



党的基层工作丛书

宣传心理学

主编 崔乃智 王朝君

东北工学院出版社

党的基层工作丛书

宣 传 心 理 学

主 编 崔乃智 王朝君

副主编 唐 文 葛宝岳

东北工学院出版社

(辽)新登字第8号

宣传心理学

主 编 崔乃智 王朝君

副主编 唐 文 葛宝岳

东北工学院出版社出版

东北工学院出版社发行

(沈阳市·南湖)

沈阳于洪科技函授学院印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32

印张: 6.25

字数: 148千字

1993年1月第1版

1993年5月第2次印刷

印数: 1—3000册

责任编辑: 孙铁军

责任校对: 山 边

封面设计: 唐敏智

版式设计: 杨华宁

ISBN 7-81006-506-8/D·25 定价: 3.50元

编 者 的 话

中国共产党第十四次全国代表大会的报告明确提出：“党的基本路线要毫不动摇地坚持下去，社会主义的改革开放和现代化建设要搞得更快更好，国家要长治久安和繁荣富强，关键在于我们党，在于坚持用邓小平建设有中国特色社会主义理论武装全党。”中国共产党是社会主义现代化建设事业的领导核心。要建设具有中国特色的社会主义，就必须加强党的建设，改善党的领导，提高党的执政水平和领导水平，这是不容忽视的重大问题。

当前，中国共产党领导的人民共和国正处在一个非常关键的历史时期。从国际形势看，世界正处在大变动中。美苏两极格局已经终结，各种力量重新分化组合，世界正朝着多极化方向发展。世界格局的新变化，使我们面临着严峻的挑战，同时也提供了机遇。抓住有利时机，加快改革开放，集中精力把经济建设搞上去，建立社会主义市场经济新体制，加强社会主义民主法制和精神文明建设，促进社会全面进步，已经成为党面临的主要任务。

在改革开放和市场经济的新形势下，党的建设面临着新课题。我们党是一个拥有5,000多万党员，在一个拥有12亿人口的大国中执政的党。党的路线、方针正确与否，党的基层组织 and 广大党员能否有效地发挥模范作用，都直接影响着

广大群众，影响着经济建设的成败，决定着现代化建设的成败。因此，加强党的建设，改善党的领导，在当前的新形势下具有非常重要的现实意义。我们要根据党的十四大精神，认真学习建设有中国特色社会主义的理论，研究改革开放和市场经济新形势下党的建设面临的新情况、新问题，适应新形势、新任务的需要，探索党的思想、政治、组织、作风建设的新思路，最大限度地发挥党的基层党组织的战斗堡垒作用和共产党员的先锋模范作用，提高党的执政水平和领导水平，真正使我们这个久经考验的马克思主义的党，在建设有中国特色社会主义的伟大事业中更好地发挥领导核心作用。

为了加强党的建设，配合各级党组织和广大党员学习建设有中国特色社会主义和党的建设理论，研究和探索新形势下党的建设的新情况和新问题，我们组织编写了《党的基层工作丛书》。《丛书》依据党的十四大精神，紧紧围绕改革开放和市场经济条件下党的建设的热点、难点、疑点问题，从理论与实践的结合上对党员标准、党性修养等问题进行了比较系统、深入的阐述和理论概括。每一分册都根据对象和所阐述内容的要求，形成了自己的独立特色。但愿《丛书》能为基层党的工作和党员教育奉献微薄之力，成为各级党务工作干部和广大党员的益友。

《党的基层工作丛书》编委会

1993年1月于沈阳

目 录

第一章 总论	(1)
第一节 宣传心理学的对象与性质.....	(1)
第二节 宣传心理学的任务与意义.....	(5)
第三节 宣传心理学的方法论.....	(15)
第四节 宣传心理学简史.....	(20)
第二章 宣传与态度转变	(23)
第一节 态度的概述.....	(23)
第二节 宣传与态度转变.....	(28)
第三节 影响态度转变的心理因素.....	(44)
第四节 态度转变的理论.....	(51)
第三章 宣传过程的心理模式	(56)
第一节 刺激系统的结构与工作原理.....	(56)
第二节 反应系统的结构与工作原理.....	(65)
第三节 反馈系统的结构与工作原理.....	(69)
第四章 宣传的心理功能	(73)
第一节 宣传可以影响人的认知.....	(74)
第二节 宣传可以影响人的意向.....	(85)
第三节 宣传可以影响人的信念和 价值观.....	(94)
第四节 宣传可以影响人的个性.....	(99)

第五章 社会心理定势的形成与改变	(103)
第一节 定势及其性质.....	(103)
第二节 宣传与定势心理.....	(110)
第六章 宣传者与被宣传者的心理协调	(117)
第一节 被宣传者的社会职业群体结构与 心理特征.....	(117)
第二节 宣传者的可靠性、魅力与 宣传效果.....	(130)
第三节 宣传者与被宣传者的心理协调.....	(134)
第七章 宣传工作者应具备的心理素质	(141)
第一节 宣传者的个性倾向性.....	(141)
第二节 宣传者的能力.....	(146)
第三节 宣传工作者的认知、情感与 意志品质.....	(154)
第八章 宣传方式及其心理效用	(161)
第一节 口头宣传.....	(162)
第二节 直观宣传.....	(169)
第三节 大众媒介宣传.....	(173)
后 记	(181)

第一章 总 论

宣传是传递信息、报道新闻、交流情感、调节社会关系、激发行动的重要手段。它对我们的学习、工作、劳动、生活，以及心理活动和个性倾向性都具有巨大的导向作用。如何使宣传工作科学化，提高宣传的功效，不仅是宣传工作者要研究的基本理论问题，而且也是心理学工作者的重大研究课题。这是因为宣传的主体和对象都是有着复杂的心理活动的人，因此，研究宣传工作中的心理学问题，掌握群体与个体心理活动的规律性，对做好宣传工作具有重要意义。

第一节 宣传心理学的对象与性质

宣传心理学是研究宣传活动中宣传对象的社会心理特征与宣传功效之间的关系及其规律性的科学。

一、对象

宣传活动是宣传者与被宣传者在心理上相互影响、相互作用的过程。其中宣传者是宣传活动的主导方面，被宣传者是宣传活动中的客体方面。宣传者要想在宣传活动中达到他所期望的效果，就要充分发挥宣传者的主导作用，有意识地以某种观点、思想、理论或某种信息去影响被宣传者（社会

群体和个体)的思想、情感和行为。这就要求宣传者要“吃透”两头,一方面要透彻地了解所宣传的观点、思想、理论的意义;另一方面要掌握被宣传者的社会心理活动特征,群体或个体的心理状态、特点,通晓关于人的、主要是在特定社会中对各种社会群体或个体的心理分析的观点,根据这两方面的情况去组织宣传内容,选择宣传方式与方法,才会提高宣传的技巧与艺术,增强被宣传者的可接受性,获得宣传的最佳效果。

根据持信息论观点的申农和维威提出的信息论模型的启迪,可以把宣传活动的过程简化表达(图1—1)如下:



图1—1 宣传过程的图式

上图把宣传过程分为四个连续的阶段:信息源、媒介、环境和反应。信号都经过人的感受器转换成信息进行加工后输出。这里说的信息源是宣传者,媒介指的是宣传工具,反应指的是被宣传者。宣传者和被宣传者都有信息的输入、编码(被宣传是译码)检索、存储和输出等信息加工过程。他们之间的相互作用是通过信息加工系统中的接受器和效应器这两个成分来实现的。宣传者先是通过接受器把信号转换成信息、经加工后通过效应器把信息转换成信号发出(输出);被宣传者也先是通过接受器把信号转换成信息,经加工后通

过效用器表现为兴奋或抑制的反应。宣传的媒介有语言的或非语言的。环境是指宣传情境中人们的社会心理背景,即心理状态,主要有噪音与和音两种:噪音是指对宣传内容的干扰作用,和音是指对宣传内容的促进作用。反馈是指被宣传者对内容作出的输出,这种输出又成为一种信号刺激返回传入宣传者,对宣传者的心理发生作用。可见,决不能把宣传过程理解为单向传递信息,宣传者和被宣传者都是主动的,双方经常处于相互作用的动态系统的因果关系中。

申农、维威的信息论模型是用于人际沟通的,而宣传是人际沟通的主要手段。信息论观点是把人看作为一个积极的探求者和信息加工者。它把人脑与计算机在功能上类比,把人脑看作为一个类似于计算机的信息加工系统。认为人脑与计算机在物质结构上是完全不同的,但它们在功能上是类似的。

二、性质

宣传心理学是一门什么性质的学科,可以与邻近学科比较来看。它的邻近学科有社会心理学、社会学、教育学、行为学。宣传心理学与这些邻近学科相比既有联系又有区别,它们有许多结合点或者是重合之处,但它们又各自有其明显的特点。

社会心理学是宣传心理学的母科学。宣传心理学是运用社会心理学的理论、原理、原则去研究宣传活动中的心理学问题与提高宣传功效之间的关系的规律性,所以宣传心理学是属于社会心理学的应用学科,是社会心理学的分支学科。社会心理学是研究特定社会条件下的群体和个体心理活动的

一般规律性，它具有自发性、日常性、经验性的特点，是属于人们较低层次的意识。这些都为宣传心理学提供依据。可以说，所有的宣传鼓动工作都有着自己的社会心理的一面。宣传形式与方法的选择，只有了解了人们的社会心理结构、状态，才能获得最佳效果。但是，社会心理学不能取代宣传心理学。宣传心理学有着自己的对象与领域；它要把人们的低层意识或者说日常意识加工、提高到社会意识上来，对人的心理与行为起导向作用。

社会学是一门综合性较强的学科，它把社会作为一个整体，综合研究社会现象各方面的关系及其发展变化的规律性。在研究范围方面很广，从家庭到社会各阶层的群体，从人口到城乡生活，从文化传统到现代的风俗等社会的各种关系都包括在内，这对于宣传心理学协调人际关系无疑是知识的来源之一。宣传心理学不能停留在社会学的研究层次水平上，它要根据社会学提供的成果进行心理分析，通过宣传把人们的心理引导到合于情理的心理相容的各种社会关系方面来，目的是要求促进人类的进步，社会的发展。

教育学是研究教育现象及其规律性的科学，主要是普通教育、成人教育和家庭教育。宣传心理学也有宣传教育的任务，遵循教育学提供的原理、原则进行宣传教育，对于提高宣传效果是重要的。但宣传心理学的研究范围更广，它包括社会上一切群体和个体，甚至国内或国外的读者、听众和观众；宣传的内容有明显的倾向性、社会性、时代性和场合性；宣传的形式与方法也多种多样。接受者也有明显的任意性、选择性，甚至拒绝接受。因此，宣传更须遵从心理学规律，才能收到较好的效果。

行为学是研究群体中人的心理与行为的规律性，目的是为了管理者加强管理，提高预测、引导与控制人的行为的能力，调节管理中的人际关系，提高生产等等。读者主要是管理干部。宣传心理学也要吸取行为学的成果，了解心理与行为的关系，激发人们的生产积极性，但宣传的对象是一切读者、听众和观众，有个体也有群体，这些人具有更大的松散性、广泛性，除某些有组织要求的宣传，必读、必听、必看外，其余都是听其自然。

可见，宣传心理学是处于社会心理学、社会学、教育学、行为学的交叉点上，它是具有多学科性、多层次性的边缘学科。

第二节 宣传心理学的任务与意义

在社会发展迅速，科技进步快，信息量大增的现代化社会，宣传工作成了人们满足心理需求的重要组成部分。人们几乎每天都要看报刊杂志、文艺作品、电影、电视节目、广告、收听新闻报导等。人们的心理、态度、行为、价值观、思想与传统观念等精神文明随着物质文明的发展而发展变化，并反过来保证物质文明的建设。宣传工作在促进这两个文明建设中担负着重要的使命。宣传心理学就是为了更好地担负这种时代赋予的使命而诞生，它的任务与意义是多方面的。

一、任务

宣传心理学的任务主要是揭示在特定社会条件下宣传活动中群体与个体社会心理的发展变化的规律与提高宣传功效之间的关系的规律性。我国的特定社会条件是中国共产党领导的以公有制经济为主体的社会主义国家，当前社会在深化改革开放。这种改革开放是坚持四项基本原则的改革开放，是我国社会主义制度自我完善的改革开放。四项基本原则是我国人民早已选定和认用的立国之本，改革开放是党的十一届三中全会确立的反映了全国人民的愿望和要求的强国之路。研究在这种特定社会条件下群体和个体的社会心理规律是指人们的社会需要与动机、社会认识、社会态度、社会行为、社会交往与人际沟通、挫折、社会心理定势；以及个体的个性倾向性、角色、职业、道德、政治等社会化发展变化及其形成的规律。宣传心理学就是研究在特定社会条件下形成与制约人的心理规律与宣传功效之间的关系的规律性。其中包括研究社会行为与反社会行为，以及对反社会行为的控制与宣传功效的关系的规律性。目的是在于强化与改变人们对社会某些现象的态度，对人们的社会态度起导向作用。态度包括认识、情感与行为三种心理因素，因此，可以说，宣传心理学是为了强化与改变人们的认识、情感与行为，增强人们的社会适应能力，提高心理功能，形成优良的心理素质，达到人的认识、情感、行为与社会高度一致，以推动社会向前发展，促进我国社会主义两个文明建设。也就是说，我们要建立符合我国国情，具有中国特色的宣传心理学。

二、意义

宣传心理学的意义几乎是无所不包，这里我们只从心理学的角度加以阐述和分析。

1. 有利于提高人们的认识水平，增强认识对心理的调节功能

人的心理过程可分为认识、情感、意志等三个相互联系的过程。其中认识是基础，情感和意志是在认识的基础上产生。认识对人的心理与行为起调节作用，认识水平越高其心理素质也越好，行为也越正确，这是认识与心理、行为的基本规律。恩格斯曾指出：“行动的一切动力，都一定要通过他的头脑，一定要转变为他的愿望的动机，才能使他行动起来”^①这说明动机推动行动。而行动的动机并非是人头脑中固有的，而是“外部世界对人的影响表现在人的头脑中，反映在人的头脑中，成为感觉、思想、动机、意志。”^②这就是说动机来自人对外部世界的认识。认识产生动机，动机推动行动。认识有正确与错误之分，错误的行动也是受错误的认识支配的。

而要正确认识外部世界并非是一件容易的事，但是因为人的外部世界是复杂多样、千变万化的；科学技术的发展水平也限制了人们的视野；历史上一切保守、反动阶级或集团历来实行愚民政策进行唯心的欺骗宣传，这些都给人们认识客观事物带来困难。

提高认识水平最好的途径是实践，从实践中去发现真

①②《马克思恩格斯选集》第4卷，第247、288页。

理，掌握事物的本质及其规律性。但人的生命有限，事物无穷，不可能对多种多样的事物都亲身去经历，因此，学好马克思主义哲学，树立科学的世界观乃是人生之急。马克思主义世界观由立场、观点、方法组成，它告诉我们怎样去看世界，站在什么立足点上去观察问题、分析问题、解决问题。而马克思主义世界观不可能自发地产生，是经过我们认真学习，长期实践，逐步树立的。

马克思主义是指导我国革命和建设的理论基础，党的路线、方针、政策都是根据马克思主义与中国实践相结合确立的。党的宣传方针是以正面为主，要求准确、及时地宣传党的路线、方针、政策，实事求是地反映社会现实生活的主流。这就有利于宣传者和被宣传者树立马克思主义世界观，提高认识水平。

宣传心理学不仅要揭示认识与行为的一般规律性，而且要提高宣传功效，形成人们的正确认识，增强认识对心理的调节功能，提高心理素质等。因此，根据宣传心理学的规律进行宣传教育、宣传鼓动，或者是进行思想政治工作都是大有裨益的。

2. 有利于对人的心理与行为实行控制

一个人的心理与行为不是在被别人控制，就是在控制别人，或者两者都是。控制力量有大小之分，最大的控制力量是社会执政党的社会宣传。在我国，伟大、光荣、正确的中国共产党已在人民心目中生根，党的宣传具有绝对权威性，它可以左右一个人的心理与行为。例如，由于谣言传说某种商品要涨价，人们心理上产生了一种恐慌感，激发了抢购这种商品的行为，此时，党的有关部门出来进行辟谣的宣传，

人们心理上马上又恢复了女王感，这种抢购商品的行为也就得到了控制。

在管理心理学中认为，管理者始终要站稳控制者的地位，必须善于控制下属的心理与行为，使他们不至于产生偏离组织目标的行为；同时管理者也必须对上级和下级负责，服从或者虚心接受上下级的控制，改进自己的工作。一般说，社会中的每个人既是控制者又是被控制者，人们的社会角色越多越是这样。

控制是否生效，关键是被控制者在心理上是否对控制者认同和控制者的德才是否与其身份地位相称，如果对控制者的认同是肯定的，他的德才与其身份地位又相称，则被控制者心甘情愿接受他的控制，这样，该单位、部门、团体的心理与行为的一致性就高，反之则低。控制有正确控制与错误控制之分，控制的方法也有对与不对之别，如果控制者是为了私利或搞宗派活动，控制的手段又非常粗野，则其控制效率甚低，甚至失控，那样就完成不了组织目标。

提高对心理与行为的控制效果，除了上述因素外，还有宣传或者说心理沟通，缩短人与人之间心理上的距离也是非常重要的。

控制的种类繁多，按性质分有经济控制、政治控制、文化控制；按行业分有工业控制、农业控制、商业控制。每项控制，还有许多具体的控制来保证某项控制的成效，如商业控制又有指令控制、市场控制、产销控制、消费控制等。可见控制是一个社会的系统工程，它由级别、层次、阶段、环节等纵横关系构成。而宣传也与这个系统工程相类似，有中央、地方、单位、部门之分。宣传是为这些控制服务。通过

宣传使人产生一定的心理效应，使这些控制奏效。

宣传内容对人的心理与行为控制繁多，这里只阐述社会规范宣传控制、奖惩宣传控制和诱导宣传控制。

(1) 社会规范宣传控制

社会规范是指党纪、国法、交通规则、规章制度等的统称。社会规范宣传控制是指通过宣传社会规范把人的心理与行为都引导到遵守社会规范方面来，对违反社会规范的心理与行为能自觉地加以控制，这种控制叫社会规范宣传控制。要人们遵守社会规范，首先必须懂得社会规范，对人的心理与行为才能起到控制作用。例如，从法制说，当前法盲犯法的事时有发生，这说明我们的法制宣传，还没有宣传到人人皆知的程度。规范宣传，不仅使人懂规范，最好要养成人们遵守规范的行为习惯。例如，在城市里对交通规则的宣传，人们一出门就知道靠右边行，到了交通岗注意红绿灯信号，心理上感觉到遵守交通规则具有安全感，偶尔违反交通规则，心理上则产生短暂的内疚感，这就是一种行为习惯的养成。交通规则还有一个优点是在规则面前人人平等，不管是资格多老、地位多高都按规则行驶，任何人不能例外，这样，人们也心悦诚服地服从交通民警的指挥。

社会规范宣传控制，主要是提高人们遵守社会规范的行为定势。

(2) 奖惩宣传控制

奖惩宣传控制是指凡是较好或模范地遵守社会规范的行为给予奖赏，如表扬、物质奖励与精神鼓励等，使人心理上产生愉快感、满足感、安全感；凡是不遵守或违反社会规范的行为给予惩罚，如批评、罚款、拘留、公审、判刑等，使人