

当代中国马克思主义大众化研究 ——以社会各群体为视角

彭恩胜○著

A Study on the Popularization of
Contemporary Chinese Marxism Based on
Different Groups

中央文献出版社
Central Literature Press

当代中国马克思主义大众化研究 ——以社会各群体为视角

张耀杰 等著

“马克思主义中国化研究”
教育部人文社会科学重点研究基地
重大项目

中国社会科学出版社
CHINA SOCIAL SCIENCE PRESS

当代中国马克思主义大众化研究 ——以社会各群体为视角

彭恩胜○著

A Study on the Popularization of
Contemporary Chinese Marxism Based on
Different Groups

中央文献出版社
Central Literature Press

图书在版编目 (CIP) 数据

当代中国马克思主义大众化研究——以社会各群体为视角/彭恩胜著.
——北京: 中央文献出版社, 2013.12
ISBN 978-7-5073-3968-0

I. ①当… II. ①彭… III. ①马克思主义-大众化-研究-中国
IV. ①D61

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 282701 号

当代中国马克思主义大众化研究——以社会各群体为视角

A Study on the Popularization of Contemporary Chinese Marxism Based on Different Groups

彭恩胜 著

中央文献出版社出版发行
(100017 北京市前毛家湾 1 号)

金瑞彩印有限公司印刷 新华书店经销

开本: 787×960 毫米 1/16

印张: 15.25

印数: 2000 册

字数: 210 千字

版次: 2013 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 38.00 元

凡有印装质量问题, 请随时向承印厂调换

作者简介：

彭恩胜，男，江西余干人，博士，副教授。主要研究领域：马克思主义中国化、思想政治教育。参编的著作：《医学院校马克思主义理论教学案例解析》、《中国特色社会主义理论与实践教学精要研究》；曾主持、参与省社科基金项目和国家社科基金项目5项。在《江海学刊》、《求实》、《云南社会科学》、《内蒙古社会科学》等核心期刊发表20余篇高质量的学术论文。

导 言

当代中国马克思主义，是人民大众的理论，是从人民大众的实践中产生，又回到人民大众的实践中去的理论体系。推进当代中国马克思主义大众化，是马克思主义理论的本质属性，是国之所求、民之所需。但是目前，我国正处于改革关键期、发展机遇期和矛盾凸显期，各种社会思潮相互激荡，人们思想活动的独立性、选择性、多变性、差异性增强，人们的价值取向呈现多样化的趋势，都使当代中国马克思主义面临着前所未有的挑战。

在这种形势下，党的十七大报告提出了“开展中国特色社会主义理论体系宣传普及活动，推动当代中国当代中国马克思主义大众化”这个重大命题，党的十八大报告进一步提出推进马克思主义时代化、中国化、大众化的任务。当代中国马克思主义大众化所面对的“大众”，是社会地位、生活状况、文化程度、职业特点、年龄大小等方面有着多样差异的群体，期望用一种教育和宣传模式来满足所有人的需求，显然比以往任何时候都将更加困难、更加艰巨。有效推进当代中国马克思主义大众化，应当把“大众”细分不同群体、兼顾不同层面。依据社会群体的划分标准，在共同利益基础上，具有共同的目标和持续的相互交往活动、共同的群体意识和规范的社会集合体即为群体，可把“大众”细分为党政领导干部群体、知识分子群体、新生社会群体、大学生群体、企业员工群体、农民群体等几个典型群体，即以“分众”来实现“大众化”。

以“分众”为视角推进社会各群体的当代中国马克思主义大众化，须在坚持当代中国马克思主义理论科学性和系统性的前提下，根据不同社会群体的特征，分析社会各群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用，探讨社会各群体中当代中国马克思主义大众化存在的主要挑战及其成因，进而集中于领导示范、制度建构、理论创新、话语内容、话语方式、传播载体以及主体参与性等方面探索当代中国马克思主义大众化的实现路径。

目 录

绪论	1
一、问题的提出	1
二、研究的价值	3
三、研究文献综述	6
四、研究思路与方法	28
五、主要研究内容	30
六、研究创新之处	32
第一章 当代中国马克思主义大众化的理论基础	34
一、当代中国马克思主义大众化的理论分析	34
(一) 当代中国马克思主义大众化的厘清	34
(二) 当代中国马克思主义大众化的必要性	53
(三) 当代中国马克思主义大众化的可行性	56
二、当代中国马克思主义大众化的理论渊源	58
(一) 马克思主义经典作家关于当代中国马克思主义大众化的思想	58
(二) 中国共产党人对当代中国马克思主义大众化思想的丰富和发展	62
三、当代中国社会群体的理论考察	70
(一) 社会群体的内涵	70
(二) 当代中国的主要社会群体	73
四、当代中国马克思主义大众化与社会群体契合的理论解读	76
(一) 两者研究的主体同一	76
(二) 两者研究的目标一致	77
(三) 两者研究的方法相同	78
第二章 党政领导干部群体与当代中国马克思主义大众化	79
一、党政领导干部群体及其对当代中国马克思主义大众化的作用	79

(一) 党政领导干部群体的界定	79
(二) 党政领导干部群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用	81
二、党政领导干部群体中当代中国马克思主义大众化面临的主要挑战	82
(一) 部分党政领导干部将当代中国马克思主义吸引力建设悬空化	83
(二) 部分党政领导干部将当代中国马克思主义工具化	83
(三) 少数党政领导干部思想道德的式微	84
(四) 个别党政领导干部具体行为的失范	84
三、党政领导干部群体中当代中国马克思主义大众化面临挑战的归因	85
(一) 党政领导干部的“领导发展力”不足	85
(二) 党政领导干部马克思主义信仰的裂变	86
(三) 党政领导干部思想道德建设的滞后	86
(四) 马克思主义意识形态内部体系的背离	87
四、党政领导干部群体中当代中国马克思主义大众化的路径	89
(一) 抓住建设马克思主义学习型政党的关键	89
(二) 强化党政领导干部的马克思主义信仰	91
(三) 完善党政领导干部思想道德体系建设	93
(四) 促进马克思主义意识形态内部体系的弥合	94
第三章 知识分子群体与当代中国马克思主义大众化	96
一、知识分子群体及其对当代中国马克思主义大众化的作用	96
(一) 知识分子群体的界定	96
(二) 知识分子群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用	99
二、知识分子群体中当代中国马克思主义大众化存在的主要困境	102
(一) 知识分子的思想状况呈现复杂性	102
(二) 马克思主义理论研究的政治工具性	104
(三) 马克思主义理论形态的非彻底性	105
三、知识分子群体中当代中国马克思主义大众化存在困境的成因	107
(一) 当代西方政治文化的消解	107
(二) 知识分子学术环境的政治化	108

(三) 马克思主义理论研究经院化玄学化	110
四、知识分子群体中当代中国马克思主义大众化的路径	111
(一) 加强知识分子的思想政治建设	111
(二) 建立科学的知识分子学术平台	113
(三) 培养和造就大批马克思主义理论家	116
(四) 推进当代中国马克思主义理论创新	117
第四章 新生社会群体与当代中国马克思主义大众化	121
一、新生社会群体及其对当代中国马克思主义大众化的作用	121
(一) 新生社会群体的界定	121
(二) 新生社会群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用	124
二、新生社会群体中当代中国马克思主义大众化存在的主要障碍	126
(一) 新生社会群体对主导意识形态的规避化	127
(二) 新生社会群体的主流价值取向个人本位化	127
(三) 新生社会群体中共产党员行为的复杂化	128
三、新生社会群体中当代中国马克思主义大众化存在障碍的原因	129
(一) 新生社会群体话语权的缺失	129
(二) 马克思主义理论教育的真空态	130
(三) 新生社会群体中党组织作用的悬置状	131
四、新生社会群体中当代中国马克思主义大众化的路径	133
(一) 增强新生社会群体利益表达的话语权	133
(二) 探索新生社会群体中马克思主义教育的方式	135
(三) 提升新生社会群体中党组织的作用	136
(四) 构建马克思主义意识形态的共生范式	139
第五章 大学生群体与当代中国马克思主义大众化	141
一、大学生群体及其对当代中国马克思主义大众化的作用	141
(一) 大学生群体的界定	142
(二) 大学生群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用	144
二、大学生群体中当代中国马克思主义大众化存在的主要困惑	147

(一) 大学生对马克思主义理论课的拒斥与冷漠·····	147
(二) 大学生对马克思主义理论的困惑与矛盾·····	148
(三) 大学生的马克思主义信仰呈现游离与迷失·····	149
三、大学生群体中当代中国马克思主义大众化存在困惑的原因·····	151
(一) 马克思主义理论课程的边缘化·····	151
(二) 马克思主义宣传教育的低效性·····	152
(三) 西方资本主义新变化的渗透性·····	153
四、大学生群体中当代中国马克思主义大众化的路径·····	155
(一) 切实重视高校马克思主义理论课程·····	155
(二) 强化高校当代中国马克思主义大众化队伍建设·····	156
(三) 丰富高校马克思主义理论教育的话语内容·····	159
(四) 创新高校马克思主义理论教育的形式·····	161
(五) 加强高校马克思主义理论教育网络建设·····	164
第六章 企业员工群体与当代中国马克思主义大众化·····	166
一、企业员工群体及其对当代中国马克思主义大众化的作用·····	166
(一) 企业员工群体的界定·····	167
(二) 企业员工群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用·····	168
二、企业员工群体中当代中国马克思主义大众化存在的主要问题·····	169
(一) 企业员工群体政治主体意识的淡漠·····	170
(二) 企业员工群体阶级意识的消蚀·····	170
(三) 企业员工群体马克思主义信仰的流失·····	171
三、企业员工群体中当代中国马克思主义大众化存在问题的原因·····	172
(一) 企业员工群体社会地位整体性下移·····	172
(二) 马克思主义理论宣传教育的运动式·····	173
(三) 工会组织的维护和代表功能的弱化·····	175
(四) 企业员工群体历史主动性的瓦解·····	176
四、企业员工群体中当代中国马克思主义大众化的路径·····	176
(一) 保持和发展工人阶级的先进性·····	176

(二) 完善马克思主义宣传教育工作·····	179
(三) 改进新时期党对工会组织的领导·····	180
(四) 继续发挥工人阶级的历史主动性·····	182
第七章 农民群体与当代中国马克思主义大众化·····	185
一、农民群体及其对当代中国马克思主义大众化的作用·····	185
(一) 农民群体的界定·····	185
(二) 农民群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用·····	186
二、农民群体中当代中国马克思主义大众化存在的主要挑战·····	188
(一) 农民群体思想观念多样化·····	188
(二) 农村党支部和农民党员“贫血化”·····	189
(三) 农民群体宗教信仰普遍化·····	190
三、农民群体中当代中国马克思主义大众化存在挑战的原因·····	191
(一) 农民群体的“知识贫困”性·····	191
(二) 农民经济社会地位的底层性·····	192
(三) 农村干部表率作用的证伪性·····	193
(四) 农村马克思主义宣传教育的断层性·····	194
四、农民群体中当代中国马克思主义大众化的路径·····	195
(一) 提升农民思想政治和科学文化素质·····	195
(二) 改变农村与农民小康水平的初始性·····	196
(三) 加强农村干部素质和党组织的建设·····	198
(四) 占领农村马克思主义宣传教育阵地·····	200
(五) 借鉴农村宗教世俗化本土化的经验·····	202
结论与展望·····	205
参 考 文 献·····	220
后 记·····	232

绪 论

时代在发展，实践在变化。社会主义不是一种理念，不是一种宗教，而是人类在一定历史条件下开始的对自身发展的历史道路所进行的不懈探索。当代中国马克思主义就是党的十一届三中全会以来，我们党和人民对自身发展道路探索的结晶。但随着社会分化趋势的日益明显，人们思想活动的选择性和差异性也日渐增强，社会不同群体的部分成员出现了信仰缺失、精神迷茫和社会伦理秩序瓦解等现象，他们对当代中国马克思主义渐感遥远和陌生，甚至对当代中国马克思主义产生怀疑。这些问题直接关系到党执政地位的巩固以及中国特色社会主义的发展前景。正是在这种情况下，党的十七大提出了“推动当代中国马克思主义大众化”的战略任务，党的十七届四中全会进一步提出了“不断推进马克思主义中国化、时代化、大众化”的科学命题，这是让马克思主义掌握群众，让群众掌握马克思主义的现实需要。

一、问题的提出

在全球化的大背景下，我国面临着思想文化上的多元化、多样化的特点，当代中国马克思主义在一定程度上正面临着指导作用被消解、影响范围被削减、主导地位被动摇的边缘化挑战。如果不加以规范和引导，势必会出现全社会范围的价值认同危机，并威胁社会的和谐稳定。

第一，社会主义意识形态的吸引力建设在一定程度上被忽视。改革开放以来，我们党创造性地丰富和发展了马克思主义，形成了当代中国马克思主义。但是，这些丰富和发展主要是集中在用马克思主义指导中国的社会主义建设和改革的事业上面。这当然是非常必要的，也取得了巨大的成就。然而，这只是满足了马克思主义作为党的指导思想的需要，而没有很好地满足马克思主义作为社会主流意识形态的需要。作为党的指导思想，

其关键问题是理论的正确性(真理性);作为主流意识形态,其关键问题是对大众的吸引力。我们党一直高度重视马克思主义对国家、社会的正确指导,但往往不太重视马克思主义对群众个体的吸引力建设,导致了马克思主义在新的历史条件下吸引力的下降。^①吸引力下降就在于我们的理论不能很好地回答社会主义现代化建设和发展中的新问题,不能真正解释各种现象中的深层理论问题,不能满足广大人民群众的精神需要。

第二,社会各群体的部分成员不同程度地出现了信仰危机。随着中国社会碎片化或断裂化发展趋势的加强,社会不同群体对马克思主义的认同感反而渐行淡化。党政领导干部群体掌握着重要公共资源的分配权和社会发展的主导权,具有决策权和执行权,应然是马克思主义信仰最坚定的群体,但其中部分成员却将当代中国马克思主义工具化。新生社会群体掌握大量财富、专利,其力量 and 影响力不断壮大,成为社会的资本精英,逐渐上升为社会的新贵族和强势群体。他们的利益诉求和社会理想不断催生出新的意识形态,他们中的部分成员逐渐淡化中国共产党的执政地位、执政理念、执政体系的认同感。大学生是我国青年人才培养的重要群体,也是未来的社会精英,但部分大学生对马克思主义理论产生困惑与矛盾,马克思主义信仰呈现游离与裂变。工人阶级应是当代中国政治经济生活中的主导力量,是党的阶级基础,但由于产业结构的调整,作为工人阶级主体部分的企业员工群体的社会地位整体性下移。原先比较单一的工人阶级不再是“钢板一块”,他们原有的“国家主人翁”的政治主体意识以及工人阶级领导一切的政治观念也在流失。农民群体在社会结构中的人数众多。作为当代中国马克思主义主流意识形态地位重要支撑的农民群体,几乎不拥有任何组织资源,所拥有的经济资源和文化资源往往也低于其他群体,所以在整个社会结构中的地位较低。作为无产阶级的理论武器和实践指针的当代中国马克思主义,虽然在改革开放实践中,给广大农民也带来许多直接利益,但从总体情况而言,他们所获利益的总量与其众多人数是不相称的,致使他们对理论本身的解放和造福于劳苦大众服务的功能和目的产生怀

^① 朱兆中. 意识形态的传播与接受问题研究[J]. 上海行政学院学报, 2007(4): 18.

疑，由此影响了当代中国马克思主义的魅力。

第三，西方意识形态强势渗透。西方社会思潮学派林立，内容庞杂，出现了新自由主义、民主社会主义、后现代主义、后殖民主义、“第三条道路”、市场社会主义、消费主义和全球化思潮等各种社会思潮。同时，近些年来，西方学者不断提出“意识形态终结论”、“马克思主义终结论”、“社会主义失败论”、“文明冲突论”、“社会趋同论”……这些论调对当代中国马克思主义的发展不能不说是一种严峻的挑战。这些理论和思潮，在经济上，主张全面私有化、市场化和自由化，私有制为基础，多种所有制并存；在政治上，主张实行多党制，议会民主，要求三权分立；在思想上，推崇西方资产阶级抽象的自由、公正和人权观念，主张多元主义，反对马克思主义一元化指导地位；在文化上，崇尚资产阶级自由、平等、博爱的思想。这些论调，千方百计地同主流意识形态的当代中国马克思主义争夺话语权，直接煽动着人们对社会主义的不信任情绪，动摇着我们的共同理想信念和精神支柱，影响中国社会的性质，从而对处于主流意识形态地位的当代中国马克思主义构成了冲击。

总之，不论是从世界发展的深刻变化来分析，还是从我国社会发展的实际来研究，都与当代中国马克思主义大众化有着重大的直接或间接联系。因此，针对新时期出现的新问题，提出以社会各群体为视角推进当代中国马克思主义大众化，有助于让马克思主义掌握群众，让群众掌握马克思主义。

二、研究的价值

当代中国马克思主义之所以具有强大的生命力，不只因为它是普遍真理，更重要的是因为它面向大众，是从人民大众的实践中产生，又回到人民大众的实践中去的理论体系。正因为如此，党的十七大报告提出“推动当代中国马克思主义大众化”的重大战略。要推进当代中国马克思主义大众化，就应当尊重社会群体的差异性。把“差异性”作为当代中国马克思主义大众化的原则，体现马克思主义具体问题具体分析的方法。因此将不

同社会群体作为研究的切入点,探讨当代中国马克思主义大众化具有重大理论价值和实际意义。

(一) 理论价值

第一,有助于推进当代中国马克思主义大众化深入研究。到目前为止,对于当代中国马克思主义大众化的研究已有颇多科研成果,比如国内学者刘书林、张博颖、骆郁廷等对此都曾有过论述。但仍有许多问题尚待研究,举其要者而言,社会各群体在当代中国马克思主义大众化中的地位和作用、社会各群体中当代中国马克思主义大众化面临的具体挑战、社会各群体主体作用的发挥与当代中国马克思主义的发展、社会不同群体中推进当代中国马克思主义大众化的具体理路等等,这些问题都需要作进一步探讨。因此,本书以社会各群体为视角来探讨当代中国马克思主义大众化,无疑将有助于推进当代中国马克思主义大众化的深入研究。

第二,有助于推进马克思主义中国化学科多向度研究。自2004年中共中央决定实施“马克思主义理论研究和建设工程”以来,理论界对马克思主义中国化的研究,取得了实质性进展。近年来马克思主义中国化研究的热点主要集中在:关于马克思主义中国化的基本命题与历史经验研究、关于马克思主义中国化的历史进程研究、关于马克思主义中国化问题的比较研究,等等。但从整体上看,目前的研究还存在着拘泥于以往的研究定式、比较研究的范围过于狭窄、历史研究的力度不够等问题。而当代中国马克思主义大众化是一项复杂的系统工程。从理论上来看,除涉及马克思主义理论学科以外,它还涉及社会学、政治学、思想政治教育学、心理学、教育学、传播学等多个学科。基于社会各群体的当代中国马克思主义大众化研究,需要借助这些相关学科知识,并必须结合这些相关学科知识,才能有效推进当代中国马克思主义大众化。因此本书将有助于推进马克思主义中国化学科多向度研究。

第三,有助于拓宽马克思主义理论研究与建设工程的领域。2004年中央开始实施的马克思主义理论研究与建设工程内容丰富,且经过近几年的努力,已经取得可喜的成果。但是目前,中央实施的马克思主义理论研究

和建设工程主要侧重于马克思主义理论自身发展的研究。本书把当代中国马克思主义大众化研究与马克思主义理论建设联系起来,在分析社会各群体中当代中国马克思主义大众化现实境遇的基础上,探讨当代中国马克思主义大众化路径的过程中不断丰富和发展马克思主义理论。这有助于拓宽中央实施的马克思主义理论研究和建设工程的领域。

(二) 实践价值

第一,有助于引导社会各群体信仰、认同或不背离当代中国马克思主义。新中国成立以后,马克思主义意识形态一直是中国社会的主导意识形态,虽然它在终极理想层面和主导地位上并无动摇,但在中国社会转型时期出现了许多新情况和新问题。在意识形态领域中一部分人也出现了意识形态的模糊与困惑。社会主义意识形态的吸引力并没有随着社会的发展而得到提升,反而由于社会群体的分化而弱化。在政界,有些党员不信主义信鬼神,不信马列信风水;对马克思主义理论的信仰不坚定甚至就根本不信仰。他们言行不一,把马克思主义仅仅当成了其手中谋取个人私利的敲门砖,扛着马克思主义大旗、唱着为人民服务的高调,却肆意谋取个人之私,把党为人民服务的宗旨忘得一干二净。在学界,有人认为当代中国马克思主义只是一个赶时髦的知识流派,充其量仅是“官方的精神强制”。在世俗生活中,当代中国马克思主义,往往成为调侃的对象。^①因此,以不同社会群体为视角,研究当代中国马克思主义大众化问题,无疑有助于让马克思主义掌握群众,让群众掌握马克思主义,以实现马克思主义指导作用的最大化、影响力的最大化。

第二,为宣传部门或其他相关部门提供决策参考。本书以社会各群体为视角,选取的主要社会群体有党政领导干部群体、知识分子群体、新生社会群体、大学生群体、企业员工群体和农民群体。本书分析社会各群体在当代中国马克思主义大众化中的地位 and 作用,阐述当代中国马克思主义大众化在社会各群体中的现实境遇,探讨其成因,并寻找当代中国马克思主义大众化在社会各群体中实现的具体路径,所形成的研究对策可提供给

^① 黄明理.论马克思主义的当代魅力[J].学海,2008(3):5.

宣传部门或其他相关部门作为决策参考。

由此看来,基于社会各群体的当代中国马克思主义大众化研究,对于推进当代中国马克思主义大众化向纵深发展、拓宽马克思主义理论研究与建设工程领域、引导社会各群体认同或不背离当代中国马克思主义、为相关部门提供决策参考都具有极其重要的理论价值和现实意义。

三、研究文献综述

据不完全了解,目前国内外学界还没有人将社会各群体与当代中国马克思主义大众化结合起来进行研究,大多学者仅是从社会群体、当代中国马克思主义大众化两个相对独立的层面进行研究的。

(一) 西方文献研究综述

当代西方社会结构理论包括阶层(stratum)理论和族群(ethnic group)理论。虽然当代西方学者比较普遍地将“ethnic group”定义为大社会中小组或次群体,也可以是主流群体或多数群体,但当代西方学术界基本同意“ethnic group”是指拥有名称的人们群体,它具有真实或假想的共同祖先,享有共同的历史记忆和一种或数种共同文化要素。因而,西方社会结构理论实质上是以社会分层理论为主,通过社会分层理论,来研究社会结构中的不同社会群体的。

1、关于社会分层的理论派别

西方学者对社会分层的研究历史悠久、流派众多,但是,人们一般认为社会分层经典理论的主要人物是马克思、韦伯和涂尔干。其后,新马克思主义、新韦伯主义、新涂尔干主义,又不断丰富和发展了社会分层经典理论。

(1) 马克思阶级分层理论

马克思最先提出了一套有系统的阶级理论。马克思主义阶级分层理论揭示了私有制下社会不平等的根源,对阶级阶层作出了全面深刻分析。阶级分层理论主要包括:阶级的产生、划分阶级的标准、阶级的消灭等内