

梁士純著

實用宣傳學

商務印書館發行

梁士純著

實用宣傳學

商務印書館發行

中華民國二十五年一月初版
中華民國二十五年十月本館再版

其價

4.50

朱

(08732)

實用宣傳學一冊

每冊實價國幣陸角

外埠酌加運費匯費

著者 梁士純

發行人 王雲五

印刷所 商務印書館

發行所 商務印書館

上海及各埠

(本書校對者徐鼎鎔)

版權所有
翻印必究

序

在此人事日繁，組織日益複雜的現代社會中，許多重要的團體，如果不把它的宗旨，目標，和事工，傳布於公衆，它的價值和效用，就不能爲社會所認識。因爲現在任何種事業，都在競爭輿論上的地位，所以即使是一種極高尚的運動，也得隨時尋找機會，並應用近代的技術，去喚起社會羣衆的注意。有好多有益於社會的事業，始終不受羣衆的注意，祇因爲主持的人不知應用宣傳方法的緣故。

報章和雜誌，原爲傳達消息的機關，但是它不能將社會上種種有價值的事業，一一加以調查而宣揚之。所以各種社會事業，不能不需要一種工作，把它的一切消息由報紙及其他媒介傳達於公衆。宣傳學就是應付這個需要的。

宣傳這名詞，近來頗被人所濫用，以致在一部分人的觀念中，它好像含有不純潔的意義。上面已經說過，宣傳的真義，是要把一個團體或一種事業的宗旨，目標，方針，事工等等，藉種種公告方法，

以傳布於社會；換言之，就是教育羣衆。再者，社會上許多公益事業，都要靠公衆的物質上和精神上的贊助，來輔成它的持續和發展，對於這樣一種事業，宣傳是引起公衆的注意和贊助的必要工具。本書的名稱即包含這兩種意義。

這本書是作者在充任新聞記者和在社會機關擔任宣傳工作的數年中，研究考察和實際經驗的結果。它的大部分資料，是作者的演講稿。因為中國作家的資料之缺乏，所以不得不採取美國作家的作品來做參攷。因此，書中所用的例證，多少含有美國的背景。但是作者在可能範圍內，仍擇其合於吾國情形者採用之。至其所引舉的原理和方法，則為各國所普通適用。而且在應用宣傳學上，美國的經驗也比別國更為進步。

本書的目的是要幫助那些實際擔任宣傳工作的人，而於那些對宣傳學素無門徑的人，也可作為初步的研究。它對於社會服務家，學校行政人員，商會執事，教會辦事員，以及一般商業人員，都有相當的貢獻；至對於那些研究政治學，社會學，和社會心理學者，以及大學新聞學系的學生和新聞記者，也有可資參考之處。

目次

導言

宣傳與新聞——宣傳與廣告——廣義的宣傳——宣傳的功能

第一編 宣傳工作的進行步驟

第一章 引論

第二章 引起注意

利用時機——深刻——對照——新穎或奇特——利用習見的事物——淺顯易解

第三章 保持興趣

造成清晰的印象——使理論實際化——使用頓挫法——雋妙或幽默——個人的接觸——變換方式

第四章 激起反應……………一九

恐懼心——愉快的感覺——愛美心——利益觀念——尚公精神——責任觀念

——尊重習尚——摹仿他人——慈幼心

第五章 聯絡友誼……………二五

使人認識——得人信任——引起好感——消除誤會

第二編 宣傳的媒介……………三一

第一章 引論……………三一

第二章 報章投稿……………三二

新聞紙的本身——新聞的形格——新聞的定義——新聞體裁——照片的價值

——廣告

第三章 投稿的方法……………三九

新聞稿的撰寫——寄稿的時間——對於報館需要的認識——報館的組織

第四章 書函.....四二

計劃——內容——形式

第五章 印刷品.....四五

傳單——小柬——卡片——摺本——信箋——小冊——特殊的印刷品

第六章 印刷的設計.....四八

篇幅的佈置——封面的設計——排印的方術——印刷上的注重法

第七章 演說.....五三

演說的藝術——演說的開場——演說的内容——演說的結語——用圖表的演

講——無線電播音演講

第八章 會議.....六七

會議的佈置和舉行——現成的聽衆——召集自己的聽衆——會前的宣傳——

發請柬——會議的本身

第九章 表演.....七六

演劇——遊藝會——遊行——比賽

第十章 展覽.....八二

展覽會之間的競爭——民衆對於展覽會的注意點——展覽品解釋的重要——
發揚展覽會的宗旨——分發印刷品——展覽會的佈置——怎樣增加參觀的人
數——小規模的展覽會——對於展覽會的評價

第十一章 短期的運動.....九一

運動的要素——舉行運動的必要條件——用展覽會造成運動的空氣——日報
與運動——公衆的講演——運動的宣傳品——個人的訪問——目標的重要——
短期運動與宣傳

第十二章 運動的組織和管理.....一〇一

組織運動的原則——顧問委員——執行委員——運動的指導者——受薪職員
——各項義務員——人才與資源——對於參加運動者的指導——運動的日曆
與準備

第三編 分類宣傳…………… 一一一

第一章 商業機關的宣傳工作…………… 一一一

內部宣傳——對於公衆的關係——報紙上的宣傳——新聞事項——利用時事

——個人談話——反面的宣傳——有組織的宣傳

第二章 學校宣傳…………… 一一九

中小學校的宣傳——報紙上的教育新聞欄——校報——學校的定期刊物和年

刊——特殊的學校宣傳品——大學宣傳部——大學消息的重要

第三章 教會的宣傳工作…………… 一二九

教會的事務——教會與公衆——教會調查——教會印刷品

第四章 民衆團體的宣傳工作.....一三五

商會的宣傳——商會宣傳品的種類

第五章 社會事業的宣傳.....一三九

個人工作——團體工作——社會調查——宣傳是消息的一種來源——社會團

體的行政——會刊——宣傳價值的測驗——社會團體的宣傳程序

參考書.....一四九

實用宣傳學

導言

社會的組織愈複雜，團體愈衆多，其中一部分人的思想，行動，和其所要成就的事工，就愈難爲另一部分人所明瞭。有幾種事情，因其與大多數民衆有密切利害的關係，故有在日報上發表的價值；有幾種問題，因其有關社會全體的利益，故往往成爲雜誌的論文與演說家演說的資料。可是另有一些問題，其重要性雖不減少，然因比較的不甚明顯之故，往往得不到人們的注意；或因當事人沒有相當的宣傳，以致大衆對它無由發生明確的認識。另有一些事情，是被含有作用者故意地顛倒黑白，淆亂聽聞的，那更有加以更正的必要了。宣傳事業的功用，就在這些地方。

宣傳的目的，是在使羣衆對於一個人，一個團體，或一種主義得到明確的認識，因而養成一種

純正的，不受蒙蔽的，和合於大多數利益的輿論。喚起輿論並不是近代才有的事；不過宣傳的技術，在近代的世界中，卻愈見其重要，尤其是在中國。中國自政體變更，國家的治權漸漸由少數移到多數，政權漸漸由上層移到下層，更因人民的智識逐漸增高，交通逐時進步，社會上各種組織的體系日趨於近代化，……這些種種聯合地造成一種形勢，使公衆的輿論日漸成爲不可忽視的勢力了。許多的人事都要求輿論的注意，而引起輿論的注意，不能不運用特殊的技能。宣傳學就是研究這種技能的。所謂宣傳，就是要有一種消息或意見陳布於公衆之前，藉以左右他們的主張或行動的一種力量。

宣傳與新聞。宣傳是藉着各種公告物爲媒介，以傳達於一般羣衆的，而各項公告物中，最重要的當然是新聞紙了。關於宣傳與新聞紙的關係，將在以後數章中加以討論。這裏先將新聞與宣傳分別一下。

所謂新聞，是在被告知者的觀點上所認爲一種真實的，有興味的，與合於時間性的消息。所謂宣傳，是在宣傳者觀點上所認爲一種真實的，有興味的，和有時間性的（或沒有時間性

的)消息。

假如一種公告，從作公告者的眼光看來，是真實的，有興味的，和合於時間性的，這種公告就具有新聞的價值。從事宣傳工作者的職務，就是要把這種公告傳遞給新聞機關。

宣傳與廣告 宣傳與廣告，通常是混雜不清的，然其需要具備的條件與應用的技術，卻大有不同。大凡一個機關，需要刊布廣告而無充分的廣告費的，就不能不用宣傳。例如各種社會的宗教的和教育的機關，有可以公告的事實，而同時又能陳述得當，使公衆樂於聞悉，那就不必全用廣告。因爲不用廣告，既可以節省經費，而且用廣告也覺不甚適當。廣告固然可以偶一使用，但是一個團體的日常事工如果爲公衆所應知道的，則應當用宣傳方法來傳布。一位著名新聞學家在分別宣傳和廣告時說：「宣傳是一種不出錢的廣告」。這樣的分別，表面上看來似乎不錯。但若把它應用於一種有價值的和合法的宣傳品，那便是一種錯誤的概念。新聞機關的職務在於刊布新聞。擔任宣傳工作者的職務在於爲新聞機關供給新聞，而其條件是：假如所供給的材料不是新聞，那就不会被採用了。新聞機關的編輯者，對於一種貌似新聞而實則廣告的稿件，決不會把它當作新聞刊

布出來的，卻常會把它丟在字紙簍裏。但如果一個團體能使新聞編輯者確信這個團體的事工，是合於報紙讀者的興味，而其陳述方法又能與報館訪員所撰的消息相媲美，或就是訪員的報告所由來的資源，那末這種稿件就應當有被採用的價值，這樣，那有關係的團體或機關，對於刊布這消息的報館固覺可以感謝，而在報館方面，對於這消息的供給，也覺得可以感謝的，因為如果不是這樣，報館要得到這個消息，就非利用訪員的時間和精力不可了。所以，一個宣傳者一方面既是一個機關、團體，或個人的喉舌，一方面也是新聞機關的訪員。他應當瞭解一個事實，應知怎樣描寫這個事實，使它能夠編輯者所接受。

廣義的宣傳 從事宣傳工作者，在為其當事人或團體撰寫宣傳文字時，不僅要使這種宣傳文字得到刊布，其最大的任務還在於使這種宣傳能在公衆的輿論上發生有利的影響。假如所刊布的作品不是精密研究的結果，就不能取得宣傳的最大效能。因為要使宣傳有效能，須有事實作根據，而搜集事實的最要點，在於得到能使閱者作合理評判的資料，故對於事實非加以澈底的調查與研究不可。宣傳家對於一種事實，應當認清它的優點和弱點，應當知道怎樣能使公衆發生一

種好印象，怎樣會引起公衆的疑惑，怎樣能將謬誤處加以改正。所以，從事宣傳工作者不但是一個撰述家，也是一個調查家。在他着手撰寫之前，他必須對於所有的事實作詳細的審查和分析，然後他所寫成的宣傳品方能有事實作根據；方能明白曉暢，警策動人，使公衆得更清楚的瞭解。

宣傳的功能 因為報章和雜誌的編者以及一般演說家，對於社會上所有各種的事業或運動，未必都能一一注意，所以提倡這些事業或運動者，不得不從事於宣傳，以喚起輿論的贊助。譬如一個社會服務團體，慈善機關，宗教和教育團體，以及一種新發明或新思想，如果要得公衆的注意，必須進行有系統的宣傳程序，利用各種公告的媒介，以傳達於全社會。宣傳工作能使數十百萬的民衆瞭解一種難以瞭解的運動，能募集數千百萬的鉅額捐款以助成事業的進行，其效力是非常偉大的。吾國的宣傳事業，目前還在幼稚的時代，但在社會日趨於近代化的進程中，宣傳的事業將日見其重要，並能促成社會的進步，那是可以斷言的。

原书空白页