

綜 合 宣 傳 學

王 一 之 著

綜 合 宣 傳 學

每冊定價三百五十六元
(外埠加運費)

版權所有

中華民國三十三年三月初版

編著者 王 一 之

印行者 國民圖書出版社

發行者 國民圖書出版社

社址：重慶江北相國寺
任家花園廿六號

總發行所：重慶保安路
一百七十號

自序

宣傳之重要，已爲世人所熟知；但宣傳之學術研究，則以知者不言，言者不詳，致尙少綜合巨作。作者不敏，思有以稍補此種缺憾，爰擴充宣傳研究者與羣衆心理學家之理論探討，搜集兩次大戰中之宣傳資料，參証宣傳工作者之實際經驗，校正宣傳技術上之皮相論斷，綜合理論、經驗、現實、技術、四大部門著爲本書，冀爲斯學啓一門徑；明知其離學術本身之途徑尙遠，但或距現代智識水準之過濶猶近，故不憚賸陳，逕以其在復旦大學新聞系之初步講稿略加整理，並得中央宣傳部之贊助，公諸同好。倘能爲抗建大業運來一磚一瓦，以求研究能實現於應用，理論能裨益於行動，光大 國父以宣傳爲「勸誘感化」之遺教，闡揚 總裁以「宣傳重於作戰」之訓示，則不特作者一人之私志也。尙待當代名家不吝指正，後來學者相與切磋。深望書得達漢譯哥玉之功效，快何是書之成。康王亢先生指示校正，樂寒撰先生鼎力贊助，程滄波、黃步谷、金

綜合宣傳學 自序

長祐、余天民、姜季辛諸先生多方協助。感荷賢勞，併此誌謝。

三十二年國父誕辰壬子之序於國際問題研究所。

綜合宣傳學

國立復旦大學
宣傳學教授 王一之 著

第一編 理論之部

——宣傳學

第一章 宣傳學的研究法	一
第一節 宣傳的研究能否成爲科學	一
第二節 宣傳學的科學研究法	三
第三節 研究宣傳學的目的	六
第四節 研究宣傳學的門徑	九
第二章 宣傳的意義	一二

新 倫 理 學 綱 要

第一節 字義的由來.....	一〇二
第二節 定義的證法.....	一〇五
第三節 道德或化說.....	一〇八
第四節 長壽或清說.....	一一六
第五節 不求真理說.....	一二三
第六節 社會現象說.....	一二五
第七節 公民點點說.....	一二七
第八節 攻心武器說.....	一三〇
——言科學——	
第三章 宣傳的評價.....	一三八
第一節 宣傳至上論.....	一三八
第二節 宣傳受限制.....	一四一
宣科學義對.....	一四三
國立建日大舉.....	一四四

第三章 宣傳工具與方法……………一五九

第四章 宣傳與藝術……………一五三

第五章 宣傳工具……………一二四

第六章 宣傳與藝術……………一六〇

第七章 宣傳與藝術……………一六〇

第八章 宣傳與藝術……………一六五

第九章 宣傳與藝術……………一七〇

第十章 宣傳與藝術……………一七五

第十一章 宣傳與藝術……………一八〇

第十二章 宣傳與藝術……………一八五

第十三章 宣傳與藝術……………一九〇

第十四章 宣傳與藝術……………一九五

第十五章 宣傳與藝術……………二〇〇

第三節 心理戰·····八九

第四節 神經戰·····九三

第五節 紙彈戰·····九八

第六節 廣播戰·····一〇二

第七節 銀幕戰·····一一〇

第六章 宣傳的必要條件·····一一七

第一節 宣傳機構·····一二七

第二節 宣傳人員·····一二〇

第三節 宣傳工具·····一二四

第四節 宣傳方針·····一二七

第五節 宣傳技術·····一三〇

第二編 經驗之部

——第一次世界大戰中的宣傳戰

第一章 宣傳機關的組織……………一三六

第一節 組織的原則……………一三六

第二節 組織的方式……………一三八

第三節 各國組織的實際情形……………一四〇

第四節 美國宣傳機關的內部組織……………一四五

第二章 宣傳人員的選擇……………一五六

第一節 宣傳工作的主持人員……………一五六

第二節 派赴國外的宣傳人員……………一五九

聯合宣傳學 目錄

一

第三節 關於宣傳人與宣傳機關……………一五六

第三章 國內宣傳……………一五六

第一節 宣傳機關……………一五六

第四節 宣傳本報的職責……………一五六

第五節 揭發敵人的罪狀……………一五六

第六節 聲言本國的必勝信念……………一五六

第四章 對盟國宣傳……………一五六

第一節 為共同盟國宣傳……………一五六

第二節 為本國利益而在盟國大報刊印宣傳……………一九九

第五章 對中立國宣傳……………二〇五

第二節	直線的宣傳	二二五
第二節	間接的宣傳	二二六
第三節	最後防衛的宣傳	二二四
第四節	各國宣傳方法的比較	二二九
第六章	對敵宣傳	二三六
第一節	對敵國軍民的宣傳	二三七
第二節	對敵國軍民的宣傳	二三七
第三節	離間敵國政府與人民	二四三
第四節	分化敵國的少數民族	二五七
第五節	對敵散放宣傳品的方法	二六一

第二編 現實之部

——第二次世界大戰中的宣傳戰

第一章 德國的宣傳攻勢……………二六九

第一節 納粹宣傳的一般特點……………二六九

第二節 德國宣傳機構的巡視……………二七九

第三節 戰爭前夕的宣傳狂潮……………二九〇

第四節 泛濫世界的宣傳洪流……………二九七

第五節 戰爭爆發後的宣傳要點……………三〇三

第六節 對英國的廣播戰略……………三〇九

第七節 對法國的神經突擊……………三一五

第八節 對美國的宣傳攻勢……………三一九

第二章 英國的宣傳努力……………三三一

第一節 宣傳條件與宣傳策劃……………三三一

第二節 宣傳機構與檢查制度……………三三九

第三節 廣大戰場上的宣傳反攻……………三四五

第四節 戰爭責任與戰爭目的的宣傳……………三五九

第五節 對德國的廣播搏鬥……………三五九

第六節 美國同情的爭取……………三六三

第三章 法國宣傳的失敗……………三七五

第一節 法國宣傳失敗的原因……………三七五

綜合宣傳學 目錄

一

第二節 檢査制度代替宣傳組織……………三八〇

第三節 法國版的戰爭起點……………三八四

第四節 對美國的宣傳活動……………三八七

第四章 意大利宣傳的沒落……………三九五

第一節 法西斯的宣傳策略與成效……………三九五

第二節 宣傳機構與言論統制……………三九九

第三節 國際宣傳上的沒落……………四〇二

第五章 日本的侵略宣傳……………四〇九

第一節 日本宣傳策略的拙劣……………四〇九

第二節 宣傳機構與工具的運用……………四一五

第三章 蘇聯民衆的宣傳——蘇聯的宣傳……………四二四

第四章 擾亂中國的宣傳……………四二八

第五章 激發世界的宣傳……………四三三

第六章 歐洲淪陷區人民的宣傳搏鬥……………四四三

第一節 納粹對佔領區人民的宣傳壓迫……………四四一

第二節 淪陷區人民的反抗宣傳……………四四七

第四編 技術之部……………四三三

一 宣傳術……………四三〇

第一章 宣傳作用的心理基礎……………四六五

第一節	宣傳作用的心理過程	四五九
第二節	羣衆心理的表現象	四六五
第三節	羣衆心理的諸特徵	四七〇
第四節	羣衆心理的解說	四七三
第二章	宣傳實施的羣衆對象	四八六
第一節	羣衆的涵義	四八六
第二節	羣衆的意識與行動	四八九
第三節	羣衆的動力	四九三
第四節	公眾意見的形成	四九九
第五節	羣衆條件與宣傳效果	五〇五
第三章	宣傳技術的一般法則	五一二

第一節	基本的方法	五二二
第二節	特殊的技巧	五一九
第四章	宣傳運用的三個因素	五三四
第一節	事實因素的運用	五三四
第二節	時間因素的運用	五四〇
第三節	心理因素的運用	五四三
第五章	宣傳方式的五類姿態	五四九
第一節	直接宣傳與間接宣傳	五四九
第二節	攻勢宣傳與守勢宣傳	五五四
第三節	動態宣傳與靜態宣傳	五五九