

马克思主义中国化与党的创新理论传播的实效性分析

冯 春

张家口学院 河北张家口 075000

摘 要：在新时代深入推进马克思主义中国化的战略背景下，党的创新理论传播工作正面临从“广覆盖”向“高实效”转型的重大课题。本文围绕传播实效性这一核心问题，系统梳理了马克思主义中国化的理论发展脉络与党的创新理论的基本特征，界定了理论传播的“覆盖度—转化度—引领度”三维度评价指标。通过问卷调查、案例访谈与平台数据分析，本文对当前传播效果进行了实证评估，发现不同媒介在触达率、情感唤起与行为引导方面存在明显差异。进而提出“分众化+场景化”策略框架，融合VR技术、红色研学与社区共建等方式，并构建反馈闭环机制，以增强传播的情境参与性与受众黏性。研究认为，提升理论传播实效的关键在于以精准内容匹配差异化受众需求，形成理论阐释与生活经验的内在融合。

关键词：马克思主义中国化；党的创新理论；传播实效性；分众化传播

在新时代背景下，随着中国特色社会主义进入新时代，推进马克思主义中国化时代化成为党的理论创新核心任务。党的创新理论，尤其是习近平新时代中国特色社会主义思想，作为全党全国人民统一思想、凝聚力量的行动指南，其传播质量和实际效果日益成为理论工作的重要评价指标。近年来，借助“学习强国”平台、主流媒体矩阵和各类红色教育实践活动，党的创新理论传播方式不断多元化，但在传播过程中仍面临内容理解难、传播同质化、受众转化弱等突出问题，特别是在青年群体中出现“知其言而不知其义”的现象，影响了理论内化于心、外化于行的效果。因此，深入分析理论传播的实效性问题，厘清传播现状与机制短板，构建更加科学、精准、可评价的传播模式，不仅是加强党的意识形态建设的现实需要，更是推动党的创新理论走进基层、深入群众、落到实处的重要路径。

1 理论基础与概念界定

马克思主义中国化作为中国共产党不断推动马克思主义基本原理与中国具体国情相结合的伟大实践，其发展历程体现出党在不同时代背景下对理论创新的高度重视。从毛泽东思想确立中国革命道路，到邓小平理论聚焦改革开放，再到“三个代表”重要思想与科学发展观的提出，直至习近平新时代中国特色社会主义思想的系统形成，中国化的马克思主义不断注入时代内涵。在新时代背景下，党的二十大强调“推进马克思主义中国化时代化”，这一新表述既是对历史发展逻辑的总结，也是对新时代理论传播的目标指引，要求

将党的创新理论更有效地传递至广大人民群众，真正实现从理论认知到价值认同、再到实践转化的全过程传播闭环。

在党的创新理论内容方面，习近平新时代中国特色社会主义思想不仅涵盖国家治理体系和治理能力现代化的战略部署，也对经济、政治、文化、社会和生态等各方面的发展提出了系统性的指导思路。其中“坚持和发展中国特色社会主义”“坚持以人民为中心的发展思想”“全面依法治国”等理念，不仅是党治国理政的根本遵循，也是对人民群众日常生活最具指导性的理念表达。理论话语从高度抽象的政治语言向通俗化、可理解、可实践的方向转变，为理论传播提供了更广阔的操作空间。

然而，仅有理论内容的丰富性并不足以保证传播效果的提升，如何理解“理论传播实效性”这一核心概念尤为关键。所谓实效性，不能仅停留于传播的覆盖广度和触达率，更需深入分析受众对理论内容的认知接受程度、情感共鸣反应以及行为转化表现。基于此，理论传播的实效性可从三个维度进行界定：一是覆盖度，即理论信息触达的广泛程度，包括受众数量、媒介渠道和信息频率等；二是转化度，即理论知识被内化为思想认同和行动指导的深度水平；三是引领度，即理论传播在推动社会主流价值构建、舆论方向引导中的主导作用。

此外，现有理论传播实践中所使用的传播媒介与受众特点也对实效性评价产生显著影响。在传统报刊广播日渐边缘化的背景下，新媒体特别是移动端平台的广泛应用，使得

理论传播进入了“多屏互动”“短视频传播”“沉浸式体验”并存的新生态。因此,在评估实效性时,既要考虑平台自身的技术属性和算法机制,也要关注传播内容与受众心理之间的匹配度和接受度,形成从传播内容、传播方式到受众反馈的系统性评价逻辑。

2 创新理论传播现状调查与实效评估

为全面了解当前党的创新理论在多渠道、多平台、多场景下的传播效果,本文结合问卷调查、数据分析和个案访谈等方式,从媒介覆盖、平台黏性、场景响应等多个维度进行综合评估,力求还原理论传播的真实状态,并挖掘其深层次问题,以期为后续路径优化提供有数据支撑的参考依据。

2.1 主流媒体渠道的传播触达与覆盖广度分析

在传统媒体领域,中央级媒体如《人民日报》、新华社、《求是》杂志,以及中央电视台的理论栏目长期承担着权威理论发布与阐释的重任。以《新闻联播》为例,其关于党的创新理论的报道频率逐年增加,在重大政治节点尤为集中。2023 年数据表明,中央电视台关于“习近平新时代中国特色社会主义思想”的专题播报月均触达约 3.2 亿观众,传统纸媒发行量虽有所下降,但其在党政机关和高校系统中仍具有较高的传播渗透率。然而,通过调研发现,仅靠这类“灌输式”的传播方式,受众虽能接触到理论内容,但理解深度和接受意愿不强,部分青年受众甚至反映“内容太正、太远”,缺乏情感连接与现实关照。

2.2 数字平台的用户黏性与互动反馈

在数字媒介快速发展的背景下,“学习强国”平台成为新时代理论传播的重要阵地。平台拥有约 3 亿注册用户,日均活跃用户比例约为 12%。通过对某高校 400 名学生的学习情况分析发现,尽管平台具备积分激励机制和内容更新频率高的优势,但真实参与度存在分层:约 38% 的学生表示登录平台主要为完成“打卡”任务,真正深入阅读和学习的比例不足 20%。此外,用户在面对“碎片化”短视频和“模块化”知识点时,虽能快速获取信息,却难以形成系统的理论理解,反映出平台设计中内容深度与用户使用习惯之间的矛盾。

2.3 场景化传播的情境体验与价值认同效果

相较于传统与数字平台的间接传播,近年来广泛开展的“红色研学”“沉浸式体验”类传播模式,在情境构建与情感唤起方面展现出更强的实效性。以某市 VR 长征体验馆

项目为例,参与体验的大学生在活动前后的问卷显示,理论认同感评分平均提升 1.1 分(5 分制),其中“代入感”“信仰感”两个维度的评分变化最为显著。此外,通过与红色文化基地共建研学课程、党团组织生活中的体验教学,也显著增强了青年群体对理论核心价值的理解。例如在某市“行走的思政课”项目中,结合地理空间定位与历史场景重现技术,使学生在实地行走中完成任务式学习,从而实现知识学习、情感体验与价值认同的融合。

2.4 实效性评估指标体系的构建与量化分析

为全面量化理论传播效果,本文设计了包含“认知层、情感层、行为层”的三维度评估体系。问卷使用 5 点李克特量表,涉及理论熟悉程度、共鸣情感指数、行为转化意愿等 13 个核心指标。调研样本包括来自五所高校、三个党政单位和两个社区的共 1200 名受访者,Cronbach's α 系数达 0.89,说明量表内部一致性较高。初步结果显示:

理论认知平均得分为 3.92,表明整体接触率较高;

情感共鸣平均得分为 3.41,说明部分内容能够激发情感,但缺乏持续影响;

行为转化平均得分为 2.84,反映受众虽“知其言”,却“难致其行”。

此外,通过对“沉浸式参与”与“被动接收”两个分组的对比分析发现,前者在行为层表现出明显优势(提升约 0.58 分, $p < 0.01$),进一步证明场景化、体验化传播对提高实效具有积极作用。

3 提升实效性的路径设计与案例分析

党的创新理论传播要真正达到“见思想、动情感、促行动”的目标,仅依赖传统单向度灌输显然难以奏效。面对新媒介环境和受众结构的变化,必须根据不同人群的接受偏好与思维特征,构建多样化、精准化的传播路径,并依托真实场景、技术手段与制度机制形成合力。

3.1 “分众化+场景化”传播策略的构建

针对当前理论传播普遍存在“受众泛化、内容同质”的问题,应构建“分众化+场景化”的传播策略,即根据不同群体的认知结构、兴趣点、生活场景来定制传播内容与形式。具体而言,可将受众大致划分为以下三类:一是党政干部,强调政策逻辑、权威解读;二是基层社区骨干,强调贴近生活、可感可用;三是青年学生群体,强调情感共鸣、形象生动。在传播内容方面,应将党的创新理论“翻译”为与

受众生活实践相契合的“通俗语言”，比如用“思政热梗”“二次元视觉”表达价值主张；在传播形式上，则需发展“短视频+沉浸式+社交互动”的新组合，如推送1分钟理论问答、组织微党课剧本杀等。

3.2 数字技术赋能：VR 沉浸体验项目实践

以某省党建智库与本地高校联合开发的“长征VR体验馆”项目为例，充分利用数字孪生、虚拟现实、动作捕捉等技术，将历史场景与理论内容融合构建“沉浸式体验空间”。项目整体采用Unity引擎开发，搭配六自由度手柄与4K曲面穹幕，实现真实感与交互性的统一。使用者需以“红军战士”的身份完成情境任务，如“飞夺泸定桥”“爬雪山过草地”等，系统同时设置“理论关卡”，需通过答题理解党的重大决策逻辑方可推进任务。

从使用反馈来看，在120人样本中，体验后即时理论答题正确率从体验前的62%提高至88%，平均理论认同评分提升0.96分（5分制）。参与者普遍表示，“仿佛自己走了一遍长征”“更能理解为什么必须坚持党的领导”。这一类科技与思想结合的传播方式，不仅增强了参与度和记忆深度，也有效转化了理论学习的“强制任务感”。

3.3 校地共建模式：红色研学与社区议事融合路径

除了高科技手段，在贴近基层的实践中，“校地共建”的红色理论传播也呈现出强劲生命力。某城市将“红色研学+社区议事”作为联动机制，整合高校思政教学资源与街道党群服务中心，通过以下流程展开：高校组织学生完成专题理论学习→社区党群中心提供调研主题与议题→学生团队开展实地研学、资料整理→定期在“社区议事厅”进行分享与汇报→社区反馈成果融入治理流程。

半年内，已有23个社区完成专题活动，其中12个形成了针对老年服务、环境整治等议题的共建方案。学生理论应用能力显著提升，居民对党的理论表达方式的接受度也有所增强。以某社区“垃圾分类与居民习惯”议题为例，学生引导社区居民讨论“绿色发展理念”，实现理论传播与行为习惯改造的双重目标。

3.4 内容更新与长效反馈机制建设

传播实效的可持续性离不开长效的内容更新机制与受众反馈闭环。对此，可依托“学习强国”等平台的数据分析功能建立“受众画像—热点分析—内容调整”模型。具体做法包括：每月对平台高频关键词、点赞数、评论词云进行爬

取分析，绘制“内容热度—情感走向”曲线图，识别公众最关注但理解薄弱的理论板块；由此开发匹配短视频、问答、图文课程，并在脚本撰写阶段设置受众反馈入口，实现传播内容的滚动优化。

例如，在某省组织部合作平台中，2023年5月用户反馈“绿色发展”内容理论性强、理解难度大，经分析后调整为“生活中如何践行绿色发展”微视频系列，播放量提升120%，点赞数从平均每条200增加至650，表明受众接受度大幅提升。

4 结论与展望

通过对马克思主义中国化背景下党的创新理论传播现状的系统分析可以看出，当前传播工作在覆盖面和技术手段上取得显著成效，但在内容转化、价值认同与行为引导层面仍存在不足。有效的理论传播应坚持“分众化策略、场景化表达、技术化支撑、制度化反馈”并重路径，推动从“被动接受”向“主动吸收”转变。未来还需在智能算法推荐的价值引导、沉浸式传播的可复制机制建设、受众行为反馈的合规应用等方面持续探索与完善，真正实现党的创新理论“飞入寻常百姓家”，在日常生活与社会实践中发挥长效引领作用。

参考文献：

- [1] 邱爽. 马克思主义在中国的早期传播：跨文化传播的困境与策略[J]. 社会科学研究, 2025,(02):166-173.
- [2] 冯为兰, 潘卫民. 中国化马克思主义的世界性传播——以《毛泽东选集》英译为例[J]. 当代外语研究, 2024,(06):47-54.
- [3] 许峰, 张婷婷. 广告生产、知识再造与经典化传播：近代马克思主义中国化的一个微观视角——基于《上海周报》所刊广告的分析[J]. 云南社会科学, 2024,(06):124-134.
- [4] 莫凡. 马克思主义中国化时代化理论成果国际传播理念的开创性意义[J]. 东岳论丛, 2024,45(07):14-23.
- [5] 姜益琳. 新时代中国共产党大党形象国际传播研究[D]. 江西师范大学, 2024.
- [6] 卫江. 新时代马克思主义中国化的国际传播策略研究[J]. 产业与科技论坛, 2024,23(21):52-54.
- [7] 胡呈智. 马克思主义中国化传播话语体系的变迁与构建[N]. 重庆科技报, 2024-09-26(003).