

宣傳藝術 羣衆運動



1932

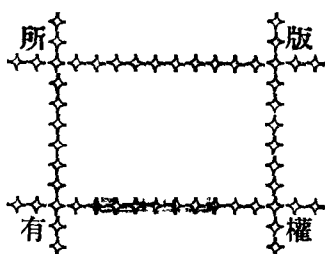
徐 怡 著
中華書局出版

民國二十年十二月印刷
民國二十年十二月發行

宣傳術與羣衆運動(全一冊)

定價銀伍角

(外埠另加郵匯費)



著者 徐 怡

發行者 中華書局

印刷者 中華書局

印刷所 上海靜安寺路一四八六號 中華書局

總發行所 上海棋盤街 中華書局

分發行所 中華書局

北平 天津 張家口 石家莊 保定
濟南 青島 太原 開封 鄭州 西安 蘭州
成都 重慶 長沙 常德 衡州 漢口 南昌
九江 安慶 蕪湖 南京 杭州 溫州
福州 廈門 廣州 汕頭 潮州 梧州 雲南
遼寧 吉林 長春 哈爾濱 香港 新加坡

(六四五八)

序

宣傳在我看來，是人生中最早而最頻繁的活動；無論何人，只要他有一種主張，便不能不宣傳：教師傳教是宣傳，學者講學是宣傳，藝術家開展覽會是宣傳，商人登廣告也是宣傳。換言之：凡有所主張而用語言或文字或藝術品發表之以冀引起他人之同情者，均可謂之爲宣傳，其範圍固不僅以政治工作人員之宣傳爲限。

宣傳的事實何以如此普遍？是因爲人類是羣性的動物，自初生以至老耄，均不能離羣索居；人與人之間，便不能不有交往，也便不能不利用語言文字及藝術品等等，以爲傳達思想的工具；而人羣的幸福，社會的安寧，也就建築在這羣思想相互瞭解之上，所以爲人羣生活的進步計，一切人均當本其所信而努力宣傳。

或以爲人人本其所信而努力宣傳，不會因所信之不同而發生衝突嗎？

我以人生原來是隔膜的、衝突的。惟其是隔膜的、衝突的，才有宣傳之必要；否則你和我的思想一樣，你固不必向我宣傳，倘若你之了解我，或我之了解你，也如我們自己之了解自己，我們又何必互相表白？我們要互相宣傳，就是要將各人所信的真理儘量表白出來，以博對方的同情，以求減少乃至消滅隔膜與衝突。個人如此，團體亦如此。所以現代社會之一切團體，均努力於宣傳，而尤以政治團體爲最。——是蓋由於政治行動與人民生活上直接的關係極大，不得不力求民衆之同情與贊助！

宣傳的事實，雖是「自古已然」；宣傳方法之研究，爲時並不甚久：初因宗教上之需要有教士研究傳教方法，次則代議政治產生，政團因選舉上之需要，研究向選民宣傳政策之方法；至於對民衆爲普遍的宣傳，且以專人司其責者，乃近來政黨上之發見。我國因中央有宣傳部，各地方起而效之。近年來每一種重大問題發生，不問其範圍是屬於外交的、內政的、

地方的、學校的，若有所活動，其組織中必有所謂宣傳組，有專人司其事。然而宣傳的目的何在？宣傳之方法如何？被宣傳之羣衆，其心理如何，應如何領導控制？恐更少有人爲精密之研究。本書作者固然不曾從事於政治的宣傳，但鑒於一般青年之不明羣衆心理、不明宣傳要點，以致發生許多無謂的糾紛，心實有所不安，因本其二十年來從事廣義宣傳各方面之經驗，寫成此冊，希望於一般青年從事羣衆運動及政治黨務工作人員之從事宣傳者有所裨益。

本書內容約分爲三大部分：前三章論宣傳術與羣衆心理之關係，可稱爲應用的羣衆心理學，第四至第七之四章論發表技能及其原理，可稱爲文藝概論，最末一章論宣傳者之修養，可稱爲修養要義。故本書雖以灌輸一般青年及初級政治黨務人員的從事羣衆運動與發表技能的基本知識爲目的，但於人生常識之增進或更有裨益：因爲處此國家多故社會擾攘的過渡時

代，所謂宣傳已成常課，則被宣傳亦是常課。倘若一般民衆都具有一些關於宣傳的常識，一旦出而任宣傳職務，固可以之應用以增進宣傳之效率，即爲被宣傳者，亦可不受不合理的宣傳之蒙蔽；果此書而能減少一分社會擾攘，增進一分國家力量，豈獨是作者之福，抑亦民族之幸——至於分部用爲心理學與青年修養之參考或用爲文學藝術之入門教本，以增進各該學科之基本知識，猶其餘事！

本書取材以實用爲主：凡敘述理論之處均以實例爲證，而尤注意於第四至第七章之例證。惟因篇幅之限制，理論只求簡要，例證只求應用。掛漏在所不免，惟望讀者有以教之！

作者一九三一，一二。

宣傳術與羣衆運動

目錄

序

第一章 何謂宣傳術	一
-----------	---

宣傳 宣傳術與各科學 宣傳術之定義	
-------------------	--

第二章 宣傳術之根本原則	一三
--------------	----

積極的原則 要發現需要 要集中對象 要事實左證 要喚起同情	
-------------------------------	--

消極的原則 不造謠 不揭個人陰私 不無的放矢 不用晦語	
-----------------------------	--

第三章 宣傳術與羣衆心理及羣衆運動	三一
-------------------	----

羣衆與個人及團體之差別 羣衆心理之特徵 一、模仿 二、暗示	
-------------------------------	--

三、同情 四、權力之感 羣衆之控制 一、調查羣衆意識 二、	
-------------------------------	--

審量羣衆要求 三、組織領導團體 團體之特徵 一、繼續性 二、團體的自我意識 三、團體個性的保持 四、嚴密組織 五、理智的超越 六、道德的超越 七、感情的超越 羣衆運動之利弊

第四章 宣傳方法——總綱……………五五

方法之分類 一、語言宣傳 二、文字宣傳 三、藝術宣傳 宣傳方法之一般要點 一、標題 二、構意 三、布局 四、發表格式

第五章 語言宣傳……………六九

語言宣傳之一般要點 一、姿態 二、語調 三、預製綱要 四、文字紀載 講演 一、認定聽衆之共同經驗 二、條理清晰 三、詞簡意賅 談話

第六章 文字宣傳……………八一

文字宣傳之一般要點 一、體裁 二、修詞 標語 佈告 宣言

通電 新聞 論說 小品文

第七章 藝術宣傳…………… 一一一

藝術宣傳之一般要點 小說 詩詞 戲劇 音樂 圖片

第八章 結論——宣傳者應具之資格…………… 一二七

信仰堅定 人格高尚 常識充足 思慮周密 富發表力 富應付力

堅毅耐苦 力求進步

宣傳術與羣衆運動

第一章 何謂宣傳術

宣 傳

宣傳兩字是近時最流行的名詞：各種報紙雜誌中固然常見得着此兩字，就是日常的言談中也常聽得着此兩字：其內含之意義如何，似乎不要再述；然而世界上的事情愈是習見的愈易受人誤解，故本書首述宣傳之意義。

宣傳兩字在英文爲 Propaganda，意爲盛飾其詞而散播於外。以中國的字義言：宣爲發布，傳爲廣播，即將自己的意見發布出來廣播於人使之瞭解而期其同情。從廣義講，凡人與人有所接觸而將各人之意見用語言或文字互爲告白者均可謂之宣傳；從狹義言，惟將自己所深信之主張，爲系統的計劃，以最經濟的方法發表之，冀博得他人之同情，以實現其理想之目的。

的者始得謂之宣傳。二者之區別即在有意與無意，有計劃與無計劃，有目的與無目的，有最經濟的方法與無最經濟的方法。本書所論者專爲狹義的宣傳。

宣傳術

宣傳是人的天性，廣義的宣傳是人人經驗中所有而且是自己承認的，不必贅述，狹義的宣傳亦人生常有之事，不過一般人不知細察而不自知耳。譬如集若干人共同討論一問題而鄭重表示意見，或登壇演說，或在報紙雜誌發表文章，或用圖畫詩歌表示感情，無不以發表個人的主張以引起他人之同情爲目的；當其未發表以前，亦未嘗無預定的計劃、明確的目標，當發表時，也有一定的步驟、經濟的手段。所以在各人的日常生活中都可尋出宣傳的實例來。

宣傳既是人人日常生活中所常有的事，似乎誰也懂得宣傳術，用不着再來研究。其實不然：鄉間農夫對於種植的技能與動植物的知識，也許有

時比農學家、生物學者還高，然而我們決不因農夫已有這些技能與知識而不去研究農業科學，亦不能稱農人們爲農業科學家。原因是由於他們的技能與知識是片段的、無系統的、無組織的，雖然能應付臨時問題，但不能應用普遍的原則應付新問題，尤不能從具體的事象抽繹原則以爲應付新問題之張本。所以我們稱這種知識爲常識，以與有系統、有組織的科學或科學的技藝相對待。換言之：科學是將散漫無系統之常識歸納爲有組織有系統的原理原則，以爲應付各種問題之普遍的工具；科學的技藝是應用科學的原理原則以爲應付同類問題之特殊的手段；宣傳術即欲根據科學，將日常生活中之宣傳常識，整理而組織之，使之成爲一種實用的技藝。換言之：宣傳術之目的在運用科學方法以增進宣傳之效率。

宣傳術與
各科學

宣傳術之目的，在應用科學的方法，以增進宣傳的效率；故宣傳者，對於與宣傳術關係之科學，不可不有相當的研

究。各種科學之與宣傳有關者有下列的十二種。

心理學 心理學是研究人類精神活動的一種科學，本爲人生所不可缺的知識，不過在研究宣傳術時更爲重要；因爲宣傳之目的在發表自己的主張以引起他人的同情，他人之同情怎樣才能引起，則不得不研究他人的心理；倘使他人對於其事正懷厭惡之感，而宣傳者強以爲是，則人將疑其有意阿附而發生反感；倘使他人對於其事極以爲然，宣傳者強以爲非，則人疑其挾私而更有反感：如此則宣傳無效。又如受宣傳者爲不識字之農工，而與之咬文嚼字講什麼聖賢之微言大義，聽者未有不掉頭他去的；若向高等智識階級說粗俗之俚語，其所得之結果亦將如此。故欲使宣傳收效，首先當明白他人的心理：此心理學爲宣傳術的第一種基本科學。

羣衆心理學 心理學雖係研究人類精神活動之科學，但其研究之對象爲個別的；而人類之精神作用，羣衆之心理狀態絕不等於各個人心理狀態

相加之和：有若干事情，平時爲個人所絕對不能做者，在羣衆活動中可以做得出。實言之：個人的動作常爲理智與感情二者所支配，而羣衆的動作則常爲感情所支配。各種宣傳以個人爲對象者少，以羣衆爲對象者多，欲得團體之同情，非明羣衆心理活動之理法不可：故羣衆心理爲宣傳術的第二種基本科學。

社會學 羣衆爲散漫的個人之集合體，其活動爲一時的現象，社會則爲有組織的永久團體，其活動有一定之規律；社會學即研究社會組織之起源、發達、進化之科學。宣傳者須深入各種社會之中爲實際的活動，宣傳始有普遍的效力。欲深入各社會之中，則對於各種社會之組織情形、與生活習慣，不可不預先研究：如農業社會與工商業社會生活上之差異，山野國家與平原國家及海洋國家民族性之差異，以及各地之人情風俗等等，均可由社會學原理以探討之、尋求之、制馭之。故社會學爲宣傳術的第三種

基本科學。

政治學 政治學者常說人類爲政治的動物，其言雖未免過誇，然而政治活動確爲人類生活之重要特質。而且在實際上，宣傳工作以政治的爲最多而最要；因爲政治在學理上雖爲一種理論，但以發生實際行動爲主要目的，非如哲學之以理論的圓滿爲主體；而且政治的實際行動爲強制的；若某政黨握得政權，必強迫人民信從其政綱，否則以權力制裁之。可是以力服人終不若以德服人之收效，故欲人民服從某種政治上之主張，最要的是務是使大衆瞭解此主張，故宣傳在政治上最爲重要。不過宣傳政治上的主張，必以針對當時政治上之情形爲本，因而對於政治學上的各種基本原理不可不先瞭解：此政治學爲宣傳術的第四種基本科學。

經濟學 一國政治之變動，與其社會上之經濟組織有至大的關係，工業未革命以前，絕無所謂科學的社會主義，現在工商業發達之國家，亦不

能有封建的社會制度，即其明徵：經濟學是論資本生產分配消費等之原則的，而政治上的宣傳必以經濟問題為背景：因為此問題與人生之利害關係最切，最能使人注意：倘使運用經濟上之原則，參透社會經濟制度之缺點與其補救之方法，則最足以引起羣衆之同情。研究社會問題者無不特別注意於經濟學，不獨宣傳術為然。故經濟學為宣傳術的第五種基本科學。

社會問題 社會問題本為社會學中的一支，係以社會學之原則為根據而專論當時社會上特殊問題之科學。現代社會上最重要而最普遍的問題，要推勞動與婦女兩項。此兩問題之產生非一日，不過到現代而更烈。研究者以調查與統計為入手之工具，以社會政策或社會主義為解決之途徑。現代國家中之政治問題無不與此二者有聯帶的關係，政見之宣傳亦多以勞動階級為主要的對象，所以從事宣傳者對於社會問題非有徹底的研究與解決的設計不可。故社會問題為宣傳術之第六種基本科學。

論理學 以上六種科學爲宣傳術的內容之所自出，蓋宣傳的材料雖可以隨地採擇，而材料的支配，則非應用上述各種科學的原則不可。可是只有內容而不以良好的形式表出之，則仍不能收效。此節以下之各種科學均爲宣傳術形式上所當注意的，其重要與前六者相等。

論理學在昔常被視爲研究思考形式的學問，自實驗論理學發達而後，於思考之形式而外，並及思考之內容。此學之最大長處，即在予思考者以軌範，使其言論合理而不自相矛盾。無論何種科學，其表出之形式均須合於論理學之法則。宣傳學之功用在用有效的方法以引起他人之同情，其所發表之言論文章，更須力求合於論理之規則，以免他人懷疑反駁。故論理學爲宣傳術第七種基本科學。

修辭學 修辭學係研究言詞之效率的科學；有若干思想，其內容本佳，只以發表之語言不適當，遂致不能得適當之效果，甚至發生反感。宣傳