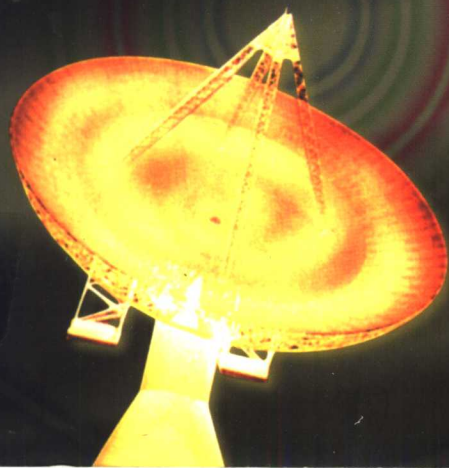


于文书 著

XUANCHUAN
MEIXUE

XUANCHUAN
宣传美学
MEIXUE



人民出版社

宣传美学

人民出版社

责任编辑:郇中建

装帧设计:曹 春

版式设计:程凤琴

图书在版编目(CIP)数据

宣传美学/于文书著.

-北京:人民出版社,1999.6

ISBN 7-01-002998-9

I. 宣…

II. 于…

III. 宣传-美学

IV. G241.1-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 11134 号

宣 传 美 学

XUANCHUAN MEI XUE

于文书 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京冠中印刷厂印刷 新华书店经销

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月北京第 1 次印刷

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32 印张:10.5

字数:240 千字 印数:1-5,000 册

ISBN 7-01-002998-9/B·244 定价:16.00 元

目 录

一、宣传美学的时代意义	(1)
(一)宣传的本质	(1)
1.宣传的含义	(2)
2.宣传是多学科的综合	(4)
(二)宣传的社会职能	(5)
1.灌输职能	(5)
2.导向职能	(7)
3.塑造职能	(8)
4.激励职能	(10)
(三)宣传美学建立的基础	(11)
1.新的历史时期呼唤宣传美学	(11)
2.宣传美的普遍存在为宣传美学奠定了坚实的基础	(14)
3.马克思主义哲学为宣传美学奠定了理论基础	(16)
(四)宣传美学的研究对象及意义	(18)
1.宣传美学的研究对象	(18)
2.研究宣传美学的意义	(19)
(五)宣传美学的研究方法	(21)
1.借鉴美学研究的历史经验	(21)
2.坚持理论联系实际的方针	(22)
二、宣传美的本质与特性	(24)
(一)对美的本质的认识过程	(24)

1. 客观论	(25)
2. 主观论	(26)
3. 客观与主观统一论	(26)
(二) 宣传美的本质	(28)
1. 宣传美的根源在人类社会实践	(29)
2. 宣传美是内容和形式的统一	(32)
3. 宣传美是情与理的渗透	(33)
(三) 宣传美的特性	(37)
1. 真理性	(37)
2. 形象性	(40)
3. 感染性	(44)
4. 愉悦性	(47)
三、宣传的内容美	(51)
(一) 宣传内容是宣传工作的首要问题	(51)
(二) 宣传内容美的基本要求	(52)
1. 宣传内容要具有科学性	(52)
2. 宣传内容要具有进步性	(59)
3. 宣传内容要具有强烈的时代性	(63)
(三) 宣传内容美的具体表现	(66)
1. 以科学的理论武装人	(68)
2. 以正确的舆论引导人	(77)
3. 以高尚的精神塑造人	(83)
4. 以优秀的作品鼓舞人	(100)
四、宣传的形式美	(110)
(一) 宣传形式美的一般特征	(110)
1. 扼要而不空洞	(112)
2. 精当而不晦涩	(114)

3. 鲜明而不尖刻	(115)
4. 生动而不浮华	(117)
5. 通俗而不浅陋	(120)
6. 新颖而不猎奇	(122)
(二) 文字宣传的美	(124)
1. 文字宣传的类别及其作用	(124)
2. 文字宣传美的表现形式	(131)
(三) 口头宣传的美	(163)
1. 演讲的技巧美	(164)
2. 谈心的技巧美	(192)
3. 对话的技巧美	(204)
(四) 形象宣传的美	(210)
1. 电影、电视宣传的美	(211)
2. 音乐宣传的美	(217)
3. 绘画、摄影宣传的美	(223)
4. 戏剧宣传的美	(228)
5. 文学宣传的美	(233)
6. 广播宣传的美	(244)
五、宣传的环境美	(249)
(一) 环境在宣传工作中的重要作用	(249)
1. 人的思想是对客观环境的反映	(250)
2. 人的思想受到客观环境的制约	(251)
(二) 宣传环境美的创造	(255)
1. 宣传环境美的基本特征	(255)
2. 创造美的社会心理环境	(258)
六、宣传美感	(264)
(一) 宣传美感的本质与特性	(264)

1. 宣传美感是对宣传美的能动反映	(268)
2. 宣传美感中感性和理性的统一	(270)
3. 宣传美感中愉悦性和功利性的统一	(274)
4. 宣传美感中情感和认识的统一	(276)
(二) 宣传美感的心理基础	(278)
1. 感知	(278)
2. 想象	(283)
3. 联想	(291)
4. 思维	(296)
七、宣传工作者的审美修养	(302)
(一) 学习马克思主义美学理论	(302)
(二) 培养较强的审美能力	(306)
1. 培养丰富的审美感受能力	(306)
2. 培养敏锐的审美鉴别能力	(309)
3. 培养较强的审美创造能力	(313)
(三) 塑造自身美的形象	(318)
1. 思想美	(320)
2. 情操美	(322)
3. 语言美	(324)
4. 行为美	(324)
后记	(326)
主要参考书目	(328)

一、宣传美学的时代意义

任何科学的诞生都是以实际需要为前提的。宣传美学的诞生就是如此。

随着改革开放的深入发展,宣传工作的地位和作用愈来愈显得重要。在社会主义市场经济条件下,如何改善和加强宣传工作,使其更好地发挥作用,是摆在宣传工作者面前的一项迫切任务。1994年1月,李鹏同志在全国宣传工作会议上强调指出:“宣传思想工作的各个部门要结合自身特点,认真总结经验,创造性地开展工作,积极探索社会主义市场经济条件下宣传工作的新方法,把健康向上的内容和尽可能完美的表达形式结合起来,努力形成自己的特点和风格。”李鹏同志的这段话,给我们提出了一个十分重要的课题:宣传思想工作要注重实效,要在内容和形式上给人以美感,从而使人喜闻乐见。把美学同宣传学结合起来,建立一门宣传美学,是对宣传工作审美化、艺术化的探索,是对宣传美等一系列问题进行系统研究的尝试。可以说,宣传美学是时代的需要。

(一) 宣传的本质

所谓本质,是指事物本身固有的,决定事物性质、面貌和发展的根本属性。宣传的本质问题,不仅是宣传学中最基本的理论问题,也是研究宣传美学的前提和基础,因此,必须准确地把

握住宣传的本质问题。

1. 宣传的含义

“宣传”一词,顾名思义,系指宣布、传播。

在 1600 多年前,就有人使用过“宣传”一词。东汉末年的陈寿在《三国志·蜀·彭兼传》中写道:“先主(刘备)亦以为奇,数令兼宣传军事,指授诸将,奉使称意,识遇日加。”这里的“宣传”一词,指的是“宣上命于下”的意思。《魏略·李孚传》记载说:“今城中强弱相陵,心皆不定,以为宜令新降为内所识信者宣传明教。”“宣传”一词在这里包含着互相传布之意,如果是广为宣传,就被称作宣扬。比如,《后汉书·袁绍传》中有这样一段话:“赵太仆(歧)以周邵之德,衔命来征,宣扬朝恩,示以和睦,旷若开云见日,何喜如之!”古时有一种以宣传为目的,结合简短文字的绘画传单,叫“招贴画”,可以看做现在的宣传画的早期形式。多年来,中外的许多专家、学者从不同的角度对宣传一词做了不同的解释,主要有以下几种:①宣传是舆论和心理控制;②宣传是观念的传输;③宣传是影响他人的一种手段;④宣传是思想政治工作;⑤宣传是心理引导。上述各种关于宣传的观点尽管表述不一,但其质的规定性可归纳为以下几点:

第一,宣传是主体有意识、有目的的社会活动。在阶级社会中,宣传是为特定的政治利益服务的。宣传的目的是运用各种信息符号和通过各种传播媒介将特定阶级、集团(群体)或个人的政治主张、意图、观点晓之于众,使其跟着行动。

第二,宣传活动是一种双向认识过程,处于这一过程中的宣传者和宣传对象在认识活动上是双向的。

第三,宣传是一种手段性的行为。宣传永远只是手段,而不会是目的。

第四,宣传应当是引导人的心理的行为。宣传只有通过人的心理活动才能发生作用。

第五,从根本上说,宣传工作属于思想教育工作的范畴,宣传的过程,也是对宣传对象进行思想政治教育的过程。

关于宣传工作与思想政治工作的关系,列宁曾做过具体的说明,他在谈到布尔什维克党的思想政治工作时,说它包括三个方面:第一,理论活动;第二,宣传;第三,鼓动。他还说:“应该教育群众,而对群众的教育只有靠鼓励和宣传工作。”1847年,马克思、恩格斯创立世界上第一个国际性工人阶级政党时,在起草的第一个党章——《共产主义者同盟章程》里,明确把“要具有革命毅力并努力进行宣传工作”作为加入同盟,成为盟员的一个基本条件。刘少奇同志曾经解释过,党的宣传工作,实质上就是党的思想工作。在我们党长期革命斗争的实践中,通常都是把宣传与思想政治教育作为同等重要的工作。陈云同志说,经济工作搞得好不好,宣传工作搞得好不好,对经济形势和政治形势能否稳定发展,关系很大。邓小平同志就此解释道:“这里说的宣传工作,实际上包括党的整个思想政治工作。”在我们党的许多文件中,都把宣传工作与思想政治工作作为同义语来使用。例如,《中共中央关于经济体制改革的决定》指出:“在新的历史时期,党的思想政治工作和组织工作必须坚定地贯彻执行为实现党的总任务、总目标服务,紧密结合经济建设和经济体制改革的实际来进行的指导方针。”党章明确指出,党必须“做好党的组织工作和宣传教育工作”。可见,与“党的组织工作”并列的“思想工作”与“宣传教育工作”是一回事。由于它们之间密不可分,所以通常称为宣传思想工作。基于这一点,宣传美学实际上是研究宣传思想工作的美。这样,对宣传本质的把握就更加贴近现实了。还必须指出的是,宣传工作也好,思想政治工作也

好,都只是为了达到一定目的而采取的手段。具体地说,我们党把宣传思想工作看作是实现自己的政治主张,实施自己的方针和政策的一种手段,是“党的主要武器之一”,不管是在民主革命时期,还是在社会主义建设时期都是如此。为宣传而宣传毫无意义,而且也是从来没有的。

2. 宣传是多学科的综合

所谓科学,是指反映自然、社会、思维的知识体系。宣传工作则是研究人的思想活动和宣传教育工作的知识体系,它与其他相关学科有着密切的联系。

宣传工作与心理学密切相关。宣传的一个重要任务是对人们进行心理引导,把宣传者的主张、意图、观点晓之于众,要达到这样的目的,就必须研究人的心理活动,必须了解和把握具有很大影响作用的一些社会心理因素。也就是说,心理学问题是在宣传工作中必须注意和研究的。宣传工作者如果不懂得心理学知识,不研究社会心理因素对宣传的影响,宣传就起不到有效的心理引导作用。

宣传工作与教育学同样关系密切。宣传工作属于思想政治工作的范畴,它包含着一定的教育因素,是教育活动的特殊形式。教育学是一门理论性与实践性相结合的科学,是教育实践的高度概括和科学抽象,是人们对教育实践的规律性的认识和总结。宣传工作中的教育作为教育过程的特殊形式,也同样离不开教育学原理、原则、方法,开展宣传工作必须遵循教育的规律性。

宣传工作与社会学也有直接的关系。社会学是研究社会现象、社会问题、社会发展规律的一门综合性科学,宣传工作中也有大量的社会学问题需要研究和解决。从某种意义上说,宣传

就是社会宣传。社会学的整体性、现实性、综合性,有利于提高宣传工作的全面性、针对性和科学性;社会学方法论诸如坚持历史唯物主义观点、群众路线观点、阶级分析观点对宣传科学的研究有着重要意义。

宣传工作与美学的关系愈来愈被人们重视。美学是研究人与现实之间审美关系的一门学科。从某种意义上说,人的一切活动在一定程度上都可以作为审美活动来考察。人们是以审美的标准在进行改造自然和社会的实践。宣传工作,不仅应尊重人们爱美求美的心理要求,而且要培养、激发和强化这种要求,还应该把此作为宣传工作的一项重要内容和改善宣传工作的有效措施。宣传工作要使人喜闻乐见,必须要提高宣传工作的艺术性,增强宣传的吸引力、感召力,使宣传活动具有审美价值,这就必然要借助美学的基本原理。

宣传工作与哲学、经济学、法学、伦理学、管理学等等都有极其密切的联系,在这里就不一一赘述了。一个称职的工作者应当是会综合运用多种学科知识于宣传工作中的艺术家。

(二)宣传的社会职能

所谓职能,就是作用和功能。宣传工作具有以下几个职能:

1. 灌输职能

灌输,就字面而言是指灌注、输入、输送的意思。宣传工作中所说的灌输,就是宣传者运用各种信息符号和舆论工具向宣传对象系统传播先进思想和科学理论。

灌输这一概念最初是考茨基在奥地利社会民主党的新纲领草案中提出来的。他认为,社会主义意识不是从无产阶级的阶

级斗争中间自发产生的,而是一种从外面灌输进去的东西。后来列宁在《怎么办?》一文中进一步阐明了这一思想,他指出:“工人本来也不可能有社会民主主义的意识。这种意识只能从外面灌输进去,各国的历史都证明:工人阶级单靠自己本身的力量,只能形成工联主义的意识,……而社会主义学说则是从有产阶级的有教养的人即知识分子创造的哲学理论、历史理论和经济理论中发展起来的。”^① 我们现在所处的时代与列宁所处的时代已大不相同,人民群众的文化水平也有了很大的提高,因而有人认为“灌输论”已经过时了。也有人认为:对人民群众进行先进思想和科学理论教育,不能采取“灌”的方法。这些认识是对灌输本质含义的曲解。

灌输是一种原理,而不是一般的方式方法。灌输作为传播革命思想的一个基本职能,是相对于“自发论”而言的。它的基本含义是讲:工人运动不能自发地产生马克思主义,马克思主义必须由工人阶级的先锋队组织从外部“灌输”进去。这里讲的“灌输”,不是指教育方法上的“填鸭式”,而是指有领导的正面教育。西方的大众传播学认为:要使宣传得到更好的社会效果,一个首要条件就是必须对大众实行心理上的垄断,意思是在大众的心理上应只有一种宣传内容,而不能出现相反的宣传内容。这种主张从另一方面告诉我们:如果我们放松或很少有领导的对教育对象进行马列主义、毛泽东思想的正面教育,听任其他理论或思想的传播,那么其他理论或思想就会占领人们的头脑,影响人们的世界观、人生观和道德观。我们的宣传工作,就是要充分发挥灌输职能,有领导、有意识、有计划地向人民群众灌输马列主义、毛泽东思想和邓小平理论,阐明历史发展的客观规律和

^① 《列宁选集》人民出版社 1995 年版,第 1 卷,第 317—318 页。

社会发展的总趋势,并且使人们能够运用马克思主义的基本原理,掌握马克思主义的立场、观点、方法。在我国新的历史条件下,就是要用邓小平理论武装全社会成员的头脑。

灌输的形式和方法是多种多样的,如普遍灌输(做报告、演讲、课堂讲授)、个别灌输(个别谈话、座谈等)、形象灌输(电影、戏剧、文学作品、展览会、幻灯等形象化手段)等。但不管采取什么形式和方法,必须从宣传对象的实际情况出发,讲究灌输的艺术,否则,只能“灌”而不入,“输”而不进,不能发挥灌输的职能。

2. 导向职能

导向,就字面而言,是指引导方向。宣传工作的导向职能,是指疏导,即疏通和引导。疏导的本义是治水的一种指导思想,是指按照水的流动规律,开通堵塞的河道,使水流畅通。疏通是针对“堵塞”而言。疏通就是创造一个和谐、民主的气氛和环境,疏通思想渠道,是为了让人们把自己的观点和意见充分地讲出来;引导是针对“压制”而言。引导就是坚持马列主义原则,进行正面说服教育,循循善诱,特别是把各种不正确的思想和观点引导到正确的方向和轨道。疏通和引导是辩证的统一。疏通是引导的前提,引导是疏通的目的。只有疏通了思想渠道,才能为正确的引导提供条件。没有疏通,就只能是无的放矢。同时,只有通过引导才能达到充分调动人的积极性、主动性和创造性的目的。没有引导,疏通就变得毫无意义,甚至会导致思想和行动上的自由化和无政府主义。

宣传工作的导向职能,就是既要广开言路,让人讲话,让社会成员把各种不同的想法、意见和心里话都讲出来;又要善于集思广益,集中大家正确的意见,“择其善而从之”,同时要把各种不正确的思想和言行引向正确、健康的轨道。

科学的导向,有利于调动广大人民群众的社会主义积极性,有利于正确处理人民内部矛盾。具体表现在:①帮助人们树立正确的世界观、人生观和道德观。一个人的世界观、人生观和道德观的形成,受社会环境、社会思潮的影响较大。如果导向正确,形成了一个良好的社会环境,能对人的心理产生积极的诱导作用,能促进人们正确的世界观、人生观和道德观的形成。②坚持正确导向,是正确处理人民内部矛盾的重要途径。毛泽东同志在《关于正确处理人民内部矛盾的问题》中指出:“凡属于思想性质的问题,凡属于人民内部的争论问题,只能用民主的方法去解决,只能用讨论的方法、批评的方法、说服教育的方法去解决,而不能用强制的、压服的方法去解决。”“企图用行政命令的方法,用强制的方法解决思想问题,是非问题,不但没有效力,而且是有害的。”这里所说的民主的方法、讨论的方法,就是正确引导的方法。1942年延安整风运动中,我们党针对以前的左倾机会主义的“残酷斗争、无情打击”的错误做法,提出了用“团结——批评——团结”的方法解决党内的矛盾问题,就是用马列主义、毛泽东思想进行正确的导向。③坚持正确导向,适应当代人们的思想特点。党的十一届三中全会以后,人们长期被禁锢的思想得到了解放,思想领域中长期僵化的局面被打破。人们的思想空前活跃,思想上有见解,行动上不盲从,靠压制的一套,“我压你服”,“我打你通”的一套,不可能收到好的效果。

发挥导向职能,最重要的是引导舆论,舆论导向正确,人心凝聚,精神振奋;舆论导向失误,后果是十分严重的。

3. 塑造职能

从某种意义上说,宣传工作是塑造未来的,是塑造一个国家和民族未来的事业。塑造人的心灵,充实人的主观世界,完善人

的人格,是宣传工作的重要职能。

宣传工作的对象是人,是千百万人民群众。宣传工作是要解决人们的思想、观点和政治立场问题。而人的思想、观点、立场,既不是头脑中固有的,也不是从天上掉下来的,而是人的头脑对客观世界的反映,它要受社会多种因素的影响。进一步说,一个人树立什么样的世界观、人生观、道德观,与社会的大环境有着密切的关系。如果一个人长期处在一种安定、和谐、积极向上的氛围之中,就可能由于熏陶感染的作用受到潜移默化的教育,最终成为“四有”新人。60年代大张旗鼓地宣传雷锋的事迹所产生的社会效果就足以说明这个问题。反之,如果一个人长期处在一种动荡不安,人际关系不和谐甚至消极颓废的环境之中,就会扭曲人生观、价值观,十年“文革”给人的教训就是十分深刻的。这也足以说明,人是具有很强的可塑性的,尤其是青少年,正是人生观、世界观和政治态度形成的重要阶段,因而可塑性更强,而宣传工作能“以高尚的精神塑造人”。

塑造人,最主要的是完善人格。人格,是人的品德行为的集中体现。人的完善、人格的形成、发展和趋向成熟,是社会影响、宣传思想工作的教化过程与人自我内化过程的结果。人的社会意识、社会评价、道德认识和道德评价都要通过教育者的传授;人的社会责任感、创造与献身精神需要教育者的培养和通过宣传高尚的精神进行引导;人的兴趣爱好、行为和习惯也都需要教育者帮助养成和宣传舆论的诱导,这一切,需要通过宣传工作的塑造来实现。当然,外因通过内因起作用,在塑造过程中,有效的宣传工作只是为人的思想转化提供了良好的条件,最终塑造出什么样的人,还要通过每个人的内因起作用。但是,只要坚持不懈地在人民群众特别是青少年中进行以为人民服务为核心,以集体主义为原则,以爱祖国、爱人民、爱劳动、爱科学、爱社会

主义为基本要求的思想道德教育,引导他们树立正确的理想、信念、世界观、人生观和价值观,就一定会造就一大批有理想、有道德、有文化、有纪律的新人。

4. 激励职能

激励,就是激发、鼓励的意思。它作为心理学的术语,指的是持续激发人的动机的心理过程。人只有在激发和鼓励的情况下,才能充分发挥积极性、主动性和创造性。宣传的目的是为了调动一切积极因素,化消极因素为积极因素,形成强大的凝聚力。因此,激励就自然成为宣传工作的重要职能。影响人的积极性、主动性和创造性的因素主要有三类:一是基本因素,就是人生观和道德观。它对人们的积极性长期地起作用,甚至可以影响人的一生;二是实际因素,就是现实生活中所给予的各种激励。它可以在一定的时间内影响人们的积极性;三是偶发因素,就是日常工作和生活中偶然发生的一些令人愉快或烦恼的事情。它对人们的积极性也会产生暂时的影响。这就需要根据人的不同需要对其采取不同的激励手段,使他们的积极性、主动性和创造性得到充分的发挥。激发人的积极性,必须注意激发人们的动机。人的行为是由人的思想、情绪、感情和行为动机多种因素决定的,而最直接的原因则是动机。恩格斯说:“就单个人来说,他的行动的一切动力,都一定要通过他的头脑,一定要转变为他的意志的动机,才能使他行动起来”。^①而动机又是与需要直接联系在一起的:需要产生动机,动机产生行为。一个人为了满足自己的需求(物质的和精神的)会积极进取,一旦需求得到满足,又会产生新的需求,从而形成一个循环往复的过程。从这

^① 《马克思恩格斯选集》人民出版社 1995 年版,第 4 卷,第 251 页。