

日頁

D680.8

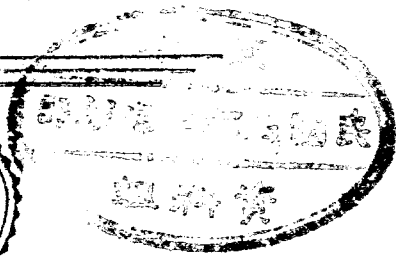
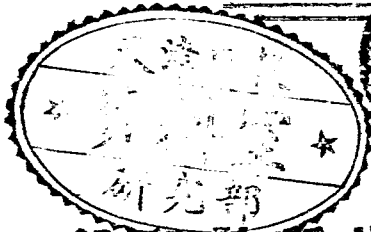
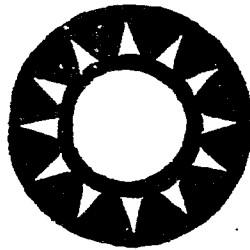
C.T.O

九〇年登錄

書 叢 義 黨

道 之 傳 宣

著 鵬 天 陳



行 印 社 版 出 書 圖 民 國

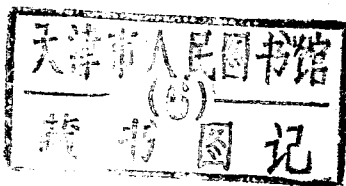
957733

相噴

D680.8 宣
C T O

宣 傳 之 道

陳 天 鷗 著



國 民 圖 書 出 版 社 印 行

中 華 民 國 三 十 二 年 七 月

宣傳之道目次

第一 宣傳的價值

第二 宣傳與藝術

第三 時機莫測

第四 口口相傳

第五 宣傳文章

第六 藝術與宣傳

第七 宣傳與兵法

第八 過去成敗與組織

重傳之錄 目次

一

宣傳之道

第一 宣傳的價值

宣傳 (Propaganda) 這一名詞，今日還不免被一部份人所誤解，以為宣傳就只是說謊，造謠，煽惑，欺詐。宣傳的技術方法，名之為「詭計」 (Trick)，而對於被宣傳的人，竟稱之為犧牲者 (Victims)。因此，這些人對於宣傳，便存了厭惡的心理，而避忌這一個名詞。此種傾向，在英美各國為尤甚。譬如英美的宣傳機關，都名之為「情報」等其他名詞，而不用宣傳這一名稱，甚至專肯名為「心理作戰」，而避忌宣傳這一個名詞。這種心理的形成，是由於國際戰爭時期，交戰國家，都不免彼此有許多不符事實的宣傳。尤其在第一次世界大戰時，德國方面，實施種種造謠中傷挑撥離間等惡意宣傳，給予英美人民一種不良的印象，所以到如今還殘存在於一般人的腦海中，不容易磨滅。

其實，促進德信價值所上講，宣傳並不是不正當的事業，雖內容不同，也並不就是說謊，造謠，煽惑，欺詐而已。反之，宣傳與秘密一樣，同為崇高的事業。大而言之，人的目的，大而至於偉大的主義，燦爛的文化，都有賴於宣傳的力量而獲得實現。同時，從事宣傳工作的人，也必須有高尚的人格，豐富的學識，熾烈的熱情，堅強的毅力，方能勝任愉快。固然，在國與國作生死戰爭的期間，為爭取大國的勝利，宣傳不常有煇煌誇大，變幻神奇，以及利用對方心理弱點的地方。但這也是宣傳的一種必要性的原則，亦促成戰爭的勝利。這是宣傳中的權衡的方法，而不是尋常的方法。

本來，宣傳的起源，是歐戰中愛德華魯賓，用作傳佈戰時消息，也是人類宣傳的事實，其動機原未可非議。即如我國孔孟周游列國，游說諸侯，以及孔子作春秋，作詩書，也都是宣傳。所以孟子會說「予豈好辯哉？予不得已也」。其本意也就在此。在宣傳文、武周公的大道。

總理對於宣傳，不但特別重視，而且認為是最高而有偉大效果的事業。所以他說：

「世界上的文明進步，多半是由於宣傳。……今日中國的舊文化，能夠和歐美的新文化並駕齊驅的原因，都是由於孔子在二千年以前，所做的宣傳工夫。」又說：「革命成功極快的方法，宣傳要用九成，武力只可用一成。」

由此可知宣傳是具有傳播主義思想，發揚文化，貫徹國策，推進政治的莫大作用，其地位的重要與教育相等。所以宣傳是國家的經常的活動，同時也是國家一切活動的輔導活動。有國家便應有宣傳。宣傳是有關國家生存的永恆活動。因此，宣傳工作，不僅是宣傳工作人員的責任，而且是一般國民所應盡的義務。

世界歷史已到了大轉變的時期，人類生存組織，也到了再編組的機會。同時中國又獲得了獨立自由的地位。今後如何肅清世界的侵略主義，如何實現世界永久和平的思想，如何履行我國對於世界的責任，如何完成我國現代化的建國過程，這都有賴於宣傳的功能。所以我們對於宣傳的將來，應當具有莫大的期待。何況總理曾昭示我們要「用國有道德和平做基礎，去統一世界，成一個大同之治。」所以我們要實現三民主義

最終目的的大同社會，不是用武力暴力或其他霸道的方法而是用宣傳的方法達成的。

宣傳的目的，一天一天的提高，宣傳的效力，一天一天的擴大，而宣傳的重要，也就一天一天的加重。所以中國的國民，要改變對於宣傳的心理，祛除過去對於宣傳的誤解，而認為這是國家的重要活動，是國民的崇高事業，而共同來參加這有關國家生存的工作。

前面說過，宣傳的重要，與教育相等，宣傳的功效，也與教育相同。但却不能說宣傳就是教育，兩者有相同的地方，也有相異的特點。

宣傳是達成國策的手段，教育也是如此。宣傳是要「感化」，要「潛於默化」，深入人心，教育也是相同。所以宣傳與教育，似乎有同一的作用。但是教育所期待的，是「百年樹人」的相當長期的效果。而宣傳所要求的，有時却必須要獲得「翕然景從」的一時的功能。因此，教育的方法，可以斟酌對象的主觀，而相當固定，而宣傳的方法，則隨着客觀的環境情勢，而必須千變萬化，以赴事機。在教育方面所用的，多是堂堂

之鼓的正兵，而宣傳方面，却不免有時要利用突兀詭譎的奇襲。教育是「中和平易」，宣傳却附帶有「神機莫測」的特質。這又是兩者不同的地方。

宣傳既與教育有相異的特點，所以宣傳自有其獨特的方法與技術。所以從事宣傳工作的人，必須盡力研究這些獨特的方法與技術，方能完成他們的任務。

第二 「定」「信」「變」「達」

德國納粹宣傳主持人戈培爾曾說：「宣傳沒有基本的方法，只有目的；便是征服羣衆。」這種論調，可說是納粹的本色。這不但是錯誤，簡直是荒謬無稽。宣傳固然沒有一成不變的方法，但却也有基本的要件。根據這些要件，然後才能發展出各種的方法與技術。

宣傳的要件有四，便是「定」，「信」，「變」，「達」。現在分項略述於次：

(一) 定

第一個要件是「定」。何謂「定」，便是「定於一」。換句話說，就是宣傳方針與宣傳步驟應當要「確定」與「統一」。舟行於江海之中，執舵者必須認定了航線，看清了底流，循此而進。縱令遇著驚濤駭浪，決不能驚慌送亂，隨意改航轉向，否則即不免

有覆瀾之虞。這一要件，在國際宣傳方面，尤屬重要。因為國際宣傳，是要與國家外交政策相配合的。現代國際情勢，真如白雲蒼狗，瞬息萬變，信約無憑，朝友夕敵，實令人不易捉摸。假如不能看準本國的利害緩急，把握國際演變的趨向，而確定妥當的宣傳方針，善為運用，一遇到了迷離幻變的局勢，便舉措歧亂，那真是一件極危險的事。例如我國自抗戰以後，即認定日本為唯一敵人，而以多求友少樹敵為宣傳方針。其間曾經過了許多國際間的事變，直接間接影響於我們國家的利害，已覺應付不易，迨至歐洲戰起，始而蘇德交戰，繼而蘇德突戰，再進而蘇日竟締結中立協定，變化之奇突迅速，為有史以來所罕見，真使人有莫知所嚮之勢。但是我們中央始終認清反侵略國家與侵略者之分野，預知這兩大勢力，必有壁壘分明，格鬥肉搏之一日，所以一任局勢如何變幻莫測，仍然向貫徹既定之方針邁進，指揮若定，無所動搖。迨至太平洋戰起，國際局勢，已臻明朗，我國的國際宣傳，固已進入蕩蕩的坦途，而過去方針之正確，至此遂亦獲得證明。這不能不歸功於「確定」兩個字。又看歐戰初起，法國內部既不「統一」，宣傳

又無「確定」方針，以致讓德國宣傳，得制機先，弄得法國軍心動搖，民氣消沉，寔假以至於土崩瓦解，一敗而不可收拾。國際宣傳固應當如此，國內宣傳，又何莫不然，而「統一」這一要件，在國內宣傳，尤爲重要。宣傳本是達成國家政策的手段。既云國家政策，則達成此政策的宣傳方針，必須由中樞決定，然後由上而下，以同一意旨去執行。假如下層的執行者，不依中樞決定，而自出心裁，或不知不覺，違反中樞意旨，去從事宣傳，其結果必致正負相消，不但使宣傳的效果，將等於零，有時反而要收獲破壞國家政策的惡果。宣傳方針縱已確定而統一，但宣傳的步調，若不能一致，仍然還是宣傳上一大破綻。凡與宣傳有關的國家機關乃至其他一般部門，縱然在統一的既定方針之下，若內容與行動方面各自爲政，單獨進行，不能採取密切連繫的一致步調，必致紛歧錯亂，莫衷一是。譬如一國軍事機關，外交機關，與宣傳機關所說的話，縱使不互相矛盾，就是在輕重緩急以及事實的解釋，稍有參差，卽足以減銷宣傳的效果。所以真正統一的宣傳，不但方針要統一，步調要統一，就是一切負責宣傳的機關，團體或個人，所

作的文字，講演，甚至於私人談話，都應當在統一的方針之下，有千篇一律的內容，不容有絲毫的參差歧異，這樣才能夠名爲統一的宣傳，才能收到切實的效果。

(二) 信

宣傳的第二個要件，便是「信」。所謂「信」，便是要使事事可信，而後人人相信。換句話說，便是要能「深入人心」，而使人「心悅誠服」。但是要完成這個要件，就必須要「思想正確」，「態度忠實」。

所謂「思想正確」，就是要將宣傳的內容，（無論是主義或是政策政令或其他）忠實地闡揚傳佈，不可認識錯誤，不可觀念混淆，不可穿鑿附會，更不可使自己所說的話，發生邏輯上的矛盾。否則接受宣傳的對象，或將引起輕蔑的心理，甚至或將引入歧途，而發生反宣傳的效果。這一點是人所共知而又爲人所易犯的錯誤。現在姑舉二三實例來說。例如最近流行的所謂「民族形式」這一句話，本來是想將外國的主義，通過民

族的形式而宣傳的意思。但是一部分的三民主義者也不留意地跟着大談「民族形式」。
殊不知三民主義是中國的主義，並不是外國的主義。三民主義的表現形式，本來就是中國固有的形式，根本就不着談甚麼民族形式的問題。這便是認識錯誤的一個實例。又如「階級」這一名詞，自有其明確的意義，必須嚴格解釋不能隨便使用。但是現在還有少數人不切實注意，而常用這一名詞來分析中國的社會。殊不知在三民主義的立場上，是不承認目前中國社會有階級存在的。這一點若不弄清楚而隨便亂用，必致使受宣傳的人，容易由階級的存在而引起階級對立的意識，因為發生嚴重的後果。這又是觀念混淆的一個實例。

所謂「態度忠實」，便是一切根據事實，不虛構，不欺騙。從前王充曾說：「凡論事者，實，不引效驗，則雖甘義繁說，衆不見信」。（論衡知實篇）這幾句話，實在是很有道理的。所謂「流實」，便是不根據事實的虛構，所謂「不引效驗」，便是不能兌現的欺騙。這是宣傳工作所忌的。古時啼缺，徒木立信，雖不免有愚弄人民之譏，但是他

的宣傳，却的確收了效果，因為他是即刻兌現的。漢時僑不疑，有人誣其盜嫂，但是他並沒有用「背義繁說」，只說一句「我乃無兄」，於是人皆釋然，這是因為他是根據事實來說的。所以宣傳愈接近事實，愈能使人相信，而所收效果，也就愈大。抗戰軍興以後，我國中央通訊社所報導的消息，無不慎重考慮，力求正確，然後發表，決不擡壁虛構，也不妄事誇張。所以世界各國，對於我方的報導，比較能夠置信，承認其有相當價值，而中央社在國際間的地位，也日益增高。反之，敵人的同盟社，素以捏造黑白虛構誇張為能事，如最近中途島一役，日軍確實慘敗，而他們却反大吹勝利，甚至大發祝電。但是鐵的事實，是不可掩飾的。所以敵人的宣傳，甚至連他們的軸心伙伴，有時也不敢置信。「大東亞共榮圈」，「八紘一宇」一類的謬說，除了軸心伙伴以及為他們所蒙蔽的極少數的奴才，有意替他們捧場而外，全世界中可說沒有一個人相信或贊成的。譬猶之鼓，一經識破，便徒形其心勞日拙而已。又如在此次大戰中，英德間的廣播宣傳戰，極為劇烈。德國的技術，雖極巧妙之能事，但英國却以接近事實，忠實報導為原

則。有人將英德兩方的廣播，比喻爲兩個律師，一個是製造證據，一個是陳述案由後，不作其他不道德的強辯。所以英國的廣播，反而能獲得世界的信用而佔到優勢。

固然，宣傳不是教徒向天主的懺悔，不必那樣盡情吐露，以肺腑相見。有時爲加強效力起見，固不妨「渲染」「擴大」。而「渲染」却也是宣傳所必要的。在昔湯武誓師，聲討桀紂的罪惡，而桀紂遂成古今第一類的惡人。弄得後來子貢也不得不說「桀紂之惡不至是，而天下之惡皆歸焉」。這就是「渲染」的結果。也正因爲事實上桀紂本是兩個無道的君主，所以才能加以「渲染」，假如他們若真是兩位聖賢，縱將天下之惡歸之，決不會有人相信。又如商家的廣告，可以盡量宣傳自己的貨好價廉，但你不能把煤炭說成麵粉，不能把苦瓜說成香蕉！所以在宣傳中的「渲染」，是可用而且必要，但却不能完全出於虛構。

宣傳要忠實而不宜虛構，並不是從道德價值的判斷上言，而是因爲真理終究是要顯露的，萬一虛僞的宣傳，一度被發覺以後，則日後的一切宣傳必難取信於人，而大大的

減少後來宣傳的效果。

(三) 變

宣傳的方針，是要確定，但是宣傳的方法，却要變化。因為要使人相信而「心悅誠服」，必須要把捉目前的時機，測定對方的心理，而利用各種方法去實行；不可一成不變。總之也會說過「教化就是宣傳，大家擔負這種任務，所用的方法，必須應變應變」。所以宣傳的第三個要件，便是「變」。

方法的變化，可說是宣傳工作的核心要件，也是極感困難的一點。同時也是全書人力應用的一件事。所謂運用之妙，存乎其人，非殫精竭慮，惨淡經營不為功。

前面曾經說過，宣傳與教育的方法，是有獨特不同之點。教育所用的方法，經常是用的正兵，而宣傳的方法，却不免要使用奇兵。而為「臨機應變」並且加強宣傳的效果。遇見之時且必須要使用策元詭譎的技巧。這種技巧，也可以名為「神機莫測」的妙

用。這又是「變」的要件之中的核心。此點容另節再述。

宣傳的方法，據前人所用過的，不外（一）反覆（二）集中（三）諷刺（四）散佈流言（五）統計解說（六）虛構等幾種方法。在這些方法之中，應當如何選擇運用，是不能一概而論。而且就是在同一方法之中，其實行的技術，也必須斟酌情形而定，而不是一成不變的。所以所謂「變」的這一要件，僅得研究的理由，也就在此。

宣傳是一種「暗示」，(Suggestion)。既是「暗示」，就不能「創造」(即紙中生有)，而只能「喚起」，「集結」或「指導」。一般羣衆中既存的心理傾向。「暗示」的極端形式，要算催眠術了。但是催眠術的暗示，也是有一定限度的。因為被催眠術的人，對於他本性素所反對的暗示，也不會接受。所以宣傳的方法與技術，必須要仔細斟酌宣傳對象既存的心理傾向，而靈活運用。

本來，人類驅使對方而服從我的意思，不外「情感」，「理喻」，「利誘」，「威脅」四種手段。在四種手段之中，有三種是屬於感情的，一種是屬於理知的，所以宣傳工作

所要處理的心理因素，是感情多於理知。而羣衆的感情，又富於傳染，富於幻象與聯想，易於接受暗示及誘引。宣傳工作者，要針對羣衆感情的這種神祕性，慎重分析，而決定其方法與技術。

總理曾昭示我們說：「普遍的宣傳，是要對極無知識的羣衆去演講。普通人極歡迎的心理，是在甚麼地方呢？拿他們心理中極歡迎的話去演講，便可感動許多人，不必費很大的力量，便收很大的效果」。又說：「要一般農民都容易覺悟，便先共講農民本體的利益。講農民本體的利益，農民才注意，如某開口就是講國家大事，無知識的農民，怎麼能夠起感覺呢？」這兩段話很透徹地將前述的道理說明白了。

所謂「變」，所謂「隨機應變」，所謂因時因地因人因事而運用，簡單言之，也不過是針對宣傳對象心理傾向而變化罷了。

心理傾向中所包含情感部分，不外情緒（*Emotion*）與情操（*Sentiment*）兩類。

「情緒」的種別甚多。正如心理學家詹姆斯說過的：「情緒的紀數，有如新英格蘭農莊

中傳播頭序列同樣的冗長」。但是有關於宣傳的，也不過喜、怒、感、惡、恐、懼、愛、慕、自辱等數種而已。至於「情緒操」，則為由情緒所組成的傾向，如「愛國」，「憤恨」等類是也。宣傳的作用，就在激動被宣傳者的情緒與情操，使其能照宣傳者的意志而行動。對敵方要引起其恐懼與焦慮，對我方要喚起其自尊與愛慕，以激動其對敵方的厭惡與憤怒，然後利用之以達到我方所要求的效果。

此等心理的權衡，是不能立一共通原則去處理的。現在且就前述的各種方法，加以研究。

第一就是「反覆」。也就是「反覆申述」的意思，這可說是宣傳中正常而普遍的方法。所以心理學說：「因為要人心悅誠服，不是一朝一夕，一動一靜，能夠收效果的。故必要把我們的主張，反覆說他，深入人心，那才算是有效果。」所謂「反覆申述」，並不是使用這種方法的理由，決非希特勒所主張的「說一千遍，聽的人聽力小，而記憶性却大。」所以「有效的宣傳，必須限定於重複於熟習的少數題

材。羣衆的理解既甚遲緩，所以對於同一事物，必須說上千遍。」

希特勒的說法是不正確的。所謂羣衆的理解力，假如是批評的理性的，也許是小而遲緩。假如非批評的情感的，那末，羣衆的接受性反爲大而敏速。至於民衆的健忘性，並不是大，而是他們不願記憶。德國民衆不記憶純粹的信條，並不是他們聽得不熟習，而是因爲他們對於別的問題，更有興趣，或者是他們根本就不願意去記憶這些信條。所以我們必須認出希特勒這一原則的錯誤。否則我們的方法與技術，必致枉費心力。

所謂反覆申述，並不是鸚鵡式的反覆，換句話說，就是可以反覆而不宜重複。假如一種處境人所熟悉的新聞消息，見解，評論等類，若用鸚鵡式的反覆方法去宣傳，必致使被宣傳的人立刻發生厭倦。又如吳此等消息評論的傳播，羣衆已抱着強固的反感，若用鸚鵡式的反覆方法，必致立刻引起憤怒與輕蔑。（意大利對北非的廣播，日寇對墨西哥和華及東西其榮國，便是一例。）但是假如縱有二半人反對，却又有二半人歡迎，那末，反覆的方法，也許可以收顯相當的效果（例一國政黨對國內宣傳主張，可以

利用歡迎者的輔助傳染誘引而轉變反對者的心理。

說到這一個方法，作者却想起了一个笑話：在明末的時候，有一位理學家，偏偏他的夫人却非常佞佛，每日口誦佛號不絕，屢次勸她都不聽。有一天他喚着他夫人的名字，一遍又一遍，他夫人接連地答應了，他還是呼喚不已，弄得夫人氣惱起來，罵他討厭。他於是從容說道，我現在不過只叫你十餘遍，你便討厭，你一天把佛菩薩叫上千百遍，菩薩討厭不討厭呢？這雖是一個笑話，但在這裏面可以領悟到鸚鵡式的方法的弊病。

不過這種反覆的方法，若用之於挑動對方的焦慮或恐懼的情緒，却也有很大的效果。現在且舉一個實例來說明。

日本有一个軍事評論家，曾在某日本雜誌上報導說在珊瑚海日本敗戰的時候，適當日本淺間山火山爆發，英美方面便反覆廣播說淺間山火爆發，死傷無數，爆炸直達東京，日本人必大為動搖云云。於是在海外的日本人，便大為驚慌，紛紛打聽事實的真

續。

他又說在一九四〇年京都大阪地方鬧水災的時候，他在中國境內的日軍部隊裏，有一晚，扭開了無線電收音機，聽到了由重慶方面的日語廣播，說京阪地方，洪水成災已歸全滅，國內因此陷於大混亂中云云。他起初聽了，以為這不過是謠言廣播罷了。但是每晚都這樣廣播下去，他便漸漸就心起來了。

上面這一個實例，便是挑動對方憂慮恐懼而用「反覆」方法所收的效果。而且事實上，淺間山實已爆發，京阪地方也真有水災。我們的廣播，並不是虛構，只是根據事實稍加渲染而反覆廣播罷了。因此，這種方法，便收到了效果。不過這裏附帶有一點，是要注意的。就是使用這種方法，也不能完全用鸚鵡式的反覆，必須一次一次不同。第一次簡單報告，第二次便稍詳細，以後便逐漸擴充。這樣有計劃地去使用反覆方法，方為有效。假如每次廣播，都是一字不易的同樣內容，宣傳效果，便要大為減殺了。

反覆的方法可用，但是運用的技術，却須慎重研求。因為宣傳不是完全訴之於理

性，大部分都是訴之於感情。感情的激動，使需要刺戟。千篇一律的陳詞濫調，那裏還有刺戟性呢？因此，宣傳內容的刺戟性，也可算是宣傳的附帶要件。試看縱使有名的小說或文藝作品，有聲的電影或戲劇，假如繼續看到十遍以上，無論何人，都要感覺厭倦的。

即就「潛移默化」而言，所謂「潛」「默」，就是要使宣傳對象不知不覺而受感化。所以反覆的方法，是要在一貫性的條件之下，將各種方式各種工具連用，而不斷給予宣傳對象以新的刺戟。例如開會，講演傳單，標語已經用過了，就毋須繼續再用。便可另用戲劇，電影，音樂，小說，故事，歌詠等或其他方式與工具，不斷地進行。宣傳的內容，也不能始終用正面的呆板三段論法的公式，必須從各個方面各個角度而變換說明。這就是反覆方法中的「變」的條件。

其次便是「集中」。所謂「集中」就是在一定的時間內，如一日，三日，或一週內，就某一宣傳主題，集中一切宣傳力量而宣傳。我們所常舉行的宣傳週，便是這一類

的方法。此種方法，就是加強宣傳的刺激性，使宣傳對象獲得強烈的印象而且不斷地增加刺激，激動潛伏於羣衆中而不顯著的心理傾向，無批評地無分析地接受宣傳的暗示。這種方法，必須遇着重大而困難的問題，方可使用。若過分使用，必致失其強烈的作用。我國的宣傳週，實在用得太多了，無論甚麼問題，便來一個宣傳週。久而久之，便失去其本來的作用。本來，凡宣傳而預使受宣傳的人知其爲宣傳。便已減殺了宣傳的效力。我們使用宣傳週的方法，往往預先發表自某月某日起至某月某日止，舉行某某宣傳週。這種辦法，實在不大高明。這種方法，最好是預先內定於某一時期內，集中一切宣傳力量，限於一個宣傳主題，使受宣傳的人屆時目所見，耳所聞的，一切都是這一主題的宣傳，不知不覺地必會發生強烈的印象。至於宣傳週的辦法，並不是不可用。最適當的辦法，就是領導羣衆從事一種實際的行動。如清潔運動勞軍獻金等，便可運用。假如灌輸一種見解或觀念，這種方法，便不適宜。

其次爲「調劑」，調劑與調護，在宣傳上，當然也有相當效果。但是對於羣衆的心

理，不易發生強烈的印象，而且頗有流弊。中國古代的諷刺家如淳於髡等方朔之流，雖然曾用諷刺諧謔的方法，說服了專制的帝王。但是用在含有敵意的對方，不但不能收說服的效果，反而激起對方反感。例如德國戈培爾因終復英國其名士在報紙上發表攻以德文的文字，他在一九三九年七月十四日寫了一封信，儘量揶揄英國的索姆。用這封信往英國各方面的人士。有少數人接到了這封信，也頗感覺趣味，但多數人則極感憤懣。這封信完全失敗了，不但沒有收懾服的效果，反成一種挑釁的行爲。所以諷刺的方法，只能對自己方面或第三者方面，形容敵方的缺點與罪惡。方可收效，若用之於敵方，反而引起相反的結果。除非故意想用此以激怒對方，那就又當別論。

其次爲「統計解說」。用統計數字圖表去宣傳，當然是比較真實準確而簡單的方法。但是這種方法，以適用智識水準較高的人爲宜。對於一般的羣衆，統計的數字不及生動的故事。而智識低下的羣衆，對於數字的印象，有時容易留下錯誤的記憶。著「戰時柏林日記」的記者薛勒氏，他在柏林只向美國廣播說：「有一個命令，在四個月內你

只能得到一塊修面皂或一管修面藥，我要留起鬍鬚來了。」這幾句話便給予美國感覺德國物資缺乏的印象，而無須排列繁瑣的統計數字。

又次爲「散佈流言」。「這又可分爲兩種，一種爲散佈不利於敵方面爲其所禁止的真實消息，一種便是造謠。這種方法容在「口口相傳」一節中詳述。

最後便是「虛構」。上面曾經說過，宣傳以「信」爲要件，宜保持真實，只可渲染，不可虛構。虛構是宣傳中最下的方法。但有時偶然也可以收到相當的效果。例如德國在一九三九年九月三日開始進攻波蘭時，便把「告波蘭人，諸君的政府已背叛諸君，已放棄首都了」的傳單，散佈波蘭全國。嗣後不到一星期，在九月八日，德國無線電宣傳隊，便把華沙陷落的消息，用與華沙廣播電台同一的波長，向全世界廣播。因此，美國的業餘廣播電台，都錯認是真實，大事宣傳。一個人的虛報，竟引起全世界的誤會。但事實恰與此相反，華沙陷落，是在九月二十七日。直到此時爲止，華沙廣播電台繼續由波蘭軍與敢死的廣播員死守着，繼續廣播華沙未陷落的消息。直到陷落的剎那，

始由女廣播員的聲音與德語交混着播稱「吾人已到了必須拋下這播音機的時候了，但仍要死守到最後。」這是德國廣播宣傳收效的一例。至如後來德國在斯比公傍被擊沉的時候，這虛構海戰的勝利，直到真實消息傳佈後，便不能自圓其說，只好「王顧左右而言他」地搪塞一陣。又如日本在珊瑚島海戰時，拚命狂吹其勝利，直到慘敗的消息傳播後，便只好銷聲匿跡，噤口不言了。總之虛構不是最上的宣傳方法，總以少用為妙。

以上所說的幾種方法，都可運用。不過究以何種為宜，則又變化不居，只好隨着對象與環境而定。所以從事宣傳工作的人，必須要有恆心有耐性，一法不適用，改用他法，一日不成，繼續猛進。希特勒所說：「對於一個民族，用聰明而持久的宣傳，可以使天堂成爲地獄，也可以使慘淡的生活成爲天堂。」也頗有相當的道理。

四 「達」

至於第四個要件的「達」，便是要「流傳迅速」，「散佈普遍」，「情報充足」。

假如這一要件，不能完備，那末，宣傳工作，便有宣而不可傳，傳而不可聽之虞。不過這要件完備，却與經濟環境，科學設備，交通狀態等項，有密切的關係。就無線電而言，這一點而言，現今最優良的利器，莫過於無線電廣播，其速度在每一秒鐘內能繞地球七次，不過這種利器的設備，依賴於經濟與科學的關係甚大。若沒有強大而衆多的廣播電台，如何能與優勢的敵人，作廣播戰爭，而打本敵人本土及第三國國家之內。文雖然是良好的電台，而沒有收音機網的普遍佈置，在國內的效果，也將等於零。我們要收「自然」的效果，必須要爭取時間。尤其是對外的宣傳工作，那怕一小時一刻鐘的標先，我們都必須要爭取。因為凡人的心理，多係以先入爲主。誰能傳播最先的，誰便先佔優勢。目前交戰國家的廣播戰之所以熱烈化，就是這個原因。國內宣傳，亦復如此。國家的政策政令，一旦頒佈，必須要迅速傳播。能早一日使民衆瞭解，則早一日可以收到效力。可惜我們的此種設備，尙未能週全，所以在實際方面，有時不能與敵人鬥爭。在國內方面，也不能充分應用。這是要急需彌補的一個缺憾。

至於「散佈普遍」，尤爲重要。總理會昭示我們宣傳要「一傳十，十傳百，百傳千，久而久之，便可傳到四萬萬。」所以必須以傳到四萬萬人，方能完成宣傳的功能。但是就我們目前的情形而言，距離「達」的標準，還很遙遠。一切宣傳，多集中於通都大邑，漠視了窮鄉僻壤。注重於知識分子，忽略了農工羣衆。主義之所以不能推進，政府之所以不能貫徹，完全由於這一種血脈不流通的毛病所致。其中的原因甚多，現在不遑詳舉。要補救此等缺點，固然甚不容易。不過中國物力雖然缺乏，但是可以用人力自然力以補其不足。譬如收音設備缺乏，我們便要嚴密宣傳的組織，用口口相傳的辦法去補救。機械交通工具不足，我們便要利用騾運馱運水運等去補充。此等補救方法，固然是拙劣，但若並此而不努力，則宣傳的效果，必難達我們預期的標準。

至若所謂「情報充足」，就是宣傳應與情報密切聯繫。兵法有云：「知己知彼，百戰不殆，不知彼而知己，一勝一負。」這一原則，不僅適用於戰爭，而且適用於宣傳。所以宣傳與情報實有輔車的作用。不但要密切聯繫，最好能成爲一體。如現今英美的宣

傳機構之所以稱爲「情報部」，也含有這種意義在內。尤其在國際宣傳方面，宣傳與情報，必須要密切聯合。對於敵人的強弱虛實，第三國的主張動態，均須有詳細確實的情報，明悉對方的真情，然後方能訂定有效的宣傳方略。此次世界大戰中，交戰國家因宣傳與情報聯繫成功而獲大效果的實例甚多，現在姑不一一列舉。兵法上對於「用間」，所以特別置重，原因也在於此。

此項聯繫，不僅限於國際宣傳即在國內宣傳，亦同屬重要。從事宣傳工作的人，必須首先了解宣傳對象的心理，針對施工，然後方能奏「攻心」之效。換句話說，必須要隨時洞察「民隱」，關心「民瘼」，然後因勢而利導之，其效果自可立觀。譬如國家頒佈一種政策政令，宣傳工作人員，即應首先調查一般民衆，對此有何感覺印象，對於民衆，有何實際利弊。然後誤會者，予以解釋，疑惑者，予以解答，蒙昧者，施以啓發。如有反動份子，暗中煽惑，不肖之徒，從中阻撓，尤必設法調查明白，予以抵制。凡此均有賴於詳確之調查與情報。否則僅憑一面主觀，任意立言，知己而不知彼，勢將等於

宣傳老道

三六

無的放矢。用力雖勤，收效必弱。所以宣傳工作人員，不僅要與特報人員密切聯繫，而且要其正確情報，即其自身亦應隨時經常調查，細察民情民意，作成有系統之檔案資料。以此，宣傳工作，便可順利推行了。

第三 神機莫測

(一) 意義

何謂「神機莫測」，就是「變」，也就是「奇」。這種「神機莫測」的方法，我們也不知其所從來，其止也不知其所往。由之而不知其因，從之而不知其所位。目的之內有目的，內容之外有內容，環環擊西，處處實實，使宣傳對象不知不覺墮入彀中。宣傳之所以被人稱為「詭計」(Hocus)者，也就因此。

「神機莫測」，本是戰略上的一種運用。我們若用孫子兵法上兩段話來說明，就更容易明瞭了。

兵法云：「故形兵之極，至於無形，無形，則深不可窺，智者不能謀。因形而措勝於衆，衆不能知；人皆知我所以勝之形，而莫知吾所以制勝之形；故其戰勝不復，而軍實無窮。夫兵形象水，水之形，避高而趨下；兵之形，避實而擊虛；水因地而制流，

變而制勝。故兵無常勢，水無常形；能因敵變化而取勝者，謂之神。」

近，利而誘之，敵而取之，實而備之，強而避之，怒而撓之，卑而驕之，佚而勞之，親而離之，攻其不備，出其不意。此兵家之勝，不可先傳也。」

我們若能將上面兩段話，細加玩味，便可知道宣傳的「神機莫測」的妙用了。

本來，宣傳暗示的傳導方法有兩種。一種是直接的方法，一種是間接的方法。直接的方法是銳利、堅決、命令、直接等方式，用誇大或極端的辭句。間接的方法是誘導、柔和、紆徐、隱微、偽裝及間接的辭句。所謂間接傳導，就是表面所指的目的，似係某一些事物，但是真正目的，却又是另外一些不同的事物。就是上面所說的目的之內有目的，內容之外有內容的意思。因此，所用的材料，無論其形式為語言、文字、圖畫或其他種暗示，大多帶有象徵的性質。所謂象徵，便是以「言外之意」來鼓勵羣衆。假如在宣傳者方面，實力強，威勢大，或者因宣傳對象易於服從而不致遭遇抵抗，

便用第一種的直接方法。例如德國對於奧大利、捷克、蘇台區、波蘭以及挪威等國家，憑藉其雷霆萬鈞的武力，藉着打擊猶太人，打擊布什維克等口實，用直接的方法去宣傳，而懾服這些國家。

假如在宣傳者方面，實力威勢，不甚強大，或者尚未樹立。而宣傳對象的心理傾向，潛伏而不強，且爲其他心理傾向所蔽而不顯，對於宣傳內容的接受，還差很大的心理距離，便要用間接，紆徐，或僞裝的方式。

宣傳的暗示，訴之於情緒與情操者居多。而欲訴之於情緒與情操，最好是多用間接的方法及象徵的方式，而少用直接的方法。

因此，宣傳要達到神機莫測的境地，必須將直接與間接的方法，斟酌運用。

(二) 實例

宣傳既以訴之於情緒與情操爲主要，而情緒中之有涉於宣傳者，不外喜、怒、恨、

懼、疑、等種類，現在且列舉古今對於此等情緒的宣傳實例若干則，以明「神機莫測」的運用方式。

(1) 項羽被圍垓下，漢軍乃使人作楚音。項羽聞四面楚歌，大驚，以爲漢軍已盡得楚地，而楚軍亦圍楚歌，而思鄉動搖，結果使項羽終於自到烏江。這種方法之妙，全在利用對方慘敗的心理，用象徵的方法，不知不覺使其動搖。假如用斥責項羽的罪惡及其他直接的正面方法，就不但不能使其動搖，反足以堅楚軍之心了。

又劉琨守晉陽時，被北人圍困，幾次突圍，均不得出。於是劉琨乃令軍中吹胡笳。北人聞之，悉動思鄉之念，軍心動搖，乃解圍而去。

(2) 「激」：普法尙未開戰以前，俾士麥爲要使戰機早日成熟起見，竟利用當時德皇威廉在某地狩野與法大使會見情形的一段平凡新聞，將其竄改數語，在報上發表。使德國人民看見，以爲法大使侮辱了德皇，使法國人民看見，又以爲德皇欺侮了法國。於是兩國人民同時憤激，而普法戰爭，便因此而爆發了。俾士麥所用的方法，原可以歸於

「渲染」這一類的。不過俾氏實改字句的巧妙以及利用羣衆心理的準確，可說是頗得「神機莫測」之妙。

關於「激」的方法，歷史上成功的各種實例頗多，姑不一一列舉。

(3)「脅」：此乃大戰中，德軍在挪威登陸，是一九四〇年四月九日。但於數天以前，德國公使在挪威首都奧斯羅開了一個電影會，招待挪威政府的重要人及外國的外交團。說是一請看一套奇特的電影。「這套電影就是德國空軍轟炸波蘭都市的恐怖情形。演完之後，因為太駭人了，誰也拍不得手，出不得聲，後來到了喝香檳酒的時候，德國公使分別詢問來賓的感想，並着解釋道「這不是戰爭影片，是表示惟有用和平之途者方能達到目的反對影片。」言外已含有恐嚇的意思。這套電影的放映，不消說是要把恐嚇的印象，灌入挪威要人的腦裏，由此引起挪威國民的反戰思想與懼戰心理。所以在這套電影放映後，不到幾天，奧斯羅便被二千五百名德國兵不流血地佔領了。

(4)「威」：宋(劉裕)時權道濟，因糧罄撤兵，但恐敵人追襲，使士卒晝沙嚼鐵，

使敵人疑惑其糧食充足，不致撤兵，未予追擊。道濟乃得全師而退。又戰國時孫臏曾以滅灶計戰敗龐涓。這二事一則故意示強以惑敵人而令其戒懼。一則故意示弱以啓敵人的驕慢，而乘隙予以打擊。

又如此次大戰中，德國廣播電台，對法國的宣傳，極盡惑亂的能事。甚至法國將官在馬奇諾防綫內午餐時所吃的甚麼菜甚麼湯，都給他報告得正確清楚，這種宣傳，對於法國的人心，實在影響不小。

又據說當德軍進佔挪威的時候，爲要擾亂挪威的經濟起見，曾在奧斯羅上空撒下挪威偽紙幣。這事的真假，雖不可知，至少恐怕也是德國第五灘隊的謠言戰術罷。也許會故意撒下少數的偽紙幣而且只是要稍加注意便可認出偽幣。但是無論其數量的多少或無，就是這一個謠言，已足擾亂其經濟及人心而有餘。

又當德國在比荷作戰的時候，德國第五縱隊宣傳說：「德國跳傘兵是穿荷蘭兵的制服。」以愚弄荷軍，致使荷軍真個弄出自相殘殺的悲劇。

(5)「誘」：商鞅徙木立信，雖然有憑弄長衆之嫌，但不失爲一種「誘」的宣傳，則係事實。

又據某筆記所載：南宋時，通行輕重兩種錢，人多藏匿重者，致使市面恐慌。時秦檜爲相，乃故云「不日當廢止重錢。」其左右宣傳於外，於是匿者乃競出其所藏。此事雖尙待考證，但也算是「誘」的一種。

當戰爭的時候，一國的軍事當局，常捏造一種假軍事計劃或假軍備狀況，又故意漏出一部份，令報紙得以傳布，使敵人知道。却又故意驚慌震怒，說是洩漏軍事秘密，一面追究洩漏的負責者，一面又以洩露國家秘密嫌疑，懲辦發稿人，而使敵人誤認此爲真實計劃，而從事準備。這是一種「誘」而兼「惑」的方法。

上列各項實例，不過就記憶所及，略舉數則，誠不免罪一漏萬，但由此似亦可以略窺所謂「神機莫測」的特質之一斑。

(三) 聲勢

所謂「聲勢」(Prestige)就是「先聲奪人」的作用。實爲「神機莫測」的運用上一大助力。詳細點說，所謂聲勢，就國家而言，就是這一國家的雄厚的實力，光榮的歷史，崇高的文化等項。就個人而言，便是地位、榮譽、威望、權威等項。這些「聲勢」，增加宣傳的効力不少。

在上而會經提到，德國對於奧大利、捷克等國，曾用宣傳的直接方法，去誘伏這些國家，這就是憑藉德國的雄厚武力與備置周密等的聲勢。

德國佔領奧地利後，在一九三八年四月九日宣佈爲「大德意志帝國日」，命令該日正午在六德意志境內（包括一切佔領區域），一切車輛，均須停駛兩分鐘。大德意志境內的人民須默念大德意志的威權（Ehre）兩分鐘。教堂均須鳴鐘，飛機在全境上空飛翔。街市的民衆均須肅立並遵照命令舉行納粹敬禮。

德國這種行動的宣傳，完全是激發着所有的「聲勢」，用直接的方法，（如默念大德意志的國標兩分鐘，行納粹式敬禮等），使其所統治的羣衆接受納粹的信條與統治。但是這種宣傳，不能夠組成羣衆的情操，只能抓住羣衆的一種情緒。這種奴隸式的接受，是不能持久的。不過德國憑藉其「聲勢」，却也收到一時的宣傳效果。

蔣委員長是中國古代的兩個宣傳健將。他們所用的宣傳方法，也都是恐嚇，利誘，誇大。兩人的宣傳可說是勢均力敵。爲甚麼後來蔣儀的連橫，竟能打破蘇秦既成的合從。這就是「聲勢」的關係。因爲蘇秦齊後的「聲勢」，只是六國聯合的力量。蔣儀所恃的是美國單獨的實力。所以他能乘六國互相猜忌的間隙，藉着秦國的「聲勢」，各個擊破而達成連橫的目的。（蘇秦游說失敗後，取周書陰符，懸梁刺股，苦心研究一年，始出而遊說成功，這種研究宣傳方法的努力，實值得宣傳工作者的效法。）

再就個人的聲勢而言，郭子儀單騎退虜，是我國歷史上有名的壯舉。唐代宗時，僕固懷恩引回紇吐蕃同時入寇，國又爭長不和。子儀使人說回紇，欲與共擊吐蕃，回紇不

信曰：「郭公在此，可得見乎？」子儀乃與數騎出。使人傳呼曰：「令公來」。回紇大驚。大帥藥葛羅執弓控矢，立於陣前。子儀免胄釋甲，投鎗而進，諸酋長皆下馬羅拜。子儀亦下馬，前執藥葛羅手讓之曰：「汝回紇有大功於唐，唐之報汝亦不薄。奈何負約，深入吾地。棄前功，結後怨，背恩德而助叛臣乎。今吾挺身而來，聽汝殺之。我之將士，必致死與汝戰矣。」藥葛羅曰：「懷恩言天可汗已宴駕，令公亦捐館。中國無主，我是以來。今皆不然。懷恩又爲天所殺，我曹豈肯與令公戰乎？」子儀因說之曰：「吐蕃無道，掠財不可勝載，牛馬雜畜，長數百里，此天賜汝也。全師而繼好，破敵以取富，爲汝之計，孰便於此。」藥葛羅曰：「吾爲懷恩所誤，負公誠深。今請爲公盡力，擊吐蕃以謝過。」回紇親者爲兩翼稍前。子儀麾下亦進。子儀揮手却之。因取酒與其酋長共飲。藥葛羅使公先執酒爲誓。子儀酌地曰：「大唐天子萬歲，回紇可汗亦萬歲，兩國將相亦萬歲。有負約者，身隕陣前，家族滅絕。」盃至藥葛羅亦酌地曰：「如令公言。」諸酋長大喜曰：「軍中巫言，此行安穩，見一大人而還。今果然矣。」遂與定約而還。吐蕃聞

之夜遁。郭子儀憑着令公的威望，與數騎突入回紇營中，回紇以爲已死的令公，竟居然出現在面前，焉得不爲之大驚。這一來，便已把回紇鎮懾住了，這一點就已發揮了神機莫測的妙用。加之郭之儀又兼用利誘威脅喻情感的方法，去向回紇宣傳，所以回紇更不得不心悅誠服，收兵而去。這一段史實，描寫得有聲有色，實爲研究宣傳者一件絕好的材料。故不憚詳錄於此。

至於古來舉大事或成帝業者，多憑一種聲勢以作宣傳的助力。

例如沛公入關的時候，他的聲勢，遠不及項羽。所以他對秦人的宣傳，用和和紆回的方法，謙遜委婉，僅以約法三章，而不得秦人的歡心，致成日後項羽殘暴的對照而助成帝業。

劉邦是一亭長，無尺寸憑藉，於是他就不得不藉赤帝子斬蛇的神話，來作他的聲勢。洪秀全爲一窮教士，所以他就不得不藉天主教來作他的聲勢。王莽時羣盜竄起，光武之兄劉縯會衆起兵，諸家子弟恐懼着逃亡曰伯升（劉縯字）殺我。及見光武絳衣

宣傳之遺

四〇

大寇，皆驚曰「誰厚者，亦復爲之，」乃釋自安。這又是光武的德望，造成他的聲勢。至於陳涉吳廣等亡命之徒，竟藉篝火狐鳴來號召，又未大可憐了。

由此所述，可知聲勢是有「先聲奪人」之妙。一切宣傳，皆有賴於此。因爲宣傳者與被宣傳者的關係有兩種。一種是優者與劣者的關係，正如醫生與病人的關係，醫生的指示，病人沒有不接受的。第二種是友誼與同類的關係。這一種因爲另有其他關係的因索，可說是特殊的變形。就一般講，第一種關係是最普遍的。所以從事宣傳的人，必須設法獨立其「聲勢」便可增加其宣傳的效力。

第四 口口相傳

(一) 口傳的效果

傳播最迅速而又最普及的口頭宣傳，在今日莫過於廣播。但廣播必須有一定完備的設備。設備者不周全，效果便無從發生。所以在設備不足的時候，就只有人力來代替。就是用口口相傳的方法來代替。

在秦始皇焚書之後，漢代初興，羣經大義，皆由經學大師口口相傳。不事章句，不爲臆說，受者皆能得六經之大義。及後口說云亡，治經者專以章句訓詁爲務，大義反而不彰。可見口口相傳的效力，是何等宏大。又如社會的謠言，何以能不脛而走，傳播迅速。固緣由於人們的好奇心理，但是口口相傳，有時也竟可以「遠於置郵而傳命」。所以宣傳如要普及，口口相傳是一個很好的方法。要迅速，口口相傳也可以滿足相當的要求。

總理所說：「一傳十，十傳百，百傳千，久而久之，便可傳到四萬萬。」又說：「諸君所用的宣傳方法，就對人而論，應該由近及遠，先對父昆兄弟姊妹和一切家人說明，再對親戚朋友和一般普通人說明。」這是明明指出使用口口相傳的方法。所以茶樓酒肆一小時的閒話，可以勝過數千言的文字，數百張的傳單。

口口相傳的優點。第一是宣傳者的暗示，可以直接傳導到宣傳對象的情緒，毋須用文字或其他工具的媒介。而且宣傳對象的數量，不必一定衆多，易於引起強烈的印象。第二是可以略去一切形式娓娓對談，親切有味，如有疑難，立可解答。容易激發其潛而不顯的心理傾向，而使其心悅誠服。第三是業經心悅誠服接受了暗示的人，必定會立刻將所得的暗示，向別人轉授。藉此可收迅速傳播之效。第四是宣傳者可以暗中操縱，而發揮神機莫測之妙用。

至於口口相傳的要件，第一是須有嚴密而廣汎的組織（容另節詳述），方能互相傳遞，迅速而普遍。第二是口傳的內容，必須事先嚴密審慎確定，以免以訛傳訛。因為此

等口傳的宣傳，一經傳播，就不容易控制。第二是口傳的工作人員，必須受相當訓練。如我國的民間賣藝人，星相卜筮，報春送喜者之流，都可利用爲口傳工作者。但此輩智識水準，一般均甚低下，意識不易正確，故必須切實訓練，免致誤事。第四須有應付反宣傳的準備。此項準備，事前即須顧到。在執中如遇反動者之破壞宣傳，即應隨時設計糾正。

(二) 耳語運動

我們研究口口相傳，第一便聯想到目前盛行的所謂「耳語運動」。對於對敵宣傳及被壓迫者的反抗宣傳，「耳語運動」，是個常用而有效的方法。就是在正面宣傳，於必要時，也偶然可以使用。

就工具而言，當然廣播要較耳語運動爲好。但是有時耳語運動反而較廣播爲有效。因爲廣播固然可以利用波長及巧妙技術，造成所謂神祕廣播。不過若利用科學的方法，

這可以測定其來源。而耳語運動，若能傳播廣泛，就不容易推測其來源了。

所以盧登多夫曾說：「口與口傳遞消息，是頂好的方法，因為這是最危險的宣傳手段；觀念是樹立了，但無人知其來源」。德國可說是一個最喜用耳語運動的國家。第五縱隊尤其是一個最好的耳語運動的工具。

試看秦始皇統一方成之後，六國的殘餘勢力，還相當存在，乃規定「誹謗者族，偶語者棄市」。他不懂這樣嚴刑峻罰去禁止偶語誹謗，可見耳語運動之危險可怕了。

耳語運動就是散佈流言。所謂散佈流言可分為兩種；一為散佈不利於敵方的真實消息，一種便是單純的造謠。

法國莫洛亞所著「法國之悲劇」書中，曾有一段記載，可以證明耳語運動之可怕。

這段書裏說：

「村裏一落了炸彈，各村裏都有德國第五縱隊，大放空氣說『趁有時間的時候，早點逃離罷，這村子不久便一定是全滅的。』跟着飛機之後，便有德國秘密警察到

來。我們不是已經看見波蘭所受的慘狀嗎？」居民不知道是第五縱隊，一聽了這些話，都嚇慌了。連忙退出村子，只要是路，無不擠滿了逃難的人。我們的機械化部隊，不久也給這些逃難者塞住了路而行動不得……阿拉斯鎮謠言沸騰，說「德軍已經到達多佛」，「已經到達昆布勒」，以致軍首腦部也誤信虛報，命令遠征隊向海岸線退却。到了海岸線的那些遠征軍，遂盡成敵的俘虜。第五縱隊的謠言，竟決定了機械化兵團的進退。

德國的降落傘部隊確實充了相當角色，人們對他們的恐怖，使他們的效率增加十倍。在農夫和兵士的眼中，一切服裝都疑是改裝，穿制服的將校恐怕是假冒的。連公式電話都以懷疑的心理去聽。

由上面這一段記載，就可以知道耳語運動的謠言之可怕的功效了。

由此又可知在羣衆陷於恐懼憂慮燥不安的情緒而喪失理性的時候，或者是對於智識水準較低判斷力較弱的羣衆，耳語運動的散佈謠言，是有效的方法。因為羣衆心理既

關於傳染，而且沒有冷靜批評的餘地。尤其是智識水準較低的民衆，是缺乏判斷的理性。古書上所說的三人成市虎，曾參殺人等謠言，也都是這種道理。所以古人又說「謠言止於智者」。

要休耳語運動的方法，最好也鼓耳語運動行之。對於謠言的內容，不必用正面駁斥的方式，而將足以推翻謠言的事實，用側面方式去表現或傳播，藉以沖淡謠言而截止其流傳。若用正面「辟謠」的方式，不僅不足制止，有時反而可以加強謠言之作用，而助其傳播。例如從前北洋軍閥時代，在他們將要發動內戰的時候，必定先來一套開謠的通電或佈告，俾他們戰雲密布的時候，也來一套開謠的告示，但是結果事實却恰恰相反。所以後來他們越鬧謠，謠言反而加熾盛起來。可知開謠並不是制止耳語運動的理想方法。

在歐洲被佔領的國家，縱然在德國的淫威之下，耳語運動還很盛行。V字運動，便是一例。對於這種耳語運動，德國也沒有澈底制止的方法。

(三) 四分鐘講演

第二次世界大戰時，美國的廣播事業尙未發達，爲求宣傳普遍起見，乃採用一種四分鐘講演的方法。這種工作人員統名爲「四分鐘講演員」(Four Minute Men)。這種方法，最初爲芝加哥青年所首倡，在芝加哥開始實行，後來隸屬於「公共情報委員會」，擴成爲全國的組織。這是一九一七年六月的事。他們的任務，是在各電影院中間休息的時候，作四分鐘的講演。最初的工作人員的數目爲一千五百人。他們對於募集第一次自由公債時，曾有驚人的貢獻。因爲有了優良的成績，政府各部門均樂於協助。志願加入講演工作的人，也逐漸增加。最初所遇的困難，則爲選擇講演員，因爲著名的講演員，都是習於長時間的講演，不宜於作四分鐘的簡短演說。同時演講員的人選，若不適當，則此種辦法，就要根本失敗。所以一方面選擇既感困難。另一面現有的講演員中如有不能吸引聽衆或有失態時，却又卽行撤換。雖然選擇的標準是這樣嚴格，但是人數却仍然

一天天地增加，到一九一八年末的時候，居然達到四萬人，最後竟達到四五十萬人。其活動的區域，除美國本土各州外，竟延伸到阿拉斯加，巴拿馬運河起點，哥倫比亞區域，關島，夏威夷，菲利濱，波多黎各及薩摩亞等地。

其次的困難，便是電影院經理，最初不大願意讓這些四分鐘講演員進去演說。這倒不是這些經理們不愛國不協助，而是因為恐怕若允許他們進去，別的愛國團體也要要求同樣特權，這就難於應付了。嗣經「公共情報委員會」利用「全國電影企業聯合會」指名「四分鐘講演員」為美國政府在美國電影院中的正式代表，這困難方才解決。

他們的活動場所，後來漸次擴充，不限於電影院，即在其他各種集會場所，如教堂，星期日學校，猶太人教會，旅館，勞動組合，社交俱樂部，甚至屋內，女人節日的集會中，都有他們的活動蹤跡。此外並且還增設了婦女，青年等特別會所。

後來他們還擴充活動的內容。他們不僅作四分鐘講演，並且利用舉行「四分鐘歌詠」(Four Minute Singing) 歌唱愛國歌曲。這種節目的變化，增加了不少的宣傳效

方。

他們所宣傳的項目，舉其大者，如四次的自由公債募集運動，紅十字會的運動，糧食儲蓄，兵役宣傳，揭破敵人罪惡，精神運動，作戰的目的，造船運動等等，固然，威爾遜主義也是他們宣傳的主要項目。

他們的宣傳，總共約舉行了一百多次的講演。據泰德政府約為四萬萬人，他們的經費，則只費去政府十萬萬零一百五十九元四角！當然他們還得了許多捐款，報紙的義務登載等贊助。若用金錢計算，大約總共約值一百三十一萬三千二百四十五元。就他們的活動範圍之廣，人數之多而言，在美國這樣生活比較高的社會，他們的用費實在並不算多。

他們的成績，據「公共情報委員會」主席克理爾(G. C. Clegg)氏所說，認為他們的活動，好似「放射火箭到美國的每一個角落。」休戰後，大總統威爾遜曾給「四分鏡講演員」發表了一封公開的賀函，稱讚他們協助政府推行政令，有卓異的成績。並謂「四分鏡講

演員」的名稱，將成爲大戰歷史之一部。對於國家，乃至對於文明全體，實有偉大的價值云云。由此可見四分鐘講演的高效了。

在目前經濟事業極爲發達的美國，四分鐘講演，或許沒有從前那樣的急切需要。但在我們中國，目前廣播設備尚未十分完備的時候，這種辦法，尙有做做的必要。尤其對於我們現有宣傳隊的工作，大可參酌他們的辦法，作爲改進的攻錯。所以作者對於這一辦法，特爲詳細敘述。

現在再附帶將他們對於講演員的「一般須知」譯錄如左，以供參考。

「講演不可超過四分鐘，這就是說沒有浪費一句廢話的時間。

講演員必須時時練習他們的演詞，直到所說的思想確實固定於他們的腦中而不致於忘記爲止。這並不是說要將演辭寫下，縱使有許多演講者，尤其在爲時間所限的時候，常喜這樣做。

將你的演詞，細心劃爲若干部分，以十五秒鐘，說明最後要求，以四十五秒

鐘，說明內容，以十五分鐘作為結論。任何計劃總比沒有的好，而且依照經驗所得，可以每天將演詞修改。

沒有不能改良的講演。不要一成功便滿足。或過更求成功。你要時常留心。每天閱讀一切報紙，去發見新口實，新警句，或新觀念，用以變換你的演詞中所有的某些內容。」

由這一篇講演員的須知看起來，又可見他們的注意，是如何周密的了。

第五 宣傳文章

(一) 平易

宣傳的工具，有文字，語言，圖畫，音樂，戲劇等類，而文字實爲其中心。語言有時也不過是文字的傳播而已。

文字是用途最廣大，影響最遠久的宣傳工具。所以宣傳文字的良好，也就是宣傳成敗的關鍵。

宣傳是貴「普遍」的，是重「感化」的。貴「普遍」，就必須平易而使多數人能知，重「感化」，就必須真切而使人人能感。所以宣傳文字：必須要能讀者多，而讀之者又要皆能感動。

宣傳文字貴平易，必須以深入淺出爲原則。不必雕琢藻飾，更忌奧義晦名。宣傳的

文字，能夠如白居易的詩一樣，方是成功的作品。試看元微之在「長慶集」序裏，曾贊譽白居易的詩，說道：

「二十年間，禁省觀寺郵候牆壁之上無不書，王公妾婦牛童馬走之口無不道。至於繕寫模勒，街賣於市井，或持之以交酒茗者，處處皆是。」

由此可知白氏的詩傳播之普遍。假如宣傳文字，能夠如此，其效力就不問可知了。固然，徒然平易，而無內容，也只是連篇累牘的廢話，所以必須以深入而淺出為根本原則。

迴憶從前所謂「普羅」文學盛行的時候，那些「普羅」作家的作品，滿紙都是什麼「奧伏赫變」，「騰的沃羅基」，「布爾喬亞」，「普羅列塔利亞」等等中國數千年來所未見的光怪陸離的名詞，連具有普通智識的人都看不懂，還能夠智識低微的人宣傳嗎？徒然羅列許多怪名詞，滿足他們自己罷了。所以這般人可以名之為「羅」而不「普」的作家。

由此又可知宣傳者的文字，不可全憑自己的主觀，街奇立異，賣弄自己的獨特，而

忘記了客觀對象的接受水準。固然，對於智識較高的人，固不能不略為深探，但是宣傳的對象，却應以最大多數的羣衆為目標。

平易是在能「淺出」，而「深入」却在能真切。從前陸宣公曾說過：「動人以言，所感已淺，言又不切，人雖肯信」。所謂「真切」二字便是將發揮主張，辨析利害，傳達感情，能做得恰到好处，而能使人真能領悟，真能感動，真能信服。人類說服別人意志的方法，既不外「情感」，「理喻」，「利誘」，「威迫」四種。無論採取那一種方法，必須真能達到感，喻，誘，迫的目的，方能算得真切。

因此，可知宣傳文字的研究，又完全是技巧的問題。

(二) 簡明

宣傳的作用，「感化」與「鼓動」並重。鼓動的文字，貴能簡勁顯豁，而採取「單刀直入」的方式。本來宣傳的文字，並不必以長為貴。簡而明便足以適合於大眾。有時長

篇繁牘。泛詞冗語，反而減少宣傳的效果。

試看「不自由，毋寧死」，竟成了全世界的革命真言。「不勞動者不得食」，造成了蘇聯社會生活的原則。至於我國古代湯武討伐桀紂的誓詞，更是簡單而明顯。又如漢高祖入關時的文告，亦僅寥寥數百字；他指出了秦時的苛政，說明了自己的立場，最後乃嚴以簡而易行的約法三章，竟能使秦民大悅，而奠定了帝王的基礎。最有趣的，要算張儀告楚相的檄文了。因為張儀在楚時，楚相亡璧，疑心張儀偷了，將他管了數百，及至張儀相秦，就作檄文告楚相說道：

「始吾從若飲，我不盜而壁，若答我。若善守汝國，我願且盜而城」。這篇短短的檄文，真再算得有方而且有趣了。

至於西洋的宣傳文字，簡單而有效果的，如在古代羅馬以及第一次歐戰的時期，我們發見的很不少。所以宣傳文字，只看技巧如何，而不是以篇幅的長短去衡其價值。

我們近來的宣傳文字，大抵似失於冗長，以致智識高的人不願讀，智識低的人又不

能識。有時固然要用長文，方能說得透澈，面面俱到。其實只要能握住一個主要的重心，儘量發揮，便能收到效果，至於其他次要的枝葉問題，儘可割愛刪節，不必都要列入，反而使讀者注意不能集中，觀念不能明確。這是宣傳者在形式與技巧方面，應當斟酌情形，而決定取舍的。

(三) 攻擊

鼓動的文字，應當取單刀直入的方式，上面已經說過了。尤其是攻擊敵方的文字，必須簡勁明顯。我國古代的「檄」文，便是這一類的文字。

文心雕龍關於檄文一項曾說道：

「故分闢推殺，奉辭伐罪，非唯致果爲毅，亦且厲辭爲武。使聲如衝風所擊，氣似機窗所掃，奮其武怒，總其罪人，懲其惡稔之時，顯其貫盈之數，搖奸宄之膽，訂信慎之心，使百尺之衝，摧折於呶聲，萬雉之城，頽墜於一檄者也。」

這一課是說明攻擊性的檄文的功用。關於內容方面，又有一段說得很透徹，其文曰：

「凡檄之大體，或述此休明，或敘彼苛虐，指天時，審人事，尊強弱，角縱勢，標著龜於前驗，懸繫歸於已然，雖本國信，實參兵詐，譎詐以駭旨，煇靡以騰說，凡此衆條，莫或遺之者世也。」

所以攻擊性的文字，其內容不外包括我方的正義及優點，指摘對方的罪惡，按照天時人事，勢力強弱，決定勝利必屬於我方，這是檄文的一般形態。不過所說的，雖是理直氣壯，義正辭嚴，但是因政略或戰略的關係，就不得不「譎詐以駭旨，煇靡以騰說」。有些話不能盡情直說，有些話又不能不渲染誇大。這是應當注意的。

關於文字的技巧方面，有一段話，更值得注意；其文曰：

「故其植義嚴辭，務在剛健，插羽以示迅，不可使辭緩，露板以宣衆，不可使義隱，必事昭而理辨，氣盛而辭斷，此其要也，若幽趣密巧，無所取才矣。」

就上段所說的話看起來，可知攻擊的文字，必須單刀直入，不必轉彎抹角。尤其是戰爭的時候。因為要「插羽示迅」，迅速傳佈，所以文字就要簡短，不可冗長，因為要宜之於「素」，使最大多數人知道，所以文字就要明顯流暢，方能「事昭理辨」，尤其要說得理直氣壯，斬釘截鐵，然後方能達到鼓勵的目的。至於「曲趨密巧」，就失去了鼓勵的功效了。所以攻擊性的文字，必須抓着對方的罪惡弱點，斬釘截鐵毫不留情地予以致命的打擊，用不着畏縮含蓄，反而使自己的立場，陷於薄弱。

現在試將我國古代有名的激文，略舉一二，以作實例。

第一是陳靈討王莽的激文。他文中說道：

莽曰：「故新都侯王莽，慢侮天地，悖道逆理。昔秦皇毀壞證法，以一二數欲至萬世，而莽十三萬六千歲之歷，書身當盡此度，是其逆天之大罪也，分裂郡國，斷截地絡，發冢海東，攻劫邱壘，此其逆地之大罪也。攻戰之所敗，苛法之所陷，饑饉之所夭，疾疫之所及，以萬萬計，其死者則屍屍不掩，生者則奔亡流散，婦女流離保處，此其逆人之大

罪也。」

他這篇檄文，文字極爲平易，並未特別加工，雕琢藻飾，而將「逆天」「逆地」「逆人」「三大罪爲其重心，加於王莽的身上，指摘王莽殘害生命，「以真爲計」，指摘他荒謬絕倫的「牛生黃米千歲之歷」，說得王莽天怒人怨，簡直無所逃於天地之間，不必說他褻瀆，其罪已經死有餘辜了。可算得其切平易，「事昭理辨」，發生了很大的効力。

其次便是駱賓王討武后檄，這是人人所知道的。那篇文字並不長，可當得簡勁明顯四字。通篇充滿着沉痛的情緒，最易激發讀者的義憤，尤其是「一抔之土未乾，六尺之孤何託」及「請看今日之域中，竟是誰家之天下」幾句，他不但抓住了一般人民的心理，而且打動武后的良心，就連武后自己也歎爲奇才。這是一篇側重情感的攻擊文字。

至於陳琳討曹操的檄文，也是歷史上有名的痛快淋漓的文字。篇幅也較其他檄文冗長。但是其缺點，却實在不少，他辱及曹操的三代祖宗，未免過分，羅列的罪惡雖多，但并未抓住一個重心，盡量發揮。並且說曹操「恃置發邱中郎將，摸金校尉，所遇

突，無駭不露。」事實上曹操並沒有設置掘人墳墓摸取金銀的官吏，這是完全出於虛構。所以這篇檄文，雖然有名，却不是發生效力的上品文字。

因此，我們又可知攻擊的文字，雖然要盡情打擊，但不可過分，雖然要渲染，但不可虛構，否則不能使人信服。尤其要找出敵方的要害，為一般人所痛切關心的罪惡，要情攻擊，使敵方沒有反攻反駁的餘地，而使第三者心悅誠服地接受我們的宣傳。

從前曾國藩聲討洪秀全的檄文，是很難著筆的，駁斥他的種族大義，既不可能，辯護清朝的政治，又有許多不能自圓其說的地方。但他却巧妙地抓住洪秀全信奉天主教的弱點，利用當時的社會心理，竭力攻擊洪秀全污辱孔孟，毀壞倫常。其結果確實激起了當時一般士大夫的義憤。

一般如第一次歐戰，老實說完全是由於列強的彼此利害衝突而起的。是非很不容易判定。於是協約國乃抓住德國侵犯比利時的永久中立，破壞國際條約，濫用潛艇政策的罪惡，因此引出威爾遜的公海自由，民族自決等信條，而協約國的宣傳，竟成了引起德國

革命的助力。

又如本報「真中實言」及「同盟會宣言」，都是攻擊敵方罪惡，揭發我方正義的，鼓勵性的傑作，可以作為我們效法的圭臬。

(四) 糾正

攻擊的文字，貴於單刀直入，簡勁明顯，上面已經說過了。至於激勵人心，糾正錯誤，說服羣衆，及安撫危疑，尤就不可一概而論了。有時要用單刀直入的方式，有時又要務求體面的方式，有時必須委婉迂曲，有時又必須丁寧周至。

關於糾正錯誤的文字，儘管以單刀直入為原則，但與攻擊的文字不同，說理固然要正大堅定，駁斥固然要詳析果斷，但是立言必須帶有寬容的態度，而避免敵性的打擊，方能使被糾正者心悅誠服。

總裁在西安事變後，對張揚的訓詞，真可算是一篇偉大的文章。他開章明義便說

道：

此次西安事變，實爲中國五千年歷史絕續之關鍵，亦爲中華民國存亡極大之關鍵。與中華民族人格高下之分野。今日爾等以國家大局爲重，決意送余回京，亦不再勉強我有任何簽字與下台之非分舉動，亦並無特殊之要求。此不僅我中華民族轉危爲安之良機，亦爲中華民族人格及文化高尚之表現。

理由是何等的光明正大，態度是何等的嚴正堂皇。不過這是糾正他們，不是攻擊他們，所以下面接着便說受反動派的煽惑，致發生如此毀法蕩紀之事，粗能悔過，仍河寬恕。而最後乃說明生死事小人格事大，以及禮義廉恥責任紀律的重要，要他們坦白認罪，負責改過。於糾正斥責之中，仍然表示大度寬容，予以改過之機。充分表現了領袖的偉大人格，真不愧爲堂堂正正的領袖。所以這一篇文章，不但一般人民讀了大爲感奮，就連那些大反動的張揚，也不得不低首帖耳，心服口服。這是糾正錯誤的文字中典型的一偉大文章。

一般地講起來，糾正謬誤的文字，較攻擊的文字，必須丁寧和緩不要使自己的言論有破綻，不要使被糾正者老羞成怒，不要使破壞我方的敵人，有隙可乘。正如文心雕龍「士所說」必使心與理合，彌縫莫見其隙，辭共心密，敵人不知所乘。「方是糾正文字的上乘。

至於旁敲側擊的方式，在古代則有司馬相如的難蜀父老。漢武帝欲通西南夷，相如奉命使蜀，蜀父老多言西南夷之不爲用，相如因自己前已建議，不敢再諫，乃著此篇，一方宣達天子意旨，使一般人知他的使命，一方面却藉此以諷勸武帝。他在此文內，雖然從正面宣揚漢家威德，天子聖仁，但他一面却藉蜀父老的語氣，說明通西南夷之不可。同時他在文中，隨處皆有「百姓雖勞」，「士卒勞倦」，「萬民不瞻」的文句，而用這種旁敲側擊的間接方式去諷諫，是很難著筆的。所以這種方式，對於智識不高領悟力較低的讀者，是不宜應用，而且作者若沒有熟練的技巧，也不易成功的。

其書糾正謬誤的文字，我們祇要能細心研讀孟子及戰國策，便能諳悉這種技巧。在

戰國策裏面，有一篇糾正說服的文字，技巧是極爲特別而有趣，值得我們參考的，便是觸警說趙太后的那一篇。當時因趙太后新用事，秦急攻之，趙氏求救於齊。但齊國必定要以趙太后愛子長安君爲質，乃出兵，太后不肯，大臣強諫都不聽，並且說如有再說此事的，「老婦必唾其面」。對這樣一個頑固的老婦人，要糾正其錯誤，而說服她，真不是一件容易的事。但是左師觸警，却從自己的老妻說起，漸及日常飲食起居，家常瑣事，然後談到自己的兒子，聽到太后愛子不如愛女。於是乃引到愛子必須替他作長遠的打算，然後方引到長安君的事，利用太后愛子的心理，主張必須使長安君立功於趙，以保障將來。他不說爲趙國打算，而偏說爲長安君打算，因此這位頑固老婦竟居然被感動而爽快地答曰「諾！恣君之所使之」。觸警不用單刀直入的方式，而委婉迂曲，慢慢地引到本題，而又利用婦人愛子之心，站在太后的立場去說服，這真是一篇極巧妙而有趣的文字，對於善變而頑固的人，這是一種最奇的方法。

(五) 說服

至於說服對方的文字，不固然是要有嚴正的理內，豐富的情感，而站在對方的立場說話，但是技巧的運用，也是最重要的事。譬如漢高祖入關的約法三章，完全是以解除秦民痛苦爲目的。觸發說趙太后之完全是以代謀長安君爲說法，上面已經說過了。所以說服對方的文字，不能一味用單刀直入的方式，不能一味用正面的公式主義。必須按照自己的要求，循着立言的內容，權衡目標，選擇對象，斟酌對方的利害，而運以不同的技巧，然後文字方有力量，方有效力。

現在姑舉漢文帝賜南粵王趙佗書，作一個實例。趙佗是一個桀驁的酋長，南粵又遠在邊隅，若用正面聲討的方式，去說服他，必不能行，結果就非用兵不可。所以漢文帝却用以柔克剛的方法，利用趙佗的祖宗墳墓尚在北方的原故，很謙遜地去向他勸說。他起首便說「皇帝謹問南粵王甚苦必勞思」，一開口便與其他詔書的體制不同。接著他又

說「朕高皇帝側室之子」，這因何以王侯吏不稱之故？「不得不即帝位」，而並不自居尊大。於是又存開在真定的趙佗的昆弟，並且「優渥免人塚」。這一節是用感情去打動對方，要使他衷心感激。其彖又說「得王之地，不足以為大，得王之財，不足以為富，服領以南，王自治之，」表示並無奪他土地的意思。好話說夠了，但又不能不硬一下，所以又說「若以兵力，」必多殺士卒，傷良將吏，寡人之妻，孤人之子，獨人父母，得一亡十，」而怵之以用兵之有害無利。最後再說「王之號稱帝，與南帝並立，無一乘之使以通其道，是爭也，爭而不讓，亡者不殘也。」希望他去帝號，却又不肯用命令的語氣去明說，要使他自動取消，澈底表示自己的德意。所謂好人做到底是也。這篇文章，可說是天理、國法、人情，面面俱到。所以在趙佗如何樂於也，不得不去書認罪自去帝號。兵不刃血，而底定南服，不能說不是這一篇文章的功効。而在歷史上以一篇文章而可說服僭逆的實例，實在很少。所以這篇文章，是值得我們體會研究的，這是說服有敵意的對方的一個實例。

(六) 理論

至於以理論主義，去說服一般人，而要使其信仰，自然要用潛移默化的方法，日積月累，方能奏效。但是必須要多少帶點鼓動，帶點刺激，這就是宣傳與教育不同的地方。一方面固要正確地闡明我方的主義主張，一方面又要洗滌對方的成見謬解，同時他方面還要摧破妨礙不利於我的假榜謬說。去腐生肌，去偽存真，必須詳盡周備，無懈可乘。

以上這一類的文字，我國古代口說無憑，沒有文字，不識得社會進化與事實變遷，頗難找得取範的實例。現在我們再以太極圖為主，皇極經世是本書的綱領，次至國代遠夫曾登載。

這篇宣言裏，最初分析中國亂在點點及其原因，其次則駁斥國內各派之不當主張，然後再揭本黨的主義政綱。誠意而來，亮晶晶而不可掩飾。雖然是一篇論理，論理而矣，但並沒有枯操冷澀的通病。既知孔孟兼動型的情緒，求其發現狀，則則透澈地說明其

因果以沉痛地敘述民族的苦痛。詞賦斥舊黨誣害賢淑則語律聲韻措辭無遺亦其揭舉本黨的主義政綱，則簡明扼要，鑿著據實，詞章以雅馴之系統嚴密詞歷以這一篇篇宜其固然。是有歷史性的國家政治的指導原則。詞賦思其篇裡有價值的文藝。

對於廣義的說起來以著書立說主要是求實不是以一種說服的方法而譬如孔子對於易上曾著文言之韻文一篇章阮元稱之為「發明義理亦蓋不離釋經之意」幾幾像詞之意詞對易意外之言，要使遠近易傳，公卿學士皆能記誦，以通天地萬物，以贊國家身心。但這類文字，究非狹義的宣傳文藝的範圍也。我們所應研究的詞還是那種帶鼓勵性的作品。

(七) 激勵

激勵的文字，是以情為主。或激以義憤，或動以感情，或曉以利害，唯一以能使對方痛切感奮者為貴，故事先必須認清對方的心理，打破其一切蘊藏着的蒙蔽，彷徨，與

思慮，然後予以鼓勵與啓發，其用非虛可觀其精神交際。必須要做到孫子兵法上所謂「令發之日，士卒坐者涕泣奮發，臥臥者涕泣交頰」的境地，友軍上品。也必須如此，方能使對方依照宣傳者的意志而行動。

此類文字，在古今中外的歷史上，實例很多，不遑列舉。

現在且將 總裁告別印度國民書，作一個模範。這一篇文章，也是很難著筆的。因

爲英印兩方都是中國的友人，而我們又是同僑於印度，他們雙方既互相衝突，立言稍一不慎，必致開罪一方，這是不妥當的。上週報一篇告別書，却說得入情入理，慷慨動人。印人讀了，固異常感奮，英人讀了，亦極觸動心扉。

告別書的首段，即謂：「我中國與印度在借坐世界三洲之與人口，兩國毗連之國境，長達三千公里之長，其文化經濟相互交流之歷史，更有幾千餘年之久，然而兩國從未有一大武力衝突，此種悠久之和平邦交，實爲動動其其他國所未有。此足證明吾兩大民族實爲真正和平之民族。」這一段話確定了中國與印度之親善關係，而表示中國自當爲印

度之同情者。按著說明「殺身處世」之快，則謂「改修華語」對同類德示而強調「祇有在世界人類個個自由之中，平等地獲得我中華民族之自由而後，德意志問題參加反侵略陣綫」。同時又闡明此次戰爭尚屬「亞細亞類種與歐羅巴之戰爭」，倘若反侵略陣綫失敗，則世界文明必倒退百年而不盡中國並且竭力指出「若果亞細亞的暴虐而使印人知所警惕，則不參加反侵略陣綫，當然無伴隨其最權方向，基礎即基礎于印度以政治上之實權，約略表示對印度問題的見解，亦有正義不盡同情。有更歷一治一亂，得得確定的款款。這種在國際關係微妙中對於第三國的激勵，在國際關係中實是極其微妙而激發的實在是可以效法的。

(八) 安撫

至於安撫人心，實在能維持國際和平，是疑不安之所在，而以友好同情的態度表示我方的主張，使其能真正釋慮而安堵。皆將決定安撫而獲得實效的好文章之類不少，茲不三列舉，現在且舉羅斯福對法國人民給的「德意暴行」書。

當去年十一月八日，美軍在法屬非洲登陸的時候，羅斯福爲安撫法國人心起見，乃用法語廣播。

他開首便說：「我日夜嚮往，祈禱鐵鎚下波羅德友聲呼，這是何等親密的稱呼。他強調美法兩國自拉飛將軍以來的傳統友誼，表示尊崇法國的自由平等博愛的傳統理想。同時並以參加一九一九年法國作戰種種資格，表示他儘天聲爲熟悉法國一切的親密朋友。」接着說明美軍登陸的目的，「目標在保護法國軍隊及剩餘法大管自主權之宗教自由權，以及一切生存的暴政。使法國免受得到這種委過。舉凡這種實錄不願使法國人民受何損害，以俟德義對法國的廢查稍際，以後美軍並即擁護法國領土。這篇文字，態度既光明而又極真摯，目的既純潔而又顯明，其保證亦既確實而又堅定，完全以朋友的立場，從首到尾，都充溢着坦白而真誠的友情。證得又異常委懇動人，實算建此死夫戰中一篇最好的宣傳文字。無怪法國人聽了大爲感服，而維琪政府則因此大起恐慌，而要求法國人民勿爲外國廣播所惑了。」

(九) 作法

宣傳文字技巧的優劣，與宣傳的效力，有莫大的關係。故從事宣傳工作的人，首先便該對此加以研究，潛修其方，能巧妙運用。

大抵宣傳文字的作法，最好是準用墨子的三表法。

墨子說「言必立儀，言而毋儀，譬如運鈞之上而言朝夕者也。是非利害之辨不可得而明知也。故言必有三表，何謂三表……有本之者，有原之者，有用之者。」何謂本，是「上本之於古者聖王之事」，何謂原，是「下原察百姓耳目之實」，何謂用，「發以爲刑政觀其中國家百姓人民之利」。

我們若能應用這三表法爲根本，則千頭萬緒，自可抽繹而出。不過他所說的「古者聖王之事」，我們可以將其改爲「主義政綱」，就可通用了。

宣傳文字，最忌的是千篇一律，刻板公式，不但沒有效果，反而令人生厭。所以宜

傳文字的形式與立言的技術，必須要有變化。目標儘可是唯一的，根本主張儘管是不變的。但是若能從各方面從各個角度發言，就可以有變化，而不致陷於刻板了。宣傳是要不斷的「反覆，」但是却忌不變的「重複。」

而且在體裁上，亦可採各種形體，例如問答體，故事體，小說體，詩歌體等各種體式。這就要由作者斟酌客觀情形如何而決定了。

第二就是要注意平易生動，平易的理由，在前面業已說過了。至於生動，却也值得注意。因為據觀察的結果，得到了一個原則，便是適合於一般智識較低的民衆的感受力的，是「故事勝於邏輯。」民衆對於嚴整理論及精密統計的信服不及一個生動的穿插故事。例如十字軍戰爭的時候，在某地發現了一桶人的眼珠，在十字軍方面認為這是土耳其的將軍們，以虐待俘虜為娛樂的結果。這一故事傳播後，十字軍的人，大起義憤，其結果所受的激勵，較之基督教的聖主主張，還要宏大。這不過是個小小的實例。再就中國一般情形說，在社會裏面，關公的忠義神聖，受一般人的崇拜，較之岳飛更甚，這

是什麼原故？就是因為有一部三國演義，把關公描寫得忠肝義胆，震幾千古，尤其是桃園結義的精神，更成了中國社會交際的原則。關公並沒有甚麼著述，可英雄人取範的依據，他的精神，完全是由於三國演義中所寫的行爲事蹟，抽象而構成的。再等而下之，如從前提倡迷信的善書，如「太上感應篇」之流，除了一篇道理外，還用了許多超自然的故事來說明，居然能引起一般愚夫愚婦的信仰。可見一篇故事體的宣傳品，對於一般智識較低的人們，較之一篇邏輯謹嚴的理論文字，効力更爲宏大，譬如我們想用通俗的辦法，去宣揚三民主義，正常的辦法，是三民主義的內容，用極淺顯的文句，去詳細闡述。當然也可以得到一部份人的了解。但是假如我們若能用故事小說的體裁，將國父一生驚天動地的事業，和超越古今的偉大人格與精神，用極生動的筆致去表揚，其中再將三民主義的內容，穿插進去，根據「故事勝於邏輯」的原則，我相信必定更能使一般人增加對國父的敬意，必定更能明瞭三民主義而深切信仰。某書數的新舊約，也是要用故事體去闡明教義而值得我們仿效的。

(十) 修養

宣傳文字的技巧，似易而實難，本文所述亦只是些粗枝大葉，述其梗概，以引起研究的端緒而已。至於運用技巧的成敗，全賴宣傳工作者自己的修養。所謂修養，在根本方面，當然要有豐富的學識，遠大的眼光，透澈人情世故，明瞭社會實況。但是平時所要注意的，即是（一）隨時增進自己文章的素養。（二）選擇中國古代優良的宣傳文字，斟酌當時客觀環境隨時玩味研究。（三）現代的宣傳文字，應不斷擇其精良者，予以注意。（四）研究修詞，鍛鍊字句。（五）隨時觀察社會上各各類羣衆的生活及其心理，儲備應用。（六）隨時研究宣傳文字各種形式，以期適當。這幾點也不過是略舉大概，誠不免掛一漏萬，要在從事宣傳者自身體驗而已。

第六 藝術與宣傳

(一) 重要性

宣傳是以訴之於情緒與情感為主，所以理論的文字，不如生動的故實。生動的故實，又不如小說戲劇繪畫音樂等藝術作品。而現代發達的電影廣播，更增加了新的宣傳利器。藝術在宣傳中的價值，有畢竟在語言文字之上。

有一部份人，爲觀念所拘，太重視了語言文字，而忽視了藝術宣傳的價值。又有一部份人，爲因習所固，太尊奉了藝術，而以爲宣傳沾污了藝術的神聖。這都是一偏之見。宣傳既以感動爲主，而發動力最大的，又莫過於藝術。宣傳又以開揚崇高理想爲主要任務，所以藝術用之於宣傳，也是一種崇高的活動。宣傳應藉藝術而增強其功能。藝術可由宣傳而促進其發展。

藝術固不應深藏於象牙之塔，更不應超越國家社會而別有人生的環境。尤其國家民族生死搏鬥的戰爭時期，人們多易陷於逃避現實痛苦的幻想。所以藝術不應逃避現實，必須就現實的生活環境中，給予人們一種暗示的教訓。也惟有藝術，才能對感嘆現實痛苦的人們，予以鼓勵與安慰。宣傳之必須借重藝術的原因在此，藝術之必須集中於宣傳的意義也在此。文字與藝術為宣傳的兩翼，是不可偏廢的。

羅祿特爾為法蘭西大革命的先驅，哥德和席勒助成德意志統一的功勞，不在俾士麥之下。高爾基成為蘇聯的偶像，都是證明了小說與文學應用於宣傳上的力量。

至於繪畫，更為宣傳必備的工具。有時文字所不能表現者，惟有繪畫可以表現。中古時代的宗教畫，對於基督教的傳播與闡揚，實有偉大的貢獻，這是盡人皆知的事實。即在現代世界各國，尤其是在戰爭時期，宣傳畫的傑作，更實在不少。例如第一次大戰時，美國著名畫家吉布生氏所畫的「哥倫比亞的女郎」(Miss Columbia)，當時頗能鼓勵美國的士氣，至今尚留有深刻的印象在一代人的心中。在比夫大戰中，有一幅漫畫顯

畫中般人所嘗讀的，便是表現轟炸的殘酷。這幅畫裏畫着在轟炸後的敦瓦爾垣之中，只剩有三張小床，傍邊破椅上放著一枝洋燭。一個十一二歲的少女，正跪在床邊，仰面合掌地禱禱。黯淡的月光，却從牆垣中射進來，增加了淒涼的氛圍。看了這幅畫，縱然沒有那強橫飛，火光熊熊的景象，也不由人激起了悲慘與憤激的情緒。這種暗示的感動力量，惟有繪畫方能表現。

之了繪畫不但激動人的情感，而且可以表現崇高的理想。美國吉布生氏曾說道「我們太過於從物質方面去注意『戰爭畫與戰爭藝術』了。我們必須更加注重戰爭的精神方面。我們必須畫出在此次戰鬥中我們國家的偉大目的。這些目的業由大總統藉文字畫出來了。我現在要說他是我國今日的最偉大的藝術家，因為他是一個理想家。他是美國的偉大東西。他指出了有乳和蜜的理想國土。藝術家的工作已很容易將大總統的最後文告變成繪畫的形式。」

在第一次世界大戰時，美國的畫家，在宣傳方面，實在是活動得如火如荼。大多數的畫

家都集中在國家宣傳政策之下，努力貢獻。尤其是吉布生所領導的畫家們，可說是美國藝術宣傳的中堅。而吉布生個人，不但不支薪金（有許多畫家都是如此）而且還自己拿出錢來作活動費用。他們的成績，僅就數量而言，有七百件標語畫，一百廿二件畫片，三百五十七條廣告畫，二百八十七件漫畫。其中並有不少的傑作。當時美國的繪畫宣傳，實值得我們欽佩，而其效果，至今還為一般美國人所記憶不忘。

繪畫宣傳的宣傳效果，是盡人皆知，無待辭費。現在且引一個故事，證明其感動力量之大。眼裏請看其描寫會演劇。台上演的是「風波亭」岳飛被害的故事，扮秦檜這一角的人演得維肖維妙，真真了。突然台下有一樵夫，跳上戲台，將扮演的秦檜痛毆一陣，幸經旁人救阻，始未成命。當時有人勸樵夫道：這是扮演的假秦檜，不是真秦檜，你何必打他。那樵夫回答道：我知道他是假秦檜，我才打他洩憤，若是真秦檜，我早一斧頭將他砍死了。由此可見戲劇感人之深。歐陽文忠公，亦能感受。

因此，又可證明畫是補文字之不足，劇戲是補語言之不足。

新興的電影，是一種綜合的藝術。其感傷性與真實感，遠過於戲劇。故其吸引羣衆的力量，也較任何藝術爲優。世界各國，已相競用爲宣傳與教育工具。若作爲宣傳工具，無論國內國外，皆可應用，無論任何目標，皆可包羅。它實以攝形文字語言的宣傳，還可以代替新聞報導的作用。在真善美的條件中，關於真的一點，電影可與文字並駕齊驅。致。所以在藝術宣傳方面，要儘可能地使使用電影這一利器，以收宏大的效果。

音樂歌曲，也是鼓勵羣衆的最好藝術。「馬賽進行曲」助長了法蘭西大革命，「德意志超越一切」，培養了德意志民族的自尊。這些效果，似無須再贅。（如基督教的宣教，一定要唱讚美歌。我國唐代的佛家向民衆宣講佛典故事，也是連說帶唱的。）

其次則爲寫真照片。這種工具，對於報導新聞證明事實，有很大的效果。因爲攝影技術進步的結果，世界各國，尤其在戰爭時期，常常運用種種技巧的手段，以假作真，要冠李戴去渲染或歪曲事實。

至於廣播宣傳的重要與效果，已屬盡人皆知，更無須詳述。不過在宣傳方面，費錢

的優劣，是決定宣傳成敗的一個大關鍵。

由上所述，可知藝術應用的領域，日益擴大，藝術宣傳的運用，便日趨重要，有時且在語言文字之上。何況藝術應與政治密切結合，集中於統一的國家政策之下，而構成一國文化的總力，已成爲現代一切國家的重大要求。所以一國的藝術家，必須全體動員，集中於國家的藝術宣傳政策指導之下，而各自努力邁進。

(二) 要件

藝術宣傳的重要，既如上述，所以在推進藝術宣傳之際，有若干要件，必須注意。

(一) 藝術宣傳必須意識正確，內容純化，配合國家最高政策，尊重民族固有文化，肅清一切反國家反社會反民族以及分化社會破壞民族美德暨其他迎合低劣趣味的浪漫頹廢等渣滓。因爲藝術的暗示性極大，無論是小說文學或是戲劇電影繪畫，其中的一言一動，一字一句乃至於一部份的筆調色彩，都有極大的影響，最易引起羣衆的心理反應。

所以藝術的內容，必須徹底純化。

(二)藝術宣傳，必須以一般羣衆爲對象，不能僅以少數人爲對象。主題必須顯明，暗示忌隱晦。尤其是繪畫等類的造形藝術，在真善美的條件之中，應以「真」爲主要。因爲一般羣衆的感受力，惟有寫實的方法，才能容易感動。所以在宣傳中的藝術，是要受相當的限制與拘束。表現方法的各派作風，藝術家是很少自由發揮的餘地。(例如繪畫中的表現派未來派印象派等筆法，在羣衆方面是不能了解的)。同時有一點要注意的，就是如繪畫等類的藝術，在羣衆集合的場所，應當用寫實的直接方法，而供個別閱覽的時候(如登載於書刊及報紙上者)不妨多用象徵暗示的間接方法。因爲在羣衆集合的時候，必須使其一目了然，頃刻反應，而且利用羣衆心理的傳染性，傳感迅速，可以收到一時的效果。至於個別的時候，則因有玩味的餘暇，可以由象徵暗示，而得到更深刻的印象。

(三)藝術宣傳必須富於積極性的有力暗示，而避免消極性的過分暴露。因爲過分的

暴露，只能引起羣衆對現實的反感與不滿，不能給予羣衆以積極的鼓勵。至如揭破敵方的罪惡，暴露敵方的缺點，那又當別論。

(四)藝術宣傳要避免兩面性的內容，庶不致使羣衆發生反面的聯想與推想。這一點不僅藝術宣傳應當如此，就是關於文字語言的宣傳，也是一個最重要的條件。所以文字語言以及一切藝術，應當是明確的敘述與解答，而避免游移兩可的兩面論說。因為羣衆的心理傾向，大抵都潛伏着正反兩面的因素。宣傳必須要激起正面的因素，而壓伏反面的因素。尤其關於引起羣衆反面聯想與推想這一點，常易為宣傳工作者所忽略。譬如我們要暴露敵人的危機，務須避免敵我共同的缺點。現在舉一實例來看。日寇的報紙，常喜揭載我們排隊領平價米的照片，大事宣傳重慶的危機。嗣後有敵國少數明眼人批評此等照片，簡直是一種反宣傳。因為日寇早已實行排隊購買日常用品。假如這種現象，若認為是重慶的危機，那末日本的危機，早已到來了。所以宣傳這種敵我共同現象，是容易引起羣衆的反面聯想的。

又如宣傳敵人的反戰厭戰的思想，若根據事實以之作爲新聞報導，也可以相當暴露敵人的缺點，增加我方的鼓勵。但若以之作爲小說戲劇電影等的架空構想的題材，就大有斟酌的餘地。因爲宣傳敵人反戰思想，其中必定包含有若干厭惡戰爭詛咒戰爭的因素。這些因素，也許會引起羣衆厭戰反戰的聯想。所以這類的小說戲劇電影，對於國內宣傳，是不適宜的。

又如譴斥漢奸的題材，必須要顯逆顯善，善惡分明。假如將漢奸形容成爲一個有魄力有勇氣忠於自己主張的人物。這便陷於兩面論的錯誤，容易使羣衆錯認漢奸也是相當長處的人物，而發生反面的聯想。

(五)藝術宣傳必須避免過分刺激與過分渲染。宣傳固然是需要刺激，同時藝術又富於刺激性。不過羣衆對於刺激的容受力，是有一定限度的。超過一定的限度，必將發生相反的效果。譬如我們所以揭破敵人的殘暴，爲的是要激發本國人民的憤怒敵愾，以共起打擊敵人。但若刺激過度，必致使憤怒變爲恐懼而發生相反的效果。如前面所說德國

公使招待挪威要人看轟炸波蘭的電影，便是一個實例。

至於渲染，本是藝術宣傳的本色。但若渲染過度，近於虛構，反而破壞整個宣傳的效果。例如第一次大戰時，英國宣傳德國兵將英國兵的死屍拿去熬取脂肪，便是一例。所以諸如此類的渲染，超越常人的觀念以上的虛構，是應當避免的。

(六)藝術宣傳應當於變化與興趣，而避免板滯與平凡。藝術既長於感動，宣傳又須有刺激。所以藝術宣傳的內容，切忌用「程朱語錄」一樣的講學方式。因為如此，不易使羣衆感動，而且易使其發生倦厭。我們試看同為席西地密爾所導演的宗教影片。而牠的「十誡」，却比「萬王之王」，（據云萬王之王還是成功的作品）更能吸引羣衆。

(七)藝術宣傳除攻擊敵人外，應少用諷刺的方法。因為諷刺是含有破壞性的暗示，多易引起羣衆心理的不滿，輕蔑等反面因素。與宣傳的「喚起」「結合」及「指導」羣衆心理傾向的基本原則不合。除攻擊性的宣傳外，應絕對少用。

(八)廣播是音響的藝術，也是現代最新而最科學的宣傳手段。並且在宣傳戰爭中，

廣播宣傳實具有單獨作戰的力量。不過因為廣播是科學的手段，當然以設備為基本。但其第二生命，却在節目的運用。目前世界各國的廣播戰，可謂已盡神機莫測的妙用。實際廣播戰事，也就是電力與電力的戰爭，是節目與節目的戰爭。電力強者勝而弱者敗，節目優者勝而劣者敗。此次法國之所以慘敗，廣播失敗也是其中原因之一。法國的節目，呆板沉悶而遲鈍，德國的節目，生動有趣而迅捷。所以甚至連法國人也愛收聽德國的廣播。因此後來弄得士氣頹喪，民心紛擾，實不得不歸咎於此。廣播是無遠弗屆，不受空間的限制，而且是有聲無形的，所以語言以及音樂歌曲甚至於戲劇等藝術宣傳，都包含在內。所以要迅速，要普遍，要發揮神機莫測的技巧，便要注重節目的運用。迅速、生動、有趣、變化、為節目編排的基本條件，同時播音員的播送技術，如口齒的清晰準確，音調的抑揚高低，都須有嚴格的研究。如此方能輔助廣播的效果。

由上所述，可知藝術宣傳之重要，已極明瞭。大勢所趨，或將有超過語言文字之一日。一國的藝術家，若能如前次大戰時美國藝術家踴躍參加國家的宣傳工作，以滿腔的熱誠，集中分散的力量，統一紛歧的意志，共同集結於國家政策指導之下，傾注自己的天才，那末，藝術宣傳的効力，必能達到不可思議的偉大程度。

第七 宣傳與兵法

(一) 總說

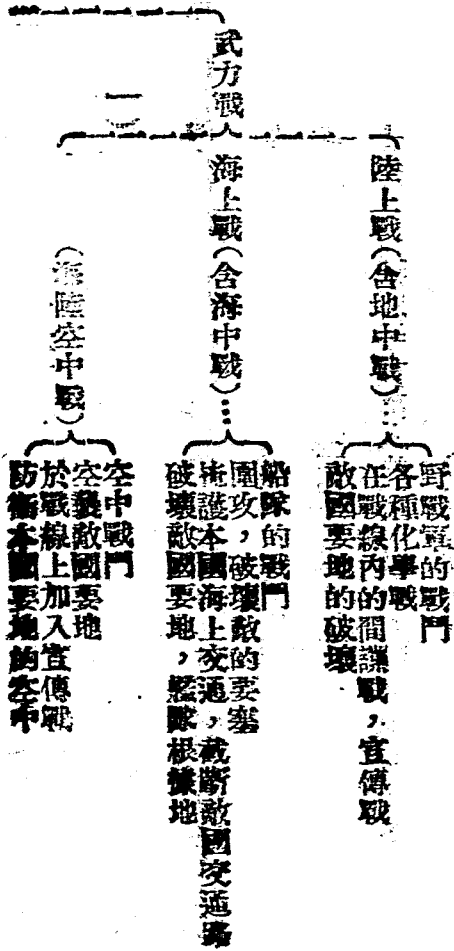
原始社會的小部落，在開始戰鬥之前，是藉着隆隆的鼓聲，瘋狂的舞蹈，以激發他們壯士的戰爭情緒和肉體的緊張，同時並使其同部的男女老幼因此而結成一個戰鬥體。但是在進步的大社會裏面，我們却不用戰鼓，也不用舞蹈，而是用「宣傳」（言語文字，及其他工具），以激發千百萬人的敵愾決心，而達到他們戰爭的目的。

所以戰爭是以宣傳始，以宣傳終。換句話說，就是在戰爭未發之先，以宣傳為前驅，在勝負將決之際，則以宣傳為助力。不但如是，宣傳本身便是戰爭，也便是武力戰的併行戰。因此，在第一次歐洲大戰以後，便有人主張：現代戰爭，有三道戰線，第一是武力戰線，第二是經濟戰線，第三是宣傳戰線。經濟封鎖，扼住敵人的喉吭，宣傳擾亂敵人的腦筋，而武力則予敵人以最後之一擊（*Coup de Grace*）。尤其是宣傳，可以動

宣傳之遺

搖敵方軍民的意志，而代我方勇士的鐵拳，掃除障礙。由此可知宣傳在戰爭的地位，是何等的主要，社會經濟愈進步，科學技術愈發達，則宣傳的主要性，乃日益增加。此次世界大戰，交戰各國，相競熱在於宣傳的搏鬥，較之第一次歐洲大戰，更屬劇烈，便是一最好例證。

因此，有些軍事家將現代戰爭形態，分析解釋如次表之所示：



戰爭形態

併用戰

經濟戰 (宣傳戰)

對敵國施行經濟封鎖，經濟擾亂
妨礙敵國對抗手段
妨礙敵國戰費的調整
本國戰費調整的圓滑完成
總動員資源的獲得與保持
國民生活的安定與保障

政略戰

外交戰
宣傳戰
內政戰

喚起正義的輿論及同情者
防止第三國變為敵國
迴避國際孤立且確保其優越地位
用外交手段以導致戰局有利

思想戰

問議戰
宣傳戰

偵察敵國政情，經濟並軍事狀態
敵國內的異族不平分子社會主義者的煽動及操縱
妨害敵國的總動員
破壞敵國發電廠，電線自來水廠瓦斯廠
破壞敵國鐵路、鐵道及其他交通機關
煽動敵國要人策謀國政的顛覆
煽動敵國軍民戰意的消沉與失
誘導敵國內亂產生於戰爭中
轉化敵國戰爭為內亂及誘導其革命

宣傳之道

由上表看起來，可見宣傳在戰爭中的任務，是如何廣汎，地位是如何的重要，即在武力搏鬥的火線內，宣傳仍然具有很大的功能。所以宣傳簡直就是戰爭。而戰時宣傳的基本方針，也就不外乎下列四項：（一）激起國民的敵愾心（二）保持同盟國的友誼（三）保持中立國的友誼，如可能，並應獲得中立國協助（四）潰亂敵人。這是一般人所共知的。以下我們再分別說明其內容與方法，並舉實例以作證明。

（二）兵法原則

宣傳等於戰爭，那末，在實施宣傳的時候，說起戰略戰術的兵法，同時也可以適用於宣傳方面。宣傳方法，貴能神機莫測，那末，以出奇制勝為貴的兵法，更應該採取其精神於宣傳工作。

孫子兵法，不僅是我國古代戰爭的聖經。即在現代，仍然不失為指導戰略戰術的寶典，所以我們現在姑就孫子兵法的原則，來分項應用，作為說明的依據。

兵法上說：「是故百戰百勝，非善之善者也。不戰而屈人之兵，善之善者也。故上兵伐謀，其次伐交，其次伐兵，其下攻城。」（謀攻第三）

這一段的意思，就是說，戰爭若僅憑武力取勝，並不是善策，最好是「伐謀」「伐交」。換句話說，就是能用宣傳或其他非武力手段而取勝，是避免重大犧牲最合算的戰術。這就是說明宣傳比武力還要重要的一段。

又說：「計利而聽，乃爲之勢，以佐其外，勢者因利而制權也」（始計第一）

這一段是說明戰爭雖已定了有利的作戰計劃，但是還需要外部的「勢」，以爲輔助。所謂「勢」，便是指的戰鬥以外的行動，如散播謠言，搖惑敵人，行反間，造成與敵人的主張正義，以取得第三國的同情或援助等類，依照我方的利益，而採取權宜的手段。由此又可知宣傳是武力戰的輔助，也是武力的前驅。

所以兵法又說：「故爲兵之事，在順詳敵之意，並力一向，千里殺將，是謂巧能成事」（九地第十一）及「勝者之戰，若決積水於千仞之谿」（軍形第四）。這不僅是說

明武力戰要用全力和閃擊的方式，同時也就要注意宣傳，外交，經濟等項與武力妥為配合停當，同時並舉，而予敵人以致命的打擊。現代戰爭，以速戰速決為上策，所以在戰略上，不僅要將兵力，計劃妥善，就是宣傳，外交，經濟等所謂「以佐其外」的「勢」，也必須配合得宜，方能達到目的。

(三) 激發敵愾

戰時宣傳的第一基本原則，便是要激發全國國民的敵愾同仇，形成一堅強的戰鬥

體。

所以兵法上說：「道者，令民與上同意，可與之死，可與之生，而不畏危也。」（始

計第一）

又說：「上下同欲者勝」（謀攻第三）

此處所說的「道」，其意義當然頗為廣汎，不過除了政治上的各種設施外，宣傳最

包含在內。宣傳如能得其道，便可以使人民「同欲」，「同意」。

若要激發本國人民的敵愾同仇心理，而使其同欲同志，則宣傳方針，必須注意在下列各點：

(一)使國民瞭解戰爭理由與戰爭責任。在現代大社會的國家中，不能像原始部落一樣，僅用鼓聲狂舞，可以激發全族的戰鬥情緒。因為一個國家包含了若干不同的種族，不同的階級，不同的利益團體，不同的智識見解，要想全國同欲同志，當然不是一件容易的事。(但如真正抵抗侵略的抗戰，當然不在此例)。所以必須利用適當的事實或刺激，集中一共同利害觀點，方足以喚起國民一致的警覺，而達到「同欲」「同意」的目的。

例如在第一次歐戰時，英國國內，在開戰危機將要爆發的時候，尚有許多反對對德開戰的人，內閣中有力的分子，自由黨，金融界，工黨，甚至於著名的文藝作家都以爲英國在世界上並沒有與德國利益衝突的地方，而與俄國反有爭持。當時各報紙除素晤士

報外，很多的報紙，都滿載反對對德開戰的言論，反戰的空氣，頗為濃厚。迄至德國佔比利時及法國北部後，英國的宣傳，方獲得一個共同集中點，便是德國如若由比法再進而佔據安特瓦普，符拉新，甚而至於敦刻爾克，加萊等地，作爲對抗英國的海軍根據地，則大不列顛本國的安全，大受威脅，這是英帝國的切膚之痛。因此，英帝國的安全，便成了使英國國民「同意」「同欲」的共同觀念。而戰爭責任及戰爭理由，也很顯明而爲一般國民所了解。

不過及至第一次歐戰初起時，美國輿論，和戰之議，相持不下者甚久。一般民意，與其說是傾向英法，毋寧說是傾向德國。迄至德國的徐伯林飛機，橫行猖獗，美國民意，始大爲轉變。這是一九一五年一月廿二日老羅斯福致英國格雷爵士的函中，明白指出的。所以，在戰爭將開始的宣傳，必須要把戰爭責任，完全放在敵人身上，而將正義表現在自己的一方。極力渲染敵人對於我們共同福利的威脅，以祛除公眾對於戰爭忌避的心理，同時主張我方的勝利，而加強公眾所抱正義必張的朦朧信念，以造成全國一致的意

志。希特勒敢於來這一次的大賭博，也就是藉着新毀凡爾賽條約這一名義，來激起德意志國民的共同意欲的。

但是這裏有一點要注意的，便是工業化的國民，比農業生產狀態的國民，更爲容易激動。因爲工業化的國家，人口集中都市，國民智識水準較高，而一切宣傳利器（如新聞、廣播等）較易獲得，同時所謂「緊張水準」（Tension Level），在工業化的國家內，比較農業國家，易於測定。這就是有利於宣傳的條件。

其次要補充全國團結，國民的戰意，既經激發，其次應注意的，便是內部的團結。我國表抗戰時期團結團結者乃能繼續與暴敵周旋數年之久，而法國則因內部意志紛歧，不敵丹寇敵一敗塗地。所以鞏固內部，也是開戰時期宣傳的主要課題。在一九一四年七月倫敦泰晤士報早就高唱「援助政黨的大團結」。法國議會亦宣言「神聖聯合」，甚至於有名的工團主義者的赫爾維德大率宣傳團結，甚至將他的報紙名爲「社會鬥爭」的，改名爲「勝利」。這都是開戰初期起時的實例。

「將經過這類宣傳方法，必須要普遍。對於社會內各種階層，各種職業份子，如工人商人農民，企業家，學者，城市居民，鄉村住民，天主教徒，耶穌教徒，事務人員等乃至幼男女老幼。都必須針對他們本身的利益，直接或間接，予以極動人的態度，而激勵他們向同一個目標。宣傳的材料，必須要確實上達於智識最高的人，下達於智識貧弱的民衆。而直率的勝利預言，對於一般智識貧弱的人，反到易於接受。」

同時對於不安的理想，與其消極地抑壓，不如積極的祛除，因為一國政府的力量，只能控制地理的疆界（如檢查新聞，郵電等），但是不能控制心靈的防線，這也是鞏固團結的宣傳中所不可忽略的。

（三）傳播敵人的殘暴卑鄙，國民的私意激發了，國民的團結完成了，爲要維持國民的決心與信心，加強戰爭的情緒，必須要不斷宣傳敵人行動的殘暴，和手段的卑鄙。本來戰爭是破壞的手段，是殺人的勾當，殘忍可說是戰爭的本質，朱襄之仁，徒然留作後世的笑柄，所以一八七〇年普國與里丹將軍，在法國境內普軍總司令部內，曾見俾斯

戰時，曾說道：「妥善的戰略，第一步就是儘可能的對敵軍予以大打擊，其次便要儘一般住民感受痛苦，以至於渴望和平，而迫其政府求和。勿留予敵人一點什麼，只有他們望着戰爭的淚眼」。由此可知對於戰爭是不能希望慈悲的。而敵我雙方都是各盡所能，儘量作一切殺人的準備，銖兩相稱，誰也不能責誰。但若超過需要的範圍，便成爲憎恨敵人的宣傳材料，而使一般國民發生心理的反應。例如第一次十字軍遠征時，傳說在某處發見一隻水桶，裏面滿盛着人的眼珠。據說是土耳其將官，將俘虜的十字軍虐待，作爲娛樂的結果。這一傳說，大大的刺激了十字軍。又如普法戰爭時，據云有一七歲小孩，用玩具木槍，指着普軍的哨兵，致被普兵當時殺死。這一故事，在宣傳上，也起了很大的效果。在第一次歐戰時交戰國雙方，竟將敵方的暴行，條列出來，造成二個目錄，把社會科學的定量方法，都應用在這上面。這無非想儘量揭發敵人的暴行，以刺激國民與第三國的心理而已。

不過這種宣傳，所要注意的，便是務必根據正確事實，至少也須接近事實。否則必

不能令人相信。因為敵我兩方，都在玩弄這種玄虛，若不根據事實，徒事虛構，或許要得到相反的結果。譬如第一次歐戰時，協約國方面，傳播說，德國軍隊把敗軍的屍屍煮熟，煉取脂肪。這種無稽的捏造，反而損害其整個宣傳的價值。所以實施這種宣傳時，最好是根據正確事實，加以渲染的技巧，使其生動感人。而最妙的方法，是借第三國人民的見證而發表，就更有效果。譬如此次日寇在南京的大屠殺及奸淫擄掠等暴行，不但有真憑實據，而且經過第三國人的目睹，所以能取信於世界，又如前年日寇在常德等地，用飛機投擲鼠疫毒菌，經我方醫學專家化驗確實後，方始發表，然後世界各國始予注意。若不經化驗確實，貿然發表，沒有科學的證據，必得不到宣傳的效果。當然，只要是事實，對於敵人的暴行，無論大小輕重，都要儘量渲染揭發的。

(四) 慎重誇張勝利 國民的戰鬥精神，固然以有勝利的預想而增強。為鼓勵國民起見，在宣傳方面，當然要竭力闡明最後勝利必屬於我的理由。但亦不可作過於樂觀的論調。因為敵我力量的相對比較，是一般國民首先所渴望知道的。敵人的力量，也許意外

的強大，敵人的進攻，也許意外的頑強。假如過於樂觀，而預言勝利的日期，或將本身的力量，過分誇大，或將敵人力量，過分估低，萬一事實不符，不能實現，必致使國民失望而頹喪。有時甚至將對敵人的憎惡，轉而成爲對自己的政府或盟軍，發生怨望。如路易喬治於一九一六年致函比相樊德佛，竟預言說道「英國於一九一四年宣戰，於一九一五年開始，於一九一六年展開，而將於一九一七結束」。這種預言，幸未公開宣傳，否則不免失於輕率。又如第一次歐戰時，俄國發生革命，列寧尙未與德國議和時，協約國急欲鼓勵俄國軍心，挽回頹勢。美國派在俄國的宣傳人員，乃大肆宣傳，謂「協約國在數週內可以增加兩萬飛機，在數月內可有四百萬軍隊，我們可以像散步一般獲得勝利。」他們以爲如此宣傳，可以激勵俄國軍心。不料俄國農民出身的兵士接到這種宣傳，反而說道「呵！是這樣的嗎？好了，假如協約國能夠像散步一般，獲得勝利，那末，我們打了這樣久的仗，做了這樣久的工，現在可以回去看看家裏的人了。」協約國的這種宣傳，不但不能增強俄軍的鬥志，反而使其動搖。又如此次日寇侵略我國時，其

軍團意，放言說三個月可以征服中國。不特自陷泥淖，遂致年之久，弄得現在敵國民心不振，士氣頹喪。所以鼓吹勝利的宣傳，必須慎重，不可輕率從事。

勝利固不可誇張，然敗戰消息的處理，更須審慎。照實發表，固然可以使國民灰心喪志。但是諱敗爲勝，虛構勝利，也是不妥，甚至封鎖戰敗消息，祕不發表，也有考慮的必要。在第一次歐戰時，交戰國當局，對於敗戰消息的處理，頗費苦心。於是想出種種名詞，如將敗戰稱爲「戰略的撤退」，將撤退稱爲「改移陣線」等。當時邱吉爾任英國海軍大臣，他常將敗戰的消息，扣留到勝戰的消息到來時發表，作爲一種抵消。這種辦法。當時頗有人反對。又英國戰艦奧達修號於一九一四年十月二十七日，在愛爾蘭海岸，被水雷擊沉的消息，一直保守秘密，直到休戰的時候，方才鄭重宣佈。諸如此類的例子很多。在宣傳上這是一個很難處理的問題。此次世界大戰中，美英兩國，對於敗戰及損失的消息，在不妨礙其戰略戰略的範圍內，頗能盡量忠實發表，除新嘉坡失陷及珍珠灣被襲，在英美兩國國內，引起少許波瀾外，其餘的結果，都尙良好。這是比第一次

歐戰，業已進步的一點。然而日敵方面，却仍然蹈襲故智，諱敗爲勝，竭力誇張掩飾，將來一旦揭穿，必須自食其果。

以上就是戰時對國民宣傳的要項，舉例說明了。其次再就對士兵的宣傳略述一下。兵法說：「分發之日，士卒坐者，涕霑襟，偃臥者，涕交頤，投之無所往，則諸國之勇也。」（九地第十）

又說：「禁辭去疑，至死無所之。」（九地第十）

前一段是就積極鼓勵而言。在戰時對士兵的宣傳，必須握住一個中心，儘量激發其慷慨悲歌的情緒，堅定其必死的決心。這種技術必須在言語文字方面，切實注意。所以德國盧登道夫將軍，在其所著「全民戰爭論」上，曾說「欲求民族精神之堅強維持，不應採用機械方法（指壓迫而言），應順人情而振起之。如哥德之「浮士德」，非兵士書囊中應帶之書，而席拉所著之「威廉退爾」等諸劇中之「自由熱情」，可以喚起各人之英雄氣概。昔時斯巴達作戰，有赫爾陶亞其人者，誦詩歌以振奮兵士之氣。惜大戰時之

德國，無此等詩人耳」云云。可見激勵士兵的技術，是在用各種手段，激發其忠義之氣。

後一段所謂「禁祥去疑」，是指消極防範而言。所謂「祥」，是指吉星高照的語言，等妖祥之言。「疑」是指敵人散布的謠言或反宣傳，足以使軍心發生疑惑者。必須切實防範或闢正。

總之，在戰時對於本國軍民的宣傳，是在開戰之始的第一要圖，其影響，可以決定最後的勝敗。只要最初的宣傳，獲得效果，那末在戰爭中關於兵役，軍需生產，募債，救濟，加稅等後方要政的宣傳，也就隨之而易獲效果。

所以盧登道夫，在「全民戰爭論」上又說道「……兩性之神經病的懦弱著，與夫皈依神祕主義是相卜筮之流，在民族生存之戰爭中，為極大之危險。誠以國家處於危急之際，所要求於人民者至多，非患精神病者與迷信者所能支持。」接着說：「德國之所需者，乃為精神上體力上健全之民族；此種民族在窮年累月中，有極充分之力量，以抵抗

敵人，毀其意志，使其屈服於我。」盧氏極端重視民族精神力在戰爭中之影響。所以他說「一國之國防力，植根於其民族中。國防力為民族中之一種成分，視其民族之物理力，經濟及精神力之大小，而全民戰爭中之國防力之大小以定。其中尤以精神力為重要，所以使民族武力一致團結為精神力，所以能在為爭民族生存之全民戰爭支持日久之者，視其精神力。」他認為精神力可以決定民族生存戰爭的勝敗。而欲強固此精神力，他又極重視宣傳，而慨歎德國竟因不注意宣傳而失敗。

盧氏在戰爭回憶錄中，曾說「德國對於敵人之注意於後方作戰，既自有所感覺，豈不應用此有力武器，反加諸敵人之身乎？敵國所以動搖吾國之精神團結，吾豈不應用同等之方法以對待之乎？此種戰鬥法，可謂為由內而外之法，先由後方下手，再及於中立國，更移而至於前線。當然吾德國之不如人者，在其缺乏一種宣傳之補助法門，及對於敵作饑餓封鎖以動其人民而已。」這可以證明德國的失敗，是德國主將不能為「勢」佐外的結果。

如去年土倫港法艦隊自沉之悲壯舉動，為歷史上所僅見。愈足證宣傳力量之偉大。蓋自盟軍在北非登陸後，法海軍部長達爾朗即與盟軍合作，不斷地向土倫法艦隊廣播，令其逃出開抵北非。迨至德軍佔領土倫後，法艦隊忍無可忍，為「免目擊其艦隊變為敵艦之恥辱」起見，乃自行擊沉，逃出者甚少，法國海軍，死亡亦衆。足見國民之敵愾心，尤其是軍人之犧牲情緒，如有適當之宣傳，激發亦正自不難。又可見兵法所「投之無所往，則諸將之勇」者，實為正確之論。

(四) 爭取友邦

戰時宣傳之第二基本要務，則為爭取第三國及加強盟軍之聯合。此項宣傳，實為一變幻複雜而困難之問題。蓋世界各國之國際關係，綜錯異常，而一國之本身利害，國內實情，國力程度，以及外交關係，均不易一言之頃，而使之與我一致。而敵國爭取第三國之企圖，亦正不劣於我，故在第三國內，實為敵我雙方宣傳戰之直接戰場。故今日為

友，明日可變爲敵，微妙變幻不可預測，宣傳之困難，以在第三國爲最，而宣傳之功，更以爭取第三國爲最顯明。故對於中立國友邦之宣傳，應以左列各項爲原則：

(1) 應竭力宣傳我方開戰目的之正當與神聖及我方作戰之英勇。

(2) 應努力適應對象國之國策與其傳統思想。

(3) 應竭力揭發敵方對於對象國之損害與不利之行動，並駁斥敵方宣傳，傳播敵方

行動之虛果。

(4) 應明瞭對象國之本身利害所在。針對宣傳，擊其信心，祛其疑慮。

(5) 應明瞭對象國之政情。在輿論左右政策之國家，則應以國會及民衆有力量者爲主要對象，其在政策指導輿論之國家，則應以政府及政治指導勢力，爲主要之

對象。

(6) 宣傳方法，應多量而普通，務必使能達於對象國之全部。

(7) 應明瞭對象國內社會情勢，而避免刺激對象國內相反勢力之突衝而發生抵銷作

宣傳之難

用。

(8) 第一步爭取同情，第二步要求援助，第三步，則提出具體而有限度之要求，有辭退可爲有報償之預約。或要求其非軍事的援助，但其範圍，不能超出對象國事實可能之標準以上。最少亦須其不助敵方。

以上各原則中，其最重要者，仍爲利害關係之申訴，所謂目的之正義，作戰之英勇，尚不能引起第三國真正協作，亦只表明自己之立場而已。

故兵法曰：「是敵無諸侯者以害，役諸侯者以業，趨諸侯者以利。」（九變第八）這實在是對第三國宣傳的主要原則。

試舉第一次歐戰時，交戰雙方在美宣傳鬥爭之實例，便可見對第三國的宣傳，何等重要而困難。雙方的目的，當然在拉攏美國，以爲自己的援助，萬一不能，其最後的目的，則務使美國不致爲敵方所用。

在交戰雙方中，對美宣傳最熱烈者，首推德國。在開戰初期，德國對於美國駐德的新

聞記者，特別優遇，並隨時令其赴前綫視察德國戰績。而英法兩國，在這一點却比較冷淡。尤其不令外國記者赴前綫視察。故美國駐德記者遞致其本國報紙之通訊，多為對於德國有利之消息，因此，當時美國輿情，頗傾向德國。苟非德國徐伯林之轟炸及魯西坦尼亞號之擊沉，則美國勢必不致於參戰。加之德國在美國之宣傳，異常活躍。其主持宣傳者為駐美大使伯倫道夫及前任殖民地大臣德倫堡博士，皆為宣傳之能手，而其間諜活動，亦無微不至。

德國宣傳之方法，針對美國國情而執行。其方法約可分為五點；（一）以經濟問題為中心，利用英國宣佈棉花為違禁品之問題，以刺激美國對英之憤慨，（二）利用美國人民因獨立戰爭而發生之傳統的仇恨，（三）宣傳協約國為和平之障礙，（四）利用美國國民之複雜血統，使其紊亂美國國策而傾向德國，（五）煽動兩中立國間之衝突，而乘機拉攏其一方，如挑撥美墨與美日之惡感，藉以拉攏美國。

其中比較收效者為第（三）種宣傳，而其最毒辣者則為（四）與（五）兩種。其用

第四種方法時，則煽動猶太系的美人，反抗俄國（因俄國會大舉虐殺猶太人），煽動意大利系反對法爾蘭人反對英國，煽動西部人民反對日本（美西部反日最烈），煽動意大利系反對法國。而尤注重煽動黑人對美國人之惡感，並多方調查白人對黑人施行私刑之事實，廣為揭佈，普及於美國各重要省內，其宣傳黑人問題之本部，則設於墨西哥境內，利用墨西哥人及黑白混血兒，潛入美境，從事宣傳，並謂在德國國內，黑人與白人平等，如果德國勝利，在南美的黑人，必能與白人立於平等之地位。此種宣傳之潛勢力，在當時頗為不小，其範圍竟及於美國九省。至於第五種方法，則宣傳「美國應解決墨西哥（當時美墨關係頗緊張），國為與其戰勝德國，不如戰勝墨西哥。戰勝了墨西哥，可以保障美大陸的義安全，而損失亦不大。戰勝了德國，美國能得到什麼？縱令能推翻德國的軍國主義，但是其他軍國主義，如俄國，日本，必將代之而興。不摘墨西哥的金蘋果，而去嘗德國的苦果，威爾遜真是一個只愛人道主義不受美國的人」。這是挑撥美墨關係的宣傳。這種宣傳，竟能利用汽車大王福特，為其聲援。至於挑撥美日感情，則謂英國雖不

我直接進攻美國，但可利用其同盟國的日本，間接進攻美國。否則日本爲何熱心造船，日本必將代表亞洲的黃種人而進攻美國。德國並且攝製一套電影片名爲「祖國」，內容描寫日本藉墨西哥之助，想征服美國，並有日本兵在美登陸，其主人公則爲一日六貴族，爲日本天皇的特務機關的首領，大事活躍，這一影片，竟將日、墨兩國對美之敵意，表現出來。據云攝製此項影片，竟費去了九萬美金。

德國駐美宣傳者德倫堡博士，其宣傳步驟，則在紐約設一新聞局，以爲宣傳大本營，組織一幹部，並利用美國一部分的新聞記者及商業家爲其外國，而以德國直統之美國人，爲其活動細胞。竭力聯絡美國的各種社會團體，尤其是外國語言的團體。而以新聞、小冊子，漫畫，書刊等爲工具。後來並利用照片及電影爲利器。其中並攝製德國軍隊在法比等地忙於餵養小孩的影片，其字幕且寫明「野蠻人餵餓的人」，「野蠻人能像這樣嗎」等辭句，藉以反駁協約國罵德軍爲野蠻人之對抗宣傳。

不過德國對美的宣傳，雖極活躍，但自魯西坦尼亞戰事發生後，能言的德倫堡，

也只好悄然回國而去。

路易遜與英利在美的宣傳，則由歐克得士主持，其方法除發表英國要人如路易喬治等的談話，利用數百種美國新聞，鼓勵美國讀者投函及大學校長致授，科學家通訊，放映英國戰事影片，發佈書刊等方法外，其最注意的方法，則在私人的接觸，輾轉遞相傳播。他的宣傳影響，係藉私人而溝通。由企業家傳於企業家，新聞記者傳於新聞記者，大學教授傳於教授，工人傳於工人，在電影，新聞，照片講演背後，還有一私人影響的洪流在流動着。戰事的討論，不在公共場所而在私宅之內。懷疑者則由友誼，還辯等去煽起他們對協約國的熱情。這種私人的友誼接觸便，便成爲英美兩大國的堅強聯鎖。

美國這種宣傳方法，在美國這種以輿論左右政策的國度，最爲適宜。故凡欲在美國宣傳成功的人，不必多作公開的文字，而須從事於私人的會議。

就英德兩國的宣傳方法而言，德國雖活躍，但其方法不如英國之親切而溫和，尤其德國挑撥美國民族的感情，離間中立國的關係，其方法過於毒辣，實爲不甚巧妙的方

法。至於法國在美國的宣傳，則利用其傳統的友誼，較為容易。不過對於亞爾薩斯羅倫

的合併問題，則雖時時為的力，因為威爾遜既主張不割地賠償主義，法國欲於戰後由德國割讓亞爾薩斯，自為美國輿論所不贊同。故法國乃派特使達爾丟前往宣傳，經數個月的努力，形勢始行轉變。達爾丟的報告說：他及其助理人等在美國各省，曾經舉行一萬五千次講演，發行數千張大標語及其他各種活動，始得變此轉變。由此可見對第三國宣傳之艱難，而欲一國改變其國策與理想，更不是一件容易的事。

關於對第三國宣傳的歷史例證尚多，茲不贅列。總之對第三國宣傳，應以前述之八項原則為準，而出以親切溫和之手段，切忌以毒辣之策略從事，如德國在美所用之方法，因此種宣傳，實有類於挑撥行為，必將獲得相反之結果，而主持宣傳者之人格及聲望，尤宜注意。否則亦不為人所信服。美國獨立戰爭時，佛蘭克林在法宣傳之所以成功，則由於其人格與聲望，固不在於官位之高下也。

關於同盟國間保持友誼之宣傳，在表面上，因為彼此有共同作戰之目標，宣傳似較容易，但在實際上，亦屬頗為微妙之問題。因為各國有特殊的利害，各國有各極的固執理想，各國有各國差別的實力。加之過去彼此間之偏見，利害之磨擦，均不易使之成為渾然一體。

故同盟國間之宣傳，應以強調目標一致，行動一致，利害一致為基本原則。鼓吹一致之大團結，而避免個別的小結合，鼓吹彼此之親愛尊敬，而消除過去之偏見與磨擦。

鼓吹本國之實力與戰果，勿過於誇張實力與勝利，但亦勿自示薄弱與絕望。所以同盟國：應當彼此努力統取本國國民之感情，使之傾向盟國，而捨離彼敵。同盟國之友誼宣傳，國內實重於國外。若能如此，則同盟國之團結，自能日加強而有效。至於敵方之離間挑撥，更屬彼此應特予警戒的要圖。

在前次歐戰，英國曾不斷努力祛除法國的疑慮。因為當時法國國內宣傳德意之種種疑約暗潮，以為英國不僅想久佔加萊，而且藉戰爭的延長，利用法國的血，去打倒

與商戰的危險。而且有許多謠言暗示謂英國只須將殖民地歸還德國，便可單獨媾和。曾給英國各種努力，始得破除此種疑慮。此次希特勒又襲此故智，離間英法，法軍中頗有不少受此宣傳之影響者，故盟國間之疑慮，必須首先祛除。

又如意大利對於美國之參戰，以為其目的係在想握世界商業之霸權，並以為美國民衆當應奢侈的國民，其軍隊不過爲裝飾品而已，作戰能力之實不可靠，此種疑慮，經美國在意大利用各種方法宣傳，並約意國人士前往美國實地考察，始獲得意大利人之信用。

盟國間之宣傳，與其用公式的文字，不如利用私人之接觸往還，爲最有效果。如以國要人名士，新聞記者，學者等，彼此交互派遣，實地視察及交際談話，則友愛之情，自可交流，疑難隔閡，亦可掃除。

總之，對於第三國之宣傳，其成敗與戰爭之勝負，有決定的影響，而其複雜微妙，更須有慎重的考慮，用適當的方法，方能奏效。

五 潰亂敵人

至於對敵宣傳，不難於確定宣傳之原則，而難於認清宣傳之時機，選擇宣傳之技術與工具，要任能利用適當時機，巧妙的技術與工具，則可促敵方之動搖，而加速其潰崩。

兵法曰：「兵者詭道也。故能而示之不能，用而示之不用，近而示之遠，遠而示之近，利而誘之，亂而取之，實而備之，強而避之，怒而擾之，卑而驕之，佚而勞之，親而離之，攻其不備，出其不意，此兵家之勝，不可失傳也。」（始計第一）。

又曰：「所請古善用兵者，能使人前獲不測及，後衆寡不相恃，貴賤不相欺，上下不相收，卒離而不集，兵合而不齊。」（九地第十一）。

以上兩段，係說明對敵宣傳之原則與方法，至其收效，則在於其時機與技術之工具，能否適當選擇而已。

就時機而言，在開戰之始，即欲使敵人崩潰，實非易事。故在此時機，應竭力宣傳敵方開戰之不當與不利，藉以預備羸弱戰爭之種子。於敵國軍民之心理中。並用宣傳離間敵人之友邦與盟國，藉以減弱敵人之外援。在戰爭中途，則宜宣傳我方勝利，揭破敵人諛賊為勝之技術為主。而尤應以前線之敵方士兵為對象。及至敵人再交三場之時，則應併方以起，用盡各種方法，以分化敵方人民與當局之一致，並使敵方人民之暴動或革命，以促其崩潰或降服。但應注意者，即無論在何種時機，不應以敵國整個國民為攻擊之對象，而應使之分化而孤立。

當前次歐戰時，在開戰之始，德國即宣傳法國不應為英國之獨用爪，以法人之血，謀英國之勝利。此種頗能引誘法國國民者，已如上述。而在英國方面，則竭力證明與關係，謂與何帝國欲與俄國締結和平，並謂協約國應將俄國之利益，盡數歸於俄國方面，則謂德國將與俄國為魯普士之奴隸。這其是德國友邦與盟國之宣傳。

至於宣傳敵國統治階級之罪惡，及開戰之不當與不利，則應參用盡各種方法。在

協約方面，則高唱打倒凱撒與軍國主義，而德國方面，則以戰爭責任，歸之於法國的普恩加賽及英國的政府。

在戰爭中途，雙方的戰壕宣傳戰，頗為劇烈。雙方的宣傳品，如傳單，畫片，地圖等，廣汎地散播於各戰壕之中。其中以美軍所發之一種傳單，為較有意味之宣傳品。

此項傳單，僅列若干問題，而不作說明：

「你們還再有一九一八年七月那麼強嗎？」

你們的敵方是一天一天的加強或是轉弱呢？」

你們在一九一八年所受的嚴重損失，是否能獲得你們的領袖所預約的光榮勝利

呢？」

你們還有勝利的最後希望嗎？」

你們願意為這種無希望的戰爭而犧牲生命嗎？」

這種宣傳品，頗屬巧妙的技術。因為僅提問題而不作說明，使敵方極有反省的餘

難，尤其在不利與苦悶的環境中，在心理上頗收效果。

到了再表三場的戰爭末期，則分化，煽動，威嚇等方法，處一齊發動，即兵法所謂「並發一聞，殺敵千里」的時期，也就是宣傳重於作戰的時期。

分化方法，德國曾試之於法國。其所用手段，則利用可能的間隙，分化法國國民。鼓勵政黨反政黨，農民反地主，地方人反巴黎人。工人反雇主，軍隊反政府，立法機關反行政機關。想將法國的社會機構與組織，整個攪亂。不過幸有克雷蒙梭，及普恩加齊等賢領袖補救德國之技術，未能奏效而已。

至蘇煽動敵軍的技術，則過去固不少實例。現在引用蘇聯紅軍的「煽動作業」的一段作為參考。¹⁰

(1) 從事煽動，不可利用彼我兩軍間的共通事項，應着眼其差異之點。

(2) 要編着敵軍的實際生活。

(3) 常要散佈敵國文字的宣傳品，但在機關鎗射擊或爆彈投下時則不可，因為那樣

例是召敵敵的反感。

(4) 在信封內，裝入敵軍兵士的必要日用品寄往，或從空中散下日記簿，摺草，火柴等物。

(5) 利用飛機。

(6) 散布關於旅行便利的書函。

(7) 調查關於將兵間的不平之有無而利用之。

(8) 調查秘密情報於後方兵卒及逃匿者之多寡，而講求誘導的方法。

(9) 利用戰場的居民。

(10) 探察敵人後方的空氣如何，可供給金錢或武器於不平份子，以激發敵軍的背後。

威嚇的方法，在前次歐戰時，美軍曾經收效。當時美軍有極大的實力，用傳單或卡片，散布於德軍戰壕內。其卡片上則繪着兵士的行列，註明美軍有一百九十萬人在法國，每月更換卡片擴大其數量，而且說明向十倍於此的美軍在美國國內，枕戈待發。

這種威嚇，對於德軍，頗有影響。

至於敵人再表三竭的時期，予以最後打擊的宣傳方針，則德國蒙俄軍屢敗之後，用封印列車將列寧密送俄國，煽動革命，獲得蘇俄蘇聯援助事實，是衆人皆知。

不料報應循環，當德國於一九一八年春奎統勞夫取倒後，威爾遜的民主主義及不割地不賠償的主張，大肆宣傳，在德國的高聲喧嘩，可謂已達頂點。威爾遜的演說，普遍於德國各地。致使飽受封鎖痛苦的德國人，驟然鬆弛，以為其和衷體，可以由西方的民主義家，得到溫和的和平條件。且更加以其他的謬論，以為是康黨勃發了。這是協約國對德宣傳成功的實例。在威爾遜的國函，宣佈協約國將派兵進入德國，防線平均一百五十英里之外，而在一九一八年夏秋三季期，每日發佈的宣傳單，竟達十萬份，而平均每月竟達四百萬之多，可見在戰爭末期協約國的宣傳猛烈，致使德人喪失其意志。俄如沒有無窮的外國人及過激主義的壞蛋，在德國發方造成一個空洞，並使德人其中，德人決不會戰敗的。所以英國領導反德新聞的北巖爵士，對德國的崩潰，是意料中的事。而威爾遜則舉

世界之爲宣傳戰線的偉大統帥，猶之如福煦爲軍事戰線的偉大統帥一樣。

在交戰時期，敵我兩方，交通完全斷絕，加之敵國在戰時，必定施行嚴格檢查新聞，郵電，斷絕邊境交通，逮捕不份子等緊急措施，宣傳的作用，不易達到敵人的耳目，於是宣傳的工具，便成了問題。

在前次歐戰時，雙方所利用的工具，則爲在第三國出版的報紙，中立國的人民。以及氣球飛機等工具，但此等工具的用途，仍受有限制，但到了現在，則無線電的廣播，便成了無遠弗屆的利器。縱令敵國有禁用短波收音機及禁聽外國廣播的禁令，但較之郵電等工具，仍不免有遺漏之處，而就常人心理而言，敵方廣播，且爲渴望爭取之物。此次大戰開始時，德國巧妙的廣播，搖動法國人心，阻喪士氣，以致一敗塗地的事實，已爲一般人所共知，現在就一美國私家電台廣播的效果，作一例證。

美國波士頓有一私家短波電台名 WREUL，主持人爲萊蒙，曾於前次歐戰時隨威爾遜參加巴黎和會，充任廣播隨員。這一電台專以對抗納粹爲務，用十數國語言，向希特

勒統治下之各國廣播。如宣揚 V 字運動，鼓勵敘利亞戰爭的英法軍及阿拉伯人，當羅新福對法國人民，勸告勿與其「合作者」合作時，該台大為賣力，頗收效果。而其最大收穫，則當挪威陷落時，德國強迫挪威輪船所有人，向其海外之輪船廣播，捏稱事態已明朗，速即歸來。該台獲訊後，即將事態的真相廣播，於是挪威九百艘輪船二萬五千名海員，全都未返，而投往挪威在倫敦的流亡政府。此外該台對於法國，荷蘭，等國的廣播，亦頗收宏效。

即此一例，可見廣播之偉力，因此，可說現代戰爭的宣傳戰，簡直集中於廣播戰這一點了。固然，此項工具，敵人可以設法限制，如禁止使用短波收音機，用電力干擾等，和若電力強大，技術改進，仍然是一種極有效的對敵宣傳的工具。即如最近土倫法艦隊的自沉，也可說是由於達爾朗廣播的影響。

由上所述，對敵宣傳，當注意於時機，技術與工具。尤其在敵人將要三竭的時候，即應用全力行之，以加緊促其崩潰。

最後，在對敵宣傳中，較易收效者，莫如對敵佔領區人民的宣傳，佔領區的人民，對於敵人視原已惡感，深到惡感，縱然敵人亦在用各種方法，實行懷柔的宣傳。但是被佔領區的人民，正如一桶火藥，而一根火柴，便可引起燎原之火，隨時隨地可以打擊敵人。故如緊密粘領區人民的宣傳，亦屬一種打倒敵人的有效方法。

第八 過去成敗與組織

(一) 概況

個人主義黨派等請請作爲自衛總理者創革命起，迄今已有數十年。這者姑勿論，即自本黨三年敗組，積欽宣傳工作以來，亦已有十餘年的歷史了。這其間因宣傳而發動的人員，總計不下數百萬，新用途的金錢，亦在數千萬以上，所消耗的資料，亦實可許半流轉而有餘。以如許的人員，財力，物力，若與所獲的成績相較，是否能成正比例，不幸得跟事實是一個疑問。

其次在休戰或戰事間，宣傳工作，不但表現得激烈而且確實收到偉大的效果。革命之盛，一般民衆，的確有食盡鹽的盛況。而當時最後勁敵的奉軍，武器優良，裝備完善，人數亦較革命軍處於優勢，但一聞「黨軍」二字，無不望風而靡，的確有持白卷以辭甲利兵之勢。這固然是由於革命軍作戰勇敢，紀律優良，但是宣傳的功効，

地居其半。不但國內有這樣偉大的效果。即在國際上也發生重大影響。要則本黨宣傳的積界，便是宣傳的功効。所以在北伐期間的宣傳，實有領導領導的功効。自蔣介石僅自十七年全國統一以後，本黨的宣傳，遂日趨停滯。本黨的主義，在蔣介石與民衆，中央的政策政令，亦未能爲一般人民所了解。在這期間，宣傳實是很少效果。抗戰軍興，全國振奮。宣傳的重要，幾與軍事並列。在最初的階段，宣傳工作亦有活躍的生氣。效果亦尙可觀。但久而久之，除國際宣傳及激發謝抗戰奮進並有成就外，一般國內宣傳，則仍然不能翻其在戰時重要之使命也。加徵軍事進退不定，遂使宣傳不靈。工具匱乏不全，此等客觀方面之缺陷，益使宣傳工作，減低效効。橫溢世界大戰將入決定階段的時期，對國際，對國內，以至對敵，以迅速待宣傳工作之劇變，極爲廣泛，而振起國內民氣，促成敵人崩潰，鞏固盟國團結，在在顯示宣傳工作之重要性，更屬空前。在此重要轉換時期，我們對於宣傳工作，必須對過去予以總清算，對未來開一

(二) 成敗的原因

我們追溯過去宣傳成敗的原因，固由於各種因素，而居其大半。例如北伐時期宣傳工作人員大多具有蓬勃的革命精神，故其工作無不兢兢辛，不避危險，其中可歌可泣之事實頗多，所以能獲得那樣偉大的效果。自革命成功，革命基礎漸定，客觀環境，亦漸趨安樂。於是工作人員，熱力驟減，志氣漸生。從前聲嘶力竭，足以領導宣傳者，又多漸墜高位，囊筆息聲，不再以文章與世相見。在此時，宣傳亦可謂之文章，亦屬鳳毛麟角，遑論其他。於是宣傳方法，一蹶不復，宣傳形式，亦極呆滯。宣傳區域，亦僅侷限於都市之內，浮游於上層智識分子之間。普及深入，既未講求，效果成績，亦不考查。於是因會講演，頒發綱要，繕寫傳單標語，甚至遵守禁煙之宣傳綱要，亦公然發表，以代作文之勞，年年如是，事事如是，以為如此遂已盡宣傳之能事。歷時既久，一般從事宣傳工作者，亦竟自感無聊，自甘暴棄，而以此重要之工

作，視為無關輕重之元素。一切皆敷衍塞責，以隱報上級為務。尤可憾者，一般黨員，不知宣傳為黨員之基本義務，懈怠忽略，既無自動的覺悟。施以強迫，則又苟且敷衍，辦事點綴。此種沒有熱力，沒有計劃，沒有方法的宣傳，如何能取得對方的信仰，如何能收獲預期的效果。因此反而養成宣傳工作上的一種惰性。此種惰性，遺患之深迄今一時尙未能祛除。而且宣傳的組織，既未普遍而合理地建立。動員的範圍，也未加以籌劃。各種部門的專家，更很少參加。工作基礎既未健全，工作的效力當然也就異常薄弱了。

(三) 組織的重要

宣傳的成敗，不僅是方法與技術的問題，而且是人的問題，組織的問題。假如宣傳的組織與機構，不能嚴密而健全，就無法推動宣傳工作，更何從談到宣傳的效力。所以組織也可說是宣傳的基本要件。

宣傳是國家的一種永恆活動，所以無論在戰時或平時，都應有一定的健全機構與嚴

總組織。這一點是與英美各國只注重戰時宣傳者，是有不同的觀點。

宣傳的組織，可分爲中樞與基層兩種。中樞的組織，應以統一單純爲原則，基層則應以普遍嚴密爲要件。

現在歐美各國在戰時的宣傳組織，作一簡單的觀察。戰爭的時期，一國的機關與宣傳有關且可從事宣傳工作者，在國內則有外交部，陸海軍部，參謀本部，大本營等，在國外，則有大公使及其他使領人員，陸海軍武官，及其隨員等。此等機構，若任其各自爲政，則必致互相矛盾衝突，並可引起內部人事磨擦。從而宣傳工作，不但勞而無功，且可引起意外的危險。在第一次世界大戰時，交戰雙方佈置宣傳機構的辦法，有三種。(一)設一單一的宣傳機構，(二)設一委員會，網羅各部門，而今每一部門負擔一種宣傳工作(三)僅設一普通的新聞會議，而任各部門自行工作。美國係採用第一種方法，英國是第二種，德國是第三種。這三種方法之中，自以第一種爲妥當。當時美國的中樞宣傳機關，如有名的「公共情報委員會」，由克理爾氏任主席。這個委員會對

宣 傳

政府的政策法令，曾有越人的貢獻，且以宣傳為其
一、 被本國之宣傳機關與文學機關，其
二、 則願不統一，彼亦且引過軍事機關與文學機關。

優良的宣傳，必須立於政治事實之前。宣傳必須為

不知之。其最惡劣情形，則為宣傳工作者與外交人員，於

運夫般經過去德國失敗的經驗之談。其在美國，當時亦常有不

傳的北巖騎士，便曾嘗過這種痛苦。

在此次大戰中，各國鑒於過去之經驗，皆力求宣傳機關之統一。

宣傳部，其在國內外的宣傳組織，也很普遍而嚴密，可說是無微不至。

善惡宣傳如何，便是德國宣傳的活圖，實在驚人。至於美國，置初頗為

假機構，幾達二十餘個之多。因後始確定設立「戰時情報局」為宣傳

機構，並設立「情報政策委員會」，為決定宣傳政策之機關。因此，

一天地活躍起來。至於英國的宣傳機構，則有七個，其宣傳處，

得進步。說到運動，本國宣傳員下手，有貴於本國運動，但他們的運動，應當已與本國運動的有了。不過本國運動，應當與本國運動的有了。本國運動的有了，本國運動的有了。本國運動的有了。

由此可知，可知一國宣傳的中樞機構，必須統一且純。否則於成事後，必會一事無成。而最重者，則為中樞宣傳的主持人，不僅要在政策進行中，獲得地位。且必須使政策與本國運動之一份子。而政策之決定，必須根據本國運動之動向。宣傳主持者，又必須具有本國運動之地位。宣傳在形式上不必倚中央政府之一言一動，但宣傳必須有中央政府之一言一動之勢力。國家一切機關，無論與宣傳有關係否，凡有宣傳之關係，不可不負責任。自主自行，必須經過中樞宣傳機關的審核，方可進行。至於宣傳的方針，亦應與本國運動一致，宣傳的步驟，也方能齊一。

至於基層組織，無論在國內或國外，必須要普遍嚴密。對於國內而言，必須有統一的系統，而基層有精性的宣傳網。每一宣傳細胞，必須有一相當國家的地位，使宣傳

能充分活動，而促進宣傳網的靈活。其在地域方面，必須按照地方行政制度與自治組織的系統，適當配合組織，務使其能達到全國窮鄉僻壤的每個角落。其在職域方面，必須打入一切生活集團中。如各種工場，各種職業團體，各種農村集會等等，都要有相當宣傳細胞的布置與活動。由此縱橫兩方面組織的結合，宣傳的組織形式上始可完成。但是最重要的，還是這些組織必須是有機性的結合，而不是物理的羅列，必須在運用時，有靈通之作用，有之使指，而有牽一髮而動全身之靈敏作用。宣傳組織的重要在此，組織的精神也在此。

其在國外的組織，當然以能普及深入駐在國的地域與國民為最高理想，但各國的習慣及其國情不同，未可一概而論。而本國之人力財力，也當能限制此種理想而未能充分實現。但有一點必須澈底實行者，就是在外外的各種機構，其一切宣傳活動與宣傳材料，既不可自行其是，也不能僅憑其上級主管機關之命令，必須嚴格接受中樞宣傳機關之指示。同時各種機關相互之間，亦必須採取密切的聯繫與齊一的步調。若不如此，必

致破壞整個的對外宣傳。這是由於世界各國過去失敗經驗的教訓。

與組織有連帶關係的，便是宣傳動員的問題。宣傳是國家的活潑，其包含的內容，涉及於各種專門學術。所以宣傳工作，必須集中全國的各種專門人材，尤其在中樞宣傳機關中，尤屬必要。試看歐美的宣傳機關中，其所網羅的人才，可說是無所不包，如新聞專家，作家，廣播專家，編劇家，導演，畫家，音樂家，心理學家，宣傳分析家，律師，外交家，甚至於書法家，方言學家等等，無不應有盡有。至於基層工作人員，也異常注意，他們不僅在量的方面，力求擴充，在質的方面，也設法講求。例如從前美國的四分鐘講演員，其人員的遴選，就非常嚴格，不願使其濫竽充數。返觀我國，不但專家的動員，未能澈底做到，就是基層工作人員，質的方面，既不暇講求，即其在量的方面，也還未能擴充到需要的水準。過去宣傳之所以未能獲得顯著成績，這也是一個大原因。

(四) 今後的改進

我們今日要祛除過去的弊病，為宣傳開一新路。對於左列各項，必須予以改善。

(一) 宣傳之總則：宣傳之總則，應以左列之原則為基礎，為宣傳工作人員所守則。

1. 宣傳之內容，應以事實為根據，不可虛頭假尾，今日熱心奮鬥，明日便成冷眼旁觀者。宣傳之內容，應以切實為標準，不可浮泛敷衍，今日熱心奮鬥，明日便成冷眼旁觀者。宣傳之內容，應以切實為標準，不可浮泛敷衍，今日熱心奮鬥，明日便成冷眼旁觀者。宣傳之內容，應以切實為標準，不可浮泛敷衍，今日熱心奮鬥，明日便成冷眼旁觀者。

這一段話，對於宣傳工作人員的主觀要件，說得非常切透澈，我們應當嚴防勿忘。而以「恆心」與「熱心」，為改善主觀方面的必要條件，這是一個最基本的要件。此點如不能做到，則一切工作，只是浮泛敷衍，決不能獲得效果。

(二) 宣傳之方法：宣傳之方法，應根據宣傳的對象，及宣傳的場所，而採取不同的方法。宣傳之方法，應根據宣傳的對象，及宣傳的場所，而採取不同的方法。宣傳之方法，應根據宣傳的對象，及宣傳的場所，而採取不同的方法。宣傳之方法，應根據宣傳的對象，及宣傳的場所，而採取不同的方法。

與深入的效果。務須造成一種風氣，建立一種輿論。實為今後宣傳工作中的一大工作。

(三)今後在宣傳工作中，亦應適用三聯制的精神，而將設計，執行，考核三步驟，切實注意。設計必須周密，關於對象的研究，方法的決定，工作人員的佈置，必須予以精詳的考慮，然後方可開始實行。執行必須徹底，對於既定計劃，是否一一可以實現，工作人員是照既定方法，忠實履行，在工作展開中，必須隨時督促改進，以求徹底。最後者務必切實。所謂考核，不僅是工作人員的考核，而是宣傳效果的考察。執行既畢，即應多方考察，對於工作對象究竟如何，接受者的影響，是否良好，所定計劃，是否適合，其方法，是否恰當，優點如何，缺點何在。均須從各方面詳細調查，其實情，以為參考。此種考察工作，對於考察一點，多事忽略，以致工作無法改進，效果無由增加。故今後務必注意。

(四)目前宣傳工作，目前設備不全，財力不充，的確是宣傳工作的最大困難。例

如交通運輸不便，宣傳書報，無由傳遞，印刷工作不備，宣傳工具，無法生產，收音設備不周，廣播不能充分發揮其偉效，財力不充，一切費用無從籌措。凡此種種，都是不易解決的難題。這是爲目前物質環境所限，而無可如何的。但是宣傳工作不能因此而停滯，必須另謀推進的辦法。所以我們現在惟有遵奉 總理「雙手萬能」的遺訓，以「赤手空拳打天下」的決心，儘量運用人力，以謀補救。如用口口相傳的方法，以補廣播之不足，利用宣傳網的宣傳細胞以及其他人力獸力水力，遞相傳送，以補交通之不足等項，亟應以切實的考慮。

(五)宣傳必須佐以行動。宣傳要取得信仰，必須先獲得宣傳對象的感誠愛戴。換句話說，就是要樹立自己的「聲勢」。所以宣傳工作人員，除言語文字及宣傳技術外，還須佐以行動。儘自己的力量，代民衆服務；代民衆解決日常的困難。例如排難解紛，代寫書信等類的事項，都可以使民衆親近而得其信仰。試看基督教宣傳雜誌，必附設醫院，教士多爲醫師，便是這種原則的應用。

(六)應儘量發動黨員。黨員是人力中的主幹，是宣傳細胞的中堅。因為黨的任务以領導民衆協助政府實現國策爲目標。而其範圍則就領導，扶助，宣傳，推進等項，同時並重。所以宣傳實爲黨員的基本義務之一。黨員如不盡力於黨的宣傳，便可說不是黨員。所以今後各地黨部必須設法儘量發動黨員，對於黨員的宣傳工作，應嚴予考核，明定獎懲。

(七)今後對於宣傳方法，須切實研究，不可再用過去刻板的形式，僅以發綱要，宣言，傳單，貼標語爲能事。必須審度環境對象，隨時變化，以適應宣傳要件中的「變」的條件。

以上各點，說出來，原是人人熟知的道理。但是實際行起來，却沒有一個能澈底。苟能力行，總比不行的好。所以所說的雖是平凡的道理，而所關的却是宣傳成敗的關鍵。

(完)

宣傳之費

三六

道 之 傳 宣

每冊實價幣八元八角
(外埠酌加運費匯費)

版權所有

中華民國三十三年七月月初版

著 者 陳 天 蘭

印 行 者 國 民 圖 書 出 版 社

社址：重慶江北香國寺
任家花園廿六號

發 行 者 國 民 圖 書 出 版 社

社址：重慶江北香國寺
任家花園廿六號

總發行所：重慶保安路
一百七十號

重慶市圖書雜誌審查委員會安圖字第六八六號

962

8.20