

加强和改善宣传工作刍议

曹福田

在建设有中国特色的社会主义时期，面对现代化建设、商品经济和改革开放的现实，我们的宣传遭遇到种种严峻的挑战。挑战正是发展的契机。要使宣传适应并推动富强、民主、文明的社会主义现代化的发展，从传统的宣传方式中解脱出来，宣传已达到了非加强和改善不可的地步了。

一 宣传要关注和满足群众的需要

宣传要关注和满足群众的需要，这是由宣传的性质决定的。宣传既是党的工具，又是人民的工具，既是党向群众进行鼓动教育的工具，又是人民为实现自己利益的工具。但是，人们一提起宣传，抱怨和抱憾者实在不少。

在宣传中有一个行之有效的观念，就是认为宣传是讲大道理的，而讲大道理又似乎只能是宣传者侃侃，被宣传者诺诺。于是宣传者也自诩为胸有成竹，真理在握，这就难免板着脸孔，口出训词，这样的宣传很难使群众产生亲近亲切感，相反令人感到可恶可怕，谁肯花精力甚至花钱去换取训斥呢？！

宣传无疑是要讲道理的，但这种道理不是讲在高谈阔论和卖花架子之中，而是要同群众的实际利益挂起钩来。在民主革命时期，对农民的宣传就联系土地问题，在抗美援朝的宣传中就提出保家卫国。今天，我们

的宣传要充分考虑到发展商品经济的现实，十分注意和联系群众实际利益，无所畏惧地反映群众的要求和心声，具有社会主义初级阶段的鲜明特色。

过去一段时期，我们把宣传单纯当作图解和鼓动政策的阵地，当作直接指挥工作的工具，而把广大群众的要求和愿望撇在一边，这是片面和不正确的。宣传的出发点和落脚点，应是群众的需要。无视群众需要的宣传，必然遭到群众的冷落。责怪群众不愿听宣传，如同厨师责怪食客不愿食用他的饭菜一样没有道理。人们之所以接近宣传，无非是想在修身、养性、齐家、治国、树志、求知、成才、立业、致富、娱乐、鉴赏等方面，得到启迪、陶冶与鼓舞，而不是为了其他的外在目的。群众的需要是多方面的，一切合理合情的需要都应该得到满足。因此，宣传者要根据群众的需要来选择、组织和调整自己的宣传内容和形式，以最大限度的适应来满足群众的需求和胃口。诚然，这种适应和满足是从宣传的性质、目的和功能出发，而不是去迎合某些人的低级趣味。所以，宣传工作者不仅要非常关注群众的需要，而且还要想方设法使群众的需要得到满足。如是这样，就会改变一厢情愿式宣传，真正把宣传者的动机和意图建立在群众的需要上，宣传就会成为宣传者和被宣传者双方

都乐于行事的大好事业。

按理说，当宣传真正关注和满足群众需要时，理应受到群众的欢迎。如果宣传不是某些人可利用的工具，而是众多百姓自己的事，那么人们还有什么理由不关心不拥戴不接受宣传呢？宣传要取信于民，就得放下架子，紧贴群众，关心群众，尊重群众，保护群众，满足群众。现时代的宣传应当对人发出全身心的微笑。

二 群众情绪是宣传的第一信号

无论宣传决策和宣传内容，或是宣传措施与宣传方式，都要针对群众情绪，符合群众愿望，体现群众意志。否则，群众会拒绝和抵制宣传，达不到宣传的预期效果。所以，群众情绪应是宣传的第一信号。

人民群众是历史的主体，党和政府的工作能否取得成功，最终取决于广大人民群众的理解和支持。民心顺了，就一顺百顺。群众情绪不高，甚至气呼呼的，事情就不可能办好。而且，群众情绪是否稳定，是一个社会和国家是否安定的晴雨表和折射镜。因此，作为党和人民舆论工具的宣传来说，应该善于体察群众的情绪，十分关注群众的情绪，非常正确地稳定和理顺群众的情绪。

群众情绪，最根本的是群众的切身利益问题。全心全意为人民服务，一心一意为群众解决实际问题，满足群众日益增长的物质文化生活要求，这是党和政府一切工作的出发点和归宿，也是党和政府悠久的优良传统和作风。由于长期“左”的影响，尤其是十年浩劫的干扰和破坏，在较长时间里群众生活中有许多急待解决的问题我们没有解决好，群众情绪比较大。党的十一届三中全会以后，随着现代化建设、改革开放和商品经济的发展，人民群众的物质文化生活有了极大的提高，政治、经济、文化和社会生活的民主化有了较大的改善，群众对党和政府的

信任情绪大大增强了。但是也要看到，我们确有一些本来可以办得更好的事因为种种原因没有办好，不尽如入意的事还存在，我们的工作还不能说人民群众都称心如意了。在这种情况下，我们需要稳定和理顺群众的情绪。

群众情绪是群众从事某项工作或遇到某一问题时所产生的一种心理活动和表现的一种心境状态，它是群众对现实的一种直观反映。因此，它往往不那么理智、规范和分寸，甚至还以尖锐的形式和方式表现出来。作为宣传者，就要细心考察，冷静分析，及时准确地体验和把握群众的情绪，有效地进行宣传决策和宣传行动，从而稳定和理顺群众情绪，引导群众前进。

稳定和理顺群众情绪，第一，要引导群众实事求是地看待形势。所谓实事求是，就是既要讲成绩，也要讲问题，还要讲克服困难的办法和前景。引导群众从微观到宏观看到我们已经取得和即将取得的成绩，把群众从只看到问题转移到既看到困难又看到成绩和进步还看到光明的前景，使群众在成绩面前受到鼓舞，在困难当头不感气馁，对前途充满无限信心。第二，要正确地宣传党的方针政策。譬如，在宣传改善和提高人民生活时，要注意国情国力，不要吊群众的胃口；在批评和揭露某些问题时，要分清主流和支流，不要以偏概全；在宣传允许和鼓励一部分人先富起来的同时，也要宣传使在付出同等体力和脑力劳动的情况下收入大体相等，这样就可以防止收入差别过于悬殊，避免人们产生怨愤情绪。总之，在宣传党的方针政策时，注意克服片面性，要照顾到广大群众的整体情绪，力求使更多的人高兴，让更多的人满足。第三，宣传要促进党和政府为群众多办实事。空谈误国，实干兴邦。群众中的不满情绪，有些往往同领导上的“喊多干少”以至“只喊不干”有直接联系。离开对

群众实际问题的解决，离开物质文化生活的改善，离开民主政治的建立健全，就很难稳定和理顺群众的情绪。实践表明，坚持办群众受益的事，就能让更多的人得到实惠，使更多的人心情舒畅；坚持办群众急需的事，解决群众意见最突出的问题，就能赢得群众的同情和支持；坚持办长远起作用的事，让群众看到更大的希望，就能使群众保持奋进的精神；坚持办促进精神文明建设的事，发展教育和科学，提高人的素质，就能逐步形成一种良好的社会风尚。当然，历史的人只能办历史的事，我们既不能超越历史去办那些条件不具备的事，也不能逃避历史责任而不去办应当办的事。群众是通情达理的。他们衡量党和政府是否尽职尽责的标准，不仅仅是看办了多少事情，更重要的是看尽心竭力的程度，如果真的尽了心竭了力，有些事情即使一时不能办到，群众也会全力拥护和支持党和政府的。

三 拓宽对宣传指导性功能的认识

宣传是指导性的。然而长期以来，由于对它的指导性作了片面的认识和实践，大大削弱了宣传的社会效果。因而，有些同志反过来认为指导性是横在宣传与群众之间的围墙，不但不能强调，而是应当拆除的。这就说明，正确地认识和研究宣传的指导性，使宣传在新的历史时期发挥应有的作用，在目前来说，并不是没有意义的。

首先，宣传的指导性是由多方面来体现的。过去认为，宣传的指导性就表现在从思想上、理论上和方法上教育群众。教育群众，固然是很重要的，但这样理解指导性未免太狭隘了。现在应将唯思想政治教育的指导转向全面指导，即宣传的指导性不仅由思想政治教育来体现，而且也由通报经济情况、传播科学技术、提供生活知识、反映舆论、进行监督等来体现的。用一句时髦名词

来说，新时期宣传的指导应是全方位的指导性，即指导人生、指导思想、指导学习、指导工作、指导生产、指导经营、指导消费、指导生活等。总之，八小时以内的事要指导，八小时以外的事也要指导。

其次，不仅来自上级的纵向信息具有指导性，而且横向信息也具有指导性。过去认为，宣传传达方针政策和上级指示才具有指导性。其实宣传的指导性，既来自上级的信息，也来自横向的信息以至国外的信息。你能说介绍外地成功的经验对我们没有启发指导意义吗？因此，这就需要改变宣传纵向单一的信息渠道，扩展为纵横相交和内外交错的网络式的信息渠道，以便宣传能够多方面地提供指导。

再次，寓指导性于服务之中。宣传提供的指导，当然是指正确的指导，而不是错误的指导。这里讲的指导，从方式上说不是指挥、指令和指示，从方法上说不是指手划脚和颐指气使，因为宣传不同于法律和行政命令，它排除了强制性和硬性；而是理解、引导、开启、帮助和服务，是把自己当作被宣传者的挚友、亲人，参谋和顾问，向他们提出建议，共同商讨，而且不断地传授新观念、新思想、新信息、新知识和新经验，给群众在社会生活中正确地决定自己的行为提供依据和参考。总之，要把对群众的指令式宣传变为服务式宣传，在寓指导性于服务之中时，要动之以情，晓之以理，授之以智，导之以行，循循善诱，娓娓动听，循序渐进，可亲可信。

四 宣传要防止短视行为的影响

当前，要充分发挥宣传的功能，除坚定不移地贯彻执行“一个中心、两个基本点”的党的基本路线以外，还要防止短视行为对宣传的影响。

作为社会机体一部分的宣传，近几年来

也受到短视行为的影响。例如，宣传方案的制订与实行，缺乏长远的整体规划和布署。方案更动频繁，一些方案刚刚付诸实施，就被另外的方案所取代，造成人们一种不知所措和消极等待的心态；对宣传的效果期待值过高，求胜心切，企望立竿见影，往往导致了拔苗助长、欲速不达的结果；见物不见人，时而使宣传仅仅成了完成某项具体任务的“急救针”，时断时续，零敲碎打，缺乏提高人对世界的认识和改造能力以及帮助人们解决世界观、人生观和方法论的宣传目的；宣传主题和内容转换过勤，跨度过大，缺乏连贯性与首尾一致性；在对改革宣传上，缺乏科学的研究和实际情况的周密调查，就急于对某些问题的宣传，自觉不自觉地把人们的视野集中引向个人眼前的物质利益的增长上；忽视或不愿做艰苦的创造性劳动，只求多出快出宣传，机械简单地移植，甚至照转照抄照搬；不分对象，不讲条件，一律要求，一种模式，搞一刀切和一锅煮；在宣传方式上，过去搞“以阶级斗争为纲”的某些推进方式仍然在不小的程度上被沿袭下来，喜用“变长痛为短痛”的毕其功于一役的急进方式，对宣传的渐进均衡考虑较少；宣传欠缺长远目标和瞻前性，对改革过程中必然出现并强化的利益摩擦及其引起的社会震荡和对改革的阻力缺少宣传准备，一旦当利益摩擦激化或阻力增大时，顿时拿不出有效的调节缓解宣传手段，反而“硬顶”或用更急进的方式加以宣传；某种“游击战”式的宣传方式，导致应时性的宣传多，属于具有长期指导作用的宣传少，应用理论和政策性的宣传多，基础理论和长远方针的宣传少等。

宣传短视行为现象的滋生蔓延，其原因是多方面的，经济等方面在社会领域出现的一时见效的短期经济效益，使宣传很容易萌发急功近利的冲动；长时期急于求成的习惯心理还未从根本上消除，这种心理特别在宣

传实践中出现曲折时表现得尤为突出。此外，还与社会方面包括一些宣传者对宣传自身的一系列规定性及其发展规律缺乏应有的认识有关。

宣传工作必须最终起到推进社会生产力发展的作用，这是与其他领域工作相同的目标。但是这种推进并不都是表现为直接的，一般情况下大都需要通过若干中间环节才能表现出来。象要求经济工作那样来要求宣传工作，无疑抹煞了宣传的科学的质的规定性。由此也不能单纯地采用经济杠杆的办法来衡量和管理宣传工作。又如，理论宣传的构成，包括基础理论的宣传，应用理论的宣传和对策理论的宣传，这三者是相互联系，缺一不可的。没有应用理论和对策理论的宣传，理论宣传就会脱离实际，无所作为。随着改革开放、商品经济和现代化建设的不断发展，今后应用理论和对策理论的宣传还需要加强。但是应当看到，任何应用理论和对策理论总是奠定在基础理论之上的。忽视了基础理论的宣传，应用理论和对策理论的宣传就缺乏扎实的功底和后劲，理论宣传的整体功能就不能很好地发挥出来。从长远来看，基础理论具有更深远的科学价值。当前，我们应当强调和突出马克思主义基础理论的宣传教育，诚然这种基础理论的宣传教育，既不能沿用从苏联照搬过去的陈旧僵化的体系，又不能归复到受“以阶级斗争为纲”的影响而建造的理论框架上去。

为了克服宣传上短视行为的现象，第一、要认真学习 and 掌握马克思主义关于目前与长远关系的理论。马克思、恩格斯在《共产党宣言》中指出，共产党人在任何时候都要为“最近的目的和利益而斗争”，同时又要坚持着“运动的未来”^①。只有把眼前利益与长远目标有机结合起来宣传，才是马克思主义的宣传态度和方法，才符合科学社会主义的价值观。第二，还要学习宣

传科学的基本理论，把握和运用宣传规律。

第三，对宣传有一个科学而又公正的评价标准。科学、公正的社会价值评判往往是宣传健康发展的推进器。一方面要认识和肯定宣传的社会作用，二方面又需认识和承认这种社会作用的表现是复杂的，既表现为直接的又表现为间接的，既表现为与经济效益联系比较紧密的又表现为非经济的即政治、思想、文化等的多种价值取向。第四，宣传者要不断提高社会责任感和理论素养，要有严谨的治学态度和崇高坚定的思想品质。第五，应努力创造良好的社会环境。这里既包括较为稳定、较有连贯性的政策实施环境，又包括以党的基本路线为指导形成的更加民主开放的学术环境，以利宣传者创造主动性和聪明才智的发挥。

五 预防和消除被宣传者的逆反心理

现在妨碍宣传效果的一个严重障碍，就是被宣传者产生一种内发的反向力量或反控制心理，它形成一种抗体，阻滞着宣传对人们的思想和行为进行有效的影响和支配，这种现象称之为逆反心理。比如，当我们进行马克思主义理论宣传时，有人就认为是“冬天的扇子，过时了，不灵了。”

逆反心理的产生，既有历史的原因，也有现实的原因。从历史原因看，主要是“左”的影响，尤其是十年内乱期间，那种颠倒是非和栽赃陷害的宣传在人们心灵造成的创伤还没有完全治愈；从现实原因看，近几年来资产阶级自由化思想的衍生，扰乱了人们的思想；少数党政机关及其官员的不正之风和腐败行为以及某些宣传方式和方法的陈旧，也是造成逆反心理产生的重要原因。同时，部分群众特别是青年，只看社会生活的阴暗面，从而丧失了对前景和理想的信念。由此可见，逆反心理不仅是被宣传者对宣传者的一种不信任心理，而且也是被

宣传者心理活动不正常的一种反映。

为了预防和消除逆反心理，宣传工作需要不懈地坚持以下原则：

一是要旗帜鲜明地坚持四项基本原则。历史和现实的经验一再证明，四项基本原则是我们立国治国的根本，是全党全国各族人民团结统一的政治基础。如果离开了四项基本原则，我们的事业就失去了根本保证和前进的方向。因此，我们绝不允许对它进行指责、丑化和否定。对于对四项基本原则表示怀疑的人，我们要理直气壮而又耐心地给以教育；对于中伤、攻击和诋毁四项基本原则、煽动其逆反心理的人，一定要加以揭露和批驳。

二是要坚持实事求是的原则。宣传不实事求是，常常是产生逆反心理的导火线。无论是宣传一种理论、观点，还是批评或表扬，或是歌颂与揭露，都应该不夸大，不缩小，不拔高，不歪曲，不走极端，不搞片面，都要以道理折服心，用事实说服人。

三是要坚持正面宣传为主的原则。我们现实的社会，有光明面，也有阴暗面。毫无疑问，暴露和鞭挞阴暗面是非常必要的。但是，只是一味地暴露，容易使人们只看到黑暗，丧失对前途的信心；只是一味地鞭挞，容易引起情绪的对立，带来不良后果。光明面是我们社会和国家的本质和主流。宣传的重心要放到表扬和歌颂上，这样才能激发干部群众的奋进精神和对前途理想的信心。

四是要坚持情感趋同的原则。宣传心理学告诉我们，情感对立的双方都会对对方的宣传产生逆反心理，情感的融洽度和逆反心理的大小成反比。一般说来，宣传者和被宣传者之间的情感愈深，就会强化“自己人效应”，被宣传者的逆反心理就愈小以至于零。反之，情感对峙，那就会“话不投机半句多”，只能强化逆反心理。因此，宣传者要以公道正派的作风，以取信于民，赢得群众

的信赖，同时还要与群众平等相处，推心置腹，建立休戚相关的感情。

五是要坚持科学的宣传方式和方法。对于传统的宣传方式和方法，有的至今还是正确的，就需要坚持；有的过去曾经是对的，但现在落后了，就需要更新；还有的已经证明是错误的，就必须革除，以建立科学的宣传方式和方法。不建立和不使用科学的宣传方式和方法，就谈不上宣传的感染力、吸引力和说服力，就容易促使宣传者和被宣传者之间的对立，从而诱发逆反心理的产生和泛滥。

逆反心理是一种客观存在，但是只要我们切切实实地采取相应的正确对策，就可以抑制它，使它对我们宣传工作的消极影响减少到最低限度，从而增强宣传工作的有效性和提高我们宣传的接受率。对此，宣传战线的同志要有充分的信心。

六 重视和增强宣传效益

宣传的进行需要以活劳动和物化劳动作保证。宣传之所以投入劳动，其目的是为了获得实在的社会效果。宣传活动的劳动投入与社会效果好坏、大小的对比关系就是宣传效益。我们在宣传工作中没有和缺乏宣传效益观念，忽视宣传效益，只顾大量投入（如印发许多材料等），不讲实际效果，成为只顾播种，不问收获的无效宣传，造成人力、物力、财力和时间的浪费，这也是人们不满意宣传的原因之一。为此，在宣传工作中要明确地树立宣传效益观念，力争以比较少的劳动投入来取得最好最大的社会效果，这是宣传活动所追求的目标。

宣传活动是一个以宣传意图到宣传计划和宣传实施、再到接受者反应的有机动态系统。在这个系统中，宣传效益是宣传意图、宣传计划和宣传过程的结果以及全部宣传工作的归宿。对宣传效益的追求，应渗透在宣

传活动系统的各个方面。宣传效益是宣传工作系统的中心。宣传工作把握了这个中心，才能正确地制定和执行宣传计划，从而保证宣传质量。反之，游离这个中心，把劲使在同效益无关的事情上，“可怜无补费功夫”，宣传工作就必然成为瞎忙、白忙和空忙。提高宣传效益，从效果一端来说，是宣传社会效果的增加；从工作一端来看，是宣传投资和劳动的节省。所以，重视和增强宣传效益，必然为宣传工作和宣传事业带来新的姿态和新的面貌。

避免负效应是增强宣传效益的有效途径。宣传的负效应，是指由于内容不妥或方式不当等缘故，使宣传不但不能产生积极的效果，相反还发生不良影响，产生副作用或反作用。负效应是宣传效益的最大反差。宣传者应本着对人民极端负责的精神，在宣传内容和宣传方式等关节上把好关，以杜绝宣传负效应的萌生。而且，还要加强对接受对象和舆论动向的研究，掌握群众的思想脉搏，抓住现实生活中的热点、疑点、难点、敏感点和兴奋点，根据实际需要，及时地有针对性地进行宣传。要下“及时雨”，不要当“马后炮”，十分注意宣传的时效性。这种钥匙开锁式的宣传，才容易收到事半功倍的效果。同时，还要讲究宣传艺术，废止陈旧僵化的八股式宣传形式和传声筒式的宣传模式，代之以生动、得体、灵活、新鲜、活泼的形式和多元的宣传方式，以增加对内容的表现力和宣传的魅力。这样就会大大增强宣传效益。

要增强宣传效益，还要重视宣传工作的考核评估和信息反馈渠道的疏通顺畅，并且，宣传工作的考核评估方式要从形式转向实效，注重宣传的实际效果。近几年来有的宣传部门实行目标管理，对宣传人员进行了严格的考核，从而提高了宣传工作的效率。然而，却对宣传活动本身，例如一次报告，

一个号召、一次参观、一份材料、一篇文章，究竟发生什么影响，起到多大作用，却很少去加以考查和检测。再加上总结宣传工作时，几乎只搞投入的数字统计，欠缺甚至没有对实际效果的验证和测度，这样就往往陷入形式主义。满足和陶醉于宣传的投入，以至把投入的多少作为成绩大小的标志，这样不但不利于宣传效率的提高，还会严重影响和降低宣传率益。因此，宣传工作的考核评估，一定要注重宣传实效的检查和验证。

七 当代宣传是真善美的融合

党的十一届三中全会以后，随着现代化建设和改革开放的到来和深入，一个遍及举国上下的“美学热”骤然崛起，它唤醒了人们对美的酷爱，对美的推崇，对美的渴望。追求美，追求更美，这是人的不可遏制的本性，也是人类社会不断进取的一种动力。在这种背景下，人们也强烈地要求宣传美。

宣传是否有魅力和是否有成效，除了实用价值外，还取决于宣传对美的价值的发掘程度，即宣传的美学价值。新时期的美学热潮所激发的对宣传美的需求，要求宣传工作者在宣传中应该寻找和讲究美，以满足人们对美的憧憬和向往。

而且，马克思说过，美是劳动创造的，人们按照美的规律来建造事物^②。要使人们满怀热情地去创造和建设美好的生活，自觉自愿地去塑造和炼就美好的心灵，宣传者也应该在宣传中捕获和追逐美，以进一步唤起人们的美感，诱发美的想象和激情，从而投身到开辟富强、民主、文明的社会主义现代化美好生活的建设中去。

宣传讲究美，有广狭两种含义。从狭义来说，就是要采取和使用各种艺术形式来进行宣传活动，运用艺术形式的宣传，具体而生动，给人以赏心悦目与动情入理。其效果是很显著的，是为教师爷式宣传所望尘莫及

的。从广义来看，就是要在整个宣传过程中，巧妙地运用马克思主义美学的原理、规律和方法，来进行生动活泼和富有感情色彩的宣传，从而达到入耳入脑和陶冶情操、净化心灵的效能。譬如，美学中的“移情的理论”，就可以运用到宣传上来。“移情”理论认为，人在接触和感受对象时，应主动将自己的感情移注于对象身上，使本来不具有主观色彩的对象染上感情色彩，人就同这种染上感情色彩的对象产生共鸣。“移情”在宣传中的运用，就能够使宣传对象通过联想去分享他人的情感，造成从感情上的共鸣以达到态度和观点上的一致。如在计划生育宣传中，使用“为了你们的小宝宝，请接受优生法”，就比“一对夫妇只生一个孩子好”，能使宣传对象产生情感转移，“你们的”亲昵口吻比干瘪瘪的“一对夫妇”更能唤起同情感（即一致感）。除同情性移情外，还有暗示（象征）性移情。在交通安全宣传中，过去常用“为革命开好车”的口号来勉励司机，但往往效果不大。其实，对驾驶员来说最重要的是随时随地对他们唤起一种把握安全的感觉，这就需要借助于移情。现在“亲人盼你早日归来”的标语和某些血淋淋的车祸照片挂在车场大门或驾驶室内，这种暗示和象征，就使司机产生亲切感和某种恐惧情绪，驾驶员就会在开车途中倍加小心。这样就达到了交通安全宣传的效果和目的。

宣传讲究美的要求和内容是多方面的，除上述外，还应在宣传使用的语言、文字、图象以至宣传者的仪表、姿态、语态和具体的表达方式等方面着力和下功夫，以便给接受对象一种优美快适的感应。

宣传美所追求的目标，就是把宣传艺术化和美学化，以增强宣传的吸引力和感召力。宣传美能使人们一接触宣传，就产生一种亲近愉悦的舒适感，这种舒适感驱策宣传对象继续听下去，看下去，读下去，由此得到启

迪和教益。当然，在追求宣传美当中，要防止和克服只顾形式而忽视内容的形式主义倾向，纠正和消除用美的形式作掩护来宣传有害内容的错误行为。

但是，在评价宣传价值时，我们常常忽略了宣传的美学价值。宣传追求美，就能使宣传的美学价值得到充分的发挥。现实的社会生活，愈来愈要求讲究美不能只注重形式，重视宣传也不能只注重内容，而应该把内容和形式有机地结合起来，做到真善美的融合，即真的内容、善的意图和美的形式的高度统一。

宣传追求美，宣传的内容就必须真，因为真是美的基础，唯其真，然后才能美。法国美学家波注罗说：“没有在真的东西之外尚有所谓美的东西。”^①任何美的事物都必须是真实和真切的，虚伪和虚假的东西无论如何是不可能成为美的。“假大空”、“高大全”失去了真，也就不成其为美的宣传内容，那必然就是丑。要做到宣传内容的真，就要坚持实事求是和唯物辩证法的原则，不粉饰生活，不掩盖矛盾，不用谎言和空话编织虚幻的图景。美和真须臾不能相离。在社会生活中，既有美的事物存在，也有丑的东西存在。追求宣传内容的美，就必须大力宣传符合人民群众的根本利益并推动社会前进的事物以及反映人民群众的美好理想和事物发展规律的客观真理，同时还要大力宣传社会生活中的代表事物发展方向而又体现人的本质力量的新事物。

宣传和追求美，宣传的意图就必须善，因为善是美的前提。古希腊亚里士多德说：“美是一种善，其所以引起快感，正因为它

是善。”^②善是表现和处置人与人关系的美好道德的象征，是一种崇高的思想境界和一种纯正质朴的道德修养。在实践上符合人类所需的东西，就是善，反之就是恶。如果宣传者没有和缺乏先进的道德理想和高尚的道德情操，没有和缺乏良好而诚挚的宣传意图和宗旨，那么这种宣传是不可能成为美的。同时，宣传那种同群众的实践需要以及同人类维持自己的生存和发展根本无关的东西，这种宣传也不可能是美的，它们必然堕入丑的泥潭。

在党的宣传工作中，马列主义、毛泽东思想的科学体系以及党的路线方针政策，就其真理性来说，其指导作用是毋庸置疑的。党的宣传工作者的社会主义道德以及与之相适应的社会主义精神文明，就其善来说，其教育意义也是无须怀疑的。但是，真和善又不等于美。只有将真和善寓于美之中，才能充分地发挥马克思主义的真理和社会主义道德的教育指导功能。

宣传美不只在感性形式，而在把真善美内在地联系和融合起来。正像法国的狄德罗所说：“真、善、美是些十分相近的品质。在前面的两种品质之上加一些难得而出色的情状，真就显得美，善也显得美。”^③党的十一届三中全会以来的路线、方针、政策，既符合我国国情的实际，又符合社会发展规律，还为广大人民群众所衷心拥护，所以，它们是高度的真、纯洁的善和实践中美的一致。用人民群众喜闻乐见的完美的形式，新颖别致而生动活泼地宣传“一个中心、两个基本点”的党的基本路线，正是当今党的宣传工作者的主要任务。

注 释：

①《马克思恩格斯选集》第1卷第284页。

②《马克思恩格斯选集》第42卷97页。

③转引自蔡仪《美学论著初编》（上）第

168页。

④⑤《西方美学家论美和美感》第41页、第135页。