

國防大學政治作戰學院中共軍事事務研究所

碩士論文

習近平時期軍事宣傳策略之研究——以圖像學途徑
分析

**An analysis of China's military propaganda strategy
under the Xi Jin-Ping regime**

研究生：楊秉廷 撰

指導教授：李亞明 博士

National Defense University

中華民國一〇九年六月



國防大學

National Defense University

國防大學政治作戰學院中共軍事事務研究所碩士學位論文

口試委員會審定書

習近平時期軍事宣傳策略之研究——以圖像學途徑分析

An analysis of China's military propaganda strategy under
the Xi Jin-Ping regime

本論文係楊秉廷(學號 1090720206)在國防大學政治作戰學院中共軍事事務研究所完成之碩士學位論文，於民國 109 年 5 月 28 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

委員兼召集人	李承禹
指導教授	李亞明
委員	林君潔
所長	馬振坤

中華民國 109 年 5 月 28 日



國防大學

National Defense University

謝辭

遠的日子近了，近的日子遠了。看著自己的論文終能付梓成冊，心中的激動與歡喜實非短短幾句便可比擬，隨著論文的完成，研究所兩年的學習生涯終告一段落，回首這段埋首於寫作的日子，才瞭解到其中過程的不簡單。

首先，要感謝的是我的指導老師李亞明副教授，從論文的選題到結構安排，從內容到文字潤飾，藉由一次次的探討，老師就文中核心問題給予許多指導與充分的支援，使我在研究的期間突破各式的瓶頸。除了研究工作之外，這兩年間生活上所遇到的各種困境與挫折，亞明老師猶如母親般無私地的傾聽、陪伴及協助我，常讓我在沮喪之餘，又重燃信心。此外，也感謝兩位口試委員——李承禹助理教授與林君潔助理教授，百忙之中對我的研究與論文提出的指正與審閱，如此嚴謹的研究精神讓大學時期就讀美術的我多了幾分理性的思維，更明白自己沉浸於研究過程中的盲點，拓展了我對於圖像宣傳的研究視野。整體而言，從興趣的發掘到困頓，然後最後再因為人生的體驗而豁然開朗，進而一鼓作氣地完成目標，著實是一個令人暢快的過程。

在研究所修習的期間，感謝志鴻學長、家銘學長、文傑學長、欣橋學長、彥良學長及班上的成員們，不分官階高低之別，在談笑、訴苦中相互砥礪及分享生活點滴，除了教導我許多人事相處的智慧及道理，更總是在

危急的時候毫不猶豫地拉我一把，陪我度過許多難關。很幸運在此階段認識到大家，因為有您們，才建構了兩年來無數的回憶及感謝，讓我在軍旅生涯這一短暫的驛站中倍感溫暖！

最後，更該感謝的是我的家人。謝謝爸媽一路上栽培我、支持我的決定，不管在任何時候、任何都盡所可能的給予最大的助力，讓我能夠總是專心只為讀書，不為其他生活瑣事而煩惱，才成就今日的碩士學位。

兩年的學習歲月對於軍職的我既漫長卻又匆促，如今畢業再次回歸至軍旅中，但離開之際，我將會帶著這些日子裡的甜美果實，勇敢地邁向未來的道路！



楊秉廷 謹誌

臺北北投 復興崗

2020年6月4日

摘要

本研究採用 Erwin Panofsky 的圖像學理論做為分析工具，以圖像前的描述、圖像的分析、圖像的詮釋三個階段來探討中共 1949 年到習上任期間，利用文藝政策進行大量以宣傳鼓動、製造社會輿論和氣氛的軍事政治宣傳圖像，目的藉以瞭解其宣傳策略之演變、文本敘事意義指涉及運作規則。

研究發現，中共宣傳策略往往透過寫實的圖像，塑造供崇拜與效仿的偶像和模範人物、建立階級以豎立敵我意識、宣揚政策發展，隨著不同的社會、軍事、政治需要，宣傳圖像呈現出不同的風貌，不管媒介、手法為何，其目的均為黨和國家意識形態的延伸，充滿教育和政治維穩的意味。

隨著科技進步與網路世代的興起，對中共傳統宣傳工作提供了創新發展的良好契機，當前領導人習近平上任後旋即提出「中國夢」，其宣傳工作亦在兼具傳統媒體和新媒體的多重宣傳渠道下進行，除了以中共意識形態作為訊息的傳遞，更是打著民族主義的旗幟喚醒國人的愛國意識。

關鍵字：中國宣傳畫、海報、圖像學、意識形態、網路



國防大學

National Defense University

ABSTACT

Erwin Panofsky's Iconology theory was adopted to analyze the study, through the Pre-iconographical description, Iconographical analysis and Iconographical interpretation, these three phases were being used in explore the implication and signs of Chinese propaganda posters and images from 1949 to the president XI's era, which were using to create public opinion and propaganda by art and literary policy.

The results revealed that the Chinese Communist Party's propaganda strategy created the model, established the Class consciousness as setting enemy, and preaching the policy of the government. Propaganda posters and images present different style as different Social, military and politic needs. The purpose of it was to assess the ideology from CCP, which were full of education and maintaining stability.

With the progress of science and technology and the rising of internet, it provided the great and innovative opportunity to CCP. The president XI brought up "The Chinese Dream" during he took office, which brings the new challenge between the traditional media and new media. Besides the official ideology of CCP and social values dominated the informations transferd, the Nationalism of Chinese were being awaked.

Key word: Chinese propaganda posters, ideology, Iconology theory,

Internnet propaganda



國防大學

National Defense University

目錄

第一章 緒 論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 文獻回顧及探討.....	6
第三節 研究途徑與方法.....	20
第四節 研究範圍與研究限制.....	23
第五節 研究架構及章節安排.....	26
第二章 中共圖像宣傳之發展.....	29
第一節 群體性藝術源起及發展.....	29
第二節 圖像宣傳的特徵.....	40
第三節 中共宣傳畫的特色.....	50
第三章 中共軍事宣傳工作策略之變遷.....	69
第一節 毛澤東時期的軍事宣傳.....	69
第二節 鄧小平時期的軍事宣傳.....	115
第三節 江、胡時期的軍事宣傳.....	141
第四章 習近平時期軍事宣傳策略.....	157
第一節 習近平時期軍事宣傳策略之根基.....	157
第二節 資訊世代下軍事宣傳策略.....	164
第三節 一黨思想下數位宣傳之功用.....	202

第五章 結 論.....	215
第一節 研究發現.....	215
第二節 研究建議.....	224
參考文獻.....	227



表目錄

表 1-1 宣傳常用七大手法.....	8
表 1-2 各時期、組織視覺圖像宣傳意義及目的.....	12
表 1-3 文獻種類區分.....	22
表 2-1 色彩象徵和文化意涵.....	44
表 2-2 常見的圖像象徵意義.....	49
表 4-1 《中國軍隊一分鐘》圖像分析表.....	191
表 4-2 《我和我的祖國 護航篇》圖像分析表.....	196
表 4-3 《我和我的祖國 回歸篇》圖像分析表.....	200
表 4-4 《我和我的祖國 奪冠篇》圖像分析表.....	213
表 5-1 中共各時期宣傳圖像意涵.....	219

國防大學
National Defense University



國防大學

National Defense University

圖目錄

圖 1-1 分析架構圖.....	27
圖 2-1 濟南劉家功夫針鋪宣傳銅板印刷.....	30
圖 2-2 《廣生行有限公司月份牌》.....	31
圖 2-3 《萬眾一心 誓滅倭寇》.....	33
圖 2-4 《加緊總動員，一切軍事化》.....	34
圖 2-5 《誓與國土共存亡》.....	35
圖 2-6 顏色聯想與性別意識.....	44
圖 2-7 “Under leadership of great Stalin, forward to communism!”.....	59
圖 2-8 《團結起來 爭取更大勝利》.....	59
圖 3-1 《慶祝中央人民政府成立》.....	70
圖 3-2 《慶祝中華人民共和國國慶節》.....	72
圖 3-3 《我是戰鬥英雄，又是勞動英雄！》.....	74
圖 3-4 《學習蘇聯先進經驗建設我們的祖國》.....	76
圖 3-5 《爲了社會主義，獻出我們最大的力量！》.....	77
圖 3-6 《朝鮮人民軍中國人民志願軍勝利萬歲！》.....	78
圖 3-7 《制止美帝國主義的侵略行爲，我們才能進行和平建設》.....	80
圖 3-8 《中國人民決不能容忍外國的侵略，也不能聽任帝國主義者對自己 鄰人肆行侵略而置之不理》.....	81

圖 3-9 《多生產！多捐獻！》	82
圖 3-10 《十五年後一定超過英國》	85
圖 3-11 《農業大躍進 社社放衛星》	87
圖 3-12 “Long Live the Great Invincible...! Banners of Marx, Engels, Lenin and Stalin”	88
圖 3-13 《高舉總路線、大躍進、人民公社三面紅旗奮勇前進！》	89
圖 3-14 《總路線萬歲 大躍進萬歲 人民公社萬歲》	89
圖 3-15 《太陽煙草股份有限公司 美女春夏秋冬》	91
圖 3-16 《新農村》	92
圖 3-17 《菜綠瓜肥產量高》	93
圖 3-18 《女拖拉機手》	94
圖 3-19 《解放台灣 消滅蔣匪殘餘！》	96
圖 3-20 《反對美蔣條約，堅決解放台灣！》	97
圖 3-21 《一定要把五星紅旗插遍台灣》	99
圖 3-22 《無限忠於偉大的領袖毛主席，無限忠於偉大的毛澤東思想，無限忠於毛主席的革命路線》	101
圖 3-23 《緊跟偉大領袖毛主席奮勇前進！》	102
圖 3-24 《跟著毛主席在大風大浪中前進！》	104

圖 3-25	《從政治上思想上理論上徹底批倒批臭中國的赫魯雪夫》	105
圖 3-26	《打倒美帝！打倒蘇修！》	107
圖 3-27	《打碎舊世界 創立新世界》	108
圖 3-28	《誰反對毛主席 就砸爛他的狗頭！》	110
圖 3-29	《一定要解放台灣》	111
圖 3-30	《帝國主義和一切反動派都是紙老虎》	112
圖 3-31	《人不犯我，我不犯人，人若犯我，我必犯人。》	113
圖 3-32	《打開致富的大門》	116
圖 3-33	《特區 中國開放的大門》	117
圖 3-34	《中國的改革開放了不起》	118
圖 3-35	《知識就是力量》	119
圖 3-36	《開創社會主義現代化建設的偉大新局面》	120
圖 3-37	《為國防現代化而奮鬥》	122
圖 3-38	《加強我軍現代化建設》	123
圖 3-39	《兩岸姊妹情》	126
圖 3-40	《中國的月亮不很圓》	128
圖 3-41	《熱烈歡迎香港回歸》	130
圖 3-42	《香港回歸一國兩制》	131

圖 3-43	《慶祝中華人民共和國成立六十周年—80 年代》	132
圖 3-44	《同心協力 振興中華》	133
圖 3-45	《熱愛祖國，熱愛共產黨，熱愛社會主義》	134
圖 3-46	《熱愛集體，勤儉節約，愛護公物，積極參加管理》	134
圖 3-47	《熱愛本職，學趕先進，提高質量，講求效率》	135
圖 3-48	《努力學習，提高政治、文化、科技、業務水平》	135
圖 3-49	《遵紀守法，廉潔奉公，嚴格執行規章制度》	135
圖 3-50	《關心同志，尊師愛徒，和睦家庭，團結鄰里》	135
圖 3-51	《文明禮貌，整潔衛生，講究社會公德》	136
圖 3-52	《扶植正氣，抵制歪風，拒腐蝕，永不沾》	136
圖 3-53	《必須堅持四項基本原則》	138
圖 3-54	《我愛國旗—火樣的鮮紅》	139
圖 3-55	《我愛黃河—五千年燦爛的文化》	139
圖 3-56	《我愛長江—一往無前的精神》	140
圖 3-57	《中國共產黨始終代表中國先進生產力的發展要求》	141
圖 3-58	《中國共產黨始終代表中國先進文化的前進方向》	142
圖 3-59	《中國共產黨始終代表中國最廣大人民的根本利益》	142
圖 3-60	《科技強軍 維護和平》	144
圖 3-61	《實踐「三個代表」爭當打贏先鋒》	145

圖 3-62	《決不動搖、決不放棄、絕不改變、絕不妥協》	147
圖 3-63	《建設信息化軍隊 打贏信息化戰爭》	150
圖 3-64	《責任重於泰山 使命高於一切》	152
圖 3-65	《忠實履行新世紀新階段我軍歷史使命》	153
圖 4-1	《守衛祖國》	165
圖 4-2	《中國人民解放軍建軍 90 周年》	166
圖 4-3	《參軍吧，兄弟！》	167
圖 4-4	《2019 年中國航天日—築夢航天 合作共贏》	168
圖 4-5	《浴血勳章》	170
圖 4-6	《血梅盛放》	171
圖 4-7	《解密塵封的檔案》	172
圖 4-8	《鐵骨河山》	173
圖 4-9	《海軍遼寧艦航母編隊組織跨區機動訓練》之一	176
圖 4-10	《海軍遼寧艦航母編隊組織跨區機動訓練》之二	177
圖 4-11	《亞丁灣隨船護衛 4 天 3 夜！中國海軍的保護太暖了》	179
圖 4-12	《我是女司機，開 6 萬噸航母的那種》	180
圖 4-13	《什麼是新兵連？這群新兵留下了他們的答案》之一	182
圖 4-14	《什麼是新兵連？這群新兵留下了他們的答案》之二	183
圖 4-15	《山東艦的硬核超市長啥樣？走，跟兵哥哥去逛逛》	184

圖 4-16 《我與軍人的差別》之一.....	186
圖 4-17 《我與軍人的差別》之二.....	187
圖 4-18 《中國軍隊一分鐘》片段一.....	190
圖 4-19 《中國軍隊一分鐘》片段二.....	191
圖 4-20 《我和我的祖國 護航篇》片段一.....	194
圖 4-21 《我和我的祖國 護航篇》片段二.....	195
圖 4-22 《我和我的祖國 護航篇》片段三.....	196
圖 4-23 《我和我的祖國 回歸篇》片段.....	199
圖 4-24 《人敬老 己得福》.....	203
圖 4-25 《傳承節儉 傳承福報》.....	204
圖 4-26 《社會主義核心價值觀》.....	206
圖 4-27 《以國為家》.....	207
圖 4-28 《華夏一家親 同為圓夢人》.....	209
圖 4-29 《我和我的祖國 奪冠篇》片段一.....	211
圖 4-30 《我和我的祖國 奪冠篇》片段二.....	212
圖 4-31 《我和我的祖國 奪冠篇》片段三.....	212

第一章 緒論

第一節 研究背景

自中共建黨初期，中國大陸境內人口結構多以農民為主，加上資訊傳遞不便，為了灌輸廣大人民無產階級觀念，其以強烈的紅色思想直接影響著社會面貌。其中，毛澤東 1942 年 5 月於「延安文藝座談會」¹上的講話確立了中共秉持「以黨管意識型態、媒體姓黨、黨管宣傳」的宣傳原則，²故當局在軍隊中所推動的文藝基本方針，是以進行大量宣傳鼓動、製造社會輿論和氣氛為目的的軍事政治宣傳，例如以吶喊、激發情緒為特色的政治口號及富有政治感召力的軍事宣傳畫，對長年處於爭權奪利的中共，確實塑造了可供崇拜與效仿的偶像，更描繪了想像與憧憬的美好藍圖。為了遵循政治目標，其宣傳手法常透過團結的氛圍，並藉由淺顯易懂的文字作為議題，利用藝術媒介、風格及技法作為包裝，再以視覺呈現的方式進行勸導灌輸，已成為執政者的重要措施，也呈現了共產黨槍桿子與政治運動並列的特殊情境。

宣傳對於中共當局而言，是對馬列主義及毛澤東思想的推崇，且由於中國大陸長期受共產意識形態的洗禮，無論生活及社會風氣皆已長期政治化。學者 K. J. Holsti 在國際政治分析架構中便敘述了宣傳要素包含以下要點：

「意圖改變他人態度、意見和行為的傳播者、使用的文字、語言或符號、傳

¹ 毛澤東，《毛澤東選集第三卷》（北京市：人民出版社，1953 年），頁 861-862。

² 唐紹華，《中共文藝統戰回顧》（臺北市：文壇雜誌社，1981 年），頁 178-182。

播媒體和群眾對象。」³試圖透過不斷洗腦的政治符號宣傳套路和視覺形象的傳達，圍繞著以共產黨為核心的意識形態，進而改變民眾的價值觀及信仰，藉以實現對國內民眾思想的改造。1949年中共建政初期，當局為鞏固政權利用各式各樣的宣傳手法，鼓勵及動員民眾積極投身到建設社會主義的美好未來去，其中以宣傳畫為最多，這類型的宣傳畫富有政治的圖像，並吸收蘇聯史達林時期宣傳畫的藝術特徵，將之納入官方宣傳體系；直到大躍進及文化大革命時期，藝術為政治服務已達無庸置疑的地步，儼然藝術成為政治宣傳的工具。中共的重要政策方針以及領導的無產階級鬥爭運動，在這一時期的宣傳畫中都有極為誇張性及針對性的表現，基層民眾的審美觀和價值觀皆受到圖像「一片紅」的引導，其思維及行為模式便逐漸被政治化，進而成為「新中國的新人」⁴。但從歷史和政治文化的角度來看，當時種種的宣傳手法都是對某一事件的真實記錄，具有強烈的政治訴求及鮮明的時代背景，亦或是對某些人物的讚頌或批判。

隨著中國大陸進入改革開放年代，加速了國內沿海城市基礎建設的發展，當局的主要宣傳課題也開始著眼於物質及精神兼備的發展。從經濟轉型到起飛，種種因素使得中共在軍事宣傳手法及形象上，不再要求「紅、光、

³ K. J. Holsti 著，李偉成、譚溯澄譯，《國際政治分析架構》（臺北市：幼獅文化，1991年）。

⁴ 余敏玲，《形塑「新人」 中共宣傳與蘇聯經驗》（臺北市：中研院近史所，2015年），頁 1-2。

亮」及「高、大、全」的氣息；自中共建黨以來，高度符號化、創作節奏整齊劃一的文藝特徵被重新審視；取而代之的是較為實際層面、貼近人民生活的主題方針，例如：重點計劃生育、四個現代化、科學發展教育等，無不是為了透過宣傳來闡明當時政策走向，這使得人們開始樹立起「經濟為先」的新價值觀；相較之下，長期為中共政治所服務的宣傳畫在各時期發揮重大宣教作用，並隨著時代變遷科技蓬勃發展，宣傳畫漸漸地轉向數位後製的平面廣告或印刷海報，內容不再是以神話式的描繪領袖形象，更多了環保議題、體制改革、加強國際間合作與民間交流等社會公益性活動，如此說明宣傳已不再淪為單一政治鬥爭的工具，而是政府管理社會必要的一種方式，隨著不同的社會、軍事、政治需要，呈現出不同的風樣。

21 世紀網際網路的誕生和興起，不僅對全球的傳播界帶來劃時代的革命影響，對中共傳統宣傳工作提供了創新發展的良好契機，但同時也提供了各媒介進入中共社會中一個新途徑，軍隊也不例外。當今社會，新型數位化的圖像無所不在地充斥於生活之中。江澤民曾在任期間多次強調，宣傳工作並不是空洞的喊喊口號，必須能吸引閱聽人的目光，以符合基層需求為導向，更要依循著當局的政策道路提高宣傳水平，重視新興網路的崛起，使網路成為黨及思想工作的新陣地，⁵打開網路世代宣傳工作的開端，胡錦濤時期亦

⁵ 謝武軍，《江澤民文化建設思想初探》（北京市：中央黨校出版社，2006年），頁158。

一路相隨。

時間點追溯到 2012 年，中共領導人習近平甫於上任後參觀國家展覽《復興之路》時旋即提出：「實現中華民族偉大復興，就是中華民族近代以來最偉大的夢想。」也就是所謂的「中國夢」治國理念，並把「實現中華民族的偉大復興」定義為「中國夢」的內涵之一，⁶而支撐中華民族偉大復興重要基石的則是「強軍夢」。從「夢」的角度淺析，習近平呼籲「中國夢」的同時，除了訴諸中華民族始終重視情感團結，更透露出中國自西元 1840 年中英鴉片戰爭以來的歷史進程及共同目標，⁷藉以喚醒中國大陸民眾民族愛國心，其施政主軸與毛鄧時期、江澤民和胡錦濤等領導人以傳統階級鬥爭或者意識形態路線大相逕庭，並在 2013 年召開的全國宣傳思想工作會議上習更論述宣傳工作應「做黨的政策主張的傳播者、時代風雲的記錄者、社會進步的推動者、公平正義的守望者」，⁸強調應適應黨的宣傳戰略轉變的需要，也要滿足了多元化社會對信息的需求。因此中共當局文藝發展宣傳工作方針開始轉變，宣傳工作開始著重兼具傳統媒體和新媒體的發展，而新興傳播手法之下，也影響著軍隊宣傳的種類和方式。University

⁶ 蒙 慧，《中華民族偉大復興的「中國夢」》（北京市：人民出版社，2017 年），頁 94。

⁷ 中共中央宣傳部理論局，《「中國夢」一闡釋「中國夢」文章編選》（北京市：學習出版社，2013 年），頁 24。

⁸ 人民網，〈習近平：胸懷大局把握大勢著眼大事 努力把宣傳思想工作做得更好〉，2013 年 8 月 21 日，〈<http://cpc.people.com.cn/n/2013/0821/c64094-22636876.html>〉。（檢索日期：2019 年 7 月 25 日）

壹、 研究動機及目的

隨著新舊媒體的世代推波助瀾下，本文研究旨在探討中共宣傳工作所依據之理論、各時期領導人所提出的政治宣傳口號內容以及在執行宣傳時的方法，透過各時期的圖像文本，更能觀察及發現圖像式的宣傳手法其發展的政治背景及文化脈絡，探索其所隱含之意識型態，以及在時代中的變遷及意涵，故本研究之動機主軸為：

第一，中共歷代領導人如何建立具有各時期軍事宣傳的風格模式？

第二，當前習近平如何利用新興媒體，進行軍事宣傳方式和內容？以及如何積極應對網路宣傳帶來的挑戰？

第三，習近平時期較昔日領導人的宣傳手法有何不同？

宣傳工作對於中共以黨領政之極權國家，在擴張過程中佔有重要地位，綜合研究背景所論，筆者認為自中共建黨至改革開放後的宣傳工作經驗，主要包括兩點面向：其一為宣傳工作必須服務於黨和國家的中心，工作重心由階級鬥爭轉向經濟建設；其二為堅持由單一轉向多元的宣傳模式，多管齊下增強與基層互動。然而，伴隨著中共經濟、社會環境的變化與資訊科技水平的進步，宣傳政策承受到宣傳成效不彰的壓力。為分析當前軍事宣傳對於中共政權之意涵以及當局採取之具體措施，本研究之目的為：

第一，歸納中共歷代領導人各時期的宣傳模式及其手法，釐清其政策面與宣傳面相互關係，與當今習近平對於宣傳政策走向之異同。

第二，檢視習近平如何在科技浪潮下，運用新興途徑建立創新宣傳模式。

第三，解讀當代中共宣傳主題意識的視覺性建構以及文化符號介入下的視覺圖像表徵。

第二節 文獻回顧及探討

文獻回顧（literature review）是針對某個研究主題，就目前學術界的成果加以探究。旨在整合某個特定領域中，已經被思考過與研究過的資訊，目的在將已經研究過的作品，做一個摘要的整合，並提供未來研究的建議。根據一個指導概念，將在此議題上有信譽的學者與研究者已經所做的努力，做有系統地呈現歸納與評估。⁹

本論文文獻探討概分三大部分，第一部分探討宣傳之起源與對社會的影響，第二部分探討中共圖像發展的背景，以及與宣傳之關係，第三部分則強調中共於政策下利用圖像在軍隊宣傳之運用情形，分別敘述如下。

壹、宣傳定義及源起

一、宣傳的定義

最早對傳播的社會功能作出較全面分析的是學者 Harold D. Lasswell 在其博士論文《世界大戰中的宣傳技巧》中，起初認為宣傳是「操控表意符號

⁹ 朱宏源，《撰寫博碩士論文實戰手冊》（新北市：正中書局股份有限公司，1999年），頁95。

系統影響他人行為的技術，包括各種口語、文字、影像或音樂形式。」¹⁰且凡此類型的技術皆是具有社會化功能性的意涵，其中包含動員群眾、拉攏士氣等社會控制的手段。1934年，他將定義修正為「宣傳，從最廣泛的涵義來說，就是以操縱表述來影響人們行動的技巧。」¹¹因此，就字面上的涵義，學者鄭貞銘在《傳播大師》一書中提及，宣傳（propaganda）一詞在一次大戰後離不開負面的意味，常與黨派私利、偏見等相聯繫，戰時常運用在操縱個人或組織思想，以達到不戰而勝的目的；在現代和平社會，宣傳最常被放在政治環境中使用，特別是指政府或政治團體支援的運作，因為似乎牽涉到所有與說服有關的意涵。¹²故宣傳一詞，從學者 Lasswell 的定義到鄭貞銘教授的詮釋，筆者在此定義宣傳是有目的、有計畫地把特定的訊息透過一定媒介渠道，向外宣揚的手段；同時又希冀閱聽人伴隨著行動來呼應所宣傳的內容。

（一）宣傳的種類

學者陳凌在其著作《說服傳播：過程與實踐》一書中以傳播觀點表示，宣傳在社會實踐上可分為「人際說服交流場合」、「企業和商務組織交流場

¹⁰ Harold Dwight Lasswell, *Propaganda Technique in the World War* (Chicago: The University of Chicago, 1927), p. 9.

¹¹ Harold Dwight Lasswell, *Propaganda Technique in the World War* (Chicago: The University of Chicago, 1934), pp. 521-522.

¹² 鄭貞銘，《傳播大師》（臺北市：台灣商務，2014年），頁34-35。

合」以及「政治和非商業性說服傳播運動」，其中「政治和非商業性說服傳播運動」在政治、軍事方面與社會變遷最為相關聯，小則針對特定事件、事物及現象反對或謀求變革，如環保運動、勞工運動等，統稱社會運動(social movement)；大則導致由下到上的社會劇烈動盪，造成社會體制或政權的交迭，如十月革命、辛亥革命等，稱之體制革命(revolution)。¹³而兩者間的發展均起於少部分人對某種現狀不滿，經過長時間內部探討、協商及計畫，一旦形成具有系統性的思維邏輯，宣傳發動者便開始對外擴散和宣傳理念，鼓動並動員同好引起公眾社會騷動，進而在社會上以和平示威或激進變革尋求解決之道，所以宣傳種類由學者陳凌書中可得出「人際說服」、「企業和商業組織」此兩項交流場合多用於個人與他人互動的過程，如協調、談判等；而共軍軍事宣傳策略之觀點雖類似於「政治說服傳播運動」，雖具有鼓動人心的作用，惟其宣傳是由官方「上到下」的灌輸及洗腦思想，在內容上呈現出非客觀事實一面，目的在於贏得人民對黨的支持與愛戴。

(二)宣傳的手法

學者 Alfred M. Lee 和 Elizabeth B. Lee 所著的《宣傳的藝術》中列舉了

早期宣傳最常用的七種手段，經彙整後如表 1-1：¹⁴

¹³ 陳凌，《說服傳播：過程與實踐》（臺北市：五南圖書出版，2005年），頁 271-272。

¹⁴ Alfred McClung Lee, Elizabeth Briant Lee, *The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches* (New York: Harcourt, Brace and Company, 1939.) p. 239.

表 1-1 宣傳常用七大手法

項次	類型	說明
一	指名辱罵法 (Name Calling)	冠上種種惡名，意圖使對方名譽損毀。此方法經常被用在政治鬥爭中來鬥倒對手。
二	粉飾法 (Glittering Generality)	將宣傳或運動掛上一個冠冕堂皇的名字，使公眾觀念改變進而接受。
三	移花接木法(Transfer)	指將某種權威、約束力、令人尊敬或崇拜的事物的威信轉移到其他事物上，使後者更易被接受。
四	證言法(Testimonial)	引用聲名赫赫的偉人或組織機關，贊許或認同特定觀念及政策。
五	平易近人法(Plain Folks)	以平民百姓自居，企圖在平易近人的氛圍中使公眾相信其觀點的正確。
六	隱惡揚善法 (Card Stacking)	對於利己的觀點做盡可能好的說明，惟一切缺點則略而不提。
七	大吹大擂法(Band Wagon)	針對公眾「盲從」的心態做訴求，謂「任誰都如此」。每個人都這樣做，你也應該這樣做。

資料來源：筆者根據 Alfred McClung Lee, Elizabeth Briant Lee, *"The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches"*, 239 頁彙整。

而學者林祐蕓亦於〈創新與持續：論中共建設「社會主義精神文明」的宣傳機制〉一文中提及，共黨國家皆相信透過宣傳能夠激盪出階級意識，利

用階級對立進而改變社會，故中共的宣傳政策及手法是沿襲蘇聯時期「堅持群眾的語言」的產物，期望透過宣傳對象徵符號的操控以達到影響人民群眾思考、行動，並提升且擴大人民群眾的政治認知。¹⁵所以早期共產國家蘇聯亦是用宣傳做為號召群眾的重要手法。上表中所列舉七種手段，筆者觀察其在共軍軍事宣傳上皆略見一二。

值得一提的是，並非所有的宣傳都能發揮預期效果，就如同國外學者 Werner J. Severin 和 James W. Tankard Jr. 在《傳播理論：起源、方法與應用》一書提及宣傳的效果還須視其他因素而定，包括閱聽人本身的特徵（例如教育程度與對訊息主題的預存立場）、傳播情境的特性（團體成員意見與己見的一致性）等，故宣傳雖有效果，但成效卻因人而異。¹⁶所以宣傳手法必須要配合主觀操作及考量客觀條件的環境，方能使效益達到最大值。

綜合上述觀點，中共之所以赤化中國大陸成功的重要因素，恰好大環境處在一個風雨飄搖、硝煙瀰漫的年代，而中共自建黨以來，均以「世界革命」做號召，透過特定政治宣傳手法逐一進行統一戰線的工作，經由重視對各階層的並利用前述七大通俗鮮明的宣傳手法，例如以口號及圖像動員土地改革打倒地主、惡霸、漢奸，沒收和分配其土地給農民，加上民間充斥著厭戰

¹⁵ 林祐蕓，〈創新與持續：論中共建設「社會主義精神文明」的宣傳機制〉，《展望與探索》，第 12 卷第 3 期，2014 年 3 月，頁 54-55。

¹⁶ Werner J. Severin. James W. Tankard Jr. 著，羅世宏譯，《傳播理論：起源、方法與應用》（臺北市：五南圖書，2000 年），頁 151。

情緒並已經蔓延到整個社會，因此激發起基層的階級覺悟，不僅獲得了民心的支持，更達到軍事鬥爭的最大效益。

貳、圖像及宣傳文獻

學者 Victoria E. Bonnell 在《政治圖像志——蘇聯時期的宣傳畫藝術》中指出十月革命推翻沙皇後，布爾什維克黨在列寧的領導下不僅要維穩新上台的蘇維埃政權，更極需控制公共話語權，透過符號、視覺圖像以及標語改變公眾的思想，最主要目的是建立符合官方「無產階級專政」的意識形態，灌輸與過去的正當延續性，使黨在公眾間合法化。而當時絕大多數民眾仍然不具有閱讀能力，以圖像作為傳遞的視覺宣傳畫便成為布爾什維克黨實施政治教育的方式。¹⁷顯見圖像在受教育較少的群眾中，其效能較易發揮。

另外，學者趙子豪、徐宗懋也於《十月革命：宣傳畫與國際報導精選輯》畫冊中亦說明了有關圖像宣傳畫誕生的背景因素及特色。其中，因應革命初期科學觀念不發達、內戰頻傳及文盲比例佔全國總人數一半以上的窘境，當局為鼓舞無產階級實施階級鬥爭，圖像傳播便成為推廣共產主義最通俗易懂的方式。因此，中共建國初期的宣傳畫不僅擷取並融合了當地東正教的詩賦及詩歌外，更採用獨特的政治認同標誌、直接鼓動的政治語言、極富張力

¹⁷ Victoria E. Bonnell, *Iconography of Power: Soviet Political Posters under Lenin and Stalin* (University of California Press, 1997), pp. 20-22.

的形象表達的圖像傳播，反映了蘇聯共產主義最鮮明的特色。¹⁸宣傳畫在歷史的軌跡裡，敏銳地呈現了時代的風雲，其具有極高的歷史價值。

學者楊先藝也在〈設計史中視覺圖像的政治力量傳播〉中提到「以樹立政治形象為中心的政治宣傳畫，視覺圖像是一種強有力的政治傳播媒介。」

¹⁹文中強調各時期各個國家、組織團體或政府，經常透過視覺圖像來傳播社會上的焦點問題以及宣傳當時國家政府的主要意識，如表 1-2 所示：

表 1-2 各時期、組織視覺圖像宣傳意義及目的

	圖像特色	原因	宣傳目的
一次大戰	放棄使用戰爭的血腥場面，透過浪漫色彩激起愛國潛意識的圖案用於構圖	長期的戰爭帶來屠殺和死亡，人們感受到恐懼的陰影和失去親人的傷痛	展現出國家興亡，人人有責的精神
法西斯及納粹主義	利用大面積的明暗對比和仰視的視角，營造出極權主義的視覺效果，並宣揚出充滿「民族優越感」的種族主義精神	為了體現個人的權威和民族力量	控制輿論和思想，以達到強化極權精神和煽動民族情緒的作用
二次大戰	號召女性參軍和女性參加生產勞動，女性的力	美國在二戰早期為英國等盟國提供戰	世界反對法西斯主義，政府

¹⁸ 趙子豪、徐宗懋，《十月革命：宣傳畫與國際報導精選輯》（臺北市：商業周刊出版，2017年），頁8。

¹⁹ 楊先藝，〈設計史中視覺圖像的政治力量傳播〉，《藝術百家》，第7期，2013年，頁137-144。

	量被不斷強化	略物資，後期本國的參戰也使彈藥和軍備十分緊張	和民間組織號召生產建設
俄羅斯構成主義	避開傳統藝術材料，取而代之的是使用大量生產的工業原料。以明顯刻意的現代化和未來感來設計概念	刻意切割沙俄歷史傳統，堅持藝術家必須是技術純熟的工匠，用以宣傳蘇聯立國之意識形態	致力於界定出新的社會與政治秩序，來支持革命、鼓舞士氣
社會主義	採用非常具有鬥爭性、色彩強烈並通俗易懂的視覺形象，充滿強烈的民族自豪感和革命勝利的氣息	第三世界民族解放運動促成社會主義國家大量獨立建國，必須體現為無產階級政權服務	樹立社會主義政治觀念與國家形象

資料來源：整理自楊先藝，〈設計史中視覺圖像的政治力量傳播〉，《藝術百家》，第7期，2013年7月，頁137-144。

綜觀上述各學者說法，歸納出在全球化背景下，視覺圖像的政治符號與傳播，成為一種政治的表達，使得「藝術為政治服務」扛下改造社會、塑造國家形象的重擔，尤以共產及極權國家最為興盛。而宣傳畫在中國大陸的興起，乃是中共於1921年在共產國際的指導下建黨，因此深受蘇聯意識形態、文化及組織經驗影響。兩者皆強調無產階級專政、國家機器的重要性，主張建立以工人階級、無產階級為中心的國家，進而長期影響了中國政治宣傳畫創作的風格。對於中共黨政軍三位一體的政治發展而言，亦會影響到其軍事傳播上。

參、中共政策下的圖像宣傳文獻

學者杜聖聰於《兩岸真相密碼——中共對台宣傳的政策、作為與途徑》一書中彙整了中共各時期運用宣傳的回顧，其中自毛澤東時期對於宣傳核心概念強調「黨性原則」，²⁰即是以馬列主義為宗旨，按照黨的指示、方針進行創作，一切政策都代表著人民的利益。中共每一領導人更迭，政策面向會因當時國內外環境需求而政策指導必有不同，一旦涉及政治議題時，當局則不容許有質疑聲浪出現，尤其在毛時期的中共政權，在文藝整風期間樹立了「文藝為黨服務」的標竿，進而牽連著國家、社會及軍隊的動向，迄今仍未異動。以下就中共各時期宣傳政策不同，詳列不同的特色。

一、文化專制政策時期

荷蘭學者 Stefan R. Landsberger 教授是中國宣傳畫及圖像最具有代表性的收藏家，他於〈現代化的中國宣傳藝術〉這篇文章中，強烈地表示毛澤東在建黨、建政到十年浩劫前，其宣傳圖像是為「社會主義現實主義」的表現，圖像中的形象就像述說一個故事，必須通過閱讀才能夠理解。²¹

關於「社會主義現實主義」此一口號，學者吳迪於〈腳手架後面的真實：社會主義現實主義〉一文內說明最早可追溯至蘇聯史達林時期，其定義為：「藝術描寫的真实性和歷史具體性必須與社會主義精神從思想上改造和教

²⁰ 杜聖聰，《兩岸真相密碼——中共對台宣傳的政策、作為與途徑》（臺北市：秀威資訊出版，2008年），頁38-41。

²¹ Stefan R. Landsberger, "The Future Visualized: Chinese Propaganda Art in the Modernization Era," *China Information*, Vol. 8, No. 4, March 1994, p.16.

育勞動人民的任務結合起來。」²²換句話說，這一創作方法的根本目的在於四個根本性原則，分別敘述如後：

(一)讚美無產階級，強調內容要通俗易懂。

(二)公眾於日常生活平易可接觸的場景。

(三)真實地、歷史地和具體地去描寫現實。

(四)無條件支持國家和黨的主張。

學者黃淑芳也在〈毛澤東的文藝思想與中共文藝政策—延安文藝座談會講話〉專文中敘述，毛要求創作必須具備三個條件，堅持無產階級的世界觀，堅持無產階級立場和堅持黨性原則，²³就如同毛在《講話》中的結論：「有出息的文學家、藝術家，必須到群眾中去，必需長期的、無條件的，全心全意的到工農兵群眾去，到火熱的鬥爭中去……然後才有可能創作過程」。²⁴進一步闡述，當代釋出的圖像作為中共文藝工作下的策略之一時，無不利用及透過人物的姿態、動作等象徵性鮮明的意義來闡述時代背景下結構的社會文化、政治形勢及政策走向。因此，頗具接地氣的藝術家更能掌握群眾、擁抱群眾；過往藝術性高的文藝宣傳家，曲高和寡，較難宰制群眾。

²² 吳迪，〈腳手架後面的真實：社會主義現實主義〉，《電影藝術》，第1期，2005年1月，頁44-50。

²³ 黃淑芳，〈毛澤東的文藝思想與中共文藝政策—《延安文藝座談會講話》的影響〉，《通識研究集刊》，第8期，2005年12月，頁171-196。

²⁴ 毛澤東，前揭書，頁847-879。

二、改革開放時期

經歷了十年浩劫的漫長的政治鬥爭後，中國大陸無論是社會文化、倫理道德、知識水平、經濟體制接近崩塌，為了挽救中共頹喪局面，1978年鄧小平召開第十一屆三中全會，於會中提出「對內改革，對外開放」的政策，開始實施「改革開放」，停止「階級鬥爭」的口號，力求追求穩定壓倒一切，一切建設為求發展，盡可能與西方社會接軌。

當沿海經濟開放後，中國大陸受到西方文化強烈衝擊，此時的宣傳圖像在學者吳詠梅、李培德《圖像與商業文化》中的大國圖騰一書中，詳述其增加文藝性的裝置風格，且宣傳內容不再是單一的官方政治政策及訴求；另外因相機、廣播等媒介的出現，宣傳圖像中開始使用了少量的照片作為結構。²⁵從中推測出社會變遷，中共當局已把工作重點轉移到社會主義現代化建設上，加上了技術及商業的元素，此時的宣傳不再只給無產階級的群眾看。

三、三個代表及科學發展觀時期

到了江澤民時期，此年代掌握了現代通訊技術成熟發達，電視和網際網路取代傳統宣傳畫及圖像成為最重要的宣傳工具。而在科學的浪潮影響下，中共現代化建設已上軌道，能與西方接軌，尤其到了胡錦濤執政的年代，富有強烈革命式的馬、列、毛思想宣傳已逐漸不被大眾接受，代之而取的是資

²⁵ 吳詠梅、李培德，《圖像與商業文化》（香港：香港大學，2014年），頁97。

本家入黨；科學發展觀引領政策宣傳走向；在策略運用上已然取代舊媒體。

學者張志安著作《新媒體與輿論：十二個關鍵問題》中表示，這種模式歸結為三種關鍵詞——市場經濟、新興媒體及公共危機²⁶，其中以網路使用頻繁，讓中共社會管理變得複雜化，且各種宣傳性質不再單一，造成不利於威權國家的統治，故當局者在強烈政治意圖的圖像宣傳被淡化、許多「為民著想」的宣傳策略一一釋出。

中共前領導人江澤民過去所言：「人民群眾是社會主義現代化建設事業的最終決定力量。把人民群眾的利益實現好、維護好、發展好，這是正確處理改革發展穩定關係的結合點，是保證經濟持續增長的動力所必須的，也是維護社會穩定、鞏固黨的執政基礎所必須的。」²⁷多少可端倪出其社會現況，也可證明「以民為先」的政治宣傳已甚上塵囂。

四、新時代中國特色社會主義思想：中國夢

2013年8月19日，習近平在全國宣傳思想工作會議上的講話中指出：「要精心做好對外宣傳工作，創新對外宣傳方式，……講好中國故事，傳播好中國聲音」。²⁸顯示習自上任以來，曾談到「中國夢」和「中華民族的偉大

²⁶ 張志安，《新媒體與輿論：十二個關鍵問題》，（北京市：中國傳媒大學出版社，2016年），頁23-58。

²⁷ 江澤民，2000年8月27日在長春主持召開東北三省黨的建設和十五期間經濟社會發展座談會上的講話，《江澤民思想年編（1989—2008）》（北京市：中央文獻出版，2010年），第483-484頁。

²⁸ 同註8。

復興」，而在這方面，透露了藝術扮演了一個核心角色，新的宣傳圖像渲染的是人們對中國傳統文化的驕傲感和希望中國重新強大起來的共同願望。如各中小學校舉行徵文比賽來宣傳中國夢；舉行全國性的攝影比賽，主題是「我的中國夢」；近年來，甚至還有不少關於官方「中國夢」的微電影及視頻。然而，傳統宣傳畫在商業廣告的衝擊下它已逐漸退居邊緣。

2019年9月中共當局印發了《中國共產黨宣傳工作條例》，再次強調宣傳工作為「黨的一項極端重要的工作，是堅持黨的政治路線、加強黨的政治建設、加強黨的思想政治領導、鞏固黨的群眾基礎和執政基礎的重要方式」²⁹而主要目的在於維護中共領導核心，且堅持以馬列毛思想是政治宣傳的指導，並且以法規的方式明定及加強基層幹部宣傳工作的實踐職責，顯示習近平仍然將「文藝創作離開了黨和國家的政策，就是離開了黨和國家的領導」的傳統方針作為宣傳策略。

透過以上文獻的整理後，我們可以窺探中共不同時期有著不一樣的宣傳風貌，但文藝宣傳的基本論調在費文明的《新中國宣傳畫敘事策略研究》中所提及「意圖形象化」³⁰中象徵手法和「圖像符號化」³¹下映證，各

²⁹ 中共中央印發中國共產黨宣傳工作條例。

<<http://politics.people.com.cn/BIG5/n1/2019/0901/c1001-31329645.html>>。人民網，2019年09月01日。（瀏覽日期：109年9月20日）

³⁰ 「意圖形象化」，意指透過鮮明且有關聯性的視覺形象來傳達抽象的意圖或想法。

³¹ 「圖像符號化」，意指寄予圖像更明確的意識形態，灌輸嶄新價值，使其具有政治責任。

時期將某種具體的形象暗示特定的人物或事理，以使用來確立共產黨在公眾間的的形象與位置。³²但無論無何，從政治的角度來觀察，文藝政策包裝下的圖像在共產黨縝密的運用逐漸為意識形態及鞏固其政權的工具，採取為黨的政治、軍事、外交工作服務，惟在政治問題上緊抓不放。

目前有關中共宣傳策略，國內外學者大多朝向具有中國特色的宣傳圖像作為研究方向，尤以「文化大革命」時期的軍事政治圖像最為可觀，鮮少有關於毛澤東後續中共領導人對於圖像宣傳政策的統整及研究。除此之外，經筆者長期埋首觀察於中共各時期的政策，為求政治穩定性和正統性，各任期的領導作風必然有高度的延續性，故圖像宣傳仍是中共重點策略，新圖像的發展及使用更為習近平時代開創宣傳的新局面，尤其放在軍隊宣傳、軍隊募兵及軍校招生上都與時俱進的使用新興圖像模式，如軍改後頻繁釋出體現強軍意志之微電影、空軍招募影片〈你，就是傳奇〉、陸軍宣傳影片〈地表最強〉及展現中共軍事主力的微電影〈中國軍隊一分鐘〉。

在科技風潮的引領之下，中國大陸民眾的價值觀及思維不再受限於紅色至上，社會經濟的高速發展也成為中共執政合法性的威脅。因此本研究將以圖像的角度分析中共宣傳畫之起源、背景，並聚焦於習時期軍事宣傳

³² 費文明，〈新中國宣傳畫敘事策略研究〉，《美術學研究》，第3期，2013年5月，頁50-74。

的應用策略，以窺探其中有何異同。

第三節 研究途徑與方法

壹、研究途徑

研究途徑是研究者進行觀察、分類、歸納研究的出發點，作為進行分析的研究層面，成為指引研究者進入研究領域的方向，再從指導之中選擇研究方法的重要依據。³³本研究針對習近平時期透過新媒體所釋出的宣傳模式及內容為研究主向，搭配中共各時期的領導人所發行的軍隊宣傳圖畫、海報等平面文藝宣傳手段，係以圖像學理論為研究途徑，並輔以歷史的研究及藝術社會學的觀點，以求本文的詳實。

德裔美術史學家潘諾夫斯基（Erwin Panofsky）的圖像學理論（iconography）認為一件平面藝術繪畫或作品必然會向閱聽人傳達其「形象、故事及寓意」，在不同歷史階段所呈現出來的藝術作品其畫面的表現皆不同，例如畫面中的人物形象、周圍環境因素、動作都是構成其「形象、故事及寓意」的要素，而並非單純表現出作畫時所使用之素材及表現技法³⁴。這些意義將圖像表現歸類成三種不同形式的層次：其中分別為描述、分析及解釋。首先，第一種層面係指閱聽人面對視覺圖像觀看到的種種具體事物，

³³ 朱宏源，《撰寫博碩士論文實戰手冊》（臺北市：中正書局，1999年），頁162。

³⁴ 陳懷恩，《圖像學 視覺藝術的意義與解釋》（臺北市：如果出版社，2008年），頁243-244。

能夠對時空背景產生相對應的反應或認知，稱之為「事實的主題」。其次，在閱聽人研判特定視覺圖像的「形象、故事及寓意」時，必須具有相當的文學、美學素養及歷史典故，才能從中解釋其所要表現之意義。最後則是分析圖像的層面，透過視覺圖像中事物的形象化表現能瞭解到其受到當代政治、社會文化、宗教及甚至思想影響層面的廣濶程度。³⁵因此，在宣傳手法中無論是傳統平面圖像或者是新興科技數位化的海報輸出，圖像為構成宣傳手法重要的元素，足以吸引目光的視覺宣傳內容能引起深度參與效果且將能喚起更多情感。

綜合上述，本研究透過潘諾夫斯基的「圖像學理論」作為研究途徑，試以上述理論的三種層次討論中共之宣傳手法，依序為：

- 一、圖像前的描述：研究者觀察中共宣傳圖像所呈現之形式表現。
- 二、圖像內的分析：研究者藉由中共時代背景下之政策走向、國際局勢等，
瞭解其意圖。
- 三、圖像學的解釋：宣傳圖像經由研究者理解產生演繹，轉為具體化的事物；
如用騎馬的動作象徵領導人對國家的駕馭，鐮刀與鐵鎚
代表工農階級。

³⁵ 吳振岳，〈試析潘諾夫斯基之圖像學研究法及其在藝術鑑賞之功能〉，《大葉學報》，第10卷第2期，2001年12月，頁73-74。

貳、研究方法

研究方法一般係指用來蒐集與處理資料的技術與方法，本文研究方法主要採取採用文獻分析法(Document Analysis)，是指根據一定的研究目的或課題，透過蒐集有關市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料等，從而全面而精準地掌握所要研究問題的一種方法。蒐集內容儘量要求豐富及廣博，再將四處收集來的資料，經過分析後歸納統整，再分析事件淵源、原因、背景、影響及其意義等；透過政府部門的報告、文件記錄資料庫、圖書館中的書籍、論文與期刊、報章新聞等等，概略分為三種（如表 1-3）。而其分析步驟有四，即閱覽與整理（Reading and Organizing）、描述（Description）、分類（Classifying）及詮釋（Interpretation）。³⁶

表 1-3 文獻種類區分

第一手來源 (Primary)	所謂第一手資料是以其原始格式提供資訊，包括：檔案、官書、歷史遺物、遺址、文件、數據、訪談、日記、相片。
第二手來源 (Secondary)	所謂第二手資料來源是指對於第一手資料界是與提出判斷的成品，包括：期刊文章、專書、翻譯。
第三手來源 (Bibliographic Instrument)	所謂書目性工具是那些將相關性資訊加以組織的工具，包括：百科全書、字典、年刊、手冊、書目、索引、摘要、電子索引等。

資料來源：朱浚源編，《撰寫碩博士論文實戰手冊》（台北：正中書局，

³⁶ W. Lawrence Neuman 著，朱柔若譯，《社會研究方法——質化與量化取向》（新北市：揚智，2000 年）。

2006)，頁 103。

本研究聚焦於中共政權利用圖像表現下的宣傳工作，研究參考資料主要來自「中共黨政軍官方機構、媒體釋放相關宣傳圖像及海報」、「中共黨政軍高階幹部及領導人重要談話或政策談話」，以及「國內外中國各時期宣傳畫收藏著作、文本訊息及收藏網站」。值得一提的是，過去的藝術品及圖像能夠提供關於過去發展的痕跡，社會背景也影響了各式各樣藝術的創作，社會和藝術處於密不可分的關係。因此，本研究將輔以藝術社會學中的反映（reflection）取向的觀點來闡述「藝術反映社會」之概念³⁷。中共軍事宣傳無論是毛、鄧時期的宣傳畫到習近平時期的新興媒介數位化圖像，筆者認為部分將反映各時期的社會氛圍、當局政策取向及歷史的意義，進而完成本研究解釋、分析。

第四節 研究範圍與研究限制

壹、研究範圍

本文研究主題針對 1949~2020 年期間的中共宣傳策略進行歸納、分類並解構分析，就討論的課題及內涵係以習近平時期軍事宣傳策略為主。為瞭解習時期軍事宣傳策略之走向及內涵，故須先行深入探討中共各時期

³⁷ Victoria D. Aleander 著，張正霖、陳巨擘譯，《藝術社會學：精緻與通俗形式之探索》（臺北市：巨流圖書，2006 年），頁 19-20。

圖像宣傳之策略。

一、中共宣傳策略走向

自 1953 年毛澤東舉行「中國文學藝術界聯合會」，將作曲、作詞、小說、戲劇、美術等文藝工作納入中共文化宣傳部門的領導下，所有的文藝方針都要學習馬列主義、毛澤東思想，並著重於「工農兵」的刻劃，成為不折不扣的「黨式作品」。³⁸此次整風確立了中共文藝為政治服務的開端，直到改革開放時期仍為主臬。而後，中共政權在宣傳策略的推動更是以富有政治氣息及政治圖像自上而下的主動影響著社會。

現今中共的文藝政策雖然比起從前，已有大幅度的放鬆，然而對於政治這塊敏感的神經，當局依舊視為不可越過之紅線。綜合上述，可以說明中共文藝宣傳方針從古至今皆高度一致，事實上以中共的角度來審視在軍事、政策、外交等模式，均與政治脫不了相互關係，顯示其黨、政、軍三者密不可分，而黨的意識則被奉為主臬。

二、圖像定義

圖像認知上因象徵的意涵而有所差異，凡是可停留在視覺層面的表象，包括靜態符號、圖畫及照片，到動態影像之擷取、實際影片片段之形象，皆

³⁸ 徐瑜，《中共文藝政策析論》（臺北市：中國文化大學，1986年），頁 135-138。

符合本文以軍事宣傳圖像、海報及新興媒體所延伸之宣傳產物的研究主軸，藉以探究其構圖、表現技法、色彩運用及象徵等意義。

三、取材範疇

因中共宣傳策略範圍遼闊且廣泛，凡社會主義國家皆能於透過泛政治化的洗禮反映黨國體制所要傳遞的政治訊息³⁹，可擴及多種媒介如小說、教科書、歌曲及電影；而共產政權常藉以國家意識為主體的視覺圖像策略，使工農無產階級能迅速理解國家動員的方向及政策的發展，故本研究僅以中共建政七十年來官方所釋出的相關海報圖像及電影片段為導向。

貳、研究限制

本研究在資料蒐集部分，除了大量利用國內圖書資料外，也參考大陸地區學術單位、學者的資料庫對於中共當局宣傳策略及樣板的研究；惟其政權仍屬黨國極權體制，政治意識形態依舊建立在黨的領導地位，因此相關的研究著作、言論均須經當局審核，其性質、來源皆屬於第二手資料，而非原典。故官方宣傳性質是否大於實質學術效益，在分析工作上都是一大考驗。

另外，由於中共宣傳畫及宣傳圖像、海報等文本數量龐大，本研究篇幅有限難以分析全數之圖像，因此許多相關資料多出自於網路，經蒐整後主要

³⁹ K. J. Holsti 著，李偉成、譚溯澄譯，前揭書，頁 41-44。

依據為荷蘭萊頓大學漢學院 Stefan R. Landsberger 教授所整理最為系統和全面性的中國宣傳畫網站 <https://chinese posters.net/index.php>、中國海報網及中共官媒發布之宣傳圖像進行樣本選取，從中區分各個歷史時期進而梳理宣傳圖像的變遷，儘可能求其周延。

第五節 研究架構及章節安排

壹、研究架構

本文整體架構共分為六個部分，援以六個章節來討論之。第一章為緒論，內容分為五小節，包括研究動機與目的、文獻分析、研究途徑與方法、研究範圍與限制、研究架構及章節安排。第二章說明圖像藝術作為宣傳手法之背景、特徵內涵及發展方向，圖像興起之功能性對於中共當代社會因素及文化影響實質重大。第三章將分析中共自馬克思列寧主義、毛澤東思想、鄧小平理論、「三個代表」重要思想到科學發展觀各時期宣傳策略之變遷，本章將節選各時期具有代表性之軍事性及政治性宣傳圖像、平面海報，探究其圖像視覺、編排特性及意識型態。第四章以習近平新時代中國特色社會主義思想，探討在「中國夢」的建構下宣傳工作如何在傳統以「黨」領導為先的意識形態與現代數位化科技相結合，以達到宣傳之最大效益，闡述及分析習近平時期中共當局未來軍事宣傳策略發展及其內涵。第五章為本研究之結論及研究成果，期在深入探討中共軍事宣傳策略之變遷及影響後，據此作為我國政

府應對政策及後續研究參考。另本研究之研究架構以圖 1-1 示之。

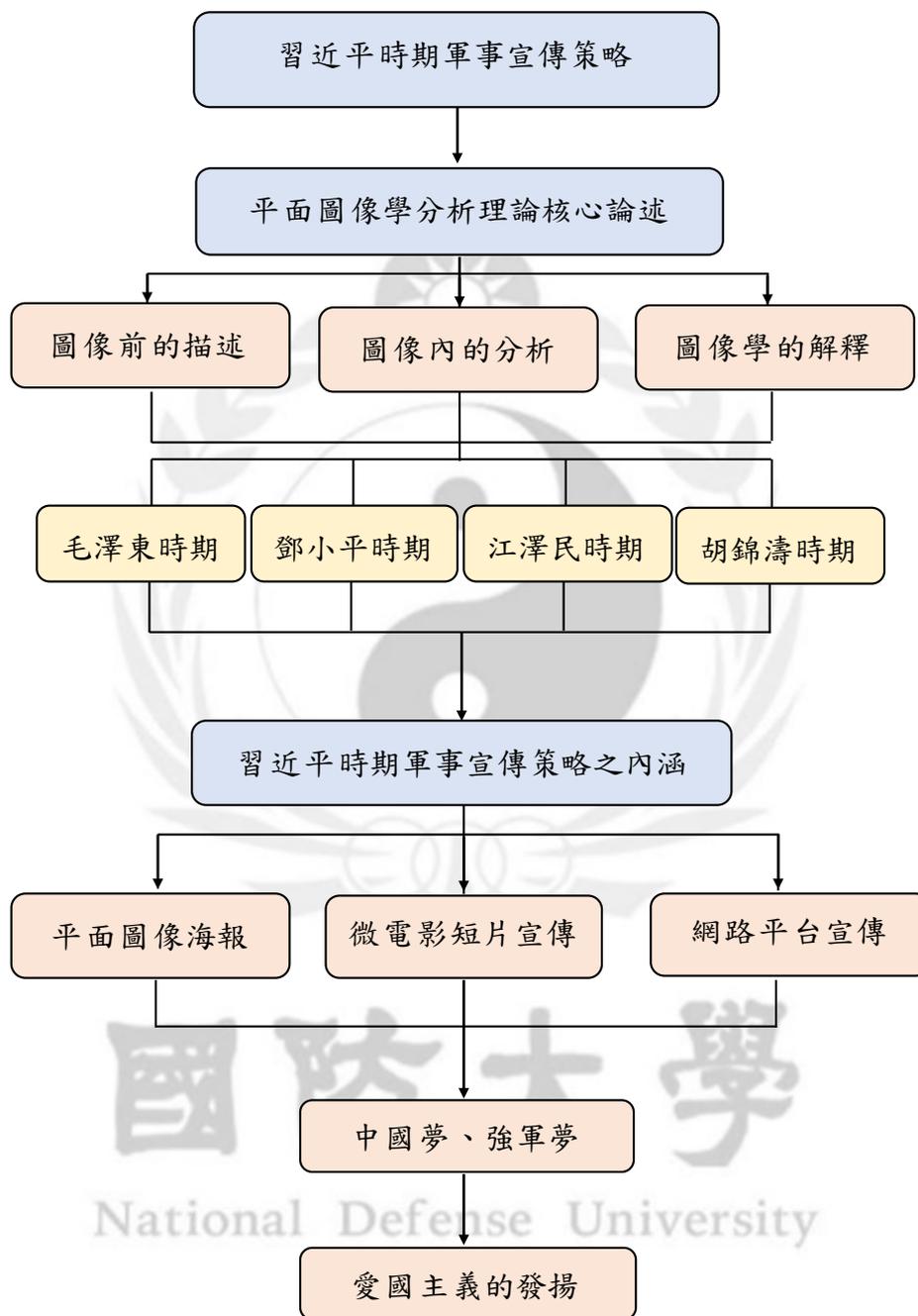


圖 1-1 分析架構圖
資料來源：筆者自行繪製



第二章 中共圖像宣傳之發展

中共將圖像做為各個時期的宣傳途徑，無論是從蘇區，亦或是中共奪權前後的不同時期，其領導人出於政治的利益和國家的需求，在圖像具有極強的視覺藝術表現力和實用價值的基礎上，不僅承啓了戰前的藝術形式與表現方法，同時，對當今的海報藝術也是一個極大的促進。

第一節 群體性藝術源起及發展

圖像宣傳，又稱為「宣傳畫」、「海報」，如今加上微電影、動態之影像，皆是由早期利用圖畫表現商品的傳單、廣告和推廣文藝發展而來，根據文獻紀載，早在西元前古埃及時期，當地上層階級為了通緝奴隸而利用符號及文字的形式進行宣傳；而中國境內運用宣傳的手法則起源於宋朝時期，歸功於印刷術的發明該物屬於銅板印刷，出現於山東濟南劉家功夫針鋪，上面除有店名外，上方還有「認門前白兔兒為記」類似認證的白兔擣藥插圖及說明，銅版的下半部分文字為「收買上等鋼條，造功夫細針，不誤宅院使用。轉賣興販，別有加饒，請記白」則是像眾人表示「我們家用最好的原材料，花費功夫造針，使用方便。如果有人批發購買，還可以優惠」。¹（如圖2-1）兩者目的皆為了招引目光注意而在公共地區到處張貼，達到傳播的作用，因此中共方面亦稱「招貼畫」或「招貼藝術」，不可否認在近代社會中，圖像是影

¹ 董雪蓮，《招貼設計》（北京市：中國輕工業出版社，2016年），頁16-17。

響人們生活的一種重要傳播媒介。



圖 2-1 濟南劉家功夫針鋪宣傳銅板印刷

資料來源：董雪蓮，《招貼設計》（北京市：中國輕工業出版社，2016年），頁 16。

自西元1843年鴉片戰爭後，滿清政府的戰敗開啓了中國閉關的大門，在政治、社會、文化乃至精神層面領域上皆受西方列強衝擊，而上海作為開放通商的港埠之一，造就了西方船商紛紛湧入中國沿岸停泊並興辦起洋行等營利組織的現象，透過其從事出口、入口及轉口商品與中國買辦實施交易行為；而為了拓展中國市場，打響企業及推廣品牌商品的知名度，洋商運用起廣告宣傳的手法——「月份牌」的新型態精緻宣傳畫。在設計方面，「月份牌」背景採用具有傳統中國水墨畫的元素進行工筆繪製，如山水風光、神話傳說、旗袍仕女等，尤其以美女為主要特點（如圖2-2）：這些人物形象嬌顏含笑、夾雜濃鬱的脂粉氣又內涵大家閨秀般的端莊內斂，眉目間蘊藏著東方人特有的神韻，而隨後印上自家商標及商品部份是以西方文藝復興後圓潤

且鮮豔的用色。²此外，圖像中亦出現寓意深厚的傳統繩結裝飾，並於畫面的上方或下方印上中西月曆節氣，不僅襯托出濃厚的中國文化，也創造出了融合中國傳統審美與西式審美的美女形象；後因中西合璧轉變為以中國商戶為導向的風格，既可以掛在牆上裝飾，又可以達到查核年月的效果，相較於西方較符合大眾的現實生活，進而使商品形式在地化。由於宣傳效果顯著，再加上當代印刷術的成熟，屬於中國印象的商業資本文化便大量油然而生，與當時保守且封建的社會風氣形成強烈對比。



圖 2-2 鄭曼陀 《廣生行有限公司月份牌》

資料來源：張偉、嚴潔瓊，《都市風情：上海小校場年畫》（臺北市：新銳文創，2014年），頁268。

² 孫夢英，《招貼畫》（北京市：三聯韜奮書店，2018年），頁1-2。

直到抗日戰爭爆發後，圖像宣傳開始以全新面貌充斥在於社會中，富有商業化的月份畫為具強烈特定政治目的的宣傳畫所取而代之，這時期的文藝主題只有一個——抗戰救國；但由於戰爭形勢緊張、物質短缺，其繪畫製作較月份畫簡單樸素且粗曠，對表達效益的接受度及追求效率的需求被拉到了首要的位置，圖像簡單明快、內容通俗易懂成為首要課題，更表現出當時特殊的社會意義，其目的為了力求每個文化層次和審美水平的人都能一目了然，以喚醒抗戰的決心，故對於那些無用的訊息也被主動省略掉。然而，設計宣傳畫時的藝術工作者在創作時有一定的感情及個人憧憬投射在圖像中，為了避免閱聽人主觀思維所產生對圖像訊息的疑慮，大多明確精準透過文字的主旨導引主題用意，³使其消弭圖像聯想後錯誤的解讀；除透過畫面表達情感外，抗戰宣傳畫捨棄裝飾生活的視覺藝術饗宴，惟斗大且直白的文字更給人奮起反抗的精神，其意圖向閱聽人傳遞一種救亡圖存的民族情結，為了號召全國人民團結抗戰（如圖2-3），種種畫面亦透露出當局利用符號、視覺圖像以及標語改變或箝制公眾的思想，須以一種使預期的閱聽人理解的方式傳遞觀念，⁴抗戰時期的宣傳畫無疑開啓了明確為政治目的服務的先例，這種代表官方話語和政治形象的視覺宣傳品也深深地影響了爾後中共宣傳政策的走向。

³ 陳奎霖，〈抗戰宣傳畫的圖像特色研究〉，《美術界》，第5期，2018年5月，頁90。

⁴ Victoria E. Bonnell, *Iconography of Power: Soviet Political Posters under Lenin and Stalin* (University of California Press, 1997), pp. 20-22.



圖2-3 《萬眾一心 誓滅倭寇》
資料來源：擷取自chinese-posters.net

抗戰時期的宣傳畫圖像與以往月份畫截然不同，值得一提的是，從風格來審視其開始藉「象徵」的表達手法來闡述其內涵，跳脫充滿浪漫的唯美形體畫風，且並不以「像」與「不像」作為圖像好壞的標準，⁵而是轉變為具有漫畫般生動的寓意，以一種荒誕或強烈反差的手法，短時間引人注意進而產生省思、引起共鳴；這類作品往往可以使閱聽人透過畫面現象迅速地捕捉到事物本質和作者想要傳達的內涵實質，從而使民眾在歡樂中接受新的思想和教育，得到有益啟示，達到宣傳抗戰的目的；期間因應戰事的變化，尤以軍人為主的形象成為了該時期最鮮明的象徵，如圖2-4《加緊總動員，一切軍事化》為例，畫面中以一頂鑲有國徽的龐大鋼盔為主體，而鋼盔上依稀

⁵ 陳奎霖，前揭書，頁 91。

可以從身影辨別出手持算盤、釘耙、掃具、步槍等公民大眾，用以象徵「各行各業」，更以文字強調加緊將全國國民和所有一切事業組織以軍事化思維統整起來，方能對抗侵門踏戶的日軍。⁶所以當時宣傳畫是以凝聚全民危機意識作為呈現的手法。

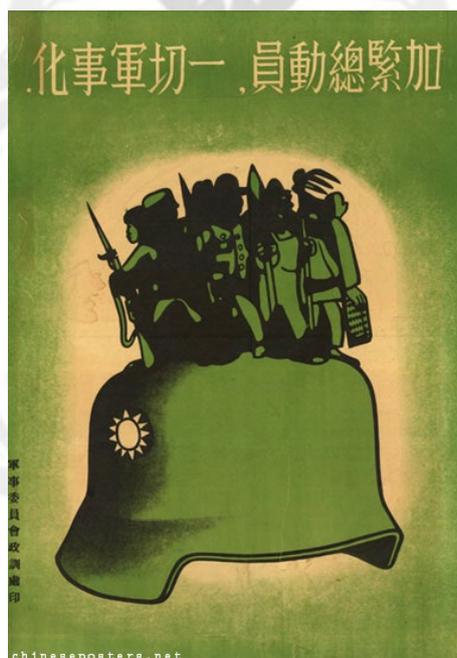


圖2-4 《加緊總動員，一切軍事化》
資料來源：擷取自chinese posters.net

圖2-5 《誓與國土共存亡》，亦建構出一位頭戴鋼盔、高大魁梧的中國士兵端著上了刺刀的步槍躍出戰壕，長城上的戎裝成為了最有力的支柱，而長城在此象徵了「國家」，造就了軍人保衛國土的意境；畫面中紅與黑的強烈對比渲染了英勇悲壯的氛圍，至今看來仍然具有強烈的藝術感染力。

⁶ 魯寧，《建國十七年宣傳畫研究》（北京市：中央美術學院博士論文，2017年），頁18-19。



圖2-5 《誓與國土共存亡》
資料來源：擷取自chinese posters.net

上圖2-5是以軍事對抗為主軸的宣傳畫外，除富有政治性宣傳往往也能折射出一個年代的社會情境與政治氛圍，在特定的時空環境氛圍中藝術成為政治的延伸，這可以是上位者推行的政策，另一方面亦是民間自發性的情感抒發。1942年5月，在抗戰煙硝蔓延全國之際，在國民政府一致全面抗日的政策推行下，長征後困於延安的中共蘇維埃政權得予苟延殘喘，免於覆亡的命運，中共領導人毛澤東便趁國家存亡之際藉抗日人民統一戰線之名，在延安地區建立抗日民主根據地，行「文藝統戰」之實，亦發表了《在延安文藝座談會上的講話》，為日後共產黨奠定了中共政權的意識形態基礎，也成

了文藝政策不可違背的主臬；以下分別為引言及結論，其要點如後：⁷

引言部分：

(一)立場問題：

要「站在黨的立場，站在黨性和黨的政策立場」。

(二)態度問題：

對於「敵人」要「暴露他們的殘暴和欺騙」，對「統一戰線中各種不同的同盟者」要「有聯合，有批評」，對「人民的勞動和鬥爭」、「軍隊」、「黨」應該「贊揚」。

(三)工作對象問題：

即文藝作品給誰看的問題，「上海時期」與延安不同，「在上海時期，革命文藝作品的接受者是以一部份學生、職員、店員為主」，延安則是「各種幹部、部隊的戰士、工廠的工人、農村的農民」，「文藝工作者應該向他們學習」。

(四)學習問題：

要「學習馬克思、列寧主義」和「學習社會主義」。「馬克思主義的一個基本觀點，就是存在決定意識，就是階級鬥爭和民族鬥爭決定我們的思想感情」。但是有些人「把這個問題弄顛倒了，說什麼一切應該以『愛』出發，就說『愛』吧！在階級社會裡，也只有『階級的愛』

⁷ 毛澤東，《毛澤東論文藝》（北京市：人民文學出版社，1966年），頁17。

但這些同志卻要追求什麼超階級的愛、抽象的愛、以及抽象的自由、抽象的真理、抽象的人等等」。這些人是「受了資產階級的很深的影響，應該很徹底的清算這種影響」。

結論部分：

(一)文藝是為什麼人的？

「我們的文藝，第一是為工人……第二是為農民……第三是為人民武裝隊伍的，……第四是為城市小資產階級知識份子，他們也是革命的同盟」。但是許多人，「靈魂深處還是一個小資產階級知識份子王國」，不能「深入工農兵」，以致作品的描寫「衣服是勞動人民，面孔卻是小資產階級知識份子」。「要徹底解決這個問題，非有十年八年的長時間不可，但是時間不論怎長，一定要徹底解決它」。

(二)如何去為群眾服務？

要「普及」、「提高」，即「向工農兵普及，工農兵提高」。「有出息的文學家、藝術家，必須到群眾中去，必需長期的、無條件的，全心全意的到工農兵群眾去，到火熱的鬥爭中去……然後才有可能創作過程」。

(三)文藝界統一戰線問題：

「在現在世界上，一切文化或文學藝術都是屬於一定的階級，屬於一定的政治路線，為藝術的藝術，超階級的藝術，和政治並行或相互獨立的藝術，實際上是不存在的」。因此「黨的文藝工作，在黨的整個革

命工作中的位置；是確立了，擺好了的，是服從黨在一定革命時期內所規定的革命任務」。

(四)文藝批評問題：

「文藝界的主要鬥爭方法之一，是文藝批評」，「文藝批評有兩標準，一個是政治標準，一個是文藝標準」，而其中順序是「政治標準第一，藝術標準第二」。所謂「人生論」都是「資產階級思想」。對敵人必需「暴露黑暗」，在延安「只許歌頌光明」，「魯迅雜文筆調」只能用來「批評敵人」。

(五)需要一個切實的整風運動：

「許多同志不大清楚無產階級和小資產階級的區別」。「組織上入黨，思想上完全沒有入黨」。「我們必須向他們大喝一聲，說；你們那一套是不行的，無產階級不能遷就你們的」。「同志們很多是從上海『亭子間』來的，……過去的時代，已經一去榜樣，做無產階級和人民大眾的『牛』，鞠躬盡瘁，死而後已」。

德國哲學家恩格斯（Friedrich Engels）亦於《共產主義在德國的迅速進展》曾表示過：「以宣傳社會主義的這個角度來審視，這幅畫所起的作用比一百本小冊子大的多。」⁸由此綜合推斷出，宣傳至上，是馬列政黨的傳統

⁸ 楊 柄，《馬克思恩格斯論文藝與美學》（北京市：文化藝術出版社，1982年），頁8。

思維，而為行「文藝工作」則必須仰賴宣傳。因此，毛澤東從階級鬥爭學說出發，指出不論革命或藝術都必須服從於政治的鬥爭，⁹強調「文藝是從屬於政治的」，即「政治第一、文藝第二」，已儼然成為中共文藝政策新定調，《講話》後亦展開多次整風和運動，確立了文藝「應服從於政治指導、服務工農兵為方向」的大原則，其功利性及目的性致使文藝不再是單純的藝術工作，而是「是服從黨在一定革命時期內所規定的革命任務的」。¹⁰因此抗戰期間，中共趨向提倡地方大眾文藝、民俗文藝，多次要文學文藝家面向群眾，到下鄉及民間向工農兵學習；而為使「一致抗日」的宣傳廣度能擴大、效益更多，不少文藝作品演變成純政治性的創作，此舉無疑是向民眾宣傳革命的訊息重於啓蒙；¹¹另外，毛澤東多次在其論述以解放、革命等字眼¹²利用當時反帝國主義的抗日思想將其革命化，意味著將抗戰視為一場爭取「自由及解放的革命」，也是用以鼓勵群眾加入抗戰的最佳說詞。¹³

在一個民族的生存受到威脅的情況下，動用一切可能的力量為戰爭服務，其正當性是無可辯駁的；因此對日抗戰之大環境下，中共則是利用救亡圖存的民族形式來包裝政治鬥爭的目的，¹⁴將文藝視為宣傳工具、以民族主

⁹ 毛澤東，《毛澤東選集第三卷》（北京市：人民出版社，1953年），頁86。

¹⁰ 同前註。

¹¹ 洪長泰，《新文化史與中國政治》（臺北市：一方出版有限公司，2003年），頁17。

¹² 毛澤東，《新民主主義論》（北京市：人民出版社，1967年），頁623-670。

¹³ 孔凡義，〈中國的革命與現代化〉，《二十一世紀》網路版，第43期，2005年，頁1。

¹⁴ 黃開發，《文學之用：從啓蒙到革命》（臺北市：秀威資訊，2007年），頁319。

義的論調激發起民眾，特別是教育水平較為低下的農民，以圖像灌輸中共所建構的知識，從而得知以其特有的大眾性、普遍性、宣傳性和教育性，無疑成為大眾宣傳的最佳形式之一，不僅在當時將基層的通俗文化結合了政治社會的需要，也深刻的影響到未來中共政權對於圖像運用在宣傳的重要手段。

第二節 圖像宣傳的特徵

作為一種傳達的方式及手段，圖像宣傳有著它截然不同的藝術語言及不可取代的見解，而不同的時期圖像宣傳有著不同的特徵，唯一共同點是在繪畫的表現形式上構圖皆簡潔有力、配色色調明快、具清晰的造型語言，大多牽涉到政治、社會、文化、時空背景等各個層面的狀態，目的是精確地傳遞訊息及內容、快速的向閱聽人表達主題內圖像設計的宗旨，藉由感染力來凝聚注意力；因此，設計元素的好與壞在宣傳畫上具有舉足輕重的作用，設計者要經過精心的思考及策劃，採取將訊息融入在視覺圖像中的基本方針，盡可能的把繁縟的文字敘述透過簡潔、生動、醒目且新穎的手法，使閱聽人留下深刻的印象，進而引起興趣、產生共鳴，以下分三點設計要項進行論述：

壹、標語元素

標語是一幅宣傳畫構成最基本的根基，也是賦予圖像主題欲傳達訊息重要的價值之一，因為閱聽人第一眼注目到的文字感受，即是繼整幅圖像後

能首要感受到的主題風格，其目的用來增強視覺傳達效果，藉以提高作品的訴求力；而標語部分總括字體設計、字型大小及排版要素等文字類運用，上述種類融入巧思除了增加它的識別性外，更能豐富化宣傳畫本身的視覺特點、趣味性和藝術性的效果。¹⁵

一、字體設計

在圖像宣傳的構圖中，因為每次文字要傳達的「對象」不同，從而創造出不同的「字體」，故在字體上大多帶有戲劇性和趣味盎然的氣氛，透過重疊、組合、變形等手法進行字體圖像化的字體設計，從外觀、質地及顏色上做出誇飾的效果，使文字及圖像能相輔相成，進而變化出具有創新卻又不失藝術的訊息，對閱聽人形成視覺衝擊及影響力，藉以實現圖像宣傳的商業宣傳或政治宣傳效果。¹⁶若無法以獨具匠心的模式改變字體原有的模樣，卻不違背在宣傳畫裡字體設計與主題必須是契合、連結起來的狀態下，方可在字型的大小著手以符合內容所需。

¹⁵ 鮑仕蓮，〈文字在招貼設計中的運用研究〉，《藝術科技》，第4期，2017年10月，頁242。

¹⁶ 張乾，〈字體設計在招貼設計中的運用〉，《大觀》，第4期，2019年4月，頁76。

二、字型大小

運用字體的大小來排序畫面上的種種資訊，明確分類主要標題、副標題及小標題，甚至內文的部分亦要錙銖必較，製造出具有層次感且將訊息依循重要性魚貫排列，讓閱聽人的視線在圖像上有次序、清楚的吸收及消化。

三、文字與圖像編排

文字的視覺，必須仰賴如何在版面上配置，囊括文字之間間隔、位置及閱聽人所閱讀的方向等，不僅要將便於閱讀的功能性、視覺心理上的閱讀慣性作為考量，從而使閱聽人的視線沿著一定的方式和方向流動，因此需根據版面主題及風格為前提謹慎設計，有所呼應且環環相扣，藉此吸引閱聽人前來觀看其摘要並進一步瞭解細部訊息，產生與視覺配的加乘效果；¹⁷因此，文字排列組合的好與壞，直接影響著畫面的視覺傳達效果。

除了文字部分，在各類型宣傳畫構圖上的視覺編排，往往會依照內容、對象及目的而分別採用不同的構圖方式：在批鬥、鬥爭的題材上會採用「倒三角形式」的構圖，使畫面中的圖像呈現敵弱我強的對比；另外在歌頌型的題材下，畫面則是剛好與前例顛倒，以「金字塔式」的構圖模式表現出視覺的中心點，顯現出主題所呈現的人事物之偉大。¹⁸

¹⁷ 張若澄，〈論招貼設計中的排版藝術〉，《包裝工程》，第34期，2013年7月，頁97。

¹⁸ 費文明，〈新中國宣傳畫敘事策略研究〉，《美術學研究》，第3期，2013年5月，頁199。

貳、色彩運用

在宣傳的圖像上如何用色是一門大學問，除了造型、標題文字需額外引人注目外，色彩的運用更是會衝擊閱聽人的直接感受，被視為是決定性的因素之一：一幅圖像的色彩，愈能貼近主題情緒的訴求，愈能夠加強其藝術力吸引力，更重要的是色彩給人的整體效果為何，透過色彩對比、色彩互補、色彩分散等方法來增強色彩的表現力，使色彩的視覺衝擊更強烈。此外，設計者還需要對色彩本身附加的屬性、色彩所透露出的情感以及色彩意境對心理感受所反映的層面不同等效應加以著墨，¹⁹並始能達到過目即深刻的宣傳效果。

承如上述，色彩自身即具有感情因子，即便脫離了有形的主體仍然可以存在於閱聽人的腦海中，它可使閱聽人直接產生不同的聯想，隨後再影響部分情感，進而增強對於主題的感受，引起閱聽人情感上的共鳴，²⁰例如圖2-6：對色彩的視覺生理回饋上，粉色聯想到女性，因為粉色調的色彩最能體現可愛、氣質且浪漫的形象；而暖色調、用色彩度較低的色彩，呈現出男性成熟、沉穩等較老練特質；另外由聯想所產生的心理反應，白色即代表著純潔、黑色代表莊嚴等意涵，潛意識中形成了對色彩的象徵性識別，更因不同

¹⁹ 邢 璋，〈招貼畫的信息傳達和色彩運用〉，《電大理工》，第4期，2010年7月，頁78。

²⁰ 王志豪、陳錦斌，〈淺談招貼設計色彩應用心理〉，《藝術科技》，第6期，2017年10月，頁273。

的時空、文化、傳統背景下有著各自的解讀，²¹整理後如表2-1所列：



圖2-6 顏色聯想與性別意識

資料來源：JeongMee Yoon, *The Pink & Blue Project*, (South Korea: Gyeonggi-do, 2005-2008).

表2-1 色彩象徵和文化意涵

顏色	正面象徵意涵	負面象徵意涵
黑色	權威、高雅、低調	死亡、邪惡
白色	和平、純潔	哀悼
黃色	溫馨、愉悅、寧靜、榮耀	警告
橘色	自信、隨興、新的開始	
粉紅色	嬌柔、浪漫、親密	
紅色	活潑、好運、幸福	過度興奮、憤怒、焦慮

²¹ Ruben Pater 著，蔡伊斐譯，《設計政治學》臺北市：麥浩斯出版，2017年），頁 72-75。

綠色	永續、安全、復甦	
藍色	和平、可靠、忠誠	憂鬱
紫色	神秘、寧靜、華麗	

資料來源：彙整自Ruben Pater著，蔡伊斐譯，《設計政治學》(臺北市：麥浩斯出版，2017年)，頁72-75及〈設計配色完整攻略：色彩意義、色彩理論、色彩心理學讓您一次擁有！〉，《Shutterstock》，2018年12月4日，<https://www.shutterstock.com/zh-Hant/blog/complete-guide-color-in-design> (檢索日期：2020年1月2日)

故在進行宣傳圖像設計中，版面色彩所表現出來的有冷暖、明暗以及強弱，其不僅是色彩的基本屬性，而且也是閱聽人心理情感的直接體現。依據閱聽人的特點進行色彩調整和搭配選擇，其運用技巧掌握如下：

一、以人為本整體的用色

由於閱聽人的年齡、性別、民族文化、宗教信仰、社會環境存在著一定程度的差異性，因此對於色彩的聯想及理解程度也不盡相同，故必須深入探究目標市場的年齡分布、教育程度、職業結構、經濟走向和意識形態等因素，藉以瞭解如何將色彩喜好度投遞至目標市場，才能利用多數適合的色彩進行設計的最大效益，使海報能擁有屬於自身的價值及個性，所產生的視覺衝擊力和藝術感染力在關鍵點發揮著重要的作用；就如同商品的海報主打色彩符合某一群體多方面的審美需求，其內心會感到這是為他們所設計，不僅透露出對品牌的親切感，除此之外，還將使這一群體偏愛此品牌，甚至重複

回購或長期依賴。²²

二、圍繞在主題色彩

主題色可以是一種或一組色彩，對於海報形象極其重要；而主題色的採用，必須先清楚該宣傳圖像的主題、服務對象以及透過色彩表達的目的為何；對於很多團體、機構來說，經常根據形象來決定主題用色作為標準，例如：共產黨常以「紅色」作為象徵及寓意色彩，代表人民革命的號召；或以敵我雙方人員用色鮮明製造逆差效果，正面人物多為站在高處的大篇幅的特寫、容光煥發；反面人物則是猥瑣地躲在陰暗的角落、形象扭曲，正面人物用紅色；反面人物用黑色。主題畫面上使用紅與黑兩種顏色作為對比，不僅造成了強烈的視覺效果，而且也代表了革命與反動、光明與黑暗的二元對立世界。因此，中共文化大革命時期「紅光亮」、「高大全」的政治宣傳畫可謂是「妖魔化敵人、神話化自己」的極致藝術表現。²³

參、圖形與圖像

圖像是宣傳畫的視覺主體，也是宣傳畫設計中最為核心的部份，其傳達的效果好壞與自身創新性緊密連結，而獨特新穎的圖像設計不僅帶給閱聽人強烈的視覺衝擊，更能透過圖形及圖像的訊息傳達效果，塑造及感染閱聽

²² 宗夢帆，〈海報設計中的色彩運用〉，《大舞臺》，第4期，2010年12月，頁87。

²³ 姜蘭花，〈視覺與說服的統一體——中國政治宣傳畫傳播藝術論〉，《東南傳播》，第3期，2009年3月，頁121。

人的意識形態。²⁴而在圖像設計內主要分為具體的圖形象徵和抽象的圖形象徵；具體的圖形象徵具有直觀真實的形象特點，給人以親切、熟悉的感受，是人們容易接受的一種視覺形式，其形象來源通常來自於生活，是對現實中人物或事物特徵的美化、藝術化，包括人物、動物、植物、靜物等生動的藝術形象，甚至具有地方特色的風土人情、典型的人物形象、工藝品、服飾等，譬如剪紙、皮影、年畫、京劇臉譜等形象設計。

抽象圖形象徵則是由具體的圖形轉變而來，許多藝術家從中將某種社會事物濃縮成簡潔的視覺符號，使之成為一種政治文化價值的內涵，以此來表現主體。因此在圖像設計中，運用抽象圖形可以表達的內涵更為廣泛，不僅可以表現真實具體存在的物象，亦可以表現沒有形體的形象，在這類型的視覺表現手法下，為了使閱聽人接收並理解視覺上所傳達的意涵，首先需要對圖像學有基本的認識以及概念，因為要進一步瞭解作品所要顯示的意義，我們必須能夠對圖像中的母體、觀點和反覆出現的題材進行描述且分類。因此，藝術史學家黑美亨（Goran Hermeren）在《視覺藝術的再現與意義》中指出，圖像象徵必須符合以下三個條件：²⁵

一、象徵內容必須能讓具有相關背景知識的閱聽人在正常的觀看條件下獲

²⁴ 趙文慧，〈論析招貼畫的設計要素〉，《藝術百家》，第1期，2016年12月，頁146。

²⁵ 陳懷恩，《圖像學：視覺藝術的意義與解釋》（臺北市：如果出版社，2008年），頁138-139。

得理解

不鼓勵閱聽人進行過度的詮釋，進而提出超過畫面所乘載的意義：然而，「有相關背景知識的閱聽人」和「正常觀看條件」的先決條件卻很難維持；另外在象徵的意義上，可能會因時空背景、歷史文化的變遷而有不同的涵義存在，進而使閱聽人在分析象徵的意義時與設計者的初衷產生認知上的分歧。

二、藝術家自己能夠辨識其所描繪的象徵內容

使用象徵和製作具有象徵意義的圖像必須具普世價值，而非隨著閱聽人的見解或詮釋而搖擺或改變。

三、不能直接描繪所要象徵的事物本身

繪製圖像時不能有「同語反覆」的狀況發生；舉例來說，一幅描繪萬里長城的海報或圖像，並非單純是以萬里長城為主題的歷史建築風景畫作為象徵；又或是毛澤東的畫像亦不能成為毛澤東的象徵，只能歸類於一幅以毛澤東為對象的肖像作品。但是萬里長城在象徵上可成為中國大陸的概念；毛澤東也可以作為極權領導人的象徵。

如同上述論點，圖像可作為象徵或意涵所趨的事物包羅萬象，經羅列彙整部分常見後如表2-2：

表2-2 常見的圖像象徵意義

圖像	象徵意義	圖像	象徵意義
植物類			
桂冠	勝利	紅玫瑰	優雅美麗
橄欖	和平	橡樹	力量、豐收
松樹	死亡、永生	常春藤	堅固持久的友誼、 忘恩負義
動物類			
象	長壽	鷹	高貴、勇敢、保護
牛	勇猛、慷慨	駱駝	忍耐、堅忍
狗	忠誠、勇氣	公羊	權威
蛇	睿智	烏龜	刀槍不入
日常器具類			
犁、耙	農夫、勤勞	橋墩	統治者、長官
棍杖	權威	塔	宏偉、安全
天秤	正義	彩虹	苦盡甘來
太陽	榮耀、光明	槌子	鐵匠、工人
沙漏	時間飛逝、死亡	風琴	慶典、歡喜

資料來源：陳懷恩，《圖像學：視覺藝術的意義與解釋》（臺北市：如果出版社，2008年），頁139-145。

從表2-2中我們可以窺探出圖像所象徵之意涵具有多元性及隱喻性的特徵，而在辨別其中內容及正確的意義時，德國學者Frank Büttner及Andrea Gottdang的圖像學導論中清楚闡述面對一件作品時，必須考量及注意八項重點：²⁶

- (一) 確定原貌：對作品實際狀況進行初探，確認其面貌是否有更動
- (二) 作品歷史：瞭解作品其背景及下落。
- (三) 作品分析：掌握作品所透露出的所有細節；畫面中人、事、物的位置與動作安排，分析其構圖及表現焦點為何。
- (四) 創作重建：研究其製作歷程，包含筆法、用色等所有準備階段。
- (五) 創作根源：尋找作品表現的文獻根據，畫面中元素所代表的個別意義。
- (六) 作品脈絡：與作品相關的風土民情、社會、歷史狀況進行掌握。
- (七) 作品理解史：不同時代對同一作品的理解度可能出現差異，進一步彙整並釐清其可能性。
- (八) 意義的批評：瞭解每種差異性的內涵，提出問題並論證是否適切。

第三節 中共宣傳畫的特色

蘇俄美術對於中共宣傳表現技法及模式影響甚大，是在特定國際政治背景之下和國內文藝政策所引領所誕生的歷史必然性；中共建政後為「西方

²⁶ 陳懷恩，前揭書，頁151。

資本主義」陣營的圍堵，從此政治上被孤立、經濟上被封鎖、文化上被限制，期間依靠同是共產國際意識形態下的蘇聯「老大哥」，兩國密切的文藝交流也成就了爾後中共文藝政策確立的墊腳石。

壹、蘇聯背景的宣傳藝術

1917年「十月革命」爆發後，世上首個社會主義國家——蘇聯正式成立，共產主義時代來臨使俄羅斯政治經濟制度發生巨變，俄國的革命形成了對傳統世界的挑戰，因此布爾什維克黨亟欲在動盪的歲月中取得公共話語權，試圖透過新的大眾象徵符號，進而對社會價值重新界定，並正當化其政權與過去的延續性，即「新傳統」。²⁷ 同時間，俄羅斯境內民眾文盲占全部人口的比例高達80%，²⁸ 掃盲政策已是炙手可熱的課題，而要使「新傳統」發揮應有的作用，就必須以一種使預期的閱聽人理解的方式傳遞觀念，故以政治化視覺形象的表現方式融入在各項藝術作品之中，經由藝術的手法予以形象化、生動化，目的在於潛移默化從中建立起一種符合無產階級意義的意識形態，方能鞏固建國之初迫切需要的向心力，也提供了建設所需的穩固基石。因此在建國之初，列寧於1918年4月頒布關於「共和國紀念碑法令」，動員及鼓勵文藝界以開放的思維投入革命的建設中，主題皆指向於頌揚革

²⁷ Eric Hobsbawm, Terence Ranger, *The Invention of Tradition* (Cambridge: Cambridge University Press, 1983), p.1

²⁸ 孫成木，《俄羅斯文化1000年》（臺北市：東方出版社，1995年），頁187。

命、紅軍、勞工階級、列寧、勞動與生活以及人民藝術，²⁹除增強民眾對於新政權的強烈認同感，更反映新革命勞動的俄國精神至此開展。

一、構成主義(Constructivism)的開端

受到列寧宣揚馬克思主義政策的刺激之下，對於激進的俄國知識分子、文藝藝術家而言，他們視十月革命為信仰的寄托，深受革命勝利所鼓舞，因此主動協助、參與到革命運動中，為布爾什維克的新共產政權創作歌頌革命作品之餘，更期盼為建立一個繁榮、富強、自由平等的烏托邦而貢獻自己的全部力量，試圖終結舊秩序的「舊世界」。

在拒絕「為藝術而藝術」的前提下，文學、藝術家認為以明顯刻意的現代化和未來感設計，極力歌頌工業文明，崇尚工業和機械結構中的構成方式和材料（鋼鐵、塑料、玻璃等）在文化革新和審美表現方面的價值，拒絕傳統藝術媒材例如油畫顏料、畫布等；探索純粹幾何抽象形態的表現力及其結構性、情感性、均衡性的方法，力圖跟沙俄歷史傳統切割，提供一種新的美學標準和生活方式，以宣傳蘇聯立國之意識形態。³⁰此外，構成主義者視自己為「生產者」，認為「藝術應該走向生活」³¹直接與機器產品、建築工程和

²⁹ 楊安東，〈藝文政策與 1930 年代蘇聯社會寫實主義〉，《藝術論文集刊》，第 2 期，2009 年 10 月，頁 25。

³⁰ 張學忠，〈構建新世界的藝術——構成主義藝術〉，《雕塑》，第 2 期，2011 年 3 月，頁 62。

³¹ 王永，〈構成主義藝術的象徵——塔特林與第三國際紀念碑〉，《美術大觀》，第 1 期，2011 年 1 月，頁 109。

印刷及攝影的交流方式相一致，強調社會大眾應捨去傳統藝術思想精神方面的需要並轉向社會生產對藝術實用性的需求，承擔起社會的責任投身到生產建設的實踐當中，助於提升蘇聯共產主義文化，力圖創造一種代表先進的、無產階級的藝術，進而成為「生產藝術」(Production Art)的風潮。

由於構成主義的「生產藝術」創作體現了當時社會革命的實際需求，故得到了當時以列寧為首蘇維埃政權的大力支持，因此由一開始已帶有濃厚政治色彩，以「藝術走向工廠」為使命綱領成為構成主義藝術家從精神勞動到物質勞動的轉變、社會角色從純藝術家到新社會建設者的轉變；亦可以說，構成主義是功能性藝術的表現手法，而不是掛在牆上的裝飾性表現藝術，其目的是改變舊的社會意識，提倡用新的觀念去理解藝術工作和藝術在社會中應扮演的角色，開啟了藝術為政治服務的先鋒。

二、社會主義寫實主義(Socialist Realism)的確立

構成主義的藝術份子當時提出非常多的構想與計畫，然而這些計畫卻沒有被實現的可能：藝術家負責發想，工人負責行動，惟無產階級卻遲遲無法深入理解構成主義藝術家過於抽象的思維，普羅大眾亦無法接受及產生共鳴，因此構成主義被認為是一種有外表無內涵的「無病呻吟」。³²史達林繼任蘇聯最高領導人後，認為無產階級必須建立真正屬於自己的藝術，以便

³² 王永，〈一場政治與藝術的博弈——蘇聯社會主義現實主義美術回眸〉，《俄羅斯文藝》，第1期，2012年1月，頁153。

進行意識型態的統整，故官方於1932年下令解散所有非官方藝術與文學團體，至此蘇聯文藝界開啟一連串文藝思想討論，以頻繁會議制定文藝路線，終於在1934年第一次蘇聯作家代表大會裡正式提出「社會主義寫實主義」的口號，³³而後確立蘇維埃政權所預定建構的文藝政策，規定其四個指導方針下的文藝作品必須分別是：³⁴

- (一) 無產者 (Proletarian)：與無產階級相關，能被他們理解。
- (二) 典型 (Typical)：具體真實的描繪人民日常生活。
- (三) 現實主義 (Realistic)：表現手法要寫實。
- (四) 黨員 (Partisan)：忠於黨，必須與用社會主義精神從思想上改造和教育勞動人民的任務結合起來。

藉由社會主義寫實主義的官方標準下，藝術創作必須符合當局政治利益，形成政治結合藝術的制式化藝文表現模式與風格，亦指「藝術家要為馬列主義而活，要為社會主義而鬥爭。」而根據方針，從事工農業的勞動者都是社會主義現實主義描繪的主要對象，透過對他們的生活、工作的讚美來提升普通農工的形象，培養人們認識實現共產主義的遠大目標和意義；在藝術的根本，自由作畫被嚴格限制，它主張以具體寫實風格而非抽象或「構成」的藝術形式，以沒有特別修飾、直接陳述圖像的特定框架下，為廣大工人和

³³ 劉洪濤，《二十世紀中國文學的世界視野》（臺北市：秀威資訊，2010年），頁38-39。

³⁴ 葉水夫，《蘇聯文學史》（北京市：中國社會科學出版社，1994年），頁276-286。

農民創造及呈現能「懂」的藝術，最終實現列寧在《新蘇維埃人》中表述的，創造一個「全新類型的人類」，³⁵；在表現技法上，除了針對敵對一方所刻意呈現的諷刺性手法之外，其畫作內涵總是溢滿積極、陽光、正面的氛圍；在意識形態上，蘇維埃政權的出發點是鞏固國家利益的，因此在社會主義現實主義上強調豐衣足食的太平盛世即將到來，利用此口號以激發出群眾對於共產主義社會建立後美好生活的渴望及憧憬，使人民更加投入在國家及社會建設裡，故主題的構圖為呈現人民美好生活的光明面以及塑造令人感佩的國家領袖。³⁶換言之，蘇聯當代的文藝政策使得藝術背負著沉重的政治教化功能，其本質是讓藝術為政治服務，為宣傳服務，其欲表達的意識型態，潛移默化的植入人民心中，自然的形成一種「附和」與「應當如此」的思考模式。³⁷

總結各個時期的蘇聯宣傳畫的創作，可以發現蘇聯宣傳畫內容和形式上的三個特徵：

（一）群眾性 National Defense University

政治宣傳畫是由蘇聯組織群眾化的造型藝術，它所面對的閱聽人是廣大的勞動人民，因此，蘇聯宣傳畫是直接面向群眾的，而正因為蘇聯宣傳畫

³⁵ 亢 康，〈社會主義現實主義的源流和範圍〉，《公共藝術》，第 2 期，2014 年 7 月，頁 25-26。

³⁶ 楊安東，前揭書，頁 28-29。

³⁷ 楊安東，前揭書，頁 28。

要面對的是普通群眾，早期的構成所描繪的抽象、幾何圖樣所作的帶有感性內容的現代主義風格宣傳畫，在無法如願達成官方所期待的政治宣傳目標及被視同資產階級下的產物後，很快就被當局政策所淘汰了。

（二）鼓動性

宣傳畫，亦是種繪畫的表現手法，在蘇聯的宣傳理論中，宣傳被細分為「宣傳」和「鼓動」，兩者的區別在於：宣傳表示廣泛的傳播，必須深入探討其所要傳達之思想、理論和學說，以訴諸理智的手法使群眾形成一定的世界觀；而鼓動則是通過演講和各種群眾性報導手段傳播一種思想，以影響群眾的認識、感染其情緒和對於社會的積極性與否；鼓動的目的不是對所要傳達之思想進行系統的敘述，而是密切地與現實群眾運動相聯繫，它以感情渲染最終目的。³⁸因此宣傳畫首先要激發的是群眾的情感，這種情感可以是對國家的熱愛、對敵人的刻骨仇恨、亦或是對建設國家的熱忱。

（三）社會主義現實主義的風格

蘇聯宣傳畫的現實主義不僅是一種創作方法，而且是一套由政黨掌控的完整的思想體系。這一思想體系以其特有的立場、觀點、方法對作家進行全方位的改造創作方法，其核心是創造典型性、概括化的、寫實的人物形象。

³⁸ Harold Dwight Lasswell, *Propaganda Technique in the World War* (Chicago: The University of Chicago, 1934), p. 13.

這種形象既包括列寧、史達林等偉人的形象，亦或是為藝術家創作出的普通工農英雄形象，塑造典範用以激勵群眾士氣投入共產主義的建設中。

三、對中共文藝的影響

1949年7月中共召開的第一次全國文代會上的總報告《為建設新中國的人民文藝而奮鬥》中明確提出：「我們要掃除半殖民地半封建的舊文學藝術的殘餘勢力，反對新文藝界內部的帝國主義國家資產階級文藝和中國封建主義文藝的影響，我們要批判地接受一切文學藝術遺產，發展一切優良進步的傳統，並充分地吸收社會主義國家蘇聯的寶貴經驗，務使愛國主義和國際主義發生有機的聯繫。」³⁹顯露出中蘇兩國在社會主義意識形態的密切關聯，中共在政治、經濟、文化、軍事、科技和教育等方面對於蘇聯社會主義國家體制的引進與學習採取了「一邊倒」的方針；另外早在1942年，毛澤東在《講話》中亦明確表示：「在現在世界上，一切文化或文學藝術都是屬於一定的階級，屬於一定的政治路線的。為藝術的藝術、超階級的藝術、和政治並行或相互獨立的藝術，實際上是不存在的。無產階級的文學藝術是無產階級整個革命事業的一部分，如同列寧所說，是整個革命機器中的『齒輪和螺絲釘』。因此，黨的文藝工作，在黨的整個革命工作中的位置，是確定了的，

³⁹ 郭沫若，《為建設新中國的人民文藝而奮鬥——在中華全國文學藝術工作者代表大會上的總報告》（北京市：新華出版，1950年），頁41。

擺好了的，是服從黨在一定革命時期內所規定的革命任務的。」⁴⁰因此，就文藝在社會生活中的功能定位而言，毛澤東的文藝政策與蘇聯所建構的文藝道路可謂一脈相承，對於蘇聯宣傳畫的模仿更為顯著（圖2-7、2-8），尤其是在構圖和人物姿態的表現上。充分將文藝定義為革命鬥爭的工具和武器，即在認同文藝的基本特徵的大前提下要求文藝為政治服務。



圖2-7 “Under leadership of great Stalin, forward to communism!”

資料來源：擷取自<https://www.sovietposters.com/>

National Defense University

⁴⁰ 趙凱，《馬克思主義文藝理論中國畫論綱》（合肥：安徽文藝出版社，2016年），頁85。



圖2-8 《團結起來 爭取更大勝利》

資料來源：擷取自chinese posters.net

其次，兩者同樣將社會主義現實主義的概念定為一尊。1934年蘇聯官方成立的作家組織——蘇聯作家協會對於作品的要求，在其章程內明確定義：

「藝術描寫的真實性和歷史具體性必須與社會主義精神從思想上改造和教育勞動人民的任務結合起來。」⁴¹也就是說，這一創作方法的根本目的是改造和教育人民，任何作品都要服從其政治利益，進而成為中共階級鬥爭下的「新中國人」，造就適應未來建設需要的新大眾。另外，在社會主義框架下，現實主義的文藝其表現內涵為「正視現實，真實表達對於現實生活的感受，並且渴望文藝能夠深刻切入現實，成為改變現實的重要力量」。⁴²無疑是將

⁴¹ 人民文學出版社編輯部編，《蘇聯文學藝術問題》（北京市：人民文學出版社），1959年），頁12。

⁴² 周曉風，〈當代意識形態與新中國文藝政策〉，《文藝研究》，第2期，2003年3月，頁35。

藝術主體大眾化、通俗化，再依照中國大陸當時的政治、社會、經濟狀況，正好契合了中共所倡導社會主義現實主義文藝本身的特點，所有社會意識形態服務於革命鬥爭事業現實的需要上。

最後，由於蘇聯美術對於中國美術的影響是伴隨著兩國的政治歷史發展的進程而變化，促使1951年4月由中蘇友好協會於北京主辦的「蘇聯宣傳畫和諷刺畫展覽會」，這是蘇聯宣傳畫的實物首次與中共統治下的人民見面，且以「新技法」的形式為中共所知悉。⁴³隨後，文藝界掀起對於蘇聯宣傳畫的推廣和學習，藝術家們積極從事宣傳畫的理論和風格探討，更確立了蘇聯「社會主義現實主義」是無產階級思想領導下發展而來的理論基礎，概念上脫離不了黨性及人民性，明確規定為中共文藝創作和批評的最高準則，⁴⁴展現了人們的革命理想和對新社會、新生活的讚美及憧憬。

貳、圖像與宣傳的關係

宣傳是一種訊息傳播行為，它利用人對外界訊息的接受方式進行傳播，其根本目的是改變人們的行為與態度。中共宣傳圖像的創作過程是多種多樣的，從早期對年畫、版畫、漫畫借鑒以外，漸漸地發展出以正統紙上繪畫為主，融合中國水墨、油畫、剪紙、拼貼、攝影及電腦軟體合成處理的運用

⁴³ 周白韜，〈中國宣傳畫的發展及藝術特徵〉，《大眾文藝》，第23期，2015年，頁108。

⁴⁴ 周白韜，前揭書，頁108。

方式。圖像在創作過程中對相關藝術的借用包括創作方式、圖像元素、繪畫技法等，然後由模仿進行內化，創作出一幅幅樣式新穎、內容豐富且獨具視覺衝擊力的繪畫佳作。

一、意識形態與宣傳

關於「意識形態」，我們可以理解為對事物的認知，它是一種對事物的感官思想，其中，意識形態並不是閱聽人固有的想法，而是源於社會生活種種現象的存在，如政治、經濟、藝術等生活理念有一定的力量支配著人們的思維，其受思維能力、環境、教育、宣傳、文化、價值取向等因素影響，因此不同的意識形態，對同一種事物的理解、認知也不同。總和探討，意識形態涵蓋的就是世界觀、價值觀和人生觀等三個面向，⁴⁵是人存在的一部分，亦是建構一個社會的基本要求。

而在階級社會裡，馬克思（Karl Marx）始終認為統治階級為圖謀政權，將自身的目的描述成對全社會的普遍利益，除主導政治地位，還確立了社會生活上的主流意識形態，其目的在於引導群眾對於政權的認同及政權合法性。⁴⁶也就是說，主導意識形態都是站統治地位的思想，體現的是統治階級的利益要求；因此，凡是要推翻一個政權，總要先造成輿論、先做意識形態

⁴⁵ 徐 碩，〈意識形態、文藝、宣傳與百姓生活〉，《聲屏世界》，第 9 期，2016 年 9 月，頁 53。

⁴⁶ 人民出版社編輯部，《馬克思恩格斯選集第一卷》（北京市：人民出版社，1995 年），頁 100。

方面的工作。革命的階級是這樣，反革命的階級也是這樣。⁴⁷ 體現於中共內，意識形態可分為純粹的意識形態以及實用的意識形態：純粹的意識形態提供群眾世界觀及價值觀，用以建構共產世界的美好或形塑思維的方向；實用的意識形態則是提供行動準則、規範，鼓吹動員並實踐階級鬥爭使群眾「覺醒」。因此，沒有純粹的意識形態，實踐意識形態的思想就沒有合法性。但是，如果沒有實踐意識形態，共產黨就無法將其世界觀轉變為一致的行動。⁴⁸ 這些輿論及意識形態，使得宣傳工作成為傳播馬克思主義理論及無產階級政黨思想的重要工具。

最早界定宣傳工作的概念是1847年由馬克思及恩格斯（Friedrich Engels）所起草的《共產黨宣言》，其中強調作為無產階級的黨員，必須「具有革命毅力並努力進行宣傳工作」，⁴⁹ 透過宣傳共產主義思想，為無產階級的革命事業而奮鬥，不僅發揮了凝聚思想的作用，更壯大了無產階級的隊伍；另外，十月革命後，列寧強調黨的一切組織和團體每天經常進行的工作就是宣傳、鼓動和組織，亦也在其著作提到「工人本來也不可能有社會主義的意識，這種意識只能靠外在來灌輸。」⁵⁰ 故在維護新政權的動機下，鼓動並組織工人，

⁴⁷ 中共中央文獻研究室編，《建國以來毛澤東文稿》（北京市：中央文獻出版社，1996年），頁194。

⁴⁸ Franz Schurmann, *Ideology and Organization in Communist China* (California: University of California Press, 1934), pp. 23-24.

⁴⁹ 任衛東，〈共產黨宣言〉，《中文馬克思主義文庫》，
<<https://www.marxists.org/chinese/marx/01.htm>>（檢索日期：2020年2月14日）。

⁵⁰ 人民出版社編輯部編，《列寧選集第一卷》（北京市：人民出版社，1995年），頁317。

與國際資本主義鬥爭，投身建設社會主義的美好藍圖。

從宣傳及意識形態相互關係而觀察出，共產黨意識到意識形態工作的重要性並重視「宣傳工作」，故側重於對馬克思主義意識形態的闡釋，強調馬克思主義意識形態的政治、精神價值和功能，進而樹立其意識形態的政治權威，方能成為社會的主流意識形態；又或者是將宣傳工作的功能轉向對國內政權的維穩，而並非服務於擴張宣傳共產主義思想，不管其目的有何異同，皆旨在意識形態的革命離不開意識形態的宣傳。

二、藝術與意識形態

藝術源於生活、來自人的思想，其本質上是基於現實生活的創作，是一種對現實生活的再塑造，因此任何文藝作品都是意識形態下的產物。⁵¹然而，藝術無法讓人用理性的方式直接理解到真實狀況，卻能以印象（想像出的虛幻）勾勒出外在世界，這與藝術主題（設計者與外在的世界互動）、媒介表現方式（藝術作品如何呈現現實世界）環環相扣，⁵²因此藝術作品具有直接的意識形態作用，可以使我們看到生活周遭的意識形態。

在共產黨的政治意識形態侵入文藝的過程中，機械化工業時代的來臨，使得宣傳與藝術作為一種間接控制、誘導人的思想行為方式的手段，其與意

⁵¹ 徐 碩，前揭書，頁 53。

⁵² 盛 鎧，〈阿圖塞論藝術與意識形態〉，《議藝份子》，第 1 期，1998 年 10 月，頁 155。

識形態的結合愈益緊密，更有利於藝術與宣傳的增強和互補。同時，工業時代使文藝的發展產生了重大影響，因為「機械大量複製」帶來了真正的「藝術生產」，德國哲學家班哲明（Walter Benjamin）認為「藝術的機械可複製性把藝術從祭典儀式功能的角色中解放出來」，⁵³藝術創作再經過大量複製、印刷後脫離了崇拜和禮儀原有的獨特性功能，轉變為可靠性的實踐，以世俗的方法呈現藝術，使其走向了大眾，爾後藝術的功能不再奠基於儀禮，而是於社會間開始另一種實踐：政治。藝術和政治相結合，文藝宣傳就會和政治宣傳一樣對政治動員和意識形態控制產生作用，引導、教育、影響群眾的行為及意識。

參、中共文藝宣傳之功能

任何一件藝術作品都離不開它所產生的時代背景，政治環境、社會發展狀況與文學藝術發展水平等等因素共同影響著藝術作品的產生，因此，在談到宣傳的題材時，我們更需要關注當時的政治趨向、社會動態、地方性和階級性，還特別需要身處中共同樣角度去執行「如何實踐」⁵⁴多種文藝形式灌輸著黨文化，即可能瞭解背後真正用意及其功能性。

⁵³ Walter Benjamin, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction," in Hannah Arendt, ed., *Illuminations* (New York: Schocken Books, 1969), p. 14.

⁵⁴ 陳煙橋，《抗戰宣傳畫》（廣州：黎明書局，1938年），頁2。

一、政治功能

藝術在受到政治制約影響的同時又可以反過來影響政治，兩者是互相聯繫統一的關係。政治可以在一定程度上影響和引導藝術的方向，德國哲學家班哲明也曾指出政治美學化：「藝術的發展將以政治實踐為本」，政治美學化會使藝術作品原有的「氣韻」(aura)喪失，⁵⁵使其成為社會公義戰鬥中的武器、誘發群眾參與政治，而中共的宣傳主要針對老百姓，目的也旨意在民眾中貫徹官方意圖，並加以動員。

法國文藝批評家安納（Hippolyte Adolphe Taine）曾提到：「作品的產生取決於時代精神」，⁵⁶當代中國宣傳樣式還具有記錄歷史與社會人文的特性，每張宣傳文藝都是在特定的時期和社會環境中產生的，包含鑄刻著時代的歷史烙印，反映著當時特定的時代風貌社會主義核心價值觀。因此，在中共宣傳的手法中，將政治化的社會主義核心價值觀進行深刻內涵闡釋，不斷地向國際宣揚中華民族在中共帶領下的繁榮及發展的訊息。

二、社會文化功能

德國設計師皮埃爾·門德爾（Pierre Mendell）認為：「海報不僅是為了引起人們的關注和理解，而且更是一種美的語言，它能映射出一個國家的民族

⁵⁵ Walter Benjamin, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction," p. 6.

⁵⁶ Hippolyte Adolphe Taine 著，傅雷譯，《藝術哲學》(Philosophie de l'art)（合肥：安徽文藝出版社，2017年），頁70。

傳統與社會文化的美的語言。」⁵⁷因此，藝術和社會文化是人們生活方式的一種表達，不僅受到社會的各種條件和因素的制約，同時因為情感和想像的緣故，藝術在社會文化裡可以表徵出一個時代，人們亦會有某種共同的「情感結構」，⁵⁸在中共宣傳指導下，往往能從固有的中華傳統文化基礎上釐清細節中的文化特性及政治理念，力求以點的剖析體現出對文化的闡釋傳承：藉由欣賞宣傳畫、海報、照片和電影等及時地向群眾進行宣傳教育，提高群眾的認識、統一大家的意志、組織大家的力量，而潛移默化的將社會價值觀導引向其所計畫的方向發展。在社會文化功能上，一方面運用傳統精神價值，在創作題材上以愛國主義為核心並融入欲宣傳之主題，進行直接或間接呈現，藉以強化中華民族的認同感，使群眾感同身受並付諸行動；另一方面，在中國特色社會主義發展道路上，發揮社會主義核心價值觀的現實指導作用，讓群眾在民俗傳統的引領下認識到社會主義核心價值觀的重要價值。不僅弘揚中華傳統美德，亦可同時提升文化素養和道德品質，也建構了具體的文化形象，從而實現民俗及社會文化的傳承，⁵⁹而對中共而言，整體手段成為展開社會政治運動的先行任務。

⁵⁷ DNP Foundation for Culture Promotion, “Pierre MendelP”, 30 June 2004, <http://www.dnp.co.jp/gallery/ddd_e/exhibition/d131/index.html> (13 February 2020).

⁵⁸ Raymond Williams, *The Long Revolutions* (London: Chatto & Windus, 1961), pp. 57-58.

⁵⁹ 尚滢，《淺析新中國到「文革時期」的宣傳畫及其對中國當代藝術的影響》（西安：西安美術學院碩士論文，2014年），頁38。

三、軍事功能

中國古人重視藝術對於世道人心的作用，講究用理性節制情慾、用藝術輔助和諧的人生；惟中共的理論宣傳和宣傳創作裡充斥著強烈、激情的戰鬥風格，文藝中透露出「豪邁地」、「激昂地」、「意氣風發地」等熱血軍風意識，其目的是為了展現直接面對戰爭、訓練，亦可以紀錄戰爭環境下人群的命運概況和體現某種政治意志。對於中共來說，宣傳主題的背景與歷史性、政治性的關係如同孿生般不可分割，除了記錄事實和再現——以史為鑑，其表現更必須符合其政治意志要求，充斥著理想主義和英雄情懷的頌揚反映出了戰鬥、革命、民族精神的宏大主題，藉以鼓吹民族自信。

隨著時代的變遷，軍事題材的宣傳漸漸地轉為人民解放軍如何在戰爭年代為人民犧牲奉獻，以及如何在安居樂業時期繼承優良傳統，⁶⁰對於社會大眾，以主觀且虛實待商榷的歷史來加強對於黨、對於國家的意識認同；而對於軍隊內，對戰鬥精神的動員、鼓舞官兵士氣占非常重要的作用，因此要讓官兵看的懂、喜歡看，透過新穎的手法表現出來，始能在藝術的感召力下受到啟發及教育，進而成為一支為人民服務且聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的軍隊。

⁶⁰ 張裕亮，〈從紅色經典到愛國主義商品：大陸主旋律電視劇文本意義的變遷〉，《中國大陸研究》，第4期，2007年12月，頁19。



第三章 中共軍事宣傳工作策略之變遷

本章節以歷史的時間軸作為切割分析點，分為「毛澤東時期」、「鄧小平時期」與「江澤民及胡錦濤時期」三個時期，在每一個時期的圖像宣傳中都緊依著對人物及政策的刻畫，利用其描繪來傳遞中共當局所冀望的政策走向，在此固定模式下，本研究均依循圖像學途徑之「圖像前的描述」、「圖像內的分析」及「圖像學的解釋」分析並闡述之。

第一節 毛澤東時期的軍事宣傳

壹、中共建政時期

1949年10月，中國大陸政權更迭，對於中共而言政治利益甚為優先，其包括國家主權、國家安全等方面，牽涉到一個國家的生存問題；而新生的政權為求鞏固及發展，則有賴於當局對於國家的建設及社會的維穩。正由於熟稔宣傳畫引起的巨大宣傳教育作用，中共利用月份牌年畫的唯美風格及宣傳手法，¹藉此鼓吹長期為戰亂所苦的人民，以宣傳畫建構共黨領導下的美好藍圖，使民眾對於社會主義下的未來充滿期待。

這時期的宣傳主題可大致歸類為三個方面：中共建政後的喜悅、捍衛並守護國家及呼籲工農階級起來。²

¹ 蘇米、方李，〈新中國宣傳畫藝術的興起與嬗變〉，《江西社會科學》，第4期，2009年4月，頁149-150。

² 李萬萬，〈宣傳的藝術——新中國宣傳畫發展研究〉，《中國美術館》，第8期，2009年8月，頁59。

一、喜迎社會主義方針下的新中國



圖3-1 人民畫報 《慶祝中央人民政府成立》
資料來源：擷取自chinese posters.com 海報中國

圖3-1畫面中背景旗海下的天安門廣場，其中三位形象鮮明由左至右依序為工人、軍人以及農人，手持五星旗似揮舞且作勢歡呼；圖右上角在中國傳統式的大紅燈籠直指下，並刻有「慶祝中央人民政府成立」等紅字，可知當時背景為1949年10月1日毛澤東於天安門廣場上舉行的中共開國大典。

這幅作品不僅沒有描繪出毛澤東的身影，利用茫茫紅旗海表現出人數為多的壯觀，視覺上更顯得身歷其中；另外，以天安門城樓為背景、大燈

籠為前景的佈局使用了「圖像符號化」的寓意手法，³隨著當年毛澤東在天安門城樓上的那一聲宣告：「中華人民共和國成立了！」天安門便成為一個國家的符號定格在中國人民的心中；而傳統式的大燈籠則在中國傳統裡被賦予了「彩龍兆祥，民富國強」的象徵，除用來營造一種喜慶的氛圍，與燈籠上的「慶祝中央人民政府成立」紅字相呼應。回到畫面的主軸，有別於搶眼的紅色，與眾不同的色彩對比出軍人為工農人所左右擁護，在中共工人、農人象徵著無產階級，各個頭仰向天空，並高舉著五星大旗代表中共政權是由廣大無產階級先進分子所組成的政府，更意味著中國共產黨的最終勝利，將帶領我們邁向美好生活的第一步。



圖3-2 蘇國驚 《慶祝中華人民共和國國慶節》
資料來源：擷取自chinese posters.net

³ 費文明，〈新中國宣傳畫敘事策略研究〉，發表於「特殊與一般—美術史論中的個案與問題」第五屆全國高校美術史學年會（南京：南京藝術學院，2011年10月29日），頁192。

圖3-2畫面的正中間有表演隊伍著民族服飾往前邁進，皆神情喜樂、婆娑起舞，為後方人群所圍上；而畫面的左邊則是由五星旗由遠至近整齊一字排開，旗子下的軍人、學童們亦整齊站在街角邊，肩頸均繫著鮮紅色的領巾，爭先觀賞遊行表演；最後，畫面的右上方分別在隊伍裡佇立起中共領導人毛澤東及孫中山國父的大型肖像，而肖像的左右各為五星旗所擁護，前側則橫豎著印有「慶祝中華人民共和國國慶節」白色字樣的大型紅布條，不難推測此時逢中共國慶之時。

此宣傳不管是人物形象、姿態、用色比例皆能強調喜氣的磅礴，尤其在列隊的前方打鼓男性頭綁羊毛領巾、女性腰結紅絲綢帶且鼓皆繫腰間、兩手執槌，經觀察後發現為中國少數民族之傳統舞蹈——安塞腰鼓，而該舞起源於陝西省延安，恰好為中共前身「革命」整風的根據地，顯示出人民亦滿心歡慶馬克思主義在偉大毛澤東的帶領下脫穎而出；另外，在旁的學生族群們身上顯眼的紅領巾，在共產黨文化的薰陶下更象徵「紅旗」的一角，是用革命先烈的鮮血染成的，它代表著無數英雄的心血，⁴在整齊排列的五星旗照耀下，更暗示成為共產黨未來的人。

畫面裡遊行隊伍中最為顯眼的莫過於兩幅國共雙方精神領袖並列的表現手法，其中，自孫中山先生為國民黨政府塑造成為中國國父後，在中共

⁴ 肖 牧，〈中國富有政治內涵的「紅領巾」是什麼？怎麼來的？〉，《微信上的中國》，2017年6月3日，〈<https://chinaqna.com/a/12132>〉（檢索日期：2020年2月20日）

眼裡，儼然與毛澤東相似，其被視為「偉大的革命先行者」；另因國父北伐前採取聯俄容共的政策，對於新舊知識分子一律接納，致使國父為中共所尊崇的對象，種種跡象除了隱含了一種冀望於廣泛知識分子的支持，更透露出其運用在宣示政權正統的延續性。⁵

從圖3-1與圖3-2可看出中共於宣傳畫的繪畫表現技法大幅度的重視，單線平塗的技法已轉為運用立體造型、明暗色調、交點透視等方法，給人耳目一新的感覺。主要原因戰亂後物質條件雖尚未恢復，但抗戰後的傳統木刻與版畫已不能適應時代發展需要，因此中共建政後，當局更加強了對宣傳畫創作的重視，1949年11月27日便親由毛澤東批示了《關於開展新年畫工作的指示》並發表於人民日報上，號召全國的文藝工作者在《講話》精神的指導下，對「舊年畫」進行改造使其成為人民喜愛的富有教育意義的一種藝術形式，文中指出了新年畫的主要任務和目的：「各地文教機關團體，應將開展新年畫工作作為今年文教宣傳工作的主要任務之一。今年的新年畫應當宣傳中國人民解放戰爭和人民大革命的偉大勝利，宣傳中華人民共和國的成立，宣傳共同綱領，宣傳把革命戰爭進行到底，宣傳工農業生產的恢復與發展...」。⁶我們從片段能窺探出一連使用好幾次的「宣

⁵ 黃淑榕，《毛澤東形象之建構》（台北市：國立政治大學東亞研究所碩士論文，2011年），頁85-86。

⁶ 陳履生，〈新年畫與新年畫創作運動傳統與〈講話〉精神〉，《新中國美術史》，2000年9月28日，<<http://www.cnarts.net/cweb/Exhibition/show/newchina/meishu/3-2.asp#>>（檢索日期：2020年2月20日）

傳」，可見特別強調新年畫的宣傳教育作用。因此，大批畫家投入到了宣傳畫的創作中，繼承舊上海具商業式的月份牌年畫繪畫技巧，保留其色彩鮮艷、構圖飽滿、形象俊美、刻畫細膩的特點，⁷注重將生活寫實與表現的浪漫主義相結合，有了中共政策的加持，截至1950年代初，全中國大陸共創作新年畫宣傳畫計有379種，共發行676多萬份。⁸要求宣傳畫必須「緊密配合形勢」，要有「明確的社會功利性」；另外對於作者而言，要有「飽滿的政治熱情和強烈的社會責任感」。

二、工農無產階級積極建設促使豐衣足食



圖3-3 古元 《我是戰鬥英雄，又是勞動英雄！》
資料來源：擷取自chinese-posters.com 海報中國

⁷ 蘇米、方李，前揭書，頁 149。

⁸ 建 庵，〈一九五〇年年畫工作的幾項統計〉，《人民美術》，第 6 期，1950 年 3 月，頁 52-53。

當時的工農業生產建設如火如荼，在此時期宣傳畫中以喜悅、豐收、建設、成就、和諧、歡快等形象為主，整體表現出蓬勃發展的景象。

圖3-3中著戎裝的男性驕傲且自信的將手心服貼於胸口，意有所指的透露出軍服上佩掛無數的獎章及鮮艷的胸花，惟另一手卻是扛著鋤頭；而身後的另一男性亦著戎裝，神情相似但該男性卻是持著步槍；在背景的呈現上，左右兩邊各是兩人截然不同的生活寫照，很明顯的能從中觀察出耕作、生產及戰爭、衝鋒的場面。

從面孔來分析畫面上的兩位男性，無疑是同一人所示，畫面中的表現手法透過顏色作為區分，過去時空中的人物與場景常以「退色」的方式作為技法的表現，在普遍意識裡，記憶是會褪色的，以區別於現在時空的彩色，使得畫面的多時空敘事顯得更清晰：⁹單褐色的手法表明他過去是戰鬥英雄；彩色表明現在是勞動參與建設的一員，其中胸花的又增強了視覺性的感受，畫家把同一個人在不同時空中的歷史使命清楚地表達了出來，亦將當局的意識型態傳遞的非常有力，號召了從戰場上歸來的戰士們一同加入到中共社會主義的建設中，也造就了共產黨鞏固政權的第一步驟。

⁹ 費文明，前揭書，頁 202。



圖3-4 丁浩 《學習蘇聯先進經驗建設我們的祖國》
資料來源：擷取自chinese posters.net

1953年開始，中共開始實施第一個五年計畫，與蘇聯政權遂行相同策略，開始了大規模的社會主義建設。在建政之初，毛澤東便決意一切向蘇聯學習，其於《論人民民主專政》寫道：「蘇聯共產黨是勝利了，在列寧和史達林領導之下，他們不但會革命，也會建設。他們已經建設起來了一個偉大的光輝燦爛的社會主義國家。蘇聯共產黨就是我們的最好的先生，我們必須向他們學習。」¹⁰期間蘇聯亦向中國派出大批專家、物資，意使國際共產推銷至全世界。

因此，在中共實施向蘇聯一面倒的政策下，圖3-4成為中蘇友好最好的宣傳之一：蘇聯專家成了宣傳畫中促進科技進步的重要題材，此類宣傳畫

¹⁰ 毛澤東，《毛澤東選集第四卷》（北京市：人民出版社，1991年），頁206-207。

通常將其描繪身材高大、衣冠整齊，一手拿著建設的藍圖，對一旁的中國「學生」加以指點、講解技術上的難題；而畫面右方的中國人仍然著傳統戎裝，其中一人配戴著勳章，看似初從工農兵階層投入建設的勞動分子，有意無意的將其擺在蘇聯專家的右後方，顯示出蘇聯各方面皆進步於中國以及對於「學習蘇聯」意識形態的灌輸，亦承接了當局鼓勵戰爭洗禮後的戰士努力學習技術，為國家建設而勞動；另外，身後滿是吊機、工廠等現代化、工業化機械設施背景，表現了國家和人民對一五計劃的熱情展望。



圖3-5 俞雲階 《為了社會主義，獻出我們最大的力量！》

資料來源：擷取自chinese posters.com 海報中國

此時宣傳畫除了塑造與蘇聯之形象，工人更成了建設社會主義中國的主要歌頌對象之一，上圖的工人上穿著防護服，雙眼緊盯著手中飛濺的火

花，忘我投入建設；另外，鋼與煤產量的多寡亦是工業發展不可或缺的特徵，因此如圖3-5背景所示，都是以煉鋼爐作為底圖，呈現出工人階級對於國家建設的熱情及專注，其炙熱的畫面構圖不僅能夠激起藝術家對於的熱情，進入宣傳畫裡則又能使閱聽人產生了鼓舞人心的力量。

三、抗美援朝，保家衛國

中共建政後不久，韓戰爆發，使得美國派出第七艦隊協防台灣海峽，而中共的參戰直接導致中美關係破裂，以強烈譴責美國侵略朝鮮、台灣及干涉亞洲事務的罪行發動了抗美援朝運動，¹¹從此在中國大陸境內掀起了愛國主義熱潮，繼工農階級後，軍人成了宣傳的主軸。



¹¹ 人民網，《1950年11月24日 伍修權在聯合國控訴美國侵略罪行》，《人民網》，<http://www.people.com.cn/BIG5/historic/1124/3990.html>（檢索日期：2020年2月27日）

圖3-6 李苦蟬等 《朝鮮人民軍中國人民志願軍勝利萬歲！》

資料來源：擷取自chinese posters.net

圖3-6畫面上併排站著偌大、挺拔的中共及北韓軍人，其一手高舉衝鋒槍，一手指向正潰逃的美國士兵。畫面以紅黃為基調，天空中除飄著紅色旗幟，兩軍人身後更是插滿無數紅旗，而地上則是美軍被炸毀的戰車和吉普車。

宣傳畫透過志願軍形象的塑造，以及美軍的狼狽潰敗，體現了兩國團結強大，鼓舞了人民士氣。胸前的大紅花及上面的文字賦予他們光榮而正義的身份，雖然槍桿揮舞在腦後，但只需將富有戰鬥力的手奮力揮向畫面下面的美軍，這些以漫畫手法醜化的美軍便魂飛魄散地逃竄了；另外背景裡，中朝士兵背後所飄揚的紅旗，和他們一樣威風凜凜，顯示出中朝兩軍不可阻擋的氣勢，也意味著美國帝國主義將在共產黨的領導下節節敗退，最終將會由兩國的解放軍贏得最後的勝利。

國防大學
National Defense University



圖3-7 古元《制止美帝國主義的侵略行為，我們才能進行和平建設》
資料來源：擷取自chinese posters.net

在人物描繪方面，畫面中左側亦是一位形象鮮明且神情、意志充滿堅定的中共軍人，其高大的模樣，捲起袖管、脖子掛起白毛巾，象徵建政後主動投入建設，一手緊抓著位於右下方頭戴美國標誌的高帽「惡魔」，另一手作勢要毆打；而被抓住的惡魔，似乎原先要投擲手中的飛彈，卻為對方所制止。在背景呈現方面，中共軍人身後呈現出工業化且進步的建設；相反在美國人身處的環境下卻殘破不堪。

以漫畫的手法繪出猥瑣且嗜血的美軍手舉導彈來侵犯，卻為勇敢、強大的士兵一手抓住，使身後象徵工業建設的環境保持和平，表現出制止美帝侵略、進行和平建設的主題。此外，飛彈上的美元標誌點明瞭它的身份、骷顱頭表明了它的邪惡。在此類型的宣傳中，其典型技法是用以寫實

主義的方式塑造正面人物，而正面人物多為站在高處，以大篇幅的特寫；同時，反以誇張、諷刺的漫畫樣式塑造敵人的形象，猥瑣地躲在陰暗的角落，¹²因而達到提高視覺的注目度，增加畫面的張力，令閱聽人留下強烈的印象。¹³



圖3-8 徐靈《中國人民決不能容忍外國的侵略，也不能聽任帝國主義者對自己鄰人肆行侵略而置之不理》

資料來源：擷取自chinese posters.net

上述標題是由中共總理周恩來於1950年9月30日的公開演說中向美國發出的警告，¹⁴亦是用於下令人民志願軍出兵前的人心鼓動。與圖3-6、圖

¹² 姜蘭花，〈視覺與說服的統一體——中國政治宣傳畫傳播藝術論〉，《東南傳播》，第3期，2009年3月，頁121。

¹³ 蔡綺，〈美國二戰宣傳海報中的戰爭圖像符號研究〉，《商業設計學報》，第12期，2008年11月，頁109。

¹⁴ 〈正義壯舉 歷史豐碑：抗美援朝50周年〉，《人民網》，2000年12月29日，

3-7表現方式不同，圖3-8由右方軍人圖像來推測，所表現之視覺意象應為美軍：一手高舉著刀刃，另一手緊掐住婦人用來護兒的手，其形象之凶殘、動作之強悍有力，對應出暴行之下的婦孺之悲慘與絕望、淋漓的鮮血，無不使畫面充滿憤慨；而左上處印有「U.S.」字樣的美國炸彈已經投到中國的土地上，以大片戰爭火海作為背景，亦暗示凡經美國所過境之地皆慘遭蹂躪。所有這些形象、情景都透過緊湊密集的構圖、強烈且鮮紅的色彩表現出來，因為中共瞭解唯有悲慘的氣氛才能激發出仇恨和向「美帝」鬥爭的勇氣，達到對內宣傳「中國人民不共戴天的死敵」，為黨、為政治喉舌的作用。



圖3-9 錢大昕《多生產！多捐獻！》

<http://www.china.com.cn/policy/txt/2007-03/13/content_7950252.htm>（檢索日期：2020年2月27日）

資料來源：擷取自chinese posters.net

另外，除了在宣傳畫上表現中朝人民與美軍作戰的場面，發展、生產與抗美援朝的主題相結合的作品也為數不少，如圖3-9與圖3-7背景相當類似，皆是具有現代化意識的工業建築，唯主角所闡述的身分不同；畫面中描繪一名工人捲起袖管，結實的臂膀可看出其正殷勤的操作著身前的重機具，而機具上貼著「抗美援朝，愛國公約」等紅字樣告示，幅度占整體畫面約四分之一，其中隱約可見「加班所得捐、獻飛機」等條例，與天上一架架呼嘯而過且印有紅星軍徽的戰鬥機呼應。畫面本身並不能反映抗美援朝的內容，但透過關鍵字及時代背景的推演，我們能夠研判中共在韓戰期間訂立愛國公約，號召全國進行生產競賽和增產節約運動，利用愛國主義的旗幟下，掀起了人人為抗美援朝貢獻的熱潮，不僅實現了財政稅收的增加、增強了國防力量的動員，更達到社會主義生產建設的目標及發展。

貳、三面紅旗時期

1956年後，中共土地改革措施、一五計畫在蘇聯物資、勞力支援和指導下實現了經濟好轉的第一步，但中國大陸境內並未擺脫貧窮落後的面貌。對外，以美國為首的西方國家自韓戰開始，對中共採取了政治上敵視、經濟上封鎖、貿易上禁運、軍事上包圍、外交上孤立的政策，加上社會主義陣營的國家在蘇聯帶頭「超美」的口號下，紛紛掀起趕超熱潮，試

圖在工農業產量短時間趕上資本主義世界，種種因素條件下，促使中共發動 1958 年的三面紅旗運動，¹⁵目的在於以最快的速度使人民富裕起來、國家強大起來，形成與資本主義對峙、競賽的效應，確保社會主義能永續發展，進而打破國際上的包圍封鎖。

一、前進、躍進、起飛

大躍進的建設口號，起源於 1958 年《人民日報》新年社論《乘風破浪》中所出現的「又快又好又省地進行各項建設工作」，¹⁶毛澤東認為國際時局已趨緩，憑藉韓戰的勝利可暫時換來短暫和平，加上一五計畫的成功，國家獲得可遇不可求的發展機會，因此「東風壓倒了西風」的想法便油然而生。¹⁷另外，中共第八屆全國代表大會第二次會議中亦確立了「鼓足幹勁、力爭上游、多快好省地建設社會主義的總路線」，¹⁸由此判斷，「速度快和質量好」成為大躍進運動的目標之一。

¹⁵ 賀吉元，〈三面紅旗出台的內幕揭秘〉，《中國共產黨新聞網》，
<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/64162/64172/85037/85039/6894920.html>>（檢索日期：
2020 年 2 月 27 日）

¹⁶ 〈乘風破浪〉，《人民日報》，1958 年 1 月 1 日，版 1 社論。

¹⁷ 李斌，〈毛澤東提出「東風壓倒西風」的緣由及戰略思考〉，《湘潭大學學報》，第 3 期，2019 年 5 月，頁 1。

¹⁸ 〈把總路線的紅旗插遍全國〉，《人民日報》，1958 年 5 月 29 日，版 1。



圖3-10 哈瓊文 《十五年後一定超過英國》

資料來源：Julia F. Andrews, *Painters and Politics in the People's Republic of China, 1949-1979* (Berkeley: University of California Press, 1994), p. 11.

圖3-10裡一名工人的臉龐及手臂特寫占據了一半的版面主體，採現代攝影、電影中才能見到的特寫鏡頭，巨大的頭像尺寸卻能刻畫人物細節，亦把攝影的一些創作手法應用到其創作中；¹⁹且畫面中並沒有直接表明出其職業及身處何地，反而是藉由肢體動作和背景的火花等細節來向閱聽人告知他是一名煉鋼工人——在煉鋼爐前操作，煉鋼爐裡閃現的火光輝映在他的臉上，刻劃出汗水淋漓卻不失堅毅、自信的樣貌，可謂當時典型的工人典範。

在標語與字體部分，構圖上使用亮紅色的「十五年後一定超過英

¹⁹ 孫浩寧，〈雙重的「真實」——宣傳畫中繪畫的攝影性與攝影的繪畫性轉換〉，《藝術研究》，第1期，2013年7月，頁23。

國」字樣，直接闡述了毛澤東對於大躍進的論調，且字體和字型呈現不同以往，字體以簡體字為主，說明三面紅旗時代的來臨使得圖像標語逐漸以簡體字替代，標語下方更多了羅馬拼音以辨識讀，反映了中共當局正在推行文字簡化的方案，²⁰目的是使當時廣大的人民能夠識字，進而提升文化水平，方能夠學習新技術、新科技，加快投入國家的建設上；而字型與背景的「火花」筆法雷同，具有火花噴濺的視覺效果，充滿濃濃工業化的設計感；火花處更夾帶了十五年後推算出鋼、煤、電明確的總產量數據，這些數字明白告知閱聽人，十五年後我們一定超過舊資本主義國家英國。由此窺見，大躍進時期的宣傳畫往往採用單一的訴求，意圖表達清晰，聚焦明確的將設計者的意圖清晰地表達出來，²¹盡可能的減少閱聽人誤解，惟在情緒高漲下，1958年8月人民公社興起，農業亦不落人後，紛紛提出工農業不切實際的目標：高指標、虛報風、浮誇風盛行，片面追求生產和建設的高速，大幅度提高指標，造成社會生產脫離實際，並逐步形成盲目且誇大的空想烏托邦運動。

與圖 3-10 寫實主義的手法不同，如圖 3-11 的繪畫技法呈現浮誇式般的躍進，圖中的稻米捆捆繫著紅彩帶，騰空而起、直沖雲霄，直白的說明

²⁰ 中華人民共和國國務院，《國務院關於公佈漢字簡化方案的決議》，《中華人民共和國教育部》，
<http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/xw_fbh/moe_2128/moe_2326/moe_1144/tnull_14350.html>（檢索日期：2020年3月2日）

²¹ 費文明，前揭書，頁 198-199。

人民公社使糧食產量扶搖直上；另外在標語的「放衛星」一詞，起源於蘇聯第一科人造衛星的成功發射，²²因此成為了設計者將稻米與「衛星」進行圖形同構，飛騰上天如同當年蘇聯發射衛星一般，而在這張宣傳畫上則是用來表達稻米的產量很高。



圖3-11 莊起來、楊文秀《農業大躍進社社放衛星》
資料來源：擷取自 chinese-posters.com 海報中國

其中這類型的宣傳畫的表現技法，與1956年毛澤東在中央政治局擴大會議上題為《論十大關係》的講話，提出的「百花齊放，百家爭鳴」方針具有相當影響，其內涵為「對藝術工作主張百花齊放，對學術工作主張百

²² 錢江，〈「放衛星」中的《人民日報》〉，《人民網》，2012年3月7日，
<<http://media.people.com.cn/GB/192301/192377/192679/17321108.html>>（檢索日期：2020年3月2日）

家爭鳴」，²³頓時使文藝界一陣春風，文藝作品的創作上打破了傳統框架，開展了多元的面貌與豐富的見解。

身處人有多大膽、地有多大產的狂熱時期，在意識型態與政治口號的催化下，三面紅旗運動的「紅旗」成為視覺圖像的主角之一，藉以從中觀察圖3-12到圖3-14之間的相互關係，可明顯感受到中共三面紅旗運動圖像之構圖是由蘇聯宣傳畫所完整的挪用及套用：其中，圖3-12蘇聯各時期精神偉人、領袖一致排列在背景主旗上，而在畫面下方是數不盡的紅旗旗海招展，在領袖與紅旗指引下前進的各行各業，往正確的道路上邁進。



圖 3-12 A. Kossov “Long Live the Great Invincible...! Banners of Marx, Engels, Lenin and Stalin”

資料來源：Russian Propaganda Poster

²³ 〈毛澤東提出「百花齊放」「百家爭鳴」方針〉，《中國共產黨新聞網》，
<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/33837/2534760.html>>（檢索日期：2020年3月2日）



圖 3-13 張汝濟 《高舉總路線、大躍進、人民公社三面紅旗奮勇前進！》
資料來源：擷取自 chinese posters.net



圖 3-14 姚中玉 《總路線萬歲 大躍進萬歲 人民公社萬歲》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

圖 3-13 在畫面上雖然仍以紅旗為主軸，但在構圖佈局上已不佔有重要位置，只是作為背景；取而代之的是使用絕大部分的畫面來描繪工、農、

兵、知識分子的形象，以剛健、昂首為統一主調的審美理想中又有職業特徵與人物氣質的區別，外框描線與色彩暈染的結合自然，看似為同個政治意識形態下的命運共同體。值得一題的是，其頭像的排列方式及方向更如同圖 3-12 中蘇聯馬、恩、列、史領袖頭像，如出一轍。

而從圖 3-14 的構圖上來分析，將原先圖 3-12 之紅旗方向由橫向改為豎向，再使用黃色繪製「總路線萬歲」等字樣口號，在強烈的顏色對比下，不僅可以透露出中共當局在政策面神聖至上的意味，更突顯了三面紅旗的高偉形象。

二、女性形象的轉折及意義

在中共的政治宣傳畫中，在工、農或工、農、兵的群體圖像中，大部分代表農民的形象基本上都是女性，在傳統的刻板印象中，農家是「子弟」，只能以男性形象為代表，惟在中共意識形態的灌輸下，顛覆傳統形象，創造出具有政治象徵性的語句：以工農聯盟為基礎，²⁴實為政權正當性所需，從而決定了在文藝上的視覺圖像必須以工人和農民作為形象的結合，以男性為工人、女性反之為農民，男女的形象搭配上更有釋放工農為一家人的訊息，以利在政策面上的宣傳及教育、推行。另外，毛澤東亦提過：「為了建設偉大的社會主義社會，發動廣大的婦女群眾參加生產活

²⁴ 費文明，前揭書，頁 306。

動，具有極大的意義。在生產中，必須實現男女平等，只有在整個社會的社會主義改造過程中才能實現。」²⁵解放婦女運動成為中共建政初期的重要目標之一，因為其不僅將中國婦女從封建主義和資本主義中拯救出來，亦是當前無產階級運動的一部分。

除了加上 1942 年毛澤東的《講話》政策實行後，中共宣傳畫中描繪的女性的手法在歷史階段產生了有趣的變化，尤以三面紅旗運動下改變最為明顯，如下兩組圖所示：



圖 3-15 杭稚英 《太陽煙草股份有限公司 美女春夏秋冬》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

²⁵ 毛澤東，《毛澤東文集第六卷》（北京市：人民出版社，1999年），頁 452-453。



圖 3-16 徐寄萍、王柳影《新農村》
資料來源：擷取自 chinese-posters.net

經圖 3-15 及圖 3-16 比較後，圖 3-16 女姓農民宣傳畫的繪製參考了中共建政前上海月份牌的構圖，繪畫技法同樣以鮮艷的水粉彩作為媒材；然而，圖 3-15 的女性以時尚旗袍為主要服飾，外加一些小洋裝，因其創作本身的目的是為了廣告，刻意突顯出女性的姿態，但主題本身與商品並毫無相關聯，故具有強烈的裝飾美感；圖 3-16 畫面的主角則是從「摩登女郎」換成了「農村婦女」，以健康質樸、喜悅勤勞、充滿朝氣的女性形象為主，衣著相對樸素且平淡，但人物刻畫上依然眉目清秀，色彩柔和細膩，仍帶有明顯的月份牌風格痕跡，畫面將自身主題定位在廣大的工農群眾裡，描繪的事物亦屬社會主義寫實主義，緊貼著周遭生活的事物外，其文字說明除與主題闡述同一件事，更將引導閱聽人進入同一種思維邏輯，直

接以最直觀的方式表達畫面中工農無產階級的心聲。

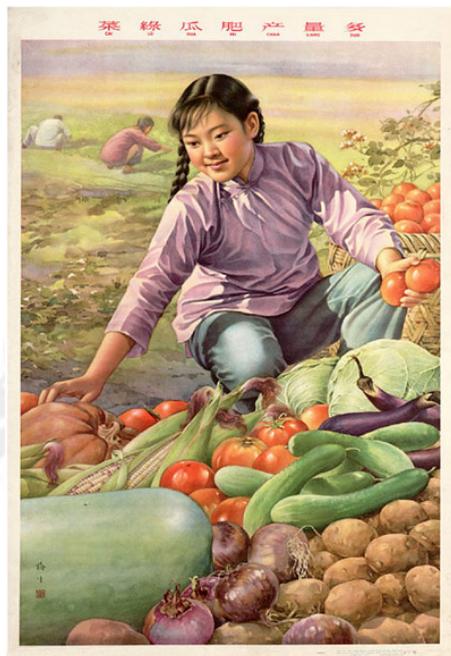


圖 3-17 金梅生 《菜綠瓜肥產量高》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

圖 3-17 在畫面分為兩大部分，主要用來描畫人物，但右下方卻佔用了很大畫面細膩刻畫各種的瓜果蔬菜，傳達出人民公社的理想及認同；其中少女蹲在田園裡，神態自然、衣著樸素，微笑的面龐透著莊稼人的質樸與親和，豐潤的雙頰也透露出社會主義生活的富足，兩條粗大的辮子儼然成為女性農家的典型形象；延伸到遠處，有另外兩個人埋首於收穫，雖然看不到表情，但從他們的身形可以看出亦是樂此不疲的採收著，充分展現了社會主義新中國的時代特色，農家歌頌新時代的文化生活。



圖 3-18 金梅生 《女拖拉機手》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

在糧食產量數據「大增」的年代裡，大躍進時期對技術的膜拜以及崇尚，拖拉機成為科技先進的現代化符號之一，其代表了農業生產工具的更新、農業發展的機械化，故也代表該時代的先進性。如圖 3-18 所示，偌大的紅色拖拉機停在一側，與剛下機具看似柔弱的婦女駕駛員形成強烈對比，她充滿自信的神情與將工作服往肩上披的拉風動作告訴人們她的專業，這一方面說明瞭一名婦女已經有能力操作這類型的重型機具到田地裡實際參與勞力解放，充份動員到各個工農群體內經濟生產；另一方面像閱聽人發揚農業在機械化之下提高勞動效率，使糧食產量增加，以及中共從中推行的政策使之成功的可行性：人民公社的推行使婦女擺脫了歷史，家庭和經濟的壓迫，走出傳統家庭的結構位置，成為黨及政策的最佳代言

人。

三、意圖解放台灣的妄想

1949年3月，新華社發表題為《中國人民一定要解放台灣》的社論，²⁶指出中國人民無法容忍國民黨把台灣作為最後掙扎的最後根據地，這是中共首次提出解放台灣的口號，在其意識形態灌輸下，解放台灣成為所有中國人的義務，也開啓了對台方針的作戰準備工作。其中，在軍事類的文藝宣傳畫便發揮最大的攻勢，幾乎都會存在著陸、海、空三軍的軍人形象，韓戰前盡是揚言要「血洗台灣」、「武力解放台灣」、「消滅蔣匪殘餘」，1958年後更開啓了對金門地區實施砲戰。



²⁶ 〈中共黨史上的 80 句口號：一定要解放台灣〉，《人民網》，2001 年 6 月 8 日，
<<http://www.people.com.cn/BIG5/shizheng/252/5303/5304/20010608/484737.html>>（檢
索日期：2020 年 2 月 27 日）



圖 3-19 趙延年、楊可揚 《解放台灣 消滅蔣匪殘餘！》

資料來源：擷取自 chinese posters.net

在人物部分，圖3-19畫面中左方的軍人形象高大、神色威嚴，雖沒有特別表明所屬國家，但從其軍帽上的紅星能辨別為「共軍」：他一手使勁牢牢抓起稻草人的衣領，另一手則持著衝鋒槍以槍口瞄準；相較之下，畫面右下側有一身形矮胖且慌張的人站在「台灣」字眼的地形上，舉著身穿象徵資產階級和封建制度的黃軍衣，一手拿著軍刀，另一手綁著「反攻大陸」殘破不堪旗幟的稻草人，眼神呆滯且遭人所控制。從上述形象來研判，身形矮胖那方應為美國政府；而稻草人則比喻為蔣中正，明顯將之醜化、汙名化，其繪製手法與圖3-6、圖3-7相同，以漫畫手法描繪出自己為正義之師，而國民黨反動分子則是藉著美國盤踞在台灣，深刻反映出中共建政初期急於打倒退守台灣的資產階級政權。



圖 3-20 佚名 《反對美蔣條約，堅決解放台灣！》

資料來源：擷取自 chinese posters.com 海報中國

批判與鬥爭的題材上都採用「倒三角式」的構圖。²⁷如圖3-20中，畫面上方的共軍海軍手持槍，掀起《中美共同防禦條約》的陰謀布，並將槍托的部分朝向畫面下方印有椰子樹象徵台灣土地的「小人」。在構圖上的視覺聚焦顯得中共一方強大，我方弱小的對比之下，顯示了其強烈譴責在韓戰爆發時美國海軍第七艦隊受命巡防台海，執行「海峽中立化」任務，更與我簽訂共同防禦條約，中共當局認為美國政府企圖利用這個條約來使它武裝侵佔中國領土台灣的行動合法化，以台灣為基地擴大對中國的侵略和準備新的戰爭。

除了對美國的批判，圖中以共軍海軍作為畫面中的主要人物，有意表

²⁷ 費文明，前揭書，頁 199。

現出其當時海軍的強大；然而，事實並不然。1949年初，中共領導人毛澤東在《目前的形勢和黨在1949年的任務》一文中指出：「我們應當爭取組成一隻能夠使用的空軍及一支保衛沿海沿江的海軍。」²⁸另外在1953年12月時，毛更為海軍定下三項主要任務：（一）肅清海匪的騷擾，這裡指的是國民黨海軍的兵力沿岸騷擾，藉以保障海上通路安全；（二）準備力量於適當時機收復台灣；（三）反對帝國主義從海上來的侵略。²⁹種種跡象可見，中共建政之初並無向海洋進軍的雄心，除了為一個傳統陸權國家，採取陸、海軍一體化，將海軍定位為陸軍的戰術支援體系外，³⁰在海軍整體軍力更不是國民黨的對手。因此，圖3-20更藉由宣傳畫來描繪出中共未來對於海軍發展的寄託，亦是對於解放台灣有強烈的渴望。



²⁸ 當代中國海軍編輯委員會，《當代中國海軍》（北京市：當代中國海軍編輯委員會，1986年），頁10。

²⁹ 當代中國海軍編輯委員會，前揭書，頁40。

³⁰ 謝遊麟，〈中共海軍戰略轉型之意涵與影響〉，《海軍學術雙月刊》，第3期，2017年6月，頁35。



一定要把五星紅旗插遍台灣

圖 3-21 哈瓊文 《一定要把五星紅旗插遍台灣》

資料來源：擷取自 chinese-posters.com 海報中國

畫面中軍人雙手緊持蘇聯製pps-43式衝鋒槍，雙雙怒目聚焦在右側，在大塊面積五星紅旗的主導下其身體的動勢展現了強大的意志及決心完成某件事；而後方背景的飛機也一同朝右方飛行，與前方的人物面朝同個方向，意旨陸、海、空三軍團結一心。圖像中並沒有說明人物要去做何事情，亦沒有具體描繪出台灣的國土及意象，惟在地理位置上台灣位於大陸的右側，透過聯想搭配標題文字敘述「把五星紅旗插遍台灣」，清楚的表達台灣可隨時為人民解放軍所輕取，圖像和情境成為了互補的作用。

參、文化大革命時期

因過分追求高指標，忽視客觀經濟規律，造成國家經濟建設嚴重失

調，導致生產線大量停擺，致使三面紅旗政策徹底失敗，毛澤東的權力因而旁落；再者，當時中蘇交惡，蘇聯領導人赫魯雪夫提出「修正主義」，³¹國家意識形態與中共背道而馳，而毛澤東為了要與其爭奪共產國際領導權的「正統」在國際上論戰，³²更助長了毛日益左傾的火焰，始透過批判修正主義來導向完善國內「反修防修」的道路，以防止資本主義復辟的可能性，致使發動了無產階級文化大革命。



-
- ³¹ 1956年召開蘇共「20大會議」，公開抨擊史達林路線，進行經濟改革還有和美國展開對話；直到1960年代中蘇論戰期間，中共強烈批判赫魯雪夫改革後的蘇共是「現代修正主義」，背叛馬列主義亦恢復資本主義，因此中共官方於此期開始稱蘇聯為「蘇聯修正主義」，簡稱「蘇修」，對於中共來說，此行為是一種對「社會主義」進行「修正」乃至於「背叛」。
- ³² 根據毛澤東的指示，中共中央總書記鄧小平直接領導「中央反修領導小組」，陸續對赫魯雪夫政權推出九篇評論：從1963年9月6日至1964年7月14日，中共連續發表了總稱為《關於國際共產主義運動的總路線的論戰》的九篇文章（簡稱「九評」），全面抨擊蘇共的內政外交政策。九評包括：〈蘇共領導同我們分歧的由來和發展〉（1963年9月6日）、〈關於史達林問題〉（9月13日）、〈南斯拉夫是社會主義國家嗎？〉（9月26日）、〈新殖民主義的辯護士〉（10月22日）、〈在戰爭與和平問題上的兩條路線〉（11月19日）、〈兩種根本對立的和平共處政策〉（12月12日）、〈蘇共領導是當代最大的分裂主義者〉（1964年2月4日）、〈無產階級革命和赫魯雪夫修正主義〉（3月31日）和〈關於赫魯雪夫的假共產主義及其在世界歷史上的教訓〉（7月14日）。中國共產黨中央委員會，《中蘇論戰文獻：「九評」及其他》（香港：文化資料供應社，1977年），頁59-516。

一、領袖崇拜，紅衛兵造神運動



圖 3-22 李陽 《無限忠於偉大的領袖毛主席，無限忠於偉大的毛澤東思想，無限忠於毛主席的革命路線》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

圖 3-22 創作常以放射出萬道金光的太陽與毛澤東進行同構並置於視覺中央作為主體，四射的光芒照耀著廣大的群眾，彰顯出被神化的形象；一身戎裝，舉起手向前方致意神似領導著群眾。背景中大片紅色作為基底如同紅旗旗海，以鮮明的紅衛兵形象伴隨著，動員工農階級鬥爭，而毛語錄標語亦呈現在其中，整體述說著沿著毛澤東的革命路線前進。

「紅太陽」和「向日葵」是毛澤東個人崇拜的圖像符號化手法：³³太陽

³³ 費文明，前揭書，頁 192。

給世界帶來光明及溫暖，中共藉由毛澤東讓中國擺脫半殖民、半封建的社會制度，使國家邁向康莊大道，讓工農群體做國家的主人，於是乎毛澤東成為中國廣大人民的「紅太陽」；而向日葵始終面朝著太陽，成了「忠」的典型符號，意旨始終跟著毛澤東、忠誠於毛澤東，圖 3-24 中，為了更明白地闡明向日葵的寓意，每朵向日葵裡都標明著「忠」字，主題文字敘述更直接以政治術語作為標題。



圖 3-23 佚名 《緊跟偉大領袖毛主席奮勇前進！》

資料來源：擷取自 chinese posters.net

圖3-23中，毛澤東被努力打造成「紅、光、亮」的樣板，畫面中的渺小人群隊伍及廣大的雲海突顯出毛澤東的魁武，其一身中山裝更顯身材偉岸，雙手握背在後，少了樸實感、親切感，強化了英雄感、崇高感，展現

出身為無產階級領袖風範的氣宇軒昂；位於畫面左下方密密麻麻卻刻畫逼真的人群激情昂揚地舉著標語，揮舞著紅旗，精神飽滿地成群結隊做出鬥爭的姿勢向前邁進，而無數飄揚的紅旗組成了一片紅海洋，把透亮的天空都映得通紅。雖然在這幅創作中並無體現出「太陽」的象徵，藉由大面積的利用「革命紅」來襯托毛澤東的偉大，最終達到傳播、宣傳、教化的作用，將造神運動、偶像崇拜達到了登峰造極的地步

所謂「紅、光、亮」，意旨繪畫的手法：「紅」是指描繪的主要形象要強壯健康、臉頰紅潤、精神飽滿；「光」是指透過寫實的繪畫技法，使畫面細膩逼真、光滑平整，避免大筆觸的使用；「亮」是畫面乾淨明朗，充滿自信感；這樣的手法在文化大革命時期大多用在神化毛澤東之途上，營造了喜樂、自信的視覺感。如圖3-22、圖3-23，毛澤東的臉部毫無筆觸異常光滑平整，且紅光滿面。



圖3-24 沈堯伊 《跟著毛主席在大風大浪中前進！》
資料來源：擷取自chinese posters.net

圖 3-24 毛澤東以右手揮手示意，左手相應的垂下，而臂章上「紅衛兵」三個字樣完整展現在整體畫面中；圍繞、擁簇在毛澤東身邊的各個群眾，透過畫面左下角的人物刻畫表達主題的氣氛：舉著紅旗、揮著「小紅本」振臂歡呼，沿著毛主席指揮的方向奮勇向前，其鮮紅的紅臂章能立即辨別身分為紅衛兵們。

1966年8月中旬後，毛澤東身穿綠軍裝，站在天安門城樓上前前後後接見來自全國各地的紅衛兵，且為毛佩戴臂章，更鼓勵紅衛兵運動，使得進一步鞏固和加劇了紅衛兵對毛澤東的崇拜心理，和對自己「造反」行為的信心和決心，致使紅衛兵爾後皆以大串連的形式出現，以保衛毛澤東，捍衛毛澤東思想的熱潮為宗旨。

這幅作品運用木刻版畫的手法，產生了獨有的線條筆觸，其中再以紅色強調「臂章」、「紅旗」、「毛選集」及「毛語錄」等文革當代元素，強烈灌輸毛的意識形態，更反映出以毛為首是瞻的鮮明風格。更重要的是，向紅衛兵示意的動作轉向了「毛主席揮手，我前進」的隱喻，再搭配畫面上人如潮、歌如海、旗似畫，綿延不絕的視覺震撼，成了毛澤東指揮人民前進的經典形象，亦塑造出其在中國人民心中不可抹滅的全世界無產階級的精神導師，³⁴印證了「萬歲不離口，語錄不離手」的特點。

二、反帝反修的全面階級鬥爭



圖 3-25 佚名 《從政治上思想上理論上徹底批倒批臭中國的赫魯雪夫》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

³⁴ Julia F. Andrews, *Painters and Politics in the People's Republic of China, 1949-1979* (Berkeley: University of California Press, 1994), p. 215-216.

圖3-25中工、農、兵職業形象突出，在用色方面始能辨別其各自角色，惟在描繪人物的技法皆為相似，各個主體人物具正義凌然、義憤填膺的氣勢，尤以最前方的工人階級在視覺上的呈現最為明顯：其擁有黝黑健康的膚色、炯炯有神的眼神瞪著前方，手臂肌肉發達，臂肘處緊夾著偌大、不成比例的《毛澤東選集》，另一手握緊毛筆藉以批判「走資派」，相對之下，宣示毛澤東思想才是無產階級的正統性；其右前方的女紅衛兵亦不惶多讓，採手臂上揚作勢毆打，在肢體線條上似乎也與男性粗壯的特徵無異，大大偏離認知上的實際繪畫語言。

主題標語「中國的」、「赫魯雪夫」在時空情境上提示了導致文革發生的關鍵因素之一。在1966年5月16日中共中央政治局擴大會議發出《中國共產黨中央委員會通知》，毛澤東在此通知明確表示：「必須批判混進黨裡、政府裡、軍隊裡和文化領域各界裡的資產階級代表人物，清洗這些人，有些則要調動他們的職務。……他們是一批反革命的修正主義分子，一旦時機成熟，他們就會要奪取政權，由無產階級專政變為資產階級專政。這些人物，有些已被我們識破，有些則還沒有被識破，有些正在受到我們的信用，被培養為我們的接班人，例如赫魯雪夫那樣的人物，他們現正睡在我們的身旁。」³⁵而作為文革的綱領性文件，首要任務是將槍口

³⁵ Roderick MacFarquhar, Michael Schoenhals, *Mao's last revolution* (Cambridge, etc.: The Belknap Press of Harvard University Press, 2008), pp. 254-255.

指向修正後的蘇聯，目的顯示出鬥爭意志和剷除異議分子、走資派的決心，故打倒劉少奇之心，呼之欲出。



圖 3-26 佚名 《打倒美帝！打倒蘇修！》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

與圖3-25之人物描繪方式相同，惟以單色更表現其鼻直口闊，目光如炬一致朝45度角，手臂、拳頭粗壯有力；除了以大片紅色作為底色，最顯眼的莫過於與圖3-25一樣巨大的《毛澤東選集》及身上的毛肖像胸章，背景亦隱約可以看到密密麻麻的紅旗線條，無處不代表著服從於毛澤東的意象；被壓在畫面下方的人物圖像與文字相對應分別為美國及蘇聯，字體顏色又不同於主流紅色，而是以黑作為區分，可見文革時期的鬥爭極其窮惡；對於這類型的反面人物與韓戰時期的宣傳畫對於醜化「美帝」相同：

稀少的頭髮、猥瑣猙獰的嘴臉、乾枯無力的手臂，一時成為過街老鼠的狼狽情境，與高大全的群眾形象截然相異。



圖 3-27 佚名 《打碎舊世界 創立新世界》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

「高、大、全」則是對於文革時期人物典型化塑造的另一種手法，主要人物必須形象高大、胸懷寬廣、人格完美的完人，其模式被概括成「三大五粗」，³⁶而從不同角度構圖下，亦有相同的效果呈現，如圖3-27畫面上形成三角形構圖，身體和動作塑造「高、大、全」的人物形象：用雙手高擎的榔頭成為「金字塔」的頂點，堅實有力，同時突顯了紅衛兵在文革中的主導地位。

³⁶ 三大五粗，即嘴大、鼻大、眼大，手粗、腳粗、膀粗、腿粗和腰粗。

除了人物明顯立出「打倒」意象的傳達，我們能看出其眉頭緊鎖、目光犀利；肢體語言更是充滿大動作，高舉榔頭、出現弓箭步伐的站姿，佩戴著紅臂章渲染出紅衛兵批判的精神及氛圍；而在畫面左下角，以黑色調來描繪出傳統，不管是聖賢之書、佛祖雕像、耶穌十字架、黑膠唱片，或是「德」字形招牌，其代表中華的傳統道德、美德，都要被徹底與之決裂；在背景則是使用紅色來鼓動紅衛兵革命，以紅、黑色調之二元對立來區分新舊世界。

1966年6月1日，《人民日報》發表社論〈橫掃一切牛鬼蛇神〉，提出要「破除幾千年來一切剝削階級所造成的毒害人民的舊思想、舊文化、舊風俗、舊習慣」毛澤東號召紅衛兵全面造反，打倒所有錯誤的思想、毒草和牛鬼蛇神，³⁷在造反有理的許可及青少年血氣方剛、急於表現、易於驅策之下，³⁸造成了許多知識份子心靈與肉體的巨大傷害，其迅速席捲全中國，而導致中國徹底迷失方向，對其文明、經濟、生產力與國力的發展，造成了嚴重的阻礙。

³⁷ 〈橫掃一切牛鬼蛇神〉，《人民日報》，1966年6月1日，版1。

³⁸ 范明強，〈試論紅衛兵運動產生和發展的原因〉，《黑龍江省社會主義學院學報》，第4期，1999年11月，頁43。



圖 3-28 佚名 《誰反對毛主席 就砸爛他的狗頭！》
資料來源：擷取自 chinese-posters.net

圖3-28是綜合毛澤東個人崇拜及打倒舊世界一切表述的集大成之一，手法如出一轍：「太陽」紅光照耀就如同毛澤東的化身，置之於畫面、紅衛兵正上方代表至高無上，故崇拜毛澤東、保衛毛澤東、捍衛毛澤東思想的熱潮始終貫穿著紅衛兵運動；畫面透過筆觸的粗壯化和結構上的緊張感，動作「高舉」手勢、字面「誰反對、就砸爛」權威性，充斥著暴力的因素使兩者相互連結，產生震懾的效果。文革時期，幾乎全民都陷入了集體「無意識」時代，砸、打等思想觀念、意識形態與文化身份為標準區分階級和敵我的運動，³⁹具有深深的時代烙印。

³⁹ 陳保紅，〈毛澤東時代海報設計研究〉，《湖南科技大學學報（社會科學版）》，第2期，2015年3月，頁20。

三、左傾的軍事宣傳



圖 3-29 佚名 《一定要解放台灣》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

由於文革在毛澤東的意識形態下，當前走資派、反動派皆為造反分子打倒的對象之一，而在台灣的中華民國政府則被劃分為國民黨資產階級、反動派，⁴⁰使輿論及宣傳再次聚焦在解放台灣的策略上。⁴¹為了配合無產階級文化大革命，在創作解放台灣的一系列宣傳畫中，幾乎千篇一律。大多都以五星紅旗與藍天大海為背景，幾個主要人物囊括了工人、農民、軍人、學生等形象，他們眼神堅定的遙望遠方寶島台灣、手指著該前行的方

⁴⁰ 李松林，《中共和平解決台灣問題的歷史考察》（北京市：九州出版社，2012年），頁41。

⁴¹ 〈一定要把五星紅旗插到台灣省〉，《人民日報》，1966年6月27日，版1。

向——解放台灣；其中一人更高舉著毛語錄，讓畫面構圖呈現金字塔狀上小下大，同時也讓毛澤東的思想成為頂點，強調毛語錄指揮人們，更以表示中共解放台灣的決心。



圖 3-30 佚名 《帝國主義和一切反動派都是紙老虎》

資料來源：擷取自 chineseposters.net

圖 3-30 在人物表現上並無特別繪出共軍識別，但從整體圖像來觀察，畫面中右下有一角軍盔，透過上面印著白色的「U.S.」字樣能辨別其身分為美國軍人，乘坐著坦克；相反的，主體人物則是共軍，閃爍著那仇恨烈焰的眼神、緊皺的眉頭，直接撲上在戰場令敵人聞風喪膽的龐大坦克，徒手掀開其艙蓋準備向內投擲手榴彈，在真正戰場上幾乎難如登天，且人物比例上竟與偌大的坦克相等，顯示出共軍的雄偉，連坦克都無法與其匹

敵。另外，坦克為共軍單兵征服的意象亦與主題文字「都是紙老虎」相呼應。

在建政初期，毛澤東早已在1946年8月提出：「原子彈是美國反動派用來嚇人的一隻紙老虎，看樣子可怕，實際上並不可怕。當然，原子彈是一種大規模屠殺的武器，但是決定戰爭勝敗的是人民，而不是一兩件新式武器。」用以強調人民的強大；⁴²直到1958年時更在中共八屆六中全會發表《論帝國主義和一切反動派都是紙老虎》，⁴³更應用在反帝、反修、反動派的革命思維上；文革間毛澤東之言論成為無產階級鼓動革命、打倒、反對的正當性。綜合以上言論，傳達出圖像所要「美軍坦克是紙老虎」及「人民解放軍的強大」敘事意義及訊息。



⁴² 毛澤東，前揭書第四卷，頁1193。

⁴³ 毛澤東，《毛澤東文集第七卷》（北京市：人民出版社，1999年），頁455-458。

圖 3-31 佚名 《人不犯我，我不犯人，人若犯我，我必犯人。》
資料來源：The University of California San Diego Library Digital Collections
<<https://library.ucsd.edu/dc/object/bb8909104m>>

上圖畫面中背景與地面成一片白，且依人物衣著判斷，場景發生於較高緯度的區域；再者，從創作的技法也可觀察出人物形象，離不開「高大全」的表現，彷彿是同一模子印出來，目光嚴肅的盯著前方、動作充滿嚴正的警告，加上身前的「毛澤東肖像」胸章，毫無疑問的是發生在文化大革命時期共軍的圖像；畫面中右下角有一標示，寫著「中國神聖領土絕不容許侵犯」，其周圍亦有身穿相同顏色衣著似軍人的群眾待命著，種種情境與主題文字連結起來，透露出圖 3-31 所描述的事件為國與國邊疆的領土糾紛。

自中蘇關係惡化及論戰成敵對後，1969 年中蘇爆發「珍寶島」事件，這是雙方在領土邊界上從零星衝突轉變成軍事衝突的轉捩點。中共當局為了強化及合理化文革時「反修防修」，利用中蘇邊界的領土衝突將蘇聯塑造成一個具有侵略性質的社會主義叛徒，⁴⁴同時藉由如圖 3-34 之宣傳手法，轉移國內鬥爭矛盾，穩定局勢及政權。

⁴⁴ 游國良，《1969 年中蘇邊界衝突之研究》（台北市：國立淡江大學俄羅斯研究所碩士論文，2006 年），頁 108-110。

第二節 鄧小平時期的軍事宣傳

壹、改革開放時期

自 1978 年 12 月 18 日至 22 日中共十一屆三中全會後，鄧小平取代華國鋒成為中共領導人，並提出「對內改革、對外開放」的政策，停止「以階級鬥爭為綱」，⁴⁵中共認知到，唯有跳脫中央計劃經濟制度的窠臼，實現現代化、實事求是，國家未來的發展才有實現的可能，於是將工作重點由群眾運動轉移至社會主義建設上。

一、經濟改革

在開放經濟特區的政策引導之下，外資湧入、大量技術引進，使得經濟方面迅速發展，鄧小平在其執政期間亦多次提出經濟優先的主張，所謂「發展才是硬道理」，⁴⁶藉由經濟建設來支持中國現代化的發展。

國防大學
National Defense University

⁴⁵ 姜新立，〈中國大陸改革開放 40 年評析〉，《展望與探索》，第 16 卷第 11 期，2018 年 11 月，頁 6。

⁴⁶ 陳鐵民，《社會發展理論模式研究：兼論鄧小平現代化理論》（廈門：廈門大學出版，1991 年），頁 43。



圖 3-32 吳成梁 《打開致富的大門》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

圖3-32畫面中以剪紙的傳統手藝來呈現出中國傳統人家的居處，而敞開門戶後印入眼簾的是一隻金鳳飛入平常百姓家，其用來表現經歷了十年後的荒蕪，盼望改革開放後能過富足的生活；同時間，中共企圖走出具有中國特色的道路，圖像中的門戶亦可成中國開放的寓意，鳳凰則代表經濟特區。另外，不少在文革期間視為「四舊」而被打倒的傳統民俗文藝，如剪紙、皮影戲、年畫等裝飾性文化皆被重新審視、重回人們的懷抱中。



圖 3-33 孫藝 《特區 中國開放的大門》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

以傳統中國式的兩扇大紅門意象藉以象徵中國大陸自文革後緊閉不開的國門，開啟兩扇門後的景色則是有與傳統強烈對比的現代化高樓大廈，各國國旗也隨之飄入；藉由主題文字的敘述使閱聽人瞭解畫面中的景色為改革開放政策後的經濟特區。

隨著政治活動和群眾運動的減少，宣傳畫由純粹的政治工具向多元方向轉變，無論是創意、風格、內容都出現了新的氣象，改革開放使中國大陸打開了對外交流的大門，讓國家面貌發生了嶄新變化，當局開始大力的經營物質、精神生活，使宣傳畫的題材涉及到經濟建設、科技發展、教育教學、環境保護、時尚消費、商業廣告等等方面，在視覺圖像領域上受西方現代設計思潮所影響，對傳統的中國宣傳畫造成了巨大的衝擊，不再是

文革時期紅色主題「紅光亮、高大全」統治的格局，紛紛出現多元的圖像風格，色調和畫面亦變得清新、雅致而柔和。



圖 3-34 劉熹奇 《中國的改革開放了不起》
資料來源：擷取自chinese posters.net

隨著改革開放政策的推行，象徵城市繁榮的高樓、交通便利的高速公路等符號開始進入宣傳畫的畫面；而對於科學技術的提倡，也讓原子彈、太空梭等符號成為宣傳畫創作的重要元素，圖3-34則是利用此手法，將所有象徵現代化的圖像融合在同一畫面中，試圖向閱聽人闡述中國改革開放後的繁榮樣貌，配合主題文字「改革開放了不起」與之相互呼應；而背景的紅日當天與左方顯眼的太空梭，由下而上升騰而起亦代表中國國力蒸蒸日上發展，配合著群體飛翔的白鴿，正如鄧小平所倡中國要力保和平發

展、行韜光養晦之路；⁴⁷另外，整體配色雖以紅色作為主體用色，惟不再傾向文革時期「革命」的寓意，而是代表中國的熱情、奔放，對於開放後現代化的憧憬及發展的熱情。

二、科學技術現代化

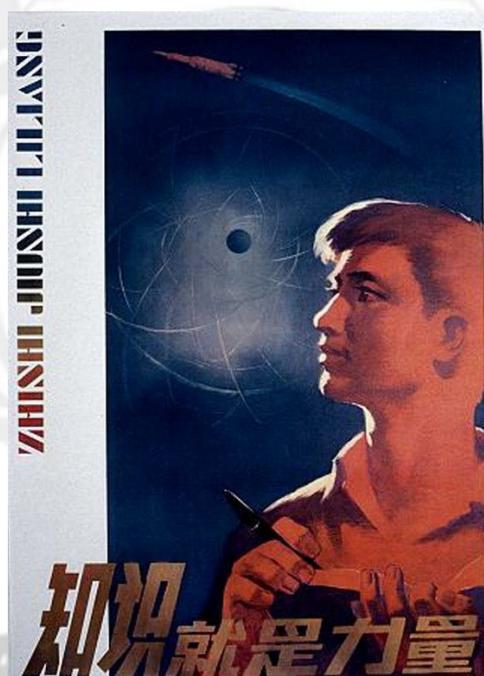


圖 3-35 張祖英 《知識就是力量》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

背景蔚藍的宇宙裡有象徵科技的火箭、星體與周圍的圓環軌跡散發著光芒，其利用各種與科學有關的物體拼合的隱約圖像，映照著前方的青年；而位於前景中的青年則是呈現出持筆和筆記專心聽講的模樣，畫面以

⁴⁷ 鄧小平，《鄧小平文選第三卷》（北京市：人民出版社，1993年），頁429-430。

背光的表現技法繪畫，具有裝飾性風格，將青年的外型輪廓以金黃色的線條描邊，與背景中的光輝互相照映著，強調科技所帶來的知識如同光芒一般，能照耀學子。

在文革導致中國大陸科技和教育停滯若干年後，四個現代化成為國家最高的領導策略，⁴⁸隨後，鄧小平提出現代化建設必須緊緊依靠科技、實現現代化的關鍵技術在於科學與技術，倘若沒有科學技術的發展，就不會有國民經濟的發展；⁴⁹因此，在四個現代化之發展前提下，科學技術的現代化最為關鍵。

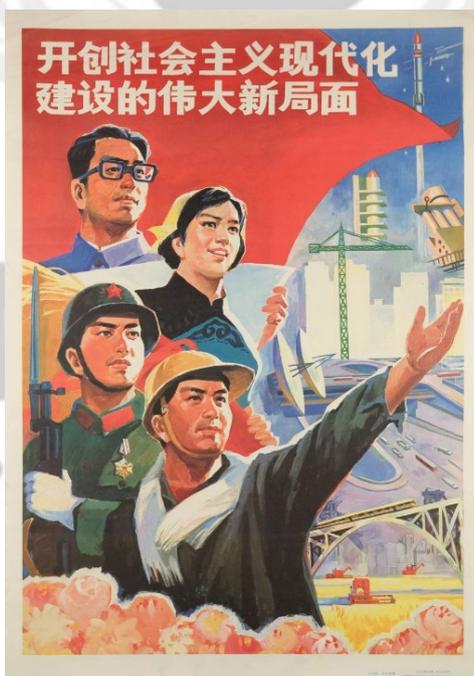


圖 3-36 石桓模、宋光森 《開創社會主義現代化建設的偉大新局面》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

⁴⁸ 四個現代化，即工業、農業、國防和科學技術的現代化。

⁴⁹ 鄧小平，《鄧小平文選》（北京市：人民出版社，1994年），頁 86。

圖3-36右半部利用圖像時空交叉法：從建政時的農業機械化、鐵路高架化，到改革開放後的衛星、太空梭，將這些現代化元素以時代區分，由下而上拼貼、串聯在一起，呈現出科技的革新使中國不斷進步；而在畫面的左側的背景飄著大紅旗，在紅旗下依序出現的是工人、軍人、農民以及知識分子，表達了強烈的發展國家實力的憧憬；值得一提的是，畫面中人物的表現手法似乎與文革時期的構圖、揮手歌頌的動作類似，惟圖3-36多了「知識分子」，顯示知識分子重新得到社會的尊重、人物形象不再是同個模子產出，且歌頌的對象從「領袖」轉變為「國家」，充分顯示改革開放後希望通過科學技術來增強國家實力的一個標誌，使中國趕上科學發展的進程。

主題標語「開創社會主義現代化建設的偉大新局面」源自中共十二大中的政治報告，其提到「社會主義的改造，社會制度的進步，最終都將表現為物質文明和精神文明的發展。我國的社會主義社會現在還處於初級發展階段，物質文明還不發達。」⁵⁰也就是說，中共認定中國大陸還處在初級階段，尚未有資格實行列寧、史達林的社會主義制度模式，需要在社會

⁵⁰ 胡耀邦，《全面開創社會主義現代化建設的新局面—在中國共產黨第十二次全國代表大會上的報告（1982年9月1日）》，《新華網》。
<http://news.xinhuanet.com/ziliao/2005-02/07/content_2558863.htm>（檢索日期：2020年3月17日）

主義制度的前提下採取某些資本主義的策略來度過此階段；⁵¹雖然文革時期當局體認到傳統社會主義模式的災難性結果，不願意面對其本質有何謬誤，因此以「社會主義初級階段」強調中國的條件不夠，自圓其說，為有中國特色的社會主義鋪路。

三、軍事國防現代化



圖 3-37 李立 《為國防現代化而奮鬥》
資料來源：擷取自chinese posters.net

在普羅大眾的意識中，軍人與槍桿是密不可分的共同圖像，並且以勇

⁵¹ 蘇紹智，〈社會主義初級階段論評析〉，《當代中國研究》，第4期，1998年。請參閱 <<https://www.modernchinastudies.org/us/issues/past-issues/63-mcs-1998-issue-4/464-2011-12-29-18-13-29.html>>（檢索日期：2020年3月18日）

猛頑強的姿態呈現在世人的眼裡；而圖3-37與以往軍人形象之圖像有極大的差別，在此畫面中既看不到槍桿的元素，若非人物著一身戎裝，否則亦無法察覺其軍人之形象；其認真一手翻閱著封面帶有「科學」符號的書本，一手執筆表情透露出其努力聽講的模樣，成為一位為國防現代化學習的好學生；除了書本的科學標誌外，在軍人後方的背景也繪製了許多如航天系統、衛星發射台、環繞軌跡等具有現代化科技的代表元素，向閱聽人表現出現代化的國防科技政策推行勢在必行。



圖 3-38 劉亞平 《加強我軍現代化建設》

資料來源：擷取自 chinese posters.net

由於中蘇關係自毛時期後就全面惡化，加上越南與中共為自身利益相

互不信任，1979年2月，鄧小平掌權後隨即向越南發起「懲越戰爭」；⁵²惟解放軍遭受文革摧殘後，政治早已凌駕部隊專業，造成此次戰役曝露解放軍很大的致命傷，如軍銜制度的取消使得領導指揮系統遇戰則亂、各軍種各自為政協同不一、後勤系統效能不彰等，⁵³致使自身傷亡慘烈。因此，懲越戰爭的教訓開啟了鄧小平對解放軍的現代化策略，亦造就了如圖3-38類型之宣傳畫。

這時期的宣傳圖像大致走向具有設計元素的風格，唯獨軍事方面的視覺宣傳仍舊維持現實主義的樣貌，畫面中三位形象鮮明的陸、海、空解放軍神情認真，看似投入在戰備任務裡，從繪畫中表現技法使用深刻且不修邊幅的筆觸來揣摩其分別擔負著威懾、嚴肅和鼓舞的情境，三者的身體動勢體現出強大的力量，一致朝左方聚焦目標，與身後背景現代化的裝備武器互相映襯，更使軍隊現代化的呼聲具有很強的視覺感染力。

為使解放軍徹底改革，鄧小平自中共十一屆三中全會提出在國防建設要服從國家經濟建設大局的前提下，強調「把解放軍建設成為一支強大的現代化、正規化的革命軍隊。」⁵⁴因此，提出和平時期的建軍發展戰略必須以「國防現代化」戰略目標、以「質量建軍」的精兵之路為發展主軸，

⁵² 李志堯，〈中共發動「懲越戰爭」戰略作為之研析〉，《國防雜誌》，第1期，2007年2月，頁47-48。

⁵³ 李亞明，《中共解放軍概論》（台北市：國防大學政治作戰學院，2017年），頁15-16。

⁵⁴ 鄧小平，《鄧小平文選第二卷》（北京市：人民出版社，1994年），頁395。

並作出「體制改革、精簡整編」的決策：⁵⁵在軍隊體制方面，宣布大規模裁軍外，亦成立陸軍航空兵等新兵種，以達到減少數量、提高質量之舉；在管理建設上，不僅恢復了軍銜制度的部隊管理規範，更制定了相關國防法規制度，作為治軍的依據；在教育訓練方面，加強軍事院校專業培訓體制，並設立了與軍事學相關聯的學位制度。⁵⁶而上述兩幅圖像則是一再向外界宣傳共軍已邁向現代化的指標。

貳、主權意識與統一問題

滿清末年因長期積弱不振、官員腐敗無能，導致中國面臨被蠶食瓜分之局面；自鴉片戰爭到甲午戰爭以來，陸陸續續以割土求和的模式做為外交手段，在列強侵略浪潮裡被迫割讓了香港、澳門及台灣等領土，埋下了主權意識不清晰的種子。直到1949年中共建政，宣稱其為中國的唯一合法政府和在國際上的唯一合法代表，領土之歸屬便從「一個中國的正統之爭」到「與中國的統獨之爭」。

一、對台灣統戰政策

1978年12月中共與美國建交，其考慮到冷戰結束後國際形勢，認為未

⁵⁵ 莊水平、張琪閔，〈由中共近代領導人淺析建軍備戰深化之研究〉，《海軍學術雙月刊》，第50卷第5期，2016年10月，頁99。

⁵⁶ 季明，〈鄧小平新時期軍隊建設思想的基本內容〉，《中國共產黨新聞》，2007年11月6日，〈<http://cpc.people.com.cn/BIG5/64162/64172/85037/85041/6488821.html>〉（檢索日期：2007年11月6日）

來的趨勢將會朝向世界和平發展。⁵⁷在以經濟優先發展為硬道理的中共當局，發展之餘亦考量到海峽兩岸的現實情況，確立中共今後對台政策的基調是「和平統一」，不再用「解放台灣」作為挑釁一詞；⁵⁸隔年元旦更發表《告台灣同胞書》，⁵⁹企圖製造兩岸間和平的氣氛，實現統一大業的前景。



圖 3-39 張萬臣《兩岸姊妹情》
資料來源：擷取自 chinese posters.net

乍看之下，印入眼簾的只有幾位美女在岸邊戲水的畫面，而透過文字主題「兩岸姊妹情」直白的闡釋，使閱聽人瞭解畫面中的深層寓意：其以

⁵⁷ 鄧小平，前揭書第三卷，頁 126-127。

⁵⁸ 高素蘭，〈中共對台政策的歷史演變(1949-2000)〉，《國史館學術集刊》，第 4 期，2004 年 9 月，頁 192。

⁵⁹ 〈全國人大常委會《告台灣同胞書》(1979 年 1 月 1 日)〉，《中華人民共和國中央人民政府》，2006 年 2 月 28 日，〈http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/test/2006-02/28/content_213298.htm〉（檢索日期：2020 年 3 月 20 日）

姊妹結伴戲水，看似歡樂及溫馨的場面來比喻兩岸的人民如同姊妹一般，本該屬於最親密的家人關係，而如今兄弟鬩牆感情不睦，造成分家的狀況。

在畫面主題的部分，已不見毛澤東時期以往要解放、血洗及消滅台灣等解放軍出征形象；取而代之的是開始藉「兩岸本是同根生」的主題圖像、文字意涵，主打溫情牌來博得台灣人民的好感、爭取台灣民心。而在政策部分亦與宣傳畫相互呼應，其中《告台灣同胞書》強調充分尊重台灣民眾選擇不同社會制度和生活方式的權利，並在結束雙方軍事對峙下實行兩岸「三通四流」，⁶⁰更使用了「台灣當局」的稱呼，盼望國共能夠進行「第三次合作」。⁶¹

為了進一步使台灣重返中國大陸的擁抱，1981年9月中共人大常委員會委員長葉劍英更依「關於台灣回歸祖國實施和平統一的方針政策」，具體臚列了九條政策（以下稱「葉九條」）。⁶²除了以先前的《告台灣同胞書》作為對台基礎論調，亦在對等關係中下足了功夫，強調黨與黨之間對等談判。其內容更指出，「國家統一後，台灣可作為特別行政區，享有高

⁶⁰ 三通四流，三通，指海峽兩岸「通郵」、「通商」、「通航」；四流，指海峽兩岸「學術」、「文化」、「體育」、「科技」等領域的交流。〈三通四流〉，《人民網名詞解釋》，2001年11月21日，〈<http://tw.people.com.cn/BIG5/14864/14920/860184.html>〉（檢索日期：2020年3月20日）

⁶¹ 高素蘭，前揭書，頁203-205。

⁶² 〈關於台灣回歸祖國實施和平統一的方針政策〉，《人民日報》，1981年10月1日，版1。

度的自治權，並可保留軍隊」、「台灣現行社會、經濟制度不變、生活方式不變等，同外國的經濟、文化關係不變。私人財產、房屋、土地、企業所有權、合法繼承權和外國投資不受侵犯」、「台灣各界人士可參予國家事務管理」、「中央政府酌情補助台灣地方財政困難」、「台灣人民回大陸定居者，如期安排且不受歧視」、「台灣工商產業投資大陸興辦事業，待遇平等」、「統一祖國人人有責，歡迎台灣各界透過各種渠道提供建議，共商國是」等九條概念。惟中共其觀點仍然將「台灣視為地方政府，而大陸為中央政府」；然而，中共對台之策略至此已走向希冀於「和平統一」之路。



圖 3-40 何清輝 《中國的月亮不很圓》
資料來源：擷取自 chineseposter.net

圖 3-40 將中國的地圖與月餅進行圖形同構，月餅於傳統中是團圓的象

徵，而中國地圖這塊月餅在畫面中卻出現了剝落的狀況，其右下方裂出一小塊碎屑，又以相同手法將台灣與裂出的這一小塊月餅進行圖形同構，利用敘事溫情、和平，訴求兩岸間相同的傳統文化來表達出大陸與台灣分開「不圓」的現實。

另一方面，從媒材的選擇上可以發現到改革開放後多藉助於科技的手段；隨著電腦的普及，宣傳畫的表現方法日漸運用電腦在美術設計中的便利性，使得當代的宣傳畫已經較少用手繪的方式，而是更多用電腦加以設計。

二、一國兩制的開端

為解決台灣問題，鄧小平提出「一個國家、兩種制度」作為樣板策略；此後，因香港租借期屆滿所遺留的歷史問題，當局自1979年便汲汲營營與英國開始對香港主權移交問題進行多次談判與周旋，「一國兩制」的政策首先被用於此地。在鄧小平倡導和平統一的方針下，提出「要保證香港現行的資本主義制度和生活方式，在1997年後50年不變」。⁶³藉香港和台灣須繼續實行資本主義制度，才能保持繁榮和穩定之名，行祖國統一之實。

⁶³ 鄧小平，前揭書第三卷，頁 67。



圖 3-41 陳家驊 《熱烈歡迎香港回歸》
資料來源：擷取自chinese posters.net

圖3-41於表現手法上使用許多「象徵」的意涵：畫面中一位著粉紅洋裝的女子抱著孩子，其手上舉著醒目的香港特別行政區區旗；透過女子身上的紅色，可解釋成母親象徵祖國，而男孩則是象徵香港的未來。畫面中除了人們難掩歡愉的表情外，背景裡更利用了滿滿的少數民族肖像及色彩繽紛的氣球烘托著喜慶的氣氛，向外表示中國人皆滿心歡喜的期待這一刻的到來，與主題標語「熱烈歡迎」相互對映；畫面右下方象徵中國的華表圍繞著象徵和平的鴿子，代表「香港回歸」中國的過程是和平的；左下角則是香港街景圖，在左右的比對下華表顯得更高聳，也意旨香港回歸中國後將變的更加繁榮。

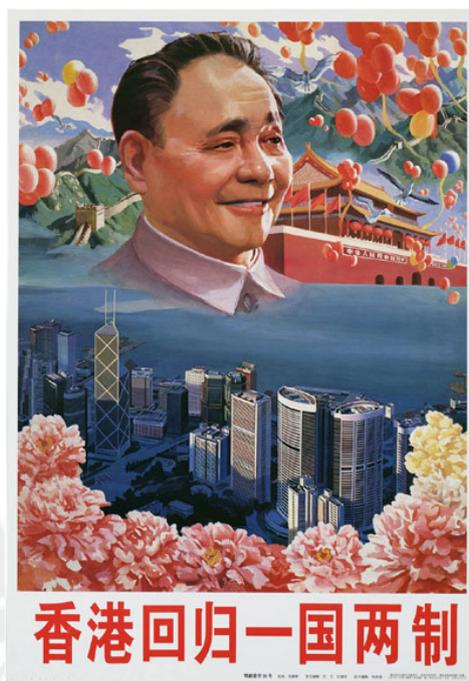


圖 3-42 吳象峰 《香港回歸一國兩制》

資料來源：擷取自chinese posters.net

畫面中分割成上、下兩部分，上半部呈現的圖像為天安門廣場及萬里長城，自中共建政起，此兩地標的意象被視為中國的象徵，再透過周圍冉冉升起的彩帶及氣球，標誌著中國正在迎接喜慶；下半部則是香港港邊城市的鳥瞰圖，再藉鄧小平的肖像貫穿兩者之間，除了有一國兩制下的意涵，以團團錦簇的牡丹花圍繞著，亦代表香港回歸中國一國兩制下的繁榮昌盛。

三、香港主權移交的軍事作為

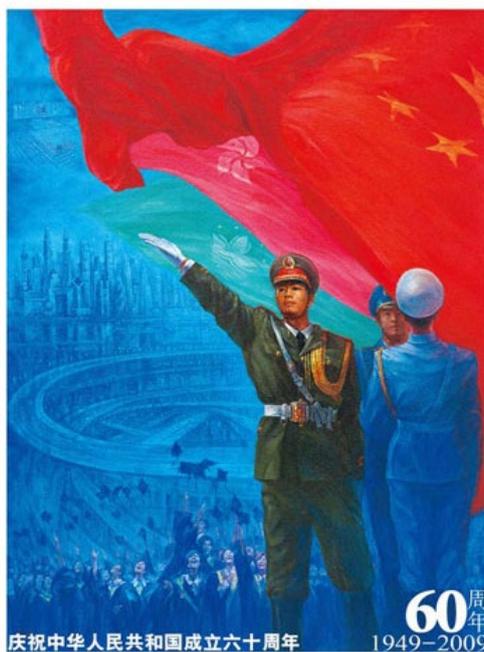


圖 3-43 佚名 《慶祝中華人民共和國成立六十周年——80 年代》
資料來源：中國網，〈慶祝中華人民共和國成立 60 周年海報欣賞〉，《中國網》，2009 年 3 月 12 日，〈http://www.china.com.cn/policy/txt/2009-03/12/content_17434537_6.htm〉（檢索日期：2020 年 3 月 24 日）

從圖3-43畫面上以解放軍佇立升旗特有的動作、標題文字「80年代」時間點，除了升旗手所持大面積的五星紅旗外，後方襯托了少部分的香港特別行政區區旗來分析，應為香港主權移交儀式上的0時升旗片段：由解放軍升旗的姿態動作貫穿整幅圖像，宣誓著香港回歸中國的時刻，亦代表中共對香港行使主權的具體表現，還有著維護領土完整、保衛和平的重要作用。另外，在畫面背景裡充滿著高樓大廈、高速公路等現代化設施，最下方排列著著學士服的學生們歡慶著畢業，顯示出中共當局一再以圖像的

方式肯定及宣揚鄧小平實行「具有中國特色的社會主義市場經濟體制」與「四個現代化」，使中國大陸在發展的進程上突破困境；另外，背景中依稀飄揚著澳門特區的區旗，透露出在中共一國兩制的體制下，香港及澳門亦會保持如此繁榮。

參、黨意志下的社會型態

除了富國強兵的主要脈絡之外，改革開放後對其他領域的事物描繪同樣也傾注了濃厚的政治色彩。科技、體育等題材也不斷出現在公共圖像傳播中，而且無一例外地承載了國家的意識形態。

一、促進人民團結與社會公益



圖 3-44 吳象峰 《同心協力 振興中華》
資料來源：擷取自chinese posters.net

畫面中除了並肩出現的工農兵意象之外，又加上了知識分子，其四位代表人物「同心協力」，目標一致對「振興中華」為目的，除了體現出中共當局所要倡導中國人民團結的精神，畫面中構圖模式更富有「團結起來力量大」，從而更好的為祖國做出貢獻；作為宣傳畫，其人物形象與文革時期宣傳畫中的人物形象相比雖在構圖上略帶有歌頌的面貌，惟少了些裝腔作勢，歌頌的對象亦轉為背景嚮往的建設和發展的訴求，而非領袖，傳達出一種社會主義國家「欣欣向榮」的景象。⁶⁴



（左）圖3-45 超德仁 《熱愛祖國，熱愛共產黨，熱愛社會主義》
（右）圖3-46 周建之 《熱愛集體，勤儉節約，愛護公物，積極參加管理》

⁶⁴ 吳學夫、黃升民，〈大國圖騰：承載六十年國家理想的公共圖像〉，《現代傳播》，第8期，2011年7月，頁3。



(左) 圖3-47 張天芳 《熱愛本職，學趕先進，提高質量，講求效率》
(右) 圖3-48 週一竹 《努力學習，提高政治、文化、科技、業務水平》



(左) 圖3-49 張天芳 《遵紀守法，廉潔奉公，嚴格執行規章制度》
(右) 圖3-50 徐世正 《關心同志，尊師愛徒，和睦家庭，團結鄰里》



(左) 圖3-51 陳沛宇 《文明禮貌，整潔衛生，講究社會公德》
(右) 圖3-52 張建章 《扶植正氣，抵制歪風，拒腐蝕，永不沾》
資料來源：以上皆擷取自chineseposters.net

為了重整被十年文革破壞的道德規範，以及改革開放後所帶來的金錢、物質至上的扭曲價值觀，使社會中充斥爭名逐利、官商勾結、人人向錢看齊的腐敗風氣，中共當局進而提出建設社會主義文明的口號，藉以推行思想、道德、行為教育；1981年2月，更開始推行「關於開展文明禮貌活動的倡議」，⁶⁵向所屬人民開展以講文明、講禮貌、講衛生、講秩序、講道德，心靈美、語言美、行為美、環境美及愛國、愛社會主義及愛黨為內容的「五講四美三熱愛」文明禮貌活動。

⁶⁵ 〈五講、四美、三熱愛〉，《人民網》，2002年4月22日，
<<http://www.people.com.cn/BIG5/shizheng/252/7955/7958/20020422/714341.html>>（檢
索日期：2020年3月24日）

作為人們的行為準則，嚴格規範自己的行動，有利於經濟工作的開展和社會風氣朝著良性方面發展，圖3-45到圖3-52即為「職工守則」的宣傳畫，透過文藝圖像傳遞向上向善的價值觀，藉以引導人們增強道德判斷力和是非分明，進而追求講道德、尊法守法的生活模式。

二、黨國意識抬頭

1987年中共十三大的《沿著有中國特色的社會主義道路前進》報告，正式確立鄧小平「一個中心，兩個基本點」的基本路線：⁶⁶以經濟建設為中心，以四項基本原則為立國之本，以改革開放為強國之路。所謂四項基本原則，即要「堅持社會主義道路」、「堅持無產階級專權」、「堅持共產黨的領導」和「堅持馬列主義、毛澤東思想」，⁶⁷都恰好與開放的經濟改革道路相反，為避免遭黨內保守派質疑其走向修正主義，鄧小平提出了具有中國特色的社會主義理論，到自圓其說的目的，以消弭反對聲浪。

⁶⁶ 〈沿著有中國特色的社會主義道路前進——在中國共產黨第十三次全國代表大會上的報告（一九八七年十月二十五日）〉，《人民網》，2001年4月30日，
<<http://www.people.com.cn/BIG5/shizheng/252/5089/5105/20010430/456409.html>>（檢
索日期：2020年3月24日）

⁶⁷ 師 霞，〈鄧小平是怎樣闡述「四項基本原則」的？〉，《中國共產黨新聞網》，
<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/64156/64157/4418442.html>>（檢索日期：2020年3月
25日）



圖3-53 佚名 《必須堅持四項基本原則》

資料來源：擷取自chinese posters.net

改革開放後的政治藝術亦傳承了中國年畫的風格，但減少了很多文革時期的誇飾、不切實際和強烈的火藥味，畫面上的形象和色彩都有所鬆動，唯一不變的是維穩政權的要素；在表現技法上寫實主義仍然是主導性的藝術風格，圖3-53以工、農、兵和知識分子作為四項基本原則的領頭羊，堅毅地眼神凝視著遠方，對中國現代化充滿信心；整體也增加了一些裝飾元素，如中共黨徽、五星、共產標誌、馬列毛肖像，這類型的構圖多常用於中共當局對於黨內黨性的教育、人民愛國教育等類型的政策性宣導，強調教育的功能。

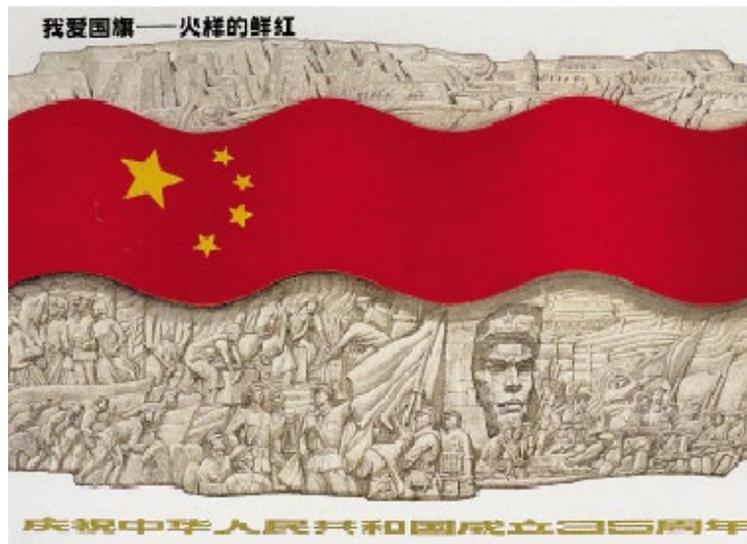


圖3-54 錢大經、楊志麟、馮憶南 《我愛國旗——火樣的鮮紅》
資料來源：擷取自chinese posters.net



圖3-55 錢大經、楊志麟、馮憶南 《我愛黃河——五千年燦爛的文化》
資料來源：擷取自chinese posters.net

National Defense University



圖3-56 錢大經、楊志麟、馮憶南 《我愛長江——一往無前的精神》
資料來源：擷取自chinese posters.net

圖 3-54 至圖 3-56 從構圖、主題文字上來判斷是一幅慶祝中共建政周年的組合圖像：在圖 3-54 中，紅色代表五星旗，在五星紅旗的背景描述著不同時期的歷史事件交錯而成，才成就了今日鮮紅的旗幟；圖 3-55 黃色則是代表黃河，在黃河的背景孕育出中國各朝代歷史古文物，象徵綿延不絕的中華文化；圖 3-56 藍色象徵長江，在長江的背景下匯集了各行各業為國家發展建設而努力的姿態。創作者使用雕塑效果的表現技法，刻畫出大時代下的人、事、物，不僅帶來莊嚴神聖的氣息，再輔以流動的國旗、長江及黃河呈現出強烈的動靜態對比，最後鮮豔的紅、黃、藍色貫穿於畫面其中，形成了層次豐富但主題鮮明的宣傳圖像，三者組合後成為中華人民共和國的今日樣貌。

第三節 江、胡時期的軍事宣傳

壹、江澤民時期

自現實環境的改變下，中共當局面臨經濟開放及政治保有專制結構的矛盾心理，文化大革命以來的鬥爭使鄧小平考慮到經濟的重要性，將會影響到中共政權合法地位，故接班後的江澤民只能透過調整意識型態來不斷適應新的經濟形勢，⁶⁸藉此鞏固其在當局的領導地位。

一、三個代表理論的發展



⁶⁸ 包淳亮，〈中共「三個代表」理論的提出背景與其影響〉，《PChome 個人新聞台》，2002年3月7日，〈<http://mypaper.pchome.com.tw/sol/post/662645>〉（檢索日期：2020年3月26日）



圖3-57至圖3-59 北京中通識奧圖文設計中心《三個代表》
資料來源：擷取自chinese posters.net

圖 3-57 到圖 3-59 的主題文字都是出於江澤民所提出的三個代表一論，為一系列的宣傳圖像。此時的圖像漸漸運用電腦技術的手段，以照片組合、拼貼作為畫面的主體取代了手繪創作；相較之下，政治及教育的功能性卻沒有因為手法、媒介的改變而衰落。

其中，鄧小平曾指出科技將成為生產力發展的決定性因素，⁶⁹因此圖 3-57《中國共產黨始終代表中國先進生產力的發展要求》中涵蓋了衛星、DNA研究、公共設施工程等高科技的元素和象徵，求發展依靠科技創新，重視科技人才的培養都是中共改革開放後的主力目標。

圖3-58《中國共產黨始終代表中國先進文化的前進方向》畫面中的主

⁶⁹ 鄧小平，前揭書第三卷，頁 274。

體視覺由象徵中國古文明的萬里長城、充滿未來建築風格的上海東方明珠、西方的現代歌舞劇以及青年學子操作電腦學習的圖像所組合在一起，更有個橫跨組合的中國傳統圖騰於後方背景裝飾，其在意義上闡述著先進文化及文明不僅是中國自身的文化傳統，在堅持以馬列毛主義為主要的思想時，更得以包容、接納西方的觀點及文化資產；與此同時，亦暗示了中共接受了資本主義的思維邏輯，方能合理化開放後所帶來的商業經濟效應。

最後，圖3-59《中國共產黨始終代表中國最廣大人民的根本利益》的視覺概念上出現了澳門移交儀式場景、香港的繁榮景象、紅軍站崗的形象以及為革命衝鋒的軍隊浮雕；從軍隊圖像放置在最前端的手法能夠解釋出，過去以黨為首的紅軍排除萬難、浴血奮戰成立了新中國；在黨的政策領導下，故土的回歸、人民安居樂業、經濟扶搖直上，才有今日的中國，亦指中國共產黨心心念念的是人民大眾的利益，而非只是單指為工農無產階級的特定政黨。⁷⁰

綜整上述論點及觀察，三個代表論述穩定了中共對於經濟發展的政策走向，看似為人民福祉、為國家建設為宗旨的口號，實為姓資本主義之餘行政權維穩，為確保在改革開放後開放的風氣不會動搖中共的政權正當性，進而將自己塑造成執政黨的風範。

⁷⁰ 鄧小平，前揭書第三卷，頁 274。

二、新軍事變革現代化

1991年第一次波斯灣戰爭的爆發，有鑑於美國在期間所使用的高科技武器裝備在戰場上發揮致勝關鍵，進而迫使中共當局體認到現代高科技已逐步運用至現代戰場的重要性，且全面戰爭的型態已轉變為局部戰爭的態樣；有了先前懲越戰爭的歷史教訓，鄧小平及江澤民先後對於軍隊國防建設上便實施根本性的政策轉變。

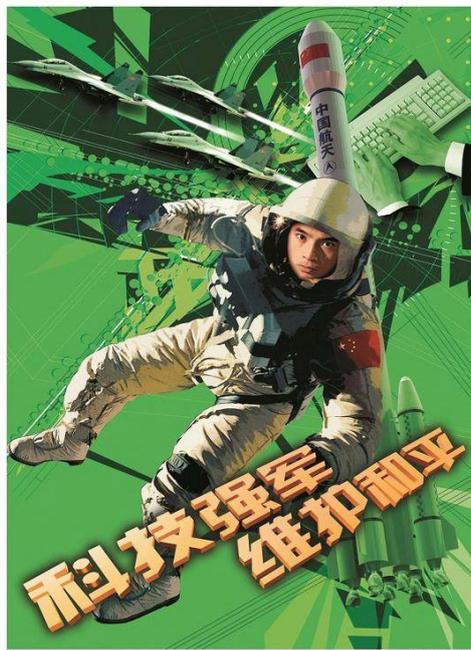


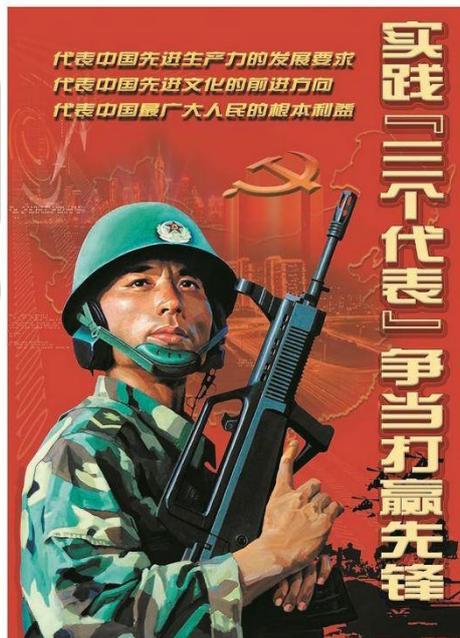
圖3-60 劉偉 《科技強軍 維護和平》

資料來源：<http://www.defence.org.cn/article-2-21395.html>

檢視圖3-60海報背景中充斥強烈且鮮明的科技感的視覺元素，且融合大面積綠色調作為基底，其在色彩的象徵意義上代表「和平」，不僅與主題的文字相呼應，更強調承襲鄧小平質量建設、科技強軍、走精兵之路的

「和平時期建軍」軍事發展戰略；另外，為了凸顯畫面上的主題重點，除了不受地心引力拘束的太空人意象外，背景裡的火箭以漸層見白的技法使「中國航天」從一片綠脫穎而出，其四個字具有畫龍點睛的效果，亦清楚的表達中共當局在國防科技項目上發展航天技術的決心。

1993年1月，江澤民提出新時期的軍事戰略方針，要求將軍事發展重點應置於提升「高技術條件下局部戰爭」能力，⁷¹並於1997年12月的中央軍委擴大會議上以「科技強軍」為建軍原則，律定其十大方向，建設具中國特色為原則的國防現代化，爭取與西方同樣水平武器裝備的「科技練兵」。⁷²到了2003年，人力密集所導向的軍隊已不復存在，取而代之的是機械化及資訊化等以科技為主的高素質軍事人才培養。



⁷¹ 支紹曾，《戰後世界局部戰爭史教程》（北京市：軍事科學出版社，2000年），頁10。

⁷² 莊水平、張琪閔，前揭書，頁100。

圖3-61 于桂元、蔣寧 《實踐「三個代表」爭當打贏先鋒》
資料來源：<http://www.defence.org.cn/article-2-21395.html>

從上圖的版面角度來分析，其分別由「解放軍」形象及斗大的「政治標語」所構成，且背景上運用文革時期的鮮紅色、共產黨的黨徽亦安排在中國地圖的正上方，依稀顯現出現代化的建設，象徵黨領導下的美好，綜觀不難分辨出這是張充滿濃厚政治意味的軍隊宣傳海報，也印證了「黨指揮槍」的最高指導原則。

江澤民於1990年12月的「全軍軍事工作會議」上提出「政治合格、軍事過硬、作風優良、紀律嚴明、保障有力」的五句話，⁷³其中政治合格則是位於首要條件、是中共強化黨對軍隊領導的政治術語；但隨著開革開放的風氣變遷，經濟高流動性使得社會大眾開始具備省思的能力，黨軍合一的體制備受質疑，而其波動亦間接影響到官兵思想，動搖黨對軍隊的絕對領導；因此，為了清除在政治、思想上不利於黨中央的言論，當局遂以三個代表中的先進生產力、先進文化、廣大人民利益作為出發點，成為解放軍追隨的典範。⁷⁴除了邁向科技建軍的現代化建設，確保打贏的「高技術

⁷³ 〈江澤民總書記關於軍隊建設「五句話」的總要求〉，《中國中央電視台》，2002年7月25日，〈<http://www.cctv.com/lm/655/41/38989.html>〉（檢索日期：2020年3月29日）

⁷⁴ 沈明室，〈共軍對「三個代表」思想的實踐與影響〉，《展望與探索》，第1卷第8期，2003年8月，頁52-54。

條件下的局部戰爭」外，更要在政治上始終不渝「不變質」的與黨中央保持一致，⁷⁵方能鞏固中共執政的地位。

三、對台政策的延續及轉機

在香港及澳門主權相繼交還至中共後，其認為一個國家的發展與否必須建立在國家統一的前提之上，因此台灣問題亦可順勢解決；惟我國政府隨政黨輪替政治意識逐漸本土化，使中共當局不得不面對台灣尋求獨立的議題。

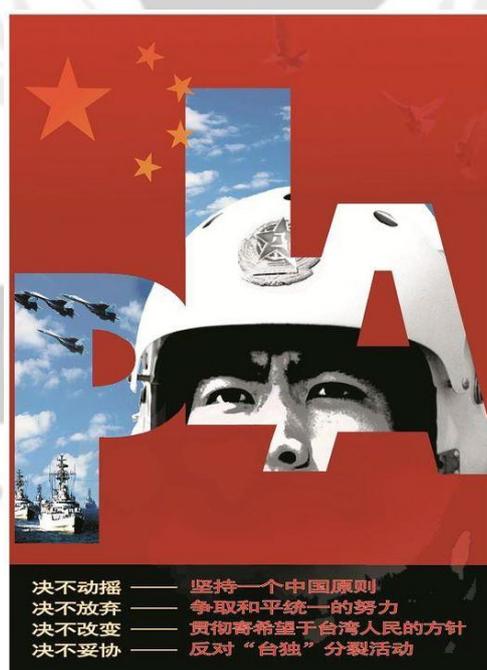


圖3-62 李從 《決不動搖、決不放棄、絕不改變、絕不妥協》
資料來源：<http://www.defence.org.cn/article-2-21395.html>

⁷⁵ 敬永生，《胡溫體制下中共軍事現代化之研究》（台北市：國立政治大學外交學系戰略與國際事務碩士在職專班碩士論文，2004年），頁114。

圖3-62運用了多種圖層疊加及遮色片的表現技法，細分為三層：最底層的背景使用黑色及灰色描繪中國及台灣的區域範圍及相對位置，藉以呈現詭譎多變的兩岸關係；第二層則以現代化解放軍海軍、空軍的圖像構成，以及名臉部表情被刻意聚焦的共軍肖像；最後，最上層覆蓋著中共的五星旗，在旗面的右上方安排了數隻象徵和平的鴿子。

將中國及台灣的領土一同覆蓋著五星旗，顯示出中共當局對台政策依舊堅持以「一個中國」原則作為基本方針，而所謂一個中國，則是中華人民共和國；旗面右上角的鴿子隱約重申以「和平統一」的方式解決兩岸之間長年未完善的問題；雖然聲明會以和平的方式處理對台爾後之進程，但圖3-61卻以解放軍之意象為主體，其刻意以黑白單色區隔堅毅神情，在副標題中直接描述「反對台獨分裂活動」，圖文中顯現出中共不放棄武力之事實與決心。

江澤民自接任以來，基本在對台政策上承襲鄧小平時期和平模式，1995年開始意識到台灣政黨本土化所產生的「一中一台」獨立意識，隨即發表題為「為促進祖國統一大業的完成而奮鬥」的八項主張，⁷⁶其內容除多次推進和平統一為目的外，其中強調「針對外國勢力干涉中國統一和搞

⁷⁶ 江澤民，〈為促進祖國統一大業的完成而繼續奮鬥（一九九五年一月三十日）〉，《人民網》，2000年5月22日，
<<http://www.peopledaily.com.cn/GB/channel1/14/20000522/72538.html>>（檢索日期：2020年3月29日）

台獨的圖謀份子，不承諾放棄使用武力」，也將統一的進程希望寄於台灣人身上，而非政黨輪替後種種背棄一個中國原則的台灣當局；⁷⁷另外，中共國台辦亦於1999年8月及2000年2月各發布兩份對台問題白皮書，分別是《台灣問題與中國的統一》⁷⁸及《一個中國的原則與台灣問題》⁷⁹，其內容再再揭示反台獨的重要性、分裂祖國的嚴重性，雖然主軸定調於捍衛一個中國原則下，方能維持和平的談判；然而反之，中共則宣稱將尋求一切手段，來維護其領土主權的完整性。⁸⁰

貳、胡錦濤時期

長期堅持經濟開放、政治集權相互矛盾下的中國社會，使其暴露在城鄉發展不平衡之中，在社會體系、國內秩序逐漸失衡之餘，進而衝擊到中共當局以人民為優先的社會主義體制制度的合法性，⁸¹從而使胡錦濤上任執政後旋即提出以鄧小平、三個代表為基礎，帶入和諧為主軸的社會主義和諧社會論調，樹立以人為本，促進全方位、平衡增長且穩定的科學發展

⁷⁷ 高素蘭，前揭書，頁 218。

⁷⁸ 《台灣問題與中國的統一白皮書》，中華人民共和國國務院新聞辦公室，1993 年 8 月，<<http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/1993/Document/308013/308013.htm>>（檢索日期：2020 年 3 月 30 日）

⁷⁹ 《一個中國的原則與台灣問題白皮書》，中華人民共和國國務院新聞辦公室，2000 年 2 月，<<http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2000/Document/307945/307945.htm>>（檢索日期：2020 年 3 月 30 日）

⁸⁰ 高素蘭，前揭書，頁 220。

⁸¹ 林祐蘄，〈胡錦濤的「和諧社會」理論與中共改革開放政策〉，發表於 2010 中國研究年會：「從轉型到轉向：中國研究的比較觀點」研討會（台北市：中國研究年會籌備小組、政治大學東亞研究所，2010 年 12 月 18 日），頁 1。

觀，以面對政經雙重情勢下的挑戰。

一、科學發展觀下的軍事精進

2003年第二次波灣戰爭，透過高科技裝備、高資訊化下的不對稱、不接觸、精準打擊作戰模式，以最小傷亡、最短時間內取得勝利的美軍，使解放軍再次體認到資訊化戰爭的作戰型態已是未來不可避免的趨勢；因此，胡錦濤接掌中央軍委主席後，於2006年要求軍隊必須「打贏信息化條件下的局部戰爭」，⁸²成為了軍事國防建設的重要指標。

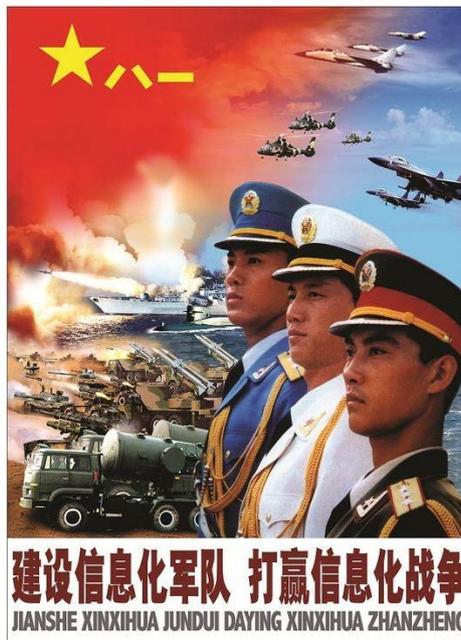


圖3-63 劉鷺、夏鑫 《建設信息化軍隊 打贏信息化戰爭》

資料來源：<http://www.defence.org.cn/article-2-21395.html>

⁸² 《2006年中國的國防白皮書》，中華人民共和國國務院新聞辦公室，2006年12月，
<http://www.mod.gov.cn/affair/2011-01/06/content_4249948_2.htm>（檢索日期：2020年3月31日）

圖3-62除了基本的軍事意象模組，如解放軍軍人、各軍各型式武器裝備，或是實戰操演的截圖，軍人堅毅的目光與裝備炮口一起聚焦在另一側的目標外，此海報的重點在於陸、海、空軍等軍兵種同時出現在畫面上，表達出解放軍聯合作戰的概念已呼之欲出，與胡錦濤於第十屆全國人大會議中表示「建立健全聯合作戰指揮體制、聯合訓練體制、聯合保障體制」的觀點在資訊化條件下的軍隊建設有初步的雛型；⁸³而主題標語二次強調「信息化」，則是說明軍隊現代化及「打贏信息化條件下的局部戰爭」的重要性，堅持在科學發展觀的建軍模式下，由高技術條件轉為資訊化條件，從而使軍隊實現「跨越式」的發展，完成資訊化為主體的部隊建設。⁸⁴就中共當局而言，以科學發展觀作為指導方針，始能解決長年以來與西方各國軍力表現之代差。

二、新時代的歷史使命

不斷專業化後的軍隊勢必講求其專業技術、專業本職學能，相對地「黨軍」的傳統政治功能性弱化，⁸⁵為防止中國特色之軍事事務變革的現代化建軍目標變調，與中共所緊抓著「聽從黨的指揮」相違背，胡錦濤遂

⁸³ 〈胡錦濤強調推動部隊建設 為構建和諧社會貢獻力量〉，《中國網》，2007年3月13日，<http://www.china.com.cn/policy/txt/2007-03/13/content_7950252.htm>（檢索日期：2020年3月29日）

⁸⁴ 張明睿，〈強軍夢——中國軍事現代化的進程與意涵〉，《台灣國際研究季刊》，第12卷第2期，2017年6月，頁142、144。

⁸⁵ 陳履生，前揭書，頁145-146。

於2004年12月24日中央軍委擴大會議上論交付給軍隊的時代任務及使命，將軍隊的作用及地位做了明確的指引，分別為：「軍隊為黨鞏固執政地位提供重要的力量保證」、「軍隊為維護國家發展重要戰略機遇期提供堅強的安全保障」、「軍隊為維護國家利益提供有利的戰略支撐」及「軍隊為維護世界和平與促進共同發展發揮重要作用的歷史使命」。⁸⁶說明了推進國防和軍隊建設科學發展，軍隊須緊緊圍繞著黨所賦予的歷史使命，其意義仍在於強調以黨領軍之重要性。



圖3-64 王利 《責任重於泰山 使命高於一切》
資料來源：<http://www.defence.org.cn/article-2-21395.html>

⁸⁶ 〈胡錦濤在解放軍代表團全體會議上強調全面提高履行新世紀新階段我軍歷史使命能力〉，《中國人大網》，2009年3月12日，
<http://www.npc.gov.cn/zgrdw/huiyi/dbdh/11_2/2009-03/12/content_1491127.htm>（檢索日期：2020年3月31日）

如同上述所論，圖3-64再次以文字表達解放軍使命的重要性，也就是政治凌駕於一切：在畫面構圖中，除了正在組裝最後一步驟的太空梭及其機身上的五星紅旗外，沒有特別突出的特徵使閱聽人辨識海報所要傳遞訊息給何人，唯獨標語藏身在太空梭中；在色彩的運用中，整體只使用紅與白兩種顏色作為對比，在寓意上分別代表「政治正確」及「技術專業」，畫面中，紅色的原料及骨幹造就了準備發射的白色太空梭，暗指中共政權紅與專的兼顧；最後，其標語文字置於機身最前端，透過文本互文的方式，利用太空梭組裝的工程，差最後也是最重要的一步驟來呼應「使命的重要性高於一切」。



圖3-65 駱耀棠 《忠實履行新世紀新階段我軍歷史使命》
資料來源：<http://www.defence.org.cn/article-2-21395.html>

圖 3-65 與圖 3-61 同屬政治意味濃厚之海報，其披上軍事意象構圖的

外表，惟文字上論述著「三個提供，一個發揮」的意識形態，其用意及作用在於傳播當局政治觀念與教育訊息，向解放軍傳達當前的「歷史使命」；另外，背景上明顯看出在圖像的主體構成上，海、空軍及原二炮部隊占比重多過於陸軍，顯示胡錦濤在科技建軍的主導下，將重點置於高資訊化武器裝備並著重在能確保海外事務利益、建設的高科技軍兵種，進而打造一支能打高科技條件下的勝戰。

除政治導向的作用外，胡錦濤所提「三個提供，一個發揮」為指導，要求軍隊發揮更廣泛的作用：因應世界自冷戰後已朝向多極化的趨勢，全球化下的各國內外制約因素複雜性增多，如領土、主權、能源等國際爭議題，使傳統安全威嚇及非傳統安全威嚇相互交織，進而影響各國國家安全。⁸⁷為保護中共的戰略利益、對中國的安全形勢、挑戰以及其發展重點發生的變化，解放軍必須在落實科學發展的現代化進程中，具備應對危機、維護和平、遏制戰爭、打贏戰爭的基本職能，在有效應對傳統安全威脅的同時，努力增強應對非傳統安全威脅的能力。中共不僅透過參與國際事務增加大國之正面形象、國際維和行動增加解放軍現代化作戰經驗，⁸⁸更達到胡所提倡之維持和諧社會的最終目標。

⁸⁷ 中共中央文獻研究室編輯，《中國共產黨第十七次全國代表大會黨彙編》（北京市：人民出版社，2007年），頁44。

⁸⁸ 章旦隆，〈中共積極參與聯合國維和行動探討〉，《展望與探索》，第9卷第5期，2011年5月，頁95-96、100。

綜上所述，中共歷代領導人期間對於軍事宣傳工作在科技的催化下技法大相逕庭，宣傳核心主軸由鼓動「政治鬥爭」轉變成宣揚「經濟發展」、畫面中構圖亦由領頭羊的人物形象作為樣板轉向具中國發展特色的元素，其中各時期圖像的差異點大要分析如後：

毛時期宣傳圖像以工農兵形象為主，在敘事上秉持「紅光亮、高大全」的技法，尤以軍事圖像表現最為明顯，常藉英雄化某一人物角色，傳達黨的政策或宣揚個人以改變大眾思維，淪為鬥爭之工具；鄧時期宣傳圖像以國家發展面貌為重點，以「現代化」、「和平」等元素點綴畫面，宣揚經濟開放大於一切；江、胡時期宣傳圖像開始走向照片等平面形式，利用多張合成的手法強調科學的重要性；惟中共在政治形態包裝其宣傳內容的手法皆如出一轍，在各時期的宣傳脫離不了政治的框架、黨的意志，黨徽及五星紅旗是其畫面上視覺傳達的必備元素，在和平時期的主題標語上亦離不開宣揚黨領導下的人民及中國，由此看出中共如此重視宣傳的目的。



第四章 習近平時期軍事宣傳策略

第一節 習近平時期軍事宣傳策略之根基

壹、網路空間下的意識形態陣地

繼傳統宣傳模式的意識形態訊息傳遞，習近平在任後更以網路等新媒體作為宣傳策略的導向；為使復興民族的中國強國強軍夢實現，當局藉提高引導網路輿論的能力，鞏固並強化對其政策產生正面能量的主流風向。

一、黨性原則

面對網路訊息快速且不受地理條件的制約下，中共認為新媒體在傳遞和產出訊息的過程中，亦承擔著意識形態的傳遞使命及任務，故其在進行宣傳活動時往往決定著意識形態傳播的目的、任務和模式。十九大報告時，習近平曾指出傳播主體必須增強政治意識、大局意識、核心意識、看齊意識，自覺維護黨中央權威和集中統一領導，自覺在思想上政治上行動上同黨中央保持高度一致，¹在全球化的影響下，中國大陸的社會結構及民眾價值觀日益多樣化；對於當局而言，網路不僅是個全新的領域，也是各種利益團體之間權利互爭，國與國之間軍事對抗、戰略威脅，訊息安全高度重要的新戰

¹ 習近平，〈決勝全面建成小康社會 奪取新時代中國特色社會主義偉大勝利——在中國共產黨第十九次全國代表大會上的報告〉，《新時代：中國共產黨第十九次全國代表大會》，2017年10月27日，〈<http://cpc.people.com.cn/19th/n1/2017/1027/c414395-29613458.html>〉（檢索日期：2020年4月20日）

場，更是不同意識形態相互鬥爭、不斷滲透、分化的新陣地，²因此習近平時代下所謂的黨性原則，就是新媒體的政治敏感度問題，其核心即「必須把政治方向擺在第一位」。

二、黨管媒體

中共當局提出必須牢牢掌握傳播等宣傳活動的領導權和主動權，才能確保及鞏固共產黨在中國大陸的執政正當性，習近平深知高度集中化、單一化的傳統紅色宣傳導向已逐漸式微，需要「因勢而謀、應勢而動、順勢而為」³隨即強調加強黨對宣傳思想工作的全面領導，堅持黨管宣傳、黨管意識形態，⁴要求黨和政府的宣傳陣地，必須姓黨，⁵由黨中央統一領導；這些「陣地」由多個部門和機構所組成：包括各級黨報、黨刊等傳統官式平面宣傳式機關，應與時俱進、創新體制機制及理念，結合新媒體多渠道發佈、多層次傳播，拓寬傳播渠道進行宣傳輸出進而搶奪話語權，除大力開展習時代下的「中國夢、強軍夢」宣傳作為，更在全球化新媒體環境下，形塑中國在國際地位上大國正義之師正面的形象。

² 吳琦，《意識形態與國家安全》（武漢市：華中師範大學出版社，2011年），頁57。

³ 習近平，〈胸懷大局把握大勢著眼大事 努力把宣傳思想工作做得更好〉，《人民日報》，2013年8月21日，版1。

⁴ 同上註。

⁵ 習近平，《習近平談治國理政：第2卷》（北京市：外文出版社，2017年），頁332。

三、人民性

在習近平的宣傳思想裡，視廣大人民為主體地位：其不但是中共當局宣傳思想的接受者，而且更是實現「中國夢」和社會主義信念的主要力量源泉。

「宣傳思想工作首先要增強對人民的注意力和感召力，讓人民群眾喜愛聽、想去看、可以產生共鳴。」⁶在中國夢的基本內涵之中，民族振興和國家富強是前提，是保障；而人民幸福是最終目的，是價值歸屬，故藉與人民切身相關的美好生活，結合歷史與未來的角度去闡述中華民族的傳統歷史文化，凝聚民心、打動民心，從而使得人們對「中國夢」的宣傳思想感同身受，同時也讓人們對自身民族的偉大歷史產生民族自豪感與使命感，讓「中國夢」對人民的吸引力和感染力更大。

貳、新時代中國意識形態的宣傳思維

中共藉意識形態以教育人民、推動黨政策為宣傳主軸，在習時期離不開新時代中國特色社會主義思想為引領的意味，其中包括「中國共產黨治國理政」、「中國人民奮鬥圓夢」和「中國堅持和平發展合作共贏」在內的三個「中國好故事」，皆構成了意識形態傳播的主要內容。

⁶ 習近平，《習近平談治國理政》（北京市：外文出版社，2014年），頁155。

一、具政治意涵的宣傳

宣傳思想工作就是要鞏固馬克思主義在意識形態領域的指導地位，鞏固全黨全國人民團結奮鬥的共同思想基礎。⁷從黨國文化結構上審視，為確保政治正確，將馬克思主義結合中共當局所倡導的社會實踐使其具有「中國特色」：是「當代中國的」，又是「中華民族的」。⁸因此，作為新時代精神，它立足當代中國，也涵蓋了中華傳統文化中的崇高思想和理念，並指示著國家和民族的方向和未來，成為中共當局與國民共同價值觀的最大公約數，⁹並廣泛涉及黨國政策、社會規範和個人行為思想等三種不同的層面。

二、包裝下具高度鼓動性

一方面，中共運用含中國文化底蘊的敘事原則，彰顯、弘揚正面正能量的訊息為宣傳內容，惟其效益發揮莫過於進行思想的形塑、凝聚廣大群眾的力量。在意識形態的工作上，它仍需中共國家機器隨著外在形勢的變化和需要而調適，只因為「正能量」是一種形象的比喻，其表達可能兼有高度政治訊息和政治話語，具強烈主觀意圖和目的的意識形態內容；另一方面且還可能以文化傳播、藝術傳播、體育傳播等多種內容傳播方式存在於多種訊息中，

⁷ 習近平，前揭書第2卷，頁168。

⁸ 沈壯海，〈社會主義核心價值觀研究的幾點思考〉，《學校黨建與思想教育》，第9期，2015年5月，頁4-7。

⁹ 王香平，〈中國夢：當代中國的最大公約數〉，《中共中央黨史和文獻研究院》，2015年2月26日，〈<http://www.dswxyjy.org.cn/BIG5/n1/2019/0228/c423964-30932028.html>〉（檢索日期：2020年4月20日）

這些娛樂導向的節目及產品廣泛的與大眾市場需求結合，看似與公民生活相交，實際上為黨國體制所審查，其根本屬性沒有改變，反而會隨著形勢及任務的變化更加突出和加強，潛移默化的嫁接黨國所賦予的意志及使命，並遂行中國夢的宣傳工作。

參、新時代中國意識形態理論建設

本節旨在以歷史性的分析習近平政權的主要意識形態政策，包括 2013 年在全國宣傳思想工作會議上的八一九講話、以及 2014 年的文藝座談會演講，皆奠定了習時期各方宣傳政策的基本論調及未來發展走向。

一、全國宣傳思想工作會議上的講話¹⁰

2013年8月19日至20日，中共全國宣傳思想工作會議的召開定調了宣傳工作和意識形態工作，雖然自鄧小平後中共黨中央無不說明了經濟發展建設一手抓的重要性，惟習近平認為只有依靠經濟作為政策核心是不夠的，黨的群眾基礎和執政基礎包括物質和精神生活兩方面：精神上喪失群眾基礎，最終必然出現問題，因此他強調必須把意識形態的領導權、管理權、話語權牢牢掌握在手中，任何時候都不能旁落。

另外，市場經濟的急劇發展和網路時代的到來，導致中共基層黨員缺乏

¹⁰ 〈習近平在全國宣傳思想工作會議上發表重要講話〉，《人民日報》，2013年8月20日，版1。

紅色的價值觀培育和引導，故習近平批評黨員的物質觀念及金錢至上主義嚴重影響了黨的傳統優良作風，指出新幹部、年輕幹部要抓好馬克思理論學習，利用其觀點、方法觀察和解決問題，堅定理想信念。他更強調黨宣傳已流於表面功夫，對群眾影響力薄弱，因此要大力改革宣傳手段，提高質量和水平使其真正有效。「打擊黑色、擴大紅色」，此理想信念教育不僅要在黨員幹部中開展，亦要面向全社會開展，傳遞黨式的正面訊息。

最後，對於意識形態建構和傳播的新場所，習明確提出要把握好其輿論引導的時、度、效，尤以網路輿論最為他所牽掛。網路盛行的結果下將使求知途徑、思維方式、價值觀念產生重要影響，特別是會使民眾對國家、對社會、對工作、對人生的看法產生重要影響。¹¹故鑑於社會與政治制度上有更多挑戰和衝擊將攸關中共的政權維穩，習近平以網路安全和訊息化事關國家安全、國家發展及廣大人民生活工作為由，開始了一連串的「黨管數據」行動。

二、文藝工作座談會¹²

習近平於2014年10月15日，在文藝工作座談會上初步提出他對文藝創作以及文藝管理的看法，這一講話與毛澤東於延安文藝座談會的談話上

¹¹ 習近平，前揭書第2卷，頁335。

¹² 習近平，〈習近平在文藝工作座談會上的講話〉，《人民網》，2015年10月15日，〈<http://cpc.people.com.cn/n/2015/1015/c64094-27699249.htm>〉（檢索日期：2020年4月20日）

有異曲同工之妙；惟時代性所考量的目的不同，其共同點是將文藝視為宣傳工具，是共產政黨的傳統思維：在延安文藝座談會上，毛澤東從階級鬥爭學說出發，強調藝術為政治服務；而習近平同樣認為：「文藝事業是黨和人民的重要事業，文藝戰線是黨和人民的重要戰線」，是實現中國夢的重要力量。

13

不同於毛澤東的政治整風運動，習近平強調一部好的作品，應該是把社會效益放在首位，同時也應該是社會效益和經濟效益相統一的作品。文藝不能在市場經濟大潮中迷失方向，不能在為什麼人的問題上發生偏差，否則文藝就沒有生命力。顯示市場經濟條件下，批評文藝商品化問題日益嚴重，一方面文藝市場化給更多的文藝工作者帶來機遇，促進其創造更多的文藝作品，也有利於中共所要求的文化產業發展；但另一方面，市場經濟的趨利性卻使文藝作品的質量下滑，抄襲模仿、千篇一律問題嚴重使社會文化氛圍、文化氣息日益淡薄。

在文藝是為「什麼樣的人」而生的時代變遷下，從毛時期的「為工農兵服務」轉變為「以人民為中心」，習近平在座談中指出，實現兩個一百年奮鬥目標、實現中華民族偉大復興的中國夢，文藝的作用不可替代。因此，指明了文藝堅持愛國主義主旋律的重大意義在於教育和引導人民樹立並堅持

¹³ 章立凡，〈歷史輪迴：兩個文藝座談會〉，《紐約時報中文網》，2014年11月5日，
<<https://cn.nytimes.com/china/20141105/cc05zhanglifan/zh-hant/>>（檢索日期：2020年4月20日）

正確的歷史觀、民族觀、國家觀、文化觀，其弘揚中國精神、凝聚中國力量的話語，點明了文藝工作者要承擔的歷史使命，強力號召文藝界同心共築中國夢。

第二節 資訊世代下軍事宣傳策略

隨著經濟及科學技術的不斷發展，2010年胡錦濤在考察工作時提出：「互聯網已成為思想文化信息的集散地和社會輿論的放大器，我們要充分認識以互聯網為代表的新型媒體的社會影響力」¹⁴從中可端倪出網路多媒體已漸漸成為宣傳的主要媒介；2013年8月19日，現任領導人習近平又於全國宣傳思想工作會議上強調：「很多人特別是年輕人基本不看主流媒體，大部分信息都從新媒體上獲取。所以我們必須正視這個事實，加大力量投入，儘快掌握這個輿論戰場上的主動權，不能被邊緣化了。」¹⁵顯示中共當局已著眼於新興媒體的發展上，並利用其具及時性、互動性和無弗屆等特性，鞏固並積極建設偉大復興的中國夢。

壹、軍事平面圖像海報宣傳

網路科技的崛起，打破了長年以手繪、拼貼為形式的傳統宣傳主流，使

¹⁴ 〈胡錦濤在人民日報社考察工作時的講話〉，《人民日報》，2008年6月21日，版4。

¹⁵ 同註10。

得中共當局在宣傳教育成效上顯得力不從心，自改革開放後持續面臨社會風氣開放與政權意識形態兩者間的矛盾；因此，習近平甫上任後，便利用公共性質的公益廣告包裝政治意味濃厚的「夢」策略，以具體的「中國文化」橋樑連結共產黨與普羅大眾，¹⁶藉調整宣傳手法，使圖像意涵滲透於日常生活中；習深知唯有創新宣傳思想工作、理念及手段，方能突破執政以來宣傳之難題。¹⁷因此，軍隊宣傳亦同跟隨時代脈動需改變其設計樣貌。

一、塑立軍人正面形象



圖4-1 央廣軍事、解放軍新聞傳播中心《守衛祖國》

資料來源：http://www.mod.gov.cn/photos/2019-01/01/content_4833366.htm，
中華人民共和國國防部。

¹⁶ 洪敬富、司昕山，〈當中國夢遇見網際網路：一種創新宣傳模式的升起？〉，《中國大陸研究》，第59卷第1期，2016年3月，頁31。

¹⁷ 同註10。

圖4-1透過寫實影像聚焦一名列隊裡全副武裝的軍人，其面罩及裝備上附著滿滿的雪白晶心，利用電腦合成的方式將背景製造出具有一種朦朧霧面、下雪的感覺，經由兩者搭配後透露出外在環境的天寒刺骨。而標語文字所描述的「飲冰臥雪」、「不畏生死保家國」，與畫面中的軍人雖然只露出雙眸，仍可以感受到其所呈現的堅忍樣貌相呼應：在如此環境執行任務，也要為了「守衛祖國」而挺身而出；所有圖像、意象加總有身如其境的感受，進而使閱聽人打從心底尊敬軍人、提升軍隊的地位。



圖4-2 嶽旭 《中國人民解放軍建軍90周年》
資料來源：中華人民共和國國防部官方微博

值得一提的是，中共傳統軍事意象之海報向來所宣傳內容都是以陸、海、空三名單一或以上的軍人寫實影像作為構圖，如圖4-2，以剛毅的姿態體現

出威嚴和莊重的氛圍，惟中共在創作思維上一直以來慣用這類型的人物主體，重複的「黨」元素脫離不了紅色的意志，創意及設計感缺乏新意，容易使閱聽人感到枯燥乏味。

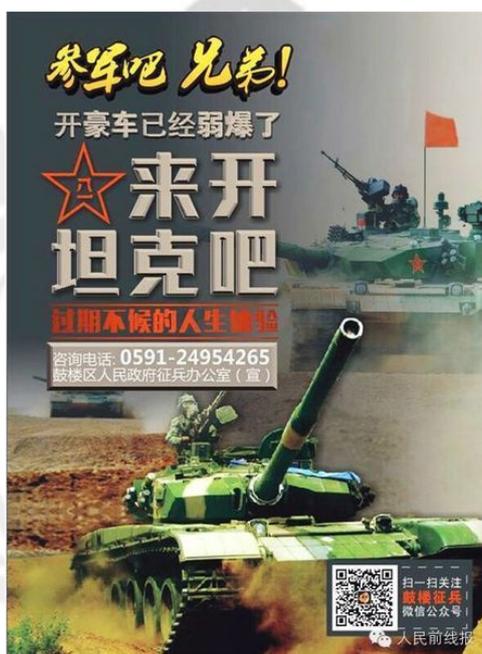


圖4-3 中共國防部徵兵辦公室《參軍吧，兄弟！》

資料來源：<http://sd.people.com.cn/n/2015/0523/c172839-24973328.html>，人民網。

圖 4-3 的海報形式及構圖仍採用較為傳統的軍隊「演習戰備任務」影像為主題，單純將兩組坦克的圖像排列組合在畫面中，較為單調；惟主題標語以「開豪車已經弱爆了，來開坦克吧」開頭，打破民眾對於軍隊的既定傳統印象，藉符合年輕人用語如「兄弟」、「弱爆了」等反差文字訴諸於募兵宣傳文案上，以輕鬆幽默的同儕比較心理做為特點，令閱聽人產生認同，來激發

學子們對於從軍的熱情。因此，海報除了在圖像的識別度上要高外，文字的呈現也應要求簡單、清晰，使中共當對於宣傳之力道更具相當影響力。

二、宣揚強國、強軍科技



圖4-4 楊權 《2019年中國航天日——築夢航天 合作共贏》

資料來源：<http://www.cnsa.gov.cn/n6758823/n6758839/c6805865/content.html>，
國家國防科技工業局新聞宣傳辦公室。

圖 4-4 完全打破以往傳統軍事影像宣傳所使用的敘事手段，其透過插畫技法及具有中國元素意涵的圖像，詮釋了傳統神話及現代科技的融合，整體構圖上充滿設計韻味及神秘感。

畫面主體呈現中華神話故事中於月球飛舞的嫦娥，與小太空人互相伸手觸碰感應彼此的存在；而被雙手捧住的小太空人，意旨每位太空人都夢想

著飛上浩瀚的宇宙，亦代表中華民族縱貫古今殷殷期盼的航天夢，後方在漫漫無際的沙漠行走的駱駝隊伍，則是充滿著中共在探索蒼穹的道路上努力不懈的精神象徵；而背景裡遠古的星盤正閃耀著神秘的東方色彩、長城和北京天壇在雲層中若隱若現，孕育中華民族五千年的傳統文化，與太空梭、衛星等圖像相呼應，除了彰顯中國軍工、航天科技的豐碩成果，亦證明強國建設不再只是趨於夢。

以圖 4-4 的宣傳圖像海報來檢視中共當局政策，其在宣傳上做了大幅度的修正，如同習近平於全國宣傳思想工作會議上表示過：「今天，宣傳思想工作的社會條件已大不一樣了，我們有些做法過去有效，現在未必有效；有些過去不合時宜，現在卻勢在必行；有些過去不可逾越，現在則需要突破。

『不日新者必日退。』『明者因時而變，知者隨事而制。』做好宣傳思想工作，比以往任何時候都更加需要創新。」¹⁸從講話中可得知，創新及突破是貫穿宣傳主軸最有力的詞彙，不僅在宣傳內涵上要創新，在傳遞、教育方面亦要突破固有框架，方能於瞬息萬變的科技下吸引眼球。

National Defense University

¹⁸ 同註 10。

三、增進民眾愛國意識



圖4-5 中共中央電視台軍事節目中心《浴血勳章》台兒莊1938系列之一
資料來源：http://www.81.cn/syjd/2015-04/09/content_6436465_3.htm，中國軍網。

圖 4-5《浴血勳章》中，畫面以黯淡的顏色、滿版的身體部位圖像——男性胸膛作為背景開端：他的胸膛被子彈所打穿，鮮血直流的槍傷卻掛上綬帶，使傷口的整體意象成為一枚血滴子勳章；再與主題文字「台兒莊 1938」連結後，閱聽人可得知畫面上的胸膛代表著抗戰時的戰士，寓意身上每一處傷口皆是為國犧牲的榮譽勳章，此海報利用強烈的視覺震撼，以血彰顯出戰爭的慘烈及當時將士們的英勇價值。



圖4-6 中共中央電視台軍事節目中心《血梅盛放》台兒莊1938系列之二
資料來源：http://www.81.cn/syjd/2015-04/09/content_6436465_3.htm，中國軍網。

圖 4-6《血梅盛放》以水墨的技法，繪畫出梅花的枝幹，而枝幹上盛開的梅花卻是以彈孔和四濺的血霧呈現，以梅花凌冬耐寒之特色，來表現出抗日戰爭時期中華民族堅貞氣節、逆境求生存的精神；惟梅花是我國的國花，¹⁹中共當局卻以此花做為其宣傳海報之主軸，在其中強烈暗示著兩岸同屬同根，政權之正統延續性。

¹⁹ 〈國家象徵〉，《中華民國總統府》，<<https://www.president.gov.tw/Page/98>>（檢索日期：2020年4月8日）



圖4-7 中共中央電視台軍事節目中心《解密塵封的檔案》台兒莊1938系列之三

資料來源：http://www.81.cn/syjd/2015-04/09/content_6436465_3.htm，中國軍網。

圖 4-7《解密塵封的檔案》畫面以牛皮公文封的封面做為意象，其外表斑駁並印著「台兒莊 1938」等主題字樣，說明此歷史的片段密封在陳舊不堪的公文封內，亦代表這段歷史真相鮮為人知；而封口兩側扣環則是以日本及我國國徽寓意，且帶有血漬，說明瞭兩國之間的戰爭過程悲壯而慘烈。透過海報及紀錄片的宣傳，預告公文封內的歷史紀實將一一透過鏡頭呈現在閱聽人面前，使其萌生一探究竟的好奇心，卻也達到中共宣傳政策的目的。



圖4-8 中共中央電視台軍事節目中心《鐵骨河山》台兒莊1938系列之三
資料來源：http://www.81.cn/syjd/2015-04/09/content_6436465_3.htm，中國軍網。

圖 4-8《鐵骨河山》中，與圖 4-6 同樣使用水墨的媒材，外觀看似以暈染的表現技法繪畫出一幅綿綿山巒的中國風意象，實際上則為骨頭與骨頭之間相連而成的震懾畫面，完全說明今日的國土是由當時一具具倒下的烈士身軀所捍衛而來的；而畫面中有一身影屹立在其中，象徵了中華民族自強不息的愛國精神，也展現出抗戰期間的堅定意志。

上述圖 4-5 到圖 4-8 為中共當局拍攝抗日紀錄片之一系列宣傳海報，單純就圖像裡共同所呈現之意涵及表達技法進行分析：上述海報在主題文字「台兒莊」、圖 4-5 副標題「謹以此片獻給參加台兒莊戰役的全體中國將士」及圖 4-7 副標題「一段日本至今難以重現真相的歷史」部分，其具有戰爭歷史背景且帶濃厚情感訴求，故選擇繁體字來表現，目的不僅在設計視覺上提

升力道，用來提升渲染電影的宣傳效果外；²⁰以中共的角度來審視，繁體字更為中華民族的共同文化核心；²¹因此以繁體字作為媒介，強調台兒莊戰役是「兩岸中國人共同打贏的戰爭」，除藉共同慘痛史料來激發中華民族的民族心及傳承，宣傳海報及電影的製作，力求打造兼具藝術性及思想性的視覺宣傳，企圖強化境內大眾愛國意識，亦頗有釋放與我國爭取歷史話語權的意味存在，使中華民國喪失在歷史貢獻的地位。

貳、軍事藝術的超文本

習近平曾道出新興媒體、大眾及宣傳的三角相互關係，他強調：「媒體格局、輿論生態、受眾對象、傳播技術都在發生深刻變化，特別是互聯網正在媒體領域催發一場前所未有的變革。讀者在哪裡，受眾在哪裡，宣傳報導的觸角就要伸向哪裡，宣傳思想工作的著力點和落腳點就要放在哪裡。」²²而講話中的「讀者」及「受眾」，根據中國互聯網訊息中心統計，中國大陸使用網路人口數，規模近 8.3 億人，普及率已佔全國總人口數一半，²³從而

²⁰ 〈電影海報中的字體設計〉，《設計觀點》，2012 年 6 月 26 日，

<<http://www.onhoo.com/xinshang/519.htm>>（檢索日期：2020 年 4 月 8 日）

²¹ 許詩謠，〈繁體字在平面設計中的表達〉，《藝海》，第 7 期，2019 年 9 月，頁 93-94。

²² 趙雯，〈關於媒體融合，看總書記的重要指示〉，《求是網》，2019 年 1 月 25 日，<http://www.qstheory.cn/zhuanqu/2019-01/25/c_1124044891.htm>（檢索日期：2020 年 4 月 9 日）

²³ 中國互聯網絡信息中心，〈第 43 次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉，《中國互聯網絡信息中心》，2019 年 2 月 28 日，<https://www.cnnic.net.cn/gywm/xwzx/rdxw/20172017_7056/201902/t20190228_70643.htm>（檢索日期：2020 年 4 月 9 日）。

顯示出其境內網路使用率急遽竄升，亦代表中共當局之宣傳政策力度正朝向網路佈局。

其中，在中國大陸網路領域上最具有代表性的本土網路媒體，即是集中即時通訊、群組通訊、圖片分享、地點搜索與電子支付等多項功能於一身的「微信」(WeChat)，截止至2018年9月，中國境內用戶高達10億人次，²⁴再透過其「官方帳號」的「公眾號」服務功能，打造經解放軍相關部門逐級審查批准後完成註冊之社群網路訊息發布的服務平臺，²⁵如軍報記者、央廣軍事、國防部發布等官方認證帳號，不僅為提供軍事訊息的對外媒介，更是由黨組織領導、實施，有計畫、有目的地向目標國家和地區傳播中共國防和軍隊建設領域重要訊息，²⁶藉網際網路傳播之交流性，實現中央與民眾多渠道互動；而與傳統媒體相對比較之下，「微信公眾號」等新興宣傳途徑突破時空、數量限制，除每日定時發布之話題、訊息緊扣領導人講話、當局政策及軍事相關議題外，所傳播內容藉主題化趨勢，以文字、照片、動畫及影片等多元特色打破軍事傳統、保守思維，在宣傳之路上脫穎而出。

²⁴ 騰訊科技，〈2018 微信數據報告〉，《微信》，2019年1月10日，
<<https://support.weixin.qq.com/cgi-bin/mmsupport-bin/getopendays>>（檢索日期：2020年4月9日）

²⁵ 董慧明，〈中共軍事媒體外宣傳策略之研究〉，《復興崗學報》，第113期，2018年，頁12。

²⁶ 董慧明，前揭書，頁12。

一、軍事動態



圖4-9 央廣軍事《海軍遼寧艦航母編隊組織跨區機動訓練》之一
資料來源：2020年4月13日央廣軍事微信公眾號

圖 4-9 為央廣軍事上解放軍海軍從事遠海長行任務訓練之宣傳報導，在這類型的主題上，大多以「消息告知」的手法呈現中共軍事國防的時事及動態，與傳統新聞冗長播報大相逕庭；另外，除了基本且為數不多的文字描述外，其透過多頁面安排靈活的動態圖片形式引導閱聽人焦點（圖 4-9 上所展示之圖片即為動圖），²⁷穿插、安排解放軍海軍在海上戰備演訓過程的動圖；

²⁷ 陳放，〈淺析招貼設計在新媒體時代的發展趨勢〉，《視覺與設計》，第 145 期，2018 年 3 月，頁 115。

相較於圖片平面靜態展示，藉由網路科技動態化之動圖特效卻可全程演示過程，以大量的影片和動圖宣傳、軍事訓練報導、軍事作戰演習、海外維和等內容，使中共當局在軍隊「能打勝仗」的使命和形象的宣傳上更加具體化。



圖 4-10 央廣軍事《海軍遼寧艦航母編隊組織跨區機動訓練》之二
資料來源：2020 年 4 月 13 日央廣軍事微信公眾號

National Defense University

圖 4-10 是接續圖 4-9 宣傳報導後的「留言區」，為使每位閱聽人富有參與感，中共在宣傳媒體上提供表達意見和態度的渠道；區別於傳統媒體單向的訊息傳遞模式，實現了對話式的交流，²⁸提升了當局對軍事訊息的輿論操

²⁸ 吳國慶，〈新媒體對軍事信息傳播的影響〉，《軍事記者》，2014 年 1 月 2 日，
<http://www.chinamil.com.cn/jkhc/2014-01/02/content_5716429.htm>（檢索日期：
2020 年 4 月 14 日）

作、引導，而在閱聽人留言、回覆的同時，更激發了同樣關注於此主題的大眾情感意識上之串聯，如同圖 4-9 的宣傳報導為解放軍海軍編隊穿越第一島鏈，通過我國東部海域，惟中共對外宣稱是年度計畫內的例行性安排；此條發文聚焦於軍事演訓議題，強調未來將「常態化」此類行動，而圖 4-10 的評論「人民海軍威武！」亦顯示出閱聽人對於解放軍演訓行動的支持，甚至以「家門口溜達」、「習慣就好」及「自己家想怎麼走就怎麼走」等充滿情緒的字眼來附和官方的動態。

由此可看出，中共不僅將議題轉化為煽動意識形態的工具，更利用宣傳報導引導民意及社會輿論、傳播正能量，進而對解放軍的軍事行動產生進一步認同。綜合上述的觀察，新媒體的傳播目的與閱聽人的回饋一致，將有利於軍隊形象的傳播；而確保向閱聽人準確傳達黨中央對習近平新時期軍事強國建設的決心和行動，便能增強國內民眾對軍隊的自豪感、榮譽感和安全感，藉以形成更加愛軍、擁軍、敬軍的社會氛圍。



圖 4-11 軍報記者《亞丁灣隨船護衛 4 天 3 夜！中國海軍的保護太暖了》
資料來源：2020 年 1 月 8 日軍報記者微信公眾號

圖 4-11 為中共亞丁灣護航行動之敘事宣傳，雖然在內容上走向仍以傳統軍事話語為主，惟其置重點於「感謝中國海軍」一圖，清楚的定位出解放軍的形象，符合黨領導下實踐「為人民服務」的宗旨，亦使閱聽人感受到解放軍給予的安全感及自豪感。上述這類型的宣傳主要透過積極參與各式國際軍事交流、聯合演習和打擊海盜等活動，不僅有效累積解放軍海軍在遠洋投射兵力作戰的實戰經驗外，使人員、武器和裝備皆成為軍事外交的一環，此舉替中共塑造在國際舞臺上的「有擔當的大國」形象，進而提升中共對國

際事務的影響力，²⁹另外，為了同時消弭以西方民主國家為首的國際社會對中共崛起的「中國威脅論」質疑一說，習近平多次在外交場合向世界各國提起中國和平發展的主張，並對內強調說好中國故事，因為「中國軍隊始終是維護世界和平的堅定力量」，其企圖以新興多媒體技術引導國際社會對於中共宣傳軍事議題的輿論，正當化強軍、強國論述。³⁰

二、軍旅生活



圖 4-12 軍報記者《我是女司機，開6萬噸航母的那種》
資料來源：2019年12月14日軍報記者微信公眾號

²⁹ 謝游麟、何培崧，〈中共海軍亞丁灣護航行動6週年之回顧與啟示〉，《海軍學術雙月刊》，第50卷第1期，2016年2月，頁120-121。

³⁰ 董慧明，前揭書，頁15。

軍隊宣傳內容往往給人以場面宏大、氣勢磅礴的印象。實際上，軍隊也不乏感人至深的小故事和小人物，而圖 4-12 為一女兵於艦艇擔任海上舵手的概況報導，此類型軍事議題的宣傳較傳統為活潑且開放，在內容上以個體或小團體的具體從軍經歷，反映出偉大樸實的敘事主題。在圖 4-12 中的宣傳風格可以看出，其表達方式仍延續生動的動圖、影片，兼併輕快的文字語調，以官兵第一人稱的「自我介紹」訴說著官兵在部隊裡戰備演訓、日常生活，甚至是苦惱及困惑，姑且不論真實性與否，透過交流互動深化軍事故事對閱聽人的影響，使民眾走入軍營，進一步瞭解軍中的工作性質及內容；在宣傳口吻上，中共軍事媒體捨棄嚴謹、專業的書面表達方式，而是以家常化、通俗化的口語、表情符號傳達情緒或傳遞訊息，除了使嚴肅的軍事話題變得親民有趣，富有豐富的情感，更有利大眾所接受，亦滿足了現代人識圖需求的宣傳效果。

值得一提的是，中共軍事宣傳中對於女性官兵形象的建構上也不亞於男性，主要透過圖文並茂多樣化的形式對人物的刻畫，顛覆大眾對於中國傳統女性意象：如圖 4-12 中藉由主題文字「司機」及「6 萬噸航母」等刻板印象的反差文字描述，加上此宣傳是以本人的口吻作為出發點，並沒有因為自己的女性身份在訓練中降低標準，處處展現出巾幗不讓鬚眉的氣勢與自信。

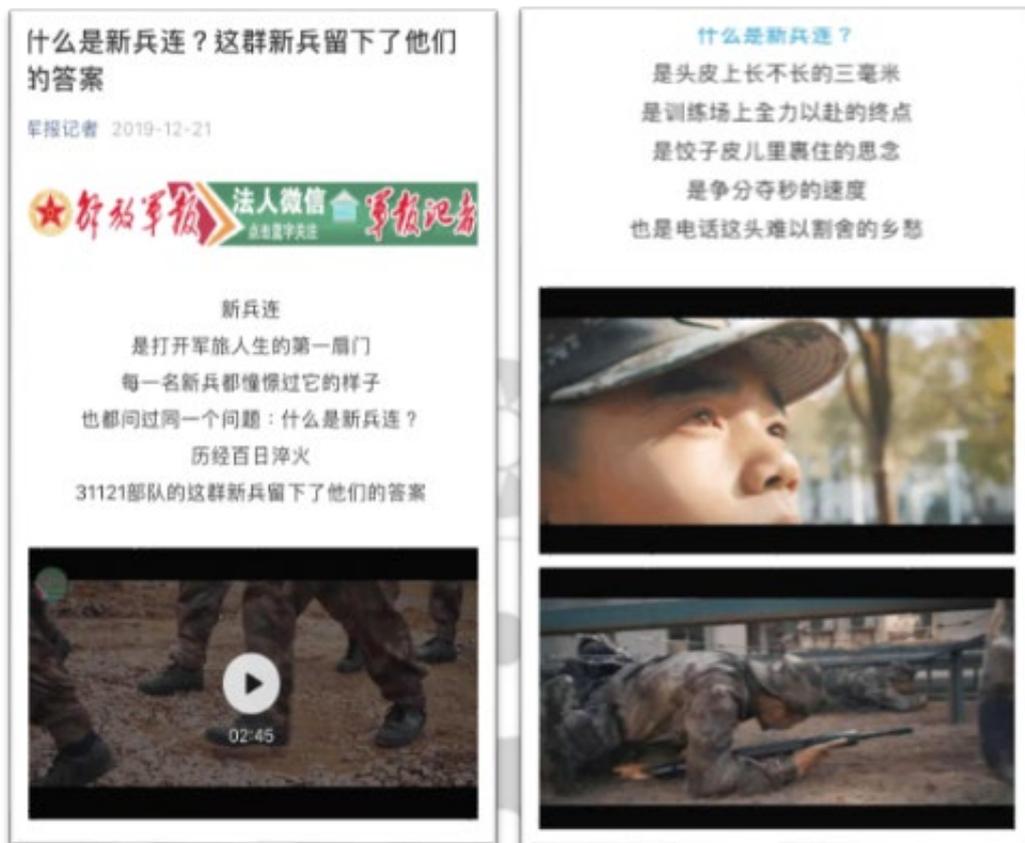


圖 4-13 軍報記者《什麼是新兵連？這群新兵留下了他們的答案》之一
資料來源：2019 年 12 月 21 日軍報記者微信公眾號

圖 4-13 為新兵入伍訓練時的軍事宣傳，其內容主軸以影片、動圖說明男孩蛻變成男人的過程，再輔以新詩的文體來闡述新兵從軍內心的獨白，並聚焦於小人物初從軍的基層態樣：從右上角動圖可窺見出剛入伍士兵眺望遠方的神情，懵懵懂懂且充滿自我懷疑，心境上無不與文字旁白「什麼是新兵連？」相呼應，接續藉自問自答的方式引發閱聽人在觀看時的情感波動，透過從軍的記憶及情節往往呼應了其當前或以往的心路歷程，一部分的民眾透過閱讀、觀看來回為自己的青春奮鬥史；另一部分則是對軍事議題中的宣傳強軍要素感興趣，藉激發出個人的愛國心，與民族情懷產生共鳴。



圖 4-14 軍報記者《什麼是新兵連？這群新兵留下了他們的答案》之二
資料來源：2019 年 12 月 21 日軍報記者微信公眾號

而圖 4-14 則接續利用一連串的動圖呈現，概略分為：從「新兵入列」，經過「嚴格紮實訓練」及中途的「不適應」（左上以在軍隊包餃子之意象，透露出無法在家團圓之無奈）到「責任擔當一肩扛」（右下新兵著軍裝，各個精神飽滿、舉起手大聲宣誓，已具軍人初步儀態），階段性的成長無不在軍事宣傳中體現出解放軍強烈的使命擔當，能打勝戰的軍隊形象間接的呼之欲出；而其中五星旗飄揚現身於動圖中，更連結起軍人把國家和人民利益放在首位的堅定信念、不怕犧牲的精神。

綜合以上宣傳應用於軍旅生活，新興媒體常利用軍隊典型人物來側面展現軍隊建設成就和新時代下的軍人新形象，惟不變的是中共對於典型人物的宣傳手法，自毛澤東時期當局對於宣傳的思路始終延續著教化民眾、規範價值理念和對工作提供指導的重要作用。³¹

三、軍事形象大眾化



³¹ 龔天宇，〈如何塑造新時代中國軍隊新形象〉，《青年記者》，第29期，2010年7月，頁30-31。

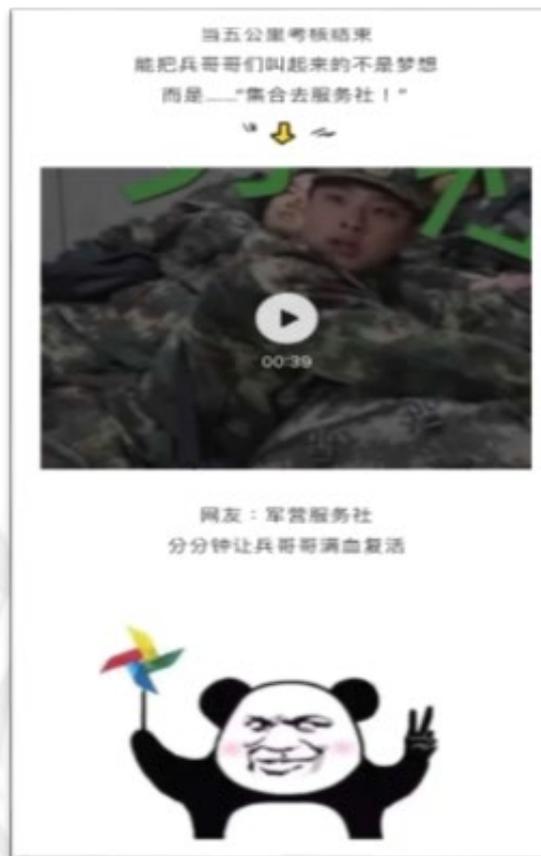


圖 4-15 央廣軍事《山東艦的硬核超市長啥樣？走，跟兵哥哥去逛逛》
資料來源：2020 年 3 月 14 日央廣軍事微信公眾號

圖 4-15 藉好奇心為宣傳賣點，報導解放軍軍艦裡的營站機能有何特色，在宣傳風格上不再局限於平時的戰鬥氣息外，根據主題的不同選擇了不同的話語表達方式：如圖中文字使用「長啥樣」及「兵哥哥」等網路用語做主題，擺脫了固有的官僚行政氣息，拉近了與網友的距離。

在中共新媒體宣傳裡，運用在軍人形象塑造的內容上更遵循「平民法則」，³²圖片、影片上皆選擇非制式、非傳統的軍隊意象為襯托，不再帶給大

³² 吳楠，〈新媒體語境下的中國軍人媒介形象構建研究——以微博「央廣軍事」為例〉，《新媒體研究》，第 9 期，2019 年 7 月，頁 50。

眾「傳統權威型武裝力量」的感觸與刻板印象：如圖中影片描述軍人測考後累癱的模樣，一聽到班長要帶隊到營站消費振奮人心的誇張表情，無不使閱聽人會心一笑，目的是為了展現出職業性質雖相對特殊，軍人和普羅大眾一樣也有喜怒哀樂，也會和同儕嬉笑打鬧，整體畫面帶給閱聽人幽默、親近之感；另一方面，報導會統整分析網友留言，進一步把握網友所聚焦的焦點，並將其作為宣傳議題的一部分，增強了閱聽人對宣傳活動的認同，你來我往的交流互動環節亦增加其參與感。



圖 4-16 央廣軍事《我與軍人的差別》之一
資料來源：2020 年 4 月 11 日央廣軍事微信公眾號



真是不比不知道
一比扎心好几刀
同样是九年义务教育
我们的差距为何如此之大
回过头来想想
这一切都不是偶然

想要缩短差距，像军人一样自律？
最好的办法就是**成为军人！**
4月1日起
2020年度男兵应征报名已经开始



登陆全国征兵网
<https://www.gfbzb.gov.cn/>
(点击文章左下角“阅读原文”可进入网站)

按照先“兵役登记”
后“应征报名”等系列流程操作
加入部队大家庭
你也可以成为邻居阿姨口中
“别人家的孩子”

圖 4-17 央廣軍事《我與軍人的差別》之二
資料來源：2020 年 4 月 11 日央廣軍事微信公眾號

在網路的宣傳中，趣味為主題的內容常常更具傳播力及吸引力，圖 4-16 及圖 4-17 依此策略基礎，採取了網路梗圖的路線，搭配置入行銷的手法，以「我與軍人的差別在哪」主題一文來驅使閱聽人對於軍人的好奇心，再透過輕鬆幽默的一系列卡通對照圖說明軍人與眾不同的結果。先藉話題性拉近大眾情感與博取認同感，待文章結尾最後道出「如何與軍人相同」的自問自答，而其宣傳背後真正的用意，就是彰顯從軍好處的徵兵政策，既充滿軍事意味，又有創新趣味。

在以往的軍事宣傳中，中共當局對普羅大眾大多以反覆傳遞解放軍陽剛威武的形象為基礎，不斷用各種國內外事件、議題論證軍隊為人民服務、黨領導軍隊及軍隊服從於黨的傳統宗旨，再加上現代社會資訊量爆炸多元，傳統意識形態無疑顯得枯燥乏味，導致關注難以持續，因此，圖 4-16 及圖 4-17 這類型的宣傳圖像再次呼應了習近平對於宣傳工作的面向，「關鍵是要提高質量和水平，把握好時、度、效，增強吸引力和感染力，讓群眾愛聽愛看、產生共鳴。」³³置重點於現代閱聽人的感受上，朝更加輕鬆的、充滿多樣性氣息的「軟性」傳播內容。

³³ 同註 10。

參、軍事微電影宣傳

在當前全球資訊爆炸、生活節奏不斷加快下，微電影是近年來拜網路科技發達所賜發展出的新興電影文化產業，其具備傳統電影的基本要素及特徵：故事情節完整、人物形象生動及故事主題明確；但與傳統電影相比，微電影的製作成本顯得低廉許多，且門檻相對較低，不需要專業化的設施或演員，故在題材的選擇上較多元、大眾化，³⁴再透過網路等新興科技為媒介播放，成為現代宣傳手段的主要途徑之一。

一、軍武展現

以簡短、快速、精簡的軍事宣傳微電影《中國軍隊一分鐘》於2019年十三屆全國政協及人大二次會議閉幕期間展示；影片長度僅2分9秒，其內容憑藉「1分鐘中國軍隊能做什麼事情」為整體劇情主軸（如圖4-18），伴隨著宣傳片的逐漸展開，問題透過一幕幕不斷切換的畫面，以及文字上的說明，展現了中國共產黨領導下的強軍成就及新時代軍人本色。

此宣傳微電影共分為兩篇章，期間無旁白口述搭配：第一部分常以武器裝備的精良與優異「諸元性能」、人員平時勤訓精練的「成績」及實行戰訓本務的「數據」作為描述對象，過場時以「每一分鐘拼搏是為了鑄就強軍之路」呼應中國軍隊的強大是努力耕耘、付出而來的。

³⁴ 魏軍，〈新媒體語境下微電影的藝術手段分析〉，《傳媒論壇》，第8期，2019年7月，頁148。



圖 4-18 人民日報社新媒體中心《中國軍隊一分鐘》

資料來源：人民日報微信公眾號

而第二部分，則是以宏觀的角度來闡述共軍崇高的使命，不論是戰備演訓、維和任務，唯有透過精實訓練及要求，戰場時才能發揮致勝效果，在強軍的基礎下彰顯中國在國際上的價值。影片最後，運用了中共領導人習近平於慶祝中國人民解放軍建軍 90 周年大會上的講話：「我們要不忘初心、繼續前進，堅定不移走中國特色強軍之路，把強軍事業不斷推向前進」，³⁵充分顯現解放軍聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的軍事戰略方針，在強軍興軍上成為一支世界一流的軍隊，也使閱聽人從中感受到解放軍的每一分鐘都意味著使命和責任，奮鬥進取的精神風貌。

³⁵ 習近平，〈慶祝中國人民解放軍建軍 90 周年大會上的講話〉，《人民網》，2017 年 8 月 2 日，〈<http://cpc.people.com.cn/n1/2017/0802/c64094-29443168.html>〉（檢索日期：2020 年 4 月 22 日）



圖 4-19 人民日報社新媒體中心《中國軍隊一分鐘》片段
資料來源：人民日報微信公眾號

表 4-1 《中國軍隊一分鐘》圖像分析表

時間軸	字幕說明	主要視覺呈現及意義
00'01''	一分鐘 中國軍隊能做什麼	出現「八一」共軍標誌，陸海空載具以大規模姿態，整齊劃一現身。
00'07''	一分鐘 步兵戰士全副武裝衝刺 230 米	一隊全副武裝的步兵隨著班長下口令奮勇向夕陽奔去。強調共軍體能傑出，且服從命令、奮勇向前。
00'11''	一分鐘 坦克駕駛員能完成約 30 個動作的操作	畫面顯示共軍從機動駕駛、移動、操作砲管到火力擊發的熟練性，強調不分晝夜皆可快速、精準打擊。
00'14''	一分鐘 砲兵可快速搜索擊發 10 多次	
00'17''	一分鐘 航天員參加轉椅訓練旋轉 30 圈	地球自轉的畫面及人員正在進行轉椅訓練不停旋轉，顯示對抗引力成為太空人需要充分的毅力。
00'19''	一分鐘 邊防軍人徒步巡邏約 90 米	在沙漠、極地，隊伍內官兵全副武裝列成一縱隊行走，顯示共軍即便

		在氣候極端的地理環境裡依舊不畏辛勞的奉行命令。
00'23''	一分鐘 長沙艦可劈波斬浪前進約 900 米	以艦首之姿乘風破浪出現的共軍驅逐艦，運用慢動作之特效呈現浪拍打至駕駛艙前的震撼，遞出海上變化多端的氛圍。
00'26''	一分鐘 海軍某艦艇部隊迅速完成戰鬥準備	以單兵的角度來闡述從住艙到全副武裝就各部位的迫切性，顯示艦艇兵在狹小的艙間依然來去自如。隨後鏡頭帶入控制室整合，多艘艦艇一同發射飛彈，不疾不徐、訓練有素。
00'35''	一分鐘 航展上的殲-10B 能夠完成一套「眼鏡蛇機動」動作	以殲-10B 及轟-6K 的起飛畫面、飛行過程作為畫面主軸，除了展現出武器裝備的優異外，也暗示駕駛員精實訓練後的成果。
00'38''	一分鐘 訓練中的轟-6K 轟炸機可爬升 2000 米	
00'40''	一分鐘 海軍陸戰隊隊員搶灘登陸躍進 300 米	由艦艇、兩棲裝甲車到人員衝刺搶灘的身影，充分顯示共軍具有此作戰能力，必在灘頭上殲滅敵軍。
00'43''	一分鐘 一架訓練中的戰機可飛行 15 公里	戰鬥機編隊的畫面中，闡述著人員對於飛行技術的熟稔。
00'48''	一分鐘 一個輕裝空降兵合成營可完成空降空投任務	透露人員空降及物資空投的成功與否，須具備膽識和綽綽有餘的訓練成效。
00'50''	一分鐘 火箭軍「東風快遞」可以瞬間送達幾百公里	整齊劃一的火箭軍，說明其東風系列之戰略導彈性能極為優異，可以覆蓋近程、中程、遠程目標。
00'53''	一分鐘 中國海軍亞丁灣護航編隊護衛商船，前行 550 米	機動小艇快速應變，以及艦艇上官兵操作機槍喝止海盜，換來商船甲板上「祖國萬歲！」的大字樣，說明中國海軍有能力執行非傳統安

		全之護航任務。
00'56'' 至 01'01''		從黃昏到黎明，以陸海空三軍之背影呈現，描繪共軍戍守國家之形象。再以軍隊快速應變、匍匐前進、跋山涉水、實際演習之動作，說明共軍勤訓精練之成果。
01'02''	每一分鐘拼搏 鑄就強軍之路	說明以上片段都是邁向強軍所必須耕耘的過程。
01'04''	一分鐘 領略將士血性膽氣	釋出共軍艱苦訓練的畫面，隨訓後除了充滿軍人本色的自信，亦成為戰場上最重要的戰鬥力量，充滿「吃得苦中苦、方為人上人」的寓意。
01'12''	一分鐘 積蓄磅礴戰鬥力量	
01'21''	一分鐘 感受軍人使命責任	共軍集體舉手敬禮、喊口號，其中一名著上正式軍常服被授予勳章的士官，背後的緣由在於守護國土、認真執行任務。
01'27''	一分鐘 展露利劍出鞘鋒芒	各式各樣的火砲、飛彈、戰略導彈如同利劍般，亦為中國武器裝備的先進。
01'33''	一分鐘 見證泱泱大國風範	積極參與聯合國維和行動，為維持世界和平付出心力是一個負責任的大國應有的態度。
01'39''	一分鐘 彰顯改革強軍擔當	各式軍兵種演習，一律皆精準打擊目標，圓滿達成任務，是強軍後的結果。

資料來源：筆者自行整理

二、現代軍人風範

中共當局以慶祝建國 70 周年電影《我和我的祖國》之《護航篇》來詮

釋新時期軍人的典範；其發生的背景是2015年9月3日紀念抗戰勝利空軍飛行表演，故事的一開始就奠定了身為軍人的女主角呂瀟然在飛行隊伍裡無可取代的地位，惟她得知自己在閱兵儀式中被定位為候補的消息後，不禁潸然淚下。「就因為你是最好的，組織才選你備飛。」表面上欣然接受長官決策，然而，對有實力、有熱情的呂瀟然而言無疑是一盆冷水，事後亦空洞的望著起降後的軍機，若有所思。(如圖4-20)



圖 4-20 文牧野 《我和我的祖國 護航篇》片段
資料來源：華夏電影

其後，鏡頭回歸到描寫女主角兒時概況，從小渴望在藍天翱翔因此常爬到高處眺望（如圖4-21），求學和入伍後亦擁有不輸給男孩的體魄和膽識：在求學時時常與男同學打成一片、在部隊高G耐力訓練時不斷挑戰自身極限，成為令男生刮目相看的女官；反倒是在個人事務上與異性相處時，則以部隊為成就，犧牲了個人情感。



圖 4-21 文牧野 《我和我的祖國 護航篇》片段
資料來源：華夏電影

從種種表現和運鏡手法的穿插來闡述她好勝心、犧牲奉獻及優異表現，足以勝任這次飛行任務；同時間以此來補充說明呂瀟然當時候補的失落，讓觀眾以同理心進一步感受到她所肩負的責任和背後的付出。

然而她即將在萬眾矚目時，實現自己長久以來的夢想卻面臨破滅，惟絲毫沒有影響她實力和決策力的發揮，在任務途中隊友的機身出狀況，不僅引導她故障排除，還將機會無疑地讓給隊友表現，捨棄了個人利益，完成了她的護航使命與本分，展現出巾幗不讓鬚眉的木蘭風情，也讓軍隊裡的男飛官紛紛對她敬禮致意（如圖4-22）。小人物的心路歷程使閱聽人不僅看到了飛行員英姿颯爽的一面，她的團結意識和犧牲小我換來的是閱兵任務圓滿，更看到了現代軍人在重大場合上的責任感和強而有力的擔當，透過影片中的護航精神來喚醒閱聽人為國家護航的意識。



圖 4-22 文牧野 《我和我的祖國 護航篇》片段
資料來源：華夏電影

表 4-2 《我和我的祖國 護航篇》圖像分析表

時間軸	主要視覺呈現	視覺圖像意義
02:12'09"-02:13'02"	女主角得知自己在閱兵飛行任務是候補員，不禁潸然淚下，上級以「就因為你是最好的，組織才選你備飛」的說法安撫，認為其夠優秀才能在列隊外處理各種問題，女主黯然接受此命令，事後卻獨自一人坐在修護廠內，癡呆的看著軍機保養以及其升降落的場面。	以開門見山的表現手法，說明女主角因飛行任務被替換一事而淚流，上級雖給予安慰鼓勵的說法，從她眼鏡所反射的飛機升降畫面可看出，其心掛念不已。
02:13'03"-02:14'09"	女主角年幼時爬到高處，引來眾人圍觀，消防隊欲安撫並開始引導她從高處下來。此時急忙的父親匆匆的趕上，大聲斥責她。而年幼的女主角卻是怡然自得，眺望著遠方的風景、成	從畫面可得知女主角從小就喜歡冒險，不顧他人的眼光，從其爬高動作及神情可看出她更嚮往天空裡自由翱翔的飛鳥。

	群的飛鳥；一會兒她站起嬌小的身形，雙手張開便跳了出去。	
02:14'09"-02:16'05"	閱兵典禮當天，所有組員積極換裝準備出動，當飛行員充滿自信的步行到軍機前一字排開時，清一色皆為女性飛官。	從事前工作準備到執行任務當下，一道飛行任務背後有數不清的幕後人員堅守崗位、克盡職責的努力成果。而特意安排女性擔任任務的主力，其手法告知外界女性軍人亦勇猛頑強。
02:16'06"-02:16'44"	電視上轉播著「神舟五號」返回陸地的畫面，求學階段的女主角也不管正在洗頭，兩眼只顧盯著畫面，神情略顯興奮；另一方面，鏡頭轉到她在學校將男同學打在地上致使圍觀，直到老師出面制止她才罷休。	從兩段片段畫面，憶出女主角對於「飛往天際」特別的嚮往以及在個性上始終不服輸的精神與膽識、不承認自己在各方面會輸給男性，也呼應了在片頭得知「只能候補」所產生的感觸。
02:17'15"-02:17'58"	身為候補飛行員的女主角，依自身經驗第一時間察覺到隊友的機身狀況，經塔臺確認後要求她退出列隊並返航，由女主角所駕駛的軍機替補，而此時的她開始略有遲疑。	畫面裡的女主角開始意識到團結為大局，犧牲小我的重要性。
02:17'58"-02:19'41"	女主角回憶起過往感情生活的不順遂；男朋友提出種種原因，包括個性強硬、見面困難，甚至抱怨起女方將軍旅生涯視為全部人生，感嘆不值得。另外在機	再次呼應在片頭得知此次任務「只能候補」所產生失落感，所有訓練、操演及犧牲個人的時刻都是為了此次飛行。最終因隊友的機身出現狀

	棚裡坐在駕駛艙半晌，為隊友所發現。	況，使女主角所盼望的大好機會降臨。
02:20'16"-02:22'26"	畫面轉進到女主角在部隊裡受高 G 耐力訓練時的骨氣與不服輸，對於男同事給予「對於女性，已經很不錯了」的冷嘲熱諷，她要求更嚴格的訓練，通過時再次證明女性也能超越自我，跌破眾人眼鏡。	除了以實際部隊訓練來補充說明女主角的能力及個性外，亦反應了她不願意成為候補的心聲。
02:22'49"-02:24'52"	為隊友故障排除後，女主角得到上級肯定，也祝福隊友任務順遂。返航後，一群男同事經過發覺是女主角的軍機，隨即給予舉手敬禮。	女主角具團結意識和犧牲小我的精神，換來的是閱兵任務圓滿及上級、同儕的肯定。透過刻畫小人物渺小又巨大的努力，喚醒閱聽人對於國家和自身工作的共鳴點。

資料來源：筆者自行整理

三、愛國情懷

影片《我和我的祖國》之《回歸篇》的敘事主軸重點具有圍繞在「國是家」的特點，由小見大地將個人經歷與情感寄託與時代主旋律甚至國家聯繫到了一起，以「我」的視角貼切地展示了人性與愛國主義情懷的光輝；在故事背景上，雖然講述的是 1997 年 7 月 1 日舉世矚目的香港政權回歸交接儀式，其運鏡手法卻是以「小我」為特定對象的微觀視角，主角群出現的是鐘錶工匠、香港警察、中方外交官及儀隊軍人，身份雖然不同，但心願一致，

透過錶「分秒必爭」的時間迫切性原則來表明回歸的是廣大人民所殷切期盼的久違情感。

在劇情上，除了強調分秒外，更以鐘錶內構造為概念，將環環相扣的齒輪運用在劇情裡：中方外交官為升旗典禮分秒不讓，談判一度破裂，因此在準備事前工作時強調當天不容許有時間誤差；而手藝出眾的鐘錶工匠，他就為回歸交接儀式英方長官的手錶進行校正工作；儀隊軍人為了在升旗過程中時間上沒有失誤，不僅計算出精準步伐距離及升旗速率，日以繼夜的訓練，以完美達成任務（如圖4-23）；以上這些平凡的小角色都是在香港回歸時的在場者及親歷者，看似分散的散點敘事手法，隨著劇情的發展所有片段一一串連起來，他們在各自的崗位竭盡全力，只為保證香港回歸「一秒不差」。此部影片將中共官方主流意識形態和社會普世價值觀融入到大眾化的敘事與審美中，勾勒出全民共同的記憶，進而引發凝聚成愛國主義精神。

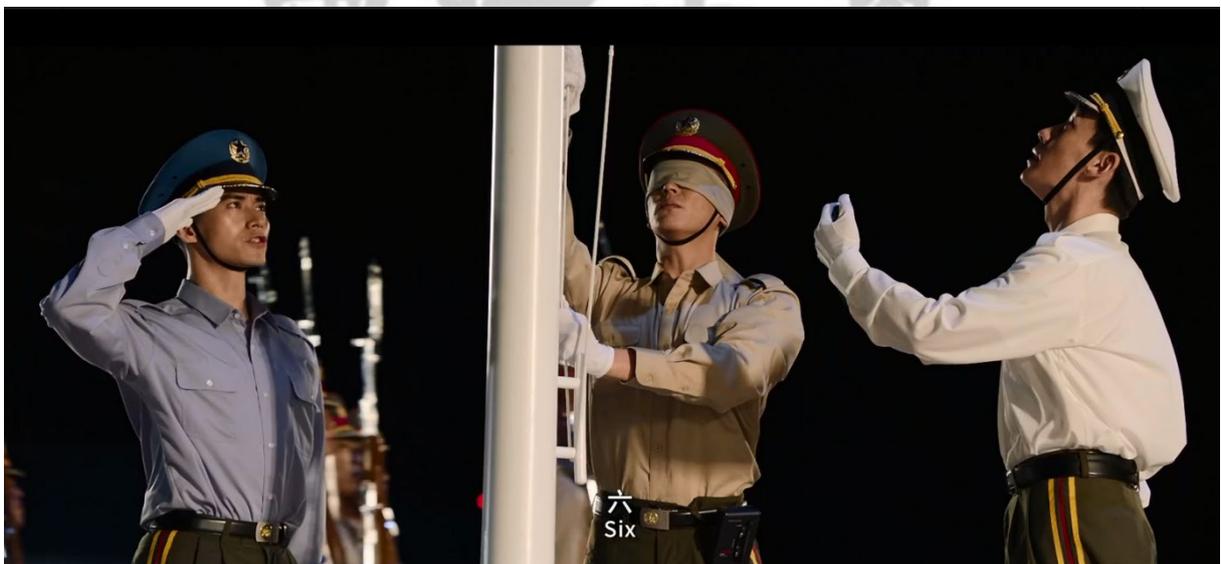


圖 4-23 薛曉路 《我和我的祖國 回歸篇》片段
資料來源：華夏電影

表 4-3 《我和我的祖國 回歸篇》圖像分析表

時間軸	主要視覺敘事呈現	視覺圖像意義
01:11'33"-01:13'02"	紀錄鐘錶工匠與妻子的生活日常，其頭戴修錶用單眼放大鏡以利精密修錶，表示自己的技術「全香港不超過十人」；而妻子在顧客寒暄後，以「回歸」一語回應近期較忙。	從儀器的精密、工匠自我的吹噓及顧客的信任來觀察，其修錶技術高超；另外從妻子回應顧客的說法亦可得出她的身分與國家有關。
01:12'59"-01:15'08"	警官率隊成群站崗在建築物外執勤，其中一人抱怨裡頭談論事情周旋許久；隨後畫面轉進建築物內部的中英談判桌上，雙方為國旗升降時間點而沒有共識：英方代表認為英國國旗 0 時 0 分 0 秒降下，那一秒才正式結束擁有香港；而中方外交官不接受，表示「154 年了，香港回歸中國，我們不想，也不能再多等一秒了。」要求提前兩秒。	從前半段畫面可得知此警官為工匠的妻子，呼應了電影初期透露近期較忙的主因；而後半段的談判，中方為了每分每秒的主權與英方周旋，顯示國家統一的重要性。
01:15'56"-01:16'56"	中方外交官巡視交接儀式的會場，並宣布當天 0 時 0 分 0 秒準時升起五星紅旗，亦請在場的英方總監對時。	從事前工作準備及檢視，甚至請對方對時的舉動，都在確保萬無一失，展現出中方外交官對移交儀式的謹慎及重視。

01:16'57"-01:18'13"	<p>解放軍在室外建立模擬當天儀式現場的舞台，標點、訓練口令動作及儀態；幾名軍人開始計算起步到旗桿的距離、手升旗的速率，只因上級長官要求他「國歌結束、旗幟到底，中間不許抬頭看一秒」。</p>	<p>再次展現出不同團體對於移交儀式的謹慎及重視。</p>
01:18'44"-01:20'38"	<p>鐘錶工匠隻身一人來到了鐘錶精品店，店裡頭的經理表示移交儀式的人需要校時，而他們公司並沒有這種專業技工，故需要他的技術幫忙；於是答應後便埋首於工作，將手錶拆開後，畫面轉入錶內構造。</p>	<p>整段影片內的人物關係到此段劇情通通串聯起來，工匠所校正的鐘錶正巧為英方於交接儀式的總監所委託；而透過錶內大小齒輪構造環環相扣的帶動，意味著所有人在自身崗位上努力，做好本職都就是在為國家進步推進，皆是不可或缺的一分子。</p>
01:20'39"-01:21'58"	<p>解放軍軍樂隊同儀隊升旗手晝夜反覆練習矇眼升旗，利用身體記憶整個環節，帶隊官亦信心喊話。</p>	<p>儀隊視為國家門面，故必須以最好的一面展現給國際，增加民族自信心；另外帶隊官精神講話表示香港回歸標誌著中國統一的進程邁進一大步，其目的在於激發閱聽人愛國情緒。</p>
01:24'47"-01:25'40"	<p>儀式當天，警察憶起當初溺水於岸邊的工匠，他表示，幸有現在的妻子相救，讓他有了一份歸屬。</p>	<p>對於流離失所的工匠來說，在異地找到了歸屬比什麼都重要。</p>
01:25'41"-01:28'27"	<p>畫面轉進到儀式當天，期</p>	<p>透過電影和歷史真實畫</p>

	<p>間英方在進程序時節奏忽快忽慢，導致中方需要臨機應變；在升旗台前的升旗手雙手顫抖，憶起每晚的驚醒皆是由此而生，畫面期間也運用分鏡手法，同時展現每個人的樣貌及手錶概況，搭配上秒針運行的聲音。</p>	<p>面交互呈現，使其更引人入勝；隨著時間逼近，畫面利用每夜驚醒、用來升旗顫抖的雙手顯示旗手的緊張，而每人每支正在對時的鐘錶及刻意顯現「滴答」的秒針聲響，更使閱聽人在觀看時亦感同身受、皆摒氣凝神等到0時0分的結果。</p>
<p>01:29'23"-01:30'17"</p>	<p>順利完成升旗過後，警察變更帽徽、中國大陸及香港各地皆慶祝回歸而大肆放煙火慶祝、工匠起身熱淚盈眶。另外，畫面上解放軍乘坐軍用卡車進駐香港引民眾擁護、歡呼。</p>	<p>對於工匠和所有香港人來說，香港的回歸也不僅是國家主權的統一和領土的完整，其意義更是讓香港人到一份歸屬感，故意義重大。</p>

資料來源：筆者自行整理

第三節 一黨思想下數位宣傳之功用

宣傳圖像，顧名思義不管以何種媒介呈現給閱聽人，其功能即是傳遞訊息，以教化大眾，在中共不變的宣傳話語政策下，媒體是黨國體系的喉舌，因此宣傳肩負著培育人們符合共產黨所賦予的人生觀、世界觀和價值觀的重任；而「中國夢」成為中共當局引領國家未來道路的概念，以公益性質的廣告作為社會主義思想上的傳遞媒介，目的在於重新塑造黨、國家、社會和人民的形象，傳播以黨為中心的社會主義價值觀。

壹、中國傳統文化之繼承



圖4-24 中國網路電視台《人敬老 己得福》
資料來源：中國文明網

在表現技法上，圖 4-24 之宣傳圖像為使畫面呈現中國風格，採平面繪畫的形式，且刻畫上具傳統民間藝術的樣板元素，如衣裳上的花雕、花紋，人物眼眉的年畫技法；再藉特定正面人物形象為創作對象，畫面中描繪了兩位善良的小朋友在雨中攙扶老一輩過馬路的情景，男孩在前領路、女孩在後撐傘，整體聚焦在幫助他人的美德，宣揚人們要敬老尊賢、見義勇為，方能符合中國傳統人文精神的中國形象。

圖像是宣傳海報設計中的一個重要組成部分，它不僅豐富整個題材的呈現效果，更透過含蓄隱喻，或者映射一些社會現象，從而引起人們的聯想

和反思，以圖形設計的表達形式來誘發、闡釋語言無法表達的內容，進行中國傳統文化的宣揚教化，倡導人們提升道德品格及人文素養，做一個高尚的人。



圖4-25 中國網路電視台《傳承節儉 傳承福報》
資料來源：中國文明網

圖 4-25 同樣運用具中國風格的繪畫技法，隨著社會發展，中共宣傳圖像中的人物形象不斷演變，從描繪領袖、工農兵、知識分子等一系列代表性人物，漸漸發展為人民、大眾形象。主題中以「傳承」的角度描述隔代同堂的傳統農家正在麥田裡拾穗的場景，祖孫兩人的臉龐映出農家子弟「粒粒皆辛苦」的勤奮、節儉精神，這幅宣傳海報透過人物場景展現畫家主題意識，以鮮明的人物形象來直接傳遞了對中華文化傳統美德的傳承。另外，此類型的宣傳圖像人物主要訴諸於農民，以象徵手法表現出農村豐收和勞動場景，

畫面中的農民呈現出陽光、健康、滿足的模樣，實際上賦與了農人固定的形象和位置，除隱含了中國自古以來以農立國，而如今農村經濟已經得到大力發展、農民生活很幸福外，更有共產黨界定中國農民是國家主人的政治構想。

36

自習近平上任以來，當局強化了文化的軟措施，其自詡為中華五千年歷史文化的繼承者，強調把「中華優秀傳統文化內涵更好更多地融入生產生活各方面」，³⁷藉營造所謂復興和弘揚傳統文化的聲勢，深耕於人們的生活周邊，以喚起大眾對於中華傳統文化的重視，並在黨的框架下發揮社會文化的傳播宣教作用。



³⁶ 督忠躍，〈核心價值觀的視覺踐行者—新媒體視域下的「中國夢」系列宣傳畫傳播研究〉，《科技傳播》，第 17 期，2019 年，頁 189。

³⁷ 中華人民共和國國務院，《關於實施中華優秀傳統文化傳承發展工程的意見》，《中華人民共和國國務院新聞辦公室》，
<<http://www.scio.gov.cn/xwfbh/xwfbh/wqfbh/37601/38768/xgzc38774/Document/1634775/1634775.htm>>（檢索日期：2020 年 4 月 20 日）

貳、核心價值的弘揚



圖4-26 中共中央宣傳部《社會主義核心價值觀》
資料來源：中國文明網

創作者借鑒中國傳統藝術中的剪紙形象，將社會主義核心價值觀所要承載的主題內容展現出來，簡潔明快的傳達出了畫面主題意識，利用醒目、直觀的形象可直接抓住觀看者的視覺聚焦點，讓其一瞬間在腦海中印下這幅圖像，其運用網格狀的窗花剪紙技法，以大紅色作為基調來增強視覺衝擊力，使閱聽人觀看這系列宣傳畫能夠真摯的體會到當前中共當局的文化導向；另外，再配以一些寓意吉祥的圖案，其包涵著中國傳統歷史文化，具有中華民族文化、精神以及中國審美風格的象徵，如圖4-25中表示傳統文化中

「年年有餘」的魚形象，和社會主義核心價值觀的概念進行圖文並茂的展現，更加親切的表述所傳遞的思想內容。最後，畫面的下方代表中國的長城圖像，圖像的頂端和底部中國風格特色的祥雲圖案為邊框，一再的將中華文化納為黨國思想下的核心元素。

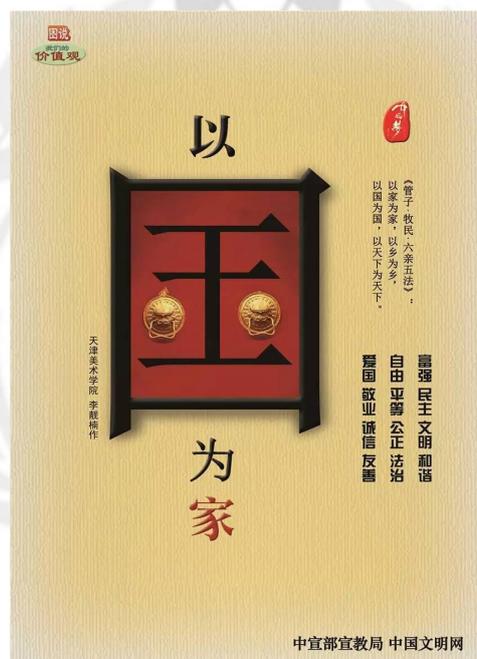


圖4-27 中共中央宣傳部《以國為家》
資料來源：中國文明網

在圖4-27中，整體只使用偌大的文字文本構圖，其中在「國」字中，以大面積的中國古代朱紅色城門及鋪首作為國家門面之意象，使閱聽人產生一種對國家概念抱持莊重嚴肅的態度；另一方面，畫面上的「家」字亦運用相同顏色相呼應，惟字體比例上較小，除運用同樣色調來突顯出「國」與「家」的概念，更傳達出國和家之間的關係，以國為家主題四字強調了家國一體的概念。

共存理念，傳遞愛國、愛家思想，企圖引導人們樹立愛國就是愛家的中華傳統文化內涵價值觀。

「一切文化產品、文化服務和文化活動，都要弘揚社會主義核心價值觀，傳遞積極人生追求、高尚思想境界和健康生活情趣」，³⁸而「中國夢」系列宣傳海報就是為了適應政策需求而推出的視覺呈現：沒有文明的繼承和發展、沒有文化的弘揚和繁榮，就沒有中國夢的實現；³⁹希望它能引導人們的行為，培育人們的思想，使他們의思想和行為符合社會主義核心價值觀的規範。然在媒體生活化、價值多元化的今日，如何遵循中共所寄望的傳播規律，實成為一大難題。



³⁸ 中華人民共和國中央人民政府辦公廳，〈關於培育和踐行社會主義核心價值觀的意見〉，《人民日報》，2017年12月24日，版1。

³⁹ 洪向華、肖純柏，〈沒有文化的弘揚和繁榮就沒有中國夢的實現〉，《人民網》，2014年6月6日，<<http://theory.people.com.cn/n/2014/0606/c40531-25111284.html>>（檢索日期：2020年4月22日）

參、民族自信心團結的愛國情操

一、宏觀視野下的中國夢



圖4-28 中國網路電視台《華夏一家親 同為圓夢人》
資料來源：中國文明網

圖 4-28 之宣傳海報結構佈局展現圖文的上下關係，其上方主題文字闡述理想，代表了中華民族共同圓夢的美好希冀，而「同為圓夢人」使用紅色標示，突顯「圓夢」這一主題的宣傳作用；而下方圖像則是理想實現後的大同世界，由 56 個少數民族日常生活組成的螺旋形圓形圖景，最終連結到中心原出發點：由繁體毛筆字書寫的「中國夢」三個紅字，代表中國大陸境內各民族為實現中國夢的訴求。圖文並茂相互補充，強化「華夏共同圓夢」的宣傳目的。

在畫面色調部分，大量紅色的運用，彰顯了中國人民熱情洋溢，熱衷於實現中國夢的精神面貌，其文化形象亦以中國傳統文化剪紙元素呈現，採圓形螺旋的既定框架，似有融合的意味存在，在傳播文化的同時也提升了民眾民族自豪感，進而達到了短時間吸引閱聽人目光的效果。

二、 平民視角下的國家形象

除了傳統的宣傳圖像，以公益的廣告形式呈現外，運用新媒體所製作的宣傳影片亦不惶多讓，一方面豐富了傳遞訊息的渠道，另一方面擔負著建構國家形象的一個職責，如中共慶建國70周年電影《我和我的祖國》，有別於宏大背景下，以國家、黨中央層面洗腦式的說教及宣傳；而是透過七段獨特的「小人物」敘述「小故事」微電影視角和情感表現方式重新書寫了中共歷年來重大要事，其注重從大眾出發尋找共鳴點，展現了當時為國家犧牲奉獻的精神，藉具貼近性、富感染力的共同記憶喚醒閱聽人對國家的情感認同。

以七個故事之一的篇章《奪冠》來說，導演將故事線拉回 80 年代的上海，其背景為中國女子排球於奧運奪得金牌的時刻；然而電影的主角及主軸卻是以一個與賽事毫無相關的小男孩——冬冬的生活經歷作為切入點，在街坊鄰里亟欲要求下，家中全街唯一的黑白電視機被居民們合力架到了大小參差不齊疊高的桌椅上，架起了遮陽棚，甚至在狹窄擁擠的巷弄裡紛紛置好椅子、擺上瓜子、花生等零食；最後如圖 4-29，畫面帶到了「學女排，見

行動」的紅布橫幅，觀賽的態勢顯示當時人們對於國家代表隊的賽事充滿熱忱，亦透露出對於國家的認同感。



圖4-29 徐崢 《我和我的祖國 奪冠篇》片段
資料來源：華夏電影

熟悉訊號來源的冬冬為確保畫面正常，其匆忙翻過天窗、通過屋瓦，到達陽台上調整天線並保持姿勢，此時的他肩負著街坊鄰居能順利觀看比賽的使命；而當下對他來說，心中卻渴望著與心儀的小美告別。因緣際會下，「使命」使他與小美擦肩而過，當在現實的抉擇與群眾「中國隊加油」的吶喊中，冬冬捨棄了兒女情懷，向愛國意識的「使命」奔去，而在奔跑過程中無意識勾在背上的紅色床單，與最後於屋頂上調整天線的姿態，成為他在五星紅旗的輝印下的平民英雄形象隱喻。(如圖 4-30、圖 4-31)



圖 4-30 徐崢 《我和我的祖國 奪冠篇》片段
資料來源：華夏電影



圖4-31 徐崢 《我和我的祖國 奪冠篇》片段
資料來源：華夏電影

《奪冠》基於共有的文化、歷史故事，使閱聽人在「我群（身分）」的認同上有進一步的連結、有了歸屬，在重要的故事場景上看到普通的老百姓、各行各業的工作人員，都兢兢業業的工作，每位皆是不可缺的，用自己微小的光和亮，書寫貼近人心的中國好故事，向世界展示一個真實的、豐富的、

熱情的「中國」，充分顯示習近平時期「堅持以人民為中心的創作導向」的新時代人民文藝思想，⁴⁰其導向為「文藝作品要觀照人民生活，表達人民心聲，用心用情用功抒寫人民、描繪人民、歌唱人民」。⁴¹

表 4-4 《我和我的祖國 奪冠篇》圖像分析表

時間軸	主要視覺呈現	視覺圖像意義
00:52'57"-00:55'	以廣播帶入主角的生活圈，盡是孩童奔跑嬉戲鬥蟋蟀、長輩手持葵扇圍觀下象棋、排隊使用轉盤式公共電話、戶戶人家生煤球爐的景象。	將拍攝場景還原成當時時空背景下的景物，賦予色彩化濃重的時代感，喚醒閱聽人對於國家民族的歷史記憶，尋找個體間的共鳴點。
00:55'23"-00:56'04"	街坊鄰里紛紛動員起來架設電視，準備做好觀看賽事的萬全準備，顯現全街人圍觀一台天線電視的時代特徵，期間並在電視機上方掛出「學女排，見行動」的紅布橫幅。	民眾對於國家大事的積極參與感、熱忱度及國家榮譽的牽掛。而紅布橫幅則是希望效法女排的精神於平日生活工作，奮戰、努力到最後一刻方能成功。
00:57'10"-01:02'09"	因天線的擺盪而產生雜訊，使電視螢幕無法正常轉播賽事，造成街坊鄰里抱怨四起，並拜託主角處置；待主角衝進家門、爬上閣樓、穿過窗台，躍過屋瓦	透過主角被街坊鄰里拜託、使喚，而自身在乎的事情無法處理，卻毫無半點怨言，塑造中華民族任勞任怨、熱衷於幫助他人的形象；而大

⁴⁰ 張效廉，〈堅持以人民為中心的創作導向〉，《求是網》，2018年10月31日，<http://www.qstheory.cn/dukan/qs/2018-10/31/c_1123632620.htm>（檢索日期：2020年4月24日）

⁴¹ 程宏毅、姜萍萍，〈習近平看望參加政協會議的文藝界社科界委員〉，《人民網》，2019年3月4日，<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/n1/2019/0304/c64094-30957098.html>>（檢索日期：2020年4月24日）

	<p>才能到達天線所在地，完成調整後即匆匆想要尋找女主角的身影，殊不知天線又移位，使得主角來回反覆奔波。</p>	<p>伙兒急於觀看賽事的現象，亦反映出近代中國的不平等，致使民眾亟欲藉由體育賽事為國家爭一口氣。</p>
<p>01:02'09"-01:05'06"</p>	<p>主角因迫切見到女孩，一時放棄了確保訊號的想法，導致街坊鄰里轉進收聽收音機；就在主角差點與女孩碰面之際，群眾因無法見證過程，開始為賽事集氣吶喊：「中國隊，加油！」主角遂停下腳步陷於兩難，躊躇不前。</p>	<p>關注國家大事的愛國意識和追求個人兒女情長，兩者之間成為主角取捨問題。</p>
<p>01:05'06"-01:07'14"</p>	<p>就在主角猶豫之時，天台落下五星紅旗，並飄揚於其眼前；他雙眼瞪大凝視著，回頭查看群眾的激昂和即將被帶走的女孩，內心原先的抉擇突然明朗，其落下男兒淚便奔向天台；期間布簾勾扯到他身上的裝備，終於趕上了賽事最關鍵的冠軍時刻。</p>	<p>主角透過群眾的吶喊及旗幟的飄揚，深刻體會到傳承的「使命感」，而象徵披風的布簾掛在主角身上亦創造了其捍衛國家榮譽的小英雄形象。</p>
<p>01:10'27"-01:10'42"</p>	<p>再次以五星紅旗的飄揚連結到主角，其披著布簾在天台上撐起天線作為影片尾聲。</p>	<p>五星紅旗連結中國過去與未來，透過此畫面傳遞每個人都是國旗飄揚下為國家奉獻的平凡卻不平凡的英雄。</p>

資料來源：筆者自行整理

綜上所述，不論在國家、政治、軍隊或是社會中的宣傳樣貌，中共當局

除了在傳統政治思維上仍舊一手抓，嚴守黨政軍三位一體的作風外，習近平對於官方宣傳工作上的推展以多元、多管齊下的方式進行，其中渠道包括傳統公益海報的張貼、網際網路科技衍生的官方平台日常圖文的互動及視聽微電影、短片，以創新的宣傳模式來貼近中國大陸民眾。其傳播目的在於倡導人們形成黨所期盼的正確價值觀和良好道德修養，來貶斥黨所定義的假惡醜，弘揚正面真善美的人事物，官方更藉著「中國夢、強軍夢」與「中華民族的偉大復興」的習近平新時代政治思想核心，灌輸人民愛國家、愛中國共產黨的意識，成為弘揚中華優良傳統道德和社會主義核心價值觀的最生動媒介。





第五章 結論

本研究旨在探討習近平主政時期宣傳策略之演變及特色，以圖像學分析方法，透過對官方所釋出之海報、圖像及影片訊息文本等進行內容解析，探討中共宣傳策略未來走向。研究重點主要包含：第一，歸納中共歷代領導人各時期的宣傳模式及其手法，釐清其政策面與宣傳面相互關係，與當今習近平對於宣傳政策走向之異同；第二，檢視習近平如何在科技浪潮下，運用新興途徑建立創新宣傳模式；第三，解讀當代中國宣傳主題意識的視覺性構建以及文化符號介入下的視覺圖像表徵，以上皆呼應本研究之研究目的。

第一節 研究發現

壹、各時期宣傳內涵與黨政策走向相互影響

在文字轉向圖像到來的歷史背景下，圖像的敘事性比以往更加突出和重要；因此，中共在利用圖像傳遞訊息的同時，筆者發現它對時代背景及領導人的政策面向有著很強的互文功能，各個時期的歷史政治、社會情境都有所不同，因此，在宣傳圖像表達的技法及內涵的闡述上亦有所改變，茲分述如下：

一、毛澤東時期軍事宣傳圖像基本上以政治為導向，畫面初期技法利用工

農兵三位一體為主體的正面形象，再透過時間軸上種種軍事衝突醜化

敵人，藉團結一致向外的精神，以號召全國人民投入國家、社會建設中為最終目的；到了文革時期，階級意識及政治鬥爭主導一切，其意識反映在圖像上，其技法粗野、語句挑釁意味濃厚，無產階級轉變為強健碩大的狂熱形象，而領導人成為了圖像內「金字塔」結構中的頂點，處處可見其如太陽般的象徵，頗具神話的表徵。

二、鄧小平時期軍事宣傳圖像的政治鬥爭已不復存在，取而代之的是擁抱現代化、改革開放為政策面向，思維解禁使知識份子從而併入國家現代化發展的工農兵重要行列之間；至此，軍事畫面上的呈現多以「知識就是力量」、「同為和平發展努力」為基調，由領導人的歌頌轉為對黨領導下的政績宣揚。

三、江澤民、胡錦濤時期軍事宣傳圖像，為因應改革開放後的社會風氣多元，其圖像所傳達的意義大體上是一致面向黨，除展現科技及資訊化的軍隊面貌外，更多的是黨為樹立政治領導的重要性，因此，畫面主軸上呈現的是政治術語、標語的教育觀點詮釋。

四、習近平時期軍事宣傳圖像設定於中國夢政策的大框架下，扣緊「以人為本」的新型態宣傳思維，藉每一位軍民兢兢業業的完成自己工作本分，來闡述其皆為實現民族復興夢想中不可或缺的螺絲，故宣傳畫面裡主要以小人物的生活觀點，進而激發閱聽人對於民族意識及國家的認同，以此基礎作為國家生存發展的堅強後盾。

表 5-1 中共各時期宣傳圖像意涵

圖像 內涵 時間軸	領導人 形象	軍人形象	表現技法	標語呈現	目的
毛澤東 時期 (中共建政 初期)	貼近群 眾，具平 民化風 格。	工農兵三位 一體，具有 領頭羊的 「典型化」 特徵。	技法寫實、 內涵卻浪漫 甚至誇飾， 極具烏托邦 理想。	以動員群 眾為主。	號召群 眾投入 生產建 設。
毛澤東 時期 (文革期 間)	崇高且神 格化，形 塑偉大領 袖風範。	工農兵三位 一體， 高、大、全 紅、光、亮 ，充斥著毛 澤東元素。	技法誇張且 粗曠不修邊 幅，顏色單 一，善用象 徵手段。	以激烈的 政治口 號、或以 歌頌毛澤 東為主。	透過政 治鬥 爭，使 個人權 利維 穩。
鄧小平 時期	鮮少有鄧 之宣傳圖 像，多以 現代化城 市面貌取 代。	除工農兵， 與各行各業 一同為國家 發展而努力 的正面形 象。	技法回歸寫 實，用色亦 正常，帶有 幾分設計感 以符合現代 化。	宣揚政策 與政績， 表達對鄧 引導人民 走向富裕 之擁護。	宣揚黨 領導下 政績， 維穩政 權。
江、胡 時期	鮮少有兩 人之宣傳 圖像，多 以政治標 語呈現。	科技化及資 訊化下的 多種作戰 形態 軍隊。	畫面以軟體 後製，平面 圖像為主， 幾乎沒有形 象的詮釋。	以人民福 祉為包 裝，口號 較強調政 治教育功 能。	社會風 氣多元 下為維 穩政 權。
習近平 時期	以活潑為 電影動畫 或僅以過 往口述之 話語藉字 幕、聲音 方式呈 現。	除上述形象 外，更加入 了平凡小人 物的日常生 活為切入 點，取得閱 聽人共鳴。	以新興多媒 體、軟體後 製為主，種 類多元，有 活潑、嚴 肅，設計帶 入感較強。	以弘揚中 華傳統文 化、強調 社會主義 價值觀及 軍改後解 放軍的強 大。	實現中 國夢、 強軍 夢，激 發起群 眾愛國 意識。

資料來源：筆者自行整理

總體而言，經表 5-1 歸納後，得出中共圖像宣傳策略在各個時期的主題呈現、表現技法及領導人形象的內容建構上雖然大相逕庭，惟其基本上依循著一定的政治框架，並以黨領政為最高指導原則，不論時空背景如何變遷目的在於凝聚人民對黨國體制的服從。

貳、新興媒體下的習近平宣傳策略種類

根據第四章的文本分析，可歸納出習時期的宣傳策略是透過文字、聲音影像及網路等作為渠道，基於新媒體背景下進行多元傳播，尤以網路平臺及微電影等新興手法最為被當局所重視。

一、網際網路的運用

以微信、微博等網路平台為代表的新興傳播媒介被視為當局當前社會訊息傳播的重要方式，由於其具發送、接收方便等特點，以及任何人都可能成為傳播的主體，打破傳統以來常受限於空間性與時間性局限的宣傳樣貌，使靜態的圖像於平面呈現中擺脫出來，進行動態的展示；或提升其靈活性，與靜態的背景圖聯繫起來，營造動靜結合的效果，有效吸引閱聽人的注意力，以下分幾點特徵做論述：

(一) 互動性

網路宣傳的最大優勢在於傳播交互性，中共當局、網路用戶和媒體相互之間在宣傳的文本內都能夠實現互動，閱聽人不僅會接收訊息，還會參與訊息的處理與傳播，對於網路訊息能夠實現點線面、多渠道和多路徑傳播，加速了宣傳文本的傳播速率。

（二）無遠弗屆性

鑑於訊息傳達發生在網路空間，因此群眾只要能夠透過手機、電腦等移動式通訊設備連接網路，就能夠實現訊息的發送與接受，不再受制於傳播設備和傳統傳播路徑限制，在短時間內參與宣傳訊息傳播鏈的其中一個環節。

（三）輿論性

網路傳播的組織能力強，凡涉及到網路用戶感興趣的宣傳話題或熱點，透過轉發、追蹤、回覆和評價等功能很容易形成一致的輿論走向，並隨著事態發展擴大網路影響力，進而形成強大的輿論，除迅速吸引社會公眾眼球外，並成為一段時間內社會訊息傳播的重要力量。

二、微電影的崛起

近年來，微電影作為一種新型藝術形式開始進入人們的視野，得益於

新媒體的蓬勃發展，其在敘事面擁有獨特的含義與特徵，已不再單單是利用語言和演出這兩種形式作為傳播手段，而是轉變為心理層面使閱聽人在觀看影片時具有較強的帶入感，透過借助畫面、造型及人物形象的塑造等手法藉以達到宣傳目的，以下分兩點特徵做論述：

（一）題材豐富且內容新穎

新媒體浪潮下，微電影內容呈現多元化的導向，與電影、電視劇高門檻的製作要求相對之下，其成本較低，且更加貼近社會生活，閱聽人在觀看微電影時往往會產生親切感。為抓住閱聽人眼球、吸引其注意力，微電影在闡述同一事物時往往會從多個不同的角度進行，其內容與表達形式相對較為豐富，藉此來吸引大眾的觀看欲望，使閱聽人在具敘事性情境中產生情感共鳴，也因此擁有了更為廣泛的宣傳意義。

（二）傳播範圍廣

由於微電影是基於新媒體語境下發展而成的，與傳統宣傳文本的傳播途徑不同的是，微電影是透過新媒體平台進行傳播，因此其傳播速度較快，且傳播範圍相對較為廣泛。

綜合上述特點，藉網路及微電影等新興途徑建立創新宣傳模式，已成為中共當局推進習近平時期的重要宣傳主力，重點至於將宣傳思想工作的內容轉為增強對人民的注意力和感召力，讓人民群眾喜愛聽、想去看，潛

移默化致產生共鳴。基於此，宣傳手段及內容的革新已經成為中共緊握政治意識形態的一項重要課題。

參、圖像設計對於習宣傳圖像意識之用意

一、主題釋義

一幅好的宣傳作品，依循的是以圖形語言闡述內涵，而不是利用文字進行註釋。在習近平主政下的宣傳策略，其深知圖像設計是宣傳產物設計中重要的組成部分，因此在視覺化處理手法上透過含蓄、隱喻的手段藉引伸各種社會現象，或是弘揚優良事蹟成為典範，從而引起人們的聯想和反思，使作品與閱聽人相互溝通，產生共鳴；其中如微電影《我和我的祖國》片段中，畫面裡多次伴隨著小人物的視角將閱聽人帶入他們的人生片段，從大眾與影片中的主角一同感受中共歷年來重大要事，激發對國家情感的共鳴點，其跳脫千篇一律的說教形式脫穎而出，使閱聽人眼前為之一亮，透過視覺語言的形式讓我們在接收訊息，同時可以引起閱聽人內心的認同感。

二、視覺及符號語言

宣傳海報作為一種觀看的視覺藝術，其價值的發揮即在於觀看傳播的過程及其本身的價值呈現，因此具象徵性的表徵意義圖像及符號成為中共

宣傳文本上不可分割的模式；例如，旗幟的視覺及符號意義是力量、勝利、號召力，而在「中國夢」及核心社會主義價值觀的題材宣傳海報中經常會看到五星紅旗、黨旗等圖案，透過這類型的符號所衍生的心理感受，來暗示和渲染整個畫面黨國的氛圍，以此來宣傳政治意識。

三、核心價值

不同的時代擁有不同的文化內涵，各文化又蘊藏於多樣的媒介之中；而作為文化傳播媒介的宣傳圖像，是在特定的時期和社會環境中產生的，承載著相應的視覺表徵與社會文化訊息，鐫刻著時代的烙印、反映著當時特定的時代風貌。中共利用宣傳海報記錄歷史與社會人文的特性，於當代宣傳題材上加入中華民族過往艱辛歷程的元素，以「夢」的形式闡述中國未來發展的藍圖，使能認識歷史或喚醒過去的記憶，達到傳播與教育人愛國的目的，藉此促進人民團結與社會公益，以維護黨國利益，其依舊離不開藝術為政治服務的最終手段。

第二節 研究建議

本次研究中所擷取分析的各式宣傳圖像文本數量，時間軸上已橫跨中共建政後至習近平主政，題材及樣本數量雖近百張，惟對於中共所發行之宣傳海報、圖像及電影等宣傳產物因涵蓋面甚大，僅從各時期歷史時間軸

的推演從中選取軍事性質較高的主流樣本，因此在樣本數量中仍是滄海一粟，其餘領域的窺探則有待個別研究。

面對中共截然不同的黨國體系，政治的框架限縮了文藝的方向，即為政治服務，宣傳圖像雖然是被視為政治的附庸，但經過圖像學及社會背景的觀點一一進行剖析，會發現其藝術價值亦不亞於功能性質，貢獻不容被抹煞；在此之前，我國有關中共軍事領域多應用於武器裝備、科技研發的層面上，然對於宣傳政策下的軍事圖像分析，此一領域的相關學者仍占少數，故本研究屬於初探性之分析，希望未來能以多方不同角度對中共宣傳圖像進行更深入的闡釋，在宣傳這塊領域藉敵之師，提供我國國防文宣政策上與作為上的參考運用。





參考文獻

壹、中文部分

一、專書

人民文學出版社編輯部，1959。《蘇聯文學藝術問題》。北京市：人民文學出版社。

人民出版社編輯部，1995。《列寧選集第一卷》。北京市：人民出版社。

人民出版社編輯部，1995。《馬克思恩格斯選集第一卷》。北京市：人民出版社。

中共中央文獻研究室編，1996。《建國以來毛澤東文稿》。北京市：中央文獻出版社。

中共中央文獻研究室編輯，2007。《中國共產黨第十七次全國代表大會黨彙編》。北京市：人民出版社。

中共中央宣傳部理論局，2013。《「中國夢」——闡釋「中國夢」文章編選》。北京市：學習出版社。

支紹曾，2000。《戰後世界局部戰爭史教程》。北京市：軍事科學出版社。

毛澤東，1953。《毛澤東選集第三卷》。北京市：人民出版社。

毛澤東，1953。《毛澤東選集第三卷》。北京市：人民出版社。

毛澤東，1966。《毛澤東論文藝》。北京市：人民文學出版社。

毛澤東，1967。《新民主主義論》。北京市：人民出版社。

毛澤東，1991。《毛澤東選集第四卷》。北京市：人民出版社。

毛澤東，1999。《毛澤東文集第七卷》。北京市：人民出版社。

毛澤東，1999。《毛澤東文集第六卷》。北京市：人民出版社。

朱宏源，1999。《撰寫博碩士論文實戰手冊》。新北市：正中書局股份有限公司。

江澤民，2010。《江澤民思想 編。1989—2008》。北京市：中央文獻出版社。第 483-484 頁。

余敏玲，2015。《形塑「新人」 中共宣傳與蘇聯經驗》。臺北市：中研院近史所頁 1-2。

吳 琦，2011。《意識形態與國家安全》。武漢市：華中師範大學出版社。

吳詠梅、李培德，2014。《圖像與商業文化》。香港：香港大學。

李亞明，2017。《中共解放軍概論》。台北市：國防大學政治作戰學院。

李松林，2012。《中共和平解決台灣問題的歷史考察》。北京市：九州出版社。

杜聖聰，2008。《兩岸真相密碼——中共對台宣傳的政策、作為與途徑》。臺北市：秀威資訊出版。

洪長泰，2003。《新文化史與中國政治》。臺北市：一方出版有限公司。

唐紹華，1981。《中共文藝統戰回顧》。臺北市：文壇雜誌社。

孫成木，1995。《俄羅斯文化 1000 》。臺北市：東方出版社。

- 孫夢英，2018。《招貼畫》。北京市：三聯韜奮書店。
- 徐 瑜，1986。《中共文藝政策析論》。臺北市：中國文化大學。
- 張志安，2016。《新媒體與輿論：十二個關鍵問題》。北京市：中國傳媒大學出版社頁 23-58。
- 習近平，2014。《習近平談治國理政》。北京市：外文出版社。
- 習近平，2017。《習近平談治國理政：第 2 卷》。北京市：外文出版社。
- 郭沫若，1950。《為建設新中國的人民文藝而奮鬥——在中華全國文學藝術工作者代表大會上的總報告》。北京市：新華出版。
- 陳 凌，2005。《說服傳播：過程與實踐》。臺北市：五男圖書出版。
- 陳煙橋，1938。《抗戰宣傳畫》。廣州：黎明書局。
- 陳懷恩，2008。《圖像學：視覺藝術的意義與解釋》。臺北市：如果出版社。
- 陳鐵民，1991。《社會發展理論模式研究：兼論鄧小平現代化理論》。廈門：廈門大學出版。
- 黃開發，2007。《文學之用：從啓蒙到革命》。臺北市：秀威資訊。
- 楊 柄，1982。《馬克思恩格斯論文藝與美學》。北京市：文化藝術出版社。
- 當代中國海軍編輯委員會，1986。《當代中國海軍》。北京市：當代中國海軍編輯委員會。

葉水夫，1994。《蘇聯文學史》。北京市：中國社會科學出版社。

董雪蓮，2016。《招貼設計》。北京市：中國輕工業出版社。

蒙 慧，2017。《中華民族偉大復興的「中國夢」》。北京市：人民出版社。

趙 凱，2016。《馬克思主義文藝理論中國畫論綱》。合肥：安徽文藝出版社。

趙子豪、徐宗懋，2017。《十月革命：宣傳畫與國際報導精選輯》。臺北市：商業周刊出版。

劉洪濤，2010。《二十世紀中國文學的世界視野》。臺北市：秀威資訊。

鄧小平，1993。《鄧小平文選第三卷》。北京市：人民出版社。

鄧小平，1994。《鄧小平文選》。北京市：人民出版社。

鄧小平，1994。《鄧小平文選第二卷》。北京市：人民出版社。

鄭貞銘，2014。《傳播大師》。臺北市：台灣商務。

謝武軍，2006。《江澤民文化建設思想初探》。北京市：中央黨校出版社。

National Defense University

二、專書譯著

Adolphe Taine, Hippolyte 著，傅雷譯，2017年。《藝術哲學》(*Philosophie de l'art*)。合肥：安徽文藝出版社。

Aleander, Victoria D. 著，張正霖、陳巨擘譯，2006年。《藝術社會學：精緻

與通俗形式之探索》(*Sociology of the Arts: Exploring fine and popular forms*)。臺北市：巨流圖書。

Holsti, K. J. 著，李偉成、譚溯澄譯，1991 年。《國際政治分析架構》(*International Politics, A Framework for Analysis*)。臺北市：幼獅文化。

Neuman, W. Lawrence 著，朱柔若譯，2000 年。《社會研究方法—質化與量化取向》(*Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*)。新北市：揚智。

Pater, Ruben 著，蔡伊斐譯，2017 年。《設計政治學》(*The Politics of Design*)。臺北市：麥浩斯出版。

Severin, Werner J., Tankard Jr., James W. 著，羅世宏譯，2000 年。《傳播理論：起源、方法與應用》(*Communication Theories-Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*)。臺北市：五南圖書。

三、期刊論文

亢 康，2014/7。〈社會主義現實主義的源流和範圍〉，《公共藝術》，第 2 期，頁 24-31。

孔凡義，2005/10。〈中國的革命與現代化〉，《二十一世紀》網路版，第 43 期，頁 1-11。

王 永，2011/1。〈構成主義藝術的象徵——塔特林與第三國際紀念碑〉，

- 《美術大觀》，第 1 期，頁 108-109。
- 王永，2012/1。〈一場政治與藝術的博弈——蘇聯社會主義現實主義美術回眸〉，《俄羅斯文藝》，第 1 期，頁 149-155。
- 王志豪、陳錦斌，2017/10。〈淺談招貼設計色彩應用心理〉，《藝術科技》，第 6 期，頁 273。
- 吳迪，2005/1。〈腳手架後面的真實：社會主義現實主義〉，《電影藝術》，第 1 期，頁 44-50。
- 吳楠，2019/7。〈新媒體語境下的中國軍人媒介形象構建研究——以微博「央廣軍事」為例〉，《新媒體研究》，第 9 期，頁 48-52。
- 吳振岳，2001/12。〈試析潘諾夫斯基之圖像學研究法及其在藝術鑑賞之功能〉，《大葉學報》，第 10 卷第 2 期，頁 73-74。
- 吳學夫、黃升民，2011/7。〈大國圖騰：承載六十年國家理想的公共圖像〉，《現代傳播》，第 8 期，頁 1-8。
- 李斌，2019/5。〈毛澤東提出「東風壓倒西風」的緣由及戰略思考〉，《湘潭大學學報》，第 3 期，頁 1-7。
- 李志堯，〈中共發動「懲越戰爭」戰略作為之研析〉，《國防雜誌》，第 1 期，2007/2。頁 46-54。
- 李萬萬，2009/8。〈宣傳的藝術——新中國宣傳畫發展研究〉，《中國美術館》，第 8 期，頁 58-62。

- 沈壯海，〈社會主義核心價值觀研究的幾點思考〉，《學校黨建與思想教育》，第9期，2015年5月，頁4-7。
- 沈明室，2003/8。〈共軍對「三個代表」思想的實踐與影響〉，《展望與探索》，第1卷第8期，頁43-57。
- 邢 瑋，2010/7。〈招貼畫的信息傳達和色彩運用〉，《電大理工》，第4期，頁77-78。
- 周白韜，2015/12。〈中國宣傳畫的發展及藝術特徵〉，《大眾文藝》，第23期，頁108。
- 周曉風，2003/3。《當代意識形態與新中國文藝政策》，《文藝研究》，第2期，頁31-38。
- 宗夢帆，2010/12。〈海報設計中的色彩運用〉，《大舞臺》，第4期，頁87-93。
- 林祐蕓，2014/3。〈創新與持續：論中共建設「社會主義精神文明」的宣傳機制〉，《展望與探索》，第12卷第3期，頁54-75。
- 姜新立，2018/11。〈中國大陸改革開放40年評析〉，《展望與探索》，第16卷第11期，頁1-8。
- 姜蘭花，2009/3。〈視覺與說服的統一體——中國政治宣傳畫傳播藝術論〉，《東南傳播》，第3期，頁119-121。
- 建 庵，1950/3。〈一九五〇年年畫工作的幾項統計〉，《人民美術》，第6

期，頁 52-53。

洪敬富、司昕山，2016/3。〈當中國夢遇見網際網路：一種創新宣傳模式的升起？〉，《中國大陸研究》，第 59 卷第 1 期，頁 31-74。

范明強，1999/11。〈試論紅衛兵運動產生和發展的原因〉，《黑龍江省社會主義學院學報》，第 4 期，頁 41-43。

孫浩寧，2013/7。〈雙重的「真實」——宣傳畫中繪畫的攝影性與攝影的繪畫性轉換〉，《藝術研究》，第 1 期，頁 22-23。

徐 碩，2016/9。〈意識形態、文藝、宣傳與百姓生活〉，《聲屏世界》，第 9 期，頁 53-54。

高素蘭，2004/9。〈中共對臺政策的歷史演變（1949-2000）〉，《國史館學術集刊》，第 4 期，頁 180-228。

張 乾，2019/4。〈字體設計在招貼設計中的運用〉，《大觀》，第 4 期，頁 75-76。

張明睿，2017/6。〈強軍夢——中國軍事現代化的進程與意涵〉，《台灣國際研究季刊》，第 13 卷第 2 期，頁 137-163。

張若滢，2013/7。〈論招貼設計中的排版藝術〉，《包裝工程》，第 34 期，頁 95-97、112。

張裕亮，2007/12。〈從紅色經典到愛國主義商品：大陸主旋律電視劇文本意義的變遷〉，《中國大陸研究》，第 4 期，頁 1-29。

- 張學忠，2011/3。〈構建新世界的藝術——構成主義藝術〉，《雕塑》，第2期，頁62-63。
- 盛 鎧，1998/10。〈阿圖塞論藝術與意識形態〉，《議藝份子》，第1期，頁151-157。
- 章旦隆，2011/5。〈中共積極參與聯合國維和行動探討〉，《展望與探索》，第9卷第5期，頁83-100。
- 莊水平、張琪閔，2016/。〈由中共近代領導人淺析建軍備戰深化之研究〉，《海軍學術雙月刊》，第50卷第5期，頁97-120。
- 許詩謠，2019/9。〈繁體字在平面設計中的表達〉，《藝海》，第7期，頁92-94。
- 陳 放，2018/3。〈淺析招貼設計在新媒體時代的發展趨勢〉，《視覺與設計》，第145期，頁114-115。
- 陳保紅，2015/3。〈毛澤東時代海報設計研究〉，《湖南科技大學學報(社會科學版)》，第2期，頁17-22。
- 陳奎霖，2018/5。〈抗戰宣傳畫的圖像特色研究〉，《美術界》，第5期，頁90-91。
- 費文明，2013/5。〈新中國宣傳畫敘事策略研究〉，《美術學研究》，第3期，頁50-74。
- 黃淑芳，2005/12。〈毛澤東的文藝思想與中共文藝政策——《延安文藝座談

- 會講話》的影響》，《通識研究集刊》，第 8 期，頁 171-196。
- 楊先藝，2013/7。〈設計史中視覺圖像的政治力量傳播〉，《藝術百家》，第 7 期，頁 137-144。
- 楊安東，2009/10。〈藝文政策與 1930 年代蘇聯社會寫實主義〉，《藝術論文集刊》，第 13 期，頁 21-47。
- 督忠躍，2019/10。〈核心價值觀的視覺踐行者——新媒體視域下的「中國夢」系列宣傳畫傳播研究〉，《科技傳播》，第 17 期，頁 187-190。
- 董慧明，〈中共軍事媒體外宣傳策略之研究〉，《復興崗學報》，第 113 期，2018/。頁 12。
- 趙文慧，2016/12。〈論析招貼畫的設計要素〉，《藝術百家》，第 1 期，頁 145-146。
- 蔡 綺，2008/11。〈美國二戰宣傳海報中的戰爭圖像符號研究〉，《商業設計學報》，第 12 期，頁 97-116
- 鮑仕蓮，2017/10。〈文字在招貼設計中的運用研究〉，《藝術科技》，第 4 期，頁 242。
- 謝游麟、何培菘，2016/2。〈中共海軍亞丁灣護航行動 6 週年之回顧與啟示〉，《海軍學術雙月刊》，第 50 卷第 1 期，頁 112-124。
- 謝遊麟，2017/6。〈中共海軍戰略轉型之意涵與影響〉，《海軍學術雙月刊》，第 3 期，頁 33-48。

魏 軍，2019/7。〈新媒體語境下微電影的藝術手段分析〉，《傳媒論壇》，第 8 期，頁 148-149。

蘇米、方李，2009/4。〈新中國宣傳畫藝術的興起與嬗變〉，《江西社會科學》，第 4 期，頁 149-151。

龔天宇，2010/7。〈如何塑造新時代中國軍隊新形象〉，《青年記者》，第 29 期，頁 30-31。

四、學位論文

肖 滢，2014。《淺析新中國到「文革時期」的宣傳畫及其對中國當代藝術的影響》。西安市：西安美術學院碩士論文。

張軍令，2018。《當代中國宣傳畫圖式研究》。淮北市：淮北師範大學碩士論文。

游國良，2006。《1969 年中蘇邊界衝突之研究》。臺北市：國立淡江大學俄羅斯研究所碩士論文。

黃淑榕，2011。《毛澤東形象之建構》。臺北市：國立政治大學東亞研究所碩士論文。

敬永生，2004。《胡溫體制下中共軍事現代化之研究》。臺北市：國立政治大學外交學系戰略與國際事務碩士在職專班碩士論文。

葉琍炫，2013。《毛澤東時期軍隊宣傳畫之研究——圖像學及藝術社會學

分析》。臺北市：國防大學政治作戰學院政治學系中共解放軍研究碩士班論文。

蔣雲倩，2015。《中國宣傳畫（1949～2008）圖像符號分析》。臺北市：國立政治大學傳播學院廣告學系碩士論文。

費文明，2012年。《新中國宣傳畫創作研究》。南京市：南京藝術學院美術學博士論文。

魯寧，2017年。《建國十七年宣傳畫研究》。北京市：中央美術學院美術學博士論文。

五、研討會論文

林祐蕓，2010/12/18。〈胡錦濤的「和諧社會」理論與中共改革開放政策〉，2010中國研究年會：「從轉型到轉向：中國研究的比較觀點」研討會。臺北市：中國研究年會籌備小組、政治大學東亞研究所，頁1-35。

費文明，2011年10月29日。〈新中國宣傳畫敘事策略研究〉，「特殊與一般——美術史論中的個案與問題」第五屆全國高校美術史學年會。南京市：南京藝術學院，頁190-207。

六、報紙

1958/1/1。〈乘風破浪〉，《人民日報》，版1。

1958/5/29。〈把總路線的紅旗插遍全國〉，《人民日報》，版 1。

1966/6/1。〈橫掃一切牛鬼蛇神〉，《人民日報》，版 1。

1966/6/27。〈一定要把五星紅旗插到台灣省〉，《人民日報》，版 1。

1981/10/1。〈關於臺灣回歸祖國實施和平統一的方針政策〉，《人民日報》，
版 1。

2008/6/21。〈胡錦濤在人民日報社考察工作時的講話〉，《人民日報》，版
4。

2013/8/20。〈習近平在全國宣傳思想工作會議上發表重要講話〉，《人民日
報》，版 1。

2013/8/21。〈胸懷大局把握大勢著眼大事 努力把宣傳思想工作做得更
好〉，《人民日報》，版 1。

2017/12/24。〈關於培育和踐行社會主義核心價值觀的意見〉，《人民日
報》，版 1。

七、網際網路

人民網，1950/11/24。〈伍修權在聯合國控訴美國侵略罪行〉，《人民網》，
<<http://www.people.com.cn/BIG5/historic/1124/3990.html>>

人民網，2000/12/29。〈正義壯舉 歷史豐碑：抗美援朝 50 周年〉，《人民
網》，<<http://www.china.com.cn/policy/txt/2007->

03/13/content_7950252.htm>

人民網，2001/11/21。〈三通四流〉，《人民網名詞解釋》，

<<http://tw.people.com.cn/BIG5/14864/14920/860184.html>>

人民網，2001/6/8。〈中共黨史上的 80 句口號：一定要解放台灣〉，《人民網》，

<<http://www.people.com.cn/BIG5/shizheng/252/5303/5304/20010608/484737.html>>

人民網，2002/4/22。〈五講、四美、三熱愛〉，《人民網》，

<<http://www.people.com.cn/BIG5/shizheng/252/7955/7958/20020422/714341.html>>

人民網，2013/8/21。〈習近平：胸懷大局把握大勢著眼大事 努力把宣傳思想工作做得更好〉，《人民網》，

<<http://cpc.people.com.cn/n/2013/0821/c64094-22636876.html>>。

人民網。〈毛澤東提出「百花齊放」「百家爭鳴」方針〉，《中國共產黨新聞網》，<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/33837/2534760.html>>

中共中央印發中國共產黨宣傳工作條例，2019/09/01。《人民網》，

<<http://politics.people.com.cn/BIG5/n1/2019/0901/c1001-31329645.html>>。

中共全國人大常委會，2006/2/28。〈全國人大常委會《告台灣同胞書》

(1979年1月1日)〉，《中華人民共和國中央人民政府》，

<<http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/test/2006->

02/28/content_213298.htm>

中國中央電視台，2002/7/25。〈江澤民總書記關於軍隊建設「五句話」的總要求〉，《當代世界軍事與中國國防》，

<<http://www.cctv.com/lm/655/41/38989.html>>

中國互聯網絡信息中心，2019/2/28。〈第43次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉，《中國互聯網絡信息中心》，

<https://www.cnnic.net.cn/gywm/xwzx/rdxw/20172017_7056/201902/t20190228_70643.htm>

中華人民共和國國務院，《關於實施中華優秀傳統文化傳承發展工程的意見》，《中華人民共和國國務院新聞辦公室》，

<<http://www.scio.gov.cn/xwfbh/xwfbh/wqfbh/37601/38768/xgzc38774/Document/1634775/1634775.htm>>

中華人民共和國國務院，2006/3/22。〈國務院關於公佈漢字簡化方案的決議（1956年）〉，《中華人民共和國教育部》，

<http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/xwfbh/moe_2128/moe_2326/moe_1144/tnull_14350.html>

中華人民共和國國務院新聞辦公室，1993。《台灣問題與中國的統一白皮書》，北京市：中華人民共和國國務院，《中華人民共和國國務院新聞辦公室》，<<http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/1993/Document/308013/308013.htm>>

中華人民共和國國務院新聞辦公室，2000/2。《一個中國的原則與台灣問題白皮書》。北京市：中華人民共和國國務院，《中華人民共和國國務院

新聞辦公室》，

<<http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2000/Document/307945/307945.htm>>

中華人民共和國國務院新聞辦公室，2006/12。《2006年中國的國防白皮

書》。北京市：中華人民共和國國務院，《中華人民共和國國防部》，

<http://www.mod.gov.cn/affair/2011-01/06/content_4249948_2.htm>

中華民國總統府。〈國家象徵〉，《中華民國總統府》，

<<https://www.president.gov.tw/Page/98>>

王香平，2015/2/26。〈中國夢：當代中國的最大公約數〉，《中共中央黨史

和文獻研究院》，

<[http://www.dswxyjy.org.cn/BIG5/n1/2019/0228/c423964-](http://www.dswxyjy.org.cn/BIG5/n1/2019/0228/c423964-30932028.html)

[30932028.html](http://www.dswxyjy.org.cn/BIG5/n1/2019/0228/c423964-30932028.html)>

包淳亮，2002/3/7。〈中共「三個代表」理論的提出背景與其影響〉，

《PChome 個人新聞台》，

<<http://mypaper.pchome.com.tw/sol/post/662645>>

任衛東。〈共產黨宣言〉，《中文馬克思主義文庫》，

<<https://www.marxists.org/chinese/marx/01.htm>>

江澤民，2000/5/22。〈為促進祖國統一大業的完成而繼續奮鬥（一九九五

年一月三十日）〉，《人民網》，

<<http://www.peopledaily.com.cn/GB/channel1/14/20000522/72538.html>>

吳國慶，2014/1/2。〈新媒體對軍事信息傳播的影響〉，《軍事記者》，

<http://www.chinamil.com.cn/jkhc/2014-01/02/content_5716429.htm>

- 肖 牧，2017/6/3。〈中國富有政治內涵的「紅領巾」是什麼？怎麼來的？〉，《微信上的中國》，<<https://chinaqna.com/a/12132>>
- 季 明，2007/11/6。〈鄧小平新時期軍隊建設思想的基本內容〉，《中國共產黨新聞》，
<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/64162/64172/85037/85041/6488821.html>>
- 洪向華、肖純柏，2014/6/6。〈沒有文化的弘揚和繁榮就沒有中國夢的實現〉，《人民網》，<<http://theory.people.com.cn/n/2014/0606/c40531-25111284.html>>
- 胡耀邦，2005/2/7。〈全面開創社會主義現代化建設的新局面—在中國共產黨第十二次全國代表大會上的報告（1982/9/1日）〉，《新華網》，
<http://news.xinhuanet.com/ziliao/2005-02/07/content_2558863.htm>
- 師 霞。〈鄧小平是怎樣闡述「四項基本原則」的？〉，《中國共產黨新聞網》，<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/64156/64157/4418442.html>>
- 張效廉，2018/10/31。〈堅持以人民為中心的創作導向〉，《求是網》，
<http://www.qstheory.cn/dukan/qs/2018-10/31/c_1123632620.htm>
- 章立凡，2014/11/5。〈歷史輪迴：兩個文藝座談會〉，《紐約時報中文網》，
<<https://cn.nytimes.com/china/20141105/cc05zhanglifan/zh-hant/>>
- 習近平，2015/10/15。〈習近平在文藝工作座談會上的講話〉，《人民網》，
<<http://cpc.people.com.cn/n/2015/1015/c64094-27699249.html>>
- 習近平，2017/10/27。〈決勝全面建成小康社會 奪取新時代中國特色社會

- 主義偉大勝利——在中國共產黨第十九次全國代表大會上的報告》，
《新時代：中國共產黨第十九次全國代表大會》，
<<http://cpc.people.com.cn/19th/n1/2017/1027/c414395-29613458.html>>
習近平，2017/8/2。〈慶祝中國人民解放軍建軍 90 周年大會上的講話〉，
《人民網》，<<http://cpc.people.com.cn/n1/2017/0802/c64094-29443168.html>>
陳履生，2000/9/28。〈新年畫與新年畫創作運動傳統與《講話》精神〉，
《新中國美術史》，
<<http://www.cnarts.net/cweb/Exhibition/show/newchina/meishu/3-2.asp#>>
程宏毅、姜萍萍，2019/3/4。〈習近平看望參加政協會議的文藝界社科界委員〉，《人民網》，<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/n1/2019/0304/c64094-30957098.html>>
賀吉元。〈三面紅旗出台的內幕揭秘〉，《中國共產黨新聞網》，
<<http://cpc.people.com.cn/BIG5/64162/64172/85037/85039/6894920.html>>
暗號設計，2012/6/26。〈電影海報中的字體設計〉，《設計觀點》，
<<http://www.onhoo.com/xinshang/519.html>>
溫會兵，2009/3/12。〈胡錦濤在解放軍代表團全體會議上強調全面提高履行新世紀新階段我軍歷史使命能力〉，《中國人大網》，
<http://www.npc.gov.cn/zgrdw/huiyi/dbdh/11_2/2009-03/12/content_1491127.htm>
趙 雯，2019/1/25。〈關於媒體融合，看總書記的重要指示〉，《求是網》，

<http://www.qstheory.cn/zhuanku/2019-01/25/c_1124044891.htm>

趙紫陽，2001/4/30。〈沿著有中國特色的社會主義道路前進——在中國共產黨第十三次全國代表大會上的報告（一九八七年十月二十五日）〉，《人民網》，

<<http://www.people.com.cn/BIG5/shizheng/252/5089/5105/20010430/456409.html>>

錢江，2012/3/7。〈「放衛星」中的《人民日報》〉，《人民網》，

<<http://media.people.com.cn/GB/192301/192377/192679/17321108.html>>

蘇向東，2007/3/13。〈胡錦濤強調推動部隊建設 為構建和諧社會貢獻力量〉，《中國網》，<http://www.china.com.cn/policy/txt/2007-03/13/content_7950252.htm>

蘇紹智，1998。〈社會主義初級階段論評析〉，《當代中國研究》，第4期，<<https://www.modernchinastudies.org/us/issues/past-issues/63-mcs-1998-issue-4/464-2011-12-29-18-13-29.html>>。

騰訊科技，2019/1/10。〈2018 微信數據報告〉，《微信》，

<<https://support.weixin.qq.com/cgi-bin/mmsupport-bin/getopendays>>

貳、英文部分

一、專書

Andrews, Julia F., 1994. *Painters and Politics in the People's Republic of China, 1949-1979*. Berkeley: University of California Press.

- Bonnell, Victoria E., 1997. *Iconography of Power: Soviet Political Posters under Lenin and Stalin*. University of California Press.
- Hobsbawm, Eric, Ranger, Terence, 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lasswell, Harold D., 1927. *Propaganda Technique in the World War*. Chicago: The University of Chicago.
- MacFarquhar, Roderick, Schoenhals, Michael, 2008. *Mao's last revolution*. Cambridge, etc.: The Belknap Press of Harvard University Press.
- McClung Lee, Alfred, Briant Lee, Elizabeth, 1939. *The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Schurmann, Franz, 1934. *Ideology and Organization in Communist China*. California: University of California Press.
- Williams, Raymond, 1961. *The Long Revolutions*. London: Chatto & Windus.

二、期刊論文

- Landsberger, Stefan R., 1994/3. "The Future Visualized: Chinese Propaganda Art in the Modernization Era," *China Information*, Vol. 8, No. 4, p. 16.

三、網際網路

- Mendell, Pierre, 2004/6/30. "Pierre Mendell", DNP Foundation for Culture Promotion,
<http://www.dnp.co.jp/gallery/ddd_e/exhibition/d131/index.html>