

# 扩散与反转：马克思主义在市民阶层的传播

——以《申报》为中心的内容分析(1919—1937)

殷文

**摘要：**马克思主义在中国的传播研究，主要聚焦于对重要传者的研究。从受众角度出发，马克思主义在市民阶层的传播状况究竟如何？1927年大革命失败以后，马克思主义对市民阶层的传播是否也随之进入了低潮？以中国现代史的重大事件为时间节点，以市民报的代表《申报》在1919—1937年间对马克思主义的传播状况及其变化为研究中心，运用内容分析的量化方法探讨《申报》在马克思主义关键词上的报道数量、报道主题、消息来源、报道版面与报道倾向等方面的变化趋势，进而讨论当时马克思主义在市民阶层中的传播程度，并对马克思主义在市民阶层中传播程度的测量指标进行了初步探索。研究发现，马克思主义在市民阶层的传播存在着传播来源不断扩大，传播范围呈现下沉化、地方化的总体扩散趋势；大革命失败作为一个重要时间节点虽然对马克思主义传播产生了一定负面影响，但从长时间周期来看，报道立场渐趋于中性化，与时间周期呈现出U型反转趋势。

**关键词：**马克思主义；申报；市民阶层；内容分析；扩散；反转

**中图分类号：**G219 **文献标识码：**A **文章编号：**2096-5443(2019)03-0005-15

**项目基金：**国家社会科学基金重大招标项目(12&ZD108)

自从党的十七大提出“推动当代中国马克思主义大众化”这一战略任务以后，中国马克思主义传播问题成为理论研究的热点。学者们在关注当代马克思主义传播的同时，也努力从历史中梳理出马克思主义在中国的早期传播过程。

在马克思主义早期传播研究方面，除了传统的历史学和党史研究的视角外，还出现了马克思传播与新闻观中国化的研究<sup>[1]</sup>，近年来，运用传播学的理论探讨马克思主义在中国传播的研究也不断增多。这类研究主要聚焦马克思主义在中国的传播过程、传播渠道、传播主体、传播内容，并取得了相当的成果<sup>[2]</sup>。

总体来看，目前的研究还是以党史研究的范式为主，聚焦于马克思主义在中国传播过程中的重要传者。对早期马克思主义者及中国共产党理论家研究较多，对非重要的个人和群体传者如普通党员、学者、普通民众及其他群体对马克思主义的传播宣传研究不多<sup>[3]</sup>。对重要的机构传者如中国共产党领导下的报刊或是进步报刊研究较多<sup>[4]</sup>，近来也有一些对面向对知识分子群体报刊的研究<sup>[5]</sup>，对面向其他群体特别是普通市民的报刊如何传播马克思主义的研究为数甚少。从研究时段上来看，受党史范式的影响，主要集中在1910—1920年，而缺乏对1927年大革命失败以后马克思主义的传播研究，这一方面和研究者受党史研究分期的影响，将早期界定为1919—1927年这个阶段<sup>①</sup>，另一方面，与研究普遍认为是1927年大革命失败以后，国民党新闻管制加强，马克思主义成为禁学<sup>[6]</sup>，大批

<sup>①</sup>围绕马克思主义在中国早期传播的时间节点在党史学界并没有达成共识，有多种理解，如关于起点，有清末说，新文化运动说，五四运动说等，赞成五四运动说为多数，关于下限，有以中共成立，有以二大为标志，也有至1937年。大部分支持至1927年大革命失败。

宣传马克思主义的书刊被禁,<sup>[7]</sup>马克思主义的传播进入到相对隐蔽的阶段有关。

然而,近来对1930年代知识界和学术界马克思主义热的研究发现,唯物史观在当时知识界与学术界具有权威性,唯物史观传播具有广泛性、深入性。<sup>[8]</sup>这已经对马克思主义传播与重大事件的历史相关性提出了挑战,但受限于重要传者的研究范式,研究者依然停留在对知识精英马克思主义传播与接受的研究,而没有将视角转向普通受众。马克思主义在普通市民中的传播状况如何,在重要传者的范式下,依然是付之阙如。

因而,通过将重要传者的研究聚焦转向普通市民受众,通过研究以《申报》为代表的市民报在马克思主义的传播内容及其变化趋势,特别是1927年大革命失败以后,1927—1937年的传播内容及其变化趋势,有助于我们更全面地理解和掌握马克思主义在中国的传播图景。

有鉴于此,本研究将马克思主义传播的研究从重要传者转向受众,聚焦在面向普通市民的大众传媒(传者)是如何传播马克思主义的。市民报具有表面非党派和市场化特征,其对马克思主义的传播内容能从侧面反映出当时的市民受众对马克思主义的认知和接受程度,从而弥补这一领域缺乏对马克思主义早期传播效果和受众研究的缺陷。

本研究选取《申报》作为研究对象,通过内容分析的量化方法,研究其在一个较长时间周期内,对马克思主义的传播内容和报道方式及其变化趋势,包括1927年以后的变化趋势。之所以选择《申报》,是因为它是旧中国历史最久、影响最大的一家报纸。它是一份民营报纸,没有政府津贴,没有党派支持,是面向普通民众的报纸。因而研究《申报》对马克思主义的传播较能反映在当时的时代背景之下,马克思主义对市民阶层的传播状况。选择1919—1937年这个时段,主要是考虑到五四运动以后,随着马克思主义传入中国,市民阶层开始关注马克思主义,1927年大革命失败以后,马克思主义的传播在国统区并没有销声匿迹,而是在党刊,左翼报刊之外,出现了马克思主义的传播热。1937年随着抗日战争的爆发,统一战线正式建立,马克思主义传播随之进入到新的阶段。因此,本研究并没有因循党史研究中对于早期传播以1927年为下限的做法,而是沿用了现代史领域内的分期,将1919—1937年作为研究时段。对于历史上的受众研究而言,由于无法对当事人进行直接的访谈,选择以市民为主要受众的《申报》,可以通过对其传播内容的变化趋势分析在一定程度上间接反映当时的受众对马克思主义的接受程度。

## 一、文献综述

### (一)马克思主义传播研究综述

国内关于马克思主义在中国传播的研究研究成果非常丰富,如果对传播学视野下马克思主义在中国传播研究进行综述的话,如前所述,受党史范式的影响,主要聚焦当时重要的传者:对传者个体的研究主要集中在早期的马克思主义者,如李大钊、陈独秀、李达、李汉俊等个体人物对马克思主义的传播,目前逐渐扩大到对国民党重要人物、共产国际代表对马克思主义的早期介绍和传播<sup>[9]</sup>,但对传者个体的研究还是对上层精英研究得多,对中下层人士研究得较少。在对传者群体的研究中,根据传播者阶级立场的不同研究得多,而根据其他属性比如职业等的不同进行研究得较少<sup>[10]</sup>。对另外一种传者:媒介机构的研究以早期马克思主义者创办的期刊为主,如《新青年》<sup>[11]</sup>,以及共产党人创办和影响下的报刊,如《劳动界》<sup>[12]</sup>和《群众》<sup>[13]</sup>,《民国日报》副刊《觉悟》<sup>[14]</sup>,《晨报》副刊<sup>[15]</sup>及面向知识分子的刊物,如《东方杂志》<sup>[16]</sup>。大革命失败以后马克思主义的传播,则主要集中在对党机关报刊和左翼刊物的研究,<sup>[17]</sup>以及如前所述在知识界的马克思主义热的研究,<sup>[18]</sup>在中央苏区时代,主要关注中国共产党运用报刊、书籍、标语、电台等各种传播媒介进行马克思主义大众化传播<sup>[19]</sup>。近年来对马克思主义传入中国的传播路径<sup>[20]</sup>、传播区域<sup>[21]</sup>的研究也开始兴起,但依然是传者特别是重

要传者这种范式占主导地位。

目前的研究,受党史研究的分期影响,将马克思主义早期传播的下限界定在1927年,这种划分主要依据的是传播主体而非受众,虽然有一定道理,但对于研究马克思主义在普通市民阶层中的传播而言,构成了一定程度的人为设限。因而也有一些学者对这个时段提出了异议,提出1937年作为马克思主义早期传播的下限。<sup>[22]</sup>

可见,受党史研究范式的影响,目前的研究主要关注马克思主义的重要传者,其研究时限也设置以1927年为下限,对马克思主义在市民阶层中的传播研究很少,特别是1927—1937年在市民阶层中的传播是一个空白。为数不多的针对受众的研究,也是注重对工人阶级的传播<sup>[23]</sup>和1927—1937年对革命区的群众传播的研究<sup>[24]</sup>。缺乏马克思主义在普通民众中传播状况的研究。

针对马克思主义在普通民众中传播研究相对缺乏这一现状,选取《申报》这一面向普通市民阶层的媒介,通过对《申报》中马克思主义关键词的分析,了解面向普通民众的大众传媒是如何传播马克思主义的,在较长时间周期内,其传播内容的变化趋势如何。

## (二)《申报》研究

### 1.《申报》背景介绍

申报是近代中国历史最长、影响最大的一份报纸。1872年创刊,1949年停刊,前后历时77年。虽是一份自创伊始便以营利为主要目的的商业报纸,但它非常注重新闻的质量。具有很高的史料价值,被称为“近现代史的百科全书”。初期受众主要是绅士和知识分子。1876年,以《申报》为“文字高深,非妇孺工人所能尽读,用附刊《民报》”<sup>[25]</sup>。通俗副刊《民报》受众是中下层读者群,被认为是中国最早的白话报纸。申报在史量才时代(1912—1934),以“无党无偏、言论自由、为民喉舌”为办报宗旨,坚持新闻报道的客观公正。1932年发行量达到15万份,是旧中国发行量最大的报纸。

### 2. 目前的研究状况

关于《申报》的研究数量庞大,其研究视角和内容主要有:关于《申报》经营管理方面的研究;对报纸报道的某一历史事件的研究;对报道或广告中某一群体形象的研究;对报纸所反映的社会问题或现象进行分析研究。总体来看,对报纸研究涉及的领域很广,涵盖政治、经济、军事、文化、生活等各个层面<sup>[26]</sup>。但是,对于《申报》如何传播马克思主义的研究很少,同时相较研究内容的丰富,在研究方法方面则比较单一,多采用对报纸进行史料分析和综合的方法。

故笔者在方法上采用内容分析的量化方法,以期对马克思主义在市民阶层中的传播状况有更为清楚的认识。

## 二、研究问题与假设

根据以上的文献综述及在对研究文本初步阅读的基础上,遵循量化研究的逻辑,提出如下假设:

不同历史时期报纸对马克思主义关键词的报道数量会有变化,重要事件的发生也会对关键词的报道数量产生影响;

不同历史时期对马克思主义关键词报道的主题不一样;

不同历史时期消息来源有变化;

在版面安排上,随时间发展,也会出现不同;

不同历史时期,报纸对关键词报道的倾向性(报纸立场)有差别;

大革命失败对于马克思主义的传播有负面影响,但随着时间周期的加长,负面影响逐渐降低;

《申报》对马克思主义关键词的报道与早期马克思主义在中国的传播相比,在时间上有滞后性;会受到早期马克思主义者对关键词议程设置的影响。

### 三、研究方法

#### (一) 研究总体的界定

其一,采用《申报》数据库中上海版1919—1937年所有相关的新闻报道作为研究总体。爱如生《申报》数据库收录了《申报》上海版自1872年4月30日创刊至1949年4月19日终刊共26845号,汉口版共198号、香港版共489号,总计3种27532号。选取《申报》上海版1919—1937年的相关资料,利用《申报》数据库中相关关键词的全文检索作为资料来源。因为用主题检索得到的相关报道篇数太少,所以没有采用主题检索作为资料来源。

其二,通过对早期马克思主义者传播文本和目前研究者的分析,确定大致的关键词,并运用德尔非法<sup>①</sup>[27],对马克思主义中国化和马克思主义学术史专业研究者访谈,最终确定选择当时马克思主义传播的关键词。如:马克思主义、社会主义、资本主义、共产主义(布尔什维克、鲍尔希维主义)、阶级斗争(阶级竞争、阶级战争)、唯物史观(唯物主义、辩证唯物主义)、剩余价值、无产阶级、资产阶级等,分析其出现的频数。早期马克思主义者在中国宣传马克思主义时,主要集中于对马克思主义的核心概念即唯物史观、阶级斗争及剩余价值的介绍<sup>[28]</sup>。这三个关键词对于马克思主义在中国的早期传播影响较大,因此本文以阶级斗争、唯物史观、剩余价值作为进一步分析的主要关键词。

#### (二) 抽样

本研究选择《申报》数据库中上海版1919—1937年报纸的相关报道,作为研究抽样的抽样框,分析马克思主义传播和接受的长期演变,也比较不同时期报道之间的异同。考虑到历史事件对媒介报道的影响,因此根据历史事件划分时期:1919年五四运动,1927年大革命失败,1931年“九一八”事变,1937年抗战全面爆发。在时间上分为1919—1926年;1927—1930年;1931—1937年三个时期。样本来自各个版面和栏目,包括专电、时评、国内要闻、地方通信、国际新闻、本埠新闻等。

以《申报》数据库中的全文检索作为资料来源。利用马克思主义、唯物史观、阶级斗争、剩余价值等关键词进行搜寻,先进行频数统计,在此基础上,对马克思主义传播中的三个核心词阶级斗争、唯物史观、剩余价值进行进一步的交叉分析。

研究者先浏览部分样本的内容,并参考过去相关的文献,据以发展出内容分析编码表的初稿。

#### (三) 分析单位与类目建构

以关键词为分析单位。依据研究问题和假设设计内容分析的类目,包括说什么和如何说两种,主要编码类目分别为:时间、版面和栏目、主题、消息来源、文章的倾向性等。分别叙述如下:

时间:选择1919—1937年作为研究的范围,分析马克思主义传播和接受的演变,也比较不同时期媒介对马克思主义关键词报道量的变化。分为1919—1926年、1927—1930年、1931—1937年三个时期。

版面和栏目:通过报道所在的版面和栏目,可以判断该报道的重要程度和主要受众。这一时期,《申报》的编排顺序大致为:时评、专电、国外要闻、国内要闻、地方通信、本埠新闻、自由谈(副刊)、本埠增刊等几个专栏。<sup>[25]</sup>根据《申报》的版面和栏目设计以及研究目的,将报道版面和栏目分为以下几类:专电、国外要闻、国内要闻、本埠新闻、副刊、图书广告,其中以专电、国外要闻、国内要闻、本埠新闻等版面和栏目为重要版面和栏目。

消息来源:指个人、团体或是组织向媒体提供新闻素材,将消息来源分为,党派(包括国民党和共产党)、社会团体、出版社(所有的著作、文章介绍归为此类)、本报记者或作者自身、外国媒体、其他。

<sup>①</sup>德尔非法是一种专家访谈法。对于某一主题,通过对该领域专家的访谈,来确定这一主题的内容和解释。

主题:分为学说介绍、政党活动、社会团体活动、其他。

文章的倾向性:正面、负面、中性,著作如果有具体的内容介绍,根据其内容判断倾向。如果没有,一般都作为中性,除了书名中有“驳”或“批评”等表明立场的词出现。

#### 四、研究结果

##### (一)信度检验

正式编码前,二位编码员进行编码员信度分析。<sup>[29]</sup>根据编码员间相互同意度,再计算信度系数,整体信度为0.97,主要分析类目信度分别为:版面和栏目1.00、主题0.97、消息来源0.98、文章的倾向性0.92、时期1.00。虽有少数类目涉及较抽象复杂的价值判断,个别类目信度仍未低于0.92,符合内容分析的信度要求。

##### (二)结果描述

通过对关键词的全文检索,共得相关关键词的频数如下:其中阶级斗争关键词频数为1919—1926年27,1927—1930年为260,1931—1937年为228;唯物史观1919—1926年为105,1927—1930年为291,1931—1937年为158;剩余价值分别为10,27和71。其余马克思主义分别为35,133,78。无产阶级分别为2565,488,432;社会主义分别为1792,923,2313;共产主义为694,809,1076;资本主义分别为394,793,4506。

从数据来看,不同时期报道量会有变化。总体来看,随着时间的推移,报道量也增多(除了无产阶级这个关键词)。作为一份市场化的报刊,《申报》对马克思主义关键词传播的增多,表明了当时都市受众对马克思主义的接受程度的增强。

下面就结合马克思主义传播的三个关键词阶级斗争、唯物史观、剩余价值做进一步分析。

##### 1. 阶级斗争关键词

(1)阶级斗争关键词的报道量随时间而变化,不同阶段报道量也不同

在《申报》全文检索中,阶级斗争这一关键词随阶段不同而变化。阶级斗争与阶级战争所占比例分别为15.1%,46%,38.9%。即使排除各阶段年代分布不均的因素,从年平均来看,第二阶段也超过第一、三阶段,第一阶段为3.4(如果加上阶级战争,则为11.9),第二阶段为65,第三阶段为32.6。这与1927年和1928年有关,其中1927年85次,1928年84次。而1929年也达到55次,这三年是出现频率最高的年份。分析其中的内容都涉及政党的活动,和1927年大革命失败这个重大历史事件密切相关。

所以,就阶级斗争一词来说,满足不同时期报道量会有变化的假设。从总的趋势来看,也是不断增加。但因为1927年大革命失败这一重大事件的影响,第二阶段在数量上超过其他阶段。

表1 阶级斗争关键词在三个阶段的报道量

	第一阶段	第二阶段	第三阶段
频数	27(加上阶级战争共95)	260(加上阶级战争共289)	228(加上阶级战争共244)
年平均	3.4(11.9)	65(72)	32.6(34.9)
频率	15.1%	46%	38.9%

(2)阶级斗争关键词的主题与阶段显著相关,主题在不同时期有差异

从表2数据可以看出,主题与阶段两个变量有显著相关性。在第一阶段中,居第一位的是学说

介绍,占第一阶段的55%。主要是关于阶级斗争著作的介绍,以及翻译国外的文章和对西方国家情况的介绍。居第二位的是社会团体的活动,占35%;居第三位的是政党活动,但所占比重很有限,为10%。在第二个阶段,政党活动居于第一位,占90%,社会团体活动占10%。第三阶段,各主题所占比重大致相当,其中学说介绍占35%,政党活动和社会团体活动各占30%。

对于阶级斗争关键词,第一阶段以学说介绍为主,主要是著作及西方文章的翻译、各种社会团体的活动报道。第二阶段以政党活动为主,且占绝对优势。这是由于1927年国共合作破裂,国民党南京政府成立,国民党的活动和宣传成为报道的焦点。第三个阶段各主题所占比重大致相当。社团活动主题比重呈上升趋势,间接说明马克思主义对市民传播程度的不断加强。

表2 按主题与阶段的交互分类结果(%)

阶段	学说介绍	政党活动	社会团体活动	其他
第一阶段	55.0	10.0	35.0	0
第二阶段	0	90.0	10.0	0
第三阶段	35.0	30.0	30.0	5.0

注:卡方值32.45,P值0.000,第一阶段包括阶级斗争和阶级战争,其他只含阶级斗争。

(3) 阶级斗争关键词在版面和栏目安排上,出现在重要版面和栏目的比率较大

从版面和栏目来看,第一阶段,重要版面和栏目占65%,其他版面和栏目占35%。第二阶段的阶级斗争都出现在国内要闻和本埠新闻中,占100%。第三阶段,重要版面和栏目占65%,其他版面和栏目占35%。

在总体上,阶级斗争关键词出现在重要版面的比率很大,尤其是第二阶段,样本中的关键词都出现在重要版面。而第二、三阶段,关键词在本埠新闻中出现的比例较大,版面开始具有多样性,说明这一时期的关键词传播已经不再仅仅局限在政治和政党新闻中,其受众群从对国内政治和国外学说感兴趣的知识分子开始向对本地新闻感兴趣的普通市民扩散。因此,在本地新闻中频数的增加,一方面说明这一阶段马克思主义在报道中和政治结合的紧密度下降,从而在重要版面的报道量开始下降,但是在本埠新闻中的报道比重增加,则说明马克思主义的传播更加下层化、市民化。

(4) 阶级斗争关键词的消息来源中,各阶段有差异

从表3中我们能看到,第一阶段,社会团体及国外媒体所占比重略大,分别为30%、25%,而党派所占比重最小,为10%。第二阶段消息来源只有党派和社会团体,其中党派占了90%。第三阶段,党派作为消息来源大大少于其在第二阶段所占的比重,但在整个第三阶段,也居于首位,占35%,其次为社会团体25%。

进一步分析发现,第一阶段中,国外媒体和记者来源中主要是翻译的稿件。国外及记者消息来源集中在日本、英国、德国、美国等国家。而这一阶段出版的著作及期刊都来源于国内。第二阶段,消息来源主要是国民党,占80%,其次为社会团体,占20%。1927年国民党成立南京国民政府,政府和党派的活动都增多,因而在这一阶段,成为《申报》有关阶级斗争关键词的主要消息来源。第三阶段,国外及记者或作者消息来源集中于德国和苏联。而出版社来源中,都是翻译的作品。

总体来看,阶级斗争关键词中政党作为消息来源占45%,社会团体占21.7%,出版社和记者及作者分别占11.7%。从比重来看,政党是最为重要的消息来源,但第三方团体(社会团体和出版社、记者或作者)的比重为45.1%,说明了马克思主义在传播过程中,其消息来源相对广泛。

表3 消息来源与阶段的交互分类结果(%)

阶段	党派	社会团体	记者或作者	国外媒体	出版社	其他
第一阶段	10.0	30.0	15.0	25.0	15.0	5.0
第二阶段	90.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
第三阶段	35.0	25.0	20.0	10.0	10.0	0.0
	45.0	21.7	11.7	11.7	8.3	1.6

#### (5) 阶级斗争关键词在报道的倾向性上,负向居多

通过对报道的仔细阅读,对文章的倾向性做出判断。在第一阶段,其中正面占5%,中性占65%,负面占30%。第二阶段,所有涉及阶级斗争这个关键词的报道都是负面,占100%。第三阶段,正面占5%,中性占20%,负面占75%。

可见,在《申报》的报道中,根据时间的不同,对阶级斗争这一马克思主义关键词的倾向也发生变化。在第一阶段,主要是通过著作和翻译国外文章来介绍马克思主义的阶级斗争学说,总体为中性。而在第二、三阶段,随着大革命的失败,南京国民政府的建立,《申报》的报道大多关于国民党政府及国民党的活动及其言论,故文章中对于阶级斗争的倾向也是负面为主。但是也有变化,第二阶段完全是负面,而第三阶段虽然依然以负面为主,但是中性和正面报道在上升,说明随着时间的推移,《申报》对马克思主义的传播立场也在发生偏移,从早期的中性占主要比例,到完全负面,再转向部分负面和中性。这也部分说明了随着时间的推移,对马克思主义的传播开始变得客观起来。

进一步分析报道立场和报道主题、消息来源,发现三者之间存在着相关性。当报道主题为学说介绍时,报道立场为中性,当消息来源为政党时,其报道立场为负面。可见,虽然《申报》标榜中立,但是报道来源在很大程度上就决定了新闻报道的框架和立场。<sup>①</sup>

## 2. 唯物史观关键词

### (1) 唯物史观关键词的报道量随时间而变化,不同阶段报道量也不同

在数量上,唯物史观关键词随着时间的推移而增加。在第一阶段,共105个,第二阶段为291个,第三阶段为158个。从年平均数量来看,第二阶段,平均每年达到72.75个。可见,唯物史观关键词也是在不断增加,但第二阶段明显超过其他阶段。其中1930年尤其值得关注,达到159个,单这一年关键词的频数就超过其他两个阶段中的任意一个。

表4 唯物史观报道量统计

	第一阶段	第二阶段	第三阶段
频数	105	291	158
年平均	13.13	72.75	22.57

### (2) 唯物史观关键词的主题与阶段两个变量不具有相关关系,主题在不同时期没有差异

主题与阶段两个变量之间没有显著相关性。说明唯物史观这个关键词的报道主题不随历史时

<sup>①</sup>这一点也与当下传播学研究中框架分析的实证研究结果相吻合。即新闻专业主义虽然标榜立场中立,但是新闻报道的框架在很大程度上决定了报道立场。

期发生变化。唯物史观关键词在主题上大多是学说介绍,第一阶段都是学说介绍,第二、三阶段除了5%为政党活动外,都是学说介绍。三个阶段均大致相当,所以主题没有随着阶段的不同而发生变化。

表5 按主题与阶段的交互分类结果(%)

	第一阶段	第二阶段	第三阶段
学说介绍	100.0	95.0	95.0
政党活动	0	5.0	5.0

注:卡方值 1.276, P 值 1.000。

(3)唯物史观关键词在版面和栏目安排上,出现在重要版面和栏目的比率较小

在版面和栏目上,唯物史观关键词涉及的以图书广告栏目为主。在第一阶段,除了15%的关键词出现在时人名论栏目、教育消息栏目及本埠增刊中的演讲栏目外,其他的都是图书广告栏目。第二阶段中,除了5%的关键词出现在本埠新闻二中外,其余都在图书广告中。第三阶段,关键词都在图书广告栏目。

总的来看,唯物史观关键词涉及的版面和栏目以图书广告栏目为主,出现在重要版面和栏目的比率较小,第三阶段完全在图书广告栏目。

(4)唯物史观关键词的消息来源中,各阶段没有太大的差异

从三个阶段来看,与唯物史观关键词相关的消息来源主要是出版社。在三个阶段中,出版社作为消息来源占整个消息来源的比例分别为85%、95%、80%,而翻译国外的著作占总著作的比例分别为58.8%、73.7%、43.8%。而进一步分析翻译的作品可见,在不同时期,其来源国也不同,第一阶段,来源国较多元化,主要是德、荷兰、日、美,而苏联的著作在样本中并没有出现,但第二个阶段,来自苏联的译作增多。第三个阶段,苏联的译作依然位居第一位。

可见,随着马克思主义学说的不断引入,苏联作为学说介绍的主要来源地得到了出版界和新闻界的公认,从而在一定程度上摆脱了早期马克思主义传播中的混乱局面。从传播者的角度来看,传播来源集中在苏联,保证了马克思主义思想在中国传播的一致性、连贯性和正统性。这也反映出大众媒介对马克思主义认识能力的提高。

(5)唯物史观关键词在报道的倾向性上,中性居多

因为唯物史观关键词大多数都涉及著作,所以在倾向性方面,中性居多。第一阶段,正向的为5%,中性80%,负向15%;第二阶段,中性85%,负向15%;第三阶段,正向5%,中性75%,负向20%。

### 3. 剩余价值关键词

(1)剩余价值关键词的报道量随时间而变化,不同阶段报道量也不同

总体来看,剩余价值关键词出现频率要低于阶级斗争和唯物史观。按阶段来分,剩余价值关键词出现的频率也是逐渐增加。1920—1926年有10个,1927—1930年有27个,1931—1937年有71个,其中在《申报》中最早出现是1920年,且有8个,在整个第一阶段占了80%,其后是1922年、1925年各1个,平均1年出现约1次。第二阶段,每年出现的频率相对平衡,平均1年出现6.8次。第三阶段,平均1年出现10.1次。

所以,就剩余价值一词来说,满足不同时期报道量会有变化的假设,而且是随时间推移而增加。

表 6 剩余价值关键词在三个阶段的报道量

	第一阶段	第二阶段	第三阶段
频数	10	27	71
年平均	1.3	6.8	10.1

(2) 剩余价值关键词的主题与阶段两个变量之间没有显著相关性

剩余价值关键词涉及的主题与阶段两个变量之间没有显著相关性,在三个阶段大多是学说介绍,所以主题没有随着阶段的不同而发生变化。

在第一个阶段,学说介绍居第一位,占 70%,政党活动占 10%;在第二个阶段,学说介绍居第一位,占 50%,政党活动占 40%;第三阶段,学说介绍仍旧居于第一位,占 90%。总体上,学说介绍占 70%,政党活动占 16.7%,社会团体活动占 10%。可见,在《申报》涉及剩余价值关键词的主题上,学说介绍占据绝对多数,其次为政党活动,且政党活动都是涉及国民党的活动。仔细分析发现,在第二阶段,1927 年的 4 个关键词都涉及政党活动,从时间来看,和北伐以及国共合作失败有关。第三阶段其他主题的剩余价值关键词是对左翼电影导演程步高(《春蚕》)的访谈,从内容来看,谈及其西北之行,与共产党有一定的联系。

表 7 按主题与阶段的交互分类结果(%)

阶段	学说介绍	政党活动	社会团体活动	其他
第一阶段	70.0	10.0	20.0	0.0
第二阶段	50.0	40.0	10.0	0.0
第三阶段	90.0	0.0	0.0	10.0

注:卡方值 8.900,P 值 0.067。

(3) 剩余价值关键词在版面和栏目安排上,出现在重要版面和栏目的比率适中

从版面和栏目安排来看,第一阶段,30%的关键词出现在重要版面和栏目。第二阶段,50%出现在重要版面和栏目。第三阶段,20%的关键词出现在重要版面和栏目。第二个阶段相对来说出现在重要版面和栏目的比比较大,其他阶段,出现的版面和栏目以图书广告为主。和阶级斗争关键词的版面分布变化具有相似性,也间接说明了马克思主义传播的下沉化和深入。

(4) 剩余价值关键词的消息来源中,各阶段没有太大的差异

第一阶段,出版社作为消息来源占 70%。社团作为消息来源占 20%,党派作为消息来源占 10%。第二阶段,出版社作为消息来源占 50%,党派作为消息来源也占 50%。第三阶段,本报记者消息来源占 30%,社团消息来源 10%,出版社消息来源有 60%。

剩余价值关键词在三个阶段中,以出版社为主要消息来源。只有在第二个阶段,党派和出版社共同为主要消息来源。

进一步分析可见,样本中出版社作为消息来源的,第一阶段的著作主要来自德国,第二阶段的成果,主要来自日本,并有部分中国人的著作,第三阶段,样本都是中国人的著作。这也部分反映了剩余价值关键词的中国化。

(5) 剩余价值关键词在报道的倾向性上,中性居多

剩余价值关键词,在第一阶段,以著作为多,故在倾向性上也是中性占 90%,正向占 10%;第二

个阶段,中性占80%,负向占20%;第三阶段,中性占40%,负向占60%。第一、二阶段,中性居多。在第三阶段,负向略多。

## 五、结论与讨论

从以上的数据分析来看:

### (一)马克思主义的核心概念阶级斗争、唯物史观、剩余价值,使用频率有差异

其中阶级斗争关键词使用频率最高,剩余价值最低,唯物史观居中。阶级斗争共632个关键词,唯物史观554个,剩余价值最少,有108个关键词。就阶段来看,除了剩余价值在第三阶段最多外,阶级斗争和唯物史观都是第二阶段最多,排除掉每个阶段时间跨度不均衡这个因素,第二个阶段在年均数量上也是最多的。这一方面说明马克思主义关键词在中国的传播有一个过程。另一方面也说明1927年大革命的失败,引起了中国民众对中国前途的担忧,也吸引了更多的人关注马克思主义。同时随着南京国民政府的成立,国民党成为重要的消息来源,和主题相结合来看,第二阶段,政党活动主题增多。

### (二)各关键词所涉及的主题在不同阶段有所差别

从数据来看,在第一阶段,各关键词中学说介绍都占较大的比重,尤其是唯物史观和剩余价值,分别占100%和70%,阶级斗争关键词学说介绍也占55%。这说明马克思主义在中国传播的早期阶段,主要通过著作和文章来进行学理上的介绍和宣传。

在第二阶段,阶级斗争关键词涉及的政党活动增多,主要是在国民党政府和党派活动中,占90%;剩余价值关键词涉及的政党活动,主要是国民党政府和党派的活动,占40%,学说介绍50%;唯物史观政党活动占5%,学说介绍占95%。

第三阶段,阶级斗争各主题所占比重大致相当,学说介绍占35%,政党活动和社会团体活动各占30%。唯物史观中学说介绍占90%,剩余价值中学说介绍占90%。

总体上来看,剩余价值和唯物史观关键词在三个阶段都较偏重学说上的介绍和讨论。但剩余价值关键词在第二个阶段中的政党活动比重有所提高。阶级斗争关键词在第二个阶段也主要偏重政党活动。<sup>①</sup>在其他两个阶段,第一阶段学说介绍比重略大,第三阶段则三部分大致相当。由于阶级斗争是马克思主义者早期传播的主要关键词,因此从阶级斗争的三个阶段的主题变化也可以看出,排除历史事件影响后,其趋势是逐渐被市民阶级所接受,三个部分日益均衡。

### (三)不同时期消息来源有变化

不同时期,涉及关键词的报道中,消息来源有变化。第一阶段,阶级斗争关键词的消息来源中,社会团体和国外媒体所占比重略大,分别为30%和25%,出版社占15%,作者或记者占15%,而党派只占10%。从内容上来看,有对西方国家的介绍,有对远东问题的分析,有关阶级斗争的著作和文章。国外消息来源集中在日本、英国、德国等国家。第二阶段消息来源只有党派和社会团体,其中党派占了90%。第三阶段,党派作为消息来源大大少于其在第二阶段所占的比重,但在整个第三阶段,也居于首位,占35%,其次为社会团体25%,国外媒体作为消息来源占10%,记者或作者作为消息来源占20%。国外及记者或作者消息来源集中于德国和苏联。

与唯物史观关键词相关的消息来源主要是出版社。三个阶段中,出版社作为消息来源占整个消息来源分别为85%、95%、80%,翻译国外的著作占著作的比例分别为58.8%、73.7%、43.8%。通过对翻译的著作进行进一步分析可见,在不同时期,来源国也不同,第一阶段,来源国较多元化,主要

<sup>①</sup>这都可以看出重大历史事件对报道主题的影响。

是德、荷兰、日、美,而苏联的著作在样本中并没有出现;第二个阶段,来自苏联的译作增多;第三个阶段,苏联的译作依然位居第一位。

剩余价值关键词在第一阶段,出版社来源占 70%,其中主要来源国是德国。第二阶段,出版社来源占 50%,主要来自日本和中国。第三阶段,出版社来源占 60%,都是中国人的著作。

在早期,三个关键词相关的消息来源集中于出版社和国外媒体。除了阶级斗争外,其余两个关键词在三个阶段都以出版社为主要消息来源。且在不同时期来源国也不一样,早期来源相对多元化,在后期唯物史观主要来源国是苏联,而剩余价值关键词在后期主要是中国人自己的著作。

#### (四)三个关键词出现在重要版面和栏目的比重不同

从版面和栏目的重要性来看,第一阶段,出现在重要版面和栏目的阶级斗争关键词占第一阶段的 65%;第二阶段占 100%;第三阶段占 65%。可见,阶级斗争关键词在总体上,出现在重要版面的比率很大,尤其是第二阶段,样本中的关键词都出现在重要版面和栏目。

唯物史观关键词主要涉及的是图书广告栏目。从版面和栏目的重要性来看,在第一阶段占 5%。第二阶段中占 5%。第三阶段,唯物史观关键词都在图书广告栏目,没有出现在重要版面和栏目。

从版面和栏目的重要性来看,剩余价值关键词在第一阶段占 30%。第二阶段占 50%。第三阶段占 10%。

可见,在三个阶段中,阶级斗争关键词在重要版面出现的频率一直较高,剩余价值关键词在第二阶段涉及的重要版面和栏目较多,而唯物史观则主要出现在图书广告栏目。

表 8 三个关键词在重要版面和栏目中出现的频率

	阶级斗争	唯物史观	剩余价值
第一阶段	65%	5%	30%
第二阶段	100%	5%	50%
第三阶段	65%	0	10%

#### (五)不同时期,报纸报道的倾向性有差别

总体来看,三个关键词中,阶级斗争负面的倾向较多,占 68.3%,中性占 28.3%,正向的占 3.3%。唯物史观和剩余价值关键词大多数都涉及著作,所以在倾向性方面,除了剩余价值的第三阶段外,其余以中性居多。其中唯物史观中性占 80%,而负向的占 16.7%,正向的占 3.3%。剩余价值中性占 70%,负向占 26.7%,正向占 3.3%。具体分析剩余价值关键词涉及的报道,在第三个阶段中,剩余价值的负面倾向主要是对学说的评论和批判。

#### (六)大革命失败这一重要事件对马克思主义传播的负面影响逐渐降低

从报道立场来看,第二阶段“阶级斗争”关键词均为负面立场报道,显示出大革命失败对于马克思主义传播确有负面影响。但到了第三阶段,正面和中性占比,提高到了 25%。“唯物史观”关键词也有类似的时间变化,仅有“剩余价值”关键词在第三阶段负面立场增多。综合三个关键词的数据,说明随着时间周期的拉长,大革命失败对于马克思主义传播的负面影响开始降低。

#### (七)《申报》中关键词的传播和马克思主义在中国的传播相比,具有滞后性

##### 1. 阶级斗争与剩余价值

中国报刊提到马克思主义理论,最早可以追溯到 1899 年 2 月,上海学会主办的《万国公报》,其中多次提到马克思、恩格斯的名字<sup>[30]</sup>。

资产阶级革命派最早介绍马克思主义阶级斗争学说的是马君武,1903 年 2 月,东京留学生主办

的杂志《译书汇编》发表了其撰写的《社会主义与进化论比较》，称马克思为“以唯物论解历史之学之人”，赞阶级竞争为“历史之钥”<sup>[31]</sup>。1906年，朱执信在《民报》发表的《德意志社会革命家列传》一文中，介绍了马克思的生平和阶级斗争理论、马克思的剩余价值学说。尤其侧重于阶级斗争学说。此外，还有无政府主义者的介绍。从总体来看，在五四前，虽然马克思主义的阶级斗争理论、唯物史观和剩余价值学说等都或完整、或片断地被介绍到中国，但无论是资产阶级改良派、革命派，还是无政府主义者，其对马克思主义的介绍都没有能够在广大人民群众中产生重要影响。十月革命特别是五四运动之后，马克思主义开始在中国广泛传播。

李大钊在十月革命的影响下第一个举起了马克思主义的大旗。1918年7月，李大钊在《言论》上发表了关于俄国十月革命的文章《法俄革命之比较观》；1918年10月发表《庶民的胜利》《布尔什维克》；1919年7月在每周评论上发表《阶级竞争与互助》；1919年9月，在《我的马克思主义观》中，李大钊比较全面和系统地阐述了马克思主义的唯物史观、剩余价值学说和阶级斗争学说等主要内容。并且认为阶级斗争“恰如一条金线，把这三大原理从根本上联络起来”<sup>[32]</sup>。

从以上文献分析来看，《申报》对马克思主义关键词阶级斗争的传播，较这些关键词首次在书刊出现有一定的滞后性，其中阶级斗争首次出现于1919年2月6日（阶级斗争为1919年8月5日）。剩余价值的传播，较其首次在中国书刊中出现有一定的滞后性，首次出现于1920年8月13日。

## 2. 唯物史观

恩格斯在《社会主义从空想到科学的发展》中阐释了“唯物主义历史观”是彻底的唯物论与“自觉的辩证法”的统一体。在恩格斯那里，“唯物主义历史观”“历史唯物主义”与“唯物史观”是同义词。将马克思主义哲学称为“辩证唯物主义和历史唯物主义”，是经过20世纪20年代苏联学界的讨论，到1938年由斯大林发表《论辩证唯物主义和历史唯物主义》，而最终成为苏联马克思主义哲学的标准称谓。

1912年，上海《新世界》杂志刊登了部分《社会主义从空想到科学的发展》，中国人从中了解到唯物史观中阐发的辩证法。五四时期首次提到马克思辩证法的是1919年7月18日到24日《晨报》副刊刊登的译文《马氏唯物史观概要》，但没有过多的解释。而此时，李大钊、陈独秀等传播者是在传播唯物史观中的彻底的唯物论部分。1921年出版的李达翻译的《唯物史观解说》，是当时传播唯物史观的集大成者，但诠释的是彻底的唯物论部分，对于辩证法等，则完全没有提及。1922年1月23日、31日，上海《民国日报》副刊“觉悟”中，刊登了李汉俊的文章《唯物史观不是什么》。这篇文章其实是恩格斯的《社会主义从空想到科学的发展》第二章的中文解读本，指出唯物史观是辩证法的思索法和唯物论的观察法的结合。成为中国马克思主义启蒙由彻底唯物论发展到马克思的辩证法的一个重要标志。1924年8月，《新青年》转载了1923年发表于旅欧中国少年共产党的机关刊物《少年》上的《马克思主义辩证法底几个规律》一文。1924年瞿秋白的“三讲义”发表，将唯物史观的彻底唯物论与自觉辩证法打通<sup>[33]</sup>。

从文献分析可以看出，中国早期对马克思主义的宣传集中在唯物史观中的唯物主义部分。到了1922年、1923年才注意到唯物史观中辩证法的重要性。

从《申报》关键词来看，唯物史观和唯物主义分别在1920年3月22日和7月1日出现。而涉及辩证法的关键词则到1927年才出现（辩证法的唯物论），唯物辩证法在1929年6月1日出现，辩证唯物论在1929年9月15日出现，辩证唯物主义只在1937年6月30日出现过一次。由此可见，《申报》对唯物史观关键词的报道随着早期马克思主义者的理解和关注点而发生变化。而且时间上具有一定的滞后性，这也体现马克思主义的传播有一个逐渐扩散的过程。

总之，《申报》作为一份市民报，其对马克思主义的传播相较早期马克思主义者而言在时间上有

一定的滞后性,传播主题受早期马克思主义者的认识及议程设置的影响。这也说明马克思主义思想在中国的传播,有一个时间过程,符合传播的规律。其逐渐被普通民众所理解和接受,有其社会环境和中国现实及一个思想发展应有的周期,呈现逐渐扩散的趋势。

在三个核心概念中,阶级斗争、唯物史观的频率出现较高,也反映了马克思主义在中国的传播,除了外来信息的传播外,也契合了中国当时的国内环境。反映了国人当时迫切希望变革的渴求,用国外的理论来分析中国社会现实。而剩余价值,由于中国的资本主义并不是太发达,用《申报》中的报道来说,是中国人“小穷与大穷”的关系,所以其在国内并没有引起受众太多的关注。这也部分验证了马克思主义中国化领域所提出的马克思主义在中国的传播是选择性传播的设想是成立的。

通过该研究的数据,研究者发现,可以通过某些指标来衡量当时市民报传播马克思主义程度的测量指标。由于对历史时期上的传播效果和受众接受做量化研究具有数据不可获得性的制约,因此,这些马克思主义传播的测量指标部分可以反映当时普通市民对于马克思主义的认知和接受程度。

通过前述的讨论,我们可以把当时新闻报道中的消息来源、版面分布、报道主题、报道立场作为四个主要的马克思主义在中国传播程度的媒介测量指标。当消息来源中社会团体的份额不断增加时,说明马克思主义的报道来源不断增加,不再局限在知识分子群体和政党,开始向社会其他团体发展,说明马克思主义在市民阶层中影响的增强。当版面分布中不仅重要版面如国内国际要闻,而且地方版面的报道不断增加时,说明马克思主义的传播不断下沉化和下层化。当报道主题不再仅仅集中在学说介绍和政党活动,社会团体活动的比例不断增加时,说明马克思主义的传播开始脱离知识精英群体和政党,向社会其他人群扩散。当报道立场从负面转向中性甚至正面,出现报道立场的U型反转,说明对于马克思主义的传播,普通市民从一开始的好奇到大革命失败后的畏惧,再到随着认识增多后的部分接受,这可以看作马克思主义传播和接受过程中普通受众理性成分的增加和马克思主义传播的常态化。

因而,通过对面向市民阶层的《申报》对马克思主义传播趋势的研究,发现其来源不再局限于知识精英和党派,传播人群范围不断扩大、深入和常态化,这从重要传者的视角中是难以观察和分析到的,只有转向普通受众:市民阶层,通过对其传者的内容分析,才能丰富这一图景。当然,这种受众视角的分析,受历史资料的局限性,只能是通过作为市民报的《申报》其内容选择会考虑受众接受度这一假设基础上的推测,其指标的科学性需还需进一步的数据分析和验证,这里只是一个初步的探索。

受历史数据的局限,很多数据无法转化为可以量化操作的更高层次的变量,同时对单一报纸的研究也具有一定的推论局限。以后的研究可以扩大抽样框,将更多市民报刊纳入抽样范围来考察。作为历史研究,受限于研究资料,无法直接测量受众的接受程度,虽然选择了申报这样的覆盖面广、以受众为导向的市民大报,可以间接通过其传播内容来推导受众的接受程度,但依然不是一种直接测量,后续研究还需要考察传播者中的普通知识分子及民众的反馈等,尤其是对《申报》中相关的普通知识分子的作品和读者来信进行细致的文本分析等,才能对研究结论予以进一步的验证。在时间划分方面,要更细致,反映不同历史事件对马克思主义在中国传播的影响。特别需要对前述的马克思主义传播的媒介测量指标,做进一步的发展和验证等方面的持续、深入研究。

#### 参考文献:

- [1] 邓绍根,张文婷. 马克思主义在华早期传播与马克思主义新闻观中国化萌芽. 新闻与传播评论,2018,3:5-16.

- [2] 刘宽亮,李宏勇.传播学视角下马克思主义大众化研究综述.电子科技大学学报(社科版),2012,5:56-59.
- [3] 王磊等.深化马克思主义在中国早期传播研究的若干思考:基于精英与民众互动研究的视角.马克思主义与现实,2013,1:143-151.
- [4] 耿春亮.马克思主义在中国传播述论.中共党史研究,2016,2:101-114.
- [5] 周臻刚.书报评论与二十世纪三十年代马克思主义在中国的传播.党史研究与教学,2016,1:15-24.
- [6] 唐宝林.马克思主义在中国一百年.合肥:安徽人民出版社,1998:159.
- [7] 张静庐.中国现代出版史料乙编.北京:中华书局,1955:205-254.
- [8] 程凯.1920年代末文学知识分子的思想困境与唯物史观文学论的兴起.文史哲,2007,3:94-95.
- [9] 田子渝.马克思主义在中国初期传播史(1918—1922).北京:学习出版社,2012.
- [10] 王磊,王跃.深化马克思主义在中国早期传播研究的若干思考:基于精英与民众互动研究的视角.马克思主义与现实,2013,1:143-151.
- [11] 周凯.马克思主义在中国早期传播的主要特点——以《新青年》月刊为主的文本分析.中共党史研究,2013,4:112-121.
- [12] 胡凤琴.《劳动界》周刊对马克思主义传播的贡献.出版发行研究,2018,5:101-103.
- [13] 何建娥,陈金龙.《群众》周刊与马克思主义在国统区的传播.安徽史学,2016,4:46-52.
- [14] 晨朵.觉悟副刊对传播马列主义的贡献.复旦学报(社会科学版),1983,2:75-85.
- [15] 王宪明,杨琥.五四时期李大钊传播马克思主义的第二阵地——《晨报副刊》传播马克思主义的贡献与意义.安徽大学学报(哲学社会科学版),2011,4:120-127.
- [16] 鲁法芹.《东方杂志》与社会主义思潮在中国的传播.济南:山东大学博士学位论文,2011.
- [17] 刘志靖.《布尔塞维克》编撰群体研究.求索,2012,8:126-128.
- [18] 薛其林.唯物史观对民国学术的影响.马克思主义研究,2008,4:78-84.
- [19] 张品良.中央苏区马克思主义大众化的传播学研究.新闻与传播研究,2010,2:4-10.
- [20] 彭继红.传播与选择:马克思主义中国化的历程.长沙:湖南师范大学出版社,2001:54-77.
- [21] 黄进华.马克思主义在中国东北的传播.北京:中国社会科学出版社,2012.
- [22] 姜春咏.马克思主义在中国传播研究中的三个误解.上海交通大学学报(哲学社会科学版),2017,2:66.
- [23] 赵付科,季正聚.中共早期报刊视域下马克思主义的传播路径及其启示.社会主义研究,2013,2:31-33.
- [24] 侯松涛.十年内战时期马克思主义大众化及其启示.马克思主义研究,2010,5:124-132.
- [25] 戈公振.中国报学史.长沙:岳麓书社出版社,2011:67,177.
- [26] 王书川,徐霞.2007年—2012年《申报》研究综述.新闻世界,2013,7:262-264.
- [27] 李金昌,苏为华.统计学.北京:机械工业出版社,2007:294.
- [28] 谢荫明.马克思主义在中国传播的特点和李大钊的作用.北京党史,2009,6:7-10.
- [29] 王石番.传播内容分析法:理论与实证.台北:幼狮文化事业公司,1989:312-313.
- [30] 赵利栋.“五四”前后中国马克思主义传播中的阶级与阶级斗争观念.中国社会科学院近代史研究所青年学术论坛2001年卷,北京:社会科学文献出版社,2002:60-96.
- [31] 李晨升.马克思主义阶级斗争学说在中国的早期传播——以日本为传播途径的研究.黑龙江史志,2013,17:61-62.
- [32] 王刚.论中国早期知识精英对马克思主义的选择性传播.中共党史研究,2009,8:58-67.
- [33] 田子渝.在历史语境中审视马克思主义在中国的早期传播史——以瞿秋白是“在中国传播辩证唯物主义的第一人”的说法为例.中共党史研究,2012,7:93-98.

## **Diffusion and Reversal: The Early Communication and Reception of Marxism in Citizen Class: the Content Analysis of ShenBao(1919-1937)**

*Yin Wen*(Nanjing Forestry University)

**Abstract:** The Communication of Marxism in China mainly focuses on the important disseminators. From the audience's point of view, in the early communication of Marxism in China, what was the state of communication to the citizens? After the failure of the Great Revolution, did Marxisms fall into a low ebb? Using content analysis, this study analyzes "shenbao" which is a representative of the citizen newspaper. In order to know the effect that "shenbao" had in the Communication of Marxism (1919-1937) by discussing the keywords of Marxism of the report number, the major subject, source, page, reporting tendency. This article discusses the communication effect of citizen newspapers in the Communication of Marxism and explores the measure index of communication and reception of Marxism in the early stage. The study finds that the early communication of Marxism has a tendency to spread the source of communication. The general trend of communication is decline to the civilization and localization, and the position tends to be neutral, appears the U-shaped reversal trend in the long time period.

**Key Words:** Marxism; ShenBao; citizen class; content analysis; diffusion; reversal

---

■收稿日期:2018-11-19

■作者单位:殷文,南京林业大学人文社会科学学院;江苏南京 210037

■责任编辑:刘金波