



战争总动员

画说二战美国国内宣传战

陆乐◎著



吉林文史出版社
JILINWENSHICHUBANSHE



战争总动员

画说二战美国国内宣传战

陆 乐◎著



吉林文史出版社
JILINWENSHICHUBANSHE

版权所有，翻版必究

发现印装质量问题，请与承印厂联系退换

图书在版编目(CIP)数据

战争总动员：画说二战美国国内宣传战 / 陆乐著

. -- 长春：吉林文史出版社，2018.10

ISBN 978-7-5472-5538-4

I. ①战… II. ①陆… III. ①第二次世界大战—战争
动员—史料—美国 IV. ①E712.18

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第229893号

ZHANZHENG ZONGDONGYUAN : HUASHOU ERZHAN MEIGUO GUONEI XUANCHUANZHAN

战争总动员：画说二战美国国内宣传战

著 / 陆乐

责任编辑 / 吴枫 特约编辑 / 朱章凤

装帧设计 / 王涛

策划制作 / 指文图书 出版发行 / 吉林文史出版社

地址 / 长春市人民大街 4646 号 邮编 / 130021

电话 / 0431-86037503 传真 / 0431-86037589

印刷 / 重庆长虹印务有限公司

版次 / 2019 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 1 次印刷

开本 / 787mm × 1092mm 1/16

印张 / 25.5 字数 / 250 千

书号 / ISBN 978-7-5472-5538-4

定价 / 239.80 元



for xzj

美利坚的呼唤

弗朗希丝·哈尔施泰德

醒醒吧！幻想着和平的人们：
别再酣睡，危险已近在咫尺，
历史的荣耀乘着寒风吹面而来，
只有懦夫才会选择逃避！

无数父辈为之战斗，如英雄般倒下，
殷红的鲜血染遍繁花，
换来此刻的荣光、家园和宁静，
醒醒吧！拯救这个国家！

光荣的旗帜徐徐飘扬，
驱走胆怯的逡巡，指引自由的方向，
美利坚啊，我们所祈福的国度，
正不断地朝你呼唤。

横贯南北，两水相隔，
我已听到了坚定的回音：
“我们的儿女愿永葆自由，
与其奴役情愿出生入死！”

古老的荣耀拂过旗帜，
颗颗繁星才会如此璀璨，
愚蠢懦弱怎会使其褪色，
荣耀的气息让她愈加鲜艳。

星条旗带领我们向前，
引导着这支义勇之师——
直至幸福的和平永驻人间，
直至苦难的杀戮不复存在……



引子		001
第一章	鼓舞士气.....	005
第二章	敌我分明.....	040
第三章	厉兵秣马.....	069
第四章	加速生产.....	105
第五章	军需补给.....	153
第六章	军工安全.....	199
第七章	战争债券.....	223
第八章	定额配给.....	291
第九章	后方支持.....	317
第十章	巾帼英雄.....	337
第十一章	谨言慎行.....	365
第十二章	疾控预防.....	387
后记		403

引子

谁会知道在这场战争尚未结束前，我们这里将发生什么，种族骚乱、社会变革或是彻底毁灭？
——查尔斯·林德伯格（美国飞行家与社会活动家）

孤立主义在很长一段时期内都是美国历史上最具影响力的政治思想之一。这个贯穿美国历史，自华盛顿时代就逐渐确立起来的政治观点在珍珠港事件前一直都是美国国内盛行的主流思想。由于美国与多数国家的联系都被太平洋和大西洋所隔绝，故此自独立以来，美国人就始终认为自己与其他地方的人们生活在一个不同的世界里。美国建国伊始，华盛顿就要求美国在结交盟友的时候必须保持高度警惕，尽管当初孤立主义思想在美国并不受到支持。然而随着约翰·亚当斯因避免美国卷入拿破仑战争而在二期总统选举中落败，其继任者托马斯·杰斐逊又在第二个任期内因避免美国卷入拿破仑战争遂中断与欧洲的贸易往来而导致支持率暴跌，再接着詹姆斯·麦迪逊在执政期间遭遇了惨淡收场的1812年战争；自此之后，“不要卷入欧洲战争”就渐渐成了所有美国执政人士达成的某种默契。

到了20世纪20年代，很多美国人都开始认为，美国当初参与一战绝对是个错误的决定。而当纳

粹于30年代早期攫取德国的执政权并开始重整军备之后，更多的人认识到，欧洲大陆迟早要爆发一场大规模的战争。于是很多关于军火商从战争中获利的流言开始被散布开来，诸多美国人也觉得自己的国家这次应该不惜一切代价避免再次卷入战争。这种反战意识随着经济大萧条的到来变得愈加强烈，盛行的反战观点以及对于在一战中阵亡将士的哀思促使很多人坚信一点，那就是美国绝不能再次卷入任何欧洲战事。人们开始更多地专注国内发生的事件，而对国际政局变化变得漠不关心。经济大萧条是20世纪降临在美国人头上的一场大灾难，其影响甚至超过了两次世界大战。尽管罗斯福随后推出的新政有效地缓解了美国人的绝望情绪，但大萧条的负面影响直到30年代晚期才算逐渐退去。与此同时，同样遭遇了经济重创的德国和日本则以大萧条为契机成功地实现了集权化，在军国主义占据主导地位的前提下先后挑起了地区的侵略战争。

受孤立思潮的极大影响，美国当局于1935年

8月通过了《1935年中立法案》，禁止美国注册公司与那些好战国家进行任何贸易往来。这条法案的颁布间接促使意大利发动了入侵阿比西尼亚的战争。在随后的两年中，美国政府又三次修改这项法案，并在共和党议员阿瑟·范登堡（Arthur Vandenberg）的提议下限制美国私人和企业参与涉及他国战争的交易或实施援助行为。这样做的结果就是，弗朗哥军队获得纳粹德国撑腰的同时，对立的共和政府军甚至都无法从美国购买武器加以反抗。随着德国军事力量的不断加强，很多美国人反而更想保持中立、置身事外。孤立主义的倡导人反对美国以任何形式参与欧洲战事，立场鲜明地与罗斯福保持对立，即便后者不断感觉到应该及早插手战事，与纳粹和日本军国主义展开正面交锋。还有一些人则认为德国的空军力量太过强大，美国几乎没有胜利的把握。由此，许多人不但反对美国参战，甚至在国会通过军备和军费拨款的过程中也施加了很大的阻力。

在这样的危险处境下，罗斯福通过自己的政治手腕和巨大勇气决定说服国会拯救处于危难中的欧洲盟友，并为日后全面启动的美国战争机器进行设备调试工作，从而为美国及所有的盟国提供强有力的军事设备和后勤补给。1940年12月29日，也就在圣保罗主教座堂遭德军空袭而严重毁坏的同一天，罗斯福在他的例行炉边谈话中借用当时美国剧作家罗伯特·舍伍德（Robert Sherwood）作品中的台词提出了“民主兵工厂”（Arsenal of Democracy）这一概念。他向公众解释了支援欧洲，特别是为英国提供军事援助的重要性。他认为美国必须成为为这些民主国家输送炮弹的兵工厂。通过与孤立主义者和国会的周旋，罗斯福还是在接下来的半年时间里完成了许多极为重要的决策，包括部分废除中立法案，签署和平时期《征兵法案》及更为重要的英美《租借法案》。

即便如此，很多孤立主义团体还是坚决反对美国介入二战战事。这其中，由耶鲁法学院学生



“美国第一”委员会在1940年创造的海报《战争的第一个创伤》，将抨击的矛头直指罗斯福政府

道格拉斯·斯图尔特（Douglas Stuart）于1940年9月4日所成立的“美国第一”委员会（America First Committee）便成了这股势力的一个典型缩影。在他们看来，这位美国总统就是一位不折不扣的战争贩子，他通过战争像当年的一战那样利用军火物资买卖牟取暴利。在前威斯康星州州长菲利普·拉弗莱特（Philip La Follette）的组织下，该团体很快就演变为一个拥有750余家分支机构和80余万名会员的庞大反战组织。此外，这个委员会远非国内其他自发性组织可比，其会员和支持者几乎囊括了美国的各界人士，包括著名小说家辛克莱·刘易斯（Sinclair Lewis）、电影界巨头华特·迪士尼（Walt Disney）、“银幕第一女王”莉莲·吉什（Lillian Gish）、单人驾机飞跃大西洋的国家英雄查尔斯·林德伯格（Charles Lindbergh）以及罗斯福总统的远房堂姐爱丽丝·朗沃斯（Alice Longworth）等一批社会名流。这里必

须要补充的是，很多共和党国会议员即便碍于政治因素并未加入这个团体但也是孤立主义的坚定拥护者，甚至包括美国驻英大使约瑟夫·肯尼迪（Joseph Kennedy）在内的一部分民主党成员也十分赞同孤立主义。

在国内孤立主义呼声不绝于耳的情况下，罗斯福总统仍不打算就此妥协，他在1941年1月6日的国情咨文中希望国会根据《租借法案》，将必要的武器装备提供给那些总统认为其防御对美国利益影响至关重要的国家。为了佐证这一行为的正确性，罗斯福在咨文中又提出了另一个著名观点，那就是“四大自由”（Four Freedoms），而这一观点也被认为是美国民众追求自由精神的最简要声明：“第一，是在全世界任何地方发表言论和表达意见的自由；第二，是在全世界任何地方，人人有以自己的方式来崇拜上帝的自由；第三，是不虞匮乏的自由——这种自由就世界范围来讲，就是一种经济上的融洽关系……第四，是免除恐惧的自由——这种自由就世界范围来讲，就是世界性的裁减军备，要以一种彻底的方法把它裁减到这样的程度……为实现这一崇高理想，我们将决不休止直至胜利。”

然而，“四大自由”与之前的“民主兵工厂”一样，自推出伊始便遭到了诸多孤立主义人士和保守派的声讨及质疑。他们认为该理论无非又是罗斯福为新政所做的粉饰，其真正用心是假借道义的幌子将美国推入战争中心。这种反对的声浪随着数月后《征兵法案》得到国会的延长批准而再次达到高潮。但就在美国国内为是否参战而争执不休之际，轴心国却开始谨慎地试探起美国人的态度。1941年10月17日，美军驱逐舰“吉尔尼”号（USS Kearny）在为一支加拿大护航船队提供援助的过程中遭到德国U-568号潜艇的攻击，美军有11名舰员在德方声称的此次“误伤事件”中殉职。美方选择了隐忍，这却让德国人更加肆意妄为，仅仅两周后的10月31日，另一艘驱逐舰“鲁



纽约时代广场上竞相购买报纸的美国民众，这幅由美联社发表的照片摄于珍珠港事件后的第二天

本·詹姆斯”号（USS Reuben James）在护航过程中又被德军王牌埃里希·托普（Erich Topp）指挥的U-552号潜艇击沉，全舰159名官兵仅44人最终生还。令人诧异的是，多数美国人仍未意识到事态的严重性，以“美国第一”委员会为首的反战团体仍不断地抨击早在10月1日就得到国会准许的援苏条令。在国内反对呼声的压力下，罗斯福甚至对外表态：德军的袭舰事件并不足以让美国对德宣战。然而这个国家的命运却随着一个多月后的珍珠港事件发生了根本转变。

1941年12月7日下午，“美国第一”委员会依照议事安排在匹兹堡的士兵海员纪念堂内策划了一次大型反战集会，集会主题为“基督教与干预事务”。在集会尚未开始之前，这个经常被“美国第一”委员会用来发表反战演说的2500人演讲大厅就已是座无虚席，会场四周的墙上挂满了类似“反对战争，保卫家园”的横幅。听众们个个情绪激动，很多人还带来了美国国旗以表达自己的爱国之情。人群中不时有人带头喊话：“这是谁的战争？”众人则会高声附和道：“罗斯福！”

集会从下午3点开始。当曾负责调查一战期间美国军火交易是否违规的国会议员杰拉德·奈（Gerald Nye），这位坚定的孤立主义者准备上台发表讲演的时候，负责现场采访的一名《匹兹堡

邮报》记者从旁边递给奈一张写有“日本人偷袭了珍珠港”的纸条。奈迅速地瞥了一眼，然后显然有些手足无措。几秒之后，他嘀咕了一句“这太难以置信了”，就将这条消息放在一边，径直走上台去，按照原计划发表了对罗斯福的一番抨击。他的演讲持续了大约45分钟，主要内容就是宣称罗斯福正在把美国拖入不必要的战争，而背后的原因就是军火商的利益驱使。但是让奈和其他孤立主义者没有料到的是，就在他们走出演讲厅的时候，得知日本偷袭珍珠港事件的美国民众此时早已群情激奋。当天傍晚时分，关于珍珠港被袭的消息就已铺天盖地地出现在各大报纸的头条上，而《匹兹堡邮报》当天的头版则颇具讽刺意味地加粗标题写道，“出乎意料！珍珠港事件震惊美国第一委员会”。

也就在偷袭事件公之于众的4天后，由国内名人、政要以及退役将军们组成的一个特别委员会通过投票的方式决定解散这个反战组织。而之

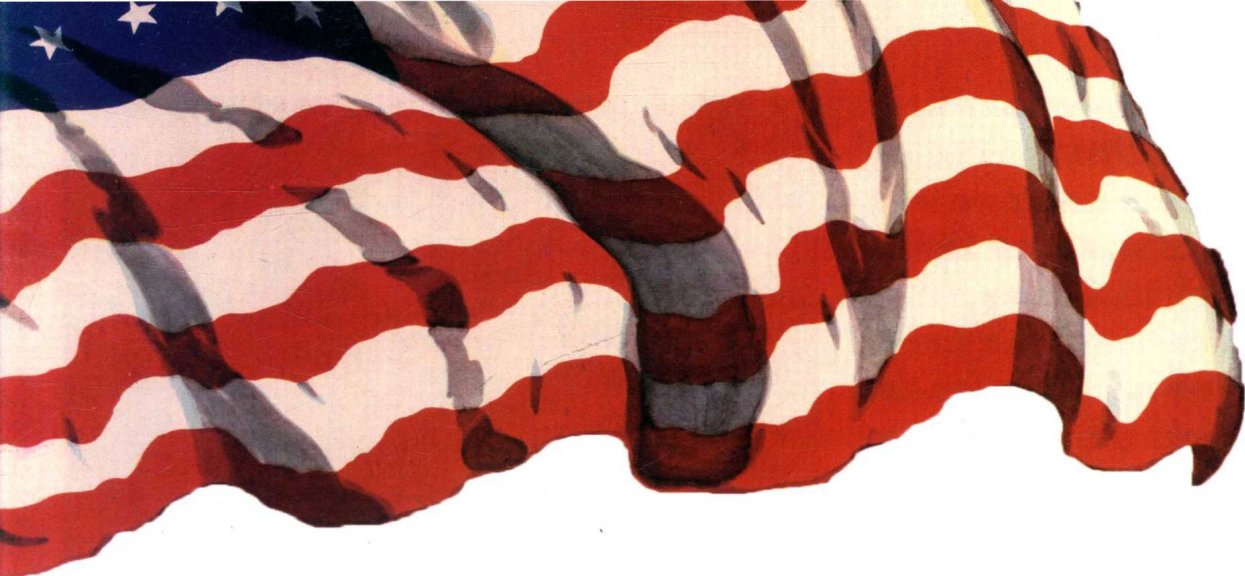
前绝大多数的孤立主义者在听闻了珍珠港事件之后就立刻改变了对罗斯福的看法，甚至像林德伯格，这位在数天前还是一名坚定的反战孤立分子都公开要求奔赴战场。美国国内的反战呼声似乎在一夜之间便不再振聋发聩。

珍珠港事件无疑是一次非常成功的军事行动，日本人的整个偷袭计划近乎完美。不过这次成功的袭击从整个战局的角度上来看却可能是世界战争史上最大的一次失误。珍珠港事件真正改变了二战的格局，正如丘吉尔所愿的那样，它让美国从一个原本反战情绪高漲的国家一下子变成了一个万众一心，坚决加入二战的盟军成员。与孤立主义苦苦斗争了多年的罗斯福也因为日本人的这次偷袭随即占据主导地位。

第二次世界大战是美国历史上唯一一次没有遭到反战舆论声讨的战争。美国国内随着罗斯福总统正式宣布对轴心国开战而进入了紧张的战备状态，民主兵工厂的各台制造设备此刻也已开始运转……



1941年12月8日，美国东部时间15时08分，罗斯福总统在白宫正式签署了对日宣战书，后经美联社于次日对外发布。在罗斯福身后的人物从左至右依次是：纽约州民主党众议员索尔·布鲁姆（Sol Bloom）、德克萨斯州民主党众议员卢瑟·约翰逊（Luther Johnson）、新泽西州共和党众议员查尔斯·伊顿（Charles Eaton）、马萨诸塞州共和党众议员约瑟夫·马丁（Joseph Martin）、副总统亨利·华莱士（Henry Wallace）、白宫首席发言人萨姆·瑞伯恩（Sam Rayburn）、马萨诸塞州民主党众议员约翰·迈克尔马克（John McCormack）、俄勒冈州共和党参议员查尔斯·麦克纳里（Charles McNary）、肯塔基州民主党参议员阿尔本·巴克利（Alben Barkley）、弗吉尼亚州民主党参议员卡特·格拉斯（Carter Glass）和德克萨斯州民主党参议员汤姆·康纳利（Tom Connally）



第一章 鼓舞士气

Morale Boost

是的，我们都想让战争尽快结束，然后早些回家……但在距离回家最短的一条路上，我们还必须迈过柏林和东京。
——乔治·巴顿（美国陆军四星上将）

很多美国历史学家都认为，第二次世界大战可以称得上是美国人在整个 20 世纪凝聚力最为坚固的 4 年，甚至可以说是整个国家历史中最为团结一致的 4 年。就在珍珠港事件爆发后的第二天，《纽约时报》专栏记者阿瑟·克罗克（Arthur Krock）便在自己的撰文中表示“某种凝聚力正从火奴鲁鲁的废墟和残骸中逐渐形成”。这位绰号“华盛顿新闻业主管”的资深媒体人与很多眼光敏锐的新闻观察家都发觉：罗斯福的两位异党对手——前任总统赫伯特·胡佛和在 1936 年总统大选中铩羽而回的前堪萨斯州州长阿尔夫·兰登（Alf Landon）似乎都不再忙于制造两党间的各种矛盾。

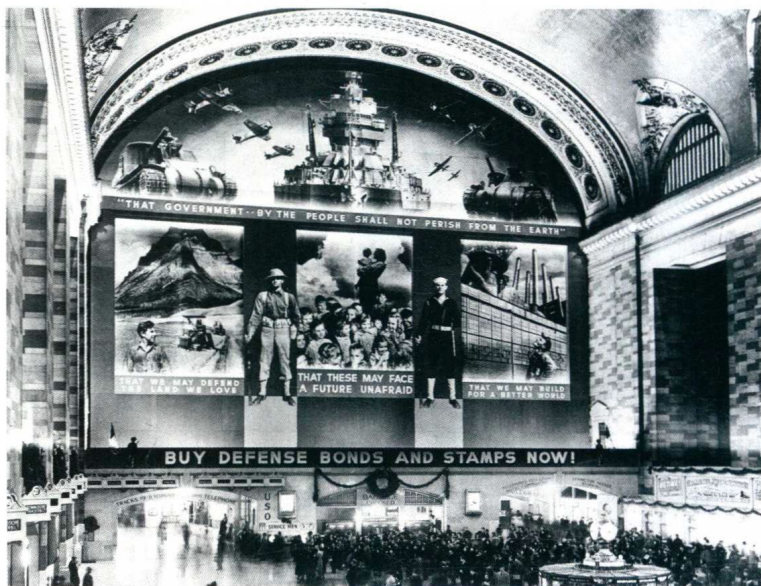
在 1941 年 12 月 10 日对国内民众所进行的一项民调中，有超过 98% 的美国人赞成对日本及其他轴心国开战，而罗斯福的民意支持率也一跃攀

升至 89%——这也是美国在整个 20 世纪中总统支持率最高的一段时期。按照美国历史学家乔弗雷·佩雷特（Geoffrey Perrett）的说法就是：“整个国家似乎从未有过如此同仇敌忾的时刻……不管任何的失败、阻力或挫折都无法打破这股坚韧的团结意识。”12 月 14 日，美国中央车站候客大厅内的东侧大墙上张贴出了一张长 120 英尺、高 75 英尺的巨幅壁画。这张由美国著名摄影师阿瑟·罗施坦（Arthur Rothstein）和农场安全管理局（Farm Security Administration）下属信息部的十余位海报设计工作者历时 3 个月完成的巨幅壁画，尽管其主旨是帮助财政部推广国防债券，但通过壁画中间摘录自《葛底斯堡演说》最末一句“这个民众领导下的政府——将不会从这个地球上消失”，也让人们从中强烈地感受到美国人对于赢

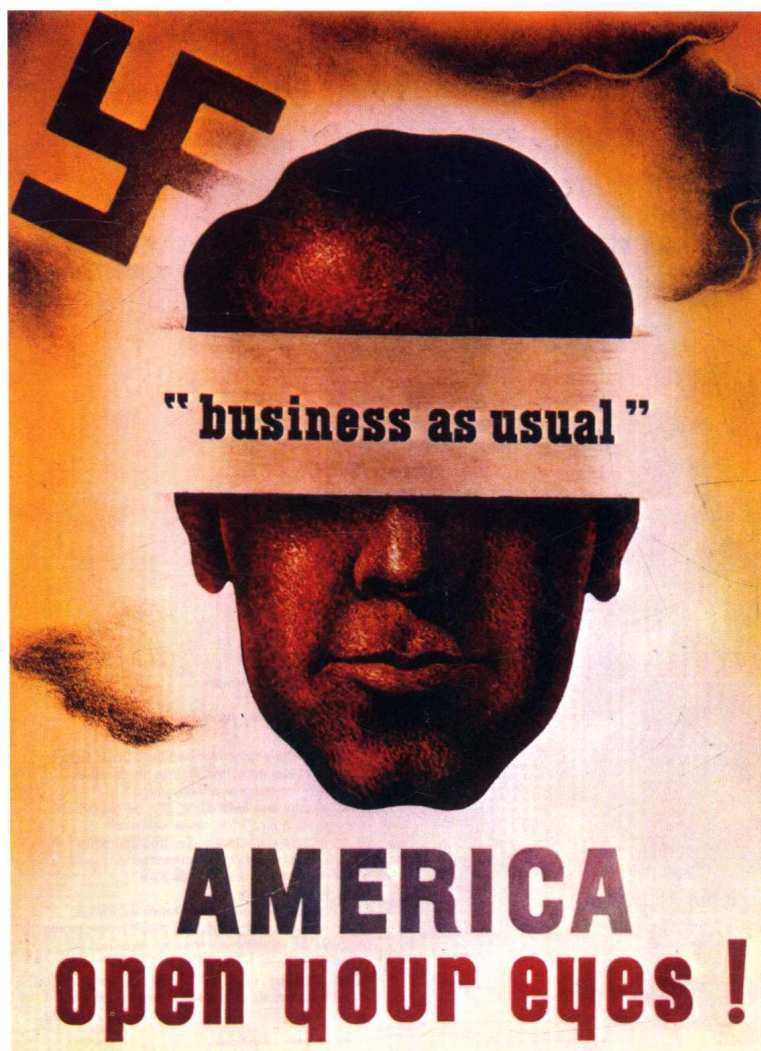
下这场战争的信心。

可惜的是，美国人的这股团结意识和信心似乎并未在珍珠港事件后就被完全激发出来，尤其是平面媒体的反应让人觉得有些迟缓。尽管部分美国学者认为早在珍珠港事件爆发前的1941年初，美国的政府机构和各地企业便已通过海报和广告的形式，最大限度地号召了美国人团结起来以应付可能到来的战争风险；但这种将设计主旨上升至国家层面的实例成果，相比起多如牛毛的商业海报和广告显得太过微不足道。这其中的原因其实十分简单，因为这种性质的海报或者广告根本不会给商家和雇主带来任何经济利益，而非营利性的政府机构又在当时国内外媾和、绥靖与孤立思潮的复杂舆论影响下显得不知所措。在国内对于是否应该派兵参战而争论不休的大环境下，政府宁可抱着骑墙观望的态度也不愿因为言语上的疏忽而招致任一阵营人士的批评与指责；甚至连《新闻周刊》这样的大型期刊都只是模糊地向民众发出一个模棱两可的警告：“你可曾做好面对危险的准备？”

《视而不见——美国，请睁开你的双眼》。这幅由画家让·卡卢于1941年7月发表的海报以当时一种少有的告诫态度向美国民众发出郑重警告：一场迫在眉睫的战争似乎已无法避免。然而可惜的是，多数美国人在珍珠港事件前仍对此漠不关心



张贴于美国中央车站候客大厅内的巨幅壁画



在明白了这点之后，我们便能理解日本偷袭珍珠港之后的近半年时间里，美国人的宣传工作为何几乎处于一种无序的糟糕状态。当然，战争初期的不利局面也让很多宣传工作者们难为无米之炊。当时，美国共有3个部门负责宣传工作，其中以国会图书馆馆长阿奇柏德·迈克利什（Archibald MacLeish）负责的专门从事战争宣传工作的精确资料办事处（Office of Facts And Figures）为主干，另外由罗斯福亲自下令组建起来的新闻统筹办公室（Office of The Coordinator of Information）和总统行政应急管理办公室（Office of Emergency Management）下属的信息情报处（Division of Information）与政府报告办公处（Office of Government Reports）也可协助完成宣传工作。但由于缺少了事实的支撑和具有说服力的数据，加之这些部门之间的相互合作很不到位，它们所

起到的宣传作用可以说微乎其微，实在没有多少显著贡献可言。

这种尴尬的局面直到1942年6月中旬才发生了根本改变。借着中途岛战役的胜利，罗斯福于6月13日正式签署了第9182号总统令，要求在总统行政应急管理办公室之下新成立一个名为“美国战时新闻处”（Office of War Information）的新机构，专门负责各类战时宣传动员、新闻报道和预警通知工作；此外，新闻统筹办公室下属的国际新闻部、出版部和图集素材部也统一划归战时新闻处管理。同时，罗斯福还请来了哥伦比亚广播公司的资深新闻记者埃尔默·戴维斯（Elmer Davis）担任战时新闻处的总负责人。随着战时新闻处的成立，美国国内混乱不堪的宣传局面很快得以扭转，而他们所完成的头一桩工作就无疑起到了凝聚信心和鼓舞士气的作用。



拿出你最好的奉献给她！（信息情报处，1941）

WE ARE NOW IN THIS WAR

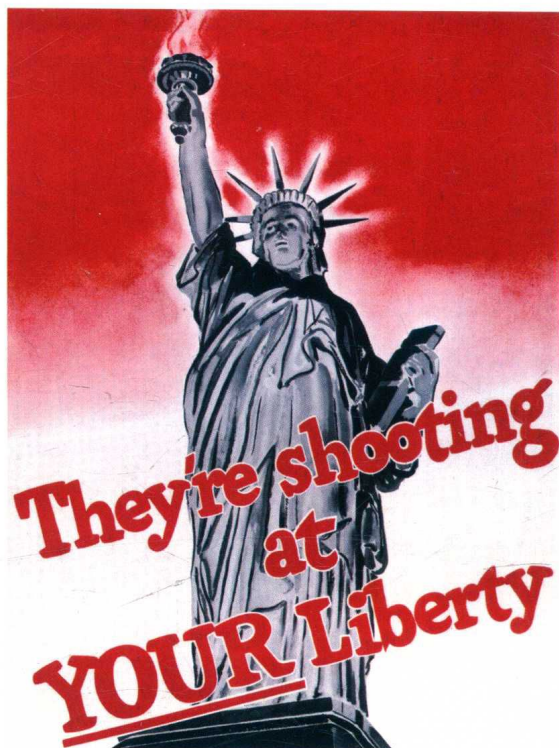
**We are all in it
all the way**

Every single man, woman and child
is a partner in the most tremendous
undertaking of our American history.
We must share together the bad news
and the good news, the defeats and the
victories—the changing fortunes of war.

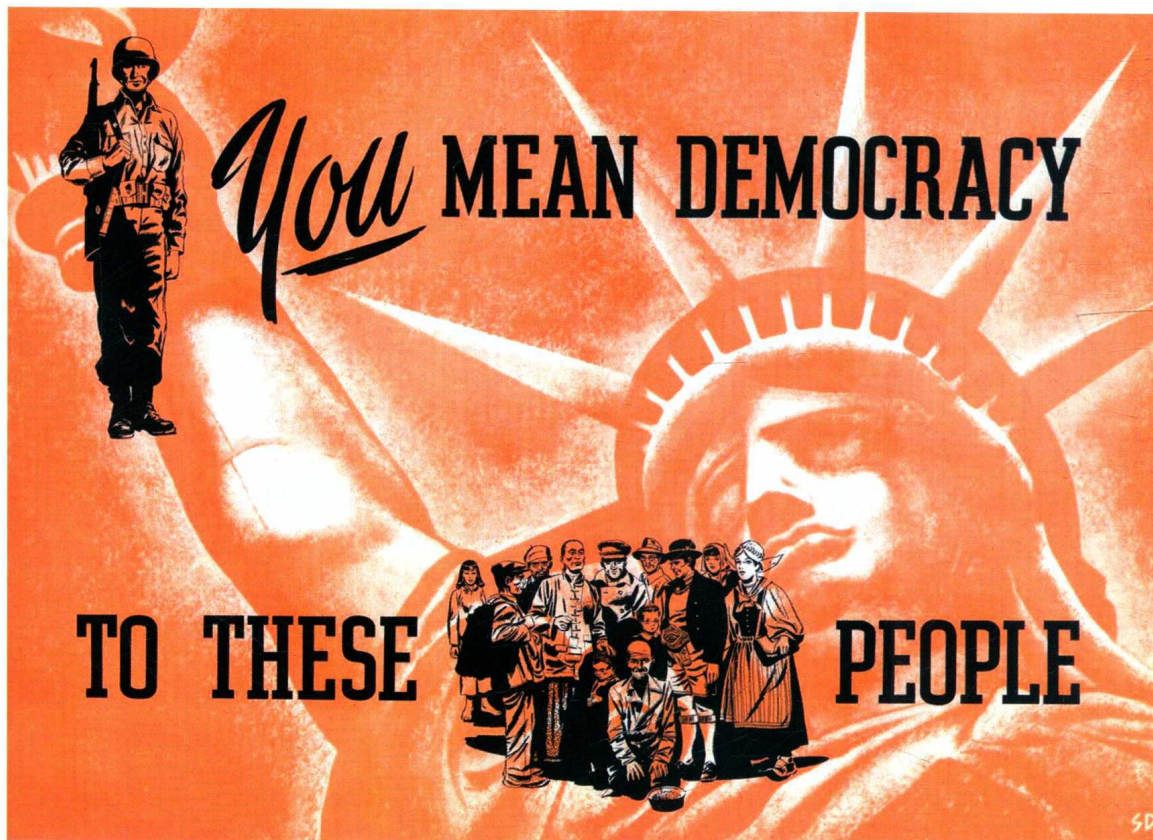
(President Roosevelt, Address to the Nation, December 9, 1941)



我们已身处战争！（信息情报处，1941）

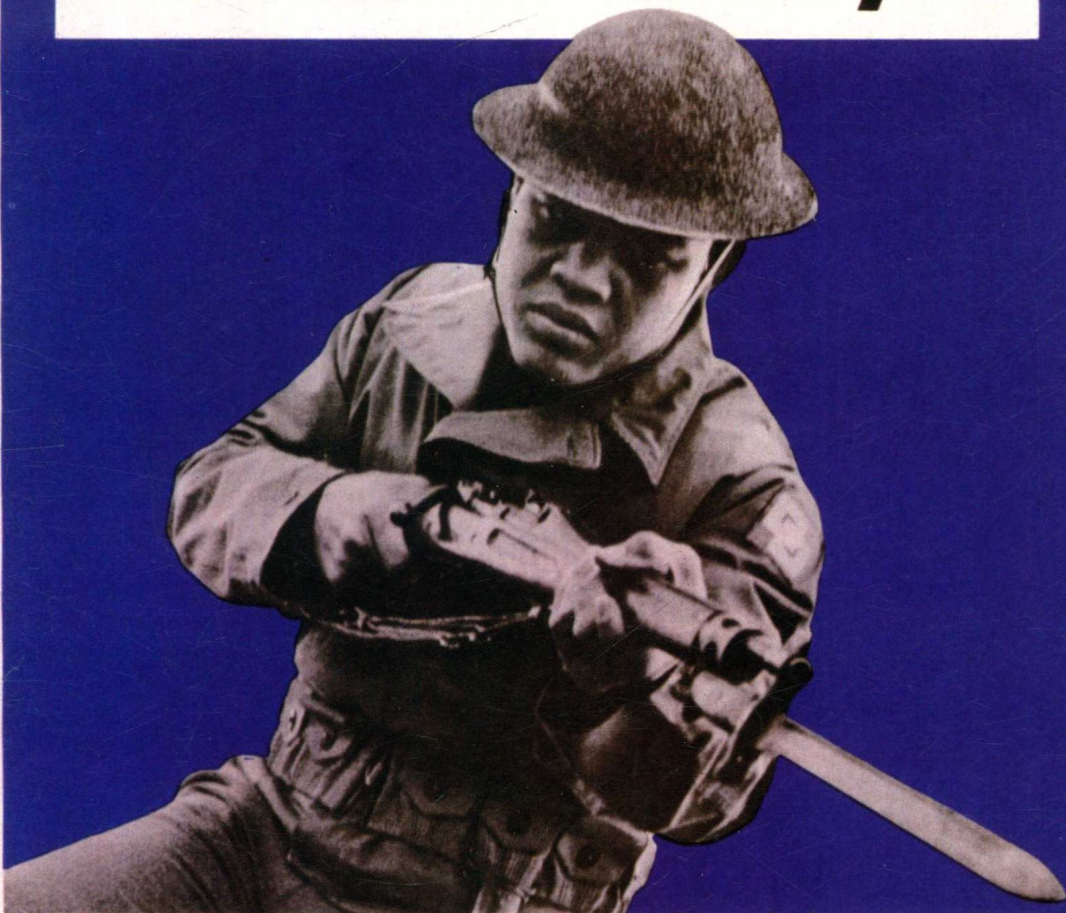


他们正在戕杀你的自由！（通用电气公司，1942）



对于这些人来说，你等同于民主！（美国战争部，1942）

Pvt. Joe Louis says—



**“We’re going to do our part
... and we’ll win because
we’re on God’s side”**

For additional copies write to Graphics Division, Office of Facts and Figures, Washington, D. C. . . . Specify GPO Jacket No. 460989.

☆ U.S. GOVERNMENT PRINTING OFFICE : 1942 — O

士兵乔·路易斯说：“我们将竭尽全力……也必将取得胜利，因为上帝在我们这边。”（精确资料办事处，1942）
绰号“褐色轰炸机”的乔·路易斯被认为是美国历史上最为伟大的重量级拳击手之一。1942年1月10日，路易斯志愿报名加入美国陆军。由于其广泛的社会影响力和特别的黑人人种身份，美国军方决定不安排路易斯加入前线部队，而是将其编入陆军特勤部门从事后勤工作并时常担任各类短片的宣传主角

1942年7月4日，每一位美国民众都吃惊地发现，沿路上所有书报亭的外摆杂志封面居然全部是三色相间的星条旗图案。这一想法最初由纽约出版业巨头赫斯特出版集团（Hearst Corporation）的一位聘用画家保罗·麦克纳马拉（Paul MacNamara）提出，他于1942年4月向美国出版业协会（National Publishers Association）建议，希望协会的所属杂志社可以考虑将一期杂志的封面统一换成美国国旗以鼓舞民众的士气。在得到了包括《时代》、《时尚》和《芭莎》等500余家杂志社的支持以后，这一提议很快就成了刚组建不久的战时新闻处的工作重点。戴维斯认为这一活动非常具有宣传价值，它可以让还有些单薄的爱国精神和相关主题加以捆绑一并向民众进行宣传。经过再三衡量之后，财政部所推行的战时债券就成了发扬这种爱国主义精神的附带表现。

当然，在美国国庆节当天推出这批杂志显然也是经过事先安排的，而这次的国旗宣传活动异常成功。到了7月24日，美国国旗协会（United States Flag Association）根据这500余家杂志的种类分别选出了8份优秀封面设计，并在这其中将画家阿伦·萨尔伯格（Allen Saalburg）为1942年7月刊的《住宅与家园》（House & Garden）杂志所绘的封面评为优胜作品。萨尔伯格的作品以著名的弗农山庄作为远景，近距离映衬美国国旗，凸现了某种传承自历史与自由的责任感，并使其立意远高于其他优胜作品。

国旗宣传活动的成功对美国二战期间的宣传工作起到了举足轻重的作用，很多画家在日后的海报作品中均尝试着加入美国国旗以突出一种崇高的爱国精神。当然作为优胜者，萨尔伯格除了获得荣誉十字奖章和爱国十字奖章以外，还受到戴维斯的亲自邀请，成了战时新闻处一名负责海报创作的受邀画家。在这里，我们不得不提及他的另一幅家喻户晓的海报作品。萨尔伯格所偏爱的新古典主义画风在这幅海报中得到了充分的展



萨尔伯格为1942年7月刊的《住宅与家园》杂志所创作的封面

示，类似简约风格的画面严谨庄重但又蕴含磅礴之力，通过背景的强烈明暗对比突出战争的威胁和邪恶，并配合林肯总统《葛底斯堡演说》末尾处的一句名言，将整个主旨挥洒到了无法比拟的极致。而萨尔伯格笔下的那面残缺不全但仍徐徐飘扬的星条旗也自此成了所有美国人心中的某种精神象征。

与此同时，战时新闻处的工作也从各个方面全面铺开。除去配合完成了大量宣传短片的创作之外，这个部门的主要职责自然还包括审核政府宣传海报的内容和设计。实际上，日后绝大多数题材的海报设计都离不开战时新闻处的参与和推进。但在此之前，战时新闻处内部曾就海报设计的理念产生了极大的分歧：其中一派认为宣传战争的海报就应该有表现战争艺术的图案和标志设计；而以从事广告业为主的另一派则认为，战争海报的设计也应该遵循广告学的常规模式，也就是更接近于商业广告的风格。前一个观点得到了

*...we here highly resolve that these dead
shall not have died in vain ...*



REMEMBER DEC. 7th!

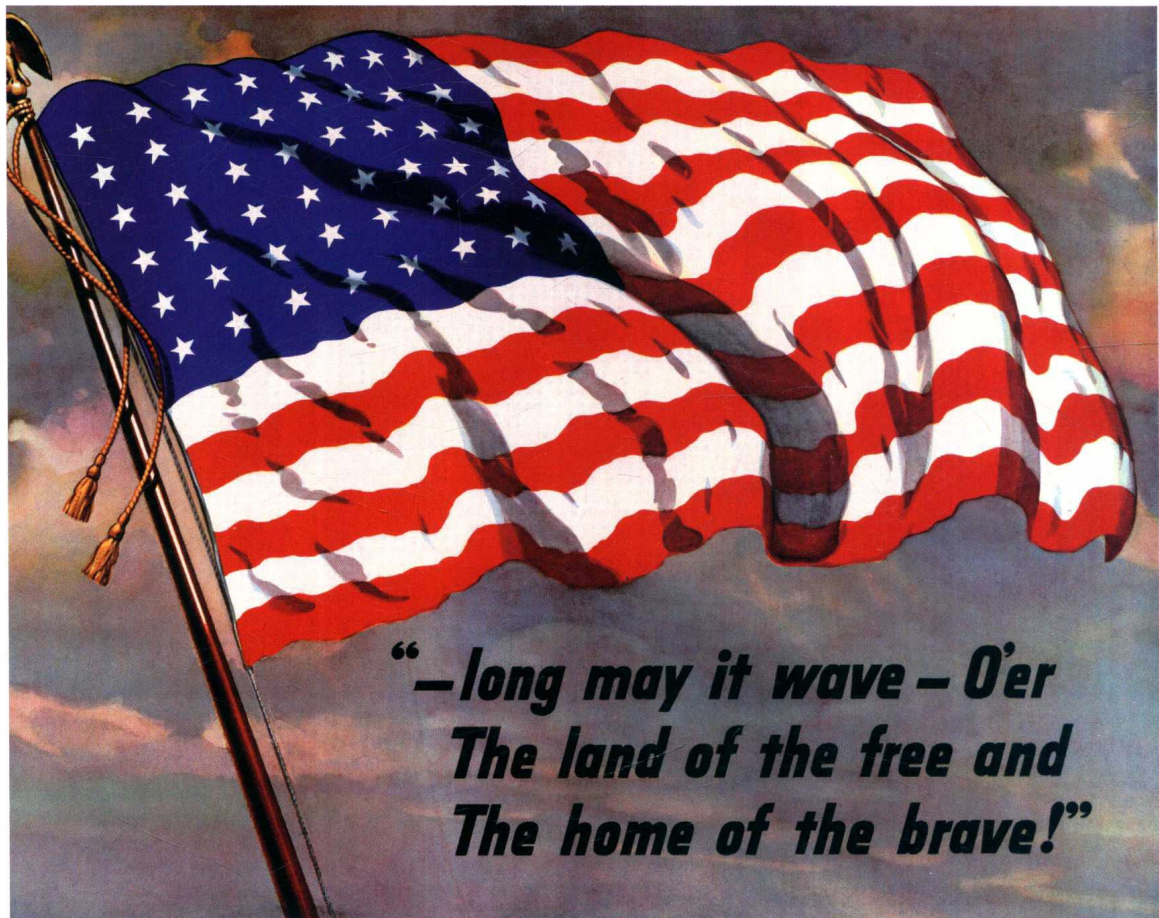
牢记 12 月 7 日！（阿伦·萨尔伯格，1942）

新闻处绘画设计主管弗朗西斯·布雷南（Francis Brennan）的支持。作为《财富》杂志的前任美工编辑，布雷南认为战争海报就应该表现“战争的艺术”，而宣传战争目的与创作手法的运用只是一种辅助手段。但当后者意见占据上风后，战时新闻处的宣传海报风格也随之发生了显著变化。在和战时广告业委员会（War Advertising Council）进行沟通以后，这个由美国广告业协会于1942年4月成立并同样旨在向民众宣传战争目的机构随即表示愿意大力配合政府部门的工作。而那些受雇于战时新闻处的广告设计者们则开始将大量的广告宣传技巧加入战争宣传海报中，虽然这其中有许多设计作品的主题内容实在过于肤浅，但其宣传广告的特质又让这些海报拥有了难以估量的传播速度。



Long May it Wave

愿其永远飘扬！（国家制造业协会，1942）



**“—long may it wave – O’er
The land of the free and
The home of the brave!”**

在自由的土地和勇敢的国度上，愿其永远飘扬！（通用汽车公司费舍尔车身分厂，1942）