

A Brief Analysis on the “Honor Theater Tickets” of the Rear Area during the Anti-Japanese War

Xiaoliu Pang

School of Hanhong, Southwest University, Chongqing
Email: xiaoliudelife@163.com

Received: Jul. 13th, 2015; accepted: Jul. 20th, 2015; published: Jul. 23rd, 2015

Copyright © 2015 by author and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

The “honor theater tickets” is a special form of tickets in the history of Chinese drama. It’s a kind of popular high-price tickets at the Rear Area during the Anti-Japanese War. The owners of the tickets are mainly the celebrities of the business, political or art circles. And the sales boom of it fully demonstrates the patriotic enthusiasm from all parties as well as the humanitarian concern on the international level. However, looking into the development of the history, it has its shortcomings. In the middle and later stages of the war, with the rising of the contractors of the tickets, the incomes are no more mainly for the growth of the theatrical companies. And the commercial nature of it inevitably has some kind of negative impact on the artistic quality of drama.

Keywords

Honor Theater Tickets, Middle Bourgeoisie, Double-Edged

抗战大后方戏剧荣誉券情况浅探

庞骁柳

西南大学含弘学院, 重庆
Email: xiaoliudelife@163.com

收稿日期: 2015年7月13日; 录用日期: 2015年7月20日; 发布日期: 2015年7月23日

摘要

中华戏剧史上，荣誉券是一个独特存在。它是一种在抗战时期盛行于抗战大后方的高价戏票，其受众主要为商人和政界、文艺界知名人士。荣誉券的销售热潮充分显示了抗战时期各方各界的爱国热诚甚至是来自国际层面的人道关怀。然而，从历史发展进程来看，抗战中后期因为荣誉券包销形式的出现，荣誉券的销售收入并非主要用于剧团发展，且其商业性质也不可避免地对戏剧的艺术性产生了消极影响。

关键词

荣誉券，中产阶级，两面性

1. 引言

荣誉券是抗战大后方戏剧界一个不可忽视的历史印记。然而目前学术界对于荣誉券的研究多限于介绍性文字，且研究成果较为分散。据笔者所知，目前涉及荣誉券的研究成果较少，主要有由北京中国社会科学出版社2010年8月出版的傅学敏教授的《国家意识形态与国统区戏剧运动1937~1945》中的《荣誉券与社会名流》一节，吕贤汶先生发表于《重庆文化史料》1994年第4期文艺史料栏目的《荣誉券》一小节介绍文字及重庆市西南大学刘畅所写的硕士学位论文《陪都重庆抗战中期放映业研究》中的部分内容。其他有关荣誉券的记载则多存在于广告以及售票记录等，缺乏系统性与深入挖掘。而对荣誉券中的重要分支——戏剧荣誉券的专门研究更是相对缺乏。本文以大量史料为基础，对戏剧荣誉券的核心含义进行了释义，阐释了其与普通戏票的差别。并分析了其主要受众群体。而后以情感承载体、售卖资金流向、对剧艺影响为切入点阐释其两面性。最后概括总结，以求对荣誉券做出一个较为全面科学的评价。

2. 戏剧荣誉券的概念界定

荣誉券即是为募集资金而所发行的券票，主要在面向大众的公开售票类活动中发行。荣誉券的发行并非始于戏剧界，在戏剧荣誉券发行之前它已经作为一种募集资金的有效手段被应用于一些领域。例如：1940年9月18日重庆各界劝储运动正式开始，为抗战募集资金。10月，陪都建国储蓄分会定期举行扩大宣传周。在节储宣传周的第三天，全市销售荣誉券共2万元[1]。1943年4月20日，宋庆龄在重庆发起赈济豫灾国际足球义赛活动，为河南特大水灾募捐。门票分荣誉券、普通券两种，荣誉券又分100元、200元两种，由宋负责推销[2]。而戏剧荣誉券作为荣誉券中的重要一支，在抗战时期盛行于抗战大后方。它最初产生于抗战初期的话剧“义卖”。1938年6月16日，大公剧团的《中国万岁》在武汉维多利亚纪念堂公演。这是荣誉券第一次出现于中国话剧史上，这些荣誉券每票100元。而《中国万岁》当时的普通票价为5角、1元、5元[3]，由此可见荣誉券票价之高。之后，戏剧荣誉券陆续出现，广泛发行于抗战大后方。1938年于重庆举办的第一届戏剧节上，压轴话剧《全民总动员》发行荣誉券每票五十元[4]。怒潮剧社于1938年10月出演《为自由和平而战》，出现了五百元一张的荣誉券[5]。该票价为目前荣誉券史上最高票价，相当于当时的十两黄金。

普通票和荣誉券是构成战时戏剧戏票的两种主要形式。普通票价格较低，普通大众基本都能接受。为有效扩大戏剧影响力，充分发挥戏剧的战时号召与教育职能创造了条件。而高价的荣誉券对为抗战募集资金、激励国民关注抗战产生了深远影响。

3. 戏剧荣誉券的主要受众群体

戏剧荣誉券主要的受众为商人和政界、文艺界知名人士。抗战大后方的戏剧荣誉券销售业直接受益于这些中产阶级的支持。

1938年10月《为自由和平而战》上演时，普通券一抢而空，荣誉券购买者也颇不乏其人。500元高价荣誉券有人倾囊相购，重庆市银行公会主席康心如暨17家会员银行更是一次拿出2万元来，购去多种荣誉券。《全民总动员》上演时，“五十块钱一张的荣誉券，都被一抢而光。”^[6]，“演出全部收入为10964元，50元一张荣誉券的收入几乎占了二分之一，这批荣誉券由知名人士购去的有：孔祥熙20张，孙科4张，于右任2张，陈立夫2张，张群2张，梁寒操2张，魏道明2张，张公权2张，康心远2张，康心之2张，邵力子、覃振、顾一樵、康心如、张伯苓、王雪艇、陈经畲、甘乃光等各1张，共出售91张，收入4550元，国民党要人和商界巨子购买了其中大部分。”^[7]。1940年，冯玉祥写了大鼓词《劝君节约救国》交艺人演唱，在重庆举行专场募捐演出。11月11日一场，最高“荣誉券”一张售2万元，由王逸轩购去。从以上例子可以看出，购买荣誉券成为了中产阶级为抗战募捐的方式之一。购买荣誉券其实已经超出了买票看戏这一行为的本身意义。荣誉券的“荣誉”之处就在于购买高价戏票支持抗战的行为扩大了购票者的社会影响力，使其精神高度在社会上的认知度提高，能使其获得良好的社会声誉。而在实践这一行为的同时，中产阶级作为一个极有社会号召力的群体，特别是其中的政、商界知名人士，其对抗战的支持无疑鼓动了全社会的爱国热情。在此层面上，他们的荣誉券购买行为可以说是成了一种政治表达。

4. 戏剧荣誉券的两面性

4.1. 正面意义：情感承载体

随着对其戏票本身价值的超越戏剧，荣誉券逐渐成为了一种承载爱国情感甚至人道情感的特殊物品，购买荣誉券行为本身成了一种爱国表达或者国际关怀，得到了广大人士的响应。

如此高价的荣誉券销售情况并不惨淡。《为自由和平而战》上演时，荣誉券设50元、100元、500元三种。新闻界不遗余力，向巨贾富豪、达官贵人推销座票。从1938年10月4日到7日，4天之内演出5场，荣誉券大量销出，募集款超额完成^[8]。在1938年10月28日上演的《全民总动员》中，孔祥熙购买该剧每票50元的荣誉券20张，被视为热诚抗日之佳话^[9]。中产阶级的爱国热情自此便可窥见。甚至还有为外国友人购买荣誉券支持抗战的。1939年11月28日至12月5日，新生活妇女工作队请中国万岁剧团献演《夜上海》，英、美、法、苏、比利时大使及荷兰、墨西哥等各国公使纷纷认购荣誉券。英大使卡尔，法大使戈思默除购票外，各捐100元^[10]。在此背景下的荣誉券认购行为已经上升到外交层面。“国际友人的到场为民族战争的正义性加上了得道多助失道寡助的现实注解。”^[11]。

荣誉券的热卖下购买者的爱国热情自不待言。而为促进荣誉券的销售，销售方亦有它的主要销售方式，现将主要方式列举如下：

4.1.1. 寻名义

为促进戏票的销售，每场戏剧演出通常都会有一个与支持抗战相关的募捐名义，从而调动民众的爱国热情。如1938年10月4日，《为自由和平而战》上演时，即以募集5万元制作寒衣5万元送往前线为由头，并由重庆新闻界各家报纸全体出动宣传^[12]。1939年11月28日至12月5日，新生活妇女工作队请中国万岁剧团献演的《夜上海》，则是以募集药品为名义^[10]。此外还有位抗属小学筹款、响应一元献机和捐献滑翔机等名义，在此就不再赘述。

4.1.2. 寻名人

为扩大戏剧的影响力，增加募捐收入，知名人士的参演也是必不可少的。1939年4月，国泰大剧院公演夏衍新作四幕话剧《一年间》，为《救亡日报》募集资金，演出委员23人，皆全国知名人士，田汉、洪深、郭沫若、夏衍、杨喊声尽在其中。消息传出，产生了很高的票房价值[13]。更有甚者，参加前文提到的《全民总动员》演出的“有蜚声剧坛的赵丹、白杨、舒绣文、顾而已、魏鹤龄、高占非、施超、章曼苹、吴茵、王为一等。国民党文化首领、教育部次长张道藩，国立戏剧学校校长余上沅也要求演个角色，他们分别担任了孙将军和看门老头；著名戏剧家曹禺、宋之的、潘子农也登台。”“后来成为名演员的张瑞芳、江村、耿震、沈扬、凌琯如，以及戏剧家刘厚生，那时在戏中扮演个小角色。”[7]。如此强大的演员阵容，自然吸引了不少购票者。演出最后一天，国泰大戏院门口被前来购票者挤得水泄不通，前台工作人员不得已已在剧场设了五道防线。演出收入自然可观，而其中荣誉券收入占了近乎一半。

有了支持抗战的名义，再加上知名人士助阵，在戏剧界以荣誉券为焦点掀起了一股支持抗战的热潮。在这个层面上，荣誉券已经成为一种情感载体，而购买荣誉券这一行为则成为了一种爱国表达或人道表达。

4.2. 负面影响：抗战中后期有碍于剧团发展

抗战中后期，荣誉券虽然不是阻碍剧团发展的全权因素，但确实对剧团及剧艺发展产生了消极影响。

4.2.1. 包销团体抽调利益，收入用处不得而知

荣誉券的非积极方面随着时间的推移逐渐展现。先看背景。抗战中后期，大后方物价飞涨，每次演出费的巨大开支成为剧团越来越严重的负担。每演一出戏，动辄就是几十万或者上百万。1944年2月15日，在庆祝戏剧节的聚会上，作为会议秘书的马彦祥不无愤慨地说道：“过去以三四百元即可布景装置，目前则非三四十万元不办。”[14]。

20世纪四十年代的戏剧界，不但需要忍受国民党严格的审查制度，而且，在政治迫害之外还遭受着经济的压迫。政府一方面限制票价，一方面对戏剧界课以重税。税收形制畸形。卖票上演一出戏，计有：印花税4%，“不正当行为取缔税”30%，附加的有防空税等20%~30%。1944年1月6日，国民党税务局甚至公布，娱乐税由百分之三十增加到百分之五十[15]。

由此，戏剧界的生存日益艰难。为了避免重税，戏剧工作者只得寻找对策，每有演出时，找个为某机关募捐的名义，忍痛给他们一些好处，由这类机关去商请免税，并将荣誉券报销给某个团体。“为了维持收支相抵，演剧之设‘荣誉座’就成为这个雾季的普遍风气。每次演出，都有个为某某团体募集什么的头衔。”[16]。以此为动机，荣誉券已经逐渐失去了其本身的意义。

在此背景下的荣誉券销售对剧团发展并无益处。包销荣誉券的团体从荣誉券销售额中抽调利润。销售收入是否用于公益事业不也得而知。当时《大公报》载：“我们只知道一张戏荣誉券卖到二百元，一张普通券也非二三十元不可，哪知道荣誉券是归于某机关，某团体所有；不假借一个名义，戏是不易演出的；二三十元的票，经过层层抽调，真正落在剧团的不过一盒火柴钱，落到一个演员身上恐怕只够一根了。”[17]。剧团由此越发陷入困境。

4.2.2. 市场要求导致戏剧艺术性流失

更为可叹的是，将荣誉券包销给某个团体，让其代为销售，该团体便可从中赚取高额回扣。高利益的存在让掮客看到了商机。掮客们往往有广大的社会关系，在很大程度上帮助剧团处理了外部关系，包括剧本审查、逃避税收等。但是“不幸的是他们给剧坛带来了强烈的市俗气息与功利臭味，极端的粗制滥造与欺骗观众的作风。”[18]。戏剧艺术过多地与商业产生关联便失去了它本身的意味。“起初，是剧

团有了戏招来了寄生阶级的戏剧掮客。后来，是戏剧掮客来向剧团定戏了。” [19]。

掮客自然注重戏剧的卖座率即市场导向。“总体来说，大众审美文化的消费意向是休闲娱乐与轻松快乐，它不追求精英文化的批判反省与精神提高，它具有一种与权力斗争或理性沉思相对立的感性愉悦特性，它不是神圣的或精神性的而是日常生活的。” [20]。戏剧取向被迫发生改变，戏剧品质由此受到影响。例如抗战时期的著名剧团中华剧艺社是坚持剧艺严肃性的进步团体之一，但在其发展后期，迫于现实生存困境，应戏剧掮客的要求，也多次在成都上演艺术性缺乏而充满噱头的《刘伯温与苏娇娇》、《复国》、《丽丽草》的等剧目。“于是艺术从戏剧中退位了，抗战从戏剧中退位了，留下的仅有‘香艳’、‘哀感’、‘曲折’、‘离奇’的情节戏了。” [19]。此实为一大遗憾。

剧团因现实生存窘境而选择荣誉券包销以逃避重税，因荣誉券包销而使戏剧艺术陷入发展困境。荣誉券的负面影响是间接的，却是重大的。

5. 结语

概而论之，荣誉券作为抗战大后方戏剧界的一个构成要素，基本贯穿于整个抗战时期，是一个不可忽视的存在。在抗战时期，戏剧作为一种艺术形式与政治结合，以它的独特表现形式发出了关于抗战的强音。戏剧的力量是强大的，充分调动了民众的民族认同感。“我们忘不了那几千只抬摇的手，有力的拳头，几千只喉咙的大合唱。” [21]。洪露的描写生动展现了戏剧演出时的热烈场面。当所有人被抗战情绪联接起来，民众不再是简单的戏剧观众，而成为了戏剧的参与者。通过观剧、献金表达出来的是一颗爱国心下的政治关怀。中产阶级购买荣誉券行为本身是一种爱国表达。而在另一方面，戏剧荣誉券的购买行为经传播后产生的社会号召力不容忽视。观看、支持戏剧成了一种爱国表达。戏剧也在观众中获得发展的生机与活力。荣誉券销售收入对于抗战的支持在历史研究中不应被遗忘。戏剧荣誉券的销售盛况背后承载的爱国、人道感情使其超越了戏票本身的价值，而成为抗战文化中的一个文化基因。购买戏剧荣誉券热潮下中产阶级的积极姿态成为了全民族抗战精神遗产的一部分。

但是在抗战中后期，戏剧荣誉券因其商业性质导致戏剧艺术性的流失则是一大遗憾。荣誉券代销的形式给了以利益为行动准则的包办者选择演出剧目的主动权。剧团主动性的失却使其陷入了被动的发展境地。而市场导向有悖于剧艺严肃性，导致剧团在剧目艺术性领域无法深入开拓。在市场与艺术的博弈过程中，艺术因为现实生存需要而相对妥协，致使市场占了优势，甚至成了市场的工具。溯而观之，艺术的被奴役则是因为文化环境。这又牵涉到艺术与权力之间的博弈。如何协调好这几者之间的关系，当代人自应以史为鉴。

参考文献 (References)

- [1] 彭承福 (1995) 重庆人民对抗战的贡献. 重庆出版社, 重庆, 173.
- [2] 尚明轩 (2002) 宋庆龄年谱长编 1893-1948. 北京出版社, 北京, 589.
- [3] 石曼 (1997) 重庆抗战剧坛纪事. 中国戏剧出版社, 北京, 52.
- [4] 石曼 (1995) 重庆抗战剧坛纪事. 中国戏剧出版社, 北京, 27.
- [5] 石曼 (1995) 重庆抗战剧坛纪事. 中国戏剧出版社, 北京, 26.
- [6] 张瑞芳, 金以枫 (2005) 岁月有请——张瑞芳回忆录. 中央文献出版社, 北京, 95.
- [7] 重庆市文化局党史办公室 (1994) 重庆文化史料. 2.
- [8] 石曼 (1997) 重庆抗战剧坛纪事. 中国戏剧出版社, 北京, 53.
- [9] 王洪华, 郭汝魁 (2000) 重庆文化艺术志. 重庆, 264.
- [10] 石曼 (1994) 国泰大戏院的抗战戏剧演出活动. *抗日战争研究*, 3, 76-83.
- [11] 傅学敏 (2010) 1937-1945 国家意识形态与国统区戏剧运动. 中国社会科学出版社, 北京, 47.

- [12] 石曼 (1997) 重庆抗战剧坛纪事. 中国戏剧出版社, 北京, 52-53.
- [13] 重庆市文化局党史办公室 (1996) 重庆文化史料. 1, 25.
- [14] 记者 (1944) 戏剧节盛况文化会堂剧人三百与会各方致词共鉴剧运艰辛. 大公报.
- [15] 重庆市文化局党史办公室 (1993) 重庆文化史料. 2, 8.
- [16] 刘念渠 (1943) 重庆抗战剧运第五年巡礼——重庆抗战剧运第五年上演目录一瞥. 戏剧月报, 1.
- [17] 记者 (1943) 艰苦的话剧界. 大公报.
- [18] 陈鲤庭 (1945) 关于游击作风的意见. 演剧艺术, 1, 8.
- [19] 徐乘驹 (1943) 论大后方戏剧运动的危机——一个事务工作者庸俗的看法. 戏剧月报, 5.
- [20] 王一川 (2009) 大众文化导论. 高等教育出版社, 北京, 8.
- [21] 洪露 (1938) 戏剧列车在汉口街头. 抗战文艺, 9, 71.