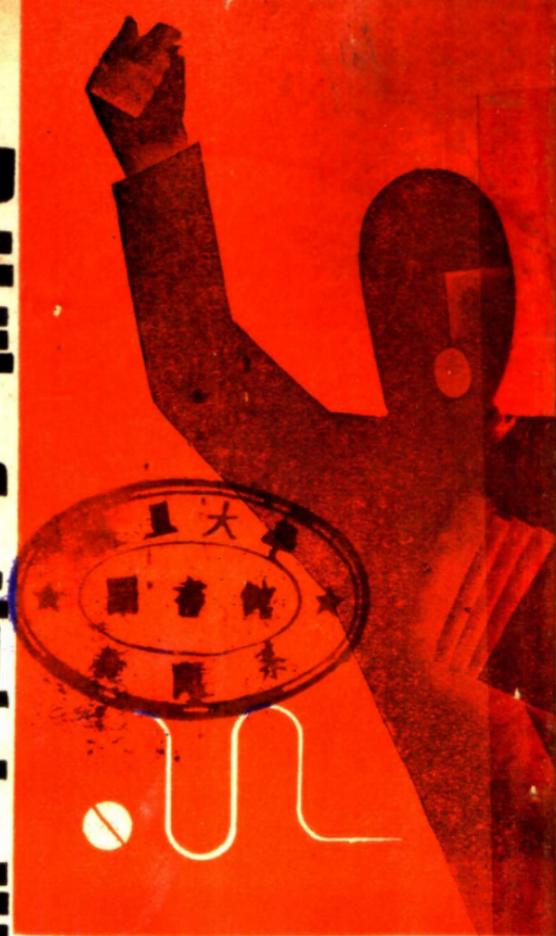


戰時宣傳技術講話



雷乙鳴著



戰時宣傳技術講話

雷乙鳴 著

戰時宣傳技術講話

中華民國二十七年

四月十五日出版

版權所有 翻印必究

著者 雷乙鳴

出版者 建國書店

發行人 賀復萌

總經售 教育書店

漢口交通路四十號
廣州教育路第八號

每冊實價國幣二角

序

「宣傳」是無疑底富有技術性的工作，看似簡單而實非容易。決不許任何人在預先沒有從學術上作比較精深的研究，臨時馬上就可「開步走」的。因為整個抗戰的前途，需要完成為技術化，纔始「最後的勝利」會來臨得更加快些。倘使担任宣傳工作的人員，都能夠注意本身技術的修養，一致促進抗戰的力量，那末他們的成就，不見得會比在前方浴血廝殺的許多將士以下；所以研究宣傳技術，在我國目前局勢，確是大大的急需呀！

本書可說是關於研究宣傳技術一類著作中之最「白眉」的一種了。雷乙鳴先生是國內有數的教育學者，差不多沒有那一位不讀過他的著述，我們是特別請他執筆的。書中羅列着豐富的技術和經驗，佐以各國宣傳上成敗的實例文字生動無比，離人也一看就懂，可是每一句話都值得再三玩味；相信黨軍政界乃至一般智識界的人

士，樂得廣爲介紹，尤其是有志的青年技師和學生，當出發去宣傳以前，購牠一讀，勝過讀其他的十冊八冊。本書店因有這種信仰，所以亟爲刊行，以爲抗戰前途的一點貢獻；

二七、四、五、禾子。

內容目次

(一) 宣傳的術語和定義——基本探究

術語的探源——政治上的宣傳定義——宣傳上應注意的條件——宣傳的濫用和警戒

(二) 宣傳技術上兩個原則

宣傳技術上的第一原則——宣傳技術上的第二原則

(三) 原則應用上的附加條件

對於各人個性上的應用——對於團體分析上的應用

(四) 英國對美宣傳的成功實例

歐戰時英德的宣傳競爭——英國對美宣傳的技術——我國所得的教訓

(五) 德國對美宣傳失腳的實例

文過飾非者的爛鑑——德國對美宣傳的技術

(六) 俄國對美宣傳的成效

宣傳的裏因——宣傳的技術

(七) 敵我這一次對外宣傳的巧拙比較

忠告一般恐日病者——我國對外宣傳有利的佐證——敵方對外宣傳失利的佐證——一段最有趣的勝敗對照新聞——

(八) 今後對外宣傳上之修養

言語上的修養——其他的修養

(九) 對內宣傳上所應特有的修養

須明宣傳上種種附帶作用——宣傳的批評上三大要領——宣傳上的三大樣式

(十) 口頭宣傳上所需的特殊技術

口號呼喊的技術——演講上的技術——談話上的技術——口頭宣傳上的一般注意

十一) 文字宣傳上所需的特殊技術

標語和傳單的宣傳——宣言書的寫法——小報和壁報的編法——宣傳的詩歌寫法

(十二) 藝術宣傳上所需的特殊技術

圖畫宣傳上技術——化裝的演講和演劇——電影和幻燈的宣傳技術——播音的宣傳

技術

戰時宣傳技術講話

(一) 宣傳的術語和定義之基本探究

術語
的
探源

我們的國度，一向因是學術研究的雲圖氣太淺薄之故，不免有許外流行語，變了「習焉不察」，遂輾轉相承，沿着舛錯的觀念，一輩子不會生出精巧的技術來。卽如「宣傳」一個術語，差不多人人都認爲熟識不過了，可是，若追問這個術語應下一種什麼「定義」，就恐怕十有九還是強不知以爲知，變作「捫燭誤籥，扣槃疑鐘」罷！

却說這個字在英德語同爲 Propaganda，而在法語則爲 Propagande，都是由拉丁文動詞 Propagare 脫化而來。那麼，要想窮究「宣傳」的字源，非先把動詞

Propagare 的「本義」和「引伸義」弄個清楚不可。說牠的「本義」，原是指「凡用人工的方法——如插枝，駁枝，分根等方法——來蕃殖樹木之意。用英語來註釋，可說是 Cause a certain species to continue or multiply by generation. 其後第一種引伸義，則指凡用人工的方法來蕃殖牲畜者；第二種引伸義，則漸具抽象之意，凡用人工去傳播，宣佈某種教義，主義，政治方針，特殊的觀念，乃至謠言等，都稱為 Propagate 的活動。這樣看來，其字義輾轉引伸，不外生出「傳播」「擴充」等意思，本來「蕃殖」的工作，也不外把動植物的種屬分佈蔓延起來的。今日之所謂「宣傳」，仍不外是用人工的手法，使某種事情或觀念由小而變大之意。但我們所應研究的，在歷史上，這一語用作與現代一般之所謂「宣傳」同意者，實始自羅馬教皇格勒哥拉十五世所設之「傳教委員會」(Congregatio de Propaganda Fide)。這個委員會的任務，無疑的是仰承教皇的意旨，把基督教的教義廣泛地宣傳出去。我們現在，如欲從科學上索究宣傳的概念時，這種歷史和字源，總值得參考一下。宣傳的

活動，現在已很普遍地分歸心理學，經濟學，政治學乃至軍事學上研究，生出各科學的獨特解釋。卽在同一科學中，也因學者間的意見不一而解釋互有出入。要想舉出一個能令各方面認爲美滿無瑕的解釋，恐屬難中之難！不過宣傳的用途，在現代是以對於政治，外交，戰爭三方面爲最吃緊，姑且暫從政治的立場，來下一個普遍的定義罷。

政治上
的宣傳
定義

凡是一個術語，如沒有一個確切的定義，那就令牠的研究界線不定，無從生出精巧的技術來，因而在運用上也無所措手，成果評判上同時失却標準了。關於政治上的宣傳，暫可假設其定義如左：

「政治的宣傳云者，是先抱定某種政見爲宣傳目的，利用某種事象，務使多數人們發生某種信仰、感情、判斷、欲求，或更進而引起某種行爲乃至直接間接阻止其行爲之有計劃的活動」。

這個定義，當然也可擴充到軍事、外交乃至文化上去，不過要視各部門的宣傳

目的和內容，與宣傳的對象之變化，而畧改易其技術和手法罷。

宣傳上

應注意
的條件

那麼，宣傳的工夫，第一是要貫徹一定的目的，隨時要利用某種事象，而宣傳者的本身，是要具堅決的信仰心，正確的判斷力，與無懈可擊的熱情，纔能引起對方同樣的信仰和判斷，達到同樣的情調。

不過宣傳的對象和環境，是常會變動的。先就「對象」方面說，若屬個人的話（雖然宣傳是很少對單獨的個人說），那就要先研究其性別、年齡、境遇、職業、教育程度，乃至特殊的個性等，纔好開口說話。若屬團體，又須視大團或小團，有組織和沒有組織，並視他們平日的公共信仰如何，判斷能力如何，教育程度如何，目前的利害問題在那裏，纔能決定這些對於自己的宣傳目的有利與否，臨時免却「牛頭不對馬嘴」之弊！既已決定這些，那時的隨機應變方法，就是或從正面而入，使把他們的認識和信仰加深，或從旁觀側擊而進，使他們錯誤的觀點矯正，趨於宣傳目的有利的方面，在不知不覺間把情熱加強起來，筆直要發出行動纔成。

最有效的宣傳，當然要找出堂堂正正的目的，處處覺得理直氣壯，加上巧妙的宣傳技術，那就無論宣傳的對象怎樣廣泛，也會一傳十十傳百地擴大起來，收到十足的工夫。不過要小心謹慎的，縱說宣傳的理由已經十足，但若宣傳者本身認識不充，或臨時把理由歪曲了去，那就祇把十足的理由表現出二三成來，這是招到失敗之一道。又或事前對於被宣傳者的個性認識未清，不知團體的公共利害和欲求在那裏，冒然就把自己的理由灌進下去，使對方的感情冰冷，像水銀和銅圓不相附着一般，這又是招致失敗之一道。更或宣傳者的態度躊躇，宗旨未定，加以手法不熟，那麼，縱具十足的理由和熱望而來，也會引出對象的反撥作用，變做一場敗興而去！最後，又有些宣傳者，因感情或過於昂奮，致使理智陷於一時的昏迷，活把宣傳的路徑拐了岔子，致令多數的聽眾竄入五里霧！若乃自恃宣傳的技術精通無倫，劈頭就舉手動足得好厭，這種「技巧濫用主義」，結果也會令本人變作劇場上一個男丑，乃至賣假藥的廣告人，當場的聽眾，也祇疑着自己的動機不誠，甚至疑到整個

的人格不篤實，這也會變作一場無味的煞局！

宣傳的

濫用

和警戒

世間凡百事情，都不能說是有利無弊的。比方就「食飯」來說，每天適量的滋養分之攝取，固可以健身，可以全生，可以盡年。但是，若有一個餬子，硬把兩天的口糧一頓吃了下去，是會嗚呼一命的，這就是濫用或過用之弊。宣傳的用途也是像這樣的。現在我國到了生死關頭，偏偏遇着無學文盲這樣多，民族意識這樣淺薄，誰不說廣泛的宣傳實屬焦眉之急呢？可是，從技術方面來說，宣傳委實是貴精不貴多。本書既注重在「宣傳的技術」方面，這裏就不能不預先提出幾個警戒點來。因為現代世界各國的人們，往往把宣傳活動過於濫用的緣故，結果已足引起了以下幾種毛病：（一）宣傳愈過於濫用，遂愈犯着「報酬遞減的原則」（The Law of Diminishing Returns），結局會變作毫無收穫性。假如拿定一個宣傳口號，發動全面的抗戰時，這一點我們是要充分顧到。派多數人分頭往各地宣傳，即用同一的口號，是無妨的，並且還可以藉羣衆心理學的作用

增加刺激。但若祇派一個人連往同一的地點，且又始終喊着同一的口號時，倘非隨時拈起新鮮的具體的事例來做比方，使聽衆換上新口味，鮮有不聞而生厭的。(二)同一的口號反復太多，易令聽衆疑宣傳者的智識淺薄。一般人的心理，都是厭常喜新，也猶之乎我們的胃袋，不喜家常便飯而好食異味那樣。所以宗教上的宣傳，往往費唇舌太多而收效很少，就是這個道理。在學校教育和民衆教育上，更是這樣的。宣傳者若屢次不能不反復同一的口號時，開首的措詞和引例，必須多方面的，漸漸把「口號」從旁觀中托出，使人們每覺自己的識力豐富，油然而起敬仰之心，纔可望收效。(三)因爲宣傳在現代格外流於濫用之故，是以敵國的人們，往往找出強詞奪理的口實，向我們故意作反宣傳，這一點更要特別警戒。我們的宣傳若太過單調，生怕頭腦簡單的國民易受敵人的誘惑，必須隨時刺探鬼子宣傳的詞鋒，多方找出鐵一般的証據，以便於個別的擊破纔成。

(二) 宣傳技術上兩個大原則

以上已把宣傳上一般的註意點和特殊的警戒點說過了。我們現在再進一步討論到宣傳技術的本身，其間又可以兩個大原則為其總冒。這兩個大原則，特別是適於戰爭時分的對外宣傳，至於政治，外交上的宣傳技術，自然也可變通採用。這是由於第一次世界大戰時分，經過英德俄美等國所實施的特殊宣傳技術的結果，綜覽他們的成敗之蹟，而得來具體的教訓。所以這兩個大原則，現時在敵我對抗的戰爭上，是大可借鑑的。特把牠分述如下：

宣傳技術 上的第一 原則

第一個原則是：『宣·傳·的·技·術·，與·其·多·用·議·論·，辯·駁·，和·理·由·等·，究·不·如·直·接·訴·於·聽·衆·的·感·情·，衝·動·，與·欲·求·，較·易·於·成·功·。』

這個原則，是要特別加以心理學的說明。原來人類的直接行動，很少是先從理智作用上作合理的打算，大都是受着本能，衝動，習慣，和感情等的支

配，沿此而採某種判斷，行徑，乃至投票等。關於這種說法，或許會有人提出強烈的辯駁，謂「人類究屬理性的動物」，決不致像下等動物那樣，單仗原始的本能便採堅決的行動。殊不知人既屬動物之一，總不免原始的本能之支配力特強，理智之支配力反瞠乎落後。尤其是在「羣衆心理」的支配之下，個人幾乎變作不能自主時，這種衝動的本能的情調的行爲格外多。卽在孤獨的生活中，個人的頭腦似乎清涼一些，然而本能和感情的支配力依然強盛。除非特些具有「三思而後行」的習慣之人，他們臨事表現躊躇却顧之勢，使感情和衝動性經過相當的時間而冷卻，纔變成例外吧！

更或有人再起辯駁，謂一般的常人；或許是易爲羣衆心理所支配，不知不覺地流於本能和衝動的行爲，但那些長於思慮的學者，決不會這樣的。殊不知大多數的學者，若出乎他們的專門研究領域以外的事情，也每每受着本能和習性的支配，或慣聽他們的意見，而採直接了當的行徑。就是那位以着純粹理性批判一書著名的康

德，還不是因讀了盧騷的大作愛彌兒之後，便忘却他自己平日有規則的散步嗎？這分明是受了盧騷的宣傳，不知不覺地採本能和衝動的性行了。

總言之，大多數人們的自然性，既有直接訴於感情和衝動的行為之傾向，那麼，宣傳者正不應與他們背道而馳，是以宣傳技術之第一原則，務須避免馳騁於識論，撈了許多無謂之灣，使被宣傳者的熱烈同情，反因而冷卻。是以這個原因，在現時戰爭的對外宣傳上，尤當牢牢緊記。我們的對外宣傳家，第一着無疑的是在聯絡外人的感情，至若我方怎樣合理，和敵方的怎樣的暴戾無理，祇要系統地把現成的事實舉出來，就令他們覺得「事實勝於雄辯」了。

剩下所要畧畧討論的問題，就是人類每每出於直接的感情行動乃至衝動，究竟可算是人類的一個弱點嗎？如果可算是弱點的話，那麼，宣傳者既是要直接訴於對方的，感情而行事，豈不是一個大大的野心家，專好利用人們的弱點嗎？殊不知人們之有衝動的行為，有時正可認為是一個「強點」，並不是「弱點」。照奧國精神分

析派的心理學家佛萊特 (Freud) 所說，人們率性任情地做出本能或衝動的行為，是世界上最強有力的，但他們若再三經過理性的考慮，或經過辯論而後行事，反變為荏弱無力的了。這話實在使我們大發深醒。即使我們的行為，雖靠理智的思慮為指導之舵，但我們發動的馬力，仍須還元於本來的本能，衝動，和感情纔成。而不然者，思慮愈覺周到，而馬力愈得洩漏了！所謂「三思而後行」者，其結果往往等於「不行」！

準此，我們不特在對外宣傳上要採這個原則，就在對內宣傳上更要採這個原則。爲什麼呢？敵我之是非曲直，已無須議論之餘地了，我們祇須直接訴於民衆的感情，發動全面的抗戰勇氣就够了。剩下的議論，祇須拿來粉碎敵人的反宣傳之詞鋒就够了！況且抗戰既入於第二期，正值各處的游擊戰得意進展之中，我們的宣傳運動，也應這種原則，使其手續來得更經濟些，免至再蹈「宋人議論未定，金兵已渡河」的覆轍呀！

宣傳技

術的 第

二原則

宣傳技術上的第二原則，就是：

「務須把宣傳的中心人物和宣傳的真正動機隱藏起來」。

這個原則，特別是適於抗戰時對外的宣傳技術，即就對內的宣傳技術而論，也應酌量採用。說到把中心人物和真正動機隱藏起來，好像宣傳的伎倆，是和偵探或間諜的伎倆差不多的。事實上，宣傳和間諜有時真是分割不開的，兩者的手法，處處是要聯絡，以謀效用的擴大。不過就體裁上說，宣傳是要外幕顯露而內幕隱蔽，至若間諜，連外幕也要隱蔽起來，絕不會露頭露腦，這一點或許是兩者的分歧點罷。爲什麼要把宣傳的中心人物隱藏起來呢？因爲若是預先使聽衆曉得自己是「一個宣傳家」，是「特爲宣傳而來」，則易引起他們的種種推猜，以爲故意爲宣傳而來，或許是有特別作用在內，那就不免阻礙了他們的自然感情之流露。善於做戲者，是能令觀衆忘却自己的身分是戲子，而完全爲古人的化身，這樣，喜則與之俱喜，哭則與之俱哭。宣傳者如要使聽衆「深入三昧」，就要不令他們容易認出

自己是「粉墨登場」呀！

爲什麼又要把宣傳的真正動機隱蔽起來呢？這一點在對外宣傳上是絕地必要。如果我們一個說客跑到外國去，劈頭就說這一次是特爲求經濟的協助或博得某方面的同情而來，這樣的袒率，人家雖或不至於面斥，但至少引起對方的種種推猜，甚至疑到我們在抗敵的前程上偶或失脚，以致「急來抱佛」！縱然沒有這樣的不肖心理，但我們仍是採用旁敲側擊的手術，使他們自然的同情流露，然後「引水灌田」，始算上乘工夫。所以向來派往外國的使節，在都預先聲明「此行毫無政治意味」那種話頭，正和這個原則默契。總之善於對外宣傳者，最好祇說特爲增進友好起見，期使兩國政府和民間作進一步的提攜，等到四面的情感融洽之後，什麼動機都不難達到了。

再說到對內宣傳方面，似乎動機的揭發實屬無妨的，且也似必要的。但經仔細考慮之後，仍是可以不必的。因爲「抗敵救國的動機」，已成爲「民衆全體的動機

「（祇有漢奸除外），正所謂「人同此心，心同此理」了，宣傳者若說得過於露骨，反使聽衆認為「提落他們」，當他們是「蠢貨」，祇願自己來出風頭！普通的民衆，是會有這種心理的，尤其是要向那些自號爲智識界的人們宣傳，這一道警戒線更要留心的。

或許有些青年氣盛的宣傳家，以爲這種辦法不算高明，究不如爽快地說出的好。又或以爲假若下鄉宣傳，首先如果不把來意說個明白，不難鬧出亂子，添上許多誤會，結果轉覺不美。其實這裏又可想出變通的辦法來。須知這個原則，並不是要把宣傳的神聖工作，採着鬼鬼祟祟的手段去做，祇爲策效果之萬全計，究以探圍轉的方策爲妙罷。假定我們到了鄉間的時候，不妨先和地方的黨，軍，政機關說個明白的話，或進而與公共團體接好了頭，然後用演劇，或電影乃至音樂等頑意兒開始，閏動了他們一齊來觀，就在影畫等情景中表演出抗敵的實踐工作來，附帶地說明個中的旨趣，使他們油然而生出愛國的熱誠，然後借題發揮，促他們的一致行動。這

樣的幹法，比於那些大吹大擂自號「先鋒宣傳隊」，使一般鄉愚先已知道沒有頑意兒好玩，癩洋洋地不肯來，或雖來到，也沒有十足的表情，總覺收效容易得多。所以這個原理，在對內宣傳上仍是適用。

(三) 原則應用上的附加條件

對於各人
個性上的
應用

前述的二原則，因可適用於個人，更可適用於團體。現先就個人方面來說。

(1) 對於個人的宣傳，第一件要緊的事，是可先用彼我間的感情來做媒介，並且要充分利用的。如果平素是屬於交情懇篤的話，那就不難得到言聽計從，用不着多費唇舌。我勸熱心的宣傳家，還是先從認為最知己的朋友做起罷。果使已經說服了一個直接的朋友，還可望他繼續宣傳到他的朋友裏去呢！用這個方法

，豈不是可以收到「連索的宣傳」效力嗎？

(2) 但遇着素昧平生的個人，這時候自然覺得感情冷淡些，所謂「直接訴於感情」的原則，一時似用不着。但古語有兩句話：「白頭如新，傾蓋如故」。這就是說，不拘怎樣的老交情，每值話不投機的時分，感情就變作陌路一般生；倘若新交的朋友，雖在傾蓋初談之際，一語投機，便成百年的知己了。所以宣傳者對於生客，祇須立言得竅，能適合他的脾胃，打動他的心坎，自可博得他的最後同情，而達到宣傳目的。

(3) 宣傳者又須顧到個人的他位和環境，把握着他個人的切身利害和生活上的欲求。假如對於一個農民，要引起他抗戰的決心的時候，就要從他所受種種生活壓迫說起，使他知道真實的壓迫者正是敵人，如要大家過快樂的生活，非先打倒共同的敵人不可。又若對着難民說話，就從他的家破人亡說起，使他知道報復國仇和家恨，惟有親赴前線和敵拚個死活。

(4) 宣傳者又須了解個人的教育程度，倘使他是一個無學文盲，就應把他所能懂得的有趣的話來勸他，出以懇切周詳的態度，自會引起他對於智識界敬仰的感情，好像「得未曾有」地領教一番，收效自然格外容易。

(5) 若遇一個智識界尤其是專門學者的時候，格外是要避免饒舌，祇拿具體的事實和他商量，甚或請教，那時他見我們是謙讓可親，說得入題，也會不知不覺地把他自己的抗敵意識加強了許多。

(6) 以上對於一般的個人宣傳，當然是以用尋常的閒話式為最合，不必大鑼大鼓一定要搗出宣傳的徽號，也不必當宣傳的工夫是自己專門幹的。

對於團體
分析上的
應用

前述的宣傳技術的二原則，若應用到團體上去，須先把團體的性質作如下的分析：

A. 羣衆——（這雖指無組織的多數人們，但在一定的時間內，是有一定的共通的觀念、感情、欲求、而成爲一體者）。

B. 公衆——這是對於同一的事象，有共通的同心、理解、和欣賞，更或進而下批判的集團，但也是無組織的）。

C. 團體——（這纔指有組織，有共通的利害、意識、感情、興趣等人羣說）。

我們根據上述的二原則以從事宣傳時，倘若單將同一的事象，千篇一律地向各種社團反復而加以強調，這是決難充分達到目的。必須再進一步根據科學的方法，作如下的調查研究：

(1) 先研究一般的社會關係。

(2) 次研究各種社團之成員間的關係。

(3) 研究各社團的特殊利害。

(4) 研究各社團間的利害交互關係。

(5) 研究各社團的主動人物之個性與其團體精神。

我們知道，在無組織的「羣衆」中，他們是沒有領袖的，祇能利用他們一時的

共通觀念，和感情等，作對症發藥的宣傳，倘若不用「打鉄趁爐烘」的手段，生怕他們一閃而散，作個別的宣傳時更加費事了。像向着這種對象做宣傳工作，第一個原則是須特別顧到。至在無組織的「公衆」中，因他們是對於同一的事象有公共的關心，那麼，先把他們的公共利害說得清楚，使他們的感情共趨於同一的事象上，不難指導他們成爲有組織的團體，看看工作的進展，而擇出其中的幹部人物來。這樣宣傳的效果，是比較具有永續性，不致宣傳者離開以後，變作影響全無。最後，說到對於有組織的團體宣傳，最好用提綱握領的方法，先把牠的主動人物充分聳動，使他活成一個宣傳者的化身，常向他自己的團體繼續宣傳，這更是一種省力的方法。以後如作第二次，第三次宣傳時，先集中這些主動人物，聽取他們的宣傳報告，然後作進一步的訓練，這更能加強了繼續宣傳的效力。

這種分析研究各種社團的利害，而作對症發藥的宣傳法，在歐戰時各國纔有顯著的進步，但在歐戰以前，也曾開始採用了。這是日俄戰爭的時分，俄國的全權代

表到了美國時，曾採用這種方法，博得美方不少的同情，使日人感到有力的牽掣。
（關於這一段故事，讓以後再詳說罷）。

在戰爭之對外宣傳上，最好還是事前預有準備，不致「臨急抱佛脚」，效力纔顯。其法是預先佈下文化，文字，乃至國語等宣傳的根據地，俾臨時得到澈底的理解與同情。例如法國在歐戰之前，早已努力向隣近諸國，擴充法語的勢力，並拿文字，文化等作了許多有毅力的宣傳，所以開戰之後，諸外國對於法國多抱好感，得到充分理解的個人與團體不少。

設使兩個交戰國，一個在平日的文化宣傳上已經收了功，打好了將來在戰爭宣傳上的基礎，那麼，其他一國要想臨時作對外宣傳，是比較的吃虧，這時候祇有用「半斤對八兩」的辦法，臨時盡量作「反宣傳」(Counter Propaganda)罷。如就敵我一次的戰爭之對外宣傳而論，本來敵人是處處作賊心虛，故雖運用許多宣傳費謀向外進展，結果還不敵我方的理直氣壯，處處戳穿鬼子的假面具，博得諸外國的好

感的。不過，就平時的對外宣傳工作而論，我方確是遠不及於敵人。因為敵國的報界乃至教育界，往往利用外國文字開創種種機關雜誌乃至情報等，甚更頒佈學術研究的冊子，把事實歪曲了，向外國宣傳，這樣，外國的文化界中，祇見敵人的口氣，不見我方的口氣，自然不免生出一種「先入為主」的成見。我們現時向外國的宣傳，首要顧到這種阻碍，作適切的對付法纔好。更且以後再要急起直追，設法擴充我方的文化宣傳，這樣，庶幾可望「失諸東隅，收諸桑榆」呢！

(四)英國對美宣傳的成功實例

歐戰時英
德的宣傳
競爭

第一次世界大戰的序幕，自一九一四年打開了之後，筆直繼續至一九一七年，其間雖竭多數協約國之力，還不能向德奧的聯盟國取勝，這是我們所周知的。但後來究竟藉那一方面的生力軍，纔令

協約國方面完全轉敗爲勝呢？我雖不說，讀者自然也會猜到是美國的協助了。那麼，無論協約國方面，或是聯盟國方面，看誰先爭得美國的生力軍，就可決定誰勝了。這不僅是因美國的金元力量很大，加以糧食格外豐富，在物質動員上有超越的把握；實在還因美國在精神動員上也有新奇的妙法，爲一般常人所忽畧看過的。因爲當時美國的心理學界和教育界，正厲行一種「軍隊測驗」(Army Test)方法，分別檢定入伍的兵士之智力與特殊技能，從而作職業上之最有效的分工。這樣的精神動員方法，是德法英諸國當時所未能企及的，也是美軍之特別制勝的一個因素。

因爲有上述的情形，所以當時的英國和德國，均設法爭取美國爲與國，個中就打開兩國對美的宣傳戰爭了。現時翻閱歐洲大戰戰史的人們，表面祇看到美大總統威爾遜一九一七年的參戰宣言，揭着正義人道的旗幟，遂完全默認了當時美國參戰之唯一動機，祇在於伸張正義人道，恢復世界集體的和平。殊不知美國所以毅然加入協約國方面，拒絕聯盟國的要求，其間的一段牽線，正足以表現英德兩國當時對

美的宣傳技術之巧拙！歐洲大戰戰史上或許祇說美總統因德國濫用潛水艇的攻擊政策，不特直接危害協約國的來往船艦之安全，並且間接威脅到中立國的海上交通，是以決定對德宣戰。然而一個偌大的國家，要罄人力，物力，財力和他國拚個死活，其間發軔的動機，豈容這樣小覷的嗎？可見當時的牽綫，是別有所在。我們綜查英國之宣傳之所以成功，及德國的宣傳之所以終歸失敗，其間的理由雖有種種，但最主要的理由是如次：

英國對
美宣傳
的技術

英國對美宣傳的取勝之道，是在早已覺得直接訴於感情之有效，而德國的宣傳家，則以議論為主，忽視感情與欲求方面。誰也知道，英美兩國，不特同種同文，且同具有民主政治的傾向，民間均立腳於現實主義乃至功利主義，那麼，在對外政策和內政上，均沒有多大的抵觸。更且兩國均以維持世界和平，以圖商務和工業的發展為有利。這樣，在宣傳上自然無用多說，祇括出兩國共同一致的利害點，來作宣傳的有效根據，便可得水乳融和之狀。

可是，美國一方面又傾向於世界之正義人道主義，當時德國的宣傳家，正利用這一點，不斷地向美國人士灌米湯。說道戰事發生後，協約國方面怎樣狂暴，德國的財政怎樣受困，糧食怎樣受困，致使德國的人民食得不飽，一般的乳兒缺乏滋養分，奄奄欲死。美國為維持正義人道之國，應諒解德國以孤軍獨當諸國的共同戰績，困苦的狀態實比協約國方面超過數倍，真正需要援助的，祇在德國等話頭。那時美國的人士，幾被德國宣傳家一番的油嘴所聳動去了。

然而英國的宣傳家，却充分利用巧妙的交際手腕，不動聲色地和美國朝野人士接洽，使他們完全不感到特為宣傳而來。這樣，等到感情已完全融洽，纔輕輕地說出兩國不特同種同文，且文化的淵源也完全一致，利害也常相同的，並說出「疏不間親」等話來，美國自然是舉國一致地表同情了。原來在歐戰未發生的數年前，英法兩國間已訂有協定，即德國若強侵比法兩國時，英國必出一定的兵力相助。這種意旨，比國亦已完全諒解了，然而德國却不管三九二十七，既直接壓迫奧匈採聯合

戰績，又復破壞永年中的比國中立局勢，舉一切國際公法國際條約的撕破無遺。是以戰爭的禍首的責任、實不待雄辯已知究應誰屬。在這種情勢之下，英國對美的宣傳，正大可利用，所以自然而然地訴於國民間的直接感情和利害，乃屬簡易直捷的收效法門。

我國所

得

的教訓

二十年前英國對美宣傳的情勢，正和我國現時向列國宣傳的勢形

大致相像。東方的強盜，不惜把九國協約，國聯盟約乃至一切國際公

法一足踢翻，不特甘做戰爭的禍首，並且要堵塞東方與列國交通之路

，公然敢向列強挑戰，肆意轟炸非戰鬥人員和外國的僑民，舉凡曩日德意志所不敢爲者，悍然爲之。如果這種狀態多繼續一日，卽是全世界缺少人道的保障多一日，而不齒於人類的侵略主義者恐永變做怙惡不悛！所以我們現在對外宣傳的第一着工夫，無疑的是應以英國之往跡爲借鏡，直接訴於人類之共同感情、共同理性、乃至共同利害，這一着既已成功，然後探悉敵人向外遊說的廢話，逐一駁斥，作強有力

的反宣傳。這樣，倭寇雖屬詭譎多端，也無所容身於列國間了。這種步驟，不特我國的對外宣傳家，就是我國駐在各國使節乃至聯盟會的代表等，都應採用的。

(五)德國對美宣傳上失脚的實例

文過飾
非者的
炯鑑

第一次世界大戰的開火，分明是最初的發軔，由於德國軍閥家的把持，上有好大喜功之德皇威廉二世，下有逞示本國文化優越的國民，三者相結，乃成征服世界的野心。故誅心之論，與其說是戰爭禍首當由威維一身負責，無寧說是應三者共同分担，而軍閥之罪實浮於天，德皇不過做一個冒頭罷。當奧匈皇儲被刺後，塞國政府分明已肯負責交涉，所以主張交「海牙和會」公判，設當時非因德國的軍閥劍拔弩張向奧發動的話，奧政府未必遽有宣戰的決心，「善戰者服上刑」，這話實在可為當時德國軍閥說的。然而德國的一般

國民，本具相當的理智，爲何盡做了軍閥的「喇叭」呢？這實由於帝政時代的專制教育制度所致。所以在戰事結束，共和政體變更後，德國曾參加前綫的教師們，一同嚷着說道：「今後不再做政府的喇叭了！」這也可證明專制軍國民式的教育之失敗。

德國的對外宣傳家，當時豈不知本國實屬理屈嗎？不過他們懷着一種「愛國的無識」(Patriotic Ignorance)，雖知各國民族不易表同情，拚命還鼓如簧之舌，替本國文過飾非。或者他們也覺得「作賊心虛」，雖欲直接訴於外國人民的感情，必致失敗，纔一意採用辯論式的宣傳罷。

德國對
美的宣
傳技術

總括一句德人的宣傳技術，是長於辭鋒，而短於感情和欲求之適應。實在交際手腕之靈活，和感情聯絡上獨具心得者，究屬英美兩國人之所長。如果德國當時不是禍首，祇是應戰而非出於求戰，那麼，宣傳家把這一點竭力辯駁，也未嘗得到他國的相當同情。無奈戰事一啓，德國的侵

舉動顯得豫備有素，處處可證明軍事計劃實早豫定，那麼，牠的宣傳家之刺刺不休，正所謂「欲蓋彌彰」，「弄巧反拙」！我們從這種裏因，已看破牠的傳宣失敗之朕兆。他們雖說戰爭的禍首是在協約國方面，還有誰肯相信呢？

（六）俄國對美宣傳的成效

宣
傳
的
裏
因

宣傳的工作之進行，不單在世界第一次戰爭時纔見發達，實在日俄戰爭時已曾收過相當的成效了。當日俄戰事方酣的時候，美總統盧司福本來是對於日方具有相當好意，誠恐戰事延長，對於日方不利，故盡力使兩國間即行講和，以圖戰事得安然結束。當時日赴美全權代表小村外相，又為美國哈佛大學出身，頗合美人的脾胃，故當時美國輿論已偏利於日方了。然而俄人韋德赴美後，竟運動其巧妙的宣傳技術，使全美的輿論作一大轉圈，結果反於

俄有利。經過這種宣傳後，居然牽掣着總統盧司福，使他不能不令日方的主張緩和了許多。其後日政府再作反宣傳，以報復此一場極痛苦的經驗。

宣 傳

的

技 術

那麼，俄人韋德對美的宣傳技術究竟怎樣呢？他首先認定美是真正的民主國，輿論界的支配力量很大，即如總統的對外政策，也不能違反輿論的。他又知道報界是有轉迴輿論的力量，所以對於報界特加注意，親近報界記者，供給新聞與他們，使他們成爲「親俄化」。他與一般人士接觸，表出民主主義的態度，一毫不妄自尊大，這樣，漸漸使輿論也趨於親俄化。他又知道在美國的猶太人——尤其是在紐約的猶太人——對於報界和諸方面是很有勢力，他遂決定對於一般猶太人不表示敬意，復博得他們的好轉。卒之，拿這種輿論之力來直接牽掣美總統，實在還間接牽掣他們的敵國了。

韋德這一次宣傳的成功，第一是適合「直接訴於感情」的原則，同時也是將社會團體種種關係分析研究之一例。如果他不把團體的關係加以分析，怎會馬上曉得

美國的輿論有支配政府之力，及報界又有轉迴輿論之力，更且猶太人是有左右報界之力呢？其中的線索，是很整然的，先聯結得猶太人的感情，便得報界的助力，既得報界的助力，故能迴轉輿論使其趨於親俄化，從而牽掣總統使其改觀極端的親日態度。我們單將這種往例加以研究，便覺得增加智識不淺。設使當時採用「無的亂放矢」(Beat around the bush)的宣傳技術，那就毫無線索可說，也就毫無把握可說，怎會使對方完全親日的態度轉變為親俄的態度呢？是以團體分析的研究工作，在宣傳家實屬不可少的。至若各方感情聯絡未妥，劈頭就大聲疾呼，這更是「未見顏色而言謂之瞽」，也為宣傳家所禁忌呀！

(七)敵我這一次對外宣傳的巧拙比較

忠告一
般恐日
病者

我們試一偵察敵人所用的宣傳費和間諜費之多，及到處所收買的漢奸數量，未嘗不覺得敵方謀我之急切，及所運用的詭計之險惡。因此，一般患恐日病者，深慮到金錢萬能，詭計萬能，以爲敵方是神通廣大，生怕各國逐漸被牠的銅臭力宣傳力麻醉了，態度轉變了，對於我方的最後勝利未必有把握。其實這固不爲替自己打了一個最愚蠢的算盤，他方又覺對於敵人的傳宣估價，完全估錯了。須知敵人正是因爲作賊心虛，所以纔不惜費大量的金錢，來供宣傳和間諜上的犧牲。殊不知結果祇是心勞日拙，鬍鬚那些貪官，因爲人家識出他行使賄賂的証據，更容易來定他的罪讞一樣，實在不特我國，就是各國，也逐漸把牠的宣傳網開課網撕穿了。所不知者，祇有敵國的國民，被那萬惡的軍閥麻醉着，尙未能完全認清楚他本國的危機罷。究竟敵人的宣傳失敗到怎樣程度呢？聽我以下分開來說。

我國對外
宣傳有利
的佐証

中國對外宣傳的手法，是間接利用外國報紙寄稿者居多，而直接自辦西文的報章或雜誌隨時披露者較少。照前所說，鬼子在戰爭以前，早已得風氣之先，注意到對外的文化宣傳工作，自辦西文報章和雜誌，實在使外人已得着不少之「先入爲主的成見」。可是，以往的傳宣成績，偏因這一次「明火打劫」的行爲被外人洞腹穿腸地識破他們以前的惡宣傳了。我國這一次的宣傳，大致是事前和外國報社的社員等聯絡，選擇饒有趣味且能引起一般外國讀者興趣的新聞，廉價地不時供給，表暴敵方的殘酷和我方的正義人道。結果是得到外國報社的登載和外國人民的歡迎。這種宣傳，可說是合乎「直接訴於感情」的原則，雖覺不費一錢，而收效反易。實際上，理直氣壯的宣傳，決不應拿錢臭來玷污牠。此外我國還有許多熱心的個人乃至公私團體，每每對於外國的政治家、報界、資本團體，勞工團體、宗教團體、和平運動團體、學術團體、自由職業團體、乃至海員公會、國際聯盟等，作熱烈的感情申訴，這也頗合於團體關係的分析

注。總之，現時各國報章之抨擊敵人的暴行，各國團體之抵制敵貨等舉動，乃至婦女界之援華制敵等主張，都可為我國對外宣傳有利的佐證。

敵方對外

宣傳失利

的佐證

敵方的宣傳技術，可說是直接抄自德國的，是以每每演出歐戰

時德方對美宣傳失敗的覆轍。我們知道，敵國近來是特設有「宣傳省」，是由於摹倣德國的「國民啓發宣傳部」而來。宣傳的總機關既

出自摹倣，那麼，宣傳的手法和詭計，也非抄襲不成了。本來全套的侵畧戰政策，還不是一模一樣抄來的嗎？其宣傳之拙劣處，就是在強詞奪理，故意把事實歪曲了，還想藉口舌把牠伸直過來，他們對於外國報章，往往供給乾燥無味不值識者一哂的新聞，却從中加入許多辯明的話，試問主持正義的外國記者，除却很少數的「利令智昏」者外，還誰肯受他們牢籠呢？即如他們所稱的「國民使節」，動不動就會因作無謂的爭辯而得罪他人，甚或屢受反駁，借辭而遯，有時或居然卸責自認不知。

古人說得好：「諛辭知其所蔽，遁辭知其所窮」，我們歷觀敵方的宣傳家，若

不是出於諛辭，就出於遁辭，真覺太可憐了！誰叫你偏偏替橫行霸道的國家做說客呀？你們非不知道直接訴於感情的宣傳是容易收效，但你們既已公然傷害了全世界人（除那些喪心狂病者）的感情，還誰肯再受愚騙呢？所以侵畧國的宣傳伎倆，不得不特出於強詞奪理的辯論式，正是前後一揆罷！

一段最有

趣的勝敗

對照新聞

據美國紐約時報 (New York Times) 去年十二月十四日詳載敵

國對美的國民使節高石真五郎 (大阪每日新聞東京日日新聞主筆)

及中國方面宣傳使節胡適博士之對目演說，其大要如下：「昨在阿

斯泰旅館內，由「外交政策協會」主持開會，招待中日兩國代表演說，對於這次遠東戰爭，各抒所見，並加辯論。到會名人一千餘人，在對目演說完了以後，舉行宴會，席上來賓中大都對於中國表示同情。胡適大聲疾呼：「中國為抵抗日本不斷的侵畧而戰，為自衛而戰，日本乃世界的敵人」。高石答稱：「假使日本能與中國直接交涉，則東亞和平可保，中國誠可謂為超越常態的國家」。在這樣的對抗演說開始以

前，會長萊蒙特雖對聽衆要求肅靜，但在演說中途，胡適屢屢有露骨她表示，每當胡氏對日作種種非難時，聽衆高聲唱采，但當高石聲辯時，聽衆席間鼓舌聲和「噓」之聲大作。又該會規定聽衆可以對於雙方演說者提出種種質問，結局聽衆的質問大率是對於高石氏而發」。

我們單看到這一段不可多得的新聞，已經覺得對美宣傳上彼敗我勝的理由，固然在於我方的理直氣壯，和彼方的強辭奪理，同時又覺得理直者特易訴於感情，而理屈者祇得嗷嗷致辯了。

無怪乎日本評論今年二月號中，也自承認對外宣傳的種種失敗情形，其間有如下的語調：「我們事事落人後，所派遣的國民使節，也像「馬後砲」一般，派往外國，欲求各國對本國的立場之諒解，但閱外國報紙關於這種消息的登載，實屬令人難堪，因為西洋人的反響很不良。日本的立場，是在防共和打倒所謂抗日運動，但無論怎樣苦口婆心，總不能博得不可理喻及懷偏見的西洋人之贊成」。該雜誌又自

承認：「在美對於無線電的播音，日本完全失敗。國內外務次官說，石井次郎子爵等，均最擅長於英語播音，但殊可惋惜，兩氏的發音錯誤百出，而音調上又欠抑揚頓挫，好像背書一樣，既不解釋，又乏感情的流露，當然不能感動聽衆。用這樣音調，無論怎樣，也不能印入美國人的腦海中。有美國記者說：「日本人的演說，聽來殊覺無味，誠令人失望！」

這樣，一方經過美國人的批評，他方經過敵人之自白，已經可以充分證明彼我間的宣傳技術之巧拙和最後的勝敗了，一般的恐日病者，也可以安靜毋譏罷！

（八）今後對外宣傳上之修養

言語
上的
修養

我國對於這一次戰爭上的處境，必須人人抱着「盡其在我」的決心和毅力，纔能使國際的形勢漸漸轉移，所以對內宣傳，自然比對外宣傳重要得多，且必要先行的了。不過在我們自己的力量既已相當伸

展之後，還有國際正義人道的餘力，也樂得利用一下，使敵人爲「千夫所指，無病而死」。是以對外宣傳工夫，也不能不加意講求。普通的對內宣傳，差不多人人能做，祇分技術的巧拙和成效的大小罷。若乃對外宣傳，祇能靠少數精通外國語、洞察外國情形，且還要在國際上有相當地位的人們，纔能幹得好。單就言語方面看，單能說流暢的普通話，還是不夠的，因爲宣傳的對象，要分出上中下三等，且各階級間又有特別的流行語，那麼，非能變換上中下三等或淺或深的話頭，與了解秘密的流行語不可。這種言語天才和辯舌，是不可強的。雖則照以前的原則所說，宣傳的奧義是在於感情的操縱，不在於口舌的強辯。但是，倘說得詞不達意，或缺乏天然的抑揚頓挫，那麼，在最初的晤談上已失脚，自己的情感既不能流露，他方的情感萬能博得。觀於敵人對美宣傳失敗之導線，正在於言語之拙劣，那麼，今後的對外宣傳，自當增加言語上的修養。大抵敵國人士，對於外國語的學習上，一般是長於文字的發表，而特拙於口頭的陳述和辯駁，因爲他們往往爲本國的字母所拘泥

，在發音殊覺障礙之故。所以我們今後，正好致力於口頭宣傳，纔能以我所長，攻彼所短，操勝利之左券。

其他
的
修養

其次當注重交際的手腕和同情民風等常識的練習。這方面的注意力之周到，我國人士恒不及敵方的。若乃宣傳上的專門技術，雖經敵方屢次自認失敗，但實在有相當的講求，且肯忍恥負痛地改正，這一點正是為我方的借鑑。我方在平時既極缺乏對外的文化宣傳工作，在戰時為彌補缺憾計，理應對於最進步的技術迎頭趕上，庶免具十足理由，而徒因技術之不周到遽招意外的失敗。就德國而論，該國人民本長於理論而短於情調的發表，但自經驗既往的宣傳之失敗後，既已大加改絃易轍，得着相當的進步。在希特勒的獨裁政治之下，除却藉權力和威壓以謀控制之外，還是多用宣傳手段，其間收效很大，實無疑義。這也值得我們的借鑑。

(九)對內宣傳上所應特有的修養

須明宣傳
上種種附
帶作用

以中國現在一般的文化水準之低，無學的文盲乃至識識之無者幾佔全人口百分之八十以上，全面的宣傳實屬刻不容緩，一般的智識界均屬實無旁貸的了。但是，若僅僅作馬耳東風的一面宣傳，仍覺效力很微的，豈不像那些賣貨的廣告人，說過了後會令聽衆留着很少的痕跡嗎？因此，不得不注意到民衆宣傳上的種種附帶作用。本來輓近的一般流行語，就是宣傳民衆——組織民衆——訓練民衆，三者暫有成爲「一氣呵成」之勢。老實說來，普通的民衆，祇可當做沒有組織的「羣衆」或「公衆」而已。雖則除了乞丐，和流氓，游手好閒者外，一般自食其力的民衆，未嘗無職業的共同興趣的組織。但是，依照現代社會的團體組織法來看，他們原有的組織大都是不健全的，鬆弛的，簡直與無組織相等。然而救國的宣傳運動，志在聯合各種有健全組織的民衆團體，共同

參加鉄血的長城。準此，宣傳工作在喚起民族意識使共同認清抗戰的職責外，還須與組織打成一片，擇其原有組織改進或加強，其無組織者則加以新組織。總之，宣傳若不是假定先有組織的民衆爲對象，就是要與組織相提並進。決不能向一盤散沙的烏合之衆宣傳，任他們個別的星散，枉費空頭的工夫。

宣傳既附帶地得到組織的結果，有時還要進一步加以訓練。本來普通的民衆，多有一藝之長，未嘗不可以站在抗戰救國的相當崗位。但是，他們的技藝或未能按合戰時的生產需要和動員需要，或於其他的國防工作根本未明，或於廣義的文化運動上根本未能參加。是以一般的宣傳者，如要澈底達到動員民衆的目的，總要進行文化訓練、國防工作訓練、藝技改良訓練等等。這幾方面的訓練，若屬於程度高深一點，自然是需要專門的人材。好在一般民衆祇是要求「起馬」的訓練，那麼，宣傳者的本身自能勝任愉快。

有些人們，是主張把宣傳——組織——訓練三道工作拆散去做，祇認第一道的宣傳

，是以後兩種接續工作的準備。這是很不健全的看法。因為時下全民動員的進行來得急切，若以根本沒有組織和訓練的民衆爲空頭宣傳的對象，枝枝節節地幹去，曠日持久，結果豈非「以不敵民戰，是謂棄之」嗎？正式的對內宣傳家，總要兼宣傳技術、組織技術、訓練技術三者而有之，大抵是以小學教師，或普通的公務人員乃至高中以上的學生爲適職。若把三者拆散，分出三種人去做，不特覺得時間不經濟，且有乍熱乍冷之虞，更且需要無限多數的人材，弄出前後青黃不接，真是彼此白費工夫呢！

宣傳的批
評上三大
要領

凡進行一種宣傳運動，其間必找出適當的批評標準，纔能使工作逐步改進。生手的宣傳者，最好是能够得到一位宣傳專家，隨時作耳提面命，但這樣的機會實在不可多得，那就不能不擇出一定的標準，來作「自我批評」。評判文章的優劣，普通是分出「思路」、「辭藻」、「筆情」三者做標準。現在評判宣傳的工夫，究竟要拿什麼做標準呢？我以爲可分做「理論」「技術」「結構」三方面來評判。什麼是宣傳的理論？這就是「要使被宣傳者即

時負責去做的「基本任務之說明」。實際上，譬如我們作一道抗敵救國的宣傳時，在理論上祇是要開發每一個國民應擔當那一種國民的基本任務而已，其間的冒頭，固然要先說說敵人的侵畧實況、中國抵抗的實況、和各處動員的實況等，終結處還要說明各人怎樣去幹他的基本任務。在這裏，宣傳者一定是要洞悉敵情，我國的抗戰經過，和前方後方的 般需要等等，方能一脈地「引水灌田」，使前後的理論不致一毫漏洞。至關於宣傳的技術方面，即指宣傳上的手法和態度等，這裏不必特加贅說。最後，所謂宣傳的結構，即指種種宣傳樣式的組織說，以後分出三種樣式來特加說明。總之，欲澈底評判宣傳的巧拙，這三者是當兼顧的。

宣傳上
之三大
樣式

什麼是叫做宣傳的「樣式」？這是指宣傳上所用的「交通媒介物」(Communicative means or mediums) 來說。我們知道，交通的媒介物祇是分出兩大範疇：(一)是直接接觸的媒介物 (Mediums of direct

contacts)，(二)是間接接觸的媒介物 (Mediums of indirect contacts)。前一類則為

「言語」，後一類則爲「文字」與「符號」。

根據這種說法，則可知宣傳上所採用者主要樣式不外有三：(1)口頭上的宣傳，(2)文字上的宣傳，(3)藝術品上的宣傳。而三者之最簡單的原始的形式，可說就是「口號」「標語」和「漫畫」等了。不過把三者曼衍起來，在口頭宣傳上是有講演，辯論談話等，在文字宣傳上則有宣言書，宣傳小冊報紙，乃至大規模的刊物等，在藝術宣傳上則有速環圖，壁畫，化裝演劇或演講，乃至幻燈，電影等。此外還可採用多種的民衆教育上新花樣，來做補充。

本來最簡便而又最直接的宣傳樣式，還算是口頭的一種。因爲使用上極廉（可說祇是化一口「空氣」），不像文字宣傳或藝術宣傳那樣化紙張物料，並且宣傳者和被宣傳者方面都不要什麼高深的教育程度：尤其在我國文盲遍地的場合，這一種樣式有時實變作不二的法門。並且因爲口頭的宣傳，是出於直接的接觸之故，其刺激力異常強大，每每能引起最直接的最有效的反應。如認「直接訴於感情」爲宣傳

技術上之一大原則的話，那麼，口頭的宣傳樣式，實該大用而又特用了。不過，這個樣式的缺點，是在受「時間」和「空間」兩種限制。一個人現時作口頭宣傳於甲地，決不能同時向乙地分身去，除非用播音機來補救。又在這時候所講的話，若不是用留聲機收蓄，也不會流傳於他時的。

打破時間和空間限制的宣傳樣式，當推文字宣傳和藝術宣傳，其間尤以文字一種為便。不過在義務教育和民衆教育並未普遍的國度中，文字宣傳的恩澤，祇能影響到極少數的智識隊伍去。所以戰時的民衆教育之救急法，已多採用口頭教導或圖畫教導的方式了，就是那種「新文字」，豈不是一種教育符號嗎？然則對於廣大的民衆宣傳，我們還是再向藝術宣傳上多想花樣罷！

理想的宣傳家，是要這三種樣式的宣傳都能來的，在一時一地的宣傳，祇擇一種為中心，而以其他兩種為補助。好像一個學校教師，嘴裏既能把現成的教材講得生動有趣，同時還能把補充參考的資料寫上黑板，更有時又利用圖畫來繪聲繪色。

這麼一來，真能令一般的學童十足起勁，對於同一的事象，得到三方面的刺激，一輩子實在不會遺忘呢！

宣傳者也是這樣，如能做到三面俱圓的工作，豈不是可期得三倍的收功嗎？

可是照俗話所說：「十個手指都有長有短」，一個宣傳家怎會三技俱精呢？我們因此，不得不專求一技之長。讓那些素稱「油嘴」的人，專作口頭的宣傳，向一般未授教澤的大眾現身說法罷。至若長於文字的人，讓他着書立說，或臨時草擬內容充實的宣言書，專向智識界灌輸罷。剩下那些美術家、演劇家、電影家等，分頭工作，把低級興趣的作品來勾引羣衆，同時把較高級的藝術來聳動名貴的人物，這樣，纔可供作以上兩法之交互補充。以下再把這三種樣式之特有的宣傳技術分開來說。

(十) 口頭宣傳上所需的特殊技術

口號呼

喊

的技術

口號的呼喊，可算是口頭宣傳上最簡潔的最原始的一個形態，有時其勢力實不可侮的，以前劉伯溫的賣靈符，結果不是拿一個口號，喊倒了元朝的江山嗎？事實上，一個結晶化的口號，直同包羅宇宙的「渾天儀」，把他擴充起來，固可做演講的題目，也可做大規模的宣言之中心。更可在一次演說或宣言之後，若把總結處作成幾個口號，以便於傳誦，效力是會來得格外切實。因有這些緣故，所以每在一個主要的口號喊出，如有餘情未盡，還須加上幾個附帶口號一併喊出，也屬常慣的事。這時候，主要的口號勢像一個中心目標，其餘附屬的口號，乃是實現該目標的手段。也好像一篇文章的大標題之下，附註幾個少標題那樣。

普通喊口號的方法，是要口氣莊重和響亮，喊時的注意點當如次：（1）先把口號簡單化與明瞭化，（2）酌量改易音節調和的字數，（3）順着意義和音節上分作數節喊，（4）喊到語尾上要特別加力拖長些，（5）一人領頭喊時，要表示最好的模範

。關於這幾點，還須附加一些說明。(1)字數太長音節不順的口號是難喊的，必須酌量減字和改字。因為人們是喜作有「律動的」(Rhythmic)發音，這也和樂理相同，真由於與呼吸脈搏的律動相調和之故。我們試讀一篇音節極諧的詩或文詞，格外覺得易於上口和記誦，並且喜作複誦，就可明這個道理。如果要想口號宣傳出去，永久生效，則這種製造口號的技術，不可不講求的。(2)為什麼要把口號順着意義和音節分做數節喊呢？因為意義上和音節上不便於分作一節時，若強分之，結果恐失却真意，或成上氣不接下氣之勢。例如在「全國——民衆——動員起來」一個口號之下，不應把「動員」和「起來」分作兩節；又如在「打倒——日本——帝國主義」的口號下，不應把「帝國」和「主義」分做兩節，也不便把「打倒日本」四字連作一節之類。(3)為什麼喊到最後的語尾處要特別加力拖長呢？因為我們列聽世界的大雄辯家，演說時每把最重要的語尾拖長和特別加力，一方面為聲勢的莊重起見，他方亦為有力的收縮起見，且便於把在前所講的話畧畧省力。這個技術，更

要適用於口號上。

演講
上的
技術

演講上的技術，可分開：（1）演辭的豫備，（2）演講的態度，手勢和姿勢，（3）聲音的調節，（4）聽衆的心理和感情的操縱諸方面來說。

演詞無論長短，若不要作全稿的準備，也要先定一個大綱，把前後的次序調好，插入生動有趣的事實和比喻，纔好開口。態度是要和易近人，手勢和身勢是要跟着各種感情自然表現，固不應呆若槁木，也不應節外生枝。須知身勢手勢，是口頭表演的前身，爲原始人所不可少的表情工具，所以應爲言語的助勢，並不是添加的點綴品。說到聲音的調節方面，在外國語的演講時，是要把形容字和特別術語等格外高讀，中國人也有這種習慣，不過對於羣衆演講，自然要掃除難解的術語和名詞，祇把加強語氣語氣的形容致意便合。還有語尾的拖長和加重，也是一種莊重的體裁，不過無關要緊的詞語是要快些說過，這樣，纔得適當的抑揚頓挫，不像呆板的背書一樣。最後關於羣衆心理和感情的操縱，這裏是要平素研究「羣衆心

理學」乃至普通的「社會心理學」，纔能瞭解個中的重要原則，不能一言而盡的。但就一般來說，「羣衆心理」與「個人心理」的主要差異點，是在於前者每每藉社會統制的力量而失其獨立性，自然而然地變作外來的感情之移入。所以在稠人廣座中，能操縱最前列若干人的感情，便不難藉此爲增加的刺激而促其他的人發生同樣的反應。倘有少數人豫先發出不良的反應時，至少已給宣傳者一個警告，要他審察原因，或臨時稍變態度。不過一氣呵成的銳氣，始終不可懈的，最不該是因羣衆的冷淡而自己先已志餒，或因羣衆的激昂而自己也過於激昂。須知「聲淚俱下」的演講，是可暫不可常的，欲操縱人們的感情，其秘訣實在於感情的自制。譬如有時說到滑稽的事，演講者若先笑，羣衆有時反不會笑的，況且每因一笑而失却各人的注意集中力嗎？同樣，激昂過度的情調，若先由宣傳者發出，既有碍於合理的說話之進行，且令羣衆祇顧到宣傳者的情緒發作，極難徹底領畧宣傳上的真目的了。無論講壇上、或街頭上的演講，乃至一般露天的演講，都應這樣留心。

談話
的
技術

談話是較演講減却公開性而增加親密性，更便於直接接觸的感化。在演講式時，是不便逐個人通姓名的，但在談話式中，最初必以通姓名為主，更進而問到職業和家庭狀況等，俟了解個性後，纔進行適合時間、場所、地位等的問話。這時最好利用蘇格拉底的「產婆術」（即反詰法），先舉具體事例作有秩序的詰問，等到對方陳述相當意見以後，纔把他認識上的錯點加以有意義的暗示，或把他的意見加以補充。這樣，大致可以達到宣傳的目的了。

但所應注意的，談話式雖比演講式來得懇切，似乎感人易深，不過缺少了公衆演講時那種「增加的刺激性」，所以實行力反比較的弱。一個羣衆的心理，其特色是在毫無定見，往往摹倣他人的心理爲心理。他聽到宣傳者的說話時，先看他人相信不相信，然後再來決定自己的相信呀。從這一點看來，個人談話式不能認作一種徹底的宣傳工夫。或者和少數人談話後，再和他們的隣里也談話起來，纔能鞏固他們的信仰。又或在公衆演講之後，擇那些游移不定的分子，再加個別的談話，以圖

徹底，也屬一善法。最後，如因沒有地點可作公開演講，祇得行個別談話時，最好是分攤時間，多談幾次，每次留給幾個簡單的宣傳口號或標語，教他反復記誦，也是印象深刻之一法。若屬智識界，大可供給有意義的宣傳刊物，問他們閱後作如何感想。

口頭宣傳

上的一般

注意

在大部分的下鄉宣傳工作中，幾乎可說是以口頭式的不二法門了。如果這種技術非特別發達，恐怕對於全國人口中百分之八十以上未能得到抗敵宣傳的效果。現在再將使用這種宣傳的手續和注意點簡述如次：（1）在初到一個地方時，最好不向民衆聲明是特來宣傳，而祇以演劇，唱歌等先引誘他們的觀聽。（2）其次查明地方的風俗和禁忌，最好用土語來接頭，切勿亂打官話。（3）再次把地方各種團體的關係分析，尤要者是先發動各團體的領袖，使他們也能幫助宣傳最好。（4）與其用太籠統的公衆演講，實不如作團體別或職業別的演講，擇定地方性的生活有關事項說起，指出各人在當地所應做的事

，力避語調的落空。(5)務用土語演講，力戒使用新名詞的習慣，處處顧到民衆了解的程度和興趣。(6)如演講後有起疑問者，須一一當場答解，或再用個人談話來補充。(7)宣傳是要與組織和訓練連貫去做的，故即地當教民衆組織起來，或改正原有的組織，指出他們應做的工作，並施以所需的訓練。(8)即在宣傳者一時未能兼施訓練時，不久也須專人前往訓練，免至一切宣傳，盡成空頭的燒鎗。

(十一)文字宣傳上所需的特殊技術

文字宣傳

的特性

的特性

文字宣傳的樣式，可算是三種宣傳中之最簡練的而又最矜慎的一種。所以牠的技術表現，也和其他兩種不同。一個人的說話，往往是衝口而出的，總不免有多少瑕疵或錯點，常受他人的批評，或事後自己的檢正。假如一個著名的科學家，在他的著書中固然是盡量網羅科學上已經證明

的真理，稍涉懷疑的話不會寫下，但在說話時却常會隨隨便便說出了。鑑於這種實情，我們又不能不對於文字宣傳上特別推獎。

標語和

傳單

的寫法

文字宣傳最簡的方式，就是標語和傳單。「標語」也和口號一樣，不可連來十句八句話毫無次序，須要擇定一句中心語，其餘為解釋語，很有秩序地貼出，纔能使看者一目瞭然。換句說法，就是中心的標語可當一個總目標，其餘附屬的標語可當做達到這個總目標的手段。例如在「武裝保衛華南」一個中心標語之下，再貼上「壯丁要加緊訓練」，「學生軍一致起來」，「工友們團結起來」，「撲滅大小漢奸」，「大家有錢出錢，有力出力」等附帶的標語，最好還分大小字體寫出。要看掛或貼的地點怎樣，分寫為直條或橫條，譬如貼在電桿之上，自然要直條了，至若貼在公共汽車等內，自然要橫條。若是掛在當衝的街口，最好還要選用油布或油紙，能耐風吹雨打纔成。即如一般所貼的紙條，也應選用較厚的紙，能經相當的時間不壞，纔生出宣傳的效力來。至所寫的字體，要生動起勁

，決不可潦草。我們所常見的宣傳標語，每每潦草不堪，經過一夜就大半撕廢，甚至拿粉筆或炭屑亂寫在牆壁上，還不特有失觀瞻，且過流於兒戲，莊重的神聖的宣傳意義，至少失了大半。以後是要特別致意的。宣傳的手法流於兒戲和潦草，就引起救亡工作的兒戲和潦草來，結果還堪設想嗎？

至於「傳單」，是和標語不同。標語祇是將簡單的語句貼出或掛出，以供一般人的省覽。至於傳單，大都是把一件要緊的事實，好像新聞紙的「號外附錄」那樣傳給一個機關或私人省覽的。有時對於生動的事實是要加入相當的解釋或批評，結尾處還可附入幾句標語或口號，以盡宣傳的能事。但要注意的，傳單祇是一兩件有意義的事實之傳播，固然要加入簡單的解釋或意見，但決不可加入歪曲的解釋或憑虛揣測之詞，好像兩造的打官司，把訟案的判詞，事實，理由等刺刺說個不休，這不特太費紙張，且冗長的傳單，是不會引動觀衆的注意，反失宣傳作用。如果宣傳者要暢說自己的意見，最好用「宣言書」

宣傳
書的
寫法

在一篇宣言書上，是最能表現文字宣傳者的大本領來。這種宣傳品，如同古代軍事上所用的「檄文」和「露布」，是需要很敏捷的才子去幹的。古人所說：「上馬殺賊，下馬露布」，像李白自稱爲「千萬言倚馬可待」，也卽是以這種作品的捷才自誇罷。因爲在戎馬倥傯之際，惟有曹子建那種「七步成詩」的本領纔能應付，倘像左太冲那樣要「十年成賦」，簡直就等於廢物了！

「宣言書」的體裁，雖不必像古代的「檄文」「布露」之過重辭藻，甚或用起駢四儷六的鉤章棘句，但是，像那種「一氣呵成」或「氣貫斗牛」等的形容句，委實大用得着。須知宣言書大部分是以智識界爲宣傳的對象，固無論所用的是白話體或文言體，總覺「言之無文，行之不遠」。並且不特這樣，中國的文人學士，是有一種傳統的習氣，就是不大看得起他人的作品。古來有一句沿用的口頭禪，卽是「文人相輕」，現時的俗話也說：「自己文章，人家餵菜」，都是這個道理。縱說我們現

時的文字宣傳，不是專向文人學士階級做工夫，還是以打動粗通文字的民衆爲要着。不過對於粗通文字的人，依然以口頭宣傳及生動流利的標語爲高見，而且是捷徑，祇須草定幾張淺白的宣言書，以作補助品罷。剩下那種文人學士階級，尤其那種公認爲「老紳士派」或「太史公派」，正不要小覷他們，以爲不必向他們宣傳。其實在操縱民衆心理上，他們仍舊擁有很大的勢力，說服了他們一個，好比是贏得民衆千百的信仰一般。在國難臨頭的時分，我們既要避免一切浪費的磨擦，所以這些人物要設法利用。如果拿着淺白的白話文宣言書，送給他們看，不會觸動他們的眼簾，生怕還會引起他們咬文嚼文的批評。我們索性另製一種文言文的宣言書罷。

這麼看來，宣言書是要有口語和文言兩種作法了，其實祇是所用的「套語」不同，內容還是大同小異的。一個內容充實，詞鋒流利的白話文宣言書，改成典贍的文言文時，也會琅琅可誦的。因此，我們特來談談一般宣言書的體裁和結構。

却說中國一般的文章作法，大致是可認爲由於摹擬「人體的構造」而佈局的。繪

畫人體時，其順序必是先畫頭，次畫胸腹和手，最後畫腳，然後整個人體的部位瞭如，一看便得輪廓的認識。但若把他畫成一直線，不分出頭、胸、腳三種部位來，自然是令看者不明。作文也是這個道理。在曩時的「古文筆法」之中，無非是以「起承轉收」四個字形容文筆的要訣，其實「起處」即是一篇文的「頭部」「承轉」處即是「胸腹部」「收處」即是「腳部」。如果在一篇大文章裡，其中自然分出許多「段落」(Paragraph)，每段落應包含小的起承轉收，而全篇文又成爲很大的起承轉收。現時作白話文的人兒，實在是因爲完全不懂得這些法門，索性唱一個打倒的口號。其實這也好像「自然律」一般，是打不倒的。我們做一篇文章，縱說不必蹈襲古老的成法，難道是連「邏輯」也不要講求的嗎？邏輯的「三段論法」之中，明明是分出「前提」——「媒介」——「結論」三種層次來；「前提」就是和「起詞」同一作用，「媒介」是與「承」和「轉」同一作用，「結論」即與「收」同一作用。

宣言書也要依照前提——媒介——結論等層次，分出頭——胸——腳三部，纔便於一般

人瞭解。從人體上說，頭部是要靈活的，胸腹部是要充實的，至於腳部，却要站得穩。做照這個道理，把宣言書之結構上之三大部分析其作用如左：

(甲)頭部——即開首處就要爬住宣傳的中心，說得精警醒目。是要就民衆近前有直接利害關係的事情說起，不要起出空泛的話或與時間空間不甚適切的事例來說，免至漸漸離題萬丈。如是抗敵救國的宣傳，那就爬住敵人最近的陰謀，與地方人士所受現實的損失來說，打動民衆的情緒，引起一般認定有參加聯合戰線的必要。

(乙)胸腹部——這是宣言書的最要部或可說是骨幹部，其中應提出具體的辦法來，也即是實現宣言的具體計劃。每一個辦法，都要根據現成的事實，加入精細的統計，以便於坐言即可起行。若有別處已經用過這種辦法收效時，更要詳細指出。倘若是一種新擬的辦法，或將原有的辦法改良時，宣言者更要費精細的考慮，務以能得切實的收效爲止。因爲民衆的運動不是兒戲的，若一致發動起來而不見效，則依照學習心理上「效果律」的緣因，以後就減少了「準備性」，並且對於宣傳者本身失

却信用。更且恐對於整個的抗戰前途，「有一鼓作氣，再而衰，三而竭」之虞！是以宣言書在這一部分，是格外要費心血的。

(丙)脚部——也就是宣言的煞尾，要把頭部宣言的大旨簡單化，胸腹部的辦法勉勵聽衆一致起行，或再把內容成爲幾個簡潔的標語口號來作總收束。

以上是一般宣言書的結構，固不論文字的多少，總要顧到這種天然的層次。祇因有時覺得時間過於急迫，不便逐層發揮，那麼，也不妨來提出尾部的結語先說了，纔加上具體的說明，以作補充，這也可以見景生情的。又不特文字宣傳上要採這種成法，卽如口頭宣傳上也要這樣的，最好還是先把宣言書或演講詞寫好，纔用口頭作簡練的發揮，或加入臨時的補充。須知一般人的口頭說話，總不及文字上來得矜慎，尤其是生手的宣傳家或演講者，更有事前擬定稿件，經過三反四覆修正的必要。這不但免却諸多後悔，且使時間來得經濟，收效也更易且大。

小報和
壁報
的編法

小報可說是大報紙的「摘要」，用鉛印或油印編成三日刊或星期刊都可以，不過內容要簡明而精采。爲便于民衆的閱讀起見，文體是要改成簡潔的口語或最淺近的文言。爲抗戰的宣傳起見，材料固要側重抗戰方面，但內容除却軍事的新聞外，還要加入時評欄，常識欄，乃至有意義的插畫等。至於取材的範圍，固不妨畧重鄉土性，但也要網羅國內的和國際的重要新聞，免使讀者眼光如豆。至於「壁報」，是爲特便於某個角落的人們看的，內容和範圍是更小。最好是分開「農人」與「工人」與「婦女」與「兒童」等分別取材，這不特可省篇幅，且能使對象得到更深刻的觀念。

小報和壁報兩種，在平時已經用作民衆教育上一種重要工具。這裏所應注意的助在於如何能使一般民衆得到廣泛的效用。須知這種報章，無論編得怎樣好，倘使民衆或不踴躍去看，或祇得到茫昧的印象，也是徒勞無功的。爲迅速補救這種目前的缺憾計，最好利用一般的小學生或民衆學校學生，拿着這些報紙隨處講給民衆聽

，等民衆聚攏一起時，還教他們認識其中的字，活活地做起「小先生」來。這是在戰時民衆教育和民衆宣傳上的一舉兩得的辦法。況且小孩子多數是很熱心，他們無論那一個角落都可以穿去，而他們又恨未能作正式的口頭或文字宣傳，所以這種工作，可算是最適合身邊的了。此外，還可利用善於「說書」的人，到處携着這些報紙，當做故事一般來講，更或引起民衆的討論辯難，其收效更妙。至若編報的人或正式的宣傳家，趁着抽閒的時候，插進人羣裏去，和他們一齊看報，讀給他們聽，還加些解釋，更或約三五同志站在那裏討論起來，更屬生動有趣的。

宣傳的

詩

歌寫法

我們在文字宣傳上，不可忘却「詩歌」的宣傳效力。假使單用乾燥無味的標語、口號、乃至講詞、和宣言書等，雖屬詞嚴義正，但恐還不大合民衆的脾胃。如果加上便於里巷傳誦的詩歌來，相信收效還大。詩歌本屬藝術品之一種，似應歸入藝術宣傳上討論，但其主要的成分仍在於文字。可惜現時的「抗戰詩選」等多偏重於技巧方面，不適於通俗之用。而舊式的士大

夫階級，每多借題發揮，做出極象徵化的古體詩、五絕詩、七律詩等來，祇博得少數的古典份子領畧妙味，也活活地葬送在象牙塔裏去。

我以為宣傳詩歌的作法，第一是要率真地流露熱烈的感情，其次要配上最通俗的口腔語調，按合天然的韻律。最忌的是拿那些生澁的白話文來做詩，還加上十數字一句，讀上來簡直令人頭痛了半天！「詩」和「歌」到了現時，可以不大分別了。讀來很順口的詩文，把牠按上曲譜，便可現成的歌子唱。記得以前在「國恥宣傳」的時候，有人是貼出這樣的標語：「不要氣，祇要記」，「人人要臉樹要皮」，「國之恥就是我之恥」，「大家快要團結一氣」！我以為像這樣很合口腔的幾句話，分做標語來貼固可以，分做幾個口號來喊也可以，就是把牠聯成一首詩也未嘗不可以，把牠按合琴譜作歌子來唱更是可以。這樣說來，「詩」和「歌」還有什麼區界呢？希望一般的宣傳家，把生動的口腔，編成有趣的詩歌，隨時教民衆吟唱罷。

(十二) 藝技宣傳上所需的特殊技術

圖畫宜
傳上
的技術

我要提倡一種新法：圖畫就好還是和標語，口號乃至詩歌作聯絡的有系統的宣傳。先舉一個例：像在前述的國恥宣傳的標語之下，若添上一幅「臥薪嘗胆圖」或「虎頭蛇尾圖」，是更便於和標語的意義聯貫，作有興趣的暗示，使觀衆得着深刻的印象。在外國的民衆教育上，是特設一種「觀感教育」(Visual Education)的方法，把圖畫、影片、模型、乃至統計圖表等作有系統的排列起來，使民衆大飽眼福，同時得到有系統的智識。其中如能得到實物時，還是一起排列，纔能補足觀感教育之真正意義。我以為藝術的宣傳上，也要參考這般用意。假使零零星星地單把幾幅圖畫展覽，恐怕在宣傳上得到的效果還很少。

在一般的圖畫宣傳上，還可分出美術畫，連環圖，寓意畫，壁畫四種來說一下

。(1)美術畫——在抗戰的美術作品中，所表現的人物，是要具有崇高偉大性和生動力，最好還加上一首讚美的詩下去，使觀者流連賞玩，生出景仰和追蹤的心理。

(2)連環圖——連環圖是要釘裝成冊，或摺成一疊，順着事實或情景的次序，加入前後的說明，髣髴小說一回一回的故事那樣，引得觀衆從首至尾地看完。(3)寓意畫——這是有些不便太過露骨表示的事情之一種描寫，最好是其中加入適切的問語，引起觀者的注意，旁邊加上一個人替他們解釋更妙。(4)壁畫——這應擇定最警心觸目的畫材，擴大起來掛在壁上，或直利用壁面塗上也無妨的。如果有人把「五百壯士的堅守滬上」和「飛天將軍殺敵情形」等繪成壁畫，相信是很能收宣傳的效力。

化裝的

演講

和演劇

這個辦法，原是採自美國的「游行宣講車」(Chautauque)的民衆教育宣傳辦法而來。其中是用一輛教育專車，配上音樂隊、演劇團、教育宣傳隊、乃至電影片、留聲機、標本、模型、實物等，實行半娛樂半

教育的宣傳，當然是有化裝演講和演劇的工作。這樣大規模的宣傳組織，中國現時恐怕做不來，但小規模的街頭演劇、乃至歌詠隊等，在引動民衆以便宣傳的開始上，是不可少的手段。這裏值得我們注意的，還是西班牙最近那種「大學演劇團」的組織。他們不是演空頭的劇，却是把前方和後方實際的工作，如實的表演出來，使民衆看過，懂得到具體的做法。我們的宣傳工作，理應迅速地改成這種作風。

電影和幻

燈的

宣傳技術

電影和幻燈兩種，最近各國已用作「觀感教育」上的重要手段。

這裏應注的，自近來「有聲電影」流行之後，所有抗戰的影片或幻燈的演表時，最好和播音機與留聲機等配合起來，把個中情節更加入精細和生動的說明，纔令宣傳的效力十足。外國在民衆教育上之利用電影，往往加入播音和留聲機下去，使一般的情節形容到維妙維肖。雖則在緊急的抗戰中，有許多動作是很難攝入鏡頭，及軍官的重要談話等，也不便於留聲機攝採，不過這祇是程度問題，有些部份是可以的。又電影的表演，因為「菲林」移動得太快，不便於精

細動作或微妙的機件之詳示，必利用幻燈慢慢地影出來，纔能彌補這裏的缺陷。所以這兩種藝術的宣傳手段，是應相輔而行的。這樣，抗戰的宣傳，委實能兼抗戰教育的意義在內，並且我們仔細考慮，實際上不能不這樣雙管齊下的。

播音的

宣傳技術

播音現在國內，也已廣泛地使用了。但是，能够盡量利用在宣傳上收效的，恐怕還是有限。各處的播音宣傳，大致是以戰事消息的報告佔主要部分，處處還播出純粹娛樂性的曲調來，令我們不得不認為有「一曝十寒」之弊。我以為今後播音宣傳的作風，是應以（1）戰事的報告開始，（2）繼以抗戰宣傳的演講，（3）最後作抗戰宣傳的歌詠，這可算是「抗戰宣傳的三部曲」。那些祇取便於民衆低級娛樂的劇曲，應漸漸省除，或換上抗戰時代的最新劇曲纔成。

總之，藝術宣傳上的花樣是很多，我們大有想出種種新款式引動民衆的必要。因為口頭宣傳和文字宣傳，都不大易於引起人民的視線和聽覺，必須把藝術的宣傳

品來按配停妥，纔是事半功倍的。又從藝術的宣傳品的本身來說，也是不便于獨立的演奏，必須處處藉口頭來說明，和文字來描寫，纔得形容盡致。更且從民衆的印象收得上來說，無論單靠聽覺上的口頭宣傳，視覺上的文字宣傳，印象還是淺而且薄，必和藝術宣傳三種並進，纔能增加刺激，得到永久難忘的深與強的印象。所以我最後又主張在可能範圍，應該實行三者合併的宣傳呢。