

國家形象之塑造——從傳播之觀點談國際宣傳

呂郁女

壹、國際宣傳的涵義

在羅馬帝國時代，宣傳一詞即是消息的傳播。著名的傳播學者拉斯威爾（Harold Lasswell）認為「宣傳就是操縱各種象徵物以影響人類行爲的一種技巧」。因此，就廣義而言，任何說服他人的企圖以便使對方接受某一觀點或採取某一行動便是宣傳。但就狹義而言，宣傳係專指政治集團間有系統的說服工作，企圖達到或防止某種政治上的改變，它是一種意謀或設計，傳播某種主義、制度或一套觀念，以吸引注意、轉變視聽、刺激行動、爭取同情及加強信心爲目的。

國際宣傳無非是將宣傳活動擴充到國外去，設法使他人瞭解自己，進而相信自己，以便在交往中作出對自己有利或友好的表現。隨著科技發達與國際間的往還十分密切，國與國間相互宣傳已日益受到重視。根據二十世紀以後的經驗顯示，宣傳在爭取人心或打擊敵方士氣都有相當顯著的效果。

貳、當前國際宣傳的方向和目標

平時我們購物時往往是以該項物品是否爲我們所認知、熟悉或採用爲主要考慮因素，因爲已

採用過的東西較易讓人產生信心，而這種經由認知到採用的過程大都是要靠廣告。物品需要廣告來拓展其銷路，人也需要透過各種關係、途徑來打知名度。相同的一個國家在國際社會中最重要的是確立自己的形象、立場，首先要讓其他國家知道有這個國家的存在；它是一個什麼樣的國家？以什麼著稱？有什麼特色？例如：在美國只要對中華民國有反應的人便會說：中華民國的採購團剛到過某某州，我們可以買到中華民國製的電視機、紡織品、玩具、鞋類……。對我國有更深一層瞭解的人，甚至可以講出：「中國的蔣介石元帥曾領導中國人對日抗戰，一九四九年中國大陸被共產黨竊據後，被迫退守臺灣，現在臺灣實行三民主義，政治民主，工商業發達……。」「那些曾經到過臺灣的人甚至還可以將臺灣的名勝古蹟、繁榮的街景、濃郁的人情味娓娓地向親友描述。

以此類推，如果國際社會中每個國家，每個組織及其成員都瞭解中華民國的實況，並支持它，那麼我們對於自己所作的「廣告」便十分成功了。不過由於在傳播的過程中所發出的訊號及閱聽大眾所收到的訊號之間有無數的關卡會阻撓消息的正確傳遞。這些關卡可能是訊號本身構成的障礙（如：語言的隔閡）；也可能是傳遞訊號的媒介所構成的障礙（如：機器發出的干擾）；也許是無數的守門人（Gate Keeper）（如：記者、編輯）將消息濃縮、剪輯、省略所構成的障礙；更可能是閱聽大眾作有選擇性的認知時忽略了該項消息或縱使得到該項消息卻作歪曲性的理解。上述總總關卡或因素均可能構成傳播的徒勞無功。

從前述的討論中，我們不難推斷，國際宣傳的複雜性。而目前我國的特殊狀況，更造成在國

際宣傳方面莫大的困擾。卅多年來中共不斷的製造各種假象混淆國際視聽（例如：它一直強調其乃唯一合法的中國政府），意圖在國際社會上孤立我們，在經濟上破壞我們、在政治上瓦解我們、在軍事上消滅我們。所以，目前我們作國際宣傳的方向和目標不只是使其他國家瞭解到我們在各方面的發展實況，爭取其他國家的支持及海外僑胞的向心力；另一方面更要促使其他國家真正瞭解到今日中共在大陸各方面的實況，要他們比較臺灣和大陸的發展狀況。唯有把握自己的方向及目標，我們的國際宣傳才能發揮最大的力量，在面對中共的挑戰時才不致於陷入被動的態勢。

參、發動總體國際宣傳的做法

在外交上有所謂總體外交，而在國際宣傳上我們亦應發動總體的國際宣傳，亦即只要是中華民國的國民，在從事對外活動時都能善於利用本身所具備的條件或傳播媒介來促進他人對中華民國的瞭解，進而支持中華民國。爲了要達到上述的目的，筆者認爲應將傳播媒介、人員及機構配合運用。

（一）運用傳播媒介：

國際宣傳所用的媒介也就是一般的大眾傳播媒介。在第一次世界大戰以前多用報紙、雜誌或宣傳性的小冊子，第一次大戰結束前，無線電廣播出現了；自那時起一直到第二次大戰結束之後，廣播成爲國際宣傳的主要媒介。而在第二次世界大戰結束以後，電影及電視開始進入國際宣傳的領域，使國際宣傳不但有聲音還具備了形象。自一九六〇年代許多學者研究之後，大眾傳播媒

介大致已被確定能夠協助一個國家的發展。在國際宣傳中更扮演不可或缺的角色。首先讓我們談談如何運用媒介：

一、提高發行海外各書刊雜誌之品質，擴大發行量及發行網，抱著服務重於營利的態度鼓勵訂閱。身在海外的留學生及僑胞對於國內一般狀況的瞭解多半是來自各方出版的刊物。因此，這些刊物的報導自然會影響到他們的基本態度。倘刊物之報導略有偏差，則勢將影響到海外留學生及僑胞的心理。由此觀之，負責這些刊物的人士必須充分瞭解海外僑情，工作時更應抱持著「如臨深淵、如履薄冰」的精神。

二、不斷充實、定期更新介紹我國政治、經濟、教育、文化、社會、藝術、娛樂等方面的宣傳小冊；並將這些成套的資料提供給來華訪問的外國賓客或對於我國發展情況有濃厚興趣的人。到我國來參觀或訪問者停留的時間相當短暫，驚鴻一瞥難有深刻的印象；即令有深刻的印象，也不易將這種印象傳播給其他人。就宣傳的眼光來看，這可是很大的損失。筆者以為若能提供文字或圖片方面的介紹與其所見相佐證，則所產生的效果卻是千萬倍，雖然在經費的支出方面會有所增長。試想一位觀光客在歸國之後，多半會向其親友介紹其旅行之見聞；由於有了文字或圖片的說明，他的談話材料不但更豐富而且更具說服力。若其為服務於傳播界者，則可運用這些參考資料寫作出很深入的報導。這樣不但可提高其在工作單位的權威性，而且也為我們爭取到更多的支持。若其為政府方面的工作人員或議員，則更可據以促其政府加強對我國的認識及各方面的交往。據悉新聞局在這方面投下了不少的人力及經費。然所謂「衆擎易舉、獨木難支」。這些宣傳的

工作還需要各部門配合（如：迅速提供最新的資料）。此外，筆者希望在技術方面要特別注意，避免使用情緒化的字眼、多用統計數表。

三、設立更堅強的廣播網，採用高電力之發射機，並增加更多外語的廣播。如果說觀光事業是沒有煙囪的工業，那麼廣播則是一種不用火藥的飛彈，其射程比之火藥更無遠弗屆。臺灣具有對世界最大人口集中區進行廣播的最佳戰略位置，自方位角四十五度逆轉至一百八十度，每一發射角均可延伸至地球的另一面，在中途電波構成的蛙式跳躍落足點均為人口密集地區。因此，只要語言選擇適當的話，一次發射的收聽帶可涵蓋半個地球。這點「地利」是應該加以利用的。

四、大量製作有意義的錄影帶及影片拷貝送至海外有關的僑團、同學會等。日前此地同學得機向北美事務協調委員會駐芝加哥辦事處洽借了一批錄影帶（包括十惡大審、雲門舞集、中華綜藝等），在學校中或同學聚會中放映了許多次。這些節目一致獲得同學們的歡迎，不僅是從臺灣來的同學看得津津有味，從大陸來的留學生也有不少前來觀賞。前此，類似「英烈千秋」、「笕橋英烈傳」、「黃埔軍魂」、「碧血黃花」及「皇天后土」等影片在海外亦普遍得到同胞的好評。因之，只要是優良的影片，應盡量多製作拷貝送到海外，不但可促進海外遊子的交誼，更可加強海外中國人的民族意識及國家觀念。就個人的經驗，海外的遊子可是十分珍惜每一次有國片可看的機會。

（二）人員及機構的運用

國家是全體國民之總和，人民為組成國家的要素，所謂「國者人之積也」。因此，當國家發

動一切的力量作國際宣傳時，人民便應該配合，亦即是合億萬人之心爲一個總體，積極對外，除了身體勵行外，更應善於利用上述的各種媒介來達到宣傳的目的。不僅如此，倘能爭取外來的力量幫我們作宣傳，那麼其說服力、影響力更勝於千百倍。目前我們如何運用人員與機構來拓展國際宣傳的工作呢？謹提出下列各點：

一、確立每一位國民自己的言行舉止便是宣傳的觀念：由於觀光護照的開放，增加了國人外出旅行的機會。如果每一位國民在言行舉止上彬彬有禮，遵守公共場所的秩序、不高聲喧嘩，尊重當地的禮俗，那麼每位國民本身便是最好的宣傳者。若能適時地介紹自己的國家，則又成爲國民外交的尖兵。

二、政府官員、學者、工商界人士的出國訪問宜設法配合當地新聞廣爲宣傳，引起外界的注意及興趣。類此訪問不僅可以增進國與國間的友誼和瞭解，也將對當地僑民發生鼓舞的作用。

三、邀請友邦政要、學者及新聞界人士來華訪問，並促請渠等在返國後能將我立場向各方面反應或爲我有利的報導。

四、派遣各類文化、藝術訪問團至友邦宣揚我文化、國粹，並宣慰僑胞。

五、定期在國內或到各友邦舉辦各種國產品展示會，並邀請外國廠商參加；或邀請外國廠商到國內舉辦產品展示會；或派代表參加外國的展覽會，以增加雙方交流活動，拓展我海外市場。

六、加強駐外單位新聞文化工作的服務，如將有關國內建設的宣傳資料及有意義的影片譯成當地的文字，定期提供給駐在地當局參考，俾加強其對我國之瞭解。駐外單位應主動聯繫當地留

學生或僑胞，寄贈上述資料，而非消極、被動的從事宣傳活動。

七、協助促進本國人民與外國人民之交往，透過民間組織、地方政府間的往來而達成增進兩國瞭解與友誼之目的。自從故美國總統艾森豪提倡 People-to-People Program 的活動之後，使得各種組織與組織間、城市與城市間之締盟活動日益增加，也確實使人民間的交往更加頻繁。惟此類交往最好也是透過一個負責協調的政府機構，方不致失之於濫或徒勞無功。

八、促進國內新聞機構與國外新聞機構直接交換新聞資料，增加彼此間的合作，甚至利用衛星轉播重要新聞資料或其他節目，使雙方交流的管道更加完善，並能使本國的情形迅速、確實地送達對方。

以上的幾點建議大都已由有關的各部門著手進行，惟在態度及實際工作上當力求更投入、更積極，俾使我國際宣傳工作能達事半功倍的效果。

肆、結語

新聞界的老前輩曾虛白先生嘗言：「科技高度發達使資訊的產生與輸送像物品一樣需要大量投資才能發生偉大的功效。其結果，在今日自由世界中，資訊分佈，也像物質一樣，有『貧國』與『富國』涇渭分明的差距。資訊流通需要的電訊器材包括電腦、通信衛星等價值昂貴的設備，祇有科技高度發展的國家才有能力置備；同時科技發展高，知識一般水準也跟著提高，在充實這些資訊流通內容方面，科技發展高的國家也佔了絕對優勢。其結果，造成資訊流通給科技發展國

家壟斷控制的畸形現象：。』而這種被壟斷的情形並未隨著時間的推行而有顯著的改進。因此，如何適應這個非常時期，我們必須採取主動、積極的精神從事國際宣傳、製造新形象的工作，在策略上我們應採取多元化、多角度的做法。簡言之，我們需要一個總體性的國際宣傳。

註：本文作者係政大新聞研究所碩士，美國伊利諾大學研究。