

《毛澤東語錄》 在日本的傳播初探

• 曹嗣衡

摘要：《毛澤東語錄》象徵着毛澤東思想，是文化大革命中平民與紅衛兵都手執一本的小書。其海外傳播亦盛，特別在日本，《毛語錄》日譯本版本之多，是《毛語錄》海外傳播的一大特徵，當中不僅有中國官方的譯本，也有日本本土多種譯本，曾引起搶購，形成熱潮。除市面發行出版這一恆常渠道外，《毛語錄》在日本傳播的方法有公開的，亦有地下的；有具體的，也有無形的。日本社會本身對《毛語錄》具有需求：一般人透過《毛語錄》了解中國以至日本社會本身，商人去政治化地視《毛語錄》為工具書。本文考察了1966年末至1972年間《毛語錄》在日本傳播的軌迹，指出《毛語錄》在日本形成熱潮的原因，不只是在於中國意識形態的主動輸出，更是日本民間積極接受、主動傳播的結果。

關鍵詞：《毛澤東語錄》 毛澤東思想 日本新左翼 文化大革命 中日關係

一 導論

《毛澤東語錄》(初名《毛主席語錄》，以下簡稱《毛語錄》)於1964年在中國編印成書，最初只在軍隊內部發行，後於1966年末正式公開出版，一直到1979年初停止發行。《毛語錄》在中國掀起的熱潮正值文化大革命(1966-1976)的十年之間，是紅衛兵必備的鬥爭工具。就在《毛語錄》正式發行之際，一海之隔的日本幾乎在同一時間引入，陸續發行了多種《毛語錄》日譯本，受到日本讀者追捧，形成一陣熱潮。民間亦有宣揚及學習毛澤東思想的組織，如1968年在大阪成立的毛澤東思想學院舉行「講習會」，學習馬克思列寧主義、毛澤東思想^①。1960年代起，日本各大學不斷出現學生運動，學生反對日本共產黨(日共)放棄武裝鬥爭的議會路線，隨之分裂出為數眾多的新左翼組織。但新左翼各種血腥內鬥，加之1972年2月末聯合赤軍在淺間山莊脅持人

* 非常感謝匿名評審與編輯的詳細審閱與修改建議，謹表謝忱。

質和與警方駁火（「淺間山莊事件」）的暴行，被電視直播聲色俱備地暴露在日本人眼前，「新左翼」、「革命」、「社會主義」自此名譽掃地^②。各種新左翼運動及組織盛行乃至愈加激進之時與文革時期吻合。《毛語錄》在日本流行的情況，與日本政治環境、社會狀況，關係可謂相當密切。

毛澤東作為一位卡里斯瑪型領袖，與之相關的歷史研究、人物研究、文學研究可謂不計其數，關於毛澤東思想的海外傳播亦有相當豐碩的研究成果，如藍詩玲（Julia Lovell）《毛主席：一部全球史》（*Maoism: A Global History*）展示毛澤東思想（或毛澤東主義）如何在歐美、南美洲、非洲、印尼、印度等地，或於過去、或於目前持續發揮影響力^③；程映虹《毛主席革命：二十世紀的中國與世界》探討了毛澤東思想對新加坡左翼運動，以及古巴、越南等國的影響^④。也有一些著作深入探討毛澤東思想對某一地域的影響，如沃林（Richard Wolin）《東風：法國知識份子與20世紀60年代的遺產》（*The Wind from the East: French Intellectuals, the Cultural Revolution, and the Legacy of the 1960s*）分析當時法國的知識份子如何受毛澤東思想影響，藉此推動法國的政治進程^⑤；還有不少地域性的研究，囊括美國、西德等地，在此不贅。

相比之下，關於《毛語錄》海外傳播的相關研究較少。上引程映虹著作的日譯本中有一章論及《毛語錄》的世界傳播，略述《毛語錄》對坦桑尼亞、阿爾巴尼亞、印度、西歐，以及美國黑人解放運動的影響^⑥，其基本觀點來自庫克（Alexander C. Cook）編《毛澤東的小紅書：一部全球史》（*Mao's Little Red Book: A Global History*）。該書是極少數以《毛語錄》為主軸的論文集，不少文章討論了作為毛澤東思想實體象徵的《毛語錄》如何在世界各地產生影響力^⑦。當然，有論者以日本為中心，分析文革對日本的衝擊，以及日本人理解文革的方法^⑧，但上著以全球史角度分析毛澤東思想或《毛語錄》海外傳播時，都幾乎沒有提及日本。

事實上，社會制度未必與《毛語錄》傳播的順利與否有直接關係，它在奉行資本主義的意大利、西德和法國頗受矚目，反而在奉行社會主義的南斯拉夫不怎麼受歡迎^⑨。日本與中國的地理接近，雙方語言隔閡較少，可以想像《毛語錄》在日本的傳播比其他國家相對容易。但《毛語錄》在世界各地的傳播常遇上翻譯困難。例如東非沒有老虎，非洲的史瓦希利語中沒有「老虎」一詞，所以《毛語錄》反覆提起的「紙老虎」（paper tiger）在史瓦希利語譯本中被翻譯成「紙豹」（paper leopards）^⑩。

此外，日本人有讀《毛語錄》的需求。1960年代末日本從戰後的頹垣敗瓦中翻身，成為經濟大國。但在經濟高速增長的日本仍有相當多社會陰暗面，例如在熊本、新潟的水俣病等公害問題；東京山谷地區、大阪釜崎地區的貧窮問題；越戰爆發，日本作為美軍「特需」基地，使戰後「被教授反戰和平與平等理念」的年輕一代充滿罪惡感和加害者意識^⑪。1960年，岸信介政府強行通過新的《美日安全保障條約》，埋下人們懷疑議會民主制度的種子。張雅晶點出文革爆發給予部分日本人的意義，即「不曾被懷疑過當作價值基準的『現代合理主義』受到質疑，在這種思想背景下，不少人想從『文化大革命』和毛澤東思想中找到新的東西」^⑫。這些人未必對文革有充分了解，也並非完全認同紅衛兵的行為，但文革的出現給予日本年輕一代思考、想像日本何去何從的契

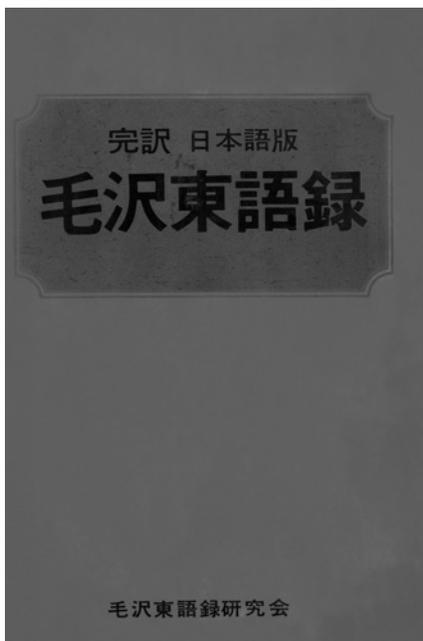
機，在既存制度下尋找新的可能¹³。《毛語錄》遂成為一種理解中國的便宜、便捷工具。

鑒於《毛語錄》與日本關係的研究相當匱乏，本文將就《毛語錄》在日本的傳播作一初步考察。本文以1960、70年代中日報章、《毛語錄》日譯本（包括中國官譯本及日本本地譯本）及其他日語文獻等原始資料為基礎，探討1966年末至1972年間《毛語錄》在日本傳播的軌迹，以了解《毛語錄》在日本的翻譯、銷售情況，讀者接受，傳播方法和目的，以及其在日本傳播的推動力，指出輕巧易讀的《毛語錄》作為體現毛澤東思想的實物，之所以能在日本一度流行，主因並非只在於中國官方意識形態的主動輸出，而是日本民間對其積極接受與主動傳播。

二 《毛語錄》在日本的傳播概況

1966年10月，中國開始印刷外語版《毛語錄》並對外發行。1967年初，國務院外事辦公室發出通知，說明發行外語版《毛語錄》是「頭等重要的政治任務」，其目的在於「向世界人民宣傳毛澤東思想」¹⁴。文件反映了官方對傳播《毛語錄》的重視與主動性，亦透露出翻譯為《毛語錄》於海外傳播毛澤東思想的最主要手段，日本當然不是例外。

（一）《毛語錄》的日譯本、銷量與讀者



首本在日本公開發售的《毛語錄》是1966年11月1日由社會主義研究所毛澤東語錄研究會翻譯的版本。（圖片來源：社會主義研究所毛澤東語錄研究會譯：《毛澤東語錄》（東京：宮川書房，1966），封面。）

文革首年，《毛語錄》在日本已有即時需求。全球大部分的外語版《毛語錄》皆由中國官方的外文出版社出版，然而首本在日本公開發售的《毛語錄》卻非中國官譯本，而是由日本國內的社會主義研究所毛澤東語錄研究會翻譯、宮川書房出版的版本（以下簡稱「研究會譯本」），該書於1966年11月1日印刷發行¹⁵。雖然在此之前，最遲於同年9月末已有日語版的《毛語錄》出現在北京的酒店、車站¹⁶，但在中國官譯本真正於日本發售（11月19日在名古屋舉行的中國經濟貿易展覽〔以下簡稱「名古屋經貿展」〕）前，已有幾種版本公開發售，引起搶購熱潮。除全文翻譯、節選本之外，還出現掛牆式設計的《毛語錄》¹⁷。值得關注的是，《毛語錄》日譯本是1960年代至70年代中最多翻譯版本的外語版¹⁸。比起大部分國家只有中國官譯本，如西班牙、捷克等，日譯本的出版者、譯者明顯更多元化，既有來自左派、右派的學者，又有與政黨關係密切的研究會（下詳），亦有記者涉及《毛語錄》的出版¹⁹（表1），這種多元化的翻譯情況於《毛語錄》的海外傳播上是特別的現象。除了中國官譯本外，1966年在日本發售的多種本地譯本幾乎都在出版後才獲得中國官方事後同意翻譯²⁰。

表1 《毛語錄》日譯本出版情況

譯者	書名	出版資料及在日本公開發售日期	尺寸(厘米)
外文出版社	《毛主席語錄》	外文出版社，1966年11月19日	13×9
社會主義研究所毛澤東語錄研究會	《毛澤東語錄》	宮川書房，1966年11月1日	17×10.5
中島(嶋)嶺雄監修，市村水城譯	《全譯毛澤東語錄》	いずみ書院，1966年11月25日	17×10.5
和田武司、市川宏	《毛澤東語錄》	河出書房新社，1966年12月10日	18.5×11.5
竹內實	《毛澤東語錄：付・奪權鬥爭を論ず》	角川書店，1971年10月25日	14.8×10.5
中嶋嶺雄	《毛澤東語錄》	講談社，1973年6月15日	14.8×10.5
竹內實	《毛澤東語錄》	平凡社，1995年12月15日	16×11

資料來源：筆者整理。

《毛語錄》在1966年末至1967年初在日本的銷量亦可反映它起初的熱賣情況。研究會譯本推出不足十日已三刷發行；《毛語錄》在一個月內成為日本的暢銷書^②。《日本時報》(*The Japan Times*)報導，從1966年11月研究會譯本出版後至1967年1月下旬，各版本的《毛語錄》已售出超過215,000本或更多^③。《讀賣新聞》與中國的《人民日報》則同樣指出，從1966年11月至1967年3月初，《毛語錄》在日本賣了約三十萬冊，中國官方對此十分滿意^④。這些現象證實了當時市場對此書的爆發性需求。

《毛語錄》的銷售具有持久性，直至1972年初在一般讀者中仍有穩定的銷售量(下詳)。《毛語錄》的日譯本種類繁多，其總銷量難有極準確的統計數字。自1967年起，雖然沒有足夠資料證明此後數年各種日譯本的銷售情況，但從兩類情況可得知《毛語錄》有穩定的需求：第一，持續有新的日譯本出版。左派學者竹內實受角川書店邀請，而右派學者中嶋嶺雄受講談社邀請，分別在1971及1973年出版新的日譯本^⑤。兩書的銷售情況已經無從稽考，但在市面上已有各種譯本的情況下再推出新的譯本，出版商必然會考慮其商業價值。可見在多種譯本的競爭之中，當時的日本市場仍可容納新的譯本。第二，全日本大大小小的中國物產展持續銷售《毛語錄》。物產展並不是純粹的商業買賣活動，往往與左翼意識形態緊密聯繫，呼應中日的政治局勢。中日兩國共產黨在1966年上半年正式決裂，不久後文革導致日共內部分裂，連帶與日共關係密切的「日本中國友好協會」亦分裂為親中共及批判中共兩派^⑥，其中親中共、立場鮮明地支持毛澤東與文革的一派以「日本中國友好協會(正統)」為名，積極舉辦各種促進中日關係、反右的活動。該會在日本各地成立分部，

自1967年起頻繁主辦或協辦中國物產展，售賣中國物產，以及與中國、毛澤東、文革有關的書籍，包括《毛語錄》、《毛澤東選集》等，作為宣揚政治主張、招攬會員、增加收入的手段。這些物產展售賣的《毛語錄》是中國官譯本。從該會機關報《日本與中國》關於1968至1971年物產展的零散報導可以推斷，平均每場約有0.6%至1.2%的人購買《毛語錄》，其銷售情況在1972年下半年呈下滑趨勢，平均只有約0.1%的人購買^⑳。

1970年代初中日關係好轉亦有助《毛語錄》的銷情。中美「乒乓外交」以及中日關係轉好，加上1971年3月的乒乓球世界錦標賽剛好在日本名古屋舉行，掀起了新一股「中國熱」。日本的東方書店指出，單在4月已賣出了超過一萬本《毛語錄》，一些書店在一至兩星期內也能賣出四十至五十本^㉑。當時的《日本與中國》也大力打着中日友好、中日復交的旗號進行活動，如上所述，1971年入場中國物產展並購買《毛語錄》的平均比率比往年為高。總的來說，1971年《毛語錄》的銷售速度及爆發力雖比不上文革初期，但仍有一定銷售量。

另外，當時日本民間可能亦有秘密出版《毛語錄》（下詳），使該書在日本的整體銷量難以估計。儘管無法準確掌握《毛語錄》在日本的確實銷量，但從其熱賣現象可見：第一，在中國官方主動輸出意識形態之外，當時的日本人，特別是陷於思想空虛、懷疑現代主義價值的年輕一代，有從了解現代中國、文革、毛澤東思想而思考自身社會的殷切渴求^㉒，《毛語錄》的翻譯與引入可謂順理成章；第二，日本人對《毛語錄》的好奇與接受深受中日關係影響，隨着兩國在1970年代初外交關係改善，日本人對中國事物興趣日生，對中國製產品、食物都產生興趣，亦有助於保持《毛語錄》的銷情。

《毛語錄》的日本讀者涵蓋各階層。若從年齡劃分，包括學生、上班族，有書店指「比起年輕人，有更多中年、老年層」購買《毛語錄》，亦有大學研究室、工會大量購入^㉓。大學生也讀《毛語錄》，在1968至1969年反對東京大學政策的「東大門爭」中，文革標語「造反有理」被掛在校門外，示威學生的頭盔上寫着「毛澤東思想萬歲」。曾參與「東大門爭」的共產主義者同盟ML派（全稱為「日本馬克思·列寧主義者同盟」），是高舉毛澤東思想的新左翼組織；後來的聯合赤軍等激進左翼亦受毛澤東思想影響^㉔。在學術界，左派學者竹內實、右派學者中嶋嶺雄等，皆各自翻譯《毛語錄》並撰寫文章分析加以褒貶，不同觀點的中國研究學者皆積極討論；在政界，主要是左傾政黨及親中派政治人物明顯對《毛語錄》的出版相當熱情，且對其評價極高；至於社經地位較低的勞動階級，在1960至70年代於東京山谷地區、因日僱勞動者的生計問題而引發的連串騷亂中，也舉辦讀《毛語錄》的周會；在金融商業界，不少商業領袖、經濟評論家甚至視《毛語錄》為營商、打「企業戰爭」的秘笈^㉕。

明顯地，日本人閱讀《毛語錄》，不只因為中國官方積極「輸出革命」，當然日本的親中勢力積極與中國唱和，表達政治主張，並身體力行吹捧《毛語錄》，但亦不能忽視日本社會本身對《毛語錄》具有需求。一般人透過《毛語錄》了解中國以至日本社會，也有商人與企業領袖去政治化地視《毛語錄》為工具書，嘗試在企業營商時加入毛澤東思想元素。這種外在與內在的力量，導致日譯本種類之多冠絕所有外語版本，成為《毛語錄》海外傳播的一大特徵。

(二)《毛語錄》的傳播方法

中國官方與日本民間熱切且主動地傳播《毛語錄》，亦體現在多變、複雜的傳播方法之中。除市面發行出版這一恆常渠道外，《毛語錄》在日本傳播的方法有公開的，亦有地下的；有具體的，也有無形的。日本民間亦非被動的接受者，而同樣透過不同方法，積極宣傳《毛語錄》。

如前所述，市面出售與商業貿易活動是《毛語錄》在日本最普遍的傳播手段。早於1966年11月初，《毛語錄》日譯本已在日本書店發售，引起搶購潮，而於同年11月19日開幕、12月11日閉幕，由中國官方主辦、日中友好協會（正統）協辦的名古屋經貿展則是另一引發《毛語錄》熱潮的契機。為期二十二日的名古屋經貿展，發售與中國相關的產品如農產品、工業製品，以及大量毛澤東著作、《毛語錄》、無產階級革命相關著作等。展覽總入場人數約220萬人，銷售額達2億5,000萬日元^②。《毛語錄》是當中銷量最佳的產品之一，並獲中日兩國的媒體爭相報導。中國相當重視這場經貿展，並不視之為純粹的商業貿易活動，而聚焦在它的政治宣傳作用。曾任中國外交官、協助廖承志處理對日半官方業務的蕭向前在展覽開幕前表明，展覽有兩重意義：第一，強化中日友好與經貿關係；第二，展示毛澤東的著作、文革相關的相片與書籍，具體介紹中國人將文革「幹到底」的決心^③。在名古屋經貿展舉辦之初，《人民日報》連續兩日大篇幅報導展覽盛況，肯定了展覽成功於日本散播、宣傳毛澤東思想，令《毛語錄》大受歡迎的價值^④。

名古屋經貿展的成功奠定了以物產展銷會傳播毛澤東思想的策略，物產展成為販賣《毛語錄》的重要方式。前面提到，日中友好協會（正統）等親中團體於1967至1972年間於全日本舉辦或協辦中國物產展，走遍每一個都道府縣，部分物產展亦會每年舉行。物產展亦不時與照片展、電影展同時舉辦，以文娛映像宣揚毛澤東思想。日中友好協會（正統）曾藉一名日本商社代表之口，表達對日本各地的中國物產展的看法，指出這些物產展是「在擴大友好運動的鬥爭之中的人民鬥爭」；因為這些物產展既帶來收入，又能有效宣揚政治信息，且不時受到反對者滋擾，故是「鬥爭中的鬥爭」^⑤。這些物產展遍及整個日本列島，入場人數從數十人至數十萬人不等，規模大小不一，無孔不入。

親中團體亦走入大學宣揚政治信息。大學是日本左翼及新左翼運動的基地之一，此時學生運動受日共與中共的決裂影響，反對日共對華政策的學生轉而加入新左翼陣營，進一步壯大新左翼內的「中國系」，而親中勢力繼續試圖對新左翼發揮影響力，佔據學生運動版圖。1968年末，《日本與中國》以一個多月的專欄「學園祭與中國」介紹十多間國立與私立大學推廣中國的活動，例如日中友好協會（正統）的早稻田大學支部在校園內舉行以「毛澤東思想與世界革命」為題的照片展；該會也曾在福岡的西南學院大學播放與中國相關的電影、舉行研討會，當然也順道售賣中國書籍與物產^⑥。

除公開發行以外，也有地下傳播《毛語錄》的例子，反映《毛語錄》在日本傳播的複雜性。日共曾猛烈批評傳媒忽略聯合赤軍基地藏有大量不明來歷的《毛澤東選集》與《毛語錄》^⑦。雖然當時傳言日本國內有私下印刷《毛語錄》的活動^⑧，但被揭發的例子相當零星。又如有中國人涉嫌違反《關稅法》，從海

路偷運數十本相信是中國官譯本的《毛語錄》入境^⑳，甚至有載着中文版《毛語錄》的氣球飄到沖繩^㉑。關於秘密印刷或循非法途徑入口《毛語錄》，目前所知甚少。箇中動機、偷運系統等仍有待進一步研究，但它暗示了當時《毛語錄》具地下傳播途徑。

《毛語錄》的傳播亦不限於實體紙本書籍的買賣上，亦具無形的、軟性的範疇，當中涉及層面廣泛，從文娛表演、商業活動、學校教育到電台廣播等範疇，都見到《毛語錄》傳播的蹤迹。如同實體《毛語錄》的傳播一樣，既有中國主動輸出的一面，也有日本本地的推動力。

親中勢力試圖在文化藝術層面上扮演更主動的角色。1966年，圍繞對中國問題，日共發生分裂，支持毛澤東的「日本共產黨(左派)」獨立於日共，以山口縣為總部所在地，故該縣當時亦被稱為「日本的延安」。縣內的「齒輪座劇團」與日共(左派)有深厚關係，為了呼應毛澤東〈在延安文藝座談會上的講話〉、學習並實踐當中的「普遍真理」，劇團便創作與《毛語錄》相關的音樂與戲劇，亦在改編戲劇中加入《毛語錄》的元素，成為宣揚及推廣《毛語錄》的「文藝旗手」^㉒。正如當時中國流行着所謂的《語錄歌》一樣^㉓，劇團創作了三首《毛語錄》相關的歌曲，曲目為〈為勝利而戰〉、〈鼓起勇氣〉、〈踏着血迹前進〉^㉔。公演時他們亦會一邊唱革命歌，一邊高舉《毛語錄》^㉕。

除了創作和演唱革命歌，齒輪座劇團也曾改編話劇《野火》以宣傳毛澤東思想。《野火》原版曾在日本上演超過一百五十次^㉖，劇作以日本1884年的農民起義「秩父事件」為背景，與中國毫不相關。但劇團在文革期間到訪中國時，中方特意提出要觀看其在日本「具有成果」的劇目，劇團於是選擇對《野火》進行改編：改變了幕數，加插與《毛語錄》相關的內容，以及農民舉起《毛語錄》的舞台場景。當時毛澤東等中共領導人接見了劇團全部團員，加強了他們的名望與影響力。劇團挾着名望，再次回到日本巡迴演出，全新的《野火》將《毛語錄》實物及其化為歌舞的內容直接向觀眾展示，成為宣揚毛澤東思想的文藝先鋒。此劇於1968年在日本全國各地，包括東京等大城市進行巡迴演出，獲得好評^㉗。

以歌曲、戲劇傳播《毛語錄》的策略都非常直接：第一，將表演項目的內容與《毛語錄》掛鉤；第二，演出時可以直接展示與揮動《毛語錄》之實物；第三，獲得中國官方認證、肯定這些文藝團體。

同樣主動引介《毛語錄》的還有日本商界。商界人士為了與中國人做生意，從毛澤東思想中探尋營商策略，亦會主動學習、鑽研《毛語錄》。文革期間，中日商務來往仍然頻密，一些中日企業傾談生意前後會朗讀《毛語錄》^㉘。與中國有商務來往的日本企業、員工也會學習中文、閱讀《毛語錄》。另外，曾被稱為「財經界的顧問」、文革時期到過中國的經濟評論家三鬼陽之助，讀完《毛語錄》後寫下《毛澤東語錄入門：拯救你公司的革命經營戰略》一書，企圖把代表反資產階級的毛澤東思想、《毛語錄》的內容，轉化為資本主義中的營商、管理策略。該書多次再版重印，受商界人士追捧^㉙。

中國官方與日本民間的推動，使《毛語錄》的傳播途徑多元化，但是日本官方亦偶爾構成阻力。例如，學校是《毛語錄》及毛澤東思想傳播的障地之一：親中的華僑學校自不待言，在與中國相關科目的教科書裏，載有關於毛澤東思想及「毛澤東崇拜」的內容^㉚，而日本的學校亦無可避免受到毛澤東思想熱

潮的影響。當時就有教師帶着自己的政治觀點授課^⑤。初中教師富田和夫曾在課堂上解說《毛語錄》，並從毛澤東思想的角度評論時事，又在學生畢業時私費購買《毛語錄》贈予學生。但日本《教育基本法》訂明，學校「不能進行支持或反對特定政黨的政治教育及其他政治活動」，富田和夫因而被褫奪教職。當時的山口縣教育委員會除引用上述《教育基本法》條文外，亦引人事院守則中禁止發布具政治目的的文書等條文為懲處依據，視《毛語錄》為具政治目的的文書，這亦可見日本官方對《毛語錄》在校園流通的警戒^⑥。這一事件也登上了《人民日報》，獲得高度讚賞，該報亦有其他關於日本學生在學校讀《毛語錄》的報導^⑦。與此相對，日本官方則極力避免讓學生接觸到《毛語錄》。從中日雙方強烈的態度來看，校園明顯是毛澤東思想傳播的戰場之一。

至於其他傳播方法，既有以中國為主動的，也有以日本民間為主動的。前者如中國利用無線電波，作為向日本宣揚毛澤東思想、《毛語錄》的渠道。北京廣播電台在文革時期每天以日語發送《毛語錄》，向日本人宣揚毛澤東思想。據日共所言，放送的節目每次皆以《毛語錄》開始，以《毛語錄》作結，以「這裏是北京放送局。日本的同志們，朋友們。現在將播放毛主席的語錄」為開場白，並時而批評日本政府，也針對性地對日本新左翼組織的活動作正面評價^⑧。至於後者，日本亦設有相對秘密的機構研習《毛語錄》。例如，據日本《官報》資訊，有一個名為「讀毛澤東語錄會」的組織曾被日本官方密切注視，從其名字所察，似乎是研讀《毛語錄》的機構，其運作詳情、成員等資料都不完備，相當神秘，目前缺乏資料作進一步研究。此組織更於1976年更名為「毛澤東革命研鑽集團」，新名在字面上比前身更具革命意識。但值得注意的是，它活躍於1973年或之後，至少於1976年仍然存在，與《毛語錄》風行日本的時期錯開。加上其收入逐年上升，有增無減，但無支出用途資料，相當耐人尋味^⑨。儘管目前並無確實證據證明，但在「淺間山莊事件」為標誌的日本新左翼運動告終後，《毛語錄》可能仍繼續傳播，親中、接受毛澤東思想的團體或許仍蟄伏於民間持續活動，發揮僅餘的影響力。

從上述可見，《毛語錄》在日本的傳播方法層出不窮。除了市面實體書籍的銷售外，還出現了更多有形、無形的散播方法。在文藝界、商界、教育界等，都有《毛語錄》的傳播痕迹；民間有研讀《毛語錄》的組織，儘管大多細節不詳，但其傳播之廣非常值得注意。雖然日本官方有時成為《毛語錄》傳播的阻力，但在當時經濟相對發達、出版相當自由的日本，不同界別都出現了閱讀《毛語錄》的風氣，他們用自己的方法直接或間接散播此書，吸引不同受眾。這足以說明《毛語錄》在日本的熱潮不是單一途徑或單一政治力量積極推動的結果，而是有來自民間的多種力量推動而成。這種來自日本本土的推動力，比中國官方的政治宣傳更有效推動《毛語錄》的傳播。

三 作為政治傳播的《毛語錄》

《毛語錄》之所以能在日本形成熱潮，應從日本積極接受及傳播毛澤東思想這一點作解釋。日本不是純粹的接受者，其積極接受或主動傳播的原因多

元化，包括：一、政治目的：承接中國「輸出革命」，宣揚毛澤東思想、鼓吹本地革命，也為了引進文革。二、學習目的：了解作為鄰國的現代中國、了解毛澤東及《毛語錄》的政治理念。三、商業目的：以售賣《毛語錄》或相關中國產品盈利；亦有從《毛語錄》學習毛澤東的領導才能，以應用在經營企業上。日本固然亦有與中國官方政治目的和應者，但日本讀者光譜之闊和傳播方法之多變，顯示出日本政治、社會、經濟的複雜性。

(一) 具政治意味的譯本

文革期間中國向國外推廣《毛語錄》這一工作最重要的目的是「輸出革命」，「向全世界普及和推廣毛澤東思想，指導各國人民的民族解放運動」^⑤，從而推翻帝國主義。《毛語錄》的內文本身，就包含希望對世界傳達的信息^⑥：

為了爭取世界的持久和平，我們必須進一步地發展同社會主義陣營中各個兄弟國家的友好合作，並且同一切愛好和平的國家加強團結。我們必須爭取同一切願意和我們和平相處的國家，在互相尊重領土主權和平等互利的基礎上，建立正常的外交關係。亞洲、非洲和拉丁美洲各國的民族獨立解放運動，以及世界上一切國家的和平運動和正義鬥爭，我們都必須給以積極的支持。

《毛語錄》呼籲世界革命、民族獨立等口號與理想，對1960年代日本學生運動、社會運動參與者而言，無疑具有一定號召力。為了讓其政治信念廣泛且快速地散布，中國官方出版的《毛語錄》明顯尺寸細小，減輕印刷成本，以利大量印製，同時方便民眾攜帶，隨時高舉、誦讀，故有「小紅書」之俗稱。然而從日譯本的尺寸、大小來看，或許已經暗示了《毛語錄》在日本的傳播，不是純粹為了發揮政治目的。事實上，眾多《毛語錄》日譯本的尺寸都比原書大，並不輕巧，不一定便利攜帶出門。中國官譯本長13厘米、闊9厘米，與官方中文版尺寸相同，但所有日本本地譯本的尺寸都比中國官譯本大(表1)。當然，書的尺寸大小與翻譯後的字數有一定關係，但整體來說，大部分本地譯本都附上解說文章、評論、註腳、譯者前序或後序等，使它們更像一種知識讀物，而不是設計成一種便於隨身攜帶、隨時高舉的「小紅書」。

中國官譯本的出版當然是為政治目的，本地譯本的情況則複雜得多。日本民間翻譯《毛語錄》的主要原因除了商業上有利可圖外，也取決於譯者的翻譯動機。《毛語錄》日譯本版本不少，不同譯者都具有清晰的政治取向，例如毛澤東語錄研究會隸屬於名為「社會主義研究所」的日本社會黨內組織，其委員主要為社會黨成員，其譯本明顯左傾，並支持文革；竹內實1971年翻譯並出版《毛語錄》，並於1995年修訂再版，他同樣左傾，卻否定文革；右派學者中嶋嶺雄於1966年監修其中一本《毛語錄》日譯本(市村水城譯)，並在1973年親自翻譯《毛語錄》，他極力批判毛澤東思想；和田武司、市川宏的版本較為中立，看不出政治立場(表1)。撇除商業因素，這些複雜的政治立場，導致他們翻譯及出版《毛語錄》的動機各有不同。

研究會譯本在眾多本地譯本中最為配合中國「輸出革命」的目的，其宣揚毛澤東思想的意圖一目了然。此譯本在廣告上、書內的推薦語及其發刊辭中所透露的熱情可證此點。研究會譯本發售之際，當時的眾議院議員兼自由民主黨顧問、一生致力於改善中日關係的松村謙三對《毛語錄》的推薦發言被刊登在廣告上，他說：「〔我們可以〕將毛澤東主席與明治維新的西鄉隆盛相提並論，雖然不能說他所做的一切都是對的，但〔我們〕亦不得不知道七億人民將他視為神一般的原因。語錄可說是一本必讀書。」^⑤以一則廣告而言，他的論調以了解中國人民對毛澤東狂熱的原因作招徠，吸引消費者購買。他的另一則推薦語被收錄在研究會譯本裏，雖然同樣將毛澤東比作西鄉隆盛，其論述卻有更多延伸^⑥：

我不認為毛澤東的一切都是好的，但其中〔《毛語錄》〕流淌的愛國熱情如火一樣燃燒，作為中國的民族主義、愛國主義、和平主義的象徵推動着七億民眾，當看到日本的現狀時，或許大有應該學習的地方。也為了提振在我國真正的民族主義、愛國主義，也推薦一讀。

此譯本的目的顯然並非純粹讓讀者了解毛澤東，而是寄望他們能夠好好利用《毛語錄》所蘊含的毛澤東思想，振興日本的民族主義、愛國主義。它並不完全視《毛語錄》為了解中國的鑰匙，反而亟欲指出它有可以學習的地方。松村謙三在廣告與書內的推薦語呈現兩種不同的方向，而其「本音」藏在書內。

值得一提的是，研究會譯本是唯一完全沒有解說、附註的本地譯本，只新增一篇簡短的發刊辭，書的封面與封底也採用了相對接近原書紅色的橘紅色。比起其他富於註釋（如竹內實譯本）、包含延伸閱讀篇章（和田武司、市川宏譯本及市村水城譯本）的本地譯本，研究會譯本的內容最簡潔，最貼近原書面貌。社會主義研究所的立場左傾，並推崇毛澤東思想，早在文革初期已正面評價文革之於中國的價值。其委員楯兼次郎、檜崎彌之助、藤田高敏、大柴滋夫、野野山一三、鈴木力曾於1966年8月到北京訪問，與中方交流，正面肯定了文革^⑦。他們高度評價毛澤東思想與文革，對於象徵文革的《毛語錄》當然也是趨之若鶩，傳播此書自然不遺餘力。這種態度在研究會譯本的發刊辭更是溢於言表，毫不掩飾對毛澤東思想的讚揚^⑧：

現在，毛澤東思想如同惑星〔即行星〕般耀眼地照耀着全世界。在越南，以毛澤東思想為基礎的人民戰爭游擊戰術，戰勝了美國資本主義的超近代兵器，又或者，中國自信地說着「雖然文化大革命是現今中國前所未有的一條道路，但畢竟全世界的人民都會踏上這條道路」，究竟全世界的人民應該在那裏學習甚麼？特別是作為鄰國的日本，中國的產業發展愈來愈接近日本，其思想也會對國民帶來有形無形的影響吧。這或許比在這一百年基督教進入日本後帶來的影響更大。〔因此〕不可以視毛澤東思想為無物。

將毛澤東思想比喻為「惑星」，無異於紅衛兵將毛澤東比作紅太陽。

從其發刊辭、推薦語、譯者背景推敲，此譯本正是在和應中方政治宣傳目的下所催生的產物。其匆忙推出不能說完全沒有在左翼思想熱潮中搶佔商業先機的因素，但也有急切介紹及宣傳毛澤東思想的動機。從這點看來，研究會譯本是眾多本地譯本中政治宣傳意味最突出的版本。

(二) 日本人對名古屋經貿展的思考與疑問

面對來自中國的政治宣傳，一般日本讀者並不一定對《毛語錄》的政治信息全盤接納。作為中國官方喉舌的《人民日報》頻繁描繪《毛語錄》在日本受歡迎的盛況，明顯視《毛語錄》為宣傳革命的政治工具。有關報導集中在1966年末至1970年初之間，超過二十篇，主要關於日本人閱讀《毛語錄》後的即時反應、讀後感與評論，描繪了一個洋溢着革命氣息的日本。以1966年名古屋經貿展的報導為例，報導指出日本人受革命力量的鼓動而迸發出激情，要「打倒美帝國主義和現代修正主義」；有人受中日的友誼感動，稱「不論遇到甚麼樣的狂風暴雨，日中兩國人民的團結和友誼是摧不毀、打不垮」；也有讚揚紅衛兵英勇的聲音，言及他們「雖然是普通的青少年，但是在毛澤東的英明領導，就變成了無所畏懼地向舊世界衝鋒陷陣的百萬雄師」⁶⁰。多篇報導中所描繪的日本人情緒相當激昂，彷彿整個日本都受到毛澤東思想鼓動一樣。各地的中國物產展確實發售《毛語錄》或一些文革、「反修」書籍，但展覽中還有大量輕、重工業產品，農業食品與工藝品出售，意識形態化的《人民日報》明顯選擇聚焦在報導與毛澤東思想有關的聲音。

日本社會的聲音多元，當中固然包含對毛澤東思想的激賞，但冷靜審慎的取態亦不少。名古屋經貿展由中國官方主辦，入場數量驚人，促使協辦單位日中友好協會（正統）編寫了《友好的橋樑》文集，收錄了四十一名入場人士（包括從各年齡層學生到一般家庭主婦、勞動者、記者、大學教授及工作人員等）的感想⁶¹。如前所述，該會屬親中團體，可想而知這些文章應當經過篩選。但文集所呈現的日本人聲音，與《人民日報》充滿意識形態和戰鬥色彩的文字完全不同。首先，它雖然吸納了熱情頌揚毛澤東思想的聲音，但不如《人民日報》般煽情，例如一名勞動者讚揚毛澤東⁶²：

中國人以毛澤東為中心，心中刻印着那不斷進行革命的精神，以及大寨精神（憑人民公社集團之力竭盡全力跨越困難，合乎實際地活用頭腦，抵住任何勞苦的自力精神），相信自己，相信團結的力量，當中有一種思想，是為了使國家成為互相可以生活得更好的地方，在各個方面也守護着自己國家的和平。我從展示品中窺探到這樣的思想。

不過，並非全部日本人都對這場經貿展的政治色彩受落，即使他們對中國抱有興趣，但亦有人有所保留。名古屋經貿展的內容、布置具有濃厚的政治宣傳意味。會場的入口、周圍插滿五星紅旗，裏面展示毛澤東頭像的刺繡、成堆的中國書籍，被《人民日報》認證為在日本成功宣揚毛澤東思想的活動。

從《友好的橋樑》中這些已被篩選過的文章來看，裏面確實有高喊「毛主席偉大」的聲音，也有相當多的日本人表示大開眼界，流露對中國的佩服，深覺中日友好相當重要；然而，當中的聲音明顯比《人民日報》描繪得更立體，反面的聲音亦不少：不滿會場擠逼；無法聽清解說員的解說；展品沒有說明、介紹，也沒有說明展品的小冊子提供；對部分展區幾乎沒有說明人員感到失望；會場的食堂並不完善，使人無法久留在會場內觀察與學習；亦有高中生指出會場只記錄着中國的優點，沒有寫缺點⁶⁴。

雖然沒有準確數字統計整場名古屋經貿展賣出了多少本《毛語錄》，但它是會場的暢銷書，且一度斷貨。有日本人讚揚它是「非常精彩的思想書」⁶⁵，但這不等於他們必然照單全收當中的政治信息。整體來說，因編輯者的立場，文集中所有文章對經貿展的態度基本正面。親中團體以日中友好為目的舉辦及參與經貿展，商人可以在對中商貿活動中獲利，但一般日本人從甚麼角度理解這場以經貿為名的政治活動，因何搶購《毛語錄》？當時名古屋一位中學校長芥子川律治也參觀過經貿展，回憶會場內「掛了新中國偉大的指導者毛澤東主席的照片，堆積了那些《語錄》，我有一種感覺，即全會場都在PR〔promote，宣傳〕毛主席的偉大之處，彷彿在展示中國全體是因為毛澤東才以堅韌的團結前進」，他理解這樣的意圖，但質疑這種鋪天蓋地的宣傳不是最好方法⁶⁶。他認為比起了解作為領袖的毛澤東一人，日本人更想知道的是作為眾數的人民⁶⁷：

關於中國，日本人最希望知道的（除了一部分政治家或經濟人外），是革命後中國人民的生活（主要是衣食生活），以及對青少年的教育實況是怎樣的。〔日本人想知道的〕不是透過革命消滅了資產階級，渴望的是正確地了解一般大眾如何獲得幸福，日常生活怎樣變得和平幸福。

這次展覽會……極少展示那種資料，從日本人的立場來看，相當可惜。

會場氣氛雖然熾熱，但他對這場經貿展相當失望，因為它無法展示中國的實際情況：「我們真正想知道的，並非毛主席其人，而是在毛主席的領導下進展的中國文化、產業和民眾的生活。希望通過那真實樣態正確地掌握中國的現實。」⁶⁸

芥子川律治認為日本人想知道的是中國的現實，是革命後人民的實際生活。這當然是他的個人意見，不能代表全日本。然而，日本風光的經濟背後埋藏的陰暗面、國際間冷戰與熱戰交替等環境下，文革的出現促使日本人思考一種出路，一種「新的東西」；了解中國亦即成為了解日本的可能。「知道」（知る、わかる）、「想知道」（知りたい）與「理解」成為拆解日本人閱讀《毛語錄》的動力的關鍵詞，比起專家分析、報章的報導和解說，作為原材料的《毛語錄》簡單輕巧，提供了一條捷徑予人了解中國。在《友好的橋樑》中，以上關鍵詞就出現了超過四十次⁶⁹。同樣地，對於場地展品說明不足的怨言也有不少，背後原因也是渴望知道更多。作為外力的中國將《毛語錄》以政治目的帶到包括日本在內的海外之地，但要了解《毛語錄》在海外傳播的積極性，關鍵還是在本地人身上。

四 作為知識傳播的《毛語錄》

對比中國官方的政治宣傳目的，以知識為目的的傳播稍稍褪去了《毛語錄》本身意識形態的一面，使《毛語錄》成為一種以窺探中國為表，了解日本前路為裏的工具。政治宣傳和學術知識這兩種字面上發生齟齬的傳播動力不僅在實際中沒有矛盾，更顯示了《毛語錄》不一定是狹隘的政治鬥爭工具。

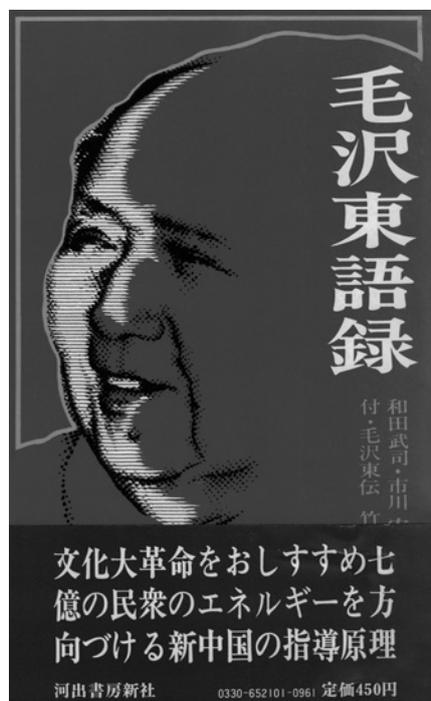
對比研究會譯本，其他本地譯本的政治宣傳色彩明顯較淡，即使是左傾的竹內實，雖然他否定文革，但其譯本充其量只是表達了對中共的同情、對國民黨的厭惡；而右傾的中嶋嶺雄，雖然也在譯序中批評中共，但情感不露骨^⑩。這些譯本傾向對日本人介紹現代中國、毛澤東思想，視《毛語錄》為知識普及讀物，借這本簡短小書來打開讀者理解中國的大門。比起印度一些受教育的青年讀完《毛語錄》而加入納薩爾派(Naxalite)並視之為「聖經」，開展武裝鬥爭^⑪，日本似乎有相當多的讀者視之為了解中國的知識讀物。

大部分本地譯本的序言、腰封頁等，都以思考、理解的方向來介紹或推薦《毛語錄》。中嶋嶺雄、市村水城在譯序中指出，《毛語錄》「向我們提示了引領中國革命勝利、現在以文化大革命向全世界挑戰的毛澤東思想。我們不得不從那裏接受中國革命精神的所在，同時建立一個比我們根據自身思考與判斷的現代中國觀更完整的東西」^⑫。作為一種商業出版的讀物，該書的封底提出了以下問題，以勾起讀者的好奇心：「中國將何去何從？毛澤東正在想甚麼？因紅衛兵的出現而震驚世界的文化大革命既是中國現代史新的大事，也是對現代世界的新挑戰。……這部全譯中國人民解放軍總政治部編的《毛澤東語錄》，正是七億〔中國人〕決心的實體、理解動盪中國的鑰匙。」^⑬封面、封底

及書腰是一本書吸引讀者眼球的最重要地方，我們無法得知有多少人被這些文字吸引而在書店拿起《毛語錄》，但至少反映出出版商認為「理解中國」的宣傳話語能吸引讀者。「中國將何去何從」或是「毛澤東正在想甚麼」？——思考這些問題並尋找答案，理解中國當下的形勢，正是閱讀此書的理由。

「理解」是日本人讀《毛語錄》的關鍵詞之一，將《毛語錄》比喻為「理解中國的鑰匙」亦不獨出現於此譯本。在報章廣告，出版商也以「理解中國」、「占卜今後中國動向的鑰匙」等字眼吸引讀者。和田武司、市川宏譯本在報紙的銷售廣告上亦有「鑰匙」的比喻，出版商河出書房新社認為在中蘇對立、中美危機之中，《毛語錄》正是「理解中國的鑰匙」^⑭；為了深化讀者對毛澤東本人的了解，譯本附有竹內實的〈毛澤東傳〉。同書的再版廣告中，更明確指出閱讀《毛語錄》可解開「席卷中國的紅衛兵的能量」之秘密^⑮。

我們不妨以本地譯本與中國官譯本廣告作對比，後者的宣傳用語完全相異：「若認真地思考人類的未來，撇除毛澤東思想則不能活下去。毛主席語錄是毛澤東思想真髓的累積，是引導世界人民的生活與戰鬥勝利指標的書。」^⑯中國官方的廣告為了宣揚政治信息，欲以《毛語錄》啟發日本人，視毛澤東思想為生



和田武司、市川宏譯本的書腰文字強調《毛語錄》對理解中國的重要性。(圖片來源：和田武司、市川宏譯：《毛澤東語錄》(東京：河出書房新社，1971)，封面。)

活與戰鬥的指標、活下去的必需品，與日本出版商視之為了解中國的工具明顯不同。本地譯本的廣告，反映了在逐段計算廣告費的報紙上，出版商認為最能吸引讀者購買《毛語錄》的理由，正是學習知識。不少毛澤東言論譯本或關於毛澤東思想的書籍腰封都有類似的宣傳字眼，例如記錄毛澤東談話的《毛澤東的言詞》書腰文字：「結集人民巨大的力量，將這偉大歷史的創造化為可能的毛澤東思想是甚麼？」^⑦和田武司、市川宏譯本的書腰文字則再次強調《毛語錄》對理解中國的重要性：「為了解左右70年代世界史動向的中國，不得不知道毛澤東其人及思想。《語錄》與《毛澤東傳》說明革命的根本原理，是現代人必讀之書。」^⑧

《毛語錄》在日本成為理解中國國情、革命與毛澤東的入門書。這一基調即使在文革衰退、日本新左翼運動退潮時仍然沒改變，始終視《毛語錄》為「占卜今後中國動向的鑰匙」^⑨。在報章上的書評亦認為《毛語錄》包含了「由毛澤東獨自的哲學所支持的關於政治、社會的新鮮看法」，所以它適合希望「掌握中國正在進行的事的背景」的日本人閱讀^⑩。與中國試圖以《毛語錄》「輸出革命」的強烈政治意識不同，日本傾向以了解中國、推測中國未來等「去政治化」的方式作商業招徠。兩者目的截然不同，但在實際運行中並沒有抵觸，甚至可以說不同的傳播目的都推動了《毛語錄》在日本的傳播。

五 以《毛語錄》為營商秘笈

《毛語錄》傳播之廣泛，不限於附和中國的政治理念者或為了解中國形勢的讀者，那些被視為公害問題的罪魁禍首與戰爭幫兇的企業家，某程度上亦對《毛語錄》感興趣；發達的資本主義制度內利益群體中也有對卡里斯瑪型領袖毛澤東感興趣者。日本經濟發展蓬勃，商場上的弱肉強食、企業間的互相競爭被視為「企業戰爭」，其激烈程度亦吸引資本家注意到《毛語錄》的領導策略。隨着文革由盛轉衰，加上日本的新左翼運動逐漸被離棄，人們對文革失去幻想，作為政治書籍的《毛語錄》在1972年後銷情減退，但商界對《毛語錄》去政治化的理解，使《毛語錄》在日本的生命免於完全終結。

如前所述，三鬼陽之助看到「老人、年輕人都讀《毛澤東語錄》」，然後自己也讀，覺得「那關於戰略、戰術、掌握人心等的教誨，也可照樣適用於資本主義體制下的企業戰爭中」。他於1972年出版《毛澤東語錄入門》一書，並以「拯救你公司的革命經營戰略」為副題，以企業領導、經商的角度拆解約一百項語錄^⑪。例如《毛語錄》「共產黨員」一節云：「共產黨員對於落後的人們的態度，不是輕視他們，看不起他們，而是親近他們，團結他們，說服他們，鼓勵他們前進。」^⑫節文抽取自毛澤東1938年〈中國共產黨在民族戰爭中的地位〉一文，呼籲共產黨員在抗日戰爭中發揮作用、建立模範。三鬼陽之助將之演繹為企業領袖「不要看不起無能的社員」，他指，「擢升有能力的社員，給予他們良好的地位，是今日經營的常識。但另一方面，輕視無能的社員、冷待他們，這樣的例子不是太多嗎？毛澤東強烈告誡不要這樣做」，並舉日本精工第四代社長今里廣記為例，指他發現能力較差的社員，不僅不會看不起他們，反而會安慰、鼓勵他們，使企業和諧^⑬——這種解釋固然似是而非。三鬼陽之助確實在借題發揮，曲

解《毛語錄》。例如，毛澤東認為「革命不是請客吃飯」，而是暴動，三鬼陽之助理解為「宴會不會生出事業的成功」，批評前名古屋精糖社長橫井廣太郎的「宴會癖」導致公司破產⁶⁴。這本以企業經營角度來解讀《毛語錄》的書銷情不俗，在1972年新左翼運動落幕後出版，於1976年已是第十五次印刷出售。在當時《毛語錄》逐漸失去政治魅力之際，它在日本還有被資本家參考的價值。

資本家對《毛語錄》產生興趣並非特例。當時有一些商界領袖愛讀《毛語錄》，企圖將毛澤東思想應用於經營之上⁶⁵。創立連鎖超級市場大榮的中內功特別盛讚《毛語錄》是一本優秀的書，由於他是營商者，特別關心裏面講述農村大眾的部分，自言自己也像毛澤東一樣「以農村包圍城市」：「推動現代經濟的是大眾，因此如果不掌握大眾的心理就無法做生意。毛澤東說從農村包圍都市，我也跟他這樣做。」他的意思是，進軍東京時，先在東京都外圍建立勢力，然後才進佔東京市中心：「關於大榮進軍東京的戰法是，先緩緩地包圍小岩、浦和、東十條、原町田，待時機成熟，於明年春天，將與扎根於關東地區的Sanko（サンコー）合併。」⁶⁶

在這些資本家眼中，毛澤東是優秀領袖，領導企業的社長可向毛澤東取經，而優秀的社員則可取範於周恩來。創立高爾夫球用品公司Majesty Golf的片山豐就渴望有一位像周恩來般的社員。他說：「假如周先生這樣的人來我的公司，我將要他負責人力資源及總務擔當人員。」言及社長應學毛澤東，社員則學周恩來⁶⁷。在資本主義社會下，他們認為與其主張「槍桿子下出政權」，倒不如思考如何以「農村包圍都市」做生意。儘管除中內功之外，似乎沒有商人真的「師範」毛澤東思想，但他們將毛澤東思想收歸於資本主義的想像，反映出日本企業家學習《毛語錄》有趣的側面，即一種完全去政治化的利用。

更有趣的是，這種去政治化的現象不獨見於日本人一方，也同樣發生於進入日本的中國人一方。日中友好協會（正統）為毛澤東思想搖旗吶喊的同時，為了確保收入，除了舉辦中國物產展外，其發行的《日本與中國》裏有大量商業廣告，既有日本親中商社的廣告，也有中國公司為吸引日本人而刊登的廣告，例如曾出現打着「毛主席語錄」旗號兜售果醬、急凍魚的廣告，令《毛語錄》成為一種購買商品的號召、呼籲⁶⁸。《毛語錄》進入經濟相當發達的日本，被染上商業色彩，可謂是它在日本傳播的一大特色。

六 總結

1960至70年代，左翼思潮洶湧，日本的新左翼運動勃發，《毛語錄》帶着政治目的而來，要為日本人裝備革命思想，這是其政治傳播的一面。然而，《毛語錄》在日本形成熱潮，最大原因還是在於日本人本身具有閱讀《毛語錄》的動機。可以說，日本發達的資本主義制度賦予《毛語錄》傳播的特殊意義：資本主義確保了《毛語錄》出版、銷售的自由，其蓬勃發展帶來的社會公害問題、人心空虛墮落，以及越戰中日本再次成為「戰爭幫兇」等問題，形成日本人閱讀《毛語錄》的背景。對資本主義社會感到懷疑的日本人從中國思考自身社會的問題，從《毛語錄》了解紅衛兵、文革的奧秘，探求自身的出路。不過，以知識為

主的傳播，催生出各種翻譯，弱化了《毛語錄》本身的政治意味。另一方面，在資本主義社會上層的資本家，亦有部分人從《毛語錄》內發掘營商之道，學習毛澤東的領導才能。值得一提的是，一如不同文化、典籍或思想從本國流傳到外地時，會出現某種程度上的在地化，《毛語錄》在日本不論作為政治還是知識傳播，或多或少都具有商業色彩，這可謂它在日本傳播的特色^⑧。

從時間上看，《毛語錄》在日本盛行於1966年末至1972年初。在中國，林彪事件後文革由盛轉衰；在日本，「淺間山莊事件」引發民眾對新左翼運動產生反感，甚至不再憧憬社會主義。日中友好協會（正統）與聯合赤軍劃清界線，聲稱聯合赤軍與毛澤東思想毫無關係，指出他們表面上「高舉毛澤東思想」，實際上是反革命^⑨。日共（左派）的機關雜誌《革命戰士》於1966年9月創刊，至「淺間山莊事件」發生前，每期封面有約70%至80%面積的鮮紅色作底色，但在事件發生後改變了這一設計，力圖洗脫「赤」（紅色）的形象^⑩。這些事件直接令人們對文革的幻想破滅，藉文革、《毛語錄》來尋找出路的希望落空，《毛語錄》熱度明顯減退。1972年6月及7月，日本仍舉行大型中國物產展，合共超過一百萬人入場，但人們購買《毛語錄》的百分率降至0.1%左右，《毛語錄》並非無人問津，但熱潮明顯已過；反映人們仍有意欲購買從中國入口的廉價產品，但對文革中國的政治想像則步向沒落。

無論如何，《毛語錄》曾在日本有爆發性的傳播，亦有相對穩定的銷量、遍及不同階層的讀者、最多的外語版本、各式各樣的傳播方式。但《毛語錄》在日本的流行並不保證中國「輸出革命」成功。《毛語錄》在當時的中國幾乎人手一本，這種普及要歸因於政治，與日本在資本主義制度下以「理解」為關鍵詞的流行完全是兩回事。當《毛語錄》傳播到海外例如日本時，人們的接受、閱讀呈現多元、複雜的圖景。儘管《毛語錄》在日本的傳播盛況由內在（日本民間對《毛語錄》的積極接受）、外在（中共主動「輸出革命」）兩種因素推動，但主因還是在日本身上。

註釋

① 楊韜：〈毛澤東思想學院の宣傳活動について——ドキュメンタリー映畫「夜明けの國」の上映活動を中心に〉，載石川禎浩編：《毛澤東に関する人文學的研究》（京都：京都大學人文科學研究所，2020），頁327。

② 橋爪大三郎著，季衛東譯：〈紅衛兵與「全共鬥」——兼談60年代日本的新左翼〉，載劉青峰編：《文化大革命：史實與研究》（香港：中文大學出版社，1996），頁289-304。

③ Julia Lovell, *Maoism: A Global History* (New York: Knopf, 2019).

④ 程映虹：《毛主義革命：二十世紀的中國與世界》（香港：田園書屋，2008）。其日語譯本則收錄了宮原勝彥〈文化大革命の日本への影響〉及福岡愛子〈日本人の文革認識〉兩文，略述了文革對日本政治環境的衝擊。參見程映虹著，劉燕子編譯：《マオイズム（毛澤東主義）革命——二〇世紀の中國と世界》（福岡：集廣舍，2021），頁468-92。

⑤ 沃林（Richard Wolin）著，董樹寶譯：《東風：法國知識份子與20世紀60年代的遺產》（北京：中央編譯出版社，2017）。

⑥ 程映虹：《マオイズム（毛澤東主義）革命》，頁447-63。

⑦ Alexander C. Cook, ed., *Mao's Little Red Book: A Global History* (New York: Cambridge University Press, 2014).

- ⑧ 前者如馬場公彥，雖然以全球史角度觀察文革，但身為長期關注中日關係的日本學者，他也花了不少篇幅探討文革對日本的影響。參見馬場公彥：《世界史のなかの文化大革命》（東京：平凡社，2018）。後者如福岡愛子，分別論述了日本的媒體、學者、學生等如何以不同的方式理解文革。參見福岡愛子：《日本人の文革認識：歴史的轉換をめぐる「翻身」》（東京：新曜社，2014）。
- ⑨ Dominique K. Reill, “Partisan Legacies and Anti-imperialist Ambitions: The Little Red Book in Italy and Yugoslavia”, in *Mao's Little Red Book*, 185-205.
- ⑩ Julia Lovell, *Maoism*, 206.
- ⑪⑬⑳ 小熊英二：《1968（上）：若者たちの叛亂とその背景》（東京：新曜社，2009），頁67；74；147。
- ⑫ 張雅晶：〈日本人的中國觀——以「文化大革命」時期為中心〉，《輔仁歷史學報》，第12期（2001年6月），頁57。
- ⑬ 〈國務院外事辦公室關於對外國人贈送《毛主席語錄》的通知〉（1967年2月18日），載「中共研究」雜誌研究社編輯部編：《中共文化大革命重要文件彙編》（台北：中共研究雜誌社，1973），頁6-7。
- ⑭ 社會主義研究所毛澤東語錄研究會譯：《毛澤東語錄》（東京：宮川書房，1966）。另外兩種在1966年首刷的《毛語錄》日譯本分別是：中島（嶋）嶺雄監修，市村水城譯：《全譯毛澤東語錄》（東京：いずみ書院，1966）；和田武司、市川宏譯：《毛澤東語錄》（東京：河出書房新社，1966）。
- ⑮ 〈日本語版も現れる〉，《朝日新聞》（東京朝刊），1966年10月1日，第3版；亦見竹內實：〈解説〉，載竹內實譯：《毛澤東語錄：付・奪權鬥争を論ず》（東京：角川書店，1971），頁282。
- ⑯ 例如1967年由東方書店出版的《毛澤東語錄抄》，是長一尺半、闊半尺的掛牆式設計。參見〈天天讀毛主席語錄 天天學毛澤東思想 日本出版《毛澤東語錄抄》〉，《人民日報》，1967年2月19日，第4版。
- ⑰ 目前曾統計過《毛語錄》日譯本版本數量的有唐炎明、唐亞明的論著。參見唐炎明、唐亞明：《〈毛主席語錄〉的誕生及其他：唐平鑄文革實錄》（香港：香港中文大學出版社，2019），頁45-51；唐亞明：〈「毛澤東語錄」研究（下）〉，《中國研究月報》，第619號（1999年9月），頁1-20。
- ⑱ 市村水城是記者，曾是中嶋嶺雄的同學。參見中島（嶋）嶺雄編著：《中國文化大革命—その資料と分析》（東京：弘文堂，1966），頁3。
- ⑲ 山中龍視：〈「毛主席語錄」の各譯本について〉，《アジア經濟旬報》，第681號（1967年4月），頁19-23。
- ⑳⑳〇 〈日本 ベストセラーズ〉，《朝日新聞》（東京朝刊），1966年12月8日，第18版。
- ㉑ “Books on Mao Selling Well Here”, *The Japan Times*, 29 January 1967, 3.
- ㉒ 〈毛澤東語錄 100か國で80萬冊〉，《讀賣新聞》（朝刊），1967年7月3日，第3版；亦見〈日本革命人民努力學習毛澤東思想 學習會和學習小組紛紛成立，在革命群眾集會上張貼毛主席語錄、朗讀毛主席語錄、唱毛主席語錄歌蔚然成風〉，《人民日報》，1967年3月4日，第5版。
- ㉓ 竹內實：〈あとがき〉，載《毛澤東語錄：付・奪權鬥争を論ず》，頁396；中嶋嶺雄譯：《毛澤東語錄》（東京：講談社，1973），頁303。
- ㉔ 中北浩爾：《日本共產黨》（東京：中央公論新社，2022），頁235-36。
- ㉕ 筆者統計自1967年1月1日至1972年12月31日期間《日本と中國》對中國物產展的報導。有關物產展的報導沒有統一寫法，有的只提及入場人數，有的只提及《毛語錄》或其他書籍的銷量，筆者只統計同時提及《毛語錄》銷量及入場人次的物產展報導；兼提及兩者的報導約佔整體物產展報導的四分之一。
- ㉖ 〈中國ブームです〉，《朝日新聞》（東京朝刊），1971年5月16日，第24版。
- ㉗ “Books on Mao Selling Well Here”, 3; “Best Seller Here”, *The Japan Times*, 22 February 1967, 10; 〈「毛澤東語錄」米でベスト・セラー〉，《讀賣新聞》（夕刊），1967年2月15日，第2版。
- ㉘ 〈毛澤東盲從の末路—「連合赤軍」事件の根源をつく〉（1972年5月1日），<http://maoist.web.fc2.com/jcp/jcr000.htm>；橋爪大三郎：〈紅衛兵與「全共鬥」〉，頁292。

- ③① 〈日本上陸の「紅衛兵旋風」：山谷で「毛語録」學習〉，《毎日新聞》，1967年3月5日，第13版；〈サラリーマン游泳術 毛語録を活用せよ〉，《週刊サンケイ》，1972年4月28日，第34-37版。
- ③② “Red Chinese Fair Closes in Nagoya”，*The Japan Times*, 13 December 1966, 8.
- ③③ 〈「自力更生」誇る中國貿易展〉，《讀賣新聞》(朝刊)，1966年11月17日，第7版。
- ③④ 〈日本發行《毛主席語錄》受到極大歡迎〉，《人民日報》，1966年11月21日，第1版；〈在名古屋舉行的中國展覽會第一天觀眾達十六萬多人 日本人民看到了毛澤東思想的無比威力 觀眾爭讀毛主席著作 爭購《毛主席語錄》〉，《人民日報》，1966年11月22日，第4版。
- ③⑤ 〈大きな團結が必要〉，《日本と中國》，1969年6月3日，第1版。
- ③⑥ 〈學園祭と中國 その三〉，《日本と中國》，1968年12月2日，第3版；〈學園祭と中國 その四〉，《日本と中國》，1968年12月9日，第3版。
- ③⑦③⑧ 〈毛澤東盲從の末路〉。
- ③⑨ 〈日本 ベストセラーズ〉，第18版；〈「毛澤東語録」米でベスト・セラー〉，第2版。
- ③⑩ 〈英國船で「毛語録」密輸〉，《朝日新聞》(東京夕刊)，1969年6月25日，第11版。
- ④① 自1950年代初起，中國大陸、台灣雙方以氣球把物品送到對岸進行心理戰，但載着《毛語録》的氣球飄到日本則只有一次記錄，而這次氣球傳播的對象顯然並非日本。參見〈毛語録の風船爆彈〉，《讀賣新聞》(夕刊)，1969年11月24日，第11版。
- ④② 劇團はぐるま座編：《人民と共に四十年：1952-1992》(山口：劇團はぐるま座，1992)，頁28。
- ④③ Andrew F. Jones, “Quotation Songs: Portable Media and the Maoist Pop Song”，in *Mao's Little Red Book*, 43-60；梁茂春：〈論「語録歌」現象〉(上、下)，《黃鐘(武漢音樂學院學報)》，2003年第1期，頁43-52；2003年第2期，頁91-94。
- ④④ 〈勝利を鬥いとうろ〉、〈勇氣を奮い起こそう〉、〈血の迹をふんで前進しよう〉，載劇團はぐるま座編：《革命歌集》(東京：青年出版社，1972)，頁41-43。
- ④⑤ 〈日本齒輪座戰友和我東方紅雜技團同台高歌紅太陽 共同敬祝偉大領袖毛主席萬壽無疆 日本戰友盛讚我雜技團是毛澤東思想的宣傳隊，熱烈祝賀我雜技團訪日演出成功〉，《人民日報》，1967年12月15日，第5版。
- ④⑥ 日笠世志久：〈解説〉，載諸井條次著，《諸井條次戲曲選集》刊行委員會編：《鞍工兵：諸井條次戲曲選集》(東京：晚成書房，2000)，頁250。
- ④⑦ 藤川夏子：《私の歩いた道：女優藤川夏子の自傳》(山口：劇團はぐるま座，2003)，頁203；須川渡：〈戦後日本におけるコミュニティー・シアターの形成と展開〉(大阪大學博士論文，2016)，頁76-78。
- ④⑧ 〈中國野菜、世界の食卓に——ヤマダ會長山田和生氏〉，《日本經濟新聞》(朝刊)，1984年5月20日，第7版。
- ④⑨ 〈三鬼陽之助氏死去 「財界のご意見番」〉，《朝日新聞》(朝刊)，2002年10月8日，第35版；三鬼陽之助：《毛澤東語録入門：あなたの會社を救う革命的經營戰略》(東京：サンケイ，1976)。此書於1972年4月1日第一刷發行，1976年9月30日第十五刷發行。參見三鬼陽之助：《毛澤東語録入門》，摺口頁。
- ④⑩ 參見清水智美：〈日本における華僑學校史に関する一考察：横濱の華僑學校を中心に〉，《グローカル》，第5卷(2005年3月)，頁34。
- ④⑪ 人類學家羅倫(Thomas P. Rohlen)於1974至1975年在神戶的高中進行田野考察，留意到有教師帶着自己的政治觀，脫離教科書，向學生授課。參見トーマス・ローレン著，友田泰正譯：《日本の高校》(東京：サイマル出版會，1988)，頁245-47。
- ④⑫ 〈毛語録の先生懲戒免〉，《朝日新聞》(東京夕刊)，1970年1月7日，第8版。《教育基本法》於1947年訂立，2006年修訂，但關於上引政治教育的條文至今仍然生效。參見《教育基本法》(2006年12月15日)，文部科學省網，www.mext.go.jp/b_menu/kihon/about/mext_00003.html。
- ④⑬ 〈日本朋友熱情歌頌 毛主席支持日本人民鬥爭的談話 毛主席談話鼓舞日本人民的鬥爭意志 決心在今後的反美愛國鬥爭中用毛澤東思想為指導，爭取更大的勝利〉，《人民日報》，1970年1月28日，第5版；〈用毛澤東思想武裝頭腦 日本青少年活學活用《毛主席語録》的故事〉，《人民日報》，1967年3月22日，第5版。

- ⑤④ 〈自治省告示第二百十八號〉，《官報》，1974年12月25日，第26版；〈自治省告示第百五十二號〉，《官報》，1975年7月2日，第28版；〈自治省告示第二百五十四號〉，《官報》，1975年12月27日，第25版；〈自治省告示第二百三十四號〉，《官報》，1976年12月22日，第16版。
- ⑤⑤ 唐炎明、唐亞明：《〈毛主席語錄〉的誕生及其他》，頁36。
- ⑤⑥⑤② 毛澤東：《毛澤東語錄》（香港：弘學堂書店出版公司，1995），頁50-51；219。
- ⑤⑦ 〈廣告〉，《讀賣新聞》（朝刊），1966年11月3日，第1版。
- ⑤⑧⑥⑥ 社會主義研究所毛澤東語錄研究會譯：《毛澤東語錄》，摺口頁；頁7。
- ⑤⑨ 前四者為眾議院議員，後兩者為參議院議員。雖然六人正面評價了毛澤東與文革，但文革與紅衛兵的行為並未得到社會黨全員的認同。參見〈文化大革命、高く評價する〉，《朝日新聞》（東京朝刊），1966年8月30日，第2版。
- ⑥① 〈在名古屋舉行的中國展覽會第一天觀眾達十六萬多人〉，第4版；〈毛澤東思想深入日本人民心中 九天來一百萬觀眾參觀名古屋中國展覽會〉，《人民日報》，1966年11月30日，第4版；〈日本觀眾踴躍參觀我展覽會 熱情讚頌文化大革命 毛主席才有這樣巨大魄力發動這場革命 毛主席領導的紅衛兵已成為向舊世界衝鋒陷陣的百萬雄師〉，《人民日報》，1966年12月6日，第5版。
- ⑥② 日本中國友好協會愛知縣正統本部：《友好のかけはし：'66名古屋中國展感想文集》（名古屋：日本中國友好協會愛知縣正統本部，1967）。
- ⑥③⑥④⑥⑤⑥⑥⑥⑦⑥⑧ 日本中國友好協會愛知縣正統本部：《友好のかけはし》，頁37；20、27、28、45；44、36；47；47；47。
- ⑥⑨ 根據筆者粗略統計，就文集所出現的「知道（了）」、「想知道」、「理解」、「認識」，以及其對象必須為中國、中國的情況、毛澤東思想等的計算。
- ⑦⑩⑦⑩ 中島（嶋）嶺雄、市村水城：〈譯序〉，載市村水城譯：《全譯毛澤東語錄》，頁3。
- ⑦⑪ Sreemati Chakrabarti, "Empty Symbol: The Little Red Book in India", in *Mao's Little Red Book*, 120-24.
- ⑦⑫ 市村水城譯：《全譯毛澤東語錄》，封底。
- ⑦⑬ 〈廣告〉，《讀賣新聞》（朝刊），1966年12月13日，第1版。
- ⑦⑭ 〈廣告〉，《讀賣新聞》（朝刊），1967年1月9日，第2版。
- ⑦⑮ 〈廣告〉，《讀賣新聞》（朝刊），1967年1月6日，第1版。
- ⑦⑯ 近代思想研究會編：《毛澤東の言葉》（東京：芳賀書店，1968），書腰。
- ⑦⑰ 和田武司、市川宏譯：《毛澤東語錄》（東京：河出書房新社，1971），書腰。
- ⑦⑱ 中嶋嶺雄譯：《毛澤東語錄》，封底。
- ⑧①⑧③⑧④ 三鬼陽之助：《毛澤東語錄入門》，頁5-6；70-71；222-23。
- ⑧⑤ 〈にわか「親中派日本人」たちは「毛語錄」をこう勉強している〉，《週刊新潮》，1971年8月7日，頁118-21。
- ⑧⑥ 〈一流50社の選んだ社員必讀の本 「毛語錄」から「企業の人間の側面」まで〉，《週刊文春》，1970年10月5日，頁38。
- ⑧⑦ 〈エリート社員が學習する周恩來の游泳術 毛語錄より役に立つ「革命の神」の思想と行動〉，《週刊文春》，1971年3月22日，頁34。
- ⑧⑧ 〈廣告〉，《日本と中國》，1968年1月29日，第3版；〈廣告〉，《日本と中國》，1968年3月18日，第4版。
- ⑧⑨ 《毛語錄》在海外傳播時具有不同國家的本土色彩相當自然，例如在時尚之都法國巴黎，毛澤東符號進入流行服飾文化，「毛式領」成為流行時裝的一部分，1967年法國版《花花公子》（Playboy）也找來模特兒展示毛澤東思想潮流。參見沃林：《東風》，頁116。
- ⑧⑩ 〈「連合赤軍事件に見る」米日反動と宮本集團のあがき〉，《日本と中國》，1972年4月3日，第1版。
- ⑧⑪ 發行於1972年2月25日的第35期《革命戰士》封面仍有80%是鮮紅色，而11月25日發行的第36期已經將底色完全改為白色，只留下少許紅色。面積為筆者量度得出。