

· 宣传学小丛书 · 宣传学小丛书 ·  
XUAN CHUAN XUE XIAO CONG SHU

# 宣传心理学原理



四川人民出版社

## 《宣传学小丛书》编委会

**主 编** 宋锡仁

**副主编** 邓星盈 卢仁声

**编 委** 宋锡仁 邓星盈 卢仁声

兰运蜀 向在仁 张如兰

张凤山 刘平斋 马富武

张根发 刘平安

## 序 言

宋锡仁

“有的放矢”，是毛泽东同志对宣传思想工作最基本的要求。宣传思想工作要真正做到有的放矢，一个重要因素，就是必须运用心理学原理，去研究人们的心理现象及其活动规律。只有正确把握受传者的心理状态和个性特征，才能够有针对性地、富有成效地影响人们的思想和行为，使宣传工作取得预期的效应。因此，宣传心理学应该是宣传思想工作的一门必修课程。

在我国，运用心理学原理研究宣传活动中的心理问题，虽已开始为人们所重视，但迄今还没有出现这方面的系统的研究成果。为了适应当前进一步提高宣传队伍专业素质的需要，我们得到西南师范大学党、政领导部门的积极支持，约请该校心理学教授曾欣然同志牵头，组织我省心理学工作者和宣传工作者协作，共同撰写了这部《宣传心理学原理》。这部专著不仅填补了国内这个领域的空白，更重要的是对促进宣传工作科学化，将产生积极的作用。我诚挚地将它推荐

给宣传战线的同志们。

由于宣传心理方面的科学研究在我国刚刚起步，社会主义宣传心理学更是一门正在创建的新学科。因此，这本书所建构的宣传心理学框架，只是对这门学科体系的一个尝试。当前宣传活动中的诸多心理学问题，虽已被该书的作者提出来了，但是，要确切揭示宣传心理规律，建立有中国特色的社会主义宣传心理学理论体系，尚需继续努力。我深信，只要广大从事宣传理论工作和实际工作的同志们密切配合，共同探讨，宣传心理学这枝宣传科学园地里的新葩，必将竞相开放。

1990年7月1日

# 目 录

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| <b>第一章 绪论</b> .....                | 1   |
| 第一节 宣传心理学的研究对象 .....               | 2   |
| 第二节 宣传心理学的任务和内容 .....              | 4   |
| 第三节 研究宣传心理学的意义 .....               | 7   |
| <b>第二章 宣传心理学对人的研究</b> .....        | 10  |
| 第一节 人是社会主体 .....                   | 11  |
| 第二节 社会主体历史发展的新特点 .....             | 29  |
| 第三节 社会主义宣传是社会主体的互动活动 .....         | 35  |
| <b>第三章 宣传活动与社会心理</b> .....         | 39  |
| 第一节 活动与宣传活动 .....                  | 39  |
| 第二节 宣传活动的社会心理基础 .....              | 52  |
| 第三节 宣传活动中的社会心理效应 .....             | 59  |
| 第四节 宣传活动中的社会心理功能 .....             | 73  |
| <b>第四章 确定宣传目标与选择宣传信息的心理学依据</b> ..  | 87  |
| 第一节 确定宣传目标的心理学依据 .....             | 87  |
| 第二节 选择宣传信息的心理学依据 .....             | 98  |
| 第三节 影响确定宣传目标和选择宣传信息的<br>心理因素 ..... | 108 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| <b>第五章 宣传者的角色意识和角色实现</b> ..... | 123 |
| 第一节 宣传者角色意识的基本内容 .....         | 125 |
| 第二节 宣传者角色实现的心理特点 .....         | 128 |
| 第三节 宣传者的领悟心理活动 .....           | 132 |
| 第四节 宣传者的传播心理活动 .....           | 136 |
| 第五节 宣传者角色意识的培养 .....           | 141 |
| <b>第六章 受传者的接受心理分析</b> .....    | 143 |
| 第一节 接受宣传的心理结构 .....            | 143 |
| 第二节 接受宣传的心理活动规律 .....          | 159 |
| 第三节 知识转化为信念和行为的心理机制 .....      | 166 |
| 第四节 受传者接受宣传的心理障碍 .....         | 176 |
| <b>第七章 宣传交往的心理分析</b> .....     | 181 |
| 第一节 宣传交往概述 .....               | 181 |
| 第二节 语言宣传交往 .....               | 186 |
| 第三节 非语言宣传交往 .....              | 194 |
| 第四节 宣传交往成功的心理条件 .....          | 200 |
| <b>第八章 大众传播的心理学分析</b> .....    | 206 |
| 第一节 大众传播概述 .....               | 206 |
| 第二节 大众传播与社会舆论 .....            | 210 |
| 第三节 大众传播与个体社会化 .....           | 219 |
| 第四节 大众传播与流言、谣言 .....           | 223 |
| <b>第九章 宣传教育效果的测评</b> .....     | 236 |
| 第一节 心理测评的基本原理 .....            | 237 |
| 第二节 宣传教育效果测评的指标 .....          | 246 |
| 第三节 宣传教育效果的测评方法 .....          | 253 |
| 第四节 测评中的心理效应与调控 .....          | 267 |

---

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第十章 宣传教育活动的心理学原则..... | 274 |
| 第一节 认知导向原则.....       | 274 |
| 第二节 情感沟通原则.....       | 280 |
| 第三节 指导实践行动原则.....     | 286 |
| 第四节 社会主体互动原则.....     | 290 |
| 后 记.....              | 295 |

---

## 第一章 绪 论

---

宣传是政治性、理论性、实践性很强的意识形态领域的社会信息型活动。社会主义宣传是传播、发展马克思主义理论体系，批判资本主义、封建主义学说，形成人们社会主义、共产主义意识和态度的社会信息型活动。社会主义宣传学是研究、总结我们党的宣传活动的经验、探索社会主义宣传活动规律的一门综合性、应用性的交叉科学。

宣传心理学属宣传学体系中的一个分支学科。在心理学体系中属于应用心理学范畴。社会主义宣传心理学，运用心理学（特别是社会心理学、教育心理学、德育心理学、美育心理学等）理论、分析、研究社会主义宣传活动中人的心理活动规律的科学。目前我国宣传心理学还是亟待建立的一门新兴科学。那么，这门新兴科学研究对象是什么？有哪些主要内容？国际、国内研究的现状如何？学习、研究宣传心理学到底有什么意义？这就是本章将着重探讨的问题。



## 第一节 宣传心理学的研究对象

研究任何一门科学，必须把该门科学的研究对象抓准搞清楚。毛泽东同志在《矛盾论》中指出：“科学研究 的 区 分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一矛盾的研究，就构成某一门科学的“对象”。

宣传心理活动领域的特有矛盾是什么？要真正找准它，并不是一件容易的事，需要用科学的方法去探索。当前，国内一些学者对宣传心理学的研究对象有下列几种提法：

1. 宣传心理学研究的对象是宣传过程。即宣传者一宣传一被宣传者这样一个完整的过程。这个过程是可逆的、反馈的。①

2. “宣传心理学的研究对象是宣传活动的心理现象及其规律”。②

3. “宣传心理学是研究宣传对象心理活动的规律以及宣传活动对宣传对象如何产生效果的规律的科学的。”③

上述几种提法，都明确指出了宣传心理学研究对象的范围是宣传领域的心理活动。但是，研究宣传领域中的什么心理活动？看法不一致。有的主张研究宣传者一宣传一被宣传

① 孔令智主编《社会心理学概论》，天津人民出版社1988年版，第507页。

② 孙非、金镑主编《社会心理学词典》，农村读物出版社1988年版，第298页。

③ 费穗宇、张潘仕主编《社会心理学辞典》，河北人民出版社1988年版，第220页。

者的完整过程”。有的则主张研究“宣传活动的心理现象及规律”。至于宣传心理活动的特殊矛盾是什么？都未明确指出。但从表述中分析，可以看到，有的人强调宣传者，宣传、被宣传者之间的矛盾。有的人则强调了宣传对象心理活动与宣传活动之间的矛盾。宣传活动中，这些矛盾的确存在。但是，这些矛盾是不是宣传心理的主要矛盾，是不是决定宣传心理学研究对象的特殊矛盾，就值得进一步思考了。

要弄清宣传心理的主要矛盾，首先必须弄清宣传活动是一种什么样的活动，宣传活动是一种社会意识领域的精神活动。这种活动的基本任务是促进社会意识与个体意识的相互转化，相互促进发展，因此，社会意识与个体意识的矛盾才是贯穿全部宣传过程中的主要矛盾。它决定着宣传心理学研究对象。宣传者，受传者及宣传内容，形式、手段等，只是宣传活动的构成要素。它们之间的矛盾，实际上都贯穿着社会意识与个体意识的矛盾。社会意识与个体意识的相互转化，相互促进发展，体现着宣传心理活动发展的基本规律，根本目的。但宣传者与受传者的地位、作用、职责并没有转化。仅仅是宣传者按社会要求，有目的有计划地传播社会意识。促进受传者接受，领会这种社会意识，使之成为受传者的个体意识。受传者又以个体意识指导、调节、支配、控制自己的社会行动，产生一定的社会效果，改变人与人、人与己的社会关系，同时又反过来丰富、充实、补充社会意识。可以说，宣传心理学，就是研究一定的社会意识与人的个体意识相互转化，相互促进发展过程中的心理活动。宣传心理学的任务，就是揭示宣传过程中社会意识与人的个体意识相互转化的、相互促进发展的心理活动规律。可以说，宣传心

理学，就是研究宣传过程中社会意识与个体意识相互转化的心理活动机制和规律的科学。

## 第二节 宣传心理学的任务和内容

### 一、宣传心理学的任务

宣传心理学是研究宣传过程中社会意识与个体意识相互转化的心理活动的机制和规律的科学。它的根本任务就是揭示宣传工作中的心理活动机制和规律，为党的宣传工作服务。

根据社会主义宣传工作的特点，分析宣传工作中各个要素相互联系、相互作用的心理活动机制，主要应揭示下列宣传环节的心理活动规律：

1. 宣传管理者（领导者）领导、组织、管理宣传工作的心理素养、心理结构及心理活动规律。

2. 宣传者（宣传执行者）接受宣传任务，领悟宣传目标，确定宣传信息，传播宣传内容，选择宣传形式、方法、测评宣传效果等工作中的心理素养，心理结构及心理活动规律。

3. 受传者（宣传对象）接受宣传内容、指导社会实践的心理素养、心理结构及心理活动规律。

4. 宣传进行过程中，宣传管理者、宣传执行者、受传者相互交往、相互作用的心理活动规律。

5. 宣传过程中，贯穿全过程的宣传心理的基本规律等等。

上述宣传心理活动规律在实际宣传工作的灵活应用，使

之为提高党的社会主义宣传工作的效果提供心理科学根据，保证党的社会主义宣传工作的顺利进行，是宣传心理学的现实任务。从理论上弄清社会主义宣传活动的心理机制和规律，建立具有中国特色的社会主义宣传心理学体系，为党的宣传工作的成功进行提出一整套既有宏观指导性又有实际操作性的宣传心理学原则、策略和方法，这是宣传心理学的理论任务。

## 二、宣传心理学的内容

科学的内容体系是该门科学研究对象矛盾展示的逻辑体现。研究对象的矛盾运动是确定科学内容体系的客观依据。

由于宣传心理学是一门新兴科学，对宣传心理活动的矛盾运动的规律的揭示还不充分，不深刻。目前，宣传心理学内容，还没有公认的体系。波兰心理学家列·沃伊塔西克在《政治宣传心理学》中，提出了宣传心理学应该研究的主义问题是：

1. 对各种类型的宣传活动进行一般的心理分析；
2. 与心理需要相适应的宣传报导模式；
3. 研究社会政治观点的心理学问题；
4. 使用宣传手段的心理作用问题；
5. 与宣传者个人有关的心理学问题；
6. 对宣传效果进行心理学分析；
7. 对被宣传者进行心理分析；
8. 制定宣传作用有效性的心理学原则。

以上八个方面的内容，对宣传心理学的一般过程、内容、手段、宣传者、受传者等等，都涉及到了，对宣传心理学的内容建设，有可贵的参考价值。同时，可以看到，这八

个方面的内容，尽管从横向视角看，包揽了宣传心理学研究的诸多方面，但是，总感比较零散，缺乏纵向的联系，很难体现宣传心理活动之间的内在逻辑联系。

科学理论体系内容是客观事物运动发展内在规律的反映。根据研究，社会主义宣传心理学的内容体系，宜以宣传过程中社会意识与个体意识的心理矛盾的相互转化、相互促进发展的程序为客观依据，以宣传教育为主线，即以马克思主义育人为主线，揭示宣传育人的心理活动规律。据此，我们设想，社会主义宣传心理学的主要内容是：

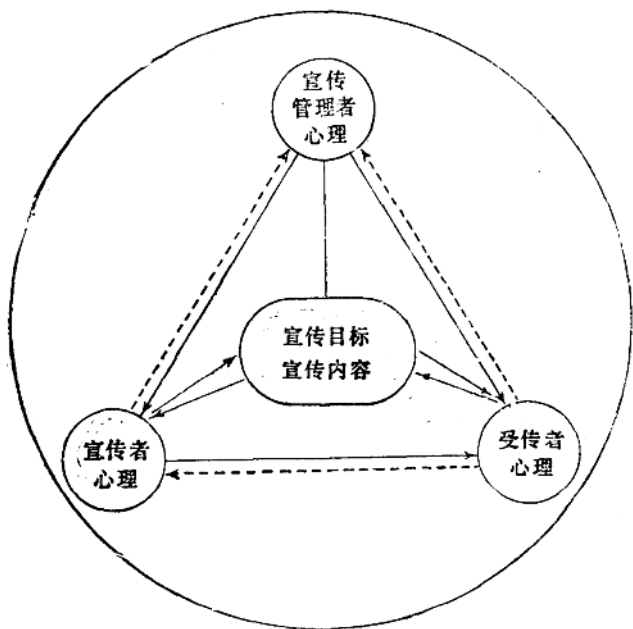
1. 宣传心理活动的基本原理。主要阐述宣传心理学对人的考察研究和宣传活动与社会心理的研究。

2. 宣传过程中主要要素的心理活动。主要阐述宣传管理者确定宣传目标、选择宣传心理信息的心理学原理；宣传者角色意识与角色实现；受传者接受心理。

3. 宣传交往中的心理活动原理。主要阐述宣传交往心理的相互作用；宣传策略的心理分析；大众传播的社会心理。

4. 宣传效果的测评与原则。包括宣传效果的心理测评和宣传教育的心理学原则。

以上诸方面阐述的宣传心理学的内容，反映了宣传心理活动的内部动态系统。这个系统以实现宣传目标为中心，以促进宣传内容在人脑之间、人脑之中相互转化的心理活动为基本线索。它的子系统又可分为确定宣传目标内容的心理、宣传管理者心理、宣传者心理、受传者心理、宣传交往心理等。它们之间的内部联系，如图所示。



### 第三节 研究宣传心理学的意义

我们根据对宣传心理学研究对象、研究任务及研究内容的初步阐述，已经可以确信，宣传心理学是研究宣传过程中社会意识与个体意识相互转化的心理活动机制和规律的科学。学习、研究宣传心理学，无论对党的社会主义宣传工作者自身素质的提高，还是对提高宣传效果、实现宣传工作科

学化，都具有重要的理论意义及迫切的现实意义。

### **一、研究宣传活动中的心理规律是宣传工作现代化、科学化的需要**

宣传是—定阶级、政党、国家、社会集团通过专兼职宣传工作者，有意识地传播自己的理论、观点，影响受传者的思想、行为，使之朝着预期的方向发展的社会交往活动。在这种活动中的基本环节、主要因素，都涉及人的心理活动。学习、研究宣传活动中的心理规律，有助于我们准确地掌握人们在宣传活动中的种种心理反映，提高宣传工作的科学性、预见性、针对性、有效性及战斗性。遵循人的心理活动规律进行有效的宣传，这是当今宣传工作现代化、科学化所必须的。

### **二、研究宣传心理学是提高宣传者心理素养和提高宣传艺术的需要**

社会主义宣传工作者，是社会主义精神产品的生产者、传播者，社会舆论的导向者，党的方针、政策的阐述者，人民群众积极性、创造性的鼓动者，马列主义真理的捍卫者，这就要求要有相当高的素养。宣传活动是极为复杂的社会精神领域的活动，在全面提高宣传工作者政治素养、理论素养、宣传业务水平过程中，还必须把提高宣传工作者的宣传心理素养及宣传策略艺术，摆在重要的地位。

### **三、研究宣传活动的心理规律是当代宣传理论建设亟待开发的问题**

我们党把马列主义与中国革命实践相结合走出了一条中国式的社会主义道路。党—诞生，就充分认识到了宣传教育工作的重要作用。党的70年历史表明，党的宣传工作，对中国

革命的胜利、对中国社会主义建设的发展，都作出了巨大的贡献，同时也积累了一套优良传统，丰富的宝贵经验，这是我党建设具有中国特色的社会主义宣传理论的实践基础。

在分析，总结党的优良传统及宝贵经验的过程中，怎样运用现代心理科学的基本原理，运用现代心理科学的科学研究方法，归纳、提炼、概括宣传的心理活动机制和规律，仍是一个崭新的课题，有许多亟待开发的新领域需要我们去探索、去发现。迄今为止，在国内，还没有一本对此进行专门研究的理论专著。因此，在党的领导下，广泛组织宣传工作者、宣传理论工作者，共同研究探索宣传活动的心理规律，对于攻下这道难关，攀登宣传科学高峰，具有深远的意义。



## 第二章 宣传心理学对人的研究

---

宣传是由代表一定的阶级、政党、国家、社会团体的宣传者，有意识地按照社会的某种要求，传播一定的理论、观点，影响受传者的思想意识、行动，使之朝着预定目标发展的社会交往活动。在组成这种宣传的社会交往活动的要素中，宣传管理者、宣传者、受传者，都是现实社会的活生生的人。因此，对人怎么理解，这是研究人的科学不可回避的基本理论问题。宣传心理学是研究宣传活动中人的心理问题的科学，对人的理解理所当然的是其必须首先回答的根本问题。马克思曾说：“思想根本不能实现什么东西。为了实现思想，就要有使用实践力量的人。”<sup>①</sup>可见，要研究宣传心理学，应首先对人有科学的认识和理解。

马克思说过：“我们看道，工业的历史和工业的已经产生的对象性的存在，是一本打开了的关于人的本质力量的书，是感性地摆在我们面前的人的心理学；对这种心理学人们至今还没有从它同人的本质的联系上，而总是仅仅从外表的效用

---

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯全集》第2卷，第152页。