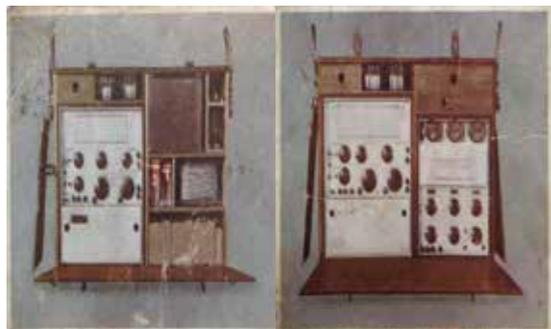


戰爭與廣播宣傳

文／何義麟（國立臺北教育大學臺灣文化研究所副教授）



▲一次大戰時，無線電即被運用於戰場。圖為日治時期的無線機。（圖片提供／高傳棋）

收音機廣播與戰爭有密切的關聯，日本學者佐藤卓己認為：收音機的研究就是廣義的法西斯主義研究與總體戰研究。佐藤的論文與相關論著收錄於《戰爭・ラジオ・記憶》（東京：勉誠出版、2006年）一書，從這些研究成果可知，第二次世界大戰期間，日本是將廣播充分的運用於戰爭的國家之一。從第一次世界大戰起，無線電通訊就被運用於戰場，第二次世界大戰更進一步發展為收音機廣播之宣傳戰。廣播之發展與大眾社會、大眾媒體的形成，原本就有密切關聯。因此，當時的軍國主義或法西斯主義國家，在建構國家總動員體制，也都充分的運用了收音機。

戰前，日本大眾宣傳的專家明言：報紙是閱讀的廣播、廣播是聆聽的報紙，兩者都是將國家意志滲透為國民意識的工具，兩者同為宣傳機關，而非僅止於報導機關。在這樣的理念下，戰爭時期收音機明顯的被運用於國內總體戰動員，以及對敵之宣傳戰。回顧第二次世界大戰可以發

現，這是一場四次元的現代戰爭。當時官方曾公開宣稱：在陸、海、空三戰線之外，由國際短波廣播所進行的「無影蹤的電波戰」，可稱之為第四戰線。這個心理與思想的戰線，主要就是指對敵廣播，這種電波戰不僅要排除敵國謠言式的宣傳，同時也要捕捉住其他國家人民的心，改變他們的世界觀。基於這樣的理念，1937年以後，包括在殖民地的臺北放送局之對敵廣播也大量的增加。

從民眾的角度來看，戰時收音機廣播對民眾生活，也產生相當廣泛的影響。首先，隨著戰局的擴大，收聽收音機廣播的需求也迅速提高。例如，作家吳新榮在盧溝橋事變後一週，首次購置了一臺收音機。戰局擴大促使收聽戶迅速增加，最明顯的例子是1937年中日戰爭爆發這一年，全臺當年度新增的收聽戶就超過1萬3千戶。其次，太平洋戰爭爆發的1941年度，全臺增加了1萬2千7百餘戶。由於在臺日人收聽戶大致已經飽和，這些新增的收聽戶大多數是臺灣人家庭。戰局日漸擴大的時刻，臺灣人收聽戶大量增加，其主要原因應是關心時局的變化。



▲1939年臺灣遞信協會將戰爭置入雜誌圖。（圖片提供／國立臺灣圖書館）

此時，臺灣的知識分子也必須透過收音機，才能得知最新戰況。以吳新榮為例，他在1937年11月18日的日記中，描述他的休閒生活時表示：「三疊他他米大的小房間，書桌兩張，一張置收音機，一張擺書，這裡是我生活的據點，思索的中心。南邊牆上，貼著一張時局大地圖。」由此可以看出，這時收音機已成為他不可或缺的必需品。往後，他在日記中還記載不少從收音機得知的消息，例如，山本五十六聯合艦隊司令官戰死、日臺航線汽船被潛水艇擊沉、英美聯軍攻陷巴黎等。

1941年7月30日，吳新榮在日記上表示：「訂閱的書刊都讀了，覺得有點寂寞。現在只好以報紙與收音機充充精神食糧。」民眾都關心時局，聽到收音機廣播的重大新聞報導，也會迅速的告知友人。例如，1941年12月8日，林獻堂在日記上曾提到，當天8時餘葉榮鐘打電話來，告知6時收音機廣播，拂曉太平洋美日已進入交戰狀態。這件事反映出當時廣播新聞迅速的再傳播。1945年6月5日，吳新榮在日記寫道：「數日來，報紙、收音機皆斷，如隔世之感。每天除空襲之外，沖繩戰的結果及世界動向皆不知，令人困惑。」由此充分的呈現出收音機在戰時的重要性。

戰爭時期，收音機在臺灣人家庭之間迅速普及，臺語節目的增加，也是一項重要的因素。總督府為了進行戰爭宣傳與動員，從1937年以後就開始增加臺語新聞的時間。根據時人的描述，在臺中，一到晚



▲戰爭期間報紙上的收音機廣告。（圖片提供／黃裕元）

上臺語新聞的節目時間，就有一群黑壓壓的人群聚集在店頭，收聽擴音器播放出來的新聞。當群聚街頭收聽廣播成為常見的街景時，表示一般民眾開始急切想獲得時局消息。

當時臺語新聞播報員中，最有名的是曾任國語學校漢文教師的劉克明，民眾對他的臺語新聞頗有好評。此外，隨著戰局的擴大，廣播節目也出現

很大的變化。特別是1941年太平洋戰爭爆發後，新聞節目便大量增加，新開闢的節目有「軍事報導」、「總力戰之時間」、「今日戰況」、「一週戰局」等。另外，針對特定對象也開闢了「戰時家庭時間」、「國民學校放送」、「少國民時間」等。

整體而言，戰時廣播節目的主要目的就是：「指導國民，統一輿論，強化後方的團結」。要達到此一目標，其先決條件就是必須大家都能收聽到廣播。因此，日本放送協會全力招募收聽戶，1942年時訂下要在本國儘速達到募足一千萬收聽戶之目標，並喊出早日實現「家家戶戶都有國



▲民雄放送所廣播發射機，上面還可以看到戰爭時掃射留下的痕跡。（攝影／鄭培哲）

旗與收音機」之口號。這個口號雖然是針對日本本國，但下個目標無疑的將會適用於殖民地臺灣，從這個口號也讓人深切體會到，收音機廣播與戰爭宣傳密不可分的关系。