

中國文化大學史學研究所

博士論文

戰爭與文宣：以中國抗日時期的話劇

、音樂及漫畫為例（1937~1945）

指導教授：呂芳上教授

研 究 生：陳逢申

中華民國九十三年十二月

中國文化大學史學研究所

博士論文

戰爭與文宣：以中國抗日時期的話劇

、音樂及漫畫為例（1937~1945）

指導教授：呂芳上教授

研 究 生：陳逢申

中華民國九十三年十二月

戰爭與文宣：

以中國抗日時期的話劇、音樂及漫畫為例

(1937-1945)

目次	1
論文提要	2
附圖表目次	3
緒論	5
第一章 抗戰對文化界的衝擊及文化宣傳的政治走向	31
第一節 戰前國民政府的文宣重點及左翼文化的特殊發展	31
第二節 戰爭對文化界的衝擊及文化組織的大聯合	56
第三節 戰時國共文化宣傳的政治對壘及其走向	71
第二章 從街頭劇到舞台劇：話劇運動的激烈競爭	87
第一節 上海至武漢時期街頭劇的鼓動宣傳	87
第二節 武漢至重慶時期話劇的成長與困境	102
第三節 重慶劇運蓬勃發展的盛況	113
第四節 抗戰末期重慶的劇本審查及其政治角力	127
第三章 從救亡歌曲到抗戰歌曲：歌詠運動的二元現象	145
第一節 上海至武漢時期救亡歌曲的鼓動宣傳	145
第二節 武漢至重慶時期抗戰歌曲的魅力	159
第三節 重慶千人大合唱的巨大聲勢	174
第四節 重慶的民眾歌詠及群眾歌詠運動	187
第四章 從救亡漫畫到抗戰漫畫：漫畫運動的嶄新面貌	203
第一節 上海至武漢時期救亡漫畫的興起	203
第二節 武漢至重慶時期抗戰漫畫的新格局	205
第三節 重慶時期漫畫運動的多元呈現	212
第四節 抗戰漫畫的通俗性：以豐子愷的漫畫為例	225
結論	243
徵引書目	277
附錄	298
附圖	308

論文提要

私立中國文化大學史學研究所九十三學年度第一學期博士論文

研究所別：史學研究所

論文題目：戰爭與文宣：以中國抗日時期的話劇、音樂及漫畫為例(1937—1945)

指導教授：呂芳上教授

研究生：陳達申

第一次世界大戰期間發展出來的「宣傳戰」，已是一種種體動力於戰場的「文化戰」。這與過去傳統戰爭的型態大不相同。影響所及，第二次世界大戰期間日本對中國發動的侵略戰爭，也基於「總體戰」體制的考量，一面極力動員記者、作家組織「筆部隊」前往中國戰地報導戰況，配合日本軍國主義的輿論宣傳；一面則針對中國的文化中心採取戰略轟炸，藉以斷絕中國的文化命脈與生機，包括上海、武漢、重慶等地都受到嚴重威脅。為此，「宣傳戰」對中國的意義，除了也要快速啟動對敵宣傳與國際宣傳的機制外，對內勢必更要趕緊克服戰前就已存在的文化失衡、沿海與內陸及城鄉差距，以及政治緊張等障礙，從事全面性的抗日宣傳與文化動員。為了達成支援抗戰的最大成效，亟須朝野共同合作整合既有的文化資源，將在散漫爭論的文化人組織起來，藉助話劇、歌詠及漫畫等文化宣傳之力，喚起中國人民的普遍覺醒和民族意識，才能畢竟其功。基於這個空前國難下文化復興的使命感，文宣工具的有效性與動員力十分關鍵。

本論文環繞著戰爭與文宣這兩個命題，探索因文化參戰及高度的文化動員所產生的新氣象，焦點在分析話劇、音樂及漫畫的宣傳強化，藉此理解戰時文化運動的蓬勃及其問題，進而以顯戰爭長期化與政治力介入對文化轉型的影響。具體上，結論在呈現論文架構的動機、目的、方法、問題意識、研究限制，以及前人研究成果。第一章說明戰爭對文化界的衝擊及文宣的政治走向。第一節談戰前國民政府的文宣重點及左翼文化的特殊發展，第二節談戰爭對文化界的衝擊及文化組織的大聯合，第三節談戰時國共文化宣傳的政治對壘及其走向。第二章以「從街頭劇到舞台劇」為題，探討劇運中政府、文化人、中共進行的激烈競爭。第一節談上海至武漢時期街頭劇的鼓動宣傳，第二節談武漢至重慶時期話劇成長的困境，第三節談重慶劇運蓬勃發展的盛況，第四節談抗戰末期重慶的劇本審查及其政治角力。第三章以「從救亡歌曲到抗戰歌曲」為題，探討歌運中民間音樂團體與學院派分立的二元現象。第一節談上海至武漢時期救亡歌曲的鼓動宣傳，第二節談武漢至重慶時期抗戰歌曲的盛況，第三節談重慶千人合唱的巨大聲勢，第四節談重慶的民眾歌詠及群眾歌詠運動。第四章以「從救亡漫畫到抗戰漫畫」為題，探討戰時漫畫運動的嶄新面貌。第一節談上海至武漢時期救亡漫畫的興起，第二節談武漢至重慶時期抗戰漫畫的新格局，第三節談重慶時期漫畫運動的多元呈現，第四節談雙子性的漫畫闡釋抗戰漫畫的通俗性。結論部分先從文化轉型的論點總結話劇、音樂及漫畫運動的特殊意義，再論文化人的處境及其牽涉的國共角力，最後從文化主導權之爭檢視文化戰場對戰後時局的影響。

附圖目次

圖1、抗戰初期宣傳機構之縱的系統圖.....	72
表1、中華全國漫畫作家抗敵協會會員名單一覽表.....	70
表2、上海救亡演劇隊負責人、經過路線及工作情況一覽表.....	98
表3、1939年「九一八」七週年紀念重慶街頭劇演出一覽表.....	115
表4、1939年「九一八」七週年紀念重慶舞台劇演出一覽表.....	115
表5、重慶市「第二期抗戰第一宣傳週」活動一覽表.....	120
表6、重慶市「第二期抗戰第二次宣傳週」籌備會工作提要表.....	121
表7、抗戰期間重慶專業話劇社、團一覽表.....	130
表8、中央圖書雜誌審查委員會會同席劇本一覽表.....	141
表9、重慶時期重要的漫畫展覽一覽表.....	214

附錄.....	299
---------	-----

附錄1 抗戰期間文化界重要人物簡傳

附錄2 抗戰期間簡要的文化大事年表

附圖.....	312
---------	-----

附圖1、抗戰爆發前夕崔嵬和張瑞芳在北平演出《放下你的鞭子》

附圖2、1938年在漢口表演《放下你的鞭子》的街頭宣傳隊

附圖3、1940年金山、王登榮率領新中國劇團到新加坡演出

附圖4、雙十節擴大宣傳週的街頭話劇演出

附圖5、重慶舞台劇的公演

附圖6、1935年李抱忱首次指揮北平14所大中學在故宮太和殿前大合唱

附圖7、1941年李抱忱在重慶斷垣殘瓦前指揮21個合唱團作千人合唱

附圖8、上海救亡漫畫宣傳隊的街頭宣傳

附圖9、控訴日軍暴行的漫畫《殺人比賽》

附圖10、激勵軍心士氣的漫畫《台兒莊的壯士》

附圖11、漫畫《為仇恨而生》刻劃逃難者的驚慌心情

附圖12、諷刺漢奸的漫畫《傀儡政權組織系統圖》

附圖13、漫畫《一個教授的餐館》突顯後方知識分子的生活窘境

附圖14、描寫躲避空襲之苦的漫畫《躲在V字形的岩中》

緒論

抗戰的爆發，將中國文化帶入新局。戰時擔任教育部長七年之久的陳立夫，曾在《三民主義的文化運動》一書中說：「戰爭是文化的試金石，文化是戰鬥力的基石」¹，其用意除了強調文化動員對團結抗日的時代價值，同時點出戰時文化在國內發展的特殊面向。歷史已有明證，戰爭對於國家文化的衝擊是多方面的，既可以摧毀文化，也可助長文化，甚至產生新的文化；反之，文化也會影響戰爭，可能是參與戰爭，可能是改變戰場的型態，甚至影響勝敗。陳立夫此言發表於抗戰第四年，當時他既感於中日「文化之戰」的重大挑戰，又深覺國內提倡文化運動的迫切，如何動員文化人投入「宣傳戰」(Propaganda War)，乃當務之急。況且，中國以文化力量「救亡圖存」的背後，因各種文化競相爭艷而掀起的另類「文化之戰」，實不容忽視。

一、「宣傳戰」與文化動員

回溯近年來有關戰爭史的研究，基於兩次世界大戰皆屬總體性質，「宣傳戰」、「文化戰」的重要性大幅提升，宣傳工具也大為不同，故西方學界研究取向產生重大變化。過去，戰爭史研究，大致以軍事、政治、外交或經濟戰為主要範疇；但無疑地，現代戰爭的性質已產生革命性變化，不但戰場擴大、敵我關係頻繁互動，又因涉及總體各個部分，所有民眾幾乎都在動員之列，更不再有前後方之分；不過真正驚人的是，傳統戰爭中少見的文化動員、宣傳隊伍，都被強力擴充並納入「總體戰」的內涵中，展現前所未見的戰力。這種文化戰力，不見得能困人之兵、使敵人流血成河，卻能煽動群眾、深入人心。

在「宣傳戰」、「文化戰」中宣傳工具的改變，主要是指新興的表演媒體加入戰場，不再限於平面宣傳品。第一次世界大戰期間，交戰國雙方都大量利用簡便

¹ 陳立夫，〈文化之戰〉，中央宣傳部文化運動委員會編，《抗戰四年來的文化運動》，下集（重慶：中央宣傳部文化運動委員會，1941年7月），頁1；陳立夫，《三民主義的文化運動》（重慶：中央宣傳部文化委員會，1941年6月），序言。

的文字宣傳，視為一種新式武器，只是運用上協約國略勝一籌。英法等參戰國在宣傳上爭奇鬥勝，經常將宣傳單、宣傳小冊等平面性文宣，張貼或空投戰區、敵國，這種威力遠超過鋼彈的宣傳品，當時號稱「紙彈」，²鋼彈祇能毀滅敵人的肉體，並不能奪敵人意志，使用範圍限於戰場；紙彈的作用則在沮喪敵人心志，且不受地理限制。最能靈活運用「紙彈」這種文字武器的國家，首推英國。其「紙彈」所到之處，竟會出現在遙遠的亞洲中國，可見其宣傳攻勢確實「無微不至，無遠弗屆」。³除此之外，英法也大量利用歌謠、明信片向德軍煽動「思鄉」情緒，唆使其投降或逃亡，同時動員眾多戲劇演員進入軍中表演⁴，以鼓舞士氣，動員漫畫家、攝影師、雕刻家等製作各種寫真和速寫，製造德國人喪屍般的恐怖事實或殺俘放毒等非人道行徑，讓德國前線官兵誤以為即將戰敗，而且後方糧食匱乏、社會不安、反戰情緒高漲。⁵戰後，德國軍事家魯登道夫曾檢討德國的失敗，「不是武力的失敗，而是宣傳的失敗」。⁶此話絕非過差之詞，乃是他深切了解「宣傳戰」的威力所在。英法宣傳之道，戲劇、漫畫等通俗文化實在居功厥偉。

一般而言，在文化動員中，藝術宣傳與文字宣傳的最大分野，在於宣傳主體是「人」的本身，以表演活動取勝。追溯系統化研究宣傳活動的早期，宣傳的種類就被區分為語言、文字及藝術宣傳三種。其中，文字宣傳主要指上述宣傳單、

宣傳小冊以及小說、詩歌、散文等；藝術宣傳則包含戲劇、電影、漫畫、音樂等多種文化形式。藝術宣傳的功能，和平時期可以作為通俗娛樂、傳播、教育、國際交流等多重用途，戰時又可視為宣傳工具，與報紙、圖書雜誌、廣播電視、電影等大眾化傳播工具同樣具有宣傳的功効。⁷在宣傳效果上，戲劇、電影這兩種表演媒體，自然比漫畫、音樂吸引人，但在一個以傳統農業社會為主科技落後的結構體，有效的傳播系統如廣播電視尚未建立，自然需要仰賴既有政治與文化組織，以動員文化人的力量。這對近代中國的文化輸入來說，話劇、歌詠和漫畫可說是較早引進沿海城市的新興媒體，被視為大眾化的傳播工具。

若撇除電影不論，話劇、歌詠、漫畫都是 20 世紀初以來新興的文化活動。話劇不用說，可說是戲劇中最新型也最活潑的劇種，音樂中的大眾歌詠，也在城市中蔚為一種適合大眾詠唱的新形式。兩者也都以「人」本身作為宣傳主體，具有表演的形式。借用新聞學的概念來解釋，宣傳可分為「人身宣傳」(personal communication)與「非人身宣傳」(impersonal communication)兩種，電影、戲劇和音樂即屬於前者。⁸這是因為它們皆以人身作為宣傳媒介，既現身說法，又有聲有色，具有親自宣傳的積極效用。其中的戲劇和音樂，是電影業無法應用時最佳的文化形式，效果十分特殊。1950 年代以後，社會科學研究領域快速發展，若借用大眾傳播理論中「個人身影響」的概念，則觀念通常透過大眾媒介作「兩級傳播」，而宣傳的訊息亦可藉由各種宣傳隊伍流向街頭輿論領袖，再「流向人群中較不主動的那些人」。⁹至於漫畫，若是以漫畫隊的集體方式出現，或配合話劇歌詠的演出，也可以造成類似的影響力，而這種「個人身影響」的擴散，既是一種近距離的宣傳，也是一種說服力極高的宣傳。

另外，從戲劇教育的觀點出發，又可采用「人身扮演」(personal play)的概

² 「紙彈」一詞見〈作者不詳〉，《宣傳技術—又名心戰學》（出版地不詳：國防部新聞局，出版時間不詳），頁 1。

³ 第一次世界大戰時中國對德宣戰但未參戰，戰時擔任宣傳部長的梁啟超曾發表〈宣傳之研究〉一文，回憶他求學期間常在校中收到英國的宣傳資料，並形容這種遠來的宣傳攻勢是「無微不至，無遠弗屆」。

⁴ 除了逃出國外（瑞士）的劇人藝術家外，巴黎的劇團竟也出現嚴重缺人的現象，連國家劇院都必須找戲劇學校的學生來填補演員陣容。張曉華譯，《世界劇場史》，下冊（台北：政治作戰學校譯印，1992 年 6 月），頁 120。

⁵ 基於一戰時宣傳上的失敗，戰後的德國急起直追。從 1933 年希特勒掌權至 1945 年二戰結束為止，德國大多數劇場皆淪為政治的附屬品，但許多沒有離國的戲劇家轉入地下從事寫作或演出歷史劇，或故意不以現實為時代背景以增進統治當局。將納粹權力提供條頓民族過去的戲劇，及完全北歐化的演出形式，但仍有一些戲劇從業人員不願配合納粹的意識型態，依舊堅持保有自主性。（日）小松孝著，莊祖華譯，《戰學與宣傳》（重慶：正中，1945 年 11 月，初版），頁 33-39；張曉華譯，《世界劇場史》，下冊，頁 120。

⁶ 雖然德國當時並未真正重視宣傳之力，德國軍事學的學士，墨修中將早已預言「未來可怕的戰爭，便是武裝宣傳的鬥爭，戰爭一經宣戰，則一面是戰時的劇烈站立，投奔陣，開槍，從事屠殺；一面是日夜加工，從事印刷，紙彈砲彈，同時投擲敵人戰線，而專以筆桿、語言等為武器的宣傳者，便在後方大肆活動。」（日）小松孝著，莊祖華譯，《戰學與宣傳》，頁 1。

⁷ 傳統上，官方建立傳播系統，以維持及鞏固權勢，如秦始皇修驛道、建立驛站、訓練信鴿等，目的在方便朝廷與各地間消息和命令的傳遞。另如設置巡官，係作為官民溝通的孔道。莊琪，《文化與傳播》（台北：三民，1982 年 4 月），頁 38-42、67；王洪鈞，《大眾傳播與現代社會》（台北：正中，1987 年 9 月初版），頁 139-154、267-268。

⁸ Oscar G. Brockett, *History of The Theatre*. Boston: Allyn and Bacon Co., 1987, p. 604.

⁹ Katz, E. & Lazarsfeld, P. F., *Personal Influence*, Glencoe: Free Press, 1955. 轉引自麥爾登 Denis McQuail 等著，楊志弘等譯，《傳播模式》（台北：正中書局，1988 年 9 月初版），頁 84-85。

念來分析，戲劇的演出本是由人扮演的模擬過程，由於觀眾親自參與，身歷其境地看見實際情況，可激發出一股強大的感染力，使戲劇教育產生良好效果。¹⁰音樂雖不一定具有「人身份演」的條件，但若配合易學易懂的情境，加上集體歌詠或合唱的聲勢，其臨場感染力也不能小覷。總之，一戰期間廣泛使用的文化形式中，戲劇和音樂既具備專業技巧，又可目視耳聞，無論對敵宣傳或國際宣傳都發揮很大的影響力，只是國內的需求較小。

由於戰爭規模擴大，宣傳工具的使用必須配合文化動員，「宣傳學」隨之興起。第一次世界大戰期間美國的例子，便足以說明文化宣傳後續的發展。為了爭取美國加入己方，德奧及協約國在美國國內曾展開相當激烈的宣傳戰，後來，美國選擇對德宣戰，同時開始全民總動員，首先是添設以陸海軍為首的宣傳機關，負責一切內外的宣傳事宜，同時集結所有新聞記者、文學家、畫家、律師之力，製作各種宣傳品散發國內外。¹¹這時美國政府也投入相當多的心力，將宣傳作為傳播研究的重要起點，從事學術探討，1927年拉斯威爾（Lasswell）《世界大戰中的宣傳技術》（*Propaganda Technique in World War*）一書出版上市，立刻受到各方重視，由此可見一斑。¹²戰後，英美又在原有宣傳戰的基礎上，發展「宣傳學」、「心理作戰」的理論，進而衍生「四線戰爭」之說，即包含軍事戰、外交戰、經濟戰及宣傳戰四方面。¹³「宣傳學」的學術研究，遂在理論實務相互印證之下急速發展。

至於「宣傳研究」成為學術研究的新領域，則是近年來的事。第一次世界大戰後，學術界透過對「宣傳」一詞的重新界定，思考「宣傳」在戰場上的正面意義。此一重新詮釋，係西方學者共同的戰爭體驗使然。這是因為戰爭下的宣傳通常過於誇張不實，或不擇手段醜化敵方，於是德軍常被視為惡魔的化身，危害世人，既過度誇大，內容用語亦十分煽動，因此宣傳這個字眼成為虛偽、謊言、洗

腦、操縱的同義詞。¹⁴協約國對敵人的宣傳戰雖然佔盡優勢，但「宣傳」已是負面詞語。當時「宣傳」的原文是 advertisement，學者將之改為 Propaganda，並釋意為：宣傳者經過審慎計劃，透過宣傳媒介的運用，形成或改變被宣傳者的觀念、意見、態度或行動的活動過程。而這個活動過程，又是大眾傳播活動的過程，與「說服」同樣具有教育意義。及至第二次世界大戰期間，各國普遍以「新聞」（journalism）一詞取代「宣傳」，學界的解讀更為通俗：如「情勢扭轉」或「組織性的說服」。¹⁵總之，「宣傳研究」這個知識體系的創新研究，從一戰演變至今，已發展成一個新興的研究領域，目前又正醞釀成一個獨立學科，其範疇之廣，包含媒體廣告、思想戰、心理戰、再教育、洗腦、公共和人際關係等各方面。只是，宣傳與戰爭的密切關係，若被侵略者利用，則後果不堪想像。

無論如何，將本國文化融入宣傳戰場已是時勢所趨。僅以宣傳的重要性來看，戰時的需求更加特別。平時，宣傳主要是國家推行政策的工具，多數國家都設有專司宣傳的機構及嚴密宣傳網的分佈；戰時，則宣傳之大用有如水一般可以載舟、覆舟，可以製造或掀起戰爭，也可防止或撲滅戰爭，宛如一種殺敵的重要武器或戰鬥方式。¹⁶若能緊密結合文化與宣傳，這種戰爭利器不但能動搖敵軍戰力，達到破壞敵軍紀律、解除敵人武裝等目的，同時能激勵人民的敵愾心、振作軍隊士氣，於無形中搏合內部，影響戰爭的最終命運，堪稱是一種「心靈彈藥」¹⁷。為了獲取成功的文化動員，一戰期間各國也和美國一樣，將宣傳機構作為整合資

¹⁴ 基於第一次世界大戰時宣傳上的失敗，戰後的德國急起直追。從1933年希特勒掌權至1945年第二次世界大戰結束為止，德國大多數戲劇皆淪為政治的附庸品，但許多沒有離開的戲劇家轉入地下從事寫作或演出歷史劇，或故意不以現實為時代背景以暗諷統治當局。納粹雖極力提倡頌揚民族過去的戲劇，及完全北歐化的演出形式，但仍有一些戲劇從業人員不願配合納粹的意識型態，依舊堅持保有自主性。（日）小松孝彰著，汪祖華譯，《戰爭與宣傳》，頁33-39；張曉華譯，《世界劇場史》，下冊，頁120。

¹⁵ 第一次世界大戰期間，各交戰國不擇手段醜化敵國或誇大戰果，宣傳成為「虛偽」的代名詞，故西方國家頗為厭惡 propaganda 一詞，逐漸改稱為「政治作戰」（英國）或「心理戰」（美國）。至二次世界大戰中則普遍用「新聞」一詞。（Carth S. Jowett and Victoria O'Donnell，陳彥希等譯，《宣傳與說服》（台北：華信，2003年1月），頁211-212；林東泰，《大眾傳播理論》，頁97。

¹⁶ 《戰爭與宣傳》一書是日本學者小松孝彰所著，原名《戰爭與宣傳的恐怖》，全書舉例甚多，但論述少，所述多為第一次世界大戰時各國宣傳的統緒，初版未風行一時，但在中國尚未見有全部譯本。（日）小松孝彰著，汪祖華譯，《戰爭與宣傳》，頁1-2。

¹⁷ Carth S. Jowett and Victoria O'Donnell，陳彥希等譯，《宣傳與說服》，頁211-212序。

¹⁰ Peter Slade, *Child Play* London: Jessica Kingsley Publishers, 1995, p.2.

¹¹ （日）小松孝彰著，汪祖華譯，《戰爭與宣傳》，頁9-10、17。

¹² 林東泰，《大眾傳播理論》（台北：師大書院，1999年9月，增訂一版），頁97。

¹³ 陳訓正，《國軍政工史稿》，轉引自作者不詳，《宣傳技術—又名心理戰》，頁3。

源的核心。自從歐戰發展出「宣傳戰」的概念後，不僅許多文化活動轉向勞軍及支援作戰，宣傳也成為政府部門不可或缺的環節，亟運用傳播媒介的宣傳力量，來動員疏離或孤立的民眾，凝聚己方的軍心士氣，並瓦解敵人心防。為此，英國首創「國家愛國協會中央委員會」，又先後在政府機構中設立「戰爭宣傳局」、「戰爭委員會」與「對敵宣傳部」，建立一套有效且龐大的宣傳系統。稍後，各國亦相繼設置「宣傳部」的類似組織。德人魯登道夫(Sue lenelorf)曾向首相建議創立「宣傳部」，企圖挽回頹勢敗局，但為時已晚。¹⁸中國要抵抗日本侵略，能否借此一教訓，攸關「宣傳戰」的成敗。

二、中日的宣傳競賽與中國從事宣傳的困難

「筆部隊」¹⁹的派遣，是日本發動侵華戰爭首波的宣傳攻勢。早在第一次世界大戰之後，日本軍部就開始依據德國「國家總體戰」的軍事理論籌建總體戰體制，以製造戰爭空氣並煽動戰爭情緒，同時利用各種宣傳工具強化軍民關係，先後完成了1931年侵佔中國東北、1937年侵略華北的輿論準備。²⁰為進一步強化

軍國主義體制，舉國一致配合其侵略「國策」起見，又於1937年7月要求各新聞通訊社和雜誌社協助戰爭，8月隨即發布《國民精神總動員》，9月將負責戰爭宣傳的「陸軍情報委員會」升格為「內閣情報部」，藉以統合宣傳機構及文化資源，對內對外展開大規模的「宣傳戰」。在民間機構派出「從軍作家」到中國報導戰況之後，政府更於9月武漢會戰期間先後派出兩支由文學家組成的特殊部隊，以筆為槍，配合日本帝國主義的煽動宣傳，為征服大東亞而搖旗吶喊，或把戰爭責任推給中國，或為其發動侵略強詞辯解，或美化皇軍的種種殘暴行徑，或醜化中國軍民，或歪曲佔領區的狀況。這些解釋戰爭、描述戰況的軍陸作家，遊走在華北、華中、華南等地，號稱「筆部隊」。他們穿著軍服、佩帶軍刀手槍，從軍部領到高額津貼，儼然是一批出征的將軍，但其發表的「戰爭文學」，不僅以己身的戰爭體驗作宣傳資本，且大都主觀失真，終究淪為軍國主義的宣傳工具。

²¹從總體戰的觀點看，日本是侵略的一方，動員文學家到中國戰場自有宣傳價值，但就抵抗的一方來說，中國文化具有滅亡危機，文化總動員勢在必行。

野戰前中國的弱勢，急需的是文化總動員的能力。或者說，中日「宣傳戰」的成敗，實取決於一種文化的轉型。傳統以來，戰爭對文化的影響大多是負面的，文化人也很少在戰場上發揮作用；自清末反滿革命到民國北伐時期，演講集會與文字宣傳是最主要的方式，雖曾籌款創立「白話配景新劇」²²散播革命思想，但未曾出現大批文人或文化人投效戰場的現象，因此文化參戰這種總動員的觀念，始終十分欠缺；加上三〇年代的文藝走向，在九一八事變東北淪陷的刺激下，仍徘徊在傳統與西化、內憂與外患的兩難格局之中，新興的文化運動也只在東部沿海、少數都市及特定階層中醞釀，不僅尚未成熟發展，其中還存在不少問題：

個別記者若對此持有疑問，面對軍國主義的強大勢力也不得不妥協。王曉東，《喉舌之戰：抗戰中的新聞對壘》（桂林：廣西師範大學出版社，2001年1月），頁9-10。

²¹ 王向遠，《「筆部隊」和侵華戰爭——對日本侵華文學的研究與批判》（北京：北京師範大學，1999年7月），頁90-124。

²² 「配景」指「佈景」，「新劇」即日後的「話劇」。湯承業，《國父革命宣傳志略》，上冊（台北：中央研究院三民主義研究所，1977年11月），頁772-773；湯承業，《國父的宣傳志略》（台北：中央研究院三民主義研究所，1977年），頁26-28。

¹⁸ 英國為動員大批「愛國軍隊」抵抗「恐怖的德國」，特在1914年8月首創「國家愛國協會中央委員會」，透過這個私人機構進行宣傳與衝鋒，其中專聘電影及電報部門的設置，使宣傳事業從此大為擴張。不久，英政府又組設「戰爭宣傳局」(1916年)與「戰爭委員會」(1917年)，以整合對外對內所有的宣傳活動。1918年3月創設「對敵宣傳部」，將設計出來適合大戰的宣傳管理工作表，結合對敵的政治戰與對內宣傳的心理戰，建立了一套新穎有效且適合大動員的宣傳系統。戰後德國雖對失敗的原因，認為並非敗於敵軍的總體，而是敗於英國的「紙牌」，也因此，第二次世界大戰一起，德國特別強調宣傳戰，有所謂「宣傳大總動員」的設立，新華的加強思想戰的優良技術。特於1935年設立「高等宣傳學校」，宣傳途徑通過為國家政治學校的主要課程。Carth S. Jowett and Victoria O'Donnell, 薩希希等譯，《宣傳與說服》，頁211-212；汪祖華譯，《戰爭與宣傳》，頁1。

¹⁹ 「筆部隊」一詞，首次出現在日本作家白井重二《筆部隊組成的總綱》一文中。他於1938年8月23日參加由內閣情報部主持的會議，後就其回憶錄寫此文。此次會議共邀請12位作家與會，會中陸軍省松村中佐講解武漢攻堅戰時，提出先派20名左右作家到中國前線從事宣傳的計劃。不久，內閣情報部公佈22位從軍作家的名單，新聞媒體對這批從軍作家大肆宣傳，稱其為遠征中國大陸的「筆部隊」，入選者也在報刊上發表感想，鼓舞、表示志心，大出風頭，一時成為輿論的寵兒。王向遠，《「筆部隊」和侵華戰爭——對日本侵華文學的研究與批判》（北京：北京師範大學，1999年7月），頁86-90。至於中國的「筆部隊」，是指1939年6月18日由中華全國文藝界抗敵協會派出的「作家戰地訪問團」，該團共14位文學作家，由王禮鑾擔任團長，從重慶出發，暫習以小說、戲劇、散文及圖畫等形式，用筆「去暴露敵人的殘暴，去消滅侵略者的靈魂」，〈陝西行記（高橋）〉，《抗戰文藝》，第3卷第34期合刊；《作家戰地訪問團史料選編》（成都：四川省社會科學院出版社，1984年），頁128-131；鄭明武，《陪都文化圖》（烏魯木齊：新疆大學出版社，1994年10月），頁119-122。

²⁰ 早在1931年九一八事變時，日本政府便發動所謂的愛國運動，各報之間紛紛展開報導戰爭，派出大量記者編組戰地報導隊，僅《朝日新聞》、《每日新聞》就派出300餘人的報導隊五隊。當時，關東軍總樞「柳條湖事件」是中國軍隊引起的，守衛滿鐵的日本軍隊是為了自衛而反擊。

但當抗戰一起，文化的轉型已迫不急待，它不僅意謂各種文化形式必須為呼應戰爭而從事宣傳競賽，舉凡宣傳工具的效能、宣傳力量的整合運用及文化活力的發揮，更決定抗戰效能並改變戰時文化的走向。

換個角度說，抗日戰爭爆發之初，政府忙於軍事抵抗，文化人熱烈響應，固然是國家危難時刻的真情流露，但如何利用現有的文化基礎充分發揮宣傳的影響力，打一場非傳統性的戰爭，應付日本這個已經出動總體戰力的強敵，才是民間、政黨和政府力量的真正考驗。文化界是否推出有效的宣傳工具，文化團體能否組成強大的宣傳隊伍，文化資源的運用能否擴大整合，各種政治勢力能否齊心從事宣傳工作，更關係「宣傳戰」文化動員的效果。特別是，日本的侵略行動具有毀滅中國文化的野心，文化的常態發展本來就難以維持現狀，日軍大肆轟炸文化中心，又勢將危及文化命脈，因此如何讓文化轉化成為一種戰爭武器、讓原本散漫的文化人大團結，並啟動最大效能的文化動員，端賴宣傳功效的大小與文化自身的活力。²³相較於第一次世界大戰期間宣傳主軸明確、國力又強大的歐美國家，中國是個長期分裂、政治動盪的落後國家，三〇年代文藝運動雖然蓬勃，長期的文藝論爭與門派之爭始終紛擾不安，話劇和歌詠也才開始在文化運動中初露頭角，能否承擔團結各方、全面宣傳的浩大工程，尚在未定之天。

總的來說，面對中日大戰的來臨，文化與宣傳的結合能否締造成功的「宣傳戰」，依筆者之見，應檢視四個足以促使文化轉型的基礎條件：一是戰前是否已具備文化動員的政治基礎，二是文化宣傳能否克服文盲眾多、沿海與內陸的差距等障礙，三是宣傳工具能否解決文化「大眾化」的難題，四是戰前國共的政治角力能否結束並共同致力於抗戰。驗證戰前的實際情況，第一與第四項屬政治性，困難較大；第二、三兩項則已有克服條件。以下分述之：

第一，對日抗戰之前，中國粗略建構了有利於文化動員的政治基礎。有鑒於宣傳在歐洲戰場展現的驚人力量，中國國民黨早在北伐戰前便於黨內設有宣傳組

織。²⁴基於思想戰和宣傳戰的需要，革命運動的宣傳不可離開群眾，加上國民黨革命之宣傳應在文化活動中進行的體認，黨務工作的觸角試圖伸向文教領域，以加強文化宣傳。²⁵只是，此時的文化宣傳即三民主義宣傳，三民主義思想乃文化宣傳的最高指導原則。²⁶為了加強軍中的政治工作，又組成宣傳隊伍，分成固定宣傳團和流動宣傳隊兩種，以建立一支信仰三民主義的黨軍。²⁷此時軍中文宣的角色雖然吃重，但政治意識型態色彩鮮濃，宣傳團或宣傳隊亦缺乏詳細分工，還沒有話劇、歌詠、漫畫等專屬團隊的出現，也不具文化動員的意義。

文宣工作的起步，有賴國民黨宣傳機能的完備。為了開始規劃文化方面的宣傳工作，1928年中國國民黨核定宣傳部組織，並設普通宣傳、特種宣傳、徵審、

²⁴ 中國國民黨第一次全國代表大會在其改組的同時，也通過《出版與宣傳案》，促使宣傳事業組織化、系統化。〈革命文獻第七十六輯內容提要〉，《革命文獻總目：第一輯至第一〇輯》（台北：中國國民黨中央委員會黨史委員會編輯，1985年6月），頁912。

²⁵ 「文化宣傳」一詞首創於孫中山，意指國民黨革命之宣傳應在文化活動中進行，須以教育為其根本活動，與民眾動相緊密配合。孫中山深明宣傳與文明進步的關係，曾說「世界上的文明進步，多半是由於宣傳」，「革命成功極快的方法，宣傳要用五成，武力只可用一成」。蔣介石對於文宣工作的積極性推動，則見於1931年11月第三屆中央執行委員會第二次臨時全體會議通過的《改造宣傳方案》，他曾指示「尤其重要者則本黨革命志在服務於全國國民，故宣傳之事業決不可以黨性為自固，而必須與文化教育及一切社會事業相溝通。」詳見《革命文獻》，第79輯（《中國國民黨第一次全國代表大會重要決議案彙編》（上）），中國國民黨中央委員會黨史委員會編輯，頁244；鄭士傑，〈抗戰前後中央文化宣傳方案之研究 1928-1945—中國國民黨中央宣傳部功能之分析〉（台北：台灣大學三民主義研究所碩士論文，1987年6月），論文提要。

²⁶ 中國自古已有「攻心」、「上兵伐謀」的心戰觀念，但現代宣傳術的運用是歐戰結束後輸入的，孫中山早在清末革命行動時已認識宣傳的威力，遂要求黨員宣傳主義，視宣傳為教育，演繹三民主義時又指明「這次國民黨改組，所用教國方法，是注重宣傳」，同時認為「宣傳就是攻心」，革命運動絕不可離開群眾，因此系統化地出現政治工作和宣傳隊。1924年國民黨採行聯俄容共政策，決定舉全國之力，以系統化的組織從事宣傳事業，於是創立了「中央宣傳部」，北伐前又改為宣傳機構，開始加強軍中的文宣工作，並落實三民主義宣傳。北伐軍司令部蔣介石曾數次對政工人員訓話，指宣傳即「鼓勵」、「煽動」之意。〈黨務進行表以宣傳為重〉（頁1-510）及〈統一中國須靠宣傳文化〉（頁401-402），〈民族主義〉，第一講，〈國父全集〉，第2冊，（台北：國父全集編輯委員會編輯，1989年）；作者不詳，〈宣傳技術—又名心戰學〉（出版地缺，國防部新聞局），頁1-2。

²⁷ 固定宣傳團有一定地區，為一非流動性的團體，如1933年成立的華北宣傳總隊，負有在北平固定發行《北平日報》等任務，但其所轄的12個大隊可以從事流動巡迴的工作，流動性的團體，指機靈宣傳隊，在北伐前通常由部隊長或幕僚長指揮，隨先遣部隊出發工作，此後因軍隊中設有政治工作，隨軍宣傳隊通常由政工人員組織，也有不另行組織，僅由政治部隨軍宣傳。抗戰初期政治服務團性質與此類似，實惠寧曾檢討戰前軍中的宣傳工作，存在「宣傳不傳」和「傳而不宣」的弊病，成效不理想，見作者不詳，〈宣傳技術—又名心戰學〉，頁9-10、20-21。當時實惠寧所謂「傳而不傳」，是指中央新政無法定於邊疆及鄉鎮辭傳，「傳而不宣」，則指機密公文常有外洩之情事，如被文宣甲長張站。

²³ 王愷五，〈戰時我國文化的動向〉，中央宣傳部文化運動委員會編，《抗戰四年來的文化運動》，下集（重慶：編者印行，1941年7月），頁5-6。

出版、總務等五科，藝術設屬出版科。²⁸1935年12月國民黨通過《中央執行委員會宣傳部組織條例》，擴大組織，設有普通宣傳、特種宣傳、國際宣傳、電影事業處及總務處等五處。其中文藝科隸屬特種宣傳處，主要職務為指導各級黨部之文藝宣傳、聯絡各文藝團體並扶助其事業發展，編製審查各種詩歌、小說及戲劇等作品，並糾正其錯誤。²⁹接著，1936年3月通過《今後黨務工作綱領》，將宣傳工作分為八項，其中推進文藝宣傳一項又包括實施本黨文藝政策並創作本黨文藝作品等六方面，提倡和查禁並重。³⁰國民黨的宣傳組織由分股、設科到設處，正顯示文宣工作的積極性。

針對社會大眾的文宣，初期僅載入黨的宣傳方略中。中國政府因實施安內攘外政策，反日意識不能太顯明，既無法支持反帝愛國的運動風潮，又要與高舉民族主義旗幟的左翼及共產黨相抗衡，故1927年北伐結束前中國國民黨所頒布的《中國國民黨宣傳方略》，僅提示結合民眾運動的必要，並未重視文化運動的開展。只能說是「宣傳方略」，而非「文化宣傳方略」。³¹查看歷次的全國代表大會

及中央執行委員會紀錄，其中除了黨務宣傳工作的檢討外，雖也提出若干有關文化政策之決議案，實則缺乏明文制定的文化政策³²，充其量只是宣傳方略的修正案，黨與民眾團體及社會文化組織的隔閡甚大，有關黨務部門又缺乏與中央宣傳部的橫向聯繫，以致文化宣傳僅以三民主義為主軸，過於空泛，無法走入社會，而徵審工作，大多著眼於少數反動文藝刊物的取締，工作屬性頗為消極。³³

再細看國民黨宣傳組織中的話劇工作，主要由其文化事業帶動，而文化事業的重心，首在電影。為因應三〇年代左翼電影積極開疆闢土，國民黨內不斷設立對應組織，從早期的中央電影文化宣傳委員會、中央文化事業計劃委員會，到電影事業指導委員會、電影事業處，再到戰時的電影戲劇處，處處均可見電影事業受重視與規範的程度。³⁴甚至到了抗戰初期，代理宣傳部長周佛海一面新設宣傳指導員，一面還認為「電影事業為宣傳最有力之工具」，必須加以統制。³⁵儘管如此，伴隨電影業的興盛，不少話劇人和歌曲創作參與電影工作，話劇和歌詠運動也逐漸浮上檯面。1936年1月中央宣傳部成立後，除了調整中日關係開

²⁸ 宣傳部五科中的特種宣傳，工作在以三民主義思想為導並防堵異端傳播。特種宣傳從戰前到戰時，皆具有同一任務，即把重點放在團體「違反三民主義總理遺教及違背言論，及抗戰建國綱領之規定，妨礙黨部抗戰建國的前途，而其言論態度完全以黨外私立立場」所作的宣傳。具體的手段是根據領導和糾正糾正，而糾正又分為以三民主義理論宣室正正的「聖戰」，及運用各黨派和團體份子群起而攻的「孤立」兩種。中央研究院近代史研究所，《中國國民黨宣傳方略》（臺北：中央研究院近代史研究所，2005），頁285-286；鄭士傑，〈抗戰前後中央文化宣傳方略之研究〉，頁356。

²⁹ 宣傳五處之中，普通宣傳處設指導、編審和新聞三科；特種宣傳處設指導、編審、文藝及海外宣傳四科。其中文藝科的職務有三：一是指導各級黨部關於文藝宣傳之事項，二是規劃並聯絡各文藝團體並扶助其事業發展，三是編製審查各種詩歌、小說及戲劇等作品，並糾正其錯誤。該部宣傳委員有潘梓年、胡蝶、李歐梵、彭華、蕭何、沈雁冰、曹漢平、王淑清、程淑波、陳石泉、曹實、張敬之、朱聖光、陳仲廉等人，至於文化事業計劃委員會委員有吳鐵城、陳布衣、王世杰、吳嘉堂、何思聰、吳覺賢、潘之強、張仲等人。《中央執行委員會第一次常務會議紀錄》（1935年12月12日），〈五屆中常會第一次會議紀錄〉，〈第五屆中常會會議紀錄〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/1.1。

³⁰ 黨務工作之綱領有八項：開辦總理遺教、指導下級黨部宣傳工作、指導海外宣傳、推進黨務宣傳、指導新聞事業、審查一般刊物、推進黨務宣傳、實施電影事業。其中文藝宣傳之推進又分為：一為實施本黨文藝政策，並創作本黨文藝作品，二為扶植提倡民族文藝之刊物、社團，並獎勵優良文藝作品；三為編製宣傳本黨主義政策及革命歷史之劇本、小說、歌劇及圖書等；四為編製有關本黨文藝宣傳之各種表章、刊物及畫報；五為批評並糾正反動文藝宣傳品之謬誤；六為編審各種文藝刊物並取締反動文藝宣傳品。《中央執行委員會第八次中常會提案》（1936年3月18日），〈中央宣傳部宣傳工作綱要草案〉，南京，〈第五屆中常會會議紀錄〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/8.23。

³¹ 歷經各次全國代表大會及中央執行委員會對宣傳工作的檢討，均先後提出新的宣傳方略。如1929年發布《本黨最近之宣傳方針》，1931年11月10日臨時中全會通過《改進宣傳方案》，

五屆一全會通過《今後黨務工作綱領案》、1938年5月印行《抗戰時期宣傳方略》、1944年六次大會通過《關於宣傳問題之決議案》等，其對於黨務報告中所有決議案中之宣傳部分及有關教育、文化部分，以及各項有關宣傳及文化政策之決議案，均為文化宣傳方略之修正案。鄭士傑，〈抗戰前後中央文化宣傳方略之研究〉，頁356、360。

³² 嚴格來說，中國國民黨在戰前仍無明文規定的文藝政策可言。1942年張道藩〈我們所需要的文藝政策〉一文，係作者以個人名義發表，並不代表官方立場，而且黨內同志意見尚不一致。趙友波，〈文壇先達張道藩〉（台北：重光文化，1975年6月，初版），頁193-194。

³³ 中國國民黨中央執行委員會會議，〈宣傳部十八年部務一覽〉，中國國民黨黨史館藏；鄭士傑，〈抗戰前後中央文化宣傳方略之研究〉，頁266-277。

³⁴ 《中央電影文化宣傳委員會組織規程》（1921年3月19日），南京，〈第三屆中央執行委員會第一三二次常務會議〉，〈第五屆中常會會議紀錄〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/1.28；《電影事業處電影劇本審查委員會組織大綱》（1936年1月15日），南京，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/4.50；《中央文化事業計畫委員會上中執會呈》（1936年2月10日），南京，〈中央執行委員會第六次常務會議報告第九案〉，〈第五屆中常會會議紀錄〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/2.26；《中央執行委員會文化事業計畫委員會各研究會組織規程》（1936年2月20日），南京，〈中央執行委員會第一〇九次常務會議案〉，〈第五屆中常會會議紀錄〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/4.2；《中央文化事業計畫委員會文化事業計畫綱要》（1936年3月29日），南京，〈中央執行委員會第九次常務會議案第十四案〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/9.41；《中央宣傳部第一週工作概況》（1936年1月6-12日），南京，中國國民黨黨史館藏；《撥改中宣部電影事業處為電影戲劇處案》（1938年11月11日），重慶，〈第五屆中央常務委員會第一〇一次會議討論事項第七案〉，〈第五屆中常會會議紀錄〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/10.17。

³⁵ 《修正中央宣傳部組織條例草案》（1938年4月25日），周佛海、武漢，〈第五屆中常會會議紀錄〉，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/7.21。

題之宣傳要點外，第一週工作就以扶助文藝運動、聯絡話劇界感情為重點，趁著中國舞台協會在南京公演之機會招待全體團員，並期許話劇運動多做民族主義宣傳，藉以喚起國人共赴國難。³⁶加上抗戰以來，不僅民間話劇團體活躍，政治部、教育部等部門也普遍設立專屬劇團，於是國民黨於1938年11月將中央宣傳部所轄的電影事業處改為電影戲劇處，以便統籌辦理。³⁷此舉足可說明戰時政府力圖介入，並曾提倡大力話劇的事實。至此，戰前國民黨的文宣雖已開始重視民間的文化運動，但宣傳組織的機制仍過於龐雜，且尚無專司文化動員的單位。

第二，民間文化活動的宣傳方式，較有利於克服文盲眾多、沿海與內陸差距過大等障礙，雖然文化動員的政治基礎十分薄弱，但戰前民間文化團體的活動已開始活絡。這種活絡的景象，主要植根於三〇年代左翼文藝運動的文化活力，以及話劇和歌詠為代表的凸出表現上。對此，文中將於第一章特闡專節分別探索，此處不再贅言。必須一提的是，隨著文化重心的南移，話劇和歌詠透過左翼風潮所帶動的文藝論爭及學校教育的培植，已大致脫離從外國引進時的粗胚而逐漸成熟，在上海這個新文化中心展現它們的宣傳實力。³⁸不過，這種宣傳實力奠基於一種都市通俗文化的特質，話劇觀眾群依舊限於知識分子及中上層社會的市民，對廣土眾民及偏僻農村而言，少數街頭劇實踐「文藝下鄉」³⁹的口號，只是杯水車薪，既無法參與劇院舞台熱烈上場的盛況，也還無緣見識到街頭演劇的特殊魅力。因此，回顧戰前發展劇運的最大障礙，不外分布失衡的問題。嚴重失衡的文化分布，在人和地的因素下，形成老舍所謂的「看不懂」和「宣傳性」兩座大山

⁴⁰，這正是抗戰初期文化宣傳急待克服的最大難題。

在文化發展有失偏頗的同時，沿海燃起的戰火將使宣傳的困難大增。戰時宣傳之難，難在人、地兩方面，前者指人民素質、抗戰意識及落後的農業社會，後者指國土廣袤、交通不便及沿海與內陸、城與鄉的差距。比較中西「宣傳戰」的最大差異，除了敵對兩國實力極其懸殊、日本比過去西方列強的侵略還強勢之外，中國特殊的主客觀條件，與戰前內憂外患的政治情勢，既不利於整合內部、全民團結，兼且不利於文化總動員。尤其是現代中國長期戰亂、兵禍連綿，社會經濟還大致停留在匱乏的狀態下，結構十分鬆散，即以抗戰爆發之初而言，日本的侵略快速吞併中國東半領土，中國在「救亡圖存」的空前危機下，抗戰宣傳的質量急待提升，如何在調兵遣將、集中兵力應戰，又烽火四起，兵荒馬亂的時期大力推廣抗戰意識？如何在遷徙流亡的逃難聲中向廣大的內陸和農村宣揚戰爭價值？對於一個向來散沙式的弱國而言，爭取國際支持及對敵的「宣傳戰」固然重要，對內宣傳更少不了，有關日本侵略的戰爭報導再多，大多數農村文盲仍欠缺抗日意識。在廣播媒體等大眾媒體還未普及前，報刊雜誌又相當有限，如何借用文化的宣傳魅力來鼓勵人民支持戰爭、鞏固團結，乃宣傳的首務。若要全面宣傳，文化動員必須先行，至少要讓軍民都能理解「抗戰」的意義，還要向文盲或村夫農婦說明何謂「日本帝國主義」，中國又如何面臨存亡之秋。唯有全民都深刻體驗國家的處境，方有真正的團結可言。

第三，話劇、歌詠及漫畫在發展上已出現「大眾化」走向。毫無疑問的是，同樣崛起於都市，話劇、歌詠及漫畫所以較能走入社會大眾並產生教化作用，憑恃的便是「大眾化」的優勢。而此一優勢出現在三〇年代的原因，一則是這兩者皆能具有反映時代心聲的特性，一則是左翼風潮的推波助瀾。首先要說明的是，話劇、歌詠及漫畫在引進中國之初，便被當作一種具有煽動力的宣傳工具，從清

³⁶ 「中央宣傳部工作概況」（1936年1月6-25日），中宣部，南京，《第五屆中常會議記錄》，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/4.31。

³⁷ 對國民黨言，戲劇與電影同是戰時實施社會之良好工具，兼為發揚文化之重要部門，但因戰時物資供應日漸缺乏，無論在建立或演出方面，話劇的發展條件均較電影容易，故提高對話劇的重視度。〈擬改稱中宣部電影事業處為電影戲劇處案〉（1938年11月11日），重慶，中宣部，〈第五屆中央常務委員會——一次會議討論事項第七案〉，《第五屆中常會議記錄》，中國國民黨黨史館藏，檔號：5.3/10.17。

³⁸ 參見拙作〈抗戰初期街頭劇的興盛及其社會文化意涵〉，《政大歷史學報》第期：〈撼動山河的抗戰大合唱〉，《近代中國》，第151期（台北：近代中國雜誌社，2002年10月），頁74-75。

³⁹ 「左聯」成立前後，呼籲「大眾文藝」的同時，已開始推廣實踐「文藝下鄉」的重要，馮雪峰，《論民主革命的文藝運動》（上海：上海作家書屋，1947年7月二版），頁25。

⁴⁰ 老舍認為：「由一頭頭直到今天橫在前面的老是那座無情的山：『看不懂』，是一座，另一座是『宣傳性』，三年來所有文藝作品與文藝討論都是要衝過這兩重山去，不衝過去即無力可言，因為讀者的讀書能力的低弱，與抗戰宣傳的急迫，是誰也不能否認的。」老舍，〈三年來的文藝運動〉，《大公報》，1940年7月7日。

未革命到九一八事變後的反日運動，無不佔有一席之地。僅以話劇為例，從其各階段名稱的變化：「革命戲劇」、「文明戲」、「愛美劇」、「國防戲劇」及「抗戰戲劇」，便可知其在革命與文化運動中之特殊角色。⁴¹尤其，話劇又稱「新劇」、「新戲劇」或「現代戲劇」⁴²，其現代性不言而喻，加上左翼話劇偏向「現實主義」路線的寫作，既引領時代風潮之先，又符合黨工階層及大眾的期待。

其次是左翼風潮的推波助瀾。左翼思潮傳入中國後所發的一連串文藝論爭，開始討論「大眾化」⁴³的意義及其走向。「大眾化」運動不單是形式的問題，也是質的問題，既要改造文化的外形，也要創新文化內容。大致上，左翼文藝家最初是響應「革命文學」口號，「中國左翼作家聯盟」成立前後便呼籲「大眾文藝」，開始意識到落實「文藝下鄉」及「通俗化」等問題。在廣泛討論「文藝大眾化」的同時，由於受到政治環境限制，無法採取公開活動的機會，僅能停留在「坐而談」的層次，從事理論系統的建設。但文藝大眾化的少許成效，已為日後的「起而行」奠下基礎。⁴⁴

及至抗戰初期，絕大多數的文藝工作者愛國情緒高漲，紛紛在熱切的救國心驅使下從不同角度加入戰場。過去，投身戰場的「筆隊伍」，一般是指文學界的作家，但九一八事變之後宣傳主力已不再限於此，到了抗戰一起，戲劇界、音樂界、藝術界的精英及有志者逐漸集結，號召組成強大的「混合兵種」，以擔任宣

傳和攻心的任務。⁴⁵「前線主義者」投筆從戎，響應「文藝下鄉」號召的則走向農村，深入群眾，以實際行動體現「文藝大眾化」的精神。整體說來，當時除了戲劇界、音樂界有計劃化地組織「演劇隊」、「宣傳隊」外，由於沿海大城紛紛失守，文藝活動和出版界都陷入停頓狀態，大多數文化人的思想一時受到「文藝無用論」影響，都熱衷於直接以「筆」為武器抗敵，這種現象不僅反映初期「筆部隊」的重要，同時凸顯整個文化界的組織性不足。⁴⁶相同的是，這一批批入伍、下鄉的文藝工作者，都傾向完成「五四」新文化運動以來未完成的文化任務，並從提高與普及兩方面提升文化水準。隨著這股風潮的散開，許多文藝理論家的筆尖，皆轉向「大眾化」這個焦點。其間雖因流於過度偏激，有些學者曾群起攻擊「學院派」，拉大了學術與大眾間的距離與矛盾對立，但基本上，大批文化人迅速動員，積極從事「大眾化」運動，可說是文化界的主流思想。⁴⁷至於此一「大眾化」運動，能否結合「學院派」的學術與大眾心聲，發展為符合時代需求的文藝運動，則有待觀察。

第四，戰前的政治角力於抗戰中期再起，對朝野合作和抗戰宣傳皆十分不利。戰前，因左翼思潮與國民黨「三民主義」的宣傳原則兩相抗衡，不斷的文藝論爭因中共勢力的介入而激化，不但政局波動，文壇也騷擾不安；中日大戰爆發以後，國內外形勢大改觀，國共從「停止剿共」到「合作抗日」，又從「合作抗日」到「全面衝突」，軍事、政治、經濟及文化各方面都呈現緊張對立的局勢。無論政策是轉彎或是調整，都直接影響到政壇的和諧，間接影響到文化勢力的整合。戰時中國政情的特殊性，指的就是國共由分而合，又由合而分的問題，政局的不穩，往往投射到抗戰文藝的長期工作上。

尤其是，戰前國共的政治角力，雖然抗日初期在內部轉化為一場無煙硝味的宣傳戰，但自新四軍事件發生之後，國共的宣傳競爭處於一種不公平狀態，中共

⁴¹ 清末慣稱話劇為「文明戲」，是因為受到歐洲民主革命之影響，把一切具有革命意義和進步思想的事務，都冠以「文明」二字。話劇是一個鼓吹民族革命思想的新型劇種，自然稱之「文明戲」。余英才，〈回應武漢的新劇運動〉，武漢文化志辦公室編，《武漢文化史料》，第一輯（武漢：武漢文化志辦公室，1983年3月），頁39；王瑋，《中國新文學史稿》，上集（上海：新文藝，1982年11月），頁122-138。

⁴² 「新劇」相對於「舊劇」，「現代戲劇」相對於「傳統戲劇」；至於「戲劇」則為一通用之詞，主要指話劇，又有大、小戲之別，大戲指正規的多幕劇，小戲指街頭劇或獨幕劇。參見劉心皇，《現代中國文學史話》（台北：正中，1971年8月），頁247-249；李歐梵，《中國現代戲劇》，第10期（香港：聯合書院書報，1972年），頁117；周錦，《中國新文學史》（台北：長歌，1976年），頁110。

⁴³ 當時的刊物，常將「大眾化」與另一字義相近的「通俗化」相混淆，甚至以後者取代前者，以至於出現形式主義，例如戰時文藝論爭再起，即會討論如何利用舊形式、為民族形式找出路等問題。實則「通俗化」的定義，主要指將一般學術作品化為最易解的形式，以適合教育程度低下的讀者。這種任何時期皆須存在的文化化工作，並不構成一種文化運動。張崇權，〈文化的任務和大眾化〉，頁11。

⁴⁴ 林庚生，〈抗戰時期中共的文藝政策〉（台北：政治大學歷史研究所碩士論文，1988年6月），頁91。

⁴⁵ 王聿均，〈抗戰時期之文化戰場〉，中華軍史學會主辦，《紀念七七抗戰六十週年國際學術研討會》論文，1997年7月，頁23。

⁴⁶ 藍海，《中國抗戰文藝史》（濟南：山東文藝出版社，1984年3月），頁26-27。

⁴⁷ 張崇權，〈文化的任務和大眾化〉，頁10。

爲了爭取文宣的主導權，特以話劇作爲闡出國民黨文化圖劃的突破口，無異開闢一種空前未見的「文化戰場」。國內學者王幸均曾發表〈抗戰時期的文化戰場〉一文，首先提出國共於「文化戰場」激烈競爭的概念。⁴⁸其所謂的「文化戰場」，泛指內部不同政治勢力擁有的文化力量投入抗戰宣傳，因激烈競爭而形成的戰場，具體分爲國際宣傳與國內宣傳兩種。國際宣傳又可分爲對外宣傳及對敵宣傳，國內宣傳則分爲軍中的對敵宣傳和政治宣傳，以及針對國內廣大人民所作的內部宣傳。上述第一次世界大戰各國所打的宣傳戰，大多偏重對敵或對外宣傳，較不存在內部宣傳的特殊需求。反觀中國，既有的軍中宣傳遠遠不敷全國宣傳所需，對內宣傳的成效關係執政黨的形象，而國共能否堅持抗戰的宣傳主軸，在「文化戰場」上共同效力，不僅攸關宣傳戰的成效，還直接影響到戰局和政局。

檢視以上四者，其中前三要件大略都已發展成形，但中國如何——破除各種難關並進行「宣傳戰」，落實在話劇、歌詠及漫畫上，宣傳成效如何評估，文化人和文化作品又如何展現其特殊風格，皆有待進一步探討。基本上，如何利用最有效的宣傳工具——話劇和歌詠，讓本國文化資源投入戰場，既不受政治牽累，又不停止其成長，才是文化抗戰之道。只不過，這種文化宣傳既要克服中國自身的種種障礙，又要面對政治力的介入，宣傳主軸能否始終如一，則又存在戰事的長短和演變等變數，實在是難上加難。從烽火四起、國土失陷到戰事膠著，文化中心從上海內遷到武漢再到重慶，宣傳的基調尚未有太大變化，但自從國共關係惡化直到抗戰結束止，「文化戰場」內外形勢變化甚大，重慶瀰漫一股緊張氣氛，文化宣傳捲入政治鬥爭狀態是否隨即變色？在抗戰末期，「文化宣傳」有無變成「宣傳文化」的趨勢？固然值得一探究，重慶時期文化運動的成長價值是否完全被政爭掩蓋，亦須要進一步釐清。因此要為戰時抗戰文化的曲折變化，「文化宣傳」這個面向的探討的確具有特殊意義。

三、本論文的研究旨趣與前人研究成果

以筆者成長的六〇、七〇年代而言，有關抗戰史的歷史論述仍以「反共」爲基調。當時歷史教育的前提，因站在抗戰勝利的立場（近年來又有「慘勝」的說法），總是渲染「中共禍國」的事實，極力強調中共對文化活動的「滲透」，缺少國民黨的自我檢討，以致中國發動「宣傳戰」及「文化戰場」的利弊得失，始終缺乏較深入的剖析。在「反共八股」的影響下，連抗戰時期政府會大力提倡文化運動的若干努力，都會被世人淡忘。令人質疑的是，舉凡三〇年代文化人和左翼運動的下落、抗戰文化的宣傳開始走調的轉折、抗戰後期文化運動背後的政治是非等話題，由於政府遷台之後的政治禁忌，大家都避諱談論，即使想瞭解也找不到可靠資料。就連戰時有哪些標榜愛國、引人入勝的街頭劇、舞台名劇、救亡歌詠、抗戰漫畫，在教科書或抗戰著作中大都語焉不詳，或一筆帶過，或根本不提。遑論左翼文化人及中共創作的劇本、政治歌曲、漫畫、木刻。因此筆者個人過去的印象中，話劇僅是政令宣傳的工具或校園中社團表演的一個項目，歌詠則止於國語歌曲中的愛國或藝術歌曲，抗戰漫畫則極爲少見，若要一窺它們在抗戰中的宣傳能量，只能求助於當時的禁書，或從充斥馬列史觀和政治意識型態的簡體字裡略知一二。其實，在兩極中擺蕩都各有盲點，政治意識型態對立的年代，不僅使得事實真相曖昧不清，也通常會模糊曾有過的歷史貢獻。值此，筆者乃不揣淺陋，將心中多年的疑問化爲論文的構思，想方設法尋找可能的答案，一面梳理龐雜且觀點歧異的檔案資料，一面抽絲剝繭地呈現抗戰文化運動的發展脈絡，以嘗試還原文化宣傳之下話劇、歌詠及漫畫多元活潑的真面目。

本論文的問題意識，在思索中國危亡關頭如何突破「宣傳戰」的自身障礙開創新局，話劇和歌詠的宣傳成效何以最佳，其所代表的歷史文化意義又爲何。論文的撰寫方式主要從宣傳的面向切入，希望釐清八年期間戰爭與文化因宣傳而產生的互動，以抽離戰時文化宣傳的變化軌跡及最大價值。進一步言，本論文的目的，首要探討戰前到戰時的宣傳機制與文化活力，是如何使歐化的話劇和歌詠成爲強而有力的宣傳工具；再從抗戰初期「文藝戰士」所創造的宣傳魅力，勾勒話劇、歌詠及漫畫運動呈現的嶄新面貌，冀能普遍明瞭文宣的影響力及社會動力所

⁴⁸ 王幸均，〈抗戰時期之文化戰場〉，頁1。

在。另者，由於宣傳的功能十分龐雜，包括國際宣傳、特種宣傳及對敵宣傳等多方面，故本論文所談的宣傳限於對內宣傳的部分，宣傳範圍亦縮小在武漢與重慶為主的後方政治中心，上海時期僅指抗戰初期。基於此，本論文的主要內容是要討論幾個重點：一是抗戰對文化界的衝擊及文化宣傳的政治走向；二是從街頭劇到舞台劇所呈現的激烈競爭；三是從救亡歌曲到抗戰歌曲所呈現的二元現象；四是從救亡漫畫到抗戰漫畫所展現的新面貌。

結合戰爭與文化宣傳的專題，在過去的抗戰史研究上較為罕見。過去國內外有關抗戰史的研究，通常各持本國政府的立場書寫，以國內為例，無論國防部史政編譯局、調查局、軍事大學等軍方單位或國際關係研究中心的編譯和研究，向來偏重軍事或政治或國共問題等層面，其所出版的譯述與專書，觀點都強調政府全力抗戰，中共趁機坐大，搶奪抗戰成果；學術界的專書論文所涉及層面則甚為廣泛，舉凡軍史、政治、外交、經濟、社會、宗教、人口，以及滿洲國、汪政權、中共統治區、國共關係等，皆已累積相當可觀的研究成果，觀點日趨多元，解釋亦多所突破，尤其近年來，不論老中青學者專家，分從各種不同的角度切入，從人到事、從時到地，從國內戰場到國外戰場，在新議題與論述的開發上不斷推陳出新，十足展現抗戰史研究的多元論點。同時，還有不斷增加的口述歷史、社會調查等兼具學術與人文關懷的新史料，使抗戰史的學術研究出現空前盛況。

有關戰時文化或抗戰文化的研究，因為涵蓋戰爭、文學及文化等相關領域，質量異常豐富，卻也同時存在資料零散及觀點分歧的問題。大體上，國內外學者的研究成果皆頗為可觀，大致可區分為文學、史學兩類，以探討新文學系統或階段性功能者居多。國內在探討現代中國文學發展方面的著作甚多，出版年代較早的，如尹雪曼總編纂的《中華民國文藝史》(1964)、李瑞騰編《抗戰文學概論》(1987)、司馬長風的《中國新文學史》(1987)等書，稍後有李何林《中國新文學史研究》、近二十年中國文藝思潮論、皮連民等人的《二十世紀中國新文學史》、秦賢次編的《抗戰時期文學史料》、劉心皇的《近代中國文學史話》、《中國現代文學史話》及其所編的《抗戰時期文學回憶錄》等著作。上述作品基於同樣

源出五四時代的文學革命，將話劇或音樂劃入文學史或文藝史之中，與小說、散文、詩歌並列，可歸屬於「新文學」的範疇；它們也大多認為「新文學」必須正本清源、傳承五四文學革命的精神，故批評大陸文學史家以政治尺度來劃分文學史，無法離棄黨八股的框框。這些著作通常主張從九一八事件到抗戰勝利這段期間，民族主義是文藝思潮的主流，有些還強調戰時是「新文學」的收穫期或歉收期，文壇因1927國共內戰而化為政治戰場，大部分作家變成「戰士」，消耗在與文學無關的戰鬥中，僅有沈從文、聞一多、老舍、曹禺等人開花結果。⁴⁹這類觀點大致反映偏國民政府或國民黨的文藝觀。

反觀中共方面的大量研究，因對左翼及戰時文化擁有文化解釋權，故堅持戰時的文學和藝術發展都是五四以來「文化戰線」上「一個重要的有成績的部門」，也是「對於革命的偉大貢獻」。⁵⁰主要作品有大陸學者王瑤的《中國新文學史稿》(1982)、藍海的《中國抗戰文藝史》、錢理群等人的《中國現代文學三十年》(1987)、文天行的《國統區抗戰文學運動史稿》(1988)、傅子致主編的《中國新文學》(2000)、溫儒敏等主編的《中國現代文學專題研究》(2002)等，以及《新文學史料》、《中國現代文學研究叢刊》等刊物。上述著作秉持馬列主義的文藝觀，通常一面倒地批判國民黨統治時期發展文藝運動的缺失，並極力誇大中共在文化運動上的主導性。由此可知，兩岸對抗戰文化的文學解釋，無論分期、歸類或影響，各有其本位立場和過渡的意識型態，是研究上的最大限制。

史學方面，國內討論戰時文化的相關著作並不多見。以筆者所知，成書於抗戰時期的陳立夫《三民主義的文化運動》、中央宣傳部文化運動委員會編《抗戰四年來的文化運動》、郭沫若《戰時宣傳工作》等，均屬官方宣傳之作；後人如道藩文藝中心主編的《張道藩先生文集》、趙友培編著的《文壇先進張道藩》、《三

⁴⁹ 尹雪曼總編纂，《中華民國文藝史》，頁1；司馬長風，《中國新文學史》，頁12-13。

⁵⁰ 毛澤東，〈在延安文藝座談會上的講話〉，《毛澤東選集》，第三卷，頁804；王瑤，《中國新文學史稿》，上冊，頁26。惟如鄭明工《陪都文化論》一書持不同立場，該書主要以大眾傳播和文藝活動為視點，體察陪都重慶的文化發展邁向城市現代化過程中產生的文化變遷風貌，作者還排眾議，認為戰時陪都文化的轉型，政府的推動與國營劇場皆扮演重要角色。詳見鄭明工，《陪都文化論》（烏魯木齊：新疆大學，1994年10月），頁177-269。鄭明工係重慶師範學院中文系老師。

民主義文藝創作論》等書，亦非學術作品。專論方面，話劇如李延輝《現代中國戲劇簡史》、吳若、賈亦林《中國話劇史》等；歌詠以李抱忱的個人創作最多，有《山木齊話當年》、《爐邊閒話》、《退而不休集》等；漫畫除了戰時出版的黃茅《漫畫藝術講話》、集體著作《演劇藝術講話》等書外，後人著作以畢克官、黃達林《中國漫畫史》、汪嘉明編著《豐子愷傳》等書為要。另有為數甚多的期刊文章，但學術性論文仍屬零星，如王幸均〈抗戰時期之文化戰場〉（1997）、拙作〈抗戰中的漫畫、漫畫中的抗戰〉、〈抗戰初期街頭劇的興盛及其社會文化意涵〉、〈撼動山河的抗戰大合唱〉、〈豐子愷的抗戰漫畫〉等等。其中，王幸均可說是開創先鋒，該文的最大貢獻是提出「文化戰場」的新概念，全面概括戰時文化的飛躍發展，以及國共鬥爭引發的文化衝突。拙作3篇則抽繹既有碩士論文〈抗戰時期重慶的社會變遷〉的部分觀點，站在文化史的角度綜合前人研究成果而成，其寫作目的皆在架構文化運動的整體形貌並積累文化創作的各種資產，進而奠定本論文的重要基礎。

其他，尚有數篇具有學術價值的學位論文，各有不同的參考價值。例如廖咸惠〈抗戰時期的話劇運動〉（1989）、張淑芬〈易卜生與早期中國話劇的發展〉（1998）、彭永貞〈洗星海與抗戰時期的歌詠運動〉（1986）、鄭士榮〈抗戰前後中央文化宣傳方略 1928-1945〉（1987）、林宸生的〈抗戰時期中共的文藝政策〉（1988）、石曉楓〈豐子愷散文研究〉（1995）等碩士論文。廖文雖徵引豐富的檔案資料，也深入分析劇運的活動型態，並指出戰時話劇的多重角色，但過分偏向官方立場，強調政府力量介入話劇後組織與活動的開展，並未著墨於戰前左翼組織在話劇上的成果，以及戰時左翼文化人配合政府極力提倡劇運的重要貢獻；張文的論文焦點在於戰前話劇發展的來源溯源上，可供參考之處較少；彭文以洗星海為論述重點，在八年抗戰的時間點上僅及於上海及武漢時期，而且欠缺大陸方面的檔案資料；鄭文的撰寫時間早在1987年，雖能使用大量國民黨黨史會的檔案資料，解釋觀點皆受限，無法深入批判抗戰前後長達17年國民黨的文宣策略；林文試圖將中共的文藝政策分成兩階段四時期作討論，惜因撰寫時間在

1988年，缺少一手資料；石文則主要是文學角度，與史學寫作和論述方式迥異，可參考處較少。

大陸方面，與戰時文化有關的研究單位之多，實不勝枚舉。首先，層級最高的有中央級到省市的檔案局（館），包括中央黨史研究室、社會科學院等單位，其次有市屬的文化局史志辦公室、地方史研究會、地方史志辦公室、地方史協會等。以筆者較為熟稔的重慶為例，除了上述及重慶市檔案局的編研績效（見《重慶市檔案館四十年》一書）外，重慶師範學院、重慶大學、成都大學、西南師範大學等學術機構亦有若干成績。另，還有中共重慶市委黨史工作委員會、重慶市政協文史資料研究委員會等政治單位。此外，重慶出版社、文史資料出版社、上海文藝出版社等，亦出版不少學術作品，在文化議題的開發上，則廣佈於文學、戲劇、藝術、電影、音樂、美術及人物等各層面。近年來，又因推動地方史、城市史的研究熱潮，在史料的編輯刊佈及龐大人力物力的投注下，研究領域大大擴展，已累積相當豐碩的研究成果，令人刮目相看。尤其是觀點與研究方法的改變，已逐漸突破過去意識型態的框架，參照西方學術研究的理論和研究法，學術水準的提升相當快速。依筆者所見，仍孜孜不倦的老一輩學者猶有研究成績，中青年學者的研究群少不了競爭，學校體系對人才之培養也甚積極。戰時文化的研究條件不斷充實的同時，研究風氣日盛，學術環境也逐漸改善，但整體而言，大陸學者的研究質量參差不齊，研究限制尚多。

值得一提的是文化專著，有中國人民政治協商會議和西南地區文史資料協作會議編《抗戰時期西南的文化事業》、重慶抗戰義書編纂委員會編《抗戰時期重慶的文化》、中國抗日戰爭史學會和中國人民抗日戰爭紀念館編《抗戰時期的文化教育》、薛新力主編《重慶文化史》、陳白塵和董健主編《中國現代戲劇史稿》、葛一虹主編《中國話劇史》、孫曉芬《抗日戰爭時期四川的話劇運動》、石曼《霧都劇壇風雲錄》（另有刊於《重慶文化史料》的多篇文章）、汪毓和編著《中國新音樂史》、《中國近現代音樂史》，以及北京廣播學院出版的戲劇戲曲書學叢書如《中國現代戲劇論》等作品，參考價值甚大。筆者多次造訪重慶、上海、南京

等地，不僅有幸從友人處或舊書攤搜集到許多早期戰時文藝的著作刊物，也曾見識到老重慶及文化人的風範或研究精神，進行數次珍貴的口述訪問，其中重慶話劇人石曼對筆者多方協助，令人感佩，在此一併致謝。

比較國內與大陸學者對戰時文化的解釋觀點，基於文化主導權之爭，分歧甚大。國內學者通常強調政府在文化總動員上的貢獻，官方主持的劇運歌運是重點，政府成立的劇校劇團如「南京戲劇學校」、唐槐秋的「中國旅行劇團」及應雲衛等人的「中華劇藝社」、中國電影製片場的「怒潮劇社」等是話劇主力；政府籌畫的「重慶千人大合唱」是歌詠的主力。至於漫畫方面，則由於漫畫組織與宣傳隊多左傾人士，故抗戰漫畫未在台灣流傳。也就是說，基於對左翼文人的芥蒂與對中共組織的惡感，很少把民間組織的文化活動列入宣傳範疇，當提及若干話劇、歌曲或漫畫的演出活動，若非官方色彩的團體或編演人員，根本不可能詳細交代其政治背景及所屬劇團或宣傳隊的政治屬性。

美國方面的研究，學者洪長泰(Tai Hung, Chang)近年來已累積了不少研究成果。他執教於香港科技大學，先後發表了 *Going to the People: Chinese Intellectuals and Folk Literature, 1918-1937: War and Popular Culture—Resistance in China, 1937-1945* (1994) 等英文著作，以及 *The Politics of Songs: Myths and Symbols in the Chinese Communist War Music, 1937-1949* (1996)、*Two Images of Socialism: Woodcuts in Chinese Politics* (1997) 等文章。洪的第一本書後來在上海出版，譯為《到民間去：1918-1937 年的中國知識分子與民間文學運動》(1993)，主要探討五四到抗戰前二、三〇年代知識分子在民間提倡的文學運動。至於第二本書中文譯為《抗日戰爭與通俗文化》，其重要性是對受到戰爭影響的現代大眾文化提出一種創造性解釋，書中探討知識精英所傳播的「通俗文化」—話劇、漫畫和新聞報紙等的崛起，以及現代都市文化的通俗形式如何透過戰時轉化。同時，書中也正面解讀「宣傳」在中國的意義，並非謊言，而是告知和傳播，試圖詮釋戰時宣傳藉由儀式符號圖像所營造的「說服行動」，如何訴諸情感和理性。最後，該書特別指出中國文化的農村化，是中共宣傳成功的決定性力量。作

者近年的中文著作是在台北出版的，如《新文化史與中國政治》一書。此書之作，作者企圖借取近二、三十年來西方因「文化轉向」而興起的新學問—「新文化史」，全面探討現代政治文化中文化製成品的產出過程，以凸顯「下層歷史」多采多姿的民間文化。其中，戰時的宣傳技術是政治文化中一種重要的權力符號，戰爭音樂則是「宣傳戰」的產物，歌曲中常蘊藏政治意識型態。至於抗戰漫畫，則豐子愷與廖冰兄的畫風迥異，對戰爭的解讀皆具有啓示性。⁵¹

除此，日本方面有石川順《日本的侵略 中國的抵抗—漫畫に見る日中戦争時代》等書。作者是為漫畫評論家，該書主要兼論中國漫畫家對日本發動侵略戰爭及日本漫畫家對中國自衛戰爭的描繪，從兩國漫畫家對戰爭的體驗，突顯現代漫畫銳利的描寫力和批判力。書中列舉上海漫畫宣傳隊重要隊員及豐子愷等人的作品，並分析其漫畫技法和畫風，對抗戰漫畫有深入觀察。香港方面則以劉靖之為代表。劉靖之純為音樂學者，主張中國音樂歐化的歷程並非主流，他從「新音樂」的角度發展以中國文化為本位的論述，試圖提供全面又客觀的音樂史觀（一家之言）。在他所編的《中國新音樂史論集》(1986)及《中國新音樂史論》二冊(1998)中，自認是言大陸與台灣音樂史家之不敢言，強調抗戰歌詠和革命群眾歌曲皆是政治化了的學堂樂歌。對此，筆者以為不妥，僅以抗戰歌詠為例，當時歌曲創作的訴求大多是抵抗侵略、國仇家恨，既不全與政令宣導有關，也不一定是學校體系之產品。

不諱言，以上所述兩岸三地的大部分蒐藏和研究成果，皆存在不同程度的政治取向，其中香港因擁有較自由的學術環境，論述上相對客觀，但仍應謹慎參酌引用。除了研究觀點的審慎以避免落入政治框架外，本論文又借取宣傳研究、大眾傳播等新興社會科學研究領域的相關概念，用以解析話劇、歌詠及漫畫的宣傳優勢，強調文化人心血中蘊含的愛國情懷，及其以「人」為宣傳主體的特殊魅力。

⁵¹ 洪長泰，《新文化史與中國政治》（台北：一方，2003年5月），自序；〈現代藝術與政治：廖冰兄漫畫中的困局〉（同上書），頁69-110；該文亦收入彭小妍主編的《文藝理論與通俗文化》，上冊（台北：中央研究院文哲研究所籌備處，1999年12月）；〈豐子愷抗戰漫畫中的戰爭與和平〉（同上書），頁1-32。

同時在研究方法上，一面透過相關史料的比較、分析，一面使用內容分析法選取話劇文本中之台詞或歌詞，再輔以口述歷史資料，包括對前賢耆老如老重慶人周永林、重慶話劇研究者石曼、台灣話劇研究者黃敏等所作的訪談紀錄，期能理解文化運動在戰亂時期曾獨當一面的歷史地位，以及戰爭所創造的文化內涵。

最後，論及戰時宣傳的著作原本不少，但對國民黨較少著墨，以討論中共宣傳的作品居多，如金達凱《中共宣傳政策與運用》（《中共統戰策略研究》）、林之達主編《中國共產黨宣傳史》，及中央檔案館編研部、中共中央宣傳部辦公廳編《中國共產黨宣傳工作文獻選編》等書。討論國民黨方面的專書，則有如鳳毛麟爪般稀少，如王凌霄《中國國民黨新聞政策之研究》等。至於戰時純為宣傳的作品，大多專供軍事教育之用，如《宣傳技術——又名心戰學》、《宣傳技術》，及日譯本《戰爭與宣傳》等皆是。

為解決一手資料散置兩岸三地的難題，也為羅致台灣缺少的部分官方檔案和民間資料，筆者三度（含兩個暑假）隻身前往大陸。居留城市以重慶最多次也最長，其次為南京、上海，除盡力查閱該地檔案館、圖書館之檔案及書刊報紙外，並獲得地方人士熱心協助，或提供資訊資料，或進行訪談。相較之下，由於前兩地與南京圖書館的調閱措施相對開明，服務態度亦佳，因此收集過程順利且愉快，尤其重慶檔案館所藏的卷宗資料，規劃完善，分門別類，調閱限制不多，堪稱開放且便利；惟南京檔案館在閱覽環境逐漸改善的同時，對已開放或授權影印的檔案仍因政治禁忌而多所限制，有關中央宣傳部及國共關係的文件雖經申請調閱，亦無緣取得，這些研究與管理上的成規若能一突破，實為學術研究者的最大福音。

在台灣本地的蒐集工作，筆者亦前後持續了十年之久。主要涵蓋中國國民黨黨史會（現改為黨史館）、國史館、中央研究院的近代史研究所檔案館、郭廷以圖書館和社會科學研究所圖書館、國家圖書館及大學圖書館等黨政與學術單位，他如調查局、國防部史政編譯室（局）、國際關係研究中心等單位。其中，以國民黨黨史館所蒐藏的檔案資料與會議記錄（含中央宣傳部）最為齊全，戰時的書

刊（報紙已移至國史館典藏）亦有相當數量的保存，可說是戰時各種史料的最大寶庫，對本論文的撰寫大有助益。總計研究材料的性質，包括檔案、政府公報、會議記錄、當事人回憶、書籍、期刊論文等多種。

若僅就本論文徵引的文化檔案資料，以及與宣傳相關的各種材料來說，大多數是取自擁有豐富珍貴典藏的黨史館，其中又以第五屆中央常務委員會會議記錄的參考價值最高。與話劇和歌詠直接相關的地方性資料，則大致散見大陸各地。檔案方面，以重慶檔案館所見者最多，如《重慶市政府》、《重慶市社會局》、《重慶市警察局》、《原四川省立教育學院》、《國民黨中央宣傳部》、《北碚管理局》等全宗；出版刊物方面，則以上海和南京圖書館的收藏量較為多樣，也可說是以大量戰時出版品取勝。此外，筆者先後又從舊書攤或舊書店購置或受贈、影印了不少戰時的劇本和歌集，對於論文中的文本分析幫助甚大。

總之，文宣的範圍至為廣泛，本論文只討論對內宣傳的部分，並不涉及對敵宣傳或國際宣傳的部分。主要特色在於利用原始檔案資料，建立抗戰時期文化宣傳空前展現的多元面貌，並分析其中政治因素的影響，主要目的在凸顯文化戰場之特殊狀況，同時也為中日戰場的宣傳戰作一種補闕的工作。