

总体战体制下的日本舆论动员机制分析

——起源、构建与社会基础

于 淼

内容提要 本文以日本在十五年战争期间的“总体战”体制为背景,探讨“舆论动员”活动的相关问题。通过对日本战时社会历史的考察发现,日本军部以德国的总体战体制为蓝本,将媒体宣传和意识形态引导作为舆论动员机制的核心指导方针,以相关传媒法令为法律依据,通过对各类媒体机构的整合,将媒体资源纳入战争的轨道。封建资本主义制度下的专制语境形成了舆论动员机制的政治基础,军国主义的国民精神结构是舆论动员的思想动力,在媒体将政治意图转化为媒介议题的过程中,媒体精英和意见领袖也发挥了引导作用。多种机理共同运作之下,舆论动员机制实现了对战时国民精神的强效果控制。

“总体战体制”(Total war system)是指国家为推行总体战目标,在社会政治、经济与意识形态诸领域形成的机构设置、隶属关系、权责划分等方面的组织体系和法律制度的总称。在总体战的框架下,为了激发与凝聚民众的战争意志,需要媒体形成合力进行国民共识动员(National consensus mobilization),舆论动员机制(Public opinion mobilization mechanism)即是为了满足这一需求而设立,作为总体战体制的有机构成部分,也是战争时期媒体运作的原理。通过对日本战时社会历史的考察可以看出,舆论动员机制是驱动战争的主导性因素,也是现代日本社会广泛使用的社会舆论动员机制的最初起源。

在第一次世界大战之后,日本军部以德国为蓝本,坚信“国民舆论动员与前线战斗的重

要性等量齐观,甚至在很大程度上决定着战争胜负的天平”,^[1]继而设定以军部为核心,通过媒体进行国家总动员的战略方针,逐步将大众传媒改造为总体战体制统筹下的法西斯传播事业,“将媒体的所有活动完全纳入了当局的意识形态之中”。^[2]在长达十五年的对外侵略之中,媒体通过“富有成效”的舆论动员工作,将日本社会全面推向战争的深渊,对人类社会造成严重危害,对日本社会内部也产生了破坏性影响。在日本当局的舆论政策之中,包括驱使后方民众为“诸项军国事务的运营以及纯正的劳军做出牺牲”,甚至不惜将广大青少年赶上战场替法西斯效劳。^[3]

总体战时代的历史充分说明,在日本社会发展进程中,政治气候的变动和媒体的活动密不可分,媒体的舆论造势对于国家的政治走向产生了非常重要的影响。近年来,随着中日关系的复杂化,对于日本社会舆论动员的研究大量涌现,研究者多以当前社会的现实为基础,探讨和平时社会舆论机制与日本战略文化的关联,将大众传媒作为影响国家战略选择的主导性变量,^[4]通过媒体促成全社会在国家身份定位上的“共识动员”。^[5]在这些具有代表性的观点中,鲜有研究探讨舆论动员机制的起源和理论架构。有鉴于此,本文选择以“十五年战争”^[6]为时间段,将舆论动员作为总体战框架下的战争机制加以考察,以历史发展为轨迹,以社会事实和历史文献资料为依据,对舆论动员机制产生的背景、体系构建和社会动因进行梳理。以期为全面理解当前日本社会舆论机制提供理论基础,并为相关研究提供原文文献之

参考。

一、总体战框架内实施舆论动员的理论奠基

总体战 (total war) 在日语中被称为总力战 (総力戦), 是指国家以军事斗争为中心, 动员本国政治、经济、思想与文化的全部力量来进行的持久战, 是现代国民战争在 20 世纪的最高形态。^[7] 第一次世界大战是人类历史上首次以总体战形式进行的大规模国际性战争^[8]。在战争期间, 英德等主要交战国积极运用媒体进行卓有成效的国民动员, “战斗不仅在前线上进行, 同时也在国内民众的头脑中进行”^[9], 战争宣传与动员 “第一次以组织化、科学化的运作方式出现在世人面前”, 并取得了令人瞩目的效果。^[10]

第一次世界大战对日本战争观念的发展产生了深远的影响。战后, 军部通过对德国战争形势的分析得出的结论, “国民精神的消长与战争的胜负之间存在着极其密切的联系”^[11], 在将来的总体战中, 当局应通过广播、报纸等大众传媒向国民开展国防思想的宣传普及, 在思想与精神上培养国民处于战争时期的团结力量和应对持久战的忍耐力。^[12] 在这一思想的指导下, 1920 年, 军部成立了以陆军中佐永田铁山为核心的临时军事调查委员会, 开始建构适用于国家总体战框架的舆论动员机制。永田在题为《关于国家总动员的意见》的报告中强调应对国家权力掌握的一切资源进行统制和配置, “使之有效地运用于战争”, 并将国民精神动员位列于国家总动员的首位, 通过实施精神动员以防止民众意志颓废。^[13] 此后, 在永田等人的大力推动下, 军部着手于对国防思想宣传普及的研究, 以适应未来总体战的需要。在 1927 至 1928 年期间, 军方设立国防思想普及委员会, 以陆军省军务局兵务课为中心积极开展研究, 用以推动与实施国防思想宣传普及计划。1930 年 6 月, 国防思想普及委员会制订《昭和五年度国防思想普及的相关计划》, 详细阐述了国防思想宣传的目的和重要意义, 提出应利用各种舆论宣传工具密切国民与军队的关系, 以积极的方式促进国民对陆军扩充军备的相关认识与理解。^[14]

九·一八事变促使军部加快对舆论动员的

研究进度。1934 年 3 月, 中央公论社面向社会出版了题为《非常时期国民全集》的七卷本丛书。该书由 “海军篇”、“陆军篇”、“航空篇”、“外交篇”、“经济篇”、“产业篇” 和 “生活篇” 七本专题分册组成, 其中的 “陆军篇” 收录了大量宣传战争的文章, 陆军省军事调查部部长东条英机所撰写的《胜败的分歧点在于思想战》一文着重阐释了国民思想因素在总体战中的重要作用。他指出: 现代的国防战争涉及到非常广泛的领域, 交战国除了进行武力对决之外, 思想战、经济战以及包括各种形态的, 被称为政略战争的全新战争手段脱颖而出。因此, “现代战争的胜利者将是那些把武力、经济、思想政略等各种作战手段实施一元化统制的国家”。东条明确主张, “国家应根据特定的方针政策, 组建思想统制战线, 完善平战结合的现代国防体制以期取得对敌国的绝对胜利”。^[15] 这篇文章从理论上深化了日本总体战体制下舆论动员机制的目标与功效, 在社会中产生强大影响力。

1934 年 10 月, 陆军省军事课政策班成员池田纯久与革新派官僚矢次一夫等人拟定了《综合国策大纲》, 经陆军高层审阅后以《国防本义及其强化之提倡》为题, 用陆军省新闻班的名义公开出版发行, 统称为陆军小册子。这本小册子从皇国国防的本质即为国防要素之组织化的立场出发, 强调 “通讯、情报、宣传” 亦为 “国防力量的构成要素之一”, 并提出 “国防国策强化” 的具体方案, 主张现在的当务之急应从速设置诸如宣传省或者情报局等类似的国家机关, 作为思想战、宣传战的中枢指挥机构, 从而构建完整齐备的思想战体系。^[16] 陆军小册子的普及确定了舆论动员机制中以媒体宣传和意识形态引导为核心的指导方针, 也标志着舆论动员体制理论基础的全面完成。

二、总体战框架内舆论动员机制的构建

“七七事变” 后, 当局开始从国家政策工具的战略高度推行总体战。由于现有的舆论控制法令已不能适应战争形势的发展, 为了实现对媒体机构的规范和管制, 当局决定在现有舆论法规基础上扩充与强化媒体立法体系。^[17] 1938 年 4 月 1 日, 近卫内阁颁布《国家总动员法》

明确规定将对新闻媒体的管制列为“与国家动员所必需的情报及启发性宣传相关的业务”。^[18]对于媒体机构而言,这一法规意味着政府可随时以“国民总动员”为需求,干涉媒体的业务活动。而当局则以传播事业统制权为后盾,牢固地掌握了对媒体生杀予夺的绝对权力。至此,法西斯对传媒的统制以国家总动员法为轴心高速地运转起来。^[19]

1940年6月,德军击溃英法联军,席卷整个西欧大陆。德国的胜利强烈刺激了日本法西斯的侵略野心。7月26日,近卫内阁颁布《基本国策纲要》,宣称要把握世界历史发展的必然趋势,从根本上加速刷新庶政,完成日本向国防国家的迈进,以最终实现皇国之根本。次日,大本营与政府联席会议通过了《适应世界形势演变的时局处理纲要》,重申《基本国策纲要》中的相关精神,强调要进一步“推行强力政治”、“广泛发动国民总动员”、“鼓舞国民精神以及统一国内舆论”。^[20]根据上述法令文件的精神,当局陆续颁布了《电影法》、《新闻事业令》、《战争时期国内广播的基本方针》三项传媒法令,这些法令不仅为有关部门强化对媒体控制与动员提供了依据,也标志着总体战体制下舆论动员机制的法律体系基本形成。

在创设与完善法律体系的同时,当局积极健全新闻媒体的组织机构,以期形成舆论动员的指挥中枢。早在九·一八事变结束不久,当局就尝试建立主管情报宣传工作的专门机构。^[21]此后,受华北事变与伦敦海军裁军条约失效引发的国际危机的影响,当局决定进一步强化积极的情报宣传工作,并于1936年7月1日,成立了内阁情报委员会。^[22]1937年9月25日,近卫内阁将该委员会升级为内阁情报部,用以收集各厅所属的情报、报道,同时考察战争宣传的实施情况。内阁情报部作为拥有部分自主权,能独立开展情报工作的执行机关,使舆论动员机制的实施具有了组织层面的保障。^[23]1940年12月6日,内阁情报部升级为内阁情报局。这一举措实现了对具有“消极”和“积极”两面性质的大众媒体进行一元化的整合,在对思想及舆论进行彻底统制的基础上确立广义上的综合性情报宣传动员体系。^[24]至此,内阁情报局不

仅是负责收集情报、管制媒体行为、引导舆论和对思想文化实施统制核心机构,也成为舆论动员体制的领导中枢。

工欲善其事,必先利其器。在相关法规和制度相继出台之后,为了便捷高效地实施对媒体的控制,有关舆论主管机构根据相应的政策法规通过行政手段对媒体资源进行整合,以便于牢固地掌握宣传工具以使舆论动员在战争中得以发挥当局所预期的最大功效。

报纸作为当时影响最广泛的媒体被当局高度重视,并强调“为达成报纸行业所担负的国家使命,必须对其实施综合的统制运营”。^[25]1941年5月28日,为便于对各类报社进行分类、合并与整顿,日本成立了新闻联盟。该联盟由各大报的负责人兼任理事长、理事及业务部委主管,情报局和内务省警保局官员兼任参与理事。^[26]新闻联盟主要的职责为净化报刊的社会版面和广告版面、干涉报纸发行销售、对报社实施印刷用纸配给率和共同销售、整顿记者俱乐部以及由政府出面组织报道阵容等行政措施。^[27]当局通过这一举措全方位介入报界多个业务领域,实现对报纸媒体的全面统制。

除了报纸以外,当局又将在时间和空间上具有独特优势的广播媒体作为“国家处于非常时期最锐利的思想武器”^[28]予以全面指导,以“确保广播在行之有效地引导民心归化上针对其他文化机构拥有绝对的优势地位”。^[29]1934年5月16日,NHK在通讯省主导下实施全方位的机构改革。通过解散原有的支部,在新成立的协会本部之下设置了大阪、名古屋、广岛、熊本、仙台和札幌六个中央广播局,各局局长职务由本部的理事出任,常务委员由通讯省官员出任。同期,NHK又设置了“放送审议会”,由通信、内务、外务、文部、陆军、海军各省的次官、公益团体的要人、学者、协会方面干事等兼任委员,负责对广播节目大纲进行审议。根据统一广播节目的方针,设置“放送编成会”从事全国转播节目的策划和编制工作。放送编成会的成员除了NHK部内的委员,也包括由通信省电务局无线电课长、内务省警保局图书课长、文部省社会教育局成人教育课长以及有关学者组成的部外委员。^[30]

在舆论动员机制的框架内,电影也成为对公众进行国策宣教的重要工具,被当局纳入战时统制范围。1934年3月13日,日本内阁成立以内务大臣为首的“电影统制委员会”,根据《电影统制委员会章程》对电影的拍摄与上映等业务活动进行管理。^[31]1939年(昭和十四年)4月5日,政府颁布电影法并于当年10月1日正式实施。根据该法令,当局统一并强化了检查电影及其他媒体的弹压机关并赋予国家官僚以广泛的权限,对在日本出产的所有电影影片实施事前与事后的检查。^[32]同年6月,日本电影导演协会、日本电影剧作家协会、日本摄影家协会、日本电影演员协会、日本电影美术编导协会、日本电影导演助理协会共六家媒体协会结成日本电影人联盟,并宣誓协力政府的各项国策。^[33]

从1936年内阁情报委员会正式成立,到1941的新闻联盟成立,在将近5年的时间里,日本在总体战的框架下通过不断强化的传媒法规与制度将媒体资源纳入战争的轨道,将社会各类媒体机构整合到舆论动员体制之中,将媒体打造成为实施总体战体制下舆论动员机制所必需的运行平台,事实证明,这一举措对战争起到了强大的促进作用,通过媒体的表现和群众的反映可见一斑。

三、舆论动员机制的实践与效果

在大社会(the Great Society即现代工业社会)中,政府欲将任性并且捉摸不定的个体投入战争的熔炉绝非一件易事。因此,需要一种新颖且巧妙的手段将社会民众“改造”成为凝结着仇恨又充满希望的统一体。舆论宣传作为一种全新的凝聚手段能煽动起民众的好战激情并利用这种狂热熔化国民当中的异议,从而使整个社会团结一致投入战争。^[34]战争期间,日本媒体将反法西斯国家和人民刻画为阻碍大和民族建设王道乐土的绊脚石,以煽动种族优越论和民族仇恨的宣传手法来点燃民众的战争狂热。

九·一八事变期间,媒体充分发挥议程设置的功能,通过大肆炒作中国军队蓄意挑衅日本在东北地区核心利益的议题,误导受众形成“满洲是帝国的生命线”、“支那的不正当行为侵

犯了帝国在历史上形成的正当权益,关东军予以反击的行为是正当行为”的共识,从而促成国民坚定支持关东军的行动,在社会上形成了战争的狂热。^[35]太平洋战争爆发后,媒体又将议题转向对抗欧美,“将亚洲从白种人手中解放出来”的论调成为推动国民积极投入战争的助推剂。大众传播的实践表明,如果受众对某项议题或事件在直观上缺乏丰富的经验,那么他们对该议题或事件的理解就极大地依赖于媒体,依赖于新闻叙述的性质。^[36]从战争的发展和事态的演变可以看出,由于媒体在战争时期竭力渲染对外强硬论,直接导致了日本民众狂热的民族主义情绪,支持战争的舆论气候笼罩整个日本,达成了舆论动员机制的目标。在这一点上,可以肯定的认为,媒体是促使日本人投入战争的重要因素。^[37]

1943年1月,瓜达尔卡纳尔岛战役以日本陆海军的惨败而告终,太平洋战争的主动权由此易手,盟军开始转入战略反攻,日军损兵折将陷入窘境。为阻挡盟军的进攻,军部需要补充更多的士兵力量,不惜目标指向国内未成年的中学生。^[38]这一时期,媒体在宣传方针上与军方保持高度一致,选择以青少年为受众目标的《写真周刊》上刊登文章,以升迁未来的美好前途为诱惑,示意青少年为了实现国家与全体国民期待应踊跃参军。^[39]这一举措使法西斯征兵动员工作顺利开展,“大多数人怀着在关系到日本命运的‘圣战’中捐躯是国民莫大荣耀的信念被送往战场”。^[40]以海军招募少年入伍为例,中日全面战争爆发后,海军飞行预科练习生录用人数逐年攀升,截止1944年(昭和19年)达到了峰值的113465人^[41],比8年前(昭和12年)增长了20倍。(见表1)。

随着战争形势的日益严峻,当局意识到“时局日渐转入持久战的阶段,故而愈发需要举国一致,坚韧持久”,要求媒体加强舆论宣传,“务使国民认识到必须谋求扩充生产力及充实国防力量,并使其充分理解长期贯彻现行的各项经济政策之必要性,以促成国民对于新事态提供积极的协力”。媒体积极配合当局的战争经济政策,号召后方的民众全力以赴增产节约,实现“今后国力之飞跃性发展”,“以备长期战争态势之需”。^[42]

表 1 海军飞行预科练习生录用人数演变图 (单位: 人)

年 度 (昭和)	预科练习生录用人数				
	甲等	乙等	丙等	乙等 (特)	合计
昭和 12	250	218			468
昭和 13	510	440			950
昭和 14	522	763			1285
昭和 15	590	1212	258		2160
昭和 16	1296	1446	2077		4819
昭和 17	2288	2980	2999		8267
昭和 18	30203	7303	1346	4577	43429
昭和 19	76899	34182		2384	113465
昭和 20	25047	33061			57148

国民储蓄对于军需生产而言是不可或缺的资金来源，其数额的大小在某种程度上成为左右战局的重要因素。当局通过媒体向国民宣传储蓄与战争之间存在着密不可分的关系，为赢得战争就必须“在生活上厉行节约”，以强制推行储蓄。媒体则配合政府反复进行宣传活动，广泛地向国民灌输储蓄是“后方的义务”，战胜的必要条件的观点。媒体动员国民进行储蓄的手法无所不用其极，甚至不忘针对儿童灌输储蓄重要性的说教。^[43]（参见图 1：国民储蓄目标额及实绩额演变图^[44]）

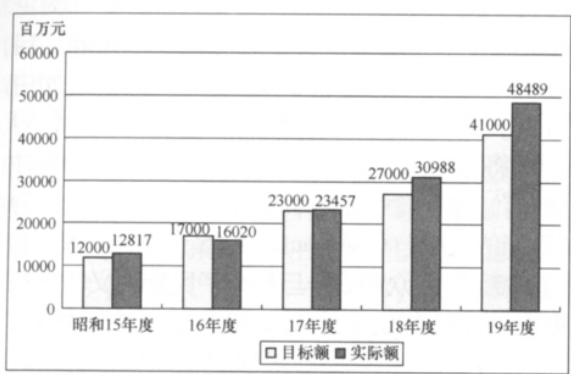


图 1 国民储蓄目标额及实绩额演变图

处于总体战体制下的日本战时经济在人力资源的配置与运用上陷入了二律背反的悖论，劳动力资源随着兵力的扩充而萎缩，而生产力的扩大又增进了对劳动力的需求。媒体通过各

种宣传手段在国民当中进行劳务动员以保证军工生产所必需的劳动力，甚至将每年新增的小学毕业生作为动员的对象。^[45]为了鼓励处于超强度劳动下的工人维持生产的积极性，在战争期间，各电影公司拍摄了大量刻画后方民众为战争经济服务的现实主义影片。这些影片渗透着强烈的民族主义和天皇崇拜，其所宣扬的全力以赴地为国家无私奉献的道德观对绝大多数日本人具有不可抗拒的说服力。^[46]

1944 年，美军攻占塞班岛，突破了日军重兵把守的绝对国防圈。日本妄图组织“全民总决战”顽抗到底，并责成媒体进行决战宣传，以唤起“蕴藏在一亿国民当中的忠诚”，将全部人员与物质的国力化为战斗力，从而“在战争中发挥一亿协力的大和魂，通过总崛起迎击敌人来赢得战争的最终胜利”。^[47]1945 年 3 月，美军赢得硫磺岛战役胜利，为日本法西斯的灭亡敲响了丧钟。当局不甘心坐以待毙，仍寄希望于与美军进行本土决战。6 月 9 日，临时国会特别会议通过了包括战时紧急措施法在内的 6 项法案，动员全体国民迎接最后的战斗。同日，裕仁天皇发表诏书，号令国民“粉碎敌国野心，达成战争目的”。为此，媒体连日发起了感谢天皇的仁慈，号召国民以死效忠的舆论造势活动，到 7 月中旬以后，进一步发展为“护持国体”的宣传运动。^[48]舆论动员的力量使日本民众仍寄希望于最后的胜利，“神州不灭”、“以死效忠天皇”的理念成为日本民众继续战争的动力。

战争期间,当局在媒体“战争协力”的积极配合下,通过舆论动员实现了对国民的精神强效果控制,导致广大民众被牢牢地拴在法西斯的战车之上,成为侵略战争的牺牲品。“大多数国民将自己的一切都奉献给了天皇,竭力协助战争,这是一个不争的现实。不仅是军人被动员起来送上了战场,就连全国各地的老弱妇孺都被组织起来投入战争,使之日常生活的方方面面都被卷入了战争,为总体战效命,从而使这场战争具有以往的任何一场战争都望尘莫及的规模与深度。在日本国民当中,不仅有被强制参战的人,而且还有很多人是本着自发的意志充分相信这场战争,这正是法西斯体制的恐怖所在”。^[49]

四、总体战体制下舆论动员机制致效的社会基础

拉斯韦尔在分析战争中的宣传效果时认为,战时舆论动员的具体实施过程中,宣传及其实施者在战争中的地位、功能取决于国家的政治体制,而国家政体的具体性质又规定了舆论动员关于战争的观点、思想、行为等,这些倾向性的框架最终构成与设定了宣传的方式,如价值观、技巧、素材。^[50]这一观点为我们分析日本舆论动员机制的社会基础提供了视角。19世纪后期,日本通过明治维新走上了资本主义发展道路,但是,资产阶级民主革命洗礼的缺失导致日本社会发展进程中残存着浓厚的封建色彩。在政治制度层面,以普鲁士军国主义专制制度为蓝本构建起明治宪政体制,日本发展为一个“混杂着封建残余”并“以警察来保卫、军事专制制度”的国家。^[51]受这种制度的影响,近代日本的资产阶级新闻传播事业在问世之初就存在着严重的结构性矛盾,以天皇权威和军国主义为代表的封建集权因素构成强有力的调控机制,将媒体限制于特定的活动范围。

在大众传播过程中,丧失了对环境中相关事实的把握,受众就不可避免地成为宣传的受害者。^[52]媒体中的反战言论被扼杀,致使社会上反对战争的声音无法传播,民众无法获悉事实的真相。与此同时,媒体又大肆鼓吹“圣战”、“八纮一宇”、“无敌的皇军”所取得的“盛大战果”。^[53]面对媒体所进行的煽惑性舆论动员,

“受众处于被动与软弱无力的境地,宣传如同魔弹一般轻而易举地将其击倒”。^[54]可以说,军国主义的国家制度形成了专制的社会语境,在这样的政治体制下,舆论动员具有强大且不可抗拒的威力。

日本法西斯的舆论动员机制能发挥巨大的功效,还与近代日本国民的精神结构存在着必然联系。1868年明治政府成立伊始就将对外侵略扩张定为国策,“欲经营四方,安抚汝等亿兆,开拓万里波涛,广布国威于四方,安置天下于富岳”。^[55]这种军国主义的意识形态一方面奠定了近代日本国民精神结构的基础,同时也成为了媒体的传播活动的指南针。以此为行动纲要,日本新闻界长期扮演侵略扩张吹鼓手的角色。媒体精英以公众意见领袖的身份,通过著书立说等方式将“兼六合以开都、掩八竝而为宇”^[56]的国策灌输给民众,以形塑全民的凝聚力和认同。以福泽谕吉为例,作为近代日本思想界、教育界和新闻界的翘楚,利用其巨大的影响力在报纸上发表“脱亚论”的观点,主张日本应摆脱中国和朝鲜这两个东亚的“恶邻”,效法西方列强在必要时通过武力手段迫使中国和朝鲜接受日本对其的“文明开化”。^[57]

与此相应,媒体将当局的政治意图转化为媒介议题,形成具有广泛影响的社会舆论,促使日本国民在内心深处积淀了对中国和亚洲人民的歧视与蔑视。在这一过程中,媒体“提供有说服力并且能够确实把握触及到的形象,自发地使某种政治意图成为现实的可能”。^[58]如中日甲午战争期间,在媒体的宣传下,“社会各界普遍将这场战争视为文明与野蛮之间的冲突”^[59],在国民意识形态中将这场战争作为“正当的义战”(righteous)而置于赞颂日本文明的高度。^[60]公众舆论一旦具有了民族主义的外在形态,就具有稳定性以及长期存在的可能性。任何一名公众在其内心对现实和政策都有一种源于需要和价值取向的期待值和衡量尺度,而这些是日本长期的政治文化观念内化成人的性格的一部分,是稳定不变的。^[61]在军国主义意识形态的引导下,历次对外侵略战争中公众舆论都呈现出全力支持战争的一边倒态势。

日本军国主义者自命大和民族是优等民族,征服亚洲进而征服世界是其天经地义的历史使

命,并将这种观点通过媒体流布于国民当中,导致“一种自称日本民族比亚洲各民族甚至比世界各民族都优越的危险思想一以贯之的毒化了日本人民的意识”^[62]。在十五年战争时期,侵略有理的观念在国民中得到了进一步的发酵,成为解决大和民族生存与发展的根本途径。在军国主义思想的指导下,日本国民普遍认为日本国土狭小、人口繁多,必须通过对外侵略扩张来开拓自己的生存空间,这一精神结构成为舆论动员的思想动力,当对外扩张成为了全民利益之所在,日本国民即可瞬间被动员起来,为侵略战争做出奉献乃至牺牲。

结 语

十五年战争时期,日本法西斯实行积极的舆论动员政策是其总体战政治的逻辑使然,媒体通过面向国民进行舆论动员实现对当局政治诉求的主动回应和对传播语境变动的积极调适。媒体最大限度地发挥舆论导向的功能来统一国民的意志,从而在社会上形成舆论合力,“为了扩大和推进战争,自觉地起到了积极煽动民众的作用”。^[63]由于媒体的积极配合,舆论动员作为法西斯总体战的重要一环,成为“支撑帝国国内好战”的“爱国主义”的重要力量,而这股力量在突然之间就吞噬日本社会。^[64]

今天,日本法西斯已经被彻底扫进了历史的沟渠,它的总体战和舆论动员也成为日本帝国主义侵略史内容载入史册。但是,殷鉴不远,在夏后之世!当前,日本社会因经济衰退而陷入了焦虑症候群,一些本着“大东亚共存共荣”思维的右翼政客在媒体配合下乘机借题发挥,鼓吹突破和平宪法的政治架构,重温战前由日本主导亚洲的“东亚新秩序”,向国民“灌输错误的历史认识”。^[65]在这一形式下,重新审视战争时期日本法西斯实行舆论动员,驱使国民投入侵略战争的历史就具有深刻的现实意义。

作者: 华中科技大学新闻与信息传播学院博士后

注释

- [1] 总体战理论的鼻祖鲁登道夫认为宣传与动员对第一次世界大战的走向产生了决定性的影响,德国霍亨索伦王朝在战争中未能及时察觉协约

国的宣传战阴谋,以至于招致战败的结局,因此“战时舆论宣传就是战场,有了正确的舆论导向,战争就会取得胜利;反之,战争就会失败”。George G. Bruntz. *Allied Propaganda and the Collapse of the German Empire in 1918*. Stanford, California: Stanford University Press, 1938, P. 3.

- [2] 山本武利など『メディアのなかの「帝国」』,東京岩波書店,2006年,2頁。
- [3] 家永三郎『太平洋戦争』,東京岩波書店,2002年,157頁。
- [4] 林晓光《日本对华战略文化形成的社会舆论机制——“普通国家”的身份建构与媒体的“共识动员”》,《新闻与传播研究》2008年第15卷第2期,17頁。
- [5] 「誇りある歴史教育を」田母神俊雄氏が講演。<http://sankei.jp/region/news/110604/ymn11060420270002-n1.htm>.
- [6] “十五年战争”即1931年9月18日,日本关东军发动九·一八事变,侵占中国东北,日本成为了远东战争策源地,整个社会进入了长达十五年的“黑暗峡谷”时期。
- [7] 下中邦彦『大百科事典8 スク・タイシ』,東京平凡社,1985年,982頁。
- [8] 总体战作为一种涉及高水平的社会动员和大规模群众参与的战争形态,发源于19世纪初的欧洲。法国大革命和拿破仑战争时期国民军(mass armies)的组建与参战使总体战成为可能。Sandra Halperin. *War and Social Change in Modern Europe: The Great Transformation Revisited*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004, P. 74. 在第一次世界大战期间,总体战这种全新的战争形态得到了充分的实践。战后,德国前副总参谋长艾里希·冯·鲁登道夫(Erich Friedrich Wilhelm von Ludendorff 1865 - 1937)对总体战(totale Krieg)的概念予以系统而全面的阐释。鲁登道夫根据自己对德国在一战中的经验教训进行反思与总结,撰写了《总体战》(Der totale Krieg)一书。他在书中阐释了总体战的构成要素,着重指出舆论宣传与动员对于构建民族的精神团结这一总体战基础的极端重要性,并在书中提出了战时必须对舆论实施控制与动员的观点。Erich. Ludendorff. *Der totale Krieg*. München: Ludendorffs Verlag G. m. b. H., 1937.
- [9] Alice, Goldfarb. Marquis. *Words as Weapons: Propaganda in Britain and Germany During the*

- First World War Journal of Contemporary History. SAGE, London, Newbury Park and New Delhi, 1978 (13), P. 3.
- [10] Michael Schudson, *Discovering the News: a social history of American newspapers*. New York: Basic Books Inc., 1973, P. 142.
- [11] 関東軍司令部編『国家総動員研究資料』, “新京”(長春) 関東軍司令部, 1937年, 92頁。
- [12] 額瀨厚『総力戦体制研究: 日本陸軍の国家総動員構想』, 東京三一書房, 1981年, 173頁。
- [13] 丸山真男『現代政治の思想と行動』, 東京未来社, 1981年, 258頁。
- [14] 額瀨厚『総力戦体制研究: 日本陸軍の国家総動員構想』, 東京三一書房, 1981年, 175頁。
- [15] 赤澤史朗など『総力戦・ファシズムと現代史』, 東京現代史料出版, 1997年, 56頁。
- [16] 内川芳美『マス・メディア法政策史研究』, 東京有斐閣, 1989年, 230頁。
- [17] 九一八事变爆发之初, 当局就颁布了《满洲事变相关电影胶卷的审查》等法律文件规范电影行业的传播活动。在九・一八事变至七七事变的六年間, 当局陆续颁布了一系列“指导”报刊杂志、广播、电影等媒体传播活动的法规文件, 初步确立起对媒体的统制。内川芳美『現代史資料 40 マス・メディア統制 1』, 東京みすず書房, 1973年, V - Vii 頁。
- [18] 歴史学研究会『日本史史料 [5] 現代』, 東京岩波書店, 1997年, 84 - 85 頁。
- [19] 内川芳美『マス・メディア法政策史研究』, 東京有斐閣, 1989年, 219 頁。
- [20] 外務省『日本外交年表並主要文書』「下」, 東京原書房, 1965年, 436 - 438 頁。
- [21] 1932年5月, 外務省与陆军省中负责情报工作的相关责任人发起组织了时局同志会。时局同志会吸收文部、内务、通讯各省的成员加入, 由外务次官兼任委员长, 委员则由陆军、海军、文部、内务、通信等省负责情报工作的相关各职能局(部)长官充任。
- [22] 根据官制的规定, 内阁情报委员会具体负责“情报、有关内外报道及启发宣传”的联络与调整。该委员会的委员长由内阁书记官长兼任, 各省的次官及法制局参事官、资源局长官、满洲事务局次长、外务省情报部长、内务省警保局长、陆军省军务局长、海军省军事普及部委员长、通信省电务局长兼任委员。情报宣传机构首次在中央政府机构中占据了正式的位置。
- [23] 内川芳美『現代史資料 40 マス・メディア統制 1』, 東京みすず書房, 1973年, XX - XX - iv 頁。
- [24] 内川芳美『マス・メディア法政策史研究』, 東京有斐閣, 1989年, 230 頁。歴史学研究会編『日本史史料 [5] 現代』, 東京岩波書店, 1997年, 84 - 85 頁。
- [25] 小野秀雄『日本新聞史』, 東京良書普及会, 1948年, 326 頁。
- [26] 角家文雄『昭和時代「15年戦争」の資料集』, 東京学陽書房, 1973年, 215 頁。
- [27] 小野秀雄『日本新聞史』, 東京良書普及会, 1948年, 326 頁。
- [28] 山本武利など『メディアのなかの「帝国」』, 東京岩波書店, 2006年, 223 頁。
- [29] 三輪公忠『再考・太平洋戦争前夜——日本の一九三〇年代論として』, 東京創世紀株式会社, 1981年, 152 - 153 頁。
- [30] 竹山昭子『戦争と放送 史料が語る戦時下情報操作とプロパガンダ』, 東京: 社会思想社, 1994年, 37 頁。
- [31] 内川芳美『現代史資料 40 マス・メディア統制 1』, 東京みすず書房, 1973年, 264 - 267 頁。
- [32] Kasza, Gregory J. *The State and Mass Media in Japan, 1918 - 1945*. Berkeley: University of California Press, 1998, PP. 232 - 242.
- [33] 角家文雄『昭和時代 15年戦争の資料集』, 東京学陽書房, 1973年, 243 頁。
- [34] Lasswell, H. D. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Knopf, 1927, PP. 220 - 221.
- [35] 三輪公忠『再考・太平洋戦争前夜——日本の一九三〇年代論として』, 東京創世紀株式会社, 1981年, 191 頁。
- [36] Entman RM. *Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*, 1993, 43 (4), P. 53.
- [37] NHK. 日本人はなぜ戦争へと向かったのか 第3回“熱狂”はこうして作られた. <http://www.nhk.or.jp/special/onair/110227.html>.
- [38] 以陆军航空兵为例, 陆军少年飞行学校在1943年到1944年间的录用率(录用者与志愿

- 者的比例) 由创设时期的 1/30 急剧上升到 1/4。日本航空協会『日本航空史 昭和戦前編』, 日本航空協会, 昭和 31 年, 122 頁。
- [39] 玉井清『戦時日本の国民意識 国策グラフ「写真週報」とその時代』, 東京慶応大学出版会, 2008 年, 222-223 頁。
- [40] 〔日〕小俣行男 《日本随军记者见闻录》, 世界知识出版社, 1985 年版, 3 页。
- [41] 玉井清『戦時日本の国民意識 国策グラフ「写真週報」とその時代』, 東京慶応大学出版会, 2008 年, 220 頁。
- [42] 内川芳美解説『現代史資料 41 マス・メディア統制 2』, 東京みすず書房, 1975 年, 164 頁。
- [43] 玉井清『戦時日本の国民意識 国策グラフ「写真週報」とその時代』, 東京慶応大学出版会, 2008 年, 100-101 頁。
- [44] 该图系根据朝日新闻社所编的《终战纪录 呈交议会的报告书及重要公文书集》中记载的相关资料绘制而成。朝日新聞社編『終戦記録 議会への報告書並に重要公文书集』, 東京朝日新聞社, 昭和 20 年, 78 頁。
- [45] 玉井清『戦時日本の国民意識 国策グラフ「写真週報」とその時代』, 東京慶応大学出版会株式会社, 2008 年, 142-150 頁。
- [46] Jacqueline M. Atkins (ed). *Wearing Propaganda: Textiles on the Home Front in Japan, Britain, and The United States, 1931-1945*. New Haven and London: Yale University Press, P. 110.
- [47] 内川芳美『現代史資料 41 マス・メディア統制 2』, 東京みすず書房, 1975 年, 523-524 頁。
- [48] 松浦総三『天皇とマスコミ』, 東京青木書店, 1975 年, 3-14 頁。
- [49] 藤原彰『太平洋戦争史論』, 東京青木書店, 1982 年, 155 頁。
- [50] Harold D. Laswell, *Propaganda Technique In World war I*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1971, P. 19.
- [51] 〔德〕马克思、恩格斯 《马克思恩格斯选集》(第 3 卷), 人民出版社, 1972 年, 21-22 页。
- [52] Walter Lippmann. *Liberty and the News*, Transaction Publisher: New Brunswick and London 1995, Introduction, P. 44.
- [53] 家永三郎『太平洋戦争』, 東京岩波書店, 2002 年, 197 頁。
- [54] Schramm. W., & Roberts, D., *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1971, PP. 8-9.
- [55] 外務省『日本外交文書 明治』第一卷第一冊, 東京巖南堂書店, 1936 年初版, 148 頁。
- [56] 維新史料編纂会『維新史』(第 5 卷), 東京吉川弘文館, 1941 年初版, 393 頁。
- [57] 福沢諭吉『脱亜論』『福沢諭吉全集』(第十卷), 東京岩波書店, 1960 年, 240 頁。Jon Livingston, Joe Moore, Felicia Oldfather. eds. *The Japan Reader*. Vol. 1. Imperial Japan 1800-1945. New York: Pantheon Books, c1973, PP. 217-221.
- [58] A. L. Green, *The Ideology Antic-Fluoridation Leaders*, *The Journal of Social Issues*, Vol. 17, 1961, P. 13.
- [59] 福泽渝吉就在报上公开宣称日本侵华战争作为“文野之战”, 是“推进文明的国家(日本)与阻碍文明进程的国家(中国)之间”进行的“宗教战争”。Jon Livingston, Joe Moore, Felicia Oldfather. eds. *The Japan Reader*. Vol. 1. Imperial Japan 1800-1945. New York: Pantheon Books, c1973, P. 220.
- [60] Gluck, Carol, *Japan's Modern Myths: Ideology in the Late Meiji Period*. Princeton: Princeton University Press, 1985, PP. 135-136.
- [61] Benjamin L. Page & Robert Y. Shapiro. *The Rational Public: fifty years of trends, in Americans' policy preferences*. Chicago: The University of Chicago Press, 1992, P. 383.
- [62] 梅汝璈《远东国际军事法庭》, 法律出版社, 2005 年, 201 页。
- [63] 家永三郎『戦争責任』, 東京岩波書店, 2002 年, 287 頁。
- [64] Louise Young. *Japan's total empire: Manchuria and the culture of wartime imperialism*. Berkeley: University of California Press, c1998. P. 58.
- [65] 浅野健『戦争報道の犯罪——大本営発表化するメディア』, 東京社会評論社, 2006 年, 80-81 頁。

takes the history of the evolution of the communication channels as the main line, and analyses the dialectical relationship between time and space of communication activities with Historical technicalism of McLuhanism critically, and the evolution course of communication forms and media forms.

34 *Uigur Audience' s TV Practice and their Everyday Life: a Study of Ethnography in Tutey Village*

Jin Yuping

Based on the theory of the practice of everyday life, the paper explores Uigur audience' s TV use and their identity with ethnography in the rapid – changing society. The empirical studies show that Tutey audience' s TV technology use and program watching are significantly affected by ethnic cultural norms, their reception is de – ideology, and the concept of nation is hierarchical in their text interpretation. This kind of TV practice creates mobile social space boundaries, and provides new materials to construct their identity – strong ethnic identity and alienated national identity.

43 *The Gannan Tibetan social flow and culture integration Under Mass media background*

Zhang Shuoxun and Wang Xiaohong

Since the reform and opening up, the mass media in Gannan Tibetan developed rapidly. The mass media dissemination of multicentric and speedy accelerated the speed of social mobility and caused culture shock and integration in Tibetan area. This article makes the field survey by picking five typical villages, based on systematical investigation. It analyzes Gannan Tibetan area present situation of social mobility and how “peasant workers” and “immigrants” as the flow media, played a model and leading role in farmers and herdsman in Gannan Tibetan area.

51 *A Discussion of Japanese public opinion mobilizing mechanism under the total war system*

Yu Miao

This paper discusses the issues related to the public opinion mobilization in the background of the total war system during the 15 years war in Japan. Through the inspection on the war time social history of Japan, the paper finds Japanese Military modeled on the German total war system, put the media propaganda and the ideological guiding as the core guidelines of the public opinion mobilizing by integrating various media and putting the media resources into the orbit of war. The authorities context of the feudal capitalism system formed the political basis of the public opinion mobilizing mechanism, and the

militaristic national spirits became the ideological driving force of it. The media elites and the opinion leaders also played a guiding role in the process of transforming the political intentions into media issues. Through the co – function of the different mechanism, the public opinion mobilizing mechanism exerted the strong effect on the control of the war time national spirit.

60 *On Management Status of Mainstreamed Media Websites in China*

Zhong Ying and Luo Xin

The paper based on a questionnaire survey and semi – structured interviews which carried out to executives of 37 main nationwide media website. It reveals the folloing: in the matter of management system, insufficient funds, uncertainty of management right and incompleteness of management norms are the main problems of the websites. As for human resource, staffs of those companies tend to be young and of relatively large mobility. Besides, versatile talents and an appropriate assessment system are needed. In content management, the concepts of Timeliness and Original did not receive due attention. Also, actual operation of guiding public opinion tends to become a simple way as blocking. In addition, emphasis on uniqueness of the Information Collection function reflects other functions of the content in a very weak phase. In respect of operating and management, sources of funding are more and more narrow. Inadequate marketization and over – reliance on advertising revenue are becoming problems of website companies. To solve these problems, our group has the following suggestions. Firstly, in the matter of management system, news sites should accelerate the process of becoming enterprises listed and commercial sites are supposed to enhance their awareness of public opinion guide. As for staff management, website companies should establish a rational system of personnel training and assessments as well. Besides, in content management, website companies should emphasize on unique selling proposition and creative contents, and also focus on keeping the flow of information free as well as safe. In respect of operating and management, media websites ought to expand sources of funding through various channels and actively seek profit patterns according to their own development model.

73 *Public opinions of China on international social media*

Xiang Debao

With a content analysis of Wordpress, Technorati, Digg, Reddit, Twitter, Facebook, Youtube, Topix, Nowpublic and CNNIreport, the paper explores the public opinions of China on Social media. Frequent occurrence of big events in China incurs focus from social media on China. Compared with the coverage by traditional western media on China, there is no big difference in its framework of social media. Generally speaking, social media focus on more social and economic issues of China. China's economic development