



宣传学概论

下 册

河 北 人 民 出 版 社

中国共产党宣传学概论

下 册

主 编 沈一之

副主编 薛启亮

河 北 人 民 出 版 社

中国共产党宣传学概论

下 册

主 编 沈一之 副主编 薛启亮

河北人民出版社出版发行（石家庄市北马路45号）

河北新华印刷一厂印刷

850×1168毫米	1/32	12.625印张	314,000字	1989年8月第1版
1989年8月第1次印刷		印数：1—53,000		定价：5.20元

ISBN 7-202-00496-8/D·49

目 录

第五编 党的宣传工作的实施过程和运行机制

第十三章	党的宣传任务的提出和实施	(1)
第一节	宣传任务的提出和目标的确定	(2)
第二节	宣传工作的宏观任务与微观任务的统一	(10)
第三节	宣传任务的实施程序	(17)
第四节	宣传是特殊的信息过程和认识过程的统一	(26)
第十四章	宣传主体与客体的相互关系	(35)
第一节	宣传主体对宣传任务的认识和心理准备	(35)
第二节	宣传主体对宣传客体心理特征的分析 and 把握	(43)
第三节	宣传主体和宣传客体在宣传过程中的心理效应与宣传效果	(52)
第十五章	党的宣传工作实施的基本原则	(61)
第一节	激发人的内在积极因素	(61)
第二节	从实际出发, 加强宣传的针对性	(66)
第三节	坚持民主平等原则, 充分说理	(73)
第四节	坚持疏导方针	(79)
第五节	坚持实效性原则	(82)
第十六章	党的宣传工作实施的基本方法	(87)
第一节	说理宣传方法	(87)

第二节	形象化宣传方法	(94)
第三节	社交活动宣传方法	(99)
第四节	群体激励宣传方法	(103)

第六编 党的宣传队伍和阵地建设

第十七章	党的宣传队伍的组织建设	(111)
第一节	建设一支坚强有力的宣传队伍	(111)
第二节	宣传干部的学习和培训	(117)
第三节	宣传干部的实践锻炼	(122)
第四节	宣传干部的配备和管理	(126)
第五节	充分调动宣传干部的积极性	(133)
第十八章	党的宣传队伍的思想作风建设	(140)
第一节	坚持理论联系实际	(140)
第二节	密切联系群众	(145)
第三节	勇于开展批评与自我批评	(151)
第四节	坚持真理,敢于说真话,如实反映情况	(156)
第五节	具备社会主义职业道德	(160)
第十九章	党的宣传工作者的基本功	(166)
第一节	懂得马克思主义的基本原理	(166)
第二节	熟悉党的路线、方针和政策	(171)
第三节	善于调查研究,掌握群众的思想脉搏	(177)
第四节	具备一定的写作知识和比较熟练的 写作技巧	(183)
第五节	掌握生动的口头表达艺术	(188)
第六节	掌握现代化的宣传工具	(194)
第二十章	党的宣传工作阵地和设施	(198)
第一节	报刊、广播、影视、音像制品等大众 传播工具	(198)

第二节	教育机构、文化部门和艺术团体·····	(206)
第三节	文化馆(站)、图书馆、阅览室、黑板报、橱窗等基层文化宣传阵地·····	(211)
第四节	纪念馆、展览馆、博物馆等纪念展览设施·····	(219)
第五节	建立宣传文化社区·····	(226)

第七编 党的宣传工作的组织管理

第二十一章	党的宣传工作的科学管理·····	(237)
第一节	宣传工作科学管理的任务和基本环节·····	(238)
第二节	宣传工作科学管理的原则·····	(250)
第三节	宣传工作科学管理的基本方法和手段·····	(258)
第四节	宣传工作科学管理的机构·····	(262)
第二十二章	宣传工作的效益检测·····	(266)
第一节	宣传工作的效益评价标准·····	(266)
第二节	宣传工作的效益考核原则·····	(271)
第三节	宣传工作必须以社会效益为最高准则·····	(275)
第二十三章	党的宣传工作纪律·····	(281)
第一节	宣传工作必须在政治上同党中央保持一致·····	(282)
第二节	宣传工作必须在组织上服从党的领导,不能自行其是·····	(288)
第三节	宣传工作必须严守党和国家机密,注意内外有别·····	(294)
第二十四章	坚持“双百”方针,正确开展两条战线的思想斗争·····	(301)
第一节	“双百”方针是党的宣传工作的重要指南·····	(301)
第二节	正确认识两条战线思想斗争的性质·····	(314)

第三节	贯彻“双百”方针与开展两条战线思想 斗争的统一·····	(324)
第二十五章	全社会都要重视宣传工作·····	(334)
第一节	党委要把宣传工作放在重要地位·····	(334)
第二节	政府要重视宣传工作·····	(341)
第三节	充分发挥工会、共青团、妇联等群众团 体在宣传工作中的作用·····	(347)
第四节	各行各业要把宣传工作和各项业务工作 结合起来做·····	(356)
附 录	国外有关宣传学的研究概况 ·····	(364)

第五编 党的宣传工作的实施 过程和运行机制

第十三章 党的宣传任务 的提出和实施

宣传工作任务提出和实施是党的整个宣传工作运行过程的基本环节。宣传工作任务是宣传工作目标的具体化，是人们为实现党的宣传工作根本目的而需要完成的具体工作，它是进行宣传工作的重要依据。但是确定宣传任务还只是人们对未来期望的一种基础性、思想性的设计，要使这种思想观念的东西变为人们的实际行动，必须把它付诸于实践，这就是宣传工作任务实施阶段。实施宣传工作任务是党的宣传工作系统运行过程的主体部分。党的宣传工作任务能否真正落实到每个基层单位，并且为群众所理解、接受、掌握和消化，关键取决于宣传工作任务确定和实施是否有科学性，是否按照人们认识事物和改造世界的一般发展过程进行的，是否按照宣传工作规律办事，是否掌握宣传工作的艺术。因此，深入研究党的宣传工作任务提出和实施的具体过程，揭示其相互之间的内在联系、本质和规律性，对于做好党的宣传工作，具有十分重要的意义。

第一节 宣传任务的提出 和目标的确定

一、宣传工作的任务和目标的涵义、特征和意义

所谓目标，一般是指在一定条件下人们行为活动所要达到的预期成果或结果。宣传工作的目标，则是指党的宣传工作在一定时期内所期望达到的一定目的和效果。任务是指上级领导机关根据某一既定目标，确定的某一阶段或某一方面所要达到的目的，要求和某一组织所要担负的工作责任。宣传工作的任务则是指党的宣传工作部门在一定时期内根据上级指示在宣传思想教育方面所要达到的目的，要求和所担负的责任。

党的宣传工作的目标和任务是相互联系的：宣传工作的目标规定着一定时期宣传工作的基本任务，宣传工作的任务保证着宣传工作目标的实现。但两者之间又有所区别：宣传工作的目标具有主动意义，任务则为目标所决定；目标是以活动的结果形态出现，任务则以活动过程的形式表现出来，目标是一种主体行为，任务则是一种客体行为。

党的宣传工作的目标由于是以党在一定历史时期的基本路线即总目标为依据的，是党的各级宣传部门进行宣传思想教育工作的出发点，所以它具有以下主要特征：（1）统一性。宣传工作的目标是服从于，服务于党的整个工作的总目标、总任务的，这个总任务和总目标决定着整个宣传工作的的发展方向，各种宣传活动都要围绕着它来进行。（2）可分性。这是指宣传工作的目标在统一目标下可分解为各方面的具体目标。具体目标是统一目标的组成部分，各个具体目标之间相互关联，互为依存，并是有一定从属

关系的。整个宣传工作的目标是一种相互关联的层级性关系。

(3) 阶段性。宣传工作的目标是以党的中心工作为依据的。党在不同时期有不同的中心工作，这就决定宣传工作目标具有阶段性。

由于宣传工作的目标具有这些特点，我们可以按照其在宣传教育过程中所处的地位、作用和范围，把它分为总目标、具体目标和直接目标，全局性的大目标和局部性的小目标，主要目标和次要目标，长远目标和近期目标等等。这些不同层次的目标在根本上是一致的，它们彼此之间互相联系、互相制约、互相补充，只有把它们有机地结合起来，才能实现宣传工作的总目标。

宣传工作的任务是党的宣传工作目标的具体化，这就是说，它是围绕着党在各个时期的宣传总目标而展开的。宣传工作的任务和宣传工作的目标是既有联系又有区别的两个概念，宣传工作任务除具有宣传工作目标的一致性、可分性和阶段性的特征之外，还有其贯通性、广延性、连续性和现实性等特点。所谓贯通性，是指宣传工作的任务是贯穿于实现宣传工作目标的全过程；过程不完结，任务不会结束；所谓广延性，是指由宣传工作目标派生的宣传工作任务，表现出一层套一层的广延性，形成多方面的具体工作；所谓连续性，是指宣传工作任务是一个追随目标的实现过程，表现出一个接一个的连锁反应；所谓现实性，是指宣传工作任务是宣传目标的具体化，是对宣传目标的实践。正是因为宣传工作任务具有这些特征，所以决定它存在着不同的类别。有根本任务和具体任务，宏观任务和微观任务，基本任务和主要任务，经常性任务和临时性任务，等等。这些任务之间也是一种辩证统一的关系，任何偏废都会影响党的整个宣传工作的任务的完成。

正确确定宣传工作的目标和任务，对于加强和改进党的宣传工作有着重要的作用。

(一) 行动的指南。确定党的宣传工作的目标和任务，实际上就等于确立了宣传工作的基本方向和主要标准，以及能够在实施中掌握的一定灵活度和变通界限。这就为宣传工作指明了前进的方向，避免受盲目性和随意性的支配，保证宣传工作有节奏有成效地进行，以达到预期的结果。

(二) 协调的保证。宣传工作是一个开放性的工作系统。整个宣传工作的系统，在纵向上存在着一种层次结构的关系，如领导、指导、监督等；在横向上又存在着一种组合结构的关系，如各部门相互配合、协商等；在宣传的主客体之间还存在着一种主观和客观的关系，如选择适应主客体的最佳舆论环境等。这种纵横交错、内外连接的立体网络关系，决定了宣传工作必须既有一个统一的目标和任务，把各方面的力量凝聚在一起，为一个共同的方向努力，又有各种具体目标和任务使各方面的积极因素调动起来，各尽其责，为实现统一目标创造条件。确定宣传工作的目标和任务正是解决这个问题的重要途径，它体现了宣传系统各个部分、各个方面工作的内在联系和统一方向，体现了各项宣传工作在质量和数量上的要求以及在时间和空间上的界限，使部分和整体达到最大限度的配合，发挥系统的整体功能。

(三) 激励的手段。人的行为是由动机支配的。动机越强烈，积极性就越高；缺乏动机，就没有积极性。人的动机集中地反映在有目的的实践活动上，即对目标的追求和任务的实现上。因而确定宣传工作目标、任务会给宣传者以期望，使之产生心理动力，激发热情，调动积极性，努力做好宣传工作。

二、提出宣传任务和确定宣传目标应遵循的主要原则

(一) 目的性原则。所谓目的，是指人在行动之前为自己的活动结果所预先规定的某种明确意图，这个意图支配、控制着人

们的整个行为的过程，并通过人的活动变为某种现实。有目的性是人们一切实践活动的特征，是人的实践活动的前提、起点和归宿，人类社会历史的发展就是通过人的有意识、有目的的活动来实现的。正如恩格斯所说：“在社会历史领域内进行活动的，全是具有意识的、经过思虑或凭激情行动的，追求某种目的的人；任何事情的发生都不是没有自觉的意图、没有预期的目的的。”（《马克思恩格斯选集》第4卷第243页）因此，确定宣传工作的目标和任务必须要有明确的目的性。这是宣传工作目标任务定向化的体现，是宣传工作具有针对性的要求。只有这样，宣传工作的目标和任务才有明确的方向性，才有巨大的凝聚力和号召力，才能起到宣传工作的指导、鼓动和团结作用。

（二）整体性原则。宣传工作全过程是一个合乎规律的各种要素组成的有机整体，在这个有机系统中，任何部分都是与整体相联系而存在。由于这种整体和部分之间的互为因果、互为目的和手段的有机联系，才使宣传工作的各个部分从整体上看，总是趋于一个整体的目标，总是为着维护整个宣传工作的和谐而变化自己的活动方式。因此我们在确定宣传工作的目标和任务时，要立足整体，统筹全局，要充分考虑到大目标与小目标的关系，主要任务与次要任务的关系，促进它们相互之间的协调。这样，才能使整体目标和任务形成合理的结构，具有顺序性，充分发挥其交叉效应，取得最佳的整体效能。

（三）关键性原则。宣传工作的目标和任务是多方面的，但是宣传工作的目标和任务却不可能是包罗万象的，不能把全部宣传工作都一一列入，必须突出重点，抓住关键。按照唯物辩证法的观点，任何过程如果有多种矛盾存在，其中必定有一种矛盾是主要的，起着主导的、决定的作用，其它则处于次要和服从的地位。只要抓住这个主要矛盾，一切问题就会迎刃而解。因此，我们在确定宣传工作的目标和任务时，必须抓住主要矛盾，抓关键

性工作，以保证重点目标和任务的实现，从而推动全面宣传工作的展开。

（四）预见性原规。宣传工作的目标和任务，就其实质来说，都是选择未来的宣传行动方案。因此，宣传工作的目标和任务必须以对政治、经济、人们思想状况的未来发展趋势进行科学预见为前提。宣传工作目标和任务的正确与否，在很大程度上取决于人们对客观事物未来发展趋势和结果进行分析判断的正确程度。宣传者只有在正确认识人们思想活动规律和特点的基础上，才能提出合乎客观实际的宣传工作的目标和任务，并制定和选择为实现宣传目标和任务的最优行动方案；才能充分估计到宣传工作中可能出现的各种复杂的偶发因素及其影响，事先制定出应变的备用方案和措施，以提高决策的适应能力，确保宣传工作在任何情况下的正常运行。“预则立，不预则废。”可见，预见性是正确制定宣传工作目标和任务的基础。

（五）可调性原则。宣传工作目标和任务形成的过程，是一个主观反映客观的认识过程。由于人们的认识是一个从相对真理到绝对真理的辩证发展过程，不可能一次性穷尽急剧变化的现实，因此我们对宣传工作目标和任务的确定只具有相对性，不可能是绝对正确的。“一般地说来，不论在变革自然或变革社会的实践中，人们原定的思想、理论、计划、方案，毫无改变地实现出来的事，是很少的……原定的思想、理论、计划、方案，部分地或全部地不合于实际，部分错了或全部错了的事，都是有的。许多时候须反复失败过多次，才能纠正错误的认识，才能到达于和客观过程的规律性相符合，因而才能够变主观的东西为客观的东西，即在实践中得到预想的结果。”（《毛泽东选集》合订本第270—271页）所以，要使宣传工作的目标和任务符合于客观实际，必须坚持可调性的原则。就是说，宣传工作的目标和任务要有“可容度”，具有应变能力，富有弹性。这就要求我们在确定宣传

工作目标和任务时，要留有余地，有一定的变动幅度，让执行者在情况一旦发生变化时，能及时对其做出必要的修正和补充，使之不断丰富和完善。

（六）开放性原则。所谓开放性原则，就是指宣传主体在纵横各个方面都要与外界进行决策信息的全面交流，实行开放性思维。这也就是说，确定宣传工作目标和任务不能只是某一个部门、某一个单位、某一个领导人的事，而必须依靠群体的智慧和才能。换言之，宣传决策者不能采取封闭的形式，而应该坚持开放性的原则。正如中共中央在十三大报告所讲的：要“提高领导机关活动的开放程度，重大情况让人民知道，重大问题经人民讨论”。我们在确定宣传工作目标和任务时，应该牢牢把握这个原则，要根据各地的实际情况，采取多种多样的形式，组织从事宣传思想教育的同志、有关实际工作部门的管理者以及广大群众参与，充分发扬民主，走群众路线。只有这样，才能使所制定的宣传目标和任务建立在更加坚实的群众基础之上，使宣传工作富有生命力。

（七）实效性原则。确定宣传工作目标和任务的根本目的，是为了取得相应的宣传效果。提高人们认识世界和改造世界的能力，而不是为宣传而宣传，摆花架子，搞形式主义。这就要求我们在确定宣传工作的目标和任务时，要讲求实效。确定的目标和任务要从客观实际条件出发，针对所要解决的主要问题；要切实可行，要求不能过高或过低，应恰当适中；要运用科学的方法，尽可能把目标和任务的质量要求具体化，并用定量的指标加以描述，使其明确、具体。经验证明，只有从讲求实效出发来确定宣传工作的目标和任务，才能在实践中取得较好的宣传效果。实效性是宣传工作科学性的体现，是确定宣传工作目标和任务的出发点和归宿，因此，决不能忽视其重要作用。

原则不是研究问题的出发点。但是，原则作为人们的理性认

识，即人们社会实践活动规律的概括和总结，是带有普遍性和科学性的，因而它对人们的社会实践起着重要的指导作用。在确定宣传工作目标 and 任务中，我们应该在这些原则的指导下做出科学的决策。但是，要对宣传工作目标 and 任务科学地进行决策，光有正确的原则是不够的，还必须运用正确的方法才行。

三、确定宣传任务和目标的方法

根据我们党几十年来进行宣传工作的历史经验和教训，正确制定宣传工作的目标和任务应该综合运用以下主要方法。

(一) 社会调查法。社会调查的方法是多种多样的。从确定宣传工作的目标和任务出发，应该着重掌握以下几种科学的调查方法：(1) 典型调查法。这就是通常所说的“解剖麻雀”，是根据宣传工作的调查目的和要求，从宣传对象的总体中选取若干具有代表性的个体进行深入细致的调查。它有助于揭示宣传对象的本质，预测人们思想和行为发展的趋势；(2) 抽样调查法。这是按随机原则从宣传对象的全体中抽出一部分进行调查，并以其结果运用概率的方法推算出宣传对象整体状况的一种调查方法。它有较强的科学性和较高的准确性，有助于客观地掌握全面情况；(3) 民意测验法。这是由调查者将需要调查的宣传工作事项编成简明的意见征询表，发给较大范围的群众，让群众在不受任何干扰的情况下，充分地发表自己的真实见解的一种调查方法。这不仅是充分发挥民主的一种有效方式，而且调查结果具有较大的可靠性，有利于掌握群众的真实意向；(4) 全面调查法，也称普查。这是在一定时间内对某种社会现象总的概况进行全面的调查。它有助于把握某一种社会现象的总体，做出基本的数量估计，是一种基础性的工作；(5) 信息网络调查法。这是运用组织系统，建立纵横交错、遍布各地的信息网络，对复杂多变的宣传工作情况进行“全方位”的调查。它具有全面性和准确性的特点，有利于

掌握全面情况，对决策做出最优选择。

(二) 预测分析方法。这就是人们运用科学的方法和手段，对宣传工作的发展趋势和未来状况进行分析、估计、做出定性或定量的评价和判断。预测分析法是决策科学化的基础和依据。现代预测技术和方法有二百种之多，但大体可分为两大类，即定性预测方法和定量预测方法。前者是以直觉、判断、经验和估计为依据的方法，后者则是从过去的数据出发，按一定的规律推导出预测的未来值。为了确定宣传工作的目标和任务，应注意运用的基本预测方法是：(1)判断性预测法。这主要是依靠预测者的经验、知识和综合分析能力，对不确定的因素多而不能数量化的未来现象进行预测，做出发展趋势的定性描述和评价；(2)回归分析法。这是在定性分析的基础上，研究实际数据，找出宣传工作发展的规律性及其各种因素的相互关系，并建立数学模型进行预测。它是以宣传工作内部因果关系为依据的预测方法；(3)时间序列分析法，又称外推法。这种方法是假定过去和现在宣传工作的发展状况会延伸到未来，通过对过去和现在的时间序列数据进行统计分析，推测出宣传工作的变化趋势。这些预测方法对确定宣传工作目标 and 任务的作用大小，主要取决于预测本身的准确程度。因此，为了增加预测的准确性，在运用预测方法的过程中，应该做到：明确预测的目的、方向，广泛收集分析预测所需要的各方面的资料，选择可行的预测方向并注意这些方法的综合运用，对预测结果进行评定和鉴别。

(三) 科学决策方法。这种方法是指遵循科学的决策程序和原则，运用科学的决策方法和现代先进技术，按照科学的思维方式作出决策。它的特点是，既用现代数学方法和电子计算技术，对系统进行模拟，实现模型化、量化、最优化；又用系统观点（如系统整体观点、综合评价观点、总体最优化观点等）和逻辑步骤进行定性研究和论证，弄清每一个问题的来龙去脉、内外条件

及其对系统整体的种种影响。科学决策是确定宣传工作目标 and 任务的基本方法，一般分为两类：一类是“硬”方法，指决策时所借用的数学方法以及自然科学方法，如数学模型、决策树方法等；另一类是“软”方法，指在决策过程中所应用的各种社会科学方法，如社会心理学方法、专家意见法等等。确定宣传工作目标 and 任务一般涉及的是人的政治思想方面的问题，其中好多问题是用数学一类“硬”方法难以处理和解决的，因而用“软”方法占的比例较大。但是绝不能由此否定运用“硬”方法，在现代科学技术日益发展的今天，“硬”方法的运用可以使宣传工作目标 and 任务的确定更加科学化。

第二节 宣传工作的宏观任务 与微观任务的统一

党的宣传工作的任务是多方面多层次的，其中一个重要的层次关系就是宏观与微观的关系，这对于卓有成就地完成宣传工作任务十分重要。

一、宣传工作的宏观任务与微观任务的涵义

所谓宣传工作的宏观任务，一般是指在一个整体性的大范围内，在一定的历史时期带有全局的、基本的、战略意义的宣传任务。它的主要特征是：（一）全局性。就是说，它是整个社会需要解决的矛盾和问题，它的着眼点是整体而不是局部。它所提出的，是整体发展的总任务和总要求；它所规定的，是整体发展的根本方向。（二）长远性。这是指它的出发点不是当前，而是面向未来和长远设计。它所规定的，是人们通过自己活动而达到的对现实的一种根本性改造；它所规定的，是长期的发展方向和任务。