/ 203
(四) 构建马克思主义大众化的长效保障机制	/ 204
(五) 因人施教, 突出马克思主义大众化的针对性和实效性	/ 208
第八章 高校推进马克思主义大众化的特殊性及其实现方式	212
一、高校推进马克思主义大众化的价值	/ 212
(一) 有利于坚定大学生的马克思主义信仰	/ 212

(二) 有利于贯彻党的教育方针, 培养社会主义建设者和接班人	/ 214
(三) 有利于在全社会范围内推进马克思主义大众化	/ 215
(四) 有利于高校加强和改革思想政治教育	/ 216
二、当代大学生马克思主义信仰弱化的表现	/ 216
(一) 当代大学生信仰存在的主要问题	/ 217
(二) 当代大学生马克思主义信仰弱化的原因分析	/ 219
三、高校推进马克思主义大众化的实现方式	/ 224
(一) 加强和改进政治理论课教学	/ 224
(二) 抓好校园文化建设, 营造健康校园环境	/ 230
(三) 利用党团及社团活动, 渗透理论教育	/ 231
(四) 利用互联网络, 拓展教育新阵地	/ 232
四、高校推进马克思主义大众化应注意的问题	/ 233
(一) 切实重视思想政治理论课教学	/ 233
(二) 要结合大学生的思想认知特点	/ 234
(三) 抓好思想政治理论课教师队伍建设, 提高教师综合素质	/ 236
(四) 发挥社会环境的合力作用	/ 237
(五) 树立马克思主义大众化的长期性观念	/ 238
参考资料	240
后 记	244

第一章

马克思主义大众化的理论概述

2007年10月，胡锦涛总书记在党的十七大报告中强调提出，要“大力推进理论创新，不断赋予当代中国马克思主义鲜明的实践特色、民族特色、时代特色。开展中国特色社会主义理论体系宣传普及活动，推动当代中国马克思主义大众化。”实现马克思主义大众化，是马克思主义理论保持生命力和战斗力的内在诉求和现实需要，是扎实推进马克思主义理论研究和建设工程的重要举措和关键环节，是不断拓展和持续扩大马克思主义理论影响力与说服力的科学路径与必然选择。从历史与实践角度研究马克思主义大众化，对于推进当代马克思主义大众化具有重要的理论与现实意义。

一、马克思主义大众化的涵义及其界定

马克思主义大众化的理论和实践早在马克思、恩格斯创立马克思主义理论时就已展开，而且马克思主义理论就是与工人运动结合而产生，并在指导工人运动过程中不断被工人理解和掌握从而走向大众化。马克思主义在中国的传播，尤其是“五四”运动以后，马克思主义在中国传播、普及过程中，不断与中国革命和建设实践相结合，不断为中国的广大群众所理解、掌握，使中国革命和社会主义建设、改革取得了举世瞩目的伟大成就，这个过程就是大众化的过程。

（一）大众化的涵义

关于大众化的含义，商务印书馆出版的现代汉语小词典1996年修订版，对“大众化”的释义是：“变得跟广大群众一致，适合广大群众需要。”^①《辞海》中的“大众化”是指“群众化”^②。

近年来，大众化一词不断被人们提起，它已经成为了一个人们耳熟能详的概念，常与教育、文化等词汇联系在一起。不同的学者根据其研究领域的需要，对其进行了研究和探讨。我国不少学者最早是从文艺大众化的相关领域作了深入的研究。相继在传播媒介学、心理学、教育学、政治学等学科提出了大众化的问题。如文艺大众化、传播媒介的大众化、高等教育大众化等。

在教育领域，大众化主要指的是受教育人数多少的问题，而且有一定量的标准。如：高等教育大众化是一个量与质统一的概念，量的增长指的是适龄青年高等学校入学率要达到15%—50%。质的变化包括教育理念的改变、教育功能的扩大、培养目标和教育模式的多样化、课程设置、教学方式与方法、入学条件、管理方式以及高等教育与社会的关系等一系列变化。根据美国学者马丁·特罗的研究，如果以高等教育毛入学率为指标，则可以将高等教育发展历程分为“精英、大众和普及”三个阶段。他认为当高等教育毛入学率达到15%时，高等教育就进入了大众化阶段。

在文化领域，大众化主要有两种含义：一是指毛泽东提出的文化应当保持“为全民族中百分之九十以上的工农劳苦民众服务，并逐渐成为他们的文化”^③。由此形成的“大众文化”，应当是“民族的科学的大众的文化”。毛泽东指出，所谓大众化，就是“新鲜活泼的、为中国老百姓所喜闻乐见的中国作风和中国气派”^④。所谓“化”就是“彻头彻尾彻里彻外之谓也”。毛泽东进一步指出：“什么叫大众化呢？”就是我们的“思想感情”要和“大众的思想感情打成一片”^⑤；二是特指文化的后现代特征。即文化大众化特指后现代

① 《现代汉语词典》，商务印书馆，1996年版，第239页。

② 《辞海》，上海辞书出版社，1999年版，第1793页。

③ 《毛泽东选集》第2卷[M]。北京：人民出版社1991年版，第708页。

④ 《毛泽东选集》第2卷[M]。北京：人民出版社1991年版，第534页。

⑤ 《毛泽东选集》第3卷[M]。北京：人民出版社1991年版，第841页。

以来，在工业化背景下文化的复制性、消费性、娱乐性等特征。对于第二种含义上的文化大众化，是全球范围的，中国也不例外。学术界对文化的这种大众化特征，褒贬不一，更多的是持批判的态度。

“大众化”的概念最早可以追溯到20世纪30年代初的上海左翼革命文化运动。革命的理论工作者和文化工作者先后提出“文艺的大众化”、“社会科学的大众化”、“自然科学的大众化”，并进行过深入的讨论。

文艺的大众化理论背景是20世纪30年代中国进步文化界所进行的文化大众化讨论和实践。对这种讨论的渊源分析可以追溯到五四时期的“平民文学”运动。五四时期一批有开拓思想的知识分子蔡元培、李大钊、陈独秀、鲁迅、周作人、茅盾等试图把文学改造成为大多数人可以接受的文化形式，提出“平民文学”“国民文学”“民众文学”等口号，如周作人在《平民文学》中指出：“平民文学是专做给平民看的，乃是研究平民生活、人的生活的文学”，“平民文学正与贵族的文学相反”，“平民是世界普通的男女”。^①茅盾在《新旧文学评议之评议》中指出，这种文学堪称“为平民的非为一般特殊阶级的”^②。为此，他们从文学形式、语言文字等方面进行了一系列努力，并取得了一定的成果。“平民文学”运动旨在改变中国传统文学贵族化的格局，使之在内容、形式、语言、服务对象等方面贴近社会大众，这是30年代文艺大众化讨论的一次初试，是中国大众文化的初次启动。虽然这种平民文学并没有真正成为大众文学，没有最终催生中国文学、文化的大众化，但它开启了中国文艺大众化讨论的先河。

20世纪20年代末关于文学阶级性的讨论拉开了30年代文艺大众化讨论的帷幕。当时以陈西滢、梁实秋等为代表的资产阶级文化人和以鲁迅、瞿秋白等为代表的无产阶级文化人，围绕着文学是否有阶级性、文学是否和无产阶级的斗争实践相关、是否和无产阶级大众相关等问题展开了激烈的争论。梁实秋在《文学与革命》中指出：“一切的文明都是极少数的天才的创造，文学是少数人的文学，大多数就没有文学，文学就不是大多数的。无产阶级的文学或大多数的文学……是不能成立的名词。”^③这种精英主义的文学观在理

① 《大众化与化大众》，《南京大学学报》1996年第6期。

② 《小说月报》11卷，1号，1920年。

③ 《新月》第一卷，第四号。

论渊源上和尼采的贵族文化观有一定的关联。梁实秋的论点一提出就遭到了鲁迅、冯乃超等人的反驳，如鲁迅的《新月社批评家的任务》、《硬译与文学的阶级性》以及冯乃超的《评驳梁实秋的文学与革命》等文，文艺大众化的讨论由此开始。

1930年左联的成立推动了文艺大众化的全面展开。在左联成立伊始文艺大众化就成为它的一个主要工作，建立了文艺大众化研究会，后来还出版了《大众文化》刊物。在左联领导下，无产阶级文化人掀起了轰轰烈烈的文艺大众化运动。

1932年9月成立了致力于诗歌大众化的中国诗歌会，它号召诗人们“我们要使我们的诗歌成为大众诗词，我们自己也成为大众的一个。”^①与此同时，大力从事大众化戏剧运动的左翼戏剧家联盟成立。这一时期，主张文艺大众化的进步文化人主要从两个方面论述大众化问题：一是主张文艺必须和工农大众的政治经济要求相适应，致力于开展一场争取文化平等、反对文化专制的斗争；二是力图解决革命文化活动中理想读者和实际读者不一致的状况，使文化真正成为无产阶级大众的文化。

随着抗日战争形势的发展，文艺大众化运动超出了一般的文化争论，开始和具体的现实的大众抗日活动紧密结合起来，大众化从一种文化活动上升为抗日救国的政治性活动。1935年12月，北京文化界人士结合抗日形势，提出站在民众的立场上，为民族的生存而提出救亡的主题，力争通过文化活动直接介入抗日斗争，促进全国民众的抗日热情。随之，一大批与民众抗日活动相关的大众化文学刊物相继创办，如《大众》、《大众文化》、《大众生活》等。1936年，周扬等文艺界共产党人提出“国防文学”口号，把文艺大众化运动和群众抗日活动直接结合。在国防文学口号的推动下，文艺界演出了许多大众化的戏剧、歌曲，如“打回老家去”、“少放下你的鞭子”、“大路歌”、“毕业歌”、“义勇军进行曲”等。1936年9月，由陈伯达等文化界共产党人掀起新启蒙运动，反对当时国民党实行的以要求人们安分守己、逆来顺受、服从法西斯统治为宗旨的权威主义教育，这种新启蒙运动使得大众化运动进一步推广开来。抗日战争的深入发展使文艺大众化讨论进入到更深刻的层面，

① 李新等主编：《中国新民主主义革命时期通史》第2卷，北京：人民出版社，1962年版，第264页。

围绕着文艺服务方向这个核心问题，文化界致力于分析如何实现文学对大众的教育、动员、服务，结合当时中国社会大众的文化素质状况，关于文化在普及和提高大众文化素质中的作用、旧形式的利用、创建民族化大众化的文艺形式等问题成为讨论的热点，因为旧形式和大众非常接近。

概括起来，30年代的文艺大众化讨论主要集中在以下几个方面：

一是关于创作主体的大众化。为了真正实现文艺大众化，文学家等必须深入到社会大众的生活中去，熟悉他们的日常生活、斗争实践、情感追求、文化意向等等，如1938年3月，武汉成立的中华全国文艺界抗敌协会就号召文艺家下乡、入伍，推动和组织作家深入战地和农村。而在延安的文化界人士更是直接长期地和农民、士兵生活、战斗在一起。

二是文艺作品本身的大众化。提倡文艺作品反映大众的真实生活状况、斗争状况，贴近社会大众并使他们能够在文艺作品中体验反观自己的生活，而作品的形式则应该是社会大众所喜闻乐见的、通俗易懂的民族化、大众化的，例如，当时的诗歌界作家们打破了诗歌形式的束缚，采用了民歌的形式，创作了大量的民间诗歌，使诗歌和民众的生活结合起来。在抗日中心的延安，诗歌创作在工厂、农村、部队等等得到了普遍和深入的展开。

三是读者对象的大众化。也就是说把社会大众作为真实的读者，使作家的理想读者和实际读者合二为一，使文化的服务对象切实集中到广大人民群众身上。为此，作家不仅要创作一定品位的文艺作品，而且必须在普及大众文化知识、提高大众文化素质方面作出自己的贡献。

四是语言文字的大众化。即号召广大作家在创作过程中使用大众所能够理解的通俗易懂的语言，而反对生僻的、不适应人民群众理解能力的艰深语言。

总之，文艺大众化的讨论和实践，围绕着文化服务方向和对象问题，进行了多方面的思考，形成了一系列的理论成果。

受大众化潮流的影响，初出茅庐的艾思奇大胆进行哲学大众化的尝试。1934年，艾思奇在李公朴主办的“量才业余学校”讲授哲学，并将讲稿陆续发表在《读书生活》杂志上，之后整理结集成《哲学讲话》出版（1935年），第二年改名《大众哲学》。《大众哲学》一出版，就赢得了广大读者的喜爱，开启了中国马克思主义哲学大众化、通俗化运动之先河。艾思奇也成为当时思想界升起的一颗耀眼的新星。1937年10月，艾思奇和周扬等同志一起由上

海奔赴延安，著文阐明马克思主义中国化的科学内涵、可能性、必要性和实现的途径。

《大众哲学》最大特点和优点是用最通俗的语言、生动的事例把深奥的哲学道理讲解出来。艾思奇从哲学与日常生活的关系讲起，说明在日常生活里可以找到哲学的踪迹，哲学并不神秘，破除了人们对哲学的神秘感，在阐述哲学道理时密切联系社会，注重选取有典型意义的、生动的、为大家关注和熟悉的事例。如在“卓别林和希特勒”的文章中，用滑稽大王、电影明星卓别林与德国法西斯独裁者希特勒外表的相似与本质的不同，说明感性认识和理性认识的矛盾；用孙悟空“七十二”变说明本质和现象之间的差别和联系；用杭州西湖畔“雷峰塔倒塌”说明量变引起质变等等。他以“一块招牌上的花样”、“牛角尖旅行记”、“天晓得！”、“笑里藏刀”、“在劫者难逃”、“猫是为吃老鼠而生的”等大众熟悉的、风趣的语言作题目，吸引读者的兴趣，进而生动活泼地阐述某一哲理。

《大众哲学》的另一特点是强调哲学理论的应用，注重理论联系实际，而且联系当时思想领域的斗争，批判胡适的实用主义、叶青的经验主义等错误哲学思想，注意解决人们认识上和思想上普遍存在的困惑和疑难，引导读者认识社会，认识生活，树立科学的革命的世界观和人生观，以投身到改造社会的洪流中去。

1936年，毛泽东在陕北读完《大众哲学》后，称赞是“真正通俗而有价值”的著作，并把它推荐给延安的干部。他的《实践论》吸取了《大众哲学》的优点。《实践论》在结束对“实践、认识、再实践、再认识”认识总规律的论述时，就借鉴了《大众哲学》关于认识论的有关表述。

在艾思奇提出“大众哲学”这个时期，还有一些马克思主义理论家尝试经济学的“大众化”，在报刊杂志上发表了一些结合日常生活来介绍经济学知识文章。限于当时的环境，这些普及性的宣传虽然形式上没有直接提马克思主义大众化，但意思已经包含在里面。

1939年，毛泽东揭示“民族的科学的大众的”新民主主义文化纲领，向全党提出的就是马克思主义大众化的任务。1963年，毛泽东指出：“各级党委应当大大提倡学习马克思主义的认识论，使之群众化，为广大干部和人民群众所掌握，让哲学从哲学家的课堂上和书本里解放出来，变为群众手里的尖