

北伐中的宣传战

卢毅

(中共中央党校中共党史教研部,北京 100091)

(摘要)北伐军出师后节节获胜,离不开广大民众的支持。为了动员民众,北伐宣传队运用了丰富多样的宣传形式,其中虽然存在着一些问题,未必能完全达到预期的效果,但还是起到了很大的动员作用。在大势所趋下,北方也仿效南方设立宣传机构,开始反赤宣传,其初期亦取得相当效果,但后来则逐渐偃旗息鼓。实际上,无论是北方还是南方的民众,他们体认更多的是交战双方的所作所为,而绝非仅是宣传本身。

(关键词)北伐;民众动员;宣传;北军

(中图分类号)K262

(文献标识码)A

(文章编号)1002-3909(2016)03-0157-08

DOI:10.14110/j.cnki.cn-37-1059/d.2016.03.025

1926年7月,国民革命军出师北伐,短短数月就取得了惊人战绩,控制了南方大部分省区。北伐战争进展得如此顺利,离不开广大民众的支持。北伐军出师时,广东群众便组织了运输队、卫生队、宣传队等随军出征,掀起了轰轰烈烈的支前运动。进军途中,沿途农民又送衣送饭,并担任侦察、向导、送信、运输、救护,甚至拿起武器参战。在江西,人民群众“帮助国民革命军,到处与孙军为难”,给其造成“运输粮食等困难”,“只给国民革命军种种便利”^①。安源煤矿的工人也组织向导队、运输队、破坏队等,使北伐军迅速占领萍乡。汉阳兵工厂则举行总罢工,断绝敌人军火来源,而一旦北伐军到来即恢复生产,为其提供武器。

对于民众的支持,北伐军将领时有称赞。如第四军张发奎便宣称“本军此次入赣,深得人民同情,战争之际随军队行者恒数百人,以是风声所播,各处民众无不渴望四军之至。”^②第七军李宗仁也说“老百姓处处为我们设茶水,送粥饭,探消息,指迷路,亲如家人,为我们作战提供了有利条件”,而敌人“一旦溃散,……凡溃兵所到之处,人民都到革命军内来报信,并领路去包围缴械”^③。攻克长沙后,第八军军长兼北伐军前敌总指挥唐生智亦言“我们这次革命的成功,完全是工农群众的力量,并不是兵士的力量。我们在北伐的时候,在衡阳,在醴陵,在粤汉路,都得着工农群众的帮助,才得很顺利的杀却敌人。”^④桂系将领胡宗铎甚至在欢迎大会上表示“进驻长沙,并未战争,完全民众力量得到”,“说此次军事战胜,不如直捷了当改云是民众胜利”^⑤。而蒋作宾在湖南战役获胜后同样总结道“此次我军胜利之快,实得人民之力居多。每次战争时,人民或组织敢死队,在我军进攻时,以扰乱其后方。……敌人败退时,人民并指示一切:何者有危险物之埋伏,何者为敌人机关;并为向导,取捷径追敌。当我军进攻时,人

[基金项目]本文系国家社科基金项目“民主革命时期国共两党宣传工作比较研究”(项目编号:13BDJ022)的阶段性成果。

[作者简介]卢毅,男,历史学博士,中共中央党校中共党史教研部教授、博士生导师,研究方向为中共党史。

①② 中央档案馆《北伐战争(资料选辑)》,北京:中共中央党校出版社,1981年版,第33、37页。

③ 《李宗仁回忆录》上册,上海:华东师范大学出版社,1995年版,第271页。

④ 《唐总指挥在长沙对农工之重要讲话》,汉口《民国日报》1927年2月19日。

⑤ 曾宪林等《北伐战争史》,成都:四川人民出版社,1991年版,第87页。

民送茶送饭 络绎不绝。”^①

历史地看,当时之所以会出现这种箪食壶浆以迎义师的场面,应该是与北伐军的宣传动员有关。早在1938年,就有论者指出“在近代中国,如一九一一年之革命和一九二六年之革命的所以成功,报纸宣传之力,不仅可说不在炮火之力以下,也许可说在炮火之力以上;尤其是后者,因为受过先进国的宣传家的有组织的训练,所以不但把新闻宣传同军事宣传连成一体,并且把宣传攻略和炮火攻略连成一体。”^②这显然是认为政治宣传推动了北伐。对此,尽管近年有学者提出这只不过是一种历史迷思,北伐军一路顺风打到南京上海的第一理由,乃在于南北之分的地缘文化观念,而不是政治宣传^③。但笔者以为,北伐之节节胜利还是从宣传动员中获益不少。

一、“武昌全城,几成一口号世界矣”

北伐出师前,国民革命军总政治部主任邓演达就向军事委员会宣称:此次北伐,“能否有破竹扫叶之势,以完成伟大之国民革命,其关系全视一般政治工作人员能否恪遵总理遗嘱,努力唤起民众,使民众了然于本党主义,一致拥护我国国民革命军”^④。为实现这一目标,1926年6月底,邓演达主持召开了战时工作会议。会议详细讨论了北伐期间的军队政治工作问题,制定了《战时宣传队组织条例》,规定各军以师为单位组织宣传队,队长由师政治部主任或师党代表担任,队员从黄埔军校政治科、政治讲习班、农民运动讲习所挑选,并制定了战时宣传训练班计划,培养队员600至800名。这次会议对战时军队政治工作特别是宣传作了周密部署,明确了职权责任,提高了工作效率。

与此同时,邓演达还调整充实了总政治部的领导机构,延揽了大批共产党人和国民党左派在其中任职,并加强了对政治工作人员的培训,完成了原政治训练部举办的特别训练班的教学。特别政治训练班于5月29日开课,为期3周,课程有反英之意义与政策、各省军事政治报告、国民党党务、民众运动及其组织、政治工作方法等。此后,总政治部又在广东大学开办宣传员训练班,队员经过1个月的训练后,分派至北伐军各部队做政治工作。除了总政治部举办的训练班以外,黄埔军校和各军政治部也加强了政工人员培养。由第二军副党代表兼政治部主任李富春主持的中国国民党政治讲习班共招收350人,学习4个月,6月底毕业,分别调至前敌总指挥部69名、湖南省党部50名、第六军30名及各方14名,余皆调入总政治部宣传员特别训练班。

北伐初期,北伐军派遣了一支多达620人的庞大宣传队,跟随各军进行宣传。他们“除做军队中政治工作外,并于战时帮助各地党务及工农运动之工作,同时组织秘密政治工作团分赴未占领各省去工作,使人民能与军队合作,并武装起来参予战事”^⑤,因此往往先于作战部队出发,前往敌后,深入民间,其宣传的第一要义在消除军民隔阂。他们一面对外高喊“不拉夫,不扰民,不强取民物,不强占民房”的口号,一面对官兵灌输“不怕死,不贪财,爱国家,爱百姓”的意识。不仅如此,国民革命军还提出了更积极的政治口号,如“实行二五减租”、“实行耕者有其田”、“取缔高利贷”、“惩办贪官污吏”、“打倒土豪劣绅”、“男女地位平等”、“婚姻自由”、“实行一夫一妻制”、“实行关税自主”、“废止厘金”、“保障农工生活”、“实行工作三八制”、“打倒军阀”、“打倒帝国主义”、“打倒买办阶级”、“废止不平等条约”等,涵盖面十分广泛。

① 杨信孚《北伐中之农民的实际行动》,中国国民党中央军人部,1926年版,第8页。

② 任白涛《抗战时期的新闻宣传》,广州:新闻研究社,1938年版,第14~15页。

③ 罗志田《南北新旧与北伐成功的再诠释》,《开放时代》2000年第9期。

④ 中央陆军军官学校校务委员会《黄埔军校史稿》第7册,北京:档案出版社,1989年版,第276页。

⑤ 中国第二历史档案馆《中国国民党第一、二次全国代表大会会议史料》下册,南京:江苏古籍出版社,1986年版,第828页。

北伐军的宣传形式是多种多样的。宣传队平时扶助民众组织团体,战时则在战地出一革命军日刊,专载战地消息、敌人残暴情形与战地人民惨状,并灌输革命精神于当地人民。一旦战事获得进展,宣传亦随即跟进。如攻破武昌后,第四军政工人员和攻城队伍同时入城,四处张贴标语,散发传单,一连数日,未曾间断。当时的宣传品主要包括标语、总理遗像、总司令像、画报、国旗、小册子、传单、报告等。北伐出师时,仅画报宣传品就备有1.2万份^①。1927年1月初,总政治部又在武昌首义公园举办宣传品展览会,有照片3百余幅、传单40余种、宣言30余种、报纸7种,如《战事新闻》、《武汉评论》、《民国日报》等,以及小册子4百余种^②。

尤其值得一提的是,画报此时作为一种特别的宣传形式大行其道。在各地方言不一的情况下,演讲或报告对不同地域和不同方言的民众未必普遍有效。而在底层民众识字率非常低下的情况下,标语和传单的能效亦须大打折扣。相比之下,浅显的图画以其直观、通俗、有趣而较易为各地民众接受,时人即曾回忆“当时革命画成为在农村发动群众的有力的武器”,“不少农民看了张贴的革命漫画、宣传画,受到教育和鼓舞,纷纷要求加入农民协会,参加革命斗争”^③。毛泽东当时也特别表彰说“各军政治部于图画宣传做得很不少,尤其是在战时,于军行所至之处张贴图画很多,对于民众影响很大。”^④中共上海区委宣传部亦表示,画报和歌曲是宣传品中最有效的^⑤。

而在北伐时期的各种画报中,又以漫画最具奇效。据王奇生研究,北伐时期,漫画已相当流行^⑥。当时美国《工人月刊》曾报道“在上海以及广东各地,墙壁上,电灯柱上,乃至厕所里,都满布着讽刺画”^⑦,可见当时南方宣传漫画之盛况。至于这些漫画的能效,后来有人曾评价“记得民国十六年北伐军到上海的时候,军队中组织有政治宣传部,他们就利用了图画来作宣传主义的重要工具,非但能贯彻地把主义灌输到民众的心坎内,而且更藉了图画的抒发力量,引起民族的奋进,……结果,北伐很迅速地成功了。”^⑧

当时,北伐军不仅在宣传形式上丰富多彩,而且十分讲究宣传品的内容。如总政治部在1927年1月底发布了《讨奉宣传大纲》,将宣传对象区分为民众和士兵两大类,并将标语口号归纳为数种不同的组合,分为普通的、对本军的、对北方民众的、对苏浙皖民众的和对各地民众的等数类。这种针对不同对象乃至不同区域民众加以设计的精细做法,着实令人叹为观止。

北伐军这种对宣传的重视,自然给时人留下了深刻印象。《晨报》即曾注意到:北伐军初入长沙,“唐生智军入城时,随营而来之广东宣传队,在市中各方面大形活跃”^⑨。张君勱1926年10月到武昌考察时,亦感受“最触目之点有二:其一,青天白日满地红旗按户悬挂,布旗不备,以纸代之;其二,政治口号之多,超于国内各香烟公司广告之上,譬曰‘一切权力属于党’,曰‘政权归于革命的民众’,曰‘肃清反革命派’,曰‘拥护革命中心力量’,曰‘巩固革命联合战线’。总司令部有政治总部,指挥部有政治部,各军各师各旅中无不有之。此外有省党部、市党部、工会、学生会各编制标语,以炫耀其宣传之能。故武昌全城,几成一口号世界矣”^⑩。

1927年2月,天津《大公报》记者考察武汉时,也有同样的感受“我们一到汉口,最触目者为宣传

① 《北伐军注意战时宣传》,《中南晚报》1926年7月18日。

② 《革命军宣传品展览会开幕》,汉口《民国日报》1927年1月5日。

③ 王立《毛主席辛勤培育革命美术的幼苗——关于“广州农民运动讲习所”的革命画课》,《美术》1977年第5期。

④ 毛泽东《宣传报告》,《政治周报》1926年第6、7期合刊(1926年4月10日)。

⑤ 《上海革命历史文件汇集》甲种本第3册,北京:中央档案馆、上海:上海档案馆,1988年版,第94页。

⑥ 王奇生《北伐中的漫画与漫画中的北伐》,《南京大学学报》2004年第3期。

⑦ 《杀龟》,《中国青年》第121期(1926年5月30日)。

⑧ 萧浪萍《漫画与漫画作法》,成都:甲申出版社,1945年版,第2页。

⑨ 《党政府宣传队入长沙》,《晨报》1926年7月15日。

⑩ 张嘉森《武汉见闻》,武汉:国立政治大学,1926年版,第9~10页。

品。宣传品种类很多,大别之为文字与图画两种”,“我们从这些标语看来,就可知道最近国民党的空气,并且他们拿这些标语简单地普遍到民众方面,不知不觉大家都受这些空气笼罩起来,……可见简单的标语,的确是宣传之利器”^①。由此观察,《大公报》评论说“现代战争有所谓‘国民总动员’,便是国民全体都要进入战争状态。近来党军作战,也实行一种‘扩大的动员’,所以有宣传,有联络,利用工人,利用农人,除大炮机关枪之外,用上许多精神的新利器。”^②其对北伐军宣传的描述可谓十分细致。

二、北伐军宣传的成效

如上所述,北伐军运用了许多宣传手段,那么其成效究竟如何呢?首先应当指出,此时北伐军的宣传也存在着不少问题。其一,一些政治宣传流于形式。当时,各地的游行集会接连不断,难免容易让人厌烦。1927年6月,武昌群众运动委员会便描述了如下情况“武汉每次群众大会,人山人海。游行时踵趾相接,鱼贯而走。执旗帜呼口号,尚觉声震云霄,足以令敌人发抖。惟聚会一所,前后移动,拥挤不堪;彼谈此论,吵杂非常。会场之精神,毫无统一革命之气象。究其原因,不外近于主席台者,领得所讲之意义,精神奋发,足蹈手舞。远于主席台者,难得所讲之大义。或精神疲倦,头昏脑闷。或前进无方,握拳抵掌。几至男女老幼,视群众运动为畏途。”^③后来,有人更反省说“以过去的民众运动,来做一个总观察,觉得一般民众运动的领导者,犯有一个绝大的错误,就是:拿散发传单,张贴标语,聚众开会,结队游行,当作实际上的政治工作”^④。至于其是否能够真正俘获人心,恐怕是无暇顾及的了。

其二,一些宣传口号未必适用。北伐军的宣传除在湖南、湖北、江西等地进行得较顺利外,在其他缺乏群众基础的地方则遇到了不少困难。如四川“省县各党部,虽尝派员宣传,而人民视之仍如医卜星相之诳语售技,不特不信仰,反加非笑。如此而望主义之普及,宣传之成功难矣”^⑤。北伐军进入河南后,各部队亦纷纷指出:河南“人民识字的程度非常低下,不及十分之一二。标语宣言,失其效力”,加上“言语不通,莫论广东福建的语言,即是湖北话也不能通用”,导致宣传十分困难。此外,“我们在武昌时所用的成语,如军阀、贪官、打倒等,亦须反复解释”^⑥。时任国民党中央宣传部长的顾孟余也描述“总政治部到河南去的宣传列车,还没有出发的时候,大家兴高采烈,以为这是学的俄国的办法,一到河南不知就要收几样大的效果。谁知道到了那边,没有一件事受人民的欢迎,列车被打毁了,东西也被抢光了,他们所带去的标语,也完全不适用。”^⑦

事实上,邓演达与蒋介石均意识到此问题。1927年5月,邓演达在一次对政工人员的讲话中便指出“此次政治工作人员有几种毛病:……不了解客观的环境,比如在文化落后、经济落后的河南,有特殊的环境,我们不能把在武汉时期学生工人的宣传经验,用来推行于河南的农民。”^⑧6月,蒋介石也说:“我们做政治工作的人员,不能作刻板的宣传,到一个地方,先要调查明白一个地方的风土、人情、历史、习惯;再根据这个地方的特殊几点,来定我们的宣传方法。在北方宣传,反对礼教,是不行的!不然,民间便要怀疑,便发生恶感,而造成了一种反宣传。……武汉的宣传员,他们到了河南,依旧如在南方一样,男女不分,不讲伦理,不讲道德,把一切的礼教,都打破无余;北方人看到这种情形,没有一个不奇怪,

① 冷观《南行视察记》,天津《大公报》1927年3月6日。

② 《社评:时局的注意点》,天津《大公报》1927年3月11日。

③⑤ 陈佑慎《邓演达与国民革命军政工制度》,台湾师范大学硕士论文,2007年,第115、115页。

④ 德征《论暂停民众运动》,上海《民国日报》1928年1月11日。

⑥ 曾广兴、王全营《北伐战争在河南》,郑州:河南人民出版社,1985年版,第332、358~359、327页。

⑦ 中国第二历史档案馆《中国国民党第一、二次全国代表大会会议史料》下册,南京:江苏古籍出版社,1986年版,第1225~1226页。

⑧ 《邓演达文集》,北京:人民出版社,1981年版,第105页。

没有一个不怀恨,所以我们到北方,就要格外注意这一点。”^①平心而论,这种见解是颇为深刻的。只是从后来的情况来看,北伐军在河南的宣传似乎始终未见起色。

由此可见,北伐军的宣传也存在着诸多问题,并非十全十美。不过倘若仅就北伐初期而言,其宣传尽管未必能完全达到预期的效果,但还是起到了相当大的动员作用。一位国民党高级将领即曾说:在湖南战场上,“并不是唐生智打败了赵恒惕,而是革命的民众与共产党所发动的政治宣传瓦解了赵恒惕的部队”,“赵炎午不是被唐孟潇打败的,而是被你们(共产党)的政治工作与民众运动轰垮了的”^②。恽代英也说“我们第一二次东征军及此次北伐军的胜利,固然是前敌将士忠勇奋斗;而其因有政治工作,能得一般民众的同情拥护,亦是很大的一个原因。”^③邓演达更是径直指出“北伐的胜利,虽然是因为有民众援助,而实在是政治技术运用的结果。”^④

作为战局的旁观者,一些中立人士和新闻媒体也得出了自己的判断。如《国闻周报》曾指出:国民党军之所以势如破竹,乃因为“大多数农工之人,醉心于党军解放之宣传”^⑤,而这又要归于“党军长处,在能以军事政治并行”^⑥。《现代评论》也认为:北方不能用文人,“只剩下一个赤裸裸的武力”,南方则“枪与笔联合起来,所以到处如入无人之境”^⑦。天津《大公报》更连续发表文章评论“数稔以来,国民党人习闻宣传之法,稍稍用之,颇奏奇效。……北伐顺利,此亦一因”^⑧，“民党攻打湖北,一半靠兵力,一半靠宣传”^⑨，“盖蒋军前此之节节顺利,固由北军在湘鄂太伤民众感情,亦由民党宣传力异常强大所致”^⑩。直到北伐结束后,东北《盛京时报》仍发表文章指出“此次国民政府成功,虽三尺童子,亦知其为善于宣传之所致。”^⑪北伐军宣传之成效由此可见一斑。

三、北军的反赤宣传

当时,甚至连北洋军阀都亲身体会到宣传的重要。孙传芳即曾慨叹“这一回江西战败,并不是战略战术的缺陷,最大的原因是革命军的宣传力太强。”^⑫他还表示“党军作战,巧为宣传,所到之处有老百姓为之帮忙,直有防不胜防之势,本人此次,受亏不少”,遂决心“运用政治手腕与宣传作用”,“双管齐下,等量并重”^⑬。张宗昌的鲁军总部参谋处也通知所属各机关,要求对党军的宣传特别予以注意“赤军利用男女学生,赴乡村市镇作种种宣传,愚民最易受其鼓动,故该军到处受人民欢迎,其宣传之力不小。”^⑭

在大势所趋下,北方也开始仿效南方设立宣传机构,组织宣传队。据《晨报》报道,孙传芳“一面对于自粤潜入之宣传员,严加警戒。一面组织反赤宣传队,派赴苏徐沪杭等地宣传”^⑮，“此次联军出师讨

① 秦孝仪《先总统蒋公思想言论总集》第10卷,台北:中国国民党中央委员会党史委员会,1984年版,第266页。

② 《包惠僧回忆录》,北京:人民出版社,1982年版,第258页。

③ 《恽代英文集》下卷,北京:人民出版社,1984年版,第891页。

④ 《邓演达文集》,北京:人民出版社,1981年版,第61~62页。

⑤ 《东南时局感言》,《国闻周报》第3卷第44期(1926年11月14日)。

⑥ 《斗力与斗智》,《国闻周报》第3卷第49期(1926年12月19日)。

⑦ 无名《从南北到东西》,《现代评论》第6卷第131期(1927年6月11日)。

⑧ 《宣传与革命》,天津《大公报》1927年6月13日。

⑨ 《编辑余谈》,天津《大公报》1926年9月4日。

⑩ 天马《孙蒋战争前途之推测》,天津《大公报》1926年10月3日。

⑪ 丐《宣传》,《盛京时报》1929年5月6日。

⑫ 中央陆军军官学校校务委员会《黄埔军校史稿》第7册,北京:档案出版社,1989年版,第420~421页。

⑬ 《坚壁清野》,天津《大公报》1926年11月26日。

⑭ 《官报中之党军内容》,天津《大公报》1926年12月9日。

⑮ 《反赤宣传队》,《晨报》1926年10月1日。

赤,对于宣传一事,亦极注意。除于本月六日出版联军日报外,更由训练参谋二处,逐日将前敌所得之战讯,及胜利消息,及各项军报,用铅印或油印,分发各机关团体。同时更拟选各项讨赤文字,粘贴于各通衢大道,使人民览阅无遗。此外更刊印各项标语,如‘赤化为灭国灭种之导火线’,‘党军部下之五月份军饷尚未发’,‘到处强用不兑现之军用票’,‘党军利用工人学生及男女青年打先锋,惨不忍闻’,‘党军强迫人民纳捐’,‘党军任意没收人民财产’等语,异常之多。……宣传之努力亦可见其大概”^①。

对孙传芳的宣传,上海《小日报》也说“北方诸帅,鉴于南方政府宣传之力,于是有宣传队之组织。”^②而《大公报》更声称“党军自粤而湘而鄂而赣,师行所至,相传人民乐为之助,说者以为宣传之效,于是各方始皆致力于此”^③，“此次党军作战,盛用宣传。孙传芳作战,于宣传上亦大下功夫,以资抵制。联军宣传部除每日公表战事情报外,并间以时评社论之类,投寄各报馆”^④。《新申报》亦报道:直鲁联军鉴于“赤党唯一的工作,乃为宣传”,于是在“用兵之始,先之以宣传,使一般社会,皆知赤化之为害与赤党之不得不讨”^⑤。《国闻周报》也说“南京总部特设宣传机关,日以印刷文件传播各省。孙氏且以本人出名,著论立说攻击粤党,其于党军也,直詈为盗贼之徒。以宣传言,能事可谓尽矣。”^⑥由是观之,北军的反赤宣传不可谓不努力。

关于北洋军阀宣传的效果,一般认为极为有限,《国闻周报》还曾讽刺北方“舍武力,讲宣传,东施效颦,正所以暴露弱点”^⑦。但实际上,北军的“讨赤”宣传一度亦呈现出相当的声势。如奉军的宣传部人员多达数百人,出版有《联军日报》。张宗昌也在其辖区按省别组织宣传队,省设一大组,道、区各设一分组,广招中学毕业生和失意军人为宣传员,并给以优厚待遇,除薪水公费从优外,另定奖励办法,每占一地,每攻一城,宣传员皆有奖励,或授以实职,或保以官阶^⑧。当时,直鲁联军总司令部宣传处甚至还在《申报》刊登广告征求反赤文字,“不论撰作、译述之论文及小说、杂录,均所欢迎,长篇巨制,尤所需要”,“但有佳作,不吝重酬”^⑨。

这一时期,北方的各类宣传品均采用通俗易懂的文字或图画,甚至比南方的宣传文字更浅显直白。如前所述,北伐军曾广泛运用漫画作为动员和唤起民众的宣传工具,而北洋军同样运用漫画进行反宣传。在上海,北军的宣传漫画随处可见,其突出的一个表现手法是运用隐喻、暗示。如有幅漫画,画着一只赤鹅蚕食秋叶,秋叶的形状是一幅中国地图,隐喻赤俄(赤鹅)将吞食中国。还有一幅是一条赤蚕藏于茧中,隐喻赤化者作茧自缚。另有一幅漫画,标题为《共产主义与中国国情》,画面上,一位中国旧式女子正拿着一双洋式鞋去试她那双“三寸金莲”,隐喻外来“共产主义”不适合中国国情。

对北方的这些宣传,《新申报》曾报道:北军的“宣传之术至为伙颐,或颁发小册子,或张贴告谕,其法未尝不善,然小册子文字过多,恐不暇卒读,……惟简单标语,附以图画,读之者既易了解,尤易感动,洵为宣传最良工具”^⑩。另据其他记者观察,在南京,触目皆是“反赤”的文字和图画^⑪。在郑州,也看见奉军的宣传队在“各马路,各街巷,车站近处,城门洞里,满贴黄白绿色之反赤传单,种种口号,如‘认贼作父之靳云鹗,媚外卖国之蒋介石’,‘保存旧礼教旧道德’等,不一而足”,而且“传单皆用黄白绿纸印

① 《党联军激战中之宁垣》,《晨报》1926年10月4日。

② 四民《南北两方的宣传》,《小日报》1927年3月13日。

③ 《书红枪会宣言后》,天津《大公报》1927年2月25日。

④ 《孙军宣传部之和平宣传》,天津《大公报》1926年10月14日。

⑤ 遵严《讨赤宣传》,《新申报》1927年1月23日。

⑥ 《东南时局感言》,《国闻周报》第3卷第44期(1926年11月14日)。

⑦ 《斗力与斗智》,《国闻周报》第3卷第49期(1926年12月19日)。

⑧ 《张义威讨赤宣传计划大纲》,《新申报》1927年1月22日。

⑨ 《征求反赤文字》,《申报》1926年7月16日。

⑩ 遵严《讨赤宣传》,《新申报》1927年1月23日。

⑪ 记者《南京特信:南京之外观》,《新申报》1927年1月19日。

就 绝无红色 可见用意之深也”^①。对此,《大公报》曾评论“孙军的宣传也很厉害”^②,其“利用社会反对共产之心理,专攻蒋介石亲俄赤化一点,……如此态度,足以吸取民党右派之同情,又足抵制激进派宣传之势力”此乃孙高明之处^③。国民革命军第六军政工人员也回忆,孙传芳部队在前线张贴小标语,声称“共产军实行公妻共产”、“共产军杀人放火”,以抵抗北伐军的宣传,在初期亦有相当效果^④。

不过正所谓形势比人强,随着北伐军的节节获胜,北方的反赤宣传逐渐偃旗息鼓。1926年底,中共中央发现“江西下后,国民政府已得了中国的一半,革命军胜利的声浪震撼全国,……向日丑诋北伐军之反赤宣传,在一般民众中已不生影响。”^⑤特别是在此期间,民众通过对南北双方各自表现的观察比较,更是对反赤宣传难生信任,因为“讨赤者之军纪行动太坏,人民所受讨赤之实祸太大故也”^⑥，“反赤军所在地,其军队无不纪律废弛,烧杀淫掠,无所不为;强行不兑现的军用票,勒征苛捐杂税,一般人民苦不堪言。……反之在所谓赤军统治下的民众,反能保有相当的自由和相当的安居乐业。于是‘反赤’一名词,在社会的宣传渐失其作用,民众以其身所经历,觉赤不觉畏,且有欢迎赤的倾向,……最近上海商人对北伐军均有一种好感。两月以来,孙中山之三民主义书竟销至二万余册,可见民众之倾向革命”^⑦。有意思的是,当时甚至还有人认为“讨赤军之行动实足以促成青年之过激化,易言之,讨赤者等于宣传赤化是也”因为“一般人民,本不知讨赤化为何事。自有讨赤,而后知所谓赤化者如此保护人,讨赤者如此摧残人,是讨赤者宁非代赤化作宣传乎”^⑧。如此说来,北方的反赤宣传似乎恰恰事与愿违,起到了适得其反的负面作用。

四、余论

如上所述,北方反赤宣传始而有效、终而失效,由此可透视出一个深层次问题,即宣传与事实的有效性。实际上,无论是北方还是南方的民众,他们体认的更多的是交战双方的所作所为,而绝非仅是宣传本身。郭沫若即曾回忆:北伐军沿途受到群众欢迎,而“我们也并没有向他们宣传,事前也不会有人向他们宣传过,他们总口口声声地说‘南军是搭救我们老百姓的,南军胜利了,我们老百姓就有出路了。’”^⑨可见,北洋军阀的统治已让他们忍无可忍。对此,《大公报》在1926年曾分析:“夫吴氏踞鄂十年,大战五次,搜刮之数,何止万万。商民怨愤,已非一朝。日前战事失利,又杀部将多人,民心早失,军心复去。失败之祸,盖所自召。”^⑩《国闻周报》也说“东南一般人民反对北洋驻防”,“对于十余年北洋驻防长江之压迫,一般乡民,不平已久。……一旦战兴,彼宁能不助其语音近似而纪律较佳之南军,以驱逐其素所怨恨之人乎?”^⑪

由是观之,现实生存状态对民心的导向胜过了一切宣传。《国闻周报》当时便分析“虽然党军固重宣传矣,孙亦何尝不然。……何以同一宣传,而一有效一无效也?”^⑫可见,“事实问题,惟事实可以解决之。将欲假途于名义,吾人徒见其自苦而已”^⑬。《大公报》也连续发表社评提出“近顷宣传之说盛行,

① 记者《纪郑州反赤游行》,天津《大公报》1927年4月22日。

② 《小言》,天津《大公报》1926年12月19日。

③ 天马《孙蒋战事前途之推测》,天津《大公报》1926年10月3日。

④ 老卒《随军北伐话当年》,《春秋杂志》第78期(1960年10月1日)。

⑤⑦ 中央档案馆《中共中央文件选集》第2册,北京:中共中央党校出版社,1989年版,第372、340~341页。

⑥⑧ 一苇《制造赤化之反赤战事》,《国闻周报》第3卷第28期(1926年7月25日)。

⑨ 《郭沫若全集·文学编》第13卷,北京:人民文学出版社,1992年版,第44页。

⑩ 《武汉陷落与孙蒋开战》,天津《大公报》1926年9月8日。

⑪⑫ 《东南时局感言》,《国闻周报》第3卷第44期(1926年11月14日)。

⑬ 政之《事实问题惟事实可以解决之》,《国闻周报》第3卷第24期(1926年6月27日)。

虽偶尔收暂时之效,然……滥用宣传之结果,不特于事实无裨,反致误人误己。”^①特别是由于时局混沌,“各方消息歧出。因为大家都讲宣传,把真相隐蔽起来,反使人对任何方面报告,都带几分不敢相信”^②。至于那些随意开出的空头支票,更是“信用早亡”,“虚伪宣传,徒增厌恶”^③。百姓需要的是实际的利益,“中国人民苦痛极了,想望和平秩序,如饥如渴,他们须要现钱现货,空头支票,谁都不受。将来不拘何派,非货真价实,断不能得国民之信仰,因为老百姓本身利害便是个试金石,他倒不管你是讨赤或反共,但有残民害众的行为,任你再会宣传,也不能长掩天下耳目”^④。

正是在这个意义上,有研究者指出,任何战争的宣传实效其实都难以得到准确评估^⑤。因此,我们对北伐军的宣传效果也不宜过分夸大。但不容否认的是,在北伐战争的刀光剑影背后,确实一定程度上隐藏着政治上的高下较量。而北伐军的政治宣传及其切实履行,也确实营造了有利于自身的舆论氛围。

[责任编辑:穆敏]

The Propaganda War in Northern Expedition

Lu Yi

(Department of the CPC History of the CPC Central Committee, Beijing, 100091)

Abstract: The successes by the northern expeditionary army resulted from the supports from the masses of the people. To mobilize the people, the northern expedition propaganda teams adopted various means. Due to some problems they did not necessarily achieve the desired effect. However, the teams still played a great role in mobilization. Following the trend, the North imitated the South to set up propaganda teams and made some initial fruits. But later these teams gradually lowered their banners and muffled their drums. In fact, what could be sensed by the people from the north or the south was what was done by both fighting sides rather than the publicizing itself.

Key words: Northern expedition; Mobilize the people; Propaganda; North army

① 《宣传与革命》,天津《大公报》1927年6月13日。

② 《假定下之一种时局判断》,天津《大公报》1927年7月28日。

③ 《赈灾与造灾》,天津《大公报》1927年12月17日。

④ 《混沌与变化》,天津《大公报》1927年7月24日。

⑤ 王建伟《民族主义政治口号史研究(1921—1928)》,北京:社会科学文献出版社,2011年版,第452页。