

DOI: 10.15918/j.jbitss1009-3370.2015.0323

# 马克思和恩格斯的政治传播思想

陈力丹

(中国人民大学 新闻与社会发展研究中心, 北京 100872)

**摘要:** 马克思主义政治传播的理论是马克思主义新闻观的组成部分。马克思主义创始人卡尔·马克思和弗里德里希·恩格斯为科学社会主义的政治传播确定了两个前提:传播的理论必须是科学的、真正无产阶级性质的;这种传播的成功与一定的社会物质条件变化相联系。政治传播者需要具备四方面素养:智慧、思想、风格、知识。政治传播的主要目的在于影响还没有卷入运动的广大群众。政治传播中的传播者本身,是最重要的媒体。政治传播者要具有持久的政治传播毅力,不为一时一地的成功或失败所左右。传播目的正当,手段也必须正当。

**关键词:** 马克思; 恩格斯; 政治传播; 政治传播者的素养; 政治传播策略; 政治传播伦理

**中图分类号:** G206

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1009-3370(2015)03-0162-04

马克思主义的创始人卡尔·马克思和弗里德里希·恩格斯是思想家,也是政治家,他们为马克思主义的政治传播提供了理论基础、方法和策略。

## 一、社会主义政治传播的两个前提

马克思和恩格斯一生都在不懈地进行科学社会主义的政治传播的时候,他们注重传播的两个问题:第一,进行政治传播的理论基础必须是科学的、真正无产阶级性质的;第二,将这种传播的成功与一定的社会物质条件变化联系起来考虑。理解了他们对这两个问题的坚持与把握,才能理解他们关于政治传播的全部论述。

在德国的社会主义政治传播刚刚开始的时候,恩格斯就对马克思说:“我们……明显地表现出缺少必要的支柱。”<sup>[1]</sup>为此,马克思和恩格斯花费了大量的精力从事社会主义科学理论的著述,并通过广泛的口头、书信、报刊交换方式,在几年内赢得了在工人运动中的初步地位,以至于共产主义者同盟代表大会直接委托他们为同盟起草纲领《共产党宣言》。

为了捍卫政治传播的科学的理论基础,马克思和恩格斯不惜抵制德国社会主义工人党(1890年改名德国社会民主党)代表大会的决议。1877年,该党代表大会决定请几位被马克思称为“无知之徒和浅薄的文人”<sup>[2]</sup>主办党的理论刊物。恩格斯对此写道:“代表大会的决议的价值——不管这些决议在实际

鼓动方面多么值得尊重——在科学上等于零,它们不足以使杂志具有科学性,因为科学性是不能法定的。没有十分明确的科学方向的社会主义科学杂志是不可思议的”。马克思支持他的看法,写道:“你对于柏林人的回答是适时的。这些家伙应当感觉到,我们固然是长期忍耐,但也是坚定不移的。”<sup>[2]57,60</sup>

除了政治传播的理论基础外,他们还注意到,政治传播成功的决定性的因素是经济结构引起的社会变化。如果政治传播的观点与整个社会发展进程相悖,即使有武器的批判,也不可能真正达到宣传目的。恩格斯就此批评过普鲁士国王,写道:“弗里德里希-威廉四世在1848年之后,尽管有‘英勇军队’,却不能把中世纪的行会制度和其他浪漫的狂念,灌输到本国的铁路、蒸汽机以及刚刚开始发展的大工业中去”。“我们不知道有任何一种权力能够强制那处于健康而清醒的状态中的每一个人接受某种思想。”<sup>[3]94,199</sup>马克思则指出:“煽动家的词藻和权谋家的废话决不能使局面发生危机;日益迫近的经济灾难和社会动荡才是欧洲革命的可靠预兆。”<sup>[4]349</sup>

马克思和恩格斯摸索出了进行社会主义政治传播的经验,这就是依据环境条件决定传播方式,掌握传播的时机。马克思就此提出:从阶级运动的实际因素中寻找鼓动的现实基础,而不能根据某种教条式的处方来规定这一运动的进程<sup>[5]</sup>。

收稿日期: 2015-03-10

基金项目: 北京市哲学社会科学规划重点项目(13ZHA025)

作者简介: 陈力丹(1951—),男,教授,博士生导师,博士后流动站站长,《国际新闻界》主编,E-mail:chenlidan@vip.sina.com

\* 本文根据“2014年11月15日在第二届公共治理与政治传播论坛上的主题发言”整理而成。

马克思很注意进行政治传播的环境条件。1870年普法战争爆发,凭着多年对国际形势的研究,马克思意识到这是进行政治传播的一个很好的环境条件。他说:“战争所引起的种种情况将给我们的原则提供最好的宣传材料。”<sup>[6]167</sup>他毅然放下手头的研究工作,投身实际斗争,与恩格斯一起撰写了两篇关于战争的国际宣言,使国际工人协会赢得了声誉。

## 二、政治传播者的四种素养

政治传播的本质是劝服,劝服的过程中传播者的素养对传播效果有决定性影响。1847年,恩格斯批评德国激进派政论家卡尔·海因岑时,代表他和马克思提出了传播者应当具有的四种传播的素质。他写道:“海因岑先生也许满脑子都是最善良的愿望,他也许是全欧洲信念最坚定的人。我们也知道,他本人诚实、勇敢、坚定。但要成为党的政论家,单有这些还是不够的。除了一定的信念、善良的愿望和斯腾托尔<sup>①</sup>的嗓子而外,还需要一些别的条件。……党的政论家需要更多的智慧,思想要更加明确,风格要更好一些,知识也要更丰富些。”<sup>[7]304</sup>

传播者需要智慧。就此,恩格斯曾引证《圣经》,写道:“我们在行动时,用我们的老朋友耶稣基督的话来说,要像鸽子一样驯良,像蛇一样灵巧。”<sup>[8]</sup>

传播者的思维是否明确,判断是否得当,也是其素质的重要表现。例如说话不知所云,便属于缺乏明确思维的表现。马克思1853年评价英国首相阿伯丁的一次演说不成功,这样批评道:“这位民主派勋爵滔滔不绝地说个没完(这是这种第三流演说家的致命的喜好),从大陆的暴君一直扯到‘本国臣民心目中至高无上的’女王方才罢休。……他的话是用‘一方面’和‘另一方面’凑成的。”<sup>[4]307</sup>

关于政治传播者风格,马克思和恩格斯都引证过法国博物学家毕丰的名言“风格即人”。每位传播者善于发挥自己的风格特点,是保证传播成功的因素之一,而牺牲自己的风格而强行适应另一种风格,无论出于何种原因,都难以成功。就此,马克思1857年曾批评过英国财政大臣迪斯累里。他本来是一个“操匕首比操长剑更熟练得多的演说家”,但为了表现出大臣的尊严,而作“庄严肃穆的演说”,结果,“对他的不幸的听众来说却是一种真正的折磨。过去他甚至能把陈词滥调变得像讽刺诗那样的锋利。而今他竟能把讽刺诗埋葬在枯燥无聊的尊严的俗套下面。”<sup>[9]</sup>

传播者所提供的知识多寡、深浅,会影响宣传效益。1848年,普鲁士议员里茨在议会里发表一篇情绪激昂的演说,认为议会组织的一个委员会调查某件事是对行政和司法职能的越俎代庖。由于他不懂议会拥有这样的职权,整篇演说便成为一则笑话。恩格斯讽刺道:“他倒像卡姆画中的那个乡下人,二月革命后他来到巴黎,看见墙上都贴着‘法兰西共和国’的标语,就到总检察官那里去告密,说有坏分子要推翻国王的政府。这个可怜的人过去一直在睡觉。”<sup>[10]55-56</sup>

## 三、政治传播的主要传播对象

马克思和恩格斯为社会主义政治传播确定的传播对象,其重点始终在那些还没有卷入运动的群众。1859年,当一场新的资本主义经济危机将要来临的时候,马克思写道:“如果我们只限于给基本上同情我们观点的报纸撰稿,那末我们就必定会把各种报刊工作完全搁置起来。难道应当容许所谓的‘社会舆论’都充满反革命材料吗?”<sup>[11]</sup>1873年,恩格斯进一步明确地表述了社会主义政治传播的策略,他说:“根据我们的已经由长期的实践所证实的看法,宣传上的正确策略并不在于经常把个别人物和成批的成员争取过来,而在于影响还没有卷入运动的广大群众。”<sup>[6]591</sup>

在各种社会主义的政治传播中,不明确、不了解传播对象的空洞说教很多,马克思和恩格斯多次使用“沙漠中的布道者”这一形容词批评这类政治传播,避免使自己在传播中处于这种境地。马克思给《纽约每日论坛报》撰稿就很成功。他在写作方式上适应该报读者要求,尽管观点上双方并不一致,仍然受到了欢迎。《论坛报》社论这样评价了马克思的文章:“马克思先生有他自己的非常明确的见解,其中有相当一部分我们决不能赞同,但是,不读他的文章的人,在获得现代欧洲政治的重大问题的消息方面,将失去一个最有教益的来源。”<sup>[12]</sup>

## 四、政治传播的方法和策略

马克思和恩格斯经常采取两种政治传播的方式,一是隐蔽传播动机,二是用敌对者的材料说明自己的观点。

当年恩格斯在10多家各类报刊上发表匿名的《资本论》书评,与不同期刊的读者信念相适应,而把传播的目的隐蔽在知识的叙述和对书的评价中,不说出与他们信念相对立的结论。这种传播方式获

<sup>①</sup>斯腾托尔(Stentor),希腊神话里的人物。他有着一副铜嗓子,一个人喊起来的声音可抵50个人的声音。

得了成功,几年后《资本论》便为人所知了。

不知分寸的传播者往往竭力用各种盟友的材料证明自己的观点如何正确,恩格斯则采用直接敌人的材料来证明自己的观点(反证),这样的论证往往使敌对者尴尬,有利于争取中间状态的人。恩格斯的著作《英国工人阶级状况》的材料,便是这样选择的。他解释说:“我总是宁可利用自由党人的证据,以使用自由资产阶级亲口说出来的话来打击自由资产阶级”<sup>[13]280</sup>。1848年10月,奥地利军队残酷地镇压了维也纳人民的起义,为了说明奥地利军队血腥镇压的真相,争取更多的同情者,恩格斯在报道中引证的材料全部是反对起义者的人的话,引证时他强调:“这些作者不是狂怒的‘无产者’,而是大资本家,是在维也纳拥有大型工厂的那些人,是无容置疑的思想保守的资产者”<sup>[14]</sup>。这种做法足以使更多的人相信事实的真相。

政治传播中的传播者本身,是最重要的媒体,他的形象、风格和表达艺术,直接影响到传播效果。马克思对传播者提出的个性特点要求是:“如果你想感化别人,那你就必须是一个实际上能鼓动和推动别人前进的人。”<sup>[15]155</sup>

马克思和恩格斯十分重视利用事实(事件)推动社会主义的政治传播,因为“任何煽惑的宣言和谋叛的告示都不能像平凡而明显的历史事实那样起着革命作用”<sup>[14]37</sup>。其基本方法即恩格斯所说的“利用雄辩的事实来宣传彻底改造的必要性。”“使读者确立无可争辩的信念,只有明显的、无可争辩的事实才能做到这一点,特别是在一个被无穷的‘祖先智慧’迫使人们持怀疑论的世纪里,仅凭空洞的说教,哪怕是很高明的权威的说教,都不能使人产生这种信念。”<sup>[13]594[15]277</sup>

马克思注意到,富有人情味的政治传播,比枯燥的政治说教容易收到实效。巴黎公社失败后,马克思的3个女儿在法国西南部的小城吕雄,受到警察的搜查和反复盘诘,住地被监视了一周。为了把这一事件传播出去,达到揭露法国梯也尔政府的目的,马克思突出大女儿在养病、二女儿刚刚死去自己的儿子等事实,以法国警察迫害妇女为主题,给美国第一家成功的大众化报纸《太阳报》主编德纳写了封信。信发出后他告诉女儿燕妮:“他必定会在他的《太阳报》上刊登这一封信。这类东西正好合美国人的口味。”<sup>[16]285</sup>果然,这封信一收到就被全文发表在该报上。

在科学社会主义的传播中,马克思和恩格斯批评最多的是对“敌情”认识的简单化,恩格斯说:“因

为我的对手说黑的,我就说白的——这纯粹是服从对手的规则,这是一种幼稚的政策。”<sup>[16]</sup>在实际的传播中,敌、我、友的关系和环境条件的制约等等,是非常复杂的,用何种方式处理各种力量的对比关系,需要经验和分析能力,不能停留在黑白分明的水平上。马克思要求传播者学会掌握色调的些微变化,成为有经验的和熟练处理局面的人。他说:“政治上的新手和自然科学中的新手一样,都像是写生画家,只知道两种颜色:白色和黑色,或者黑白色和红色。至于各种各样颜色在色调变化上的较为细微的区别,只有熟练的和有经验的人才能辨认得出来。”<sup>[10]525</sup>

马克思和恩格斯一向嘲笑空想社会主义通过榜样来传播社会主义的做法。他们深知,一个社会的进程深深地扎根于传统和现实的经济结构中,绝不是通过榜样的力量就可以扭转乾坤的。他们在《共产党宣言》中批评说:这是“企图通过一些小型的、当然不会成功的试验,通过示范的力量来为新的社会福音开辟道路。”<sup>[17]</sup>恩格斯在《反杜林论》中再次批评了这种传播方式,指出:他们“发明一套新的更完善的社会制度,并且通过宣传,可能时通过典型示范,把它从外面强加于社会。”<sup>[13]283</sup>

## 五、政治传播的长期效应与传播伦理

马克思和恩格斯重视政治传播的长期效益,多次批评对政治传播短期效果的过度追求。这种认识来自他们对政治传播史的研究。例如英国自由派1839—1845年间持久的反谷物法的政治传播颇为成功,除了它顺应社会发展外,主要在于运动的组织者具有持久政治传播的毅力,不为一时一地的成功或失败所左右。马克思就此写道:“他们派遣整批传道大军到英国各地宣传自由贸易的宗教。他们刊印成千上万的小册子四处赠送,让工人认识到自己的利益。他们不惜破费拉拢报刊。为了领导自由贸易运动,他们组织庞大的管理机构,而且在公众集会上施展自己全部雄辩之才。”<sup>[17]449</sup>这种持久的大规模的政治传播效益是渐进的,但其历史意义却是任何短期政治传播的效果无法相比的。对此,恩格斯写道:“反谷物法同盟所传播的几十万册书刊的影响,租佃人的头脑中也产生了政治思想。他们认识到自己的利益同大地主的利益是不一致的,直接对立的”“租佃人摆脱了他们高贵的土地占有者的精神影响。”<sup>[18]559</sup>

马克思和恩格斯很重视政治传播的伦理,是目的和手段的统一论者。有的传播者为了收到成效而不择手段,马克思则指出:“需要不神圣的手段的目的,就不是神圣的目的”<sup>[19]</sup>。

马克思和恩格斯对政治传播中人为地通过“组织”舆论和制造舆论以遮蔽真实舆论各种手段极为反感。例如召开有特殊安排的集会,便是组织舆论的一种。1855年,在一些英国议员支持下的行政改革协会举行了一次集会,试图说明它得到了舆论的支持。马克思作了如下报道:“行政改革协会昨天在德留黎棱剧院组织了一次盛大的集会,然而,它不是公开的集会,而是 ticket meeting,即凭票入场的集会。因此,协会的先生们感到毫不拘束,就像是‘在自己家里’。他们声称,这次集会是为了给‘舆论’开路。然而,为了防止这种舆论不受到外来的风的吹袭,在德留黎棱剧院的入口处布置了半个连的警察。只是在警察和入场券的保卫下舆论才敢于成

为舆论,这是多么微妙的有组织的舆论啊!”<sup>[20]</sup>这类事情恩格斯也以同样的口吻报道过多次。1843年,反谷物法同盟也是在这个剧院召开大会,有一个德国《总汇报》记者称这样的大会意见是舆论。恩格斯气愤地指出:“谁能参加这些会呢?只有同盟盟员或者持有同盟发给的入场券的人。……同盟多年来召开的就是这种后来被叫做‘公开’大会的会议,并在这种会上自己祝贺自己的‘成就’。”他批评这位记者:“对他说来德留黎棱就是公众,而临时拼凑起来的大嚷大叫的会议就是社会舆论。”<sup>[18]564</sup>

马克思和恩格斯注重宣传内容的正确,同样也注重传播方式,善于学习敌人、同盟者的成功经验,摒弃愚弄传播对象的传播方式。

#### 参考文献:

- [1] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第27卷[M]. 北京:人民出版社,1972:5-6.
- [2] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第34卷[M]. 北京:人民出版社,1972.
- [3] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第20卷[M]. 北京:人民出版社,1971.
- [4] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第9卷[M]. 北京:人民出版社,1961.
- [5] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第32卷[M]. 北京:人民出版社,1974:557.
- [6] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第33卷[M]. 北京:人民出版社,1973.
- [7] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第4卷[M]. 北京:人民出版社,1958.
- [8] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第31卷[M]. 北京:人民出版社,1972:569.
- [9] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第12卷[M]. 北京:人民出版社,1962:263.
- [10] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第5卷[M]. 北京:人民出版社,1958.
- [11] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第29卷[M]. 北京:人民出版社,1972:569.
- [12] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第28卷[M]. 北京:人民出版社,1973:239.
- [13] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第2卷[M]. 北京:人民出版社,1957.
- [14] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第43卷[M]. 北京:人民出版社,1982:75.
- [15] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第42卷[M]. 北京:人民出版社,1979.
- [16] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第35卷[M]. 北京:人民出版社,1971:437.
- [17] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第4卷[M]. 译文直接译自德文原著. 北京:人民出版社,1961:501.
- [18] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第1卷[M]. 北京:人民出版社,1956.
- [19] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第2版1卷[M]. 北京:人民出版社,1995:178.
- [20] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集:第11卷[M]. 北京:人民出版社,1962:334.

## Marx and Engels' Thoughts of Political Communication

CHEN Lidan

(Research Center of Journalism and Social Development, Renmin University of China, Beijing 100872, China)

**Abstract:** Marxist political communication theory is a component of Marxist thoughts on media. Both Karl Marx and Friedrich Engels, the founders of Marxism, laid two prepositions for the political communication of scientific socialism: the communicated theory must be scientific and truly proletarian; the success of communication must be related with the development of social and material conditions. The communicator should possess four qualities: intelligence, thought, style and knowledge. The main purpose of political communication lies in influencing the populace who are yet to be involved in social movement. The communicator in political communication is the most important medium. He or she must have enduring determination of political communication and not be swayed temporary success or failure. Both the purpose and the medium of communication should be just.

**Key words:** Marx; Engels; political communication; qualities of a political communicator; strategies of political communication; ethics of political communication

[责任编辑:孟青]