

实用宣传学

周振林 主编



黑龙江人民出版社

实用宣传学

周振林 主 编

潘春良 黄树峰 副主编
孙清彬 王安平

黑 龙 江 人 民 出 版 社

1988年·哈尔滨

责任编辑: 郭 闻

封面设计: 关少杰

实 用 宣 传 学

Shiyong Xuanchuanxue

周振林 主 编

黑 龙 江 人 民 出 版 社 出 版

(哈尔滨市道里森林街42号)

黑龙江宾县印刷厂制版 黑龙江宾县印刷厂印刷

黑龙江省新华书店发行

开本850×1168毫米1/32·印张 8 11/16

字数: 240,000

1988年6月第 1 版 1988年6月第 1 次印刷

印数1— 7,000

ISBN 7 - 207 - 00558 - X/D·72 定价:2 70元

编写人员（按姓氏笔划为序）

于晓北	王安平	王利声
王项东	牛毓山	叶方郁
孙清彬	许景富	刘嘯霆
李济洲	汪 洋	谷源植
沈德伟	周振林	孟祥全
郝凤岐	赵晓岩	柴文华
郭凤仪	徐远申	索伶俐
黄树峰	靳素芳	潘春良

序 言

宣传工作是我党全部工作中极其重要的组成部分，居于十分重要地位。在革命战争年代，它起到“团结人民、教育人民、打击敌人、消灭敌人”的作用；在建设时期，它起到团结、鼓舞人民建设强大社会主义国家的作用。今天，在新的历史条件下，在改革、开放的过程中，认真总结我党关于宣传工作的丰富经验，揭示宣传工作的规律，使宣传学这门学科日益趋向科学化和系统化，并建立宣传学这门新学科，对于贯彻“一个中心，两个基本点”的基本路线，对于做好新时期的宣传工作，对于加速社会主义建设，都是十分有益和必要的。

一篇好的论文，一篇好的革命回忆录，一部好的小说，一部好的电影与电视剧，一首好的诗歌，一首好的歌曲，一个好的故事，一篇好的报告文学，一次开诚布公的谈心活动，一个好的演说，一次有教育意义的晚会，一篇好的新闻报道……对于帮助人们树立和坚定正确的世界观、人生观和道德观，塑造人们的灵魂，鼓舞人们的斗志，增强人民的团结和友谊，消除同志之间的隔阂，提高人们的认识水平和思想水平，加速工作任务的完成和生产效益的提高，都具有重要的意义和价值。

五十年代初，广大人民和干部争购和刻苦学习《毛泽东选集》的情景至今不能忘记；五十年代、六十年代时，青年们如饥似渴地阅读《把一切献给党》，《钢铁是怎样炼成的？》，《红岩》，思考着人生的道路；六十年代初学雷锋，八十年代学丁红军、学老山前线英雄的光辉事迹，人们学习英雄的革命热情经久不衰，可以这样说，学雷锋，学老山前线的英雄具有一代新风的意义；电视剧《四世同堂》吸引着成千上万的家庭男女老幼每晚观

看。至于谈到报告和演说，我们党老一辈革命家和很多革命前辈都是出色的演说家，他们的演说震撼着人们的心弦，提高了人们的精神境界，抓住了人们的心，鼓舞了人们的士气，启发着人们的思考，令人难以忘怀。人们还记得1955年万隆会议时，会议遇到了麻烦，一些人对会议的成功丧失了信心。周恩来总理在会议上即席准备了讲稿，代表中国政府作了有名“求同存异”的演讲，使会议转危为安，取得了成功。今天，有些单位，报告人不愿意讲，听众不愿意听，那不是演讲、报告本身的过错，也不能全怪听众无组织纪律，而是报告的内容缺乏说服力、感染力和吸引力。

积多年之经验，我们党在处理人民内部矛盾的问题上，在处理意识形态领域的问题上，大量的采取说服的方法、讨论的方法、民主的方法、批评与自我批评的方法、正面教育、表扬为主、典型引路的方法。要晓之以理，以理服人；动之以情，以情动人；还要振之以事实，用事实说服人。当然，解决人民内部的问题也不能排除用行政手段、经济手段乃至法律手段，但是基本的方法是说服教育，运用典型是说服教育方法中最有效的方法。典型、负责各层次的先进典型是宣传部门、宣传工作者手中的宝贵财富。

根据历史的经验和现实的情况，在宣传工作中，有两个问题要注意。一是“左”的倾向、简单粗暴的倾向，这种倾向曾经伤害过同志，打击了群众的积极性，要时时注意防止这种“左”的东西故态复萌。这种“左”的错误在改革开放的情况下径口表现为思想僵化，对新鲜事物看不顺眼，有抵触。二是偏离四项基本原则，贬低马克思主义的指导作用，全部否定过去的思想政治工作和宣传工作的优良传统，把正常的宣传工作与“假大空”混为一谈，对历史的经验不敢作具体分析，在泼脏水时，把孩子也一块泼出去了，导致软弱涣散，缺乏战斗力，一些庸俗低级、格调不高的东西也乘虚而入。总之，我们应当防止这两方面的错误倾向。

由我校周振林和中共黑龙江省委宣传部潘春良等同志编著的《实用宣传学》一书，即将由黑龙江人民出版社出版。这是一本

比较系统、全面阐述宣传理论的宣传学著作,是建立宣传学的一次有意义探索。它比较系统地总结了宣传工作的实践经验,探讨了宣传工作中的某些规律,提出了不少有参考价值的见解。这些,对于从事宣传工作的同志们,以及思想政治工作者、教育工作者和领导者来说,无疑是会很有帮助的。我们希望有更多的同志研究宣传工作的规律,总结宣传工作的经验,写出更多的好文章,从而更好地指导完成各个阶段的宣传工作。

李 国 梁

1988年3月14日

目 录

序 言	李国梁	1
-----------	-----	---

第一章 引 论

第一节 实用宣传学的概念	1
第二节 实用宣传学的建立及其基础	4
第三节 实用宣传学的研究对象和研究领域	9
第四节 实用宣传学的研究方法	13
第五节 实用宣传学的社会功能	19

第二章 宣传规律

第一节 目的与手段相统一规律	25
第二节 趋向与控制相统一规律	29
第三节 示范与警戒相统一规律	36
第四节 首因与它因相统一规律	40
第五节 震荡与稳定相统一规律	43
第六节 重复与新异相统一规律	45
第七节 连续性与阶段性相统一规律	48
第八节 宣传者与被宣传者互动规律	51

第三章 宣传原则

第一节 党性原则	54
第二节 实事求是原则	56
第三节 为经济工作服务原则	58
第四节 正面宣传为主原则	61
第五节 疏导原则	62
第六节 针对性原则	64
第七节 层次性原则	68

第八节	公开性原则	71
第九节	全面性原则	73

第四章 宣传艺术和方法

第一节	情理交融	77
第二节	远近结合	80
第三节	表扬与批评结合	85
第四节	宣传语言的艺术	89
第五节	宣传时机的艺术	93
第六节	宣传中的信息方法	96
第七节	宣传中的系统方法	99
第八节	宣传中的比较方法	101

第五章 宣传心理

第一节	宣传者的威信	105
第二节	宣传中的心理定势	112
第三节	宣传中的情境组织	117
第四节	宣传中的接近性效应	123
第五节	宣传中的逆反心理	127
第六节	宣传中的阶级心理	130
第七节	宣传中的民族心理	133
第八节	宣传中的行为心理	136
第九节	宣传中的性别心理	139
第十节	宣传中的职业心理	141

第六章 宣传纪律

第一节	政治纪律	145
第二节	组织纪律	151
第三节	保密纪律	154

第七章 宣传类型

第一节	经济宣传	159
第二节	政治宣传	163
第三节	法制宣传	166
第四节	基层宣传	171
第五节	对外宣传	177
第六节	观念更新宣传	183
第七节	改革中的思想政治工作	187

第八章 宣传形式

第一节	报告	193
第二节	个别谈话	195
第三节	演讲	198
第四节	对话	203
第五节	新闻	205
第六节	文艺	209
第七节	典型宣传	214
第八节	其它形式	219

第九章 宣传者的素养

第一节	思想素养	225
第二节	道德素养	227
第三节	理论素养	229
第四节	政策素养	231
第五节	作风素养	232
第六节	科学文化素养	234
第七节	思维素养	236
第八节	语言文字素养	238

第十章 宣传组织与领导

第一节 宣传组织的功能和作用	241
第二节 宣传组织的确立和完善	245
第三节 宣传活动实施的科学化	250

第十一章 宣传效益

第一节 宣传效益及其重要性	254
第二节 宣传效益的评价	258
第三节 宣传效益的提高	263

后 记	267
-----------	-----

第一章 引 论

第一节 实用宣传学的概念

实用宣传学，顾名思义，它是一门以研究实用性宣传理论为主的学说。实用宣传学与一般宣传理论既有联系，又有区别。其联系在于，它以后者为基础，不仅具有较高的实用性，而且具有一定的理论性，具有一般宣传理论的特点。其区别在于，它在强调理论的实用性，在揭示一般宣传活动规律的基础上，着重研究其实用性。

要深刻领会实用宣传学的概念，就必须深刻理解宣传的含义。因为，在实用宣传学这个名词里面，“宣传”居于主导地位。“学”是“宣传”的“学”，“实用”是“宣传”的“实用”。二者都是规定“宣传”的。我们只要弄清了“宣传”的含义，也就在很大程度上弄清了实用宣传学的概念。

“宣传”一词，由英文proposanda一词译来，该词乃由拉丁语根propaso而来，本意原为“发布传播”，以及“使其延展于空间”，多指以外力使动植物繁殖生育之意。现代社会，人们对宣传的解释更是多种多样。据笔者粗略统计，也不下几十种。

苏联的社会心理学家、理论家纳奇拉什维利、甫拉霍诺夫和波日尼亚可夫等人认为，宣传常常指的是向听众传播信息，宣传就是有目的地传播、解释社会生活的规律性、特点和现象的信息、观点和理论。因此，宣传应当着眼于解释人们生活的现实，

“以此来培养人的观点、信念和定势。”这里，他们强调的宣传是一种传播和解释，其目的是培养人。

波兰的心理学家、理论家沃伊塔西克和苏里切夫斯基、马祖列克等人认为，“宣传是对各个社会集团有目的地施加有政治理论依据的、有说服力的影响。借助于这种影响，应当把某种社会政治思想、观点和理论灌输到每一个人的意识中去，以便影响每个人的行为，使之向着所希望的方向发展。”他们强调的宣传是一种有政治理论依据的活动，它的使命是帮助一定的社会阶级实现并巩固其思想、政治和社会的统治。

美国的传播学者、心理学家也给宣传下过定义。传播学者希伯特认为，“宣传学是关于事实的观点和意见的通讯。它不是为了读者，而是为了通讯者的利益，去达到他的某种目的。”另一位传播学者拉威斯威尔认为，“宣传是个人或集团通过有意识地表达意见和行动来影响人们的心理，以达到预期目的。”心理学家巴依诺门认为，宣传就是影响人们的行为，而且要使“每个人觉得他们的行为是由自己支配的；宣传可以操纵群众的行为，而又要使这个群体里的每一个成员还以为他是在按自己意志行事。”巴依诺门的观点，得到著名社会心理学家克列奇和克拉奇菲尔德赞同。他们并对其进行补充和发展。美国学者关于宣传定义的一个重要特点，就是把宣传说成是操纵人的观点，操纵公众舆论。

英国的学者也给宣传下过定义。英国剑桥大学教授巴提莱特说：“宣传是一种影响意志与行动的企图。”英国记者麦肯兹认为，“宣传是舆论的运用。”

在我国，对于什么是宣传，我们可以追溯得更远。我国古代的《左传·僖公二十七年》一书中有这样一句话：“民未知信，未宣其用。”《三国志·蜀·彭羲传》中也说：“先主（刘备——笔者注）亦以为奇，数令羲宣传军事，指授诸将，奉使称意，识愚日加。”这两处传播，实际上就是一种宣传。《魏略·李孚传》更是包含着互相传播之意。书中记载道：“今城中强弱相凌，心皆不定，以为宜令新降为内所识信者宣传明教。”到了近代，对宣传更是有许多解释。伟大的革命先行者孙中山在《革命成功全

赖宣传主义》一文中，曾经这样说过：“感化就是宣传。”萨空了在《科学的新闻学概论》一书中说：“宣传的意义，一应当是把一桩不为一般人所了解的事实或一种现象向一般人详细说明。宣传一定要有根据，宣传的话要不比原来的事实或现象的真实性少一分，但也不能多一分。所以宣传本是一件以先知，知后知，以先觉，觉后觉的工作，并不是坏的事情。”得培汀认为：“宣传的真意应当是：把一些政治主张或事实的真相，加上正确的解释，告诉应当知道这些理论和事实但还未知道的人。”

总之，人们对宣传这一概念的解释，真是千差万别，各种各样。这是由于人们的阶级地位、民族差别以及所处环境决定的。我们不当强求划一，也不可能实现划一。

那么我们究竟应该如何看待“宣传”这种社会现象呢？马克思主义认为，革命理论不会在群众的头脑里自发地产生，需要进行广泛地宣传和灌输。理论只有为群众所掌握，成为他们手中的武器，才能转化为巨大的物质力量。列宁曾经指出：我们的宣传之所以有成效，之所以有成绩，是因为我们所说的是真理。毛泽东曾经说过：“什么是宣传家？不但教员是宣传家，新闻记者是宣传家，文艺工作者是宣传家，我们的一切工作干部也都是宣传家……一个人只要他对别人讲话，他就是在做宣传工作。”^①运用马克思主义的立场、观点和方法，参照社会科学研究领域的最新成果，我们认为，“宣传”就是一部分人运用一定的传播手段，通过一定的方式和途径，向另一部分人灌输、传达某种理论、观点、信念、主张的一种社会现象。例如，我们向人民群众灌输马克思主义，讲解党的路线、方针、政策等，都叫宣传。我们党的宣传工作，就是我们千方百计运用各种手段和方法，把马克思主义和党的路线、方针、政策，灌输、传播给人民群众，被人民群众所接受。

搞清楚了“宣传”的概念，实用宣传学的概念也就随之明朗了。实用宣传学，就是为宣传工作提供有效的理论指导的学问。

^① 《毛泽东选集》四卷合订本，第795页。

它是研究宣传工作怎样进行才能有效，才能被人民群众接受。从而达到宣传目的。可见，我们所要建立的实用宣传学，与一般的宣传理论既有联系，又有区别。其联系在于，它不仅有较高的适用性，而且具有一定的理论性，具有一般宣传理论的特点。其区别在于，它特别强调这种理论的实用性，在揭示一般宣传规律的基础上，着重揭示其实用性。

第二节 实用宣传学的建立及其基础

实用宣传学，是宣传活动和宣传理论研究发展到一定历史阶段的产物，是二者相结合的产物，是对二者的概括、深化和升华。这些就是实用宣传学建立的基础。

宣传活动是人类有目的、有意识、有计划的一种宣传活动，是人类社会的一种普遍现象。翻开历史，我们便可以看到，宣传活动是始终伴随着人类社会的前进脚步而前进的。关于这点，古今中外，概莫能外。

早在原始社会，口头宣传便已经产生。那时候，人们为了协同活动，分食食物，便在共同的劳动和生活中产生了语言。语言的产生，为口头宣传提供了必不可少的工具，使宣传成为可能，人类最初的宣传终于应运而生。

但是，由于原始社会人们尚处于蒙昧状态，所以那时候的宣传，与今天的宣传根本无可匹比：宣传手段极其简单，人们只能用语言和手势来传递信息、沟通思想；宣传内容和形式十分单调、刻板、贫乏，根本不具有多样性和丰富性；受宣传手段、形式和内容决定，再加之时间和空间的严重限制，宣传的规模和效果也都极差。如停滞时间短，转眼即逝；传播范围窄，只能面对面地进行；宣传效果差，接受者极少；等等。

人类社会走出蒙昧时代，进入文明时代。宣传活动也随之由低级向高级发展。文明社会的宣传，无论是在质上还是在量上，都达到了更高的水平。这主要表现在：

1. 宣传需求增强

人们要改造自然、改造社会，就必须加强信息传达和思想交流。而信息传达和思想交流的加强，又直接依赖于宣传效果的提高。因此，人们对社会发展的需要，转化成了对宣传的需要。人们总是企图寻找最有效的手段、方法来传达信息、观念和思想。

2. 宣传手段强化

生产力的发展，带来了生产规模的扩大，社会物质财富的增多，推动着宣传手段的强化。尤其是文字和印刷术的出现和推广，使人类的宣传活动实现了巨大变革，跃迁到了新的阶段。以往宣传手段简单、宣传方式单调、宣传内容贫乏、宣传规模狭小、宣传效果极差的状况，有了很大改观。宣传者可以使宣传通过书报间接进行；被宣传者可以自由地选择和承受宣传。

3. 宣传范围扩大

宣传已经超出生活、生产的小天地，而走进了政治、经济、军事、文化、商业、教育、科学等各个领域。尤其是在政治和军事活动中，人们更是给宣传以巨大重视。这点，无论是在中国，还是在外国，都是如此，无一例外。

4. 宣传理论和宣传艺术得到重视

宣传理论和宣传艺术，是直接为宣传目的服务的。因此，封建社会的宣传家们，已经注意研究和加强这个问题。例如，公元前五至四世纪，欧洲曾出现了一个“智者”学派。为了宣传自己的观点，这个学派收取学生学费，专门传播修辞学、演讲术、争辩术（争论辩驳的艺术）以及辩证法（据理论证的艺术）。在我国，先秦的宣传家们也都极重视宣传的艺术和技能。他们推崇宣传过程中的“信教”，把“信”推为立政之本，力图以“至诚”化民，对“伤人之言”、“淫说”、“荡口”、“戏言”等有碍民信的一概加以革除。他们注重“身教”，认为“其身正，不令而行；其身不正，虽令不从”。把“身教”看成是最有说服力的宣传。他们言必当实，主张“以名举实”，“制名以指实”，以“正名”为务，并“以正名实而化天下”，对于夸大其词的“妄

言”大加鞭挞。他们喜欢用比喻，以人们熟知的事物作比，其目的在于形象化地“使人知之”。

5. 宣传效果得到大幅度提高

宣传需求的增强，宣传手段的强化，宣传范围的扩大，宣传理论和宣传技能的发展，导致宣传效果的大幅度提高。再以春秋、战国时期为例。当时，由于孔子的宣传能够循循善诱，所以使听的人往往“欲罢不能”；墨子的宣传由于具体、实在、可感性强，所以能够引人入胜，使人“深信不疑”，甚至“赴汤蹈火，死不旋踵”；韩非存在语言障碍，口头表达较差，但文章写得很好，富有文字宣传能力，秦始皇读了他著的《孤愤》、《五蠹》后，赞叹不已：“寡人得此人与之游，死不恨矣。”

6. 宣传成为一种职业

宣传活动的蓬勃发展，使得一些人以宣传为职业，专吃“宣传饭”。这点，无论是在中国，还是在欧洲，都表现得十分明显。有人说，宣传作为一种职业，始于基督教。也有人说，始于天主教。我们认为都不准确，起码在欧洲始于“智者”学派，在中国始于先秦，甚至可以追溯得更远。当然，据说“宣传”一词起源于罗马教皇尤本八世（vrdan vjjj）。他曾创立过一个“信仰宣传委员会”（Cossresatieacpropasoda），专为指导宣传教师的行动。完整意义上的“宣传”一词宣告诞生。但是，如同是有了人，然后才有“人”的概念一样，早在“宣传”一词产生以前，宣传活动便早已存在了，作为一种职业便已经存在了，这却是事实。

工业革命发生以后，人类社会发展加快，生产力逐步进入机械化、自动化和电子化的时代，社会各项活动日趋专业化。在这种情况下，宣传也迅速发展为一种社会事业，专门的宣传媒体，如报社、通讯社、出版社、文艺团体相继涌现，大规模发展，宣传活动从此踏入宣传事业阶段，各种宣传机构成为独立行业。特别是广播、电影、电视和录象等现代化方式的出现和普及，使形象宣传大大地膨胀，对社会生活带来巨大影响。据有关资料统