

马克思主义在中国的早期传播： 跨文化传播的困境与策略

邱 爽

【摘要】 作为一种植根于欧洲地域和文化传统的科学理论体系，马克思主义在中国的早期传播不可避免地面临理解和接受的双重障碍。学界对马克思主义在中国早期传播的历史进程、传播主体、传播内容和传播途径等进行了充分讨论，但相对忽视其作为异质文化在中国早期传播的困境，因此，需要借助跨文化视角，将马克思主义在中国的早期传播史与跨文化传播中的语义逻辑相结合进行考察。早期马克思主义传播者依据语义规律进行了多种传播方式和策略的探索，这一探索最终被毛泽东总结和升华为建立具有“中国特点、中国作风、中国气派”的理论体系。这一传播方案与理论成果的确立标志着马克思主义中国化的历史进程迈向新高度，推动马克思主义在中国的持续发展。以跨文化传播的困境与策略为视角考察马克思主义在中国早期传播的历程，既可以推进马克思主义中国化的学理研究，也能够为新时代中国的对外传播和国际形象塑造提供重要启示。

【关键词】 马克思主义；马克思主义中国化；早期传播；跨文化；语义逻辑

【中图分类号】 B27 【文献标识码】 A 【文章编号】 1000 - 4769 (2025) 02 - 0166 - 08

马克思主义在中国的早期传播构成马克思主义中国化的历史起点，对这一历史过程的探究具有重要意义。马克思主义作为一种生成于西方社会的思想理论体系，在进入东方社会的早期传播中给中国马克思主义者提出了一系列亟待解决的问题：如何在中国社会中传播和普及马克思主义理论体系，推动其转化为具有实践效力的“批判的武器”？如何使对马克思主义原本陌生的中国大众理解并接受这一思想体系？如何应对传播过程中的文化冲突和误解？等等。这种困境产生的最直接原因是欧洲文明与中华文明的差异，在此基础上马克思主义在中国的传播与大众化过程可以被理解为一种典型的跨文化传播现象。基于跨文化和传播的语义逻辑视角，直面早期马克思主义大众化过程中面临的传播问题，考察马克思主义传播方式的历史进程及“中国特点、中国作风、中国气派”传播风格的形塑，不仅有助于深入研究马克思主义中国化的传播方式，更有助于推动马克思主义中国化的理论研究，理解早期中国马克思主义者的理论贡献和探索精神，为新时代推进马克思主义中国化提供启示。

一、反思与启迪：对已有研究成果的评价

马克思主义在中国的早期传播指涉 19 世纪末马克思主义最初传入中国到 20 世纪 30 年代毛泽东正式

【作者简介】 邱爽，四川大学国际关系学院，《四川大学学报》（哲学社会科学版）编辑部副编审，四川成都 610064。

【基金项目】 国家社会科学基金重点项目“跨文化视角下中国国际政治传播研究”（23AZZ004）

提出“中国作风”和“中国气派”的马克思主义理论体系这一阶段。学界对马克思主义在中国的早期传播研究经历了从宏观到微观，从单一历程分析到多层次与跨学科阐释的演变过程。其中早期研究聚焦整体传播历程，主要从宏观视角考察马克思主义在中国的传播路径，伴随研究的深入，逐步转向具体区域的传播情况、个体在传播中的具体角色以及不同文本的传播过程，主要研究内容包括马克思主义在中国早期传播的历史进程、传播主体、传播内容和传播途径。

第一，关于马克思主义在中国早期传播的历史进程。李剑农在《中国近百年政治史》中记录了从戊戌变法到护国护法运动直至北洋军阀覆灭期间马克思主义在中国的传播。^①有学者在此基础上，进一步将这一历程划分三个阶段，即自发自觉传播阶段、有组织地传播阶段和马克思主义与中国革命相结合阶段。^②而伴随新资料的开掘和学科交叉研究的发展，近年来，学者们采用新的解释框架予以讨论，诸如有学者从起源语境的视角探讨20世纪30年代之前源于西方语境的马克思主义如何在中国语境下传播和进一步中国化的问题。^③有学者以北洋政府的“反传播”活动视角，分析马克思主义在受到多方阻挠和破坏的情况下如何取得传播进展^④；也有学者运用哲学理论阐释马克思主义在东方早期传播的复杂、对立统一的历史逻辑。^⑤总体来看，马克思主义在中国的传播呈现从“学说”到“思潮”的知识演进^⑥，马克思主义传播的完整图景呈现为从先进知识分子学习、阐释知识发展到知识转化为现实的历史过程。

第二，关于马克思主义在中国早期传播的主体人物。胡华在《五四时期的历史人物》中较早梳理了马克思主义在中国早期传播的代表性人物^⑦，费正清的《伟大的中国革命（1800—1985）》和迈斯纳的《李大钊与中国马克思主义的起源》分别评述了毛泽东、李大钊等核心人物在早期马克思主义传播中的作用。^⑧也有学者指出清末民初留日学生在这一思想传播过程中的重要作用。^⑨进入21世纪后，学者进一步细化关于李大钊、陈独秀等马克思主义早期主要传播者的研究，更加关注他们在马克思主义传播过程中的具体贡献，诸如以李大钊、陈独秀、李达、蔡和森和周恩来等某一人物为例阐释他们传播马克思主义的历程，以及对马克思主义传播及其中国化的贡献。^⑩与此同时，官方研究机构开始发挥研究的主体作用，诸如中共中央党史研究室通过档案资料对苏俄与中国革命互动予以深度分析，开展了对马克思主义中国化传播发挥重要作用的人物的系统性研究。^⑪

第三，关于马克思主义在中国早期传播内容的研究。中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局研究室在20世纪50年代编著的《五四时期期刊介绍》对早期期刊传播马克思主义的内容予以详细梳

① 参见李剑农：《中国近百年政治史》，长沙：湖南教育出版社，2008年。

② 参见田子渝等：《马克思主义在中国初期传播史（1918—1922）》，北京：学习出版社，2012年。

③ 参见王刚：《马克思主义中国化的起源语境研究——20世纪30年代前马克思主义在中国的传播及中国化》，北京：人民出版社，2011年。

④ 参见滕帅、李明：《马克思主义在中国早期传播的曲折历程（1917—1921）——以北洋政府“反传播”活动为视角的考察》，《民国档案》2024年第3期。

⑤ 参见孙来斌：《马克思主义在东方早期传播的历史逻辑》，《北京大学学报》（哲学社会科学版），2022年第4期。

⑥ 参见蒋含平、汪娜娜：《从“学说”到“思潮”的知识演进：马克思主义在中国的早期传播（1917—1921）》，《安徽大学学报》（哲学社会科学版）2022年第5期。

⑦ 参见胡华编：《五四时期的历史人物》，北京：中国青年出版社，1979年。

⑧ 参见费正清：《伟大的中国革命（1800—1985）》，刘尊棋译，北京：世界知识出版社，2000年；莫里斯·迈斯纳：《李大钊与中国马克思主义的起源》，中共北京市委党史研究室编译组译，北京：中共党史资料出版社，1989年。前者具体阐释了毛泽东在1920年组织苏俄研究会和社会主义青年团湖南支部，并创办文化书社的过程；后者探讨了李大钊率先在中国思想界倡导马克思主义并对中国第一批知识分子产生的重要影响。

⑨ 参见高军、王桢林、杨树标主编：《五四运动前马克思主义在中国的介绍与传播》，长沙：湖南人民出版社，1986年，第1—2页。

⑩ 参见潘世伟编：《上下求索九十年——中国共产党建党以来马克思主义中国化、时代化和大众化的探索历程》，上海：学林出版社，2011年；宋镜明、吴向伟：《党的重要历史人物与早期马克思主义中国化》，北京：中国社会科学出版社，2012年。

⑪ 参见中共中央党史研究室第一研究部：《共产国际、联共（布）与中国革命文献资料选辑（1917—1925）》，北京：北京图书馆出版社，1997年。

理。^①20世纪60年代,丁守和和殷叙彝在《从五四启蒙运动到马克思主义的传播》中研究了马克思主义在五四新文化时期如何与各种社会思潮相互斗争并取得胜利,最终在中国广泛传播的历程。^②改革开放后,学界对于该问题的研究愈加丰富,角度也更加多样,包括社会主义学说在中国的初期传播、新民主主义革命思想的开端等。^③进入21世纪,研究重点从整体的思想内容拓展至具体文本的传播,有学者系统介绍马克思主义的文本、早期传播的代表人物、早期传播社团报刊及关于社会主义的论战及其他他们之间的相互联系^④,也有学者从经典文献的角度考察1949年以前的马克思主义中文译本的版本和文本演变^⑤,还有学者从马克思学术视域的维度,分别考察马克思主义哲学、政治经济学、科学社会主义以及马克思主义等早期传播历程。^⑥

第四,关于马克思主义在中国早期传播途径的研究。马克思主义早期在中国的传播途径涵盖文献、报刊、社会组织和书信等。相关研究主要涉及:一是详细梳理了马列著作出版简史,展现了马克思主义相关著作在中国传播的历程;二是详细阐释了五四时期毛泽东、蔡和森等人的重要书信及其在马克思主义传播过程中的重要作用;三是考察了建立社团对马克思主义传播的重要作用,诸如俄国十月革命后,湖南通过进步社团研究和传播社会主义思想,如毛泽东、蔡和森、张昆弟、罗学瓚等建立新民学会,成立文化书社、俄罗斯研究会、留俄勤工俭学团宣传马克思主义。^⑦近年来,学界从杂志、周报等角度继续深化,诸如有学者认为,《建设》杂志通过设置“论说”“纪事”“杂录”“通讯”等栏目,对马克思主义唯物史观、阶级和阶级斗争学说,以及工人劳动问题等展开研究,有力促进了马克思主义在中国的早期传播。^⑧也有学者关注马克思主义早期在中国高校的传播情况^⑨,还有观点认为清末社会主义畅销书推动了马克思学说和社会主义理论在中国的早期传播,促进了马克思主义观念谱系的早期建构。^⑩

长期以来学界对马克思主义在中国早期传播的研究多聚焦于宏观历程、核心人物以及传播内容和途径等方面,对跨语际实践中的传播策略以及具体传播中的语义规律的关注相对不足。具体而言,在传播策略上,学界较少关注如何有效地将马克思主义理论转化为适合中国受众理解的语言形式,缺乏对中西文化差异下的传播适应策略的深入研究;在传播的语义规律上,学界对跨文化传播中语言和文化符号转换的研究较为薄弱,忽视了语言习惯、思维方式等因素对传播效果的影响。这些不足可能导致我们无法全面理解马克思主义在中国早期传播中的实际成效,尤其是在应对不同文化语境时,如何调整传播策略、克服文化差异带来的障碍。此外,忽视跨文化视角也会影响对马克思主义中国化过程中的实际经验的总结,影响当前中国对外传播策略的理论借鉴,使得当代传播在面对不同文化背景的受众时缺乏具体的语义调整和策略指引。马克思主义在中国的早期传播是一种跨文化传播的历史事件,其首先面临的困境在于马克思主义在中国如何实现异域思想的本土化转变。笔者试图着眼于跨文化的传播困境,探究早期中国马克思主义者对这一困境的认知与破解,考察其如何借助“用熟悉解释陌生”的语义规律推动马

① 参见中共中央马克思、恩格斯、列宁、斯大林著作编译局研究室编:《五四时期期刊介绍》第1、2、3集,北京:人民出版社,1958—1959年。

② 参见丁守和、殷叙彝:《从五四启蒙运动到马克思主义的传播》,北京:生活·读书·新知三联书店,1963年。

③ 参见姜义华:《社会主义学说在中国的初期传播》,上海:复旦大学出版社,1984年;徐义君:《新民主主义革命思想的开端》,长沙:湖南人民出版社,1985年。

④ 参见张卫波:《马克思主义早期传播主阵地》,杨胜群、李良编,北京:北京人民出版社,2021年。

⑤ 参见杨金海、李惠斌、艾四林主编:《马克思主义经典文献传播通考》,沈阳:辽宁人民出版社,2021年。

⑥ 参见臧峰宇:《阳明心学与马克思主义哲学在中国的早期传播》,《人文杂志》2023年第2期;张凯:《马克思主义政治经济学在中国的早期传播研究——基于相关译介文本的考察》,《马克思主义与现实》2022年第3期;原琳、戴平安:《清末留日学生与马克思主义法治思想在中国的早期传播》,《湖北社会科学》2022年第3期;李斌、季为民:《马克思主义新闻学早期传播中的知识偏向——〈新莱茵报〉在中国的早期传播史考证》,《现代传播》2023年第1期。

⑦ 参见吕延勤主编:《马克思主义在中国早期传播史料长编(1917—1927)》上卷,武汉:长江出版社,2020年。

⑧ 参见荆蕙兰、刘东:《认知与背离:〈建设〉杂志的马克思主义早期传播及其局限》,《理论学刊》2022年第2期。

⑨ 参见王刚、徐晓光:《马克思主义在中国高校的早期传播研究》,《理论学刊》2022年第4期。

⑩ 参见路宽:《清末民初社会主义畅销书与马克思主义在中国的早期传播》,《福建师范大学学报》(哲学社会科学版)2023年第4期。

克思主义在中国的传播，为研究这一历史过程提供新的视角与框架。

二、马克思主义在中国早期的跨文化传播及其困境

马克思主义传入中国时的历史语境较为复杂，难免存在明显的误译、误读和误解现象，科学地传播并被中国人选择和接受构成不可回避的现实问题。马克思主义的理论、著述译入中国，意味着马克思主义必将被置于中国的历史语境和历史环境之中进行解读，这在某种意义上也可以说是对马克思主义中国化的积极探索。但是，往往由于翻译者和传播者的阶级立场和思想倾向的差异，马克思主义的早期传播不可避免地带有鲜明的政治性和阶级性。封建地主阶级，资产阶级改良派、革命派，无政府主义者等不同社会阶层对马克思主义采取不同的态度，这影响到一个真正的“马克思主义”的历史呈现。

早期马克思主义在中国的传播受到多种势力的影响。首先，清政府的驻外使臣、洋务官员等封建地主阶级知识分子是西学东渐背景下最早接触到马克思主义的群体，然而，由于受到封建文化的深刻影响，他们在翻译和解读马克思主义时，往往倾向于从传统的文化概念中寻找对照，如用“劳心者”与“劳力者”、“豪右”与“细民”来对应资产阶级与无产阶级，并试图把马克思的思想规训为封建统治阶级思想。^①其中《泰西民法志》中关于马克思的介绍具有明显的阶级歧见：“马克思……及他同心的朋友昂格斯（即恩格斯）都被大家认为‘科学的和革命的’社会主义派的首领。这一派在文明各国中都有代表，而大家对于这一派认为社会主义中最可怕的新派”。^②其次，资产阶级改良派中康有为和梁启超也曾在思想传播中提及马克思主义，但他们对马克思主义学说的介绍意在“牖新知”，反对在当时进行社会主义革命，认为是否实行社会主义“总要顺应本国现时社会的情况”^③，并简单地将社会主义阐释为“近百年来世界之特产也。櫟括其最要之义，不过曰土地归公、资本归公，专以劳力为百物价值之原泉”。^④第三，以孙中山、朱执信、胡汉民和戴季陶等为代表的资产阶级革命派积极译介和撰述马克思主义，但主要目的是借助传播马克思主义补正“三民主义”，以预防未来中国社会出现资本主义的弊病。孙中山把马克思主义和资产阶级价值观混为一谈，把社会主义和无政府主义等同起来：“社会主义者，人道主义也。人道主义，主张博爱、平等、自由，社会主义之真髓，亦不外此三者，实为人类之福音”。^⑤最后，无政府主义者对马克思主义的翻译与传播，并非服膺马克思主义的真理，而是旨在说明无政府主义优越于马克思主义，其选择性介绍马克思主义中与无政府主义不冲突的观点，反之，则激烈反对。不同阶级和政治力量的介入使得早期马克思主义的翻译工作不仅成为思想传播的工具，也成为不同社会力量争夺意识形态话语权的战场。这一复杂局面无疑增加了马克思主义早期传播的难度，但在一定程度上推动了马克思主义在中国的本土化进程。

作为一种源自欧洲的异质文化，马克思主义在中国的早期传播还必须回应与本土文化及社会环境的巨大差异的问题。马克思主义揭示了人类社会历史发展的规律，强调通过阶级斗争和社会变革推翻资产阶级的统治，从而实现共产主义的历史目标；而中国传统文化，尤其是儒家与道家思想则重视社会和谐与等级秩序，主张“以和为贵”和“天下大同”。两者之间存在的思想冲突与文化差异，构成马克思主义早期传播的主要阻力。当外来文化进入一个民族的文化领域时，通常会引发本能的对抗，以维护自身的文化传统。对于中国而言，无论是代表资产阶级的西学，或是代表无产阶级的马克思主义，它们都是与中国传统文化截然不同的异质文化。而近代中国的政治、经济和文化等与西方社会相比又全面处于弱势，这一历史境遇意味着中国传统文化对外来文化的缓慢融合和同化不再可能，取而代之的只能是激烈的文化碰撞与对抗。这种文化交锋在20世纪初尤为显著，两者围绕中国的未来和出路展开，以价值观念与意识形态为斗争核心。马克思主义正是在这样的激烈交锋中逐步被中国进步知识分子选择、接受和信仰，并最终成为中国共产党的指导思想。五四运动则成为这一文化碰撞的重要节点，毛泽东曾指出：

^① 李百玲：《马克思主义在中国的早期翻译及传播》，《江苏行政学院学报》2008年第5期。

^② 周子东等编著：《民主革命时期马克思主义在上海的传播（1898—1949）》，上海：上海社会科学院出版社，1994年，第4—5页。

^③ 梁启超：《欧游心影录、新大陆游记》，北京：东方出版社，2012年，第41页。

^④ 梁启超：《自由书·中国之社会主义》，《饮冰室合集》专集第2册，北京：中华书局，2015年，第101页。

^⑤ 《孙中山全集》第2卷，北京：中华书局，1982年，第510页。

“在‘五四’以前，中国文化战线上的斗争，是资产阶级的新文化和封建阶级的旧文化的斗争。……‘五四’以后则不然。在‘五四’以后，中国产生了完全崭新的文化主力军，这就是中国共产党人所领导的共产主义的文化思想，即共产主义的宇宙观和社会革命论。”^①随着马克思主义的广泛传播和中国共产党的成立，马克思主义逐步成为中国革命实践的指导思想，并推动了其本土化进程。然而，马克思主义的广泛传播不仅依赖理论的内在吸引力，还需要科学有效的传播策略。为此，中国的革命者在实践中进行了积极的探索。

三、马克思主义传播策略的探索——基于传播的语义规律

语言作为思想传播的主要媒介，承载着独特的文化和历史语境。为确保信息传递的有效性，传播者在受众熟悉的语境中选择语言和符号，跨文化传播也需要通过受众的本土文化理解和解读异质文化。这种“用熟悉理解陌生”的语义逻辑是实现跨文化理解的重要策略。语义逻辑因此成为本文理解早期马克思主义中国化的核心视角。马克思主义原始文本以德语、法语、英语、拉丁文、希腊语等欧洲语言书写，其中蕴含的西方语境和概念需要在中国本土文化中重新诠释。因此，将这些理论转化为易于理解的中文表达，实质上是将这一外来的思想符号系统融入中国传统文化语境的过程，即对原始文本在新的文化环境中的再创造。正如加达默尔所言：“一切翻译就已经是解释（Auslegung），我们甚至可以说，翻译始终是解释的过程，是翻译者对先给予他的语词所进行的解释过程。”^②在翻译过程中，马克思主义的重要范畴与中国语词需要不断实现语义转化，重新生成适应中国民众语言习惯和文化语境的理论表达。例如，“剩余价值”“资本积累”“生产资料国有化”“阶级斗争”“暴力革命”和“实现共产主义”等马克思主义的核心概念在中国传统历史语境中并非天然存在，如何将这些概念和理论转化为中国人民能够理解、接受和使用的语言，尤其是在文盲率高、群众文化水平低的社会背景下，这是巨大的传播难题。

马克思主义经典文献及理论的译介是其在传播的重要发展节点。这一过程不仅仅是语言的转化，更是语义及思想本土化的初步尝试，这奠定了马克思主义在中国广泛传播的理论基础。作为一种跨文化、跨语际的传播活动，马克思主义在中国的传播面临巨大挑战，尤其是中西方历史文化背景以及思维方式、表达方式存在巨大差异，加之马克思主义本身思想深刻、博大精深，如何实现这一异质文化与中国本土文化间的跨语际融通，成为翻译者的核心任务。正如毛泽东所言：“我们党内能直接看外国书的人很少，凡能直接看外国书的人，首先要翻译马、恩、列、斯的著作，翻译苏联先进的东西和各国马克思主义者的东西。”“不要轻视搞翻译的同志，如果不搞一点外国的东西，中国哪晓得什么是马列主义？”^③翻译不是语言的简单转换，其中涉及文化的融通、思想的贯穿和真理的传递，这既构成马克思主义中国化的重要环节，又为众多知识分子和有识之士理解、接受马克思主义提供了文本基础。封建地主阶级和资产阶级在19世纪末20世纪初基于自身的政治需求和阶级利益，对马克思主义进行了选择性翻译和片段化理解。因为他们对这一科学理论的基本态度多为抵触和排斥，所以译介的内容也多是肤浅和片面的。为探寻和传播本真意义上的马克思主义，李大钊、陈独秀、李达、李汉俊、瞿秋白、蔡和森、周恩来、陈望道、张闻天、杨匏安和恽代英等具有初步共产主义思想的知识分子，开始通过多种翻译方式（转译、选译、节译、摘译和改译等），系统性地译介马克思主义文献。但由于“中国研究马克思主义者，每苦巨著繁重，而哲学一方面的理论，他们整部的大著作尤太深奥，不合初学”^④，译者在翻译过程中较为注重文本的可读性，力求内容明晰、通俗易懂。如瞿秋白在编译《社会哲学概论》时，对无关宏旨和晦涩难解的内容予以删除，将《反杜林论》中恩格斯列举和分析杜林观点的内容和材料略去，直接选取原著中与“社会哲学”有关的内容予以转译，便于读者理解。^⑤早期马克思主义的经典译本更加注重译文的可读性与传播性。

①《毛泽东选集》第2卷，北京：人民出版社，1991年，第696—697页。

②加达默尔：《真理与方法：哲学诠释学的基本特征》下卷，洪汉鼎译，上海：上海译文出版社，2004年，第496页。

③《毛泽东文集》第3卷，北京：人民出版社，1996年，第342、418页。

④《瞿秋白文集·政治理论编》第8卷，北京：人民出版社，2013年，第505页。

⑤路宽：《创造性阐释：马克思主义早期传播的跨语际实践——以瞿秋白的〈社会哲学概论〉和〈现代社会学〉为例》，《中共党史研究》2018年第1期。

理论的本土化是马克思主义在中国的早期传播中的重要特点。以1920年陈望道的《共产党宣言》(下文简称《宣言》)全译本为例,它是《宣言》首次被系统完整翻译成中文并出版。因为适应了中国民众的语言表达习惯,迅速在知识分子和工人阶级中传播,具体表现为以下几个方面:其一,呼应当时的文学改革运动,通篇以白话文译出,文字简明流畅,通俗易懂。例如,“有产阶级底倾覆和无产阶级底胜利,都是免不了的事。”“要达到我们的目的,只有打破一切现社会的状况,叫那班权力阶级在共产的革命面前发抖呵!”^①大众化、口语化表达的运用,大大减少了普通群众的阅读障碍,增加了可读性。其二,采用排比、设问、对偶、比拟等修辞方式,形成了独特的政论体风格,更具文采、更富感染力。例如,《宣言》第一句:“有一个怪物,在欧洲徘徊着,这怪物就是共产主义。”^②利用比喻和反复并用的手法,将“spectre”^③译为具有反讽意味的“怪物”,很多读者正是因“怪物”这一通俗、形象的词记住了《宣言》首个中文全译本。其三,结合当时的中国社会现实,并且将原文本概念与中国的历史文化背景相结合,具有现实性和指导性。例如,将日译本中的“農業的革命”译作“土地革命”,并将“土地革命”这一本土译词融入《宣言》思想之中,对中国社会更具现实指导意义,对后来的中国革命实践也影响深远。^④可见,马克思主义文献的翻译过程,实际上已然反映出早期传播者对马克思主义在中国传播的语义规律具有初步认知。为了推动马克思主义理论更好地融入中国社会语境,译者通过本土化的语言进行阐释,尝试找到契合中国社会、文化与历史的表达方式。

以本土概念对比和解释马克思主义理论的“格义”方法构成马克思主义在中国早期传播中的另一显著特点。当时的知识分子常用大同观念、井田制和墨子思想等中国传统学说来比附马克思主义。例如,郭沫若在1925年创作的小品文《马克思进文庙》虚构了马克思与孔子的对话。文中,孔子惊叹道:“你这个理想社会和我的大同世界竟是不谋而合……‘大道之行也,天下为公……是谓大同’,这不是和你的理想完全是一致的吗?”对此,马克思感慨道:“我不想在两千年前,在远远的东方,已经有了你这样的一个老同志!”^⑤郭沫若甚至进一步提出,共产主义是孔夫子大同思想的具体化。^⑥类似的思想格义在其他知识分子中也有体现。梁启超在《中国之社会主义》中提及:“中国古代井田制度,正是近世社会主义的同一立脚点。”严复则将墨家思想与西方社会主义学说相提并论,认为“墨道,即所谓社会主义 Socialism”。通过这些比附,知识分子试图以本土概念为桥梁,帮助中国社会理解马克思主义的基本理论。然而,这种“格义”方法虽然在马克思主义的早期传播中起到了启蒙和引介的作用,但由于未能充分从马克思主义自身的理论脉络出发理解其核心精神和本真意涵,也不可避免地导致了马克思主义的简化、误读甚至扭曲。这种现象既反映了早期传播中的文化适应性努力,也显示了真正实现马克思主义本土化的复杂性和长期性。

上有述及,为了在保留马克思主义核心思想的同时实现理论本土化,早期马克思主义传播者作出了多方面的努力。首先,运用通俗化的语言和表达方式,将复杂的思想融入日常生活。从某种意义上讲,话语即文化,文化影响或决定着话语主体的实践。^⑦正因如此,毛泽东主张“马克思主义必须通过民族形式才能实现”,废止“洋八股”,强调通过群众喜闻乐见的方式传播马克思主义。这一理念与实践推动了马克思主义的传播方式创新和文化形态转化。中国共产党成立前后,《新青年》《每周评论》《建设》《劳动界》《共产党》《先驱》《向导》等一批进步报刊应运而生,成为宣传马克思主义的重要平台。这些

① 陈望道:《共产党宣言》,杭州:浙江古籍出版社,2020年,第20、47页。

② 陈望道:《共产党宣言》,第1页。

③ 关于《宣言》陈望道的翻译,学术界基本认同中央编译局“以日译本为底本,参照英译本译出”的观点。王建华、刘文艳:《跨文化传播视域下〈共产党宣言〉陈望道译本研究》,《现代传播》2023年第8期。但也有学者认为,翻译主要依据英译本。陈望道在悼念周恩来总理的文章中也曾提及:“有一次,周总理亲切地问我:《共产党宣言》你是参考哪一国的版本翻译的?我回答说:日文和英文,主要是英文。”陈望道:《深切的怀念》,《文汇报》1977年1月15日。应该说,陈望道是同时参照英日两个译本,综合两个译本的优点完成首译本翻译的,再加上使用丰富的修辞手法,精湛的白话文和恰当的本土译词表达,首译本成为经典版本。

④ 王建华、刘文艳:《跨文化传播视域下〈共产党宣言〉陈望道译本研究》。

⑤ 参见《郭沫若全集·文学编》第10卷,北京:人民文学出版社,1985年,第161—168页。

⑥ 《迎接新中国——郭老在香港战斗时期的佚文》,上海:复旦学报(社会科学版)编辑部,1979年,第53页。

⑦ 余学军、李银兵:《冲突与调适:跨文化交流的意识形态性》,《湖北民族大学学报》(哲学社会科学版)2023年第2期。

刊物革新文风，不再使用晦涩难懂的话语。例如，李大钊在《每周评论》发表《新纪元》一文，开篇直诉“新纪年来，新纪年来！”，文末论及俄国十月革命对中国的影响：“我们在这黑暗的中国，死寂的北京，也仿佛分得那曙光的一线，好比在沉沉深夜中得一个小小的明星，照见新人生的道路。”^①这样简洁有力的表达，有助于马克思主义在社会层面和民众之中的有效传播。与此同时，这种传播方式的转变也延伸到了更广泛的文化载体中。在进步刊物之外，戏剧、民歌、快板等传统艺术形式，以及小说、标语等大众文化媒介，成为马克思主义传播的有力工具，以更加贴近民众生活的形式传递革命思想。

其次，术语和理论的简化与通俗化，减少了社会大众的理解障碍。例如，“人民群众”在马克思主义中是无产阶级及其盟友的代名词，毛泽东将其进一步扩展、定义为真正代表社会进步和历史潮流的群体，并强调“群众才是真正的英雄”。这种转译不仅保留了马克思主义的核心概念，还结合中国的现实国情与文化背景，使理论更具亲和力 and 影响力。

最后，通过探讨马克思主义与中国传统文化的契合点，使理论融入中国的社会语境与文化体系。例如，李大钊在其著作中将马克思主义的“阶级平等”观念与中国古代的“大同思想”相结合，指出二者都追求平等与社会正义。李大钊的这种兼容性探索，增强了马克思主义在中国的理論说服力。与此同时，为了更广泛地动员工人、农民等社会各阶层，早期马克思主义者还创办了“农民运动讲习所”“工人运动讲习所”和“政治夜校”等教育机构，向基层群众传授马克思主义基本原理。这些组织和机构的成立，体现了马克思主义传播在中国的本土化实践，为中国开展广泛的无产阶级革命运动奠定了重要思想基础。

四、传播策略的确立：融入中国特点、中国作风与中国气派

中国早期马克思主义者在对马克思主义传播策略的探索过程中，逐渐明确“马克思主义必须与各国具体实际相结合”的基本原则。推进马克思主义的本土化与民族化，探索和建立具有“中国特点”“中国作风”与“中国气派”的马克思主义中国化理论体系，是马克思主义作为异质文化在中国实现跨文化传播的根本策略，也是马克思主义理论本身的内在要求。唯有如此，才能真正解决马克思主义在中国的跨文化传播困境。

马克思主义的本土化、民族化表达经历了一个不断探索和与时俱进的历史过程。在《美国工人运动》中，恩格斯提出美国社会主义工人党应“成为彻底美国化的党”，几乎全部由德国移民组成的美国社会主义工人党“应当向绝大多数本地的美国人靠拢”^②，还提出了学习当地语言的问题。语言学习的目的，就是要用其他国家和民族人民能够接受的方式来宣传进步的主张，这已经触及思想表达的民族形式问题。在中国，马克思主义因契合中国革命和社会发展的现实需求，逐渐与中国的具体革命实践相结合，并在实践过程中融入了中华优秀传统文化的思想因素，形成了具有中国特色的马克思主义。正如毛泽东所言：“马克思列宁主义来到中国之所以发生这样大的作用，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的实践发生了联系，是因为被中国人民所掌握了。”^③与之相应，要使马克思主义在中国革命和社会发展中发挥根本性的指导作用，并且被人民所“掌握”，就必须赋予其鲜明的时代特征、实践特色与民族特质。自早期译介起，马克思主义在中国的传播便逐渐呈现本土化特征。早期传播者已经意识到理论本土化的重要性，一些“非常直接而且真正有效的思想土壤和背景”^④也直接推动了马克思主义中国化的历史选择。李大钊在回应胡适关于马克思主义不适用于中国的观点时就明确表示：“一个社会主义者，为使他的主义在世界上发生一些影响，必须要研究怎么可以把他的理想尽量应用于环绕着他的实境。所以现代的社会，主义包含着许多把他的精神变作实际的形式使合于现在需要的企图。”^⑤中国传统文化与马克思主义的融通，马克思主义与无政府主义、科学主义等思潮相互争鸣、相互融合的复杂关系，这些过程都使马克思主义在中国逐步获得了独特的本土特征。早期传播者虽然已

① 李大钊：《新纪元》，《每周评论》1919年1月5日，第3号，第2版。

② 《马克思恩格斯选集》第4卷，北京：人民出版社，1995年，第394页。

③ 《毛泽东选集》第4卷，北京：人民出版社，1991年，第1515页。

④ 葛兆光：《中国思想史》，上海：复旦大学出版社，2009年，第15页。

⑤ 李大钊：《再论问题与主义》，《李大钊全集》第3卷，北京：人民出版社，2013年，第51页。

经意识到本土化表达的重要性，并在理论上进行初步探索，但遗憾的是尚未形成系统的理论自觉。这种状况伴随毛泽东提出“中国作风”和“中国气派”的理论要求得到根本性转变，在此之后马克思主义传播者在传播策略上的自觉性不断增强，开始逐步构建起具有中国特色的理论体系。

毛泽东在陕北期间为了应对中国革命中的重大争论和原则分歧，深入探讨了一系列关乎中国革命成败的关键问题，并对马克思主义的传播与发展进行了系统理论建构。从1935年12月到1937年8月，毛泽东先后撰写《论反对日本帝国主义的策略》《中国革命战争的战略问题》《实践论》和《矛盾论》等重要著作，系统地解决党的政治路线、军事路线和思想路线问题。这些著作都以马克思主义为指导，立足中国实际，反对主观主义，尤其是教条主义，初步勾勒出马克思主义中国化的时代特征。在《实践论》中，毛泽东指出，“实践、认识、再实践、再认识，这种形式，循环往复以至无穷，而实践和认识之每一循环的内容，都比较地进到了高一级的程度”。^①这表明毛泽东重视理论传播过程中的语义转化，即在理论传播中不仅要传递核心思想，更要确保大众能够在实践中理解和运用理论的意义。这一点在《矛盾论》中表现得尤为明显。毛泽东用矛盾的普遍性和特殊性解释辩证法，并且结合中国社会现实帮助大众理解主要矛盾和次要矛盾的概念。这种简单又具象化的表达，让原本晦涩的理论更易为普通大众接受。

从1930年毛泽东在《反对本本主义》一文中初步阐述马克思主义与中国实际相结合的思想，到1938年在党的六届六中全会上明确提出“马克思主义中国化”命题，标志着中国共产党人的思想理论逐步走向自觉和成熟，在传播策略上的自觉性也不断增强。1938年10月，毛泽东首次提出“马克思主义中国化”时指出：“离开中国特点来谈马克思主义，只是抽象的空洞的马克思主义。因此，使马克思主义在中国具体化，使之在其每一表现中带着必须有的中国的特性，即是说，按照中国的特点去应用它，成为全党亟待了解并亟须解决的问题。”^②这种强调本土化的表达方式，实际上就是“用熟悉解释陌生”的历史过程。单纯套用马克思主义原理而不结合中国社会的具体情况，根本不可能获得广大群众的理解和支持。因此，毛泽东提出，马克思主义在中国的传播要具有“鲜明的中国特性”，要通过符合中国民众思维方式和生活经验的表达，使抽象的理论变得具体、生动。“洋八股必须废止，空洞抽象的调头必须少唱，教条主义必须休息，而代之以新鲜活泼的、为中国老百姓所喜闻乐见的中国作风和中国气派。”^③理论必须贴近人民群众生活，用人民群众熟悉的语言和逻辑阐释深刻的革命道理。这一过程不仅推动了马克思主义的本土化和大众化，也为中国共产党人提供了传播和践行马克思主义理论的基本原则，即在实践中将外来思想转化为易于理解的本土表达。这种本土化的理论传播策略，为马克思主义在中国的广泛传播奠定了重要基础。

跨文化传播要求对异质文化的引入必须遵循“以熟悉解释陌生”的语义逻辑，以适应本土受众的话语体系对其进行翻译与阐释。基于跨文化的视角探究马克思主义在中国的早期传播过程，有利于把握早期马克思主义者推动作为异质文化的马克思主义在中国扎根与发展的有效经验。在全球化加速推进的今天，中国与世界交往日益密切，中国式现代化取得了巨大成就。但是，中国取得的成就与其国际形象存在巨大差距，中国在国际舆论场中的话语权仍然较弱。为形成同中国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权，中国在对外传播中应该重视外国受众的语言习惯和文化语境，采用他们熟悉的国际话语体系讲述中国故事、传播中国声音。既要保持内容的真实性 and 包容性，也要在表达方式上灵活创新，以受众的视角出发，深入挖掘符合其理解逻辑的叙事方式，让世界更好地理解一个立体、真实、多元的中国。在此意义上，借鉴早期马克思主义中国化过程中的传播经验，将为当今中国的对外传播和国家形象塑造提供重要的启示和参考。

（责任编辑：颜 冲）

①《毛泽东选集》第1卷，北京：人民出版社，1991年，第296—297页。

②《毛泽东选集》第2卷，第534页。

③《毛泽东选集》第2卷，第534页。