

马克思主义大众化在民族地区 话语场域的价值回归

陆莎莎

(广西师范大学 马克思主义学院, 广西 桂林 541006)

摘要:马克思主义大众化是当代中国马克思主义发展的重大时代课题。当下民族地区马克思主义大众化话语场域价值式微、时效性低下,必须回归马克思主义大众化在民族地区的价值诉求,创新马克思主义大众化话语体系。马克思主义理论在大众化传播过程中,应与各民族地区在长期的生产劳动生活中形成的独具特色艺术话语、本地话语等特有的文化形式、话语形式相融合。贴近生活、贴近群众、贴近实际的话语形式应切实融入民族地区马克思主义大众化话语场域。

关键词:马克思主义大众化;民族地区;话语场域;价值回归

中图分类号: G 411 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-7192(2017)01-0017-05

所谓推进中国马克思主义大众化,即将表述中国特色社会主义理论体系的官方话语系统同民间话语系统相对接,使中国化马克思主义融入群众生活。话语体系就是概念(语词)之间通过判断形成命题(语句),又经过推理得出结论(语段)^[1]。马克思主义理论进行大众化传播,必须把其话语当成有效载体,把传播的理论与各民族具体地区在长期生产劳动生活中形成的独具特色艺术话语、本地话语等特有的文化形式、话语形式相融合,使官方话语系统与民族地区话语系统相对接,进而丰富其话语体系,从而形成通俗的民族地区马克思主义理论。当代中国马克思主义的话语体系,主要指两个方面的层次与系统,一个是在主流意识形态层面,以党的文件、章程,领导人讲话、文选,还有主流政治新闻等形式传播的官方话语系统,另一个是大众平常生活层面,以说谈、唱和、表演等形式传达的通俗民间话语系统。因此,马克思主义理论的广泛传播要与当下中国的具体实际相结合,在贯彻落实中要与我国各民族、各地区人民大众的心理习惯、思维方式、表达方式、风俗文化等相适应,使人民大众

感受到其热烈的亲和力与感召力。

然而,我国马克思主义理论在民族地区话语场域传播的话语系统却背离了其大众化的价值诉求,造成了当下民族地区马克思主义大众化价值性错位。探析民族地区马克思主义大众化话语场域价值式微和价值回归,对于提升马克思主义大众化传播时效性具有重要的理论意义和现实意义。

一、价值式微:马克思主义大众化在民族地区的话语场域的现实存在

“场域”(field)是当代法国著名社会学家布迪厄(P·Bourdieu)学术思想中的一个重要概念。他是这样解释的,“我将一个场域定义为位置间客观关系的一个网络或一个形构,这些位置是经过客观限定的”^[2]。“场域”作为一个关系网络空间,有其自身的逻辑和运作规律,构成对该网络行动者行为的规范条件。“话语”在汉语词典中多解释为“说话、讲演和论述等”。马克思主义大众化作为我国教育、宣传场域的重要部分,其自身的运作规律主要体现在特定话语的出现、话语创新的规范性、话语内容转换的时代性,话语方式变革

的通俗化。民族地区马克思主义大众化在其场域的运作规律上表现更为特殊和具体。

由此,民族地区马克思主义大众化话语场域就是一定范围的大众普遍认可理解马克思主义原理,并建构起相应的思想和理念的一定话语方式的网络或者领域。而话语是语言形式和思想内容的结合体。传播价值取向会极大程度地影响着话语方式和话语内容,产生特定的话语场域效应。一定的话语方式与内容也体现着一定的传播价值取向。民族地区马克思主义大众化话语应是以承载和传递马克思主义为宗旨,将深刻的马克思主义原理,尤其是当代中国特色社会主义理论体系与各民族地区在长期生产劳动和生活中形成的独具特色艺术话语、本地话语等特有的文化形式、话语形式相融合;对各民族各地区人民大众的心理习惯、思维方式、表达方式、风俗文化进行解读,成为人民大众心中坚定的信仰或者信念,有效地引导人民的思维方式、交往方式的过程的内在价值诉求。在这一传播价值取向向下形成的民族地区马克思主义大众化话语应饱含真情实感和人文关怀,充分契合马克思主义大众化的本真价值及发展规律。但民族地区马克思主义大众化话语价值场域的真实状况,却是马克思主义大众化在民族地区传播话语的价值式微现象不断显现。这就直接造成了当下马克思主义大众化在我国各民族、各地区中教育传播价值式微的现实存在。

(1) 马克思主义大众化在民族地区话语主体的缺位。列宁指出:“概念是人脑的最高产物”,“概念的形成及其运用,已经包含着关于世界客观联系的规律性的看法、见解、意识”^{[3]139-149,181}。马克思主义大众化离不开中国社会这一现实境遇,它作为意识形态领域的教育传播活动,在本质上是一个实践范畴,需要具体考量当代中国社会的现实视域。民族地区马克思主义大众化需要把中国特色社会主义的理论内核和价值诉求,融入中国民族地区特有的话语表述方式中,借用民族地区人民大众所熟知的事物、典故、谚语等通俗话语来阐释马克思主义基本思想,推动马克思主义大众化。但在现实中,由于中国马克思主义理论大众化传播赋有较多的政治色彩,进而一定程度上“转载”了政治活动的衣钵,使大量的政治、

权力、文件话语不分时间、不分场合、不分对象地贯穿在宣传工作实践当中。这样,政治、权力、文件话语也就成为了民族地区马克思主义大众化话语的主要主体,而原本应该具有民族地域特色的生动形象的民族地区马克思主义大众化话语主体却出现了一定程度的缺位。

(2) 马克思主义大众化在民族地区话语方式的错位。在当前民族地区传播中国马克思主义理论的实践中,话语方式一定程度上存在着生硬刻板、缺乏平等沟通的问题,不断呈现出了“千篇一律的会议和生搬硬套的官样文章,被群众戏称常说的老话多、正确的废话多、漂亮的空话多、严谨的套话多,形式越高越繁琐,就是落实不了”的现象^[4]。这种现象表现在纵向纬度和横向纬度两个方面:纵向纬度,即从中央到各省市,再到各地方;横向纬度,我国有着56个民族,34个省级行政区,在马克思主义理论教育传播上出现了传播内容“齐步走”的格调。正如罗兰·巴尔特所说,“各个方面、各种领导、大小结构、压迫集团或压力集团,到处都有‘有权威的’声音,它被授权发出各种权势的话语:颐指气使的话语”^{[5]205}。这样代表着过于权威的话语体系就突显了马克思主义大众化主体地位平等的缺失,广大人民群众同理论传播者的平等话语沟通也就成了空谈。民族地区马克思主义大众化话语场域有着太多的控制性话语、形式化文件话语及抽象晦涩的学术话语,这些话语由于没有能够转化成受传播者容易理解、接受的话语方式,而使马克思主义思想理论传播在民族地区受到了相当程度的限制。

(3) 马克思主义大众化在民族地区的话语理念越位。唯理性湮没了马克思主义大众化的本真价值吁求。民族地区马克思主义大众化话语场域的唯一性主要体现在工具理性过于膨胀。所谓工具理性,一般指为达到一个明确的目的而考虑和使用一切最有效的手段所体现的特质^[6]。民族地区马克思主义大众化就是把马克思主义与大众日常生活实践、文化相结合;实现由抽象到具体、深奥到通俗、少数人理解转为大众理解掌握的过程;用生动形式、鲜活内容、群众语言,深入浅出传播马克思主义,形成适应大众需要、具有时

代特点、民族特点的马克思主义^[7]。这是民族地区马克思主义大众化对价值理性的真实诉求。所谓价值理性，主要指行为人注重行为本身所能代表的价值，而不是看重所选择行为的结果。而当前马克思主义大众化在民族地区话语工具理性的过度膨胀将会掩盖其对价值理性的正当诉求，从而造成价值理性式微，民族地区马克思主义大众化话语工具理性越位。

二、马克思主义大众化在民族地区话语场域价值式微的原因探析

(1) 公共性话语单一，一定程度上造成了民族地区马克思主义大众化话语失语。公共性语言在这里指的是大家都说的话语。马克思主义话语中的一些习惯性话语由于没有结合中国社会具体实际，特别是没有结合各民族各地区的具体特点，进行相应地更新转换，而显得生硬单调，对当地人民群众的传播引导成效并不明显；同时由于马克思主义理论，特别是中国特色社会主义理论不断发展，相关热点话题的出现与升级，推动了很多新的传播话语的出现，但马克思主义大众化在民族地区的话语并没有进行适时地更新转换，使话语脱离传播的即时状态，而突显出了话语固定单一的特点，从而没有能够真切地表达民族地区人民大众的心理认知和思维方式。这就使得当前民族地区马克思主义大众化话语场域存在着一定的失语现象。

(2) 控制性话语倾向，使民族地区马克思主义大众化话语出现一定程度的失当。民族地区马克思主义大众化传播者一般倾向于利用控制性话语开展教育宣传活动。传播者通常预先进行价值设定，然后以权威性的话语方式进行传播同马克思主义相符合的思想或理念价值及行为价值等，使特定的理念和理性成为受传播者的“思想准则”，具有明显的规定性和强制性。在这一预设的“价值律令”下的传播话语，使传播者与受传播者之间在一定程度上成为一种管理与被管理、控制与被控制的关系，受传播者的心声和真实的价值诉求没有得到有效地倾听与回应，传播者与受传播者之间缺乏真正的平等沟通与交流。所以，在

存在着控制性话语倾向的现实中，受传播者对马克思主义大众化的教育传播的认同感不够强烈也就在所难免。

(3) 工具性话语膨胀，一定程度上导致了民族地区马克思主义大众化话语价值式微。理性不仅包括对事实陈述或价值判断的理据提出这一层面，还包括对事物或社会的自觉和理解的层面。前一层面是理性的工具功能，后一层面是理性的价值功能^[8]。民族地区马克思主义大众化为适应理性传播需要而内在地要求马克思主义大众化在民族地区教育传播中的话语理性。然而马克思主义大众化在民族地区并不只是需要工具理性，就其自身的内源机制和逻辑建构而言，它更着重强调的是价值理性的诉求。因此，民族地区马克思主义大众化话语场域如果无视工具理性的过度膨胀，不能因地制宜的对普罗大众进行宣传教育，这就背离了马克思主义大众化的价值理性诉求。因为工具理性的过度膨胀（工具理性排斥情感因素的作用），在民族地区马克思主义大众化过程中传播者通常忽略了受传播者即时情感的真实感受和内在认可，而使马克思主义大众化在民族地区中话语生硬、乏味、刻板，让受传播者对传播内容难以产生兴趣或在感情上得到理解，也让受传播者缺乏实践的动力，从而导致马克思主义大众化在民族地区很难引起受传播者真正的认同与共鸣，受传播者无论是在理论上还是实践中都很难能够做到自觉、有感情。因而，工具理性的过度膨胀必然会导致价值理性的式微。

三、马克思主义大众化在民族地区的话语场域的价值回归

马克思主义大众化在民族地区话语场域的价值式微背离了马克思主义大众化的真正价值诉求，必然要建构新的话语体系。因此，重拾内在的真正价值是民族地区马克思主义大众化话语场域价值回归的必然选择。

(1) 话语要贴近生活，把马克思主义的表述融入于日常语境。列宁指出：“只有当概念成为实践意义上的‘自为存在’时，人的概念才能‘最终地’把握、认识这个客观真理。”^{[9][181]}当前，马

克思主义大众化在民族地区的话语体系中有着太多的空话套话官话,在相关的一些文件、理论文章、干部讲话当中,文风问题比较明显,较为严重的脱离了乡土文化气息。因此,在民族地区进行传播马克思主义大众化要善于从官方话语中提取表达民族地区特有的关于社会主义理论的核心概念,并同各民族地区常用的口头话语相融合,有效地使用本地人民大众所熟知的事物、典故、谚语及其他具有本地特点的话语,生动形象地阐述关于马克思主义理论的重要概念的内涵和意义;同时,还要同民族地区人民大众所熟悉的、联系紧密的平常事物相结合,与他们的思维方式、生活方式和接受方式相符合,使抽象深刻的当代中国马克思主义理论知识更为生动形象并惟妙惟肖地融入各地区民族文化。“你要知道被宣传人的生活,从他们的生活中找你说话的材料,找那些可以证明你所谈理由的例子,并利用他生活中常要听见的土话或其他流行术语说明你的意思。”^{[10]698}例如,在西南民族地区的壮乡人民结合他们所熟知的谚语、风俗、节庆等民族文化通过以编唱山歌的方式,对社会主义理论一系列重要思想内容进行解读,使官方规范话语生动形象地转述为民族地区人民群众生活的民谣或习语,突出体现了中国特色社会主义理论表述话语田园乡土、贴近生活、富于原生态的风格。如关于改革的山歌:“改革就是再革命,定叫山河换新装;三个有利是标准,发展经济奔小康。党委政府有人才,样样事情巧安排;供应水泥修水柜,一开龙头水就来;衣食住行样样全,土地延包三十年。”还有关于科学发展的山歌:“科学发展人为本,关注国计与民生;领好人民走富路,构建和谐新农村。党是人民主心骨,为民排忧解难幸福;开办农合送实惠,扶贫又把富路铺”^{[11]31}。

(2) 话语要贴近群众,把马克思主义的表述话语根植于广大人民群众。“马克思主义大众化第一人”艾思奇一直为人民大众撰写理论通俗化读本,他认为:“只有把哲学同人民大众结合起来,为人民大众写哲学著作,才是马克思主义理论工作者的正确道路。”^{[12]400}马克思主义大众化话语体系归根结底主要来源于社会实践和广大人民群众,因此,在民族地区的马克思主义大众化话语内容

应贴近当地广大群众,采用他们的语言,使他们容易理解掌握、认可接受。

“马克思列宁主义来到中国能发生这样大的作用,是因为中国的社会条件有了这种需要,是因为同中国人民革命实践发生了联系,是因为被中国人民掌握了。任何思想,如果不和客观实际事物相联系,如果没有客观存在需要,如果不为人民群众掌握,即使是最好的东西,即使是马克思列宁主义,也是不起作用的。”^{[13]1515}改革开放以来,整个社会生活都有了巨大的变化,马克思主义大众化话语内容也因此更丰富,更贴近实际和人民群众,原本生硬刻板、官腔式的话语已显然不符合当代人的需要。在当代,马克思主义大众化只有不断更新在民族地区的话语方式与风格,让话语内容更为丰富、生动形象,更贴近当地人民群众,使他们容易理解掌握,才能使他们真正认同和接受马克思主义。只有“深切地明白中国大众在知识上需要什么,才能知道自己为了他们应该写些什么。”^{[14]282}因此,在当代我们必须紧跟时代发展步伐,及时把握时代发展需要,了解话语对象的接受需求与兴趣及接受能力,为话语对象量体裁衣定制话语主题。同时,要经常深入民族地区的人民大众,了解他们的生活,关注关心他们生存发展面临的难点问题,给予他们通俗化的解答,并全力及时解决。只有这样,当代中国马克思主义在民族地区才能够得到人民大众的理解与认同、接受与支持,才能够生根、发芽,真正实现民族地区话语大众化。

(3) 话语要贴近实际,把马克思主义的表述话语运用于实践当中。毛泽东曾经提到:“一切群众的实际生活问题,都是我们应当注意的问题。假如我们对这些问题注意了,解决了,满足了群众的需要,我们就真正成了群众生活的组织者,群众就会真正围绕在我们周围,热烈地拥护我们。”^{[15]136-137}马克思主义大众化在民族地区的话语表述要注意微观的细节变化,把民族地区的真实生活情景,例如播种、收割、节庆等日常情景来解说马克思主义理论。通过民谣、顺口溜、歌曲等创作,在平常生活、劳动、休闲中对马克思主义以及中国特色社会主义理论展开生活化、形象化、生动化的述说,构建富有地方民族特色的民

间马克思主义话语体系。例如西南民族地区的壮乡人民把种菜选种、编篾选筒、熬酒品味等当地日常生活情景作为语境表达了对改革、追求幸福生活的美好愿景,而编唱了民谣“种菜要选好菜种,编篾要选好竹筒;熬酒熬糖先品味,改革需要树新风”;壮乡人们还在三月三歌节运用阳春三月的壮乡美好景物表达了对和谐社会的生态文明理论的歌颂:“鱼爱江河鸟爱林,百花争艳爱阳春;构建和谐新社会,山清水秀更宜人。”^[16]¹⁷⁵

“理论在一个国家实现的程度,总是取决于理论满足这个国家的需要的程度。”^[17]¹²中国共产党人始终立足社会实践发展需要和大众接受需求,以人民利益为中心,以满足人民需求为目标,时刻聚焦现实问题,解答大众困惑,有针对性地推进马克思主义大众化,回答“说什么”的问题,使马克思主义理论逐步潜移到人民大众的思想意识中,经过不断内化,最终实现外化。在民族地区表述马克思主义及中国特色社会主义理论,要善于同实践进行时代化的创作,贴近当地人民大众的日常实际,把这些理论话语运用到生活劳动、恋爱婚姻、娱乐休闲等实际情境中,在话语内容、方式和风格上实现民族地区中国马克思主义大众化的新表述。

参 考 文 献

- [1] 靳书君. 中国话语时代化大众化的基石和路径研究[J]. 人民论坛, 2013(14): 210-211.
- [2] WACQUANT L D. Towards a reflexive sociology: a work-show with pierre bourdieu[J]. Sociological Theory, 1989(2): 39-40.
- [3] 列宁. 列宁全集: 第55卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [4] 广州市政协主席炮轰官场歪风[N]. 广州时报, 2010-3-11(2).
- [5] 罗兰·巴尔特. 符号学原理[M]. 北京: 三联书店, 1988.
- [6] 王明春. 思想政治教育话语场域的价值追寻[J]. 湖北经济学院学报, 2009(4): 18-19.
- [7] 贺彩艳. 马克思主义大众化之浅见[J]. 延安大学学报, 2010(2): 16-18.
- [8] 郭劲松. 交往理性与德育理念的重建[J]. 德育理论研究, 2005(3): 74-78.
- [9] 列宁. 列宁全集: 第55卷[M]. 北京: 人民出版社, 1990.
- [10] 恽代英. 恽代英文集[M]. 北京: 人民出版社, 1984.
- [11] 杨荣来, 莫瑞杨. 歌海春潮: 宜州市行业山歌集[M]. 南宁: 广西民族出版社, 2005.
- [12] 艾思奇. 艾思奇文集: 第2卷[M]. 北京: 人民出版社, 1983.
- [13] 毛泽东. 毛泽东选集: 第4卷[M]. 北京: 人民出版社, 1991.
- [14] 艾思奇. 大众哲学[M]. 北京: 生活读书新知三联书店, 1979.
- [15] 毛泽东. 毛泽东选集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 1991.
- [16] 广西民间文艺家协会. 山歌甜甜唱未来[M]. 南宁: 接力出版社, 2013.
- [17] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009.

The Value Reconstruction in the Discourse Field of Marxism Popularity in Ethnic Regions

LU Sha-sha

(School of Marxism, Guangxi Normal University, Guilin 541006, China)

Abstract: Marxism popularity is one of the important topics of times in the development of Marxism in contemporary China, but the value of its discourse field declines along with lower timeliness in ethnic regions. It is necessary to reconstruct the value of Marxism popularity in these regions and innovate in its discourse system as well. In its popularizing process, Marxist theory should be combined with the unique artistic discourse, which has taken shape in the long period of productive labor life in various ethnic regions, and the cultural form and the discourse form of local language. The form of discourse which is closer to the life, the people and the reality ought to be introduced into the discourse field of Marxism popularity in ethnic regions.

Key words: Marxism popularity; ethnic regions; discourse field; value reconstruction

【编辑 程广平】