

shijidashezhan

—历届国内外大学生辩论会

辩词  
实录

世纪大舌战

苗补坤 编

下

体现华夏语言魅力  
展示当代学子风采

山西教育出版社  
SHANXIJAOUYUCHUBANSHE

历届国内外大学生辩论会  
—— shijidasheshezhan

辩  
实  
录

# 世纪

# 大舌战

下

苗补坤 编

体现华夏语言魅力

山西教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

世纪大舌战/苗补坤编. —太原:山西教育出版社,1999.6

ISBN 7-5440-1747-8

I. 世… II. 苗… III. 大学生-辩论-文集 IV. 11019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 27881 号

山西教育出版社出版发行

(太原并州北路 69 号)

山西人民印刷厂印刷 新华书店经销

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月第 1 次印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 34

字数: 840 千字 印数 1-10 000 册

定价: 42.00 元

## 编 者 的 话

在党的宣传领导部门和老一辈宣传工作者的热情关怀下，《宣传科学丛书》开始陆续同读者见面了。

本丛书旨在以马克思主义的基本原理为指导，总结我国宣传工作的经验，汲取国内外有关学科的研究成果，本着理论联系实际的原则，研究我国宣传工作的一般规律，以促进宣传工作的科学化，为提高新时期的宣传效果服务。我们竭诚希望本丛书的出版，能促进我国宣传科学的研究，为创建适合我国国情的有中国特色的马克思主义宣传学贡献一份力量。

由于宣传科学在我国是一门新兴的学科，这个领域还有待我们去开拓，许多问题尚需我们去探索。正由于这是一项探索性的工作，本丛书难免会有一些缺点和不足，我们热忱希望广大读者向我们提出宝贵的意见、批评和建议。

《宣传科学丛书》编委会

一九八六年四月

## 中 译 本 序

宣传的对象是人，人就有人的心理活动，就有人的个性心理倾向和个性心理特点。宣传的过程，就是宣传活动与宣传对象的心理活动相互影响、相互作用的过程。因此，在决定宣传内容的深浅与多少时，在选择宣传的方式与方法时，在斟酌宣传的时间与地点时，在考究宣传的技巧与艺术时，都不能不考虑宣传对象的心理活动规律，不能不考虑宣传对象的个性心理倾向和个性心理特点。宣传的效果在很大程度上取决于宣传工作者是不是按宣传规律、尤其是按宣传对象的心理活动规律和个性心理倾向、个性心理特点办事。

那么，宣传有什么规律呢？在宣传过程中，宣传对象的心理活动又有什么规律呢？如何根据宣传对象的心理活动规律和个性心理倾向、个性心理特点来选择相应的宣传内容、宣传方式和办法以获得最佳宣传效果呢？对于这样一些关系到宣传的科学化的重大心理学问题，在我国至今还没有组织一定的力量进行专门的研究，还没有一本我们自己写的适合中国国情的宣传心理学。

宣传心理学自从本世纪三十年代初诞生以来，所有研究并运用研究成果来指导宣传实践的国家，在宣传上都获得了明显的效果。“他山之石，可以攻玉”。为了给我国有志于开创宣传心理学研究的同志提供一些研究的参考资料，为了给我国广大从事实际宣传工作和思想政治工作的同志提供一些取得最佳工作效果的科学方法，我们把著名的波兰心理学家列斯拉夫·沃伊塔西克著的《政治宣传心理学》一书推荐给我国广大读者。

列斯拉夫·沃伊塔西克长期从事心理学在社会主义宣传教育方面的应用研究，近三十年来发表了不少论文，出了许多专著。他的研究成果受到国际心理学界、宣传理论界的好评。我们现在推荐给读者的这本《政治宣传心理学》一书，1981年被译成俄文，由莫斯科“进步”出版社出版，在苏联心理学界产生了较大的影响。苏联心理学博士尤·阿·舍尔科文教授认为，这本书“为专门从事宣传问题研究的社会主义各国学者们共同的研究工作作出了一个突出的贡献”。它“用历史唯物主义的方法去分析宣传过程中的心理因素”，同时“又结合信息论、社会学理论、教育学理论以及其它方面的理论知识进行综合分析”，“为宣传活动提出了一系列崭新的心理学原理，并形成了一定的相当完整的体系”。①如果把本书和其它只把某一理论甚至只把心理学中某一学派的理论（如定势理论）作为唯一理论基础的宣传心理学著作进行比较，我们会感到尤·阿·舍尔科文教授对本书的评论是非常中肯的，正因为如此，我们才挑选这本在社会主义宣传理论的研究上作出了国际性的“突出贡献”的著作介绍给我国读者，而且，在我们看来，从我国社会主义精神文明建设的需要来考虑，本书还有如下的一些特点：

第一，作者从马克思主义的立场、观点出发，把社会主义宣传和帝国主义宣传进行对比研究。这不仅可以帮助我们尤其是帮助青年认清帝国主义宣传的伎俩，提高对各种欺骗性宣传的鉴别力，而且也可以使我们进一步明确社会主义宣传心理学的基本原则，以便今后在开展这一科学研究时有一个正确的方向。

第二，本书对宣传的心理分析比较全面、系统。从口头宣传、直观宣传到综合型宣传，从社会主义宣传到帝国主义的宣传，各种类型的宣传都论述到了；从宣传的最高决策者、宣传员直到不同民族、不同文化知识水平的接受宣传者的心理活动对宣

①引自本书的俄文译本前言。由于该前言不少内容不适合我国具体情况，所以省译了。

传效果的影响都进行了研究；从宣传的信息来源到宣传对象的思想观点发生变化的整个信息的传播、作用过程都进行了探索。因此，本书的适用范围比较广：从中央到地方的党、政、军各级宣传部门的宣传工作者，各企业、各单位的思想政治工作者，从新闻、电影、广播、电视、报社、出版社到陈列馆、各种宣传展览会的工作同志，都可以从本书的相应部分找到可资借鉴的工作原理和方法。

第三，本书引证的材料很丰富。目前世界上有关宣传心理学的理论观点基本上都涉猎了。对有些重要的理论（如等稳性理论、口头宣传中增强的或减弱的论据体系的理论），还作了详细的评介。因此，可以说，本书不仅在学术上有价值，而且在资料方面的价值也是十分宝贵的。

第四，介绍了不少宣传心理学的研究方法和宣传心理学实验研究所获得的科学数据。对于至今还没有把宣传作为一门科学来进行专门研究，只凭传统的经验进行宣传的我国宣传领域来说，这些研究方法，这些科学数据无疑是一阵科学的春风。这阵春风有助于我国宣传科学研究的开展，有助于宣传规律的探索、研究和应用，有助于提高宣传效果，加速社会主义精神文明建设。

但由于宣传心理学呱呱墜地的时间还太短，因此原书第一章因没有多少宣传心理学史的内容可写而显得空泛；第二章理清宣传理论的基本概念及其体系是为以后各章顺利地论证而“正名”，因而还未触及宣传心理学的实质问题，也显得空泛。结构不甚严密，叙述不够简洁。我们曾经产生过把一、二章删掉的念头。但，继而想，一要忠实、尊重原作，二要对读者诚实；本书的优点要介绍，本书的缺点和不足也不应回避、隐讳，所以仅在个别地方作了一些技术性的删节。

九百多年前，宋代伟大的政治改革家王安石，在《游褒禅山记》一文里说过一段发人深省的治学名言：“世之奇伟、瑰怪、非常之观，常在于险远，而人之所罕至焉，故非有志者不能至也。有

志矣，不随以止也”。亲爱的读者，如果你以世间一切成功所必不可少的持之以恒的精神，沿着本书文字的小径坚持走到最后一行，一路上，峰回路转，柳暗花明，你会饱览宣传理论领域中的“世之奇伟、瑰怪、非常之观”，呼吸到那沁人心脾的新兴科学的春风，找到一些可以帮助你提高宣传效果或提高思想政治工作效果的科学方法。

校正译稿，留连忘返。愿更多的读者一同来共享当今世上新兴的科学成果。

是为序。

林之达

一九八五年五月于成都



# 目 录

## 中译本序

<b>第一章 宣传心理学的历史考察</b> .....	( 1 )
第一节 在宣传中运用心理学的必要性.....	( 1 )
第二节 宣传心理学简史.....	( 3 )
第三节 宣传心理学的研究对象.....	( 7 )
<b>第二章 宣传理论的基本概念</b> .....	( 12 )
第一节 宣传体系.....	( 14 )
第二节 宣传.....	( 15 )
第三节 宣传类型.....	( 17 )
第四节 宣传报道.....	( 18 )
第五节 宣传渠道.....	( 18 )
第六节 宣传手法.....	( 19 )
第七节 宣传工具.....	( 20 )
第八节 宣传的种类.....	( 22 )
第九节 宣传方法.....	( 24 )
<b>第三章 心理学成果在宣传中的利用</b> .....	( 25 )
第一节 帝国主义宣传体制对心理学的利用.....	( 26 )
第二节 社会主义宣传体制对心理学成果的利用 .....	( 43 )
<b>第四章 宣传渠道的心理学模式</b> .....	( 56 )

第一节	宣传是特殊的信息过程和认识过程·····	( 57 )
第二节	宣传渠道的心理学模式·····	( 61 )
<b>第五章</b>	<b>口头宣传的心理分析·····</b>	<b>( 81 )</b>
第一节	口头宣传的一般特征·····	( 82 )
第二节	影响口头宣传结构和性质的心理因素 ·····	( 85 )
第三节	影响宣传演讲效果的外在因素·····	( 111 )
第四节	宣传演讲过程中注意的心理问题·····	( 114 )
<b>第六章</b>	<b>直观宣传的心理分析·····</b>	<b>(120)</b>
第一节	直观宣传的概念、手段和心理特点·····	( 121 )
第二节	直观宣传报道的信息“编码”·····	( 128 )
第三节	直观宣传报道陈列的组织·····	( 141 )
第四节	有效地领会直观宣传报道的一般心理学 原则·····	( 146 )
<b>第七章</b>	<b>定势的心理结构以及在宣传影响下定势的 变化过程·····</b>	<b>(152)</b>
第一节	思想、社会和政治定势的确切定义·····	( 153 )
第二节	定势的心理结构·····	( 156 )
第三节	对定势的评述·····	( 158 )
第四节	定势与行为·····	( 161 )
第五节	宣传影响下定势的变化·····	( 163 )
<b>第八章</b>	<b>宣传活动的心理学原则·····</b>	<b>(177)</b>
第一节	说服原则·····	( 178 )
第二节	宣传活动的迅速原则·····	( 184 )

第三节	利用现实事件的原则.....	( 186 )
第四节	对事实进行适当解释的原则.....	( 187 )
第五节	满足人们信息需要的原则.....	( 189 )
第六节	宣传活动个性化的原则.....	( 192 )
译校后记	.....	(195 )

# 第一章 宣传心理学的历史考察

对宣传心理学的一些问题进行深入的理论研究，须得先从探讨与宣传有关的一系列极普通的问题着手。

我们从事宣传心理学的研究，应当论证在宣传领域中从事心理学研究的必要性，应当考察宣传心理学的发展历史，应当确定它在心理学及其它各分支学科中的地位。

## 第一节 在宣传中运用心理学的必要性

在社会主义制度下，宣传是调节社会关系的重要手段之一。这种调节，特别要通过造成社会定势或通过造成社会定势与个人意向的结合来实现。社会定势表现为人们对社会变革，对一定的政治、经济和其它现象的态度。因此，当前进行的宣传是培养人们的社会主义意识，为建设和巩固社会主义而斗争的武器，是向社会广大群众解释党的政策和党的思想体系的基本手段之一。社会主义的宣传是党和人民之间的对话形式，也是必要的信息传播形式。宣传活动的这些目的，在很大程度上要借助于对分属不同社会集团的千百万人有影响的大量信息和宣传手段才能达到。宣传是发挥政治影响的最重要的工具，应当把大量的所有的专门手段

都利用起来，并且应当成为科学分析和实验研究的对象。

许多学科的科学成果都能够而且也应当在宣传中加以利用。在这些学科中心理学和社会学占有主要的地位。心理学给人们提供关于人的心理结构的知识，这种知识使得人们能正确地采取适合这种心理结构的宣传形式和宣传方法；而社会学则给人们提供作为宣传对象的那些社会集团的结构和职能的知识。

现在被广泛采用的宣传手段和宣传方法只不过是凭宣传工作者心理上直觉和他们多年来的经验办事。但是，要用科学的方法组织劳动和进行管理，社会过程才能得以完善。而完善社会过程的原则是：最有效地利用人力和财力。因此，可以说群众的宣传活动必须加以完善才能使宣传收到最大效果。

从这种观点来看，就完全可以理解现在的一些宣传专家为什么对社会学和心理学表现了那么大的兴趣，因为在所有心理学学科中最适用于宣传的要算社会心理学了。

五十年代末和六十年代初，社会主义各国对运用社会心理学于宣传更感兴趣。全苏心理学学会第二届代表大会全体会议（1963年6月24日）的报告中指出，社会心理学的任务在于：“对各种社会集团中占优势的心理现象进行研究，揭示出心理现象形成的规律性（舆论、情绪、兴趣等等）……对不同集体从思想上施加影响的各种形式的效果进行对比研究，对促进人们团结，提高人们创造的积极性的各种因素也进行对比研究。”苏共中央机关的理论刊物《共产党人》颇为重视对此问题的讨论。在刊登的许多文章中，有一篇文章把社会心理学在宣传工作中的任务加以具体化了。文章的作者写道：“所有的讨论，所有的宣传鼓动工作都有着的社会心理的一面。广大群众的组织者，党和工会的工作人员都应当用社会心理学知识武装起来……共产党人更能够也更应当在现代科学的水平上灵活地研究群众心理，了解口头宣传与榜样的力量影响人们的情绪、感情、行为的规律性，以促进主要目的的实现，即发展群众的共产主义世界观。”

波兰的一位心理学家舍夫丘克在谈到宣传活动中运用心理学的成果的必要性时强调指出：“人们在许多著作中都谈到的宣传心理学还没有取得一门独立学科的特征。如果把造就人的过程都广泛地理解为教育过程，那么，灌输某种观点，造成某种舆论的宣传心理学也可以归入教育心理学。但是，如果考虑到二者的目的的不同以及存在着一些原则差别，那么，归入教育心理学未必站得住脚。而这些不同的目的，不同的原则差别是特别重要的。研究人们阅读报刊、收听广播、感知一切宣传形式（除艺术性的和教育性的形式以外）时的心理过程……也就是在研究应用心理学在宣传方面的问题。如果说，宣传心理学还不是一门独立学科的话，那只是因为还没有人对这门学科作过充分仔细的分析，还没有确定这门学科所独具的研究方法。”

从上面的片语只字中就可以看出，深入细致地研究宣传心理学问题是何等的必要啊！在使用新的宣传形式和新的技术手段使宣传影响扩大的情况下，这样的深入研究会大大提高宣传的效果。

当谈到心理学在宣传中的作用时，不要认为它是克服宣传活动中一切困难的唯一手段。心理学不能取代宣传中的任何东西，它只是有助于正确地组织宣传活动增大其效果。

## 第二节 宣传心理学简史

一般说来心理学的历史是“古老而又年轻”。但是，说到宣传心理学的历史，那就困难了。就是说，必须深入研究以便证明心理学从何时起，以何种方式起着造舆论的作用。而心理学被人们无意识地在宣传活动中加以运用，无疑已经有很长一段历史了。

早在二十世纪初，在宣传中就有人试图有组织地科学地运用

心理学了。那时，社会心理学开始作为一门独立的学科分离出来。著名的德国心理学家彼·冯特是首先对社会心理学问题进行实验研究并把研究成果运用到实际中的学者之一。他写道：“完全有必要把群众的心理作为系统的实验研究对象，唯其如此，我们才能恰如其分地解释群众心理现象。问题不仅仅在于只是在理论上要加以认识，而且首先要把它结论运用到政治、法律、教育、经济领域的实际中去。”冯特据此提出了社会心理学研究纲要，并把在政治领域中运用研究成果放在首位。

冯特的思想得到许多研究工作者的支持，这方面的实验进行得相当广泛，在美国尤其是如此。此外，在各种作用（其中包括宣传作用）的影响下与各社会集团行为有关的问题也提到了首位。

在这些研究中，社会定势和社会评价占有特殊的地位。许多心理学家使用调查询问和统计方法制订了许多灵活的“定势指标”，对各种政治、社会、经济和世界观问题进行研究。这样，便产生了以社会心理学为基础研究宣传效果的科学方法。

美国在三十年代对宣传心理学方面进行的研究已取得了一定的成果。一九三一年发表的乌·拜德尔的论文可以说是第一次把宣传心理学作为专门学科提了出来。著名的资产阶级宣传理论家列·马·杜布编写了第一本宣传心理学教科书，他在许多著作中对宣传心理进行了更加广泛的综合研究。他在五十年代出版的一部著作中，仍然把宣传心理学问题提到首要位置。他的著作涉及的主要问题包括：群众性宣传影响手段的心理分析，宣传内容的感知问题，宣传工作者的个性心理特点以及其他一些专门问题。

第二次世界大战期间美国对宣传的研究有了进一步发展。有关在美国军队中进行宣传所起的作用的大量经验材料、有关盟军对战败国（即德、意、日轴心国）、盟国和中立国的宣传效果的大量经验资料都收集起来了。战争一结束，一些著名的社会学家、心理学家、宣传理论家（如霍夫连德，拉托尔斯费尔德，杜

布，莱苏海尔）对宣传和宣传心理学问题进行了更深入细致的科学分析研究。撰写了不少宣传理论专著，特别是宣传心理学专著。随着时间的流逝，在美国探讨宣传理论和实践并内含有专门的心理研究的著作与日俱增。

当前美国研究工作的特点在于注重对宣传的局部的技术性细节，对深入个人意识的途径进行探讨。当然，这首先与帝国主义宣传的欺骗性是有联系的。宣传内容是经过周密分析的。分析达到如此之细，以至从宣传报道的理论体系，“赞同”和“反对”的论据，形成结论的条件和方法，到情绪激动对领会宣传内容的影响等等都涉及到了。宣传影响有赖于对个人的社会性（教育水平、社会出身、从属于什么社会制度）进行细致地研究这点也考虑到了。从事这些研究的目的在于正确地制订宣传方法，以便可以在任何时候、任何地方把人们的意识纳入预定的轨道。耶鲁大学的科学研究人员撰写的著作对宣传心理学作了这种典型的阐述。这些专著有它一定的意义，可以说，从中可以获得很多有助于了解宣传的知觉结构的有价值的资料。许多重要的宣传方法也是根据这些著作制订出来的。问题仅仅在于抱什么样的社会政治目的来利用这些研究成果。

不仅美国人在研究宣传心理，其它国家的心理学家也在研究。在德国的文献资料中就有试图借助于大量的信息手段对宣传的心理学问题进行的概述。有一位名叫戈·马里茨基的作者认为，应当把宣传心理学问题分为两级：第一级是研究群众宣传机构的活动（其中包括广播和电视）的心理学；第二级是研究宣传人员借助于大量的信息手段，在编写、传递、解释宣传报道过程中的作用。意大利心理学家加洛也作过类似的尝试。

如果说美国宣传心理学优先考虑的是技术方面的问题而且至今重视的也是这方面的问题的话，那么，苏联的宣传心理学则更加注重社会心理结构的研究，更加注重对各社会集团进行宣传活动的效果的研究。



苏联心理学界最早专门讨论宣传问题，是在二十年代末和三十年代初发表的诸如《军事心理学与政治工作》、《马克思主义心理学及其在红军的军事训练和政治工作中的运用》等一系列论文中。这些论文的主题大都与军事活动特别是与战士的思想政治训练中的宣传心理学问题有关。但是这些论文的原理都太一般化，而且也太抽象。

六十年代是苏联心理学家们对宣传问题倍感兴趣的时期。苏联心理学界对这个问题，首先是对宣传活动的社会心理制约问题进行了广泛的讨论。尤·阿·谢尔科维的《论宣传活动中若干社会心理问题》，格·德·达丘克的《论普及性宣传的理论和实践问题》等论文和专集，运用马克思主义对宣传中的心理学问题进行了认真的探讨。七十年代初出版了苏联学者集体撰写的专著《论社会心理学与宣传问题》以及依·乌·罗惹甫的《信息论及其在宣传中的意义》，对开展群众宣传、运用信息论和模式分析方法以及宣传活动的心理实质进行了中肯的分析。

在两次世界大战之间的那段时期，波兰学术界只有阿·苏别尔写的在军队中进行宣传的不长的报道，其中有类似心理研究提纲的东西。在彼·巴里宁斯基和彼·马可夫斯基的著作中可以见到某些心理学的倾向。战后则出现了一些宣传心理学的专著，其中首推阿·列维茨基的长篇论文。这篇论文对宣传的心理学方面的问题进行了一般性的讨论。作者以美国学术界的理论为依据，对宣传活动的心理作用和宣传的内部心理活动进行了考察，提出了进行宣传活动必须和人的心理需要协调起来的科学原则。卢卡舍夫斯基依据霍夫连德等人的研究成果，对宣传者——宣传——被宣传者感受系统的各因素之间的关系进行了心理分析。在波兰出版的论述宣传的理论和实践的专集中有马士舍维奇论宣传的心理学原则的论文。作者特别注意被宣传者个人感知与宣传报道的联系问题。