

基于 CiteSpace 的马克思主义大众化知识图谱分析

王宇豪 叶 勋 邹广林

(渤海大学 辽宁锦州 121000; 浙江师范大学 浙江金华 321004; 北京外国语大学 北京 100089)

摘要: 基于 CSSCI 数据库, 将 2000—2021 年间我国有关马克思主义大众化研究的 2752 篇文献为研究对象, 融合定性分析和定量分析, 并通过信息可视化软件 CiteSpace 厘清马克思主义大众化的研究状况、研究热点和演进过程, 提出未来马克思主义大众化研究深入推进的方向。研究发现, 当前马克思主义大众化研究主题主要聚焦在马克思主义大众化与马克思主义中国化研究; 马克思主义大众化与高校思政教育及意识形态研究; 马克思主义大众化的历史经验与传统文化研究和马克思主义大众化的传播路径研究四个方面。

关键词: 马克思主义大众化; 知识图谱; 文献计量; CiteSpace; 可视化

推进当代中国马克思主义大众化是党的十七大提出的时代课题, 这是巩固马克思主义在意识形态领域引领和指导地位的必然要求。本文借助 CiteSpace 软件对马克思主义大众化领域的研究, 既可以深化人们对马克思主义大众化理论的理解和认识, 同时又为马克思主义大众化研究不断注入新兴的研究视角和参考借鉴。

一、研究数据与方法

(一) 研究数据

为确保数据的完整性和代表性, 本研究以中国文献数量最多, 学科覆盖最广的全文数据库 (CNKI) 为样本, 以“马克思主义大众化”为关键词进行检索, 期刊来源类别分别选中核心期刊和 CSSCI, 文献检索年限以 2000—2021 年为时间段, 通过筛选不符合条件的文献最后得到有效研究数据样本共 2752 篇。

(二) 研究方法

CiteSpace 可视化分析软件生成的科学知识图谱以知识域为对象, 不仅能够显示科学知识的发展进程与结构关系, 还能清晰地呈现既有研究的共被引情况^[1]。

本文运用 CiteSpace.5.8.R3 版本, 立足对收集到的数据进行文献计量以及可视化分析, 再现近 20 年马克思主义大众化研究的结构特征、热点主题和演进历程等内在逻辑。

二、马克思主义大众化研究计量学分析结果

(一) 年度发文情况分布

2007 年党的十七大提出的“推进马克思主义大众化”为这一领域的理论研究和学术探索提供了前所未有的契机。^[2]根据 CNKI 整理出的 2752 篇样本, 绘制出年度发文情况分布图 (图 1)。

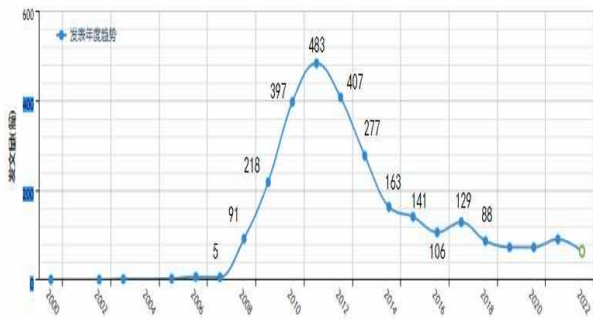


图 1 马克思主义大众化研究 (2000—2021 年) 年度发文时间分布

图 1 显示, 2000—2007 年是马克思主义大众化研究的萌芽发展阶段, 相关文献为 18 篇, 约占第一阶段总发文量的 0.7%, 年均发表文献 2.25 篇, 说明发展态势平稳但发文量底。2008—2011 年为马

克思主义大众化研究的飞速发展阶段, 该研究领域的相关文献为 1189 篇, 约占同期总发文量的 43%, 年均发表文献 297.25 篇, 年增量大幅增长。2012—2021 年则为稳固减少阶段, 该时期的文献数量虽然占比不少, 但是呈逐年递减的趋势。

(二) 发文作者分布

通过 CiteSpace 软件分析得到相关研究作者虽多但是相互之间的合作程度却很低。通过确定某领域的核心作者, 可以大致发现该领域的“知识地图”, 从而促进这一领域的学术交流与合作^[3]。作为文献计量学五大基本定律之一的普莱斯定律是衡量各学科领域文献作者分布规律的主要方法^[4]。其计算公式为: $M=0.749(N_{max})^{1/2}$ (其中 M 为核心作者最低发文篇数, N_{max} 为发文最多作者的发文篇数)^[5]。从数据结论得出, 以第一作者 (含独立作者) 发文最多的是广西科技大学的李宪伦教授, 发文量为 21 篇。依据上述公式计算得出 $M \approx 3.4$, 即核心作者认定标准位至少发文 3 篇, 最终满足条件的作者共有 91 人, 发表文献量为 405 篇, 占样本总数的 14.7%, 不满足普莱斯定律所要求的“在同一主题中, 半数的论文为一群高生产能力所撰”, 由此可认定马克思主义大众化研究领域还尚未形成核心作者群。

(三) 发文机构分布

经分析后发现, 马克思主义大众化领域研究的机构比较多。为便于分析, 本文只列举了发文量 (≥ 10 篇) 的 18 家机构 (见表 1)。从发文数量来看, 发文最多的是武汉大学, 然后是中国社会科学院、中共中央党校。这表明在马克思主义大众化近 20 年来的研究当中, 具备较权威的马克思主义理论研究的高等院校、党校等单位对于此领域的研究较集中深入。但也从侧面也反映了其余高等院校、各级党校等科研机构在对于马克思主义大众化研究领域应得到进一步的增强和支持。

序号	发文单位	发文量/百分比 篇 / %	序号	发文单位	发文量/百分比 篇 / %
1	武汉大学	49 1.78%	10	贵州师范大学	15 0.55%
2	中国社会科学院	43 1.56%	11	广西师范大学	15 0.55%
3	中共中央党校	25 0.91%	12	吉首大学	14 0.51%
4	东北师范大学	24 0.87%	13	山东大学	12 0.44%
5	中国人民大学	22 0.80%	14	南京师范大学	12 0.44%
6	北京大学	22 0.80%	15	复旦大学	11 0.40%

7	陕西师范大学	20	0.73%	16	天津社会科学院	11	0.40%
8	吉林大学	17	0.62%	17	中国地质大学	11	0.40%
9	上海师范大学	16	0.58%	18	华中师范大学	10	0.36%

表1 马克思主义大众化研究高频发文机构(≥10篇)分布
(四) 发文期刊分布

序号	期刊名称	载文量 /篇	百分比 %	序号	期刊名称	载文量 /篇	百分比 %
1	学校党建与思想教育	135	4.91%	10	理论月刊	48	1.74%
2	人民论坛	121	4.40%	11	社会主义研究	46	1.67%
3	思想理论教育导刊	109	3.96%	12	红旗文稿	45	1.64%
4	探索	99	3.60%	13	理论学刊	44	1.60%
5	广西社会科学	76	2.76%	14	求实	42	1.53%
6	思想教育研究	70	2.54%	15	理论视野	37	1.34%
7	理论导刊	64	2.33%	16	学术论坛	36	1.31%
8	马克思主义研究	63	2.29%	17	毛泽东邓小平理论研究	35	1.27%
9	毛泽东思想研究	55	2.00%	18	理论探索	34	1.24%

表2 马克思主义大众化研究高频发文期刊分布(前18名)

对某研究领域论文文献的期刊分布情况进行统计分析能够确定该领域的核心期刊。^[6]通过核心期刊数据库收录的2000—2021年关于马克思主义大众化研究的文献共2752篇。从表2可以看出,马克思主义大众化研究发文期刊中排名前18位的期刊载文量占总期刊载文量的42.11%,且国家社科基金资助期刊量和学术界的影响因子相对较高。

序号(Number)	关键词(Keyword)	频次(Count)	中心度(Centrality)	序号(Number)	关键词(Keyword)	频次(Count)	中心度(Centrality)
1	大众化	703	0.29	8	延安时期	46	0.11
2	中国化	189	0.08	9	大学生	44	0.01
3	时代化	141	0.18	10	意识形态	42	0.42
4	毛泽东	73	0.13	11	当代中国	37	0.06
5	高校	72	0.06	12	实现路径	35	0.12
6	路径	56	0.1	13	理论创新	34	0.08
7	传播	52	0.02				

表3 2000—2021年马克思主义大众化研究高频关键词

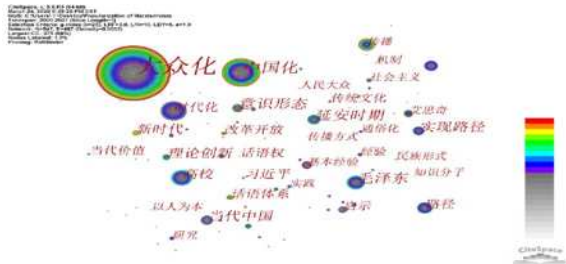
(二) 马克思主义大众化研究的主题分析

将CiteSpace软件的相关参数进行如下设置: Timespan(分析时间) = “2000—2021”, Slice Length(时间切片) = “1”, Node Types(提取节点) = “Keywords”, 各时间切片阈值 TopN = “50”, 通过聚类并采用对数拟然率算法(LLR), 从关键词中提取各各聚类的红字知识单元标识以诠释研究热点。见图3。其中一共有节点547个, 连线905条, Modularity Q值是0.5506(符合在区间[-0.5,1]), 表明聚类有较好的效果。

三、马克思主义大众化研究热点前沿的可视化分析

在知识计量学的维度下, 研究热点是指从某一领域、学科的高被引研究文献中抽取出的关键词共同探讨和演绎的主题或专题。关键词共现知识图谱是某一领域、学科研究热点的直观体现。^[7]

(一)



马克思主义大众化研究的热点分析

图2 马克思主义大众化研究关键词共线图

本文将2000—2021年研究马克思主义大众化的2752篇文章, 经过CiteSpace数据转换, 绘制出研究热点的关键词共线图(图2), 一共得到了547个关键词节点和487条连线。关键词是由圆形的节点标识, 每个节点代表一个关键词, 其频次由圆环的大小表示, 其关键词出现频率越多, 它的节点也会随之增大, 也说明它正是该领域的研究热点; 且年轮外层红紫色表示词频的突现程度, 并且年轮的宽度越大, 中心度越大, 说明关键词的影响度也越高, 具有较强的中介作用。如图2显示, “大众化” “中国化” “时代化” 等关键词都是在马克思主义大众化研究的领域当中国内学者关注的热点。

高频词与低频词的界定主要是根据多诺霍提出的公式: $T = \frac{1 + (1 + 8I)^{1/2}}{2}$, I为关键词个数^[7], 得出该研究领域高频词与低频词的界定阈值约为32.55, 即出现频率在33次及以上的关键词是高频关键词, 如表3显示高频词共13个, 前三位分别是“大众化”(703次)、“中国化”(189次)、“时代化”(141次)。同时, 中心度大于0.1的关键词为研究热点, 如意识形态、大众化、先进文化等基本反映了该领域在近几年的研究主题。

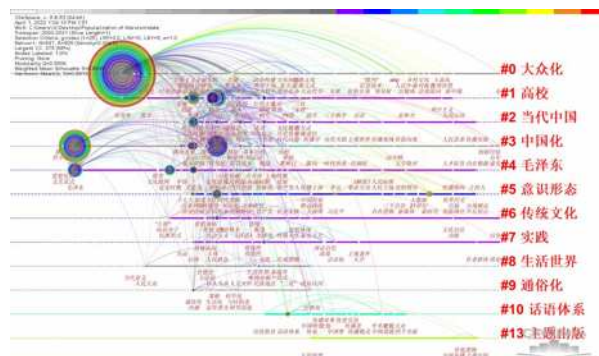


图3 马克思主义大众化研究(2000—2021年)关键词共线聚类

时间线知识图谱

从图3可见,以马克思主义大众化为研究关键词,一共有12个知识群在共线聚类时间线知识图谱中生成:大众化、高校、当代中国、中国化、毛泽东、意识形态、传统文化、实践、生活世界、通俗化、话语体系、主题出版知识群是国内学者新近关注的研究主题。

总结并归纳这12个知识群,整合比较接近的知识领域,归纳出当前马克思主义大众化研究主题主要聚焦在马克思主义大众化与马克思主义中国化研究;马克思主义大众化与高校思政教育及意识形态研究;马克思主义大众化的历史经验与传统文化研究和马克思主义大众化的传播路径研究四个方面。

1. 马克思主义大众化与马克思主义中国化研究

此研究热点覆盖知识群#0、#2、#3,涉及到的重要关键词有马克思主义大众化、社会思潮等。例如陈晓静认为,马克思主义的大众化有一个相当重要的前提,那就是马克思主义的中国化,中国共产党在百年发展历程中不断把中国的革命、建设和改革的具体实践同马克思主义结合起来,创造出了具有中国风格、中国特色并且也能被社会大众认同掌握的马克思主义中国化理论。[8]

2. 马克思主义大众化与高校思政教育及意识形态研究

此研究热点覆盖知识群#1、#5、#8,涉及到的重要关键词有互联网、红色文化、青年群体等。马福运认为,马克思主义大众化的一个主要载体就是思想政治理论课,要切实提高思政马克思主义大众化功能的有效路径。[9]邓山认为要探索高校思政教育中马克思主义大众化的发展新方式,应该既需要始终突出新时代思想政治理论课的主渠道作用,还需要注重第二课堂为载体,并且在我国的文化当中,不断发掘马克思主义大众化教育的新路径、新平台和新载体。[10]

3. 马克思主义大众化的历史经验与传统文化研究

本研究热点覆盖知识群#4、#6,相关的重要关键词有中国共产党等。五四运动前后,马克思主义开始进入我国并得到了发展,具有代表性的人物有李大钊、艾思奇、陈独秀、毛泽东等人,他们对于马克思主义进行了初步的传播和启蒙教育。[11]1935年,马克思主义在毛泽东等人的作用下在中国得到了深入传播。1949年新中国成立之后,马列主义和毛泽东思想占据了中国社会意识形态的主导地位。1978年后,邓小平理论的出现改正了之前所犯下的错误,使马克思主义的传播得到了历史性的飞跃。党的十八大以来,中国共产党人把握我国基本国情,创立了习近平新时代中国特色社会主义思想。100多年的发展使马克思主义经历了许多不同的历史发展时期,马克思主义也在历史的见证下与中国实际相结合,一次又一次的在“以人为本”的宗旨下“飞入寻常百姓家”。

4. 马克思主义大众化的传播路径研究

此研究热点覆盖知识群#7、#9、#10、#13,涉及到的关键词为出版传播等。随着社会的发展,大数据和互联网技术使人们的思想和需求越来越不同。我们需要以图文、游戏、影音等形式实现马克思主义理论知识通俗化,将思想的魅力与大众喜闻乐见的形式密切结合,使全体人民在理想信念、价值理念、道德观念紧紧团结在一起。[12]

四、结论与思考

结合CSSCI中2000—2021年与马克思主义大众化相关的文献数据,使用文献计量和知识图谱可视化分析方法,围绕主题特点和结构特征,对我国近20年马克思主义大众化相关文献进行了统计分析,得到下面的结论:

第一,从研究的现状来看,国内学术界对马克思主义大众化的

研究是多角度、深层次、全方面的。在一定的时期当中,研究的热度出现了相当显而易见的增加趋势,在比较重要的刊物当中,总发文量达到了1189篇,主要由国内重点高校、党校等发布。与此同时,可以看出科研者的学术视角能够十分结合时代发展的潮流。美中不足的是缺乏科研人员和相关权威机构的相互配合,没有形成核心的科研群体。

第二,从研究的热点来看,“大众化”“中国化”“时代化”等关键词都是国内学者关注的热点,并且可以归纳出,当前马克思主义大众化研究主题主要聚焦在马克思主义大众化与马克思主义中国化研究;马克思主义大众化与高校思政教育及意识形态研究;马克思主义大众化的历史经验与传统文化研究和马克思主义大众化的传播路径研究四个方面。但马克思主义大众化研究在中国起步并没有很早,改革开放以来的研究较为主要,对于早期的马克思主义大众化研究尚且不足。

第三,从研究的方法来看,运用CiteSpace软件,对马克思主义大众化有关的研究进行可视化分析,尽管在一定程度上能够客观、公正的分析出现有的研究成果和不足,但是缺乏对文献内部特征和主要内容的微观分析。这也导致会产生部分片面性和不准确性,在今后的研究中需要优化。

文献综述:

[1]陈悦,陈超美,刘则渊,等.CiteSpace知识图谱的方法论功能[J].科学学研究,2015(2):242-253.

[2]葛莉,刘海军.马克思主义大众化研究热点的图谱分析[J].东北大学学报(社会科学版),2012(3):256-261.

[3]洪波,杨柳.基于CiteSpace的我国意识形态知识图谱分析[J].马克思主义研究,2018(1):110-118.

[4]D·普赖斯,P·D·阿利森,B·C·格里菲尔,等.洛特卡定律与普赖斯定律[J].科学与科学技术管理,1984(9):17-22.

[5]刘顺,胡涵锦,高玉林.近十年来中国马克思主义研究动向——基于五种马克思主义期刊(2005—2014)的计量分析[J].科学社会主义,2015(4).

[6]孙琦,杨立文.马克思主义中国化研究的文献计量及可视化分析[J].江苏科技大学学报(社会科学版),2020(1):36-42.

[7]魏宏君,唐保庆.近十年国际教师教育研究的热点与知识基础分析[J].黑龙江高教研究,2016(2).

[8]陈晓静.理论普及的三个路径——简论马克思主义大众化的成功经验[J].毛泽东邓小平理论研究,2021(9):34-41.

[9]马福运,高静毅.思想政治理论课马克思主义大众化功能的提升路径分析[J].思想理论教育导刊,2017(1):71-74.

[10]邓山.新时代高校马克思主义大众化教育的新路径[J].学校党建与思想教育,2018(6):34-36.

[11]韩庆祥,陈远章.中国共产党推进马克思主义中国化时代化大众化的百年历程及经验[J].教学与研究,2021(5):05-15.

[12]习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2017.10.

基金项目名称:新媒体视域下马克思主义大众传播的研究项目编号:YJC2021-014