

收稿日期:2025-02-15

媒介生态学视角下的图文宣教

——以抗战时期新四军画报为中心

金泽琳,熊永松

(湖南师范大学 美术学院,湖南 长沙 410012)

摘要:华中抗日根据地以新四军画报为代表的传播媒介,是抗战时期传播党的革命思想、推动实际工作的重要力量。在媒介生态学视角下以新四军画报为研究对象,研究发现,受媒介外部生态环境的影响,新四军画报呈现时空、文化、政治方面的“媒介偏向”。画报凭借其精准的受众定位,借助自身的内容优势构建传播网络,通过塑造集体空间凝聚了群众力量,对根据地基层民众起到了宣传教育的作用。抗战时期新四军画报宣传教育的运作模式,体现了教育民众、凝聚民心的媒介生态构建价值,为现代媒介宣传教育实践提供了有益的借鉴与启示。

关键词:华中抗日根据地;新四军画报;图文宣教;媒介生态学

中图分类号:K265

文献标识码:A

文章编号:1003-6873(2025)03-0018-10

基金项目:湖南师范大学特聘教授科研项目“中国红色美术的史料整理及创作与传播研究”(2024042403)。

作者简介:金泽琳(2001—),女,重庆人,湖南师范大学美术学院硕士研究生,主要从事美术教育理论研究;熊永松(1972—),男,湖北荆州人,湖南师范大学美术学院教授,博士,主要从事美术史论研究。

DOI:10.16401/j.cnki.ysxb.1003-6873.2025.03.028

抗日战争时期,党中央能够在信息传播受阻的客观环境下,将革命思想传递到文字接收能力受到限制的普通民众中去,文艺知识分子与基层人民之间能够实现良性互动,并以此动员群众参与全民族抗战的原因之一,就在于报刊类革命媒介在党中央、知识分子与人民之间发挥了有效的中介作用。“生态学”(Ecology)强调在特定的生态范围内,生命体间的互动、进化和均衡。在媒介文化的研究领域,欧美学者在较早时期就将“生态系统”的概念与媒介研究相融,而且在重视媒介本体价值的基础上,将核心关注点放置于媒介系统与社会、政治、经济和文化环境之间的互动层面。

新四军画报在华中根据地作为一种传播媒介,扮演了图文并重的信息传播媒介的角色,其“媒介偏向”(以哈罗德·伊尼斯、麦克卢汉等人为代表的媒介环境学派的学者指出,媒介具有时空、意识形态、政治等偏向性)必然会受到外部生态环境的直接作用,在此作用下又反过来影响自身传播实践的各个环节和发挥的功效。其宣教过程不仅有力推动了抗日救国宣传工作的开展,而且在培育新兴文化形态、启迪民众心智方面发挥了极为关键的作用,并且建构起一个广泛传播

的环境,成为根据地大众化传播的一个主要标志。新四军所创立的画报之所以能够蓬勃发展,关键就在于它在抗日战争的历史进程中承担了组织动员、思想转化以及深化认同感的媒介职能,这反映了在特定的历史背景下,党对于报纸类媒介工具以及其宣传教育作用的科学理解和宏观掌控。

近年来,学界对新四军画报的研究具体集中在史料整理、新闻传媒等方面^[1],对于画报中美术图像与宣传动员之间的关系研究虽有涉及,但尚不全面,并且多数文章将新四军画报作为新四军革命精神的一种载体进行分析,较少将新四军画报作为一个生态构建的整体来展开系统研究。因此,本文拟引入媒介生态学的理论研究方法,试图对新四军画报的图文宣教模式进行深入考察,揭示新四军画报这一革命媒介对基层民众进行宣传教育的主要经验,以期从媒介生态学方面对新四军画报的宣教研究工作进行丰富,为现代化媒介的宣传教育提供实践意义的借鉴。

一、抗战时期新四军画报的媒介生态环境

媒介生态系统这一领域的特点不仅是把传播作为研究主题,而且把注意力转向了与传播有关的整个领域^[2]。从媒介生态学的角度来说,生物的生存环境由不同的生态因子组成,媒介的存活与进化必须与外部环境系统相协调。因此,从媒介生态学的视角出发,将新四军画报及其所处的环境视为一个统一的媒介生态体系,从中可以窥见新四军画报如何受到政治、文化等生态环境的直接作用,并在生态环境的影响下塑造了与之相关的媒介偏向性。

(一)政治环境:宏观引导与微观落实

新四军的报刊事业是在乡村和战火纷飞的环境中逐步建立和发展起来的。新四军的报纸能够在战时背景下不断提升内容质量,并保持连续的出版和分发,这主要得益于中央领导与新四军领导人的重视。毛泽东曾精辟地指出:“要使各地的党报成为真正的党报,必须加强编辑部的工作,各地党的高级领导机关,必须亲自注意报纸的编辑工作,要规定党政军民各方面的负责人经常为党报撰稿。”^[3]中共对报刊工作的认识和定位,为各地方根据地指明了文艺工作的政治方向。新四军领导人在党的领导下,展现了对报刊工作的高度重视。1941年夏,刘少奇在华中局宣传部会议上强调指出:“对印刷出版工作,我们一定要把它提到战略地位上来认识,我们共产党人搞革命,一靠武装斗争,二靠宣传,就是毛主席说的有文武两个战线,而要搞宣传,首先要做好印刷出版工作。”^[4]刘少奇、陈毅等领导人不仅亲自参与新四军的报刊编辑工作,还尽可能地为报刊工作创造条件,从资金、人力资源、设备采购以及提高办报人员的生活质量等多个层面为他们提供了坚实的支持,新四军画报的工作也由此得到了相应的推动和建设。

其画报出版工作以1941年皖南事变为分水岭,分为两个不同的发展阶段。第一阶段从新四军整编开始直至皖南事变前夕,这一阶段新四军成立了战地绘画服务团来宣传党的抗日民族统一战线政策。在军部的指导下,绘画组的主要活动就是利用美术作品配合战时形势进行宣传,他们每两周发行一期《老百姓》画报;军部印刷厂建立后,绘画组配合报刊的需要,为军政治部编的《抗敌报》和《抗敌画报》提供画稿^[5]。第二阶段从皖南事变之后开始,新四军在江苏盐城重新建立了军部。鉴于地域、人员等多重因素的考量,新四军在华中根据地各区域开展画报的创建与传播活动。如苏中的《苏中画报》,苏北的《先锋画报》《苏北画报》《叶挺画报》,淮北的《拂晓画报》《人民画报》,苏南的《前哨画报》,皖江的《大众画报》《武装画报》等相继出版与传播^[6]。

(二)文化环境:文艺建设与人才培养

皖南事变后,新四军主要在以盐城为中心的苏北地区展开活动。陈毅与从延安来到苏北的

刘少奇作为新四军的重要领导人,都非常注重推进根据地的文化与报刊建设,《盐阜报》“新地”文艺版的复刊,就完全得益于陈毅及时认真听取众多文化人士建议的结果^[7]。此后,刘少奇、陈毅等领导人通过多次发表文章和讲话,为苏北根据地的报刊建设提供了明确的方向。鉴于抗日战争的历史环境和美术在宣传中的特殊作用,盐阜地区的抗日根据地所出版的报刊都特别注重美术宣传。然而,随着新四军规模的扩大与宣传需求的增长,现有美术人才的数量与质量均未能跟上宣传工作发展的步伐。因此,培养更多的美术宣传人才,成为新四军亟待解决的问题。为了培养更多具有革命意识的美术专业人才,新四军最初采用美术家相互学习等非正规性的人才培养方式,后来逐渐发展为有组织计划、系统授课的正规性教学^[8]。

新四军的学校美术教育起源于1941年在江苏盐城成立的鲁迅艺术学院华中分院,也被简称为华中鲁艺。莫朴任美术系主任,教员有许幸之、刘汝醴、戴英浪、庄五洲、涂克、铁婴、洪藏等^{[5]16}。其中许多美术工作者曾在上海或中国南方的主要城市乃至海外学习和深造,他们不仅掌握艺术创作的技巧,还具备现代传播的素养,对抗战宣传有明确的理解。芦芒、赖少其、涂克等人,不仅在美术领域有所建树,还在文学创作上有所贡献,在加入革命军队之前已经积累了编辑经验;赖少其曾作为发行人,出版《工作与学习·漫画与木刻》,并主编《漫画木刻月选》,莫朴曾任中原出版社的美术编辑,他们到新四军后自然延续了编辑工作,且将其作为自己的主要职责^[9]。因此,在苏北根据地开辟的很短时间内,诸多美术家参加新四军后专项从事各类传媒工作,一批以美术家主编的画报画刊应运而生。如吕蒙主编《战斗报》、莫朴任《战斗报》编辑、杨涵主编《苏中画报》并任《苏中报》编辑等。美术家们拥有广阔的视野和多样的才能,这与现代传媒工作者的特征相契合,同时也为刊物的编辑工作带来了积极影响,他们培养的众多学员,为新四军和地方输送了大量美术专业人才,为新四军画报的生产与传播提供了坚实的人才基础。

(三)技术环境:建立工厂与技术改进

新四军画报的技术创新,是战时媒介生态适应环境的典型表现。1940年9月,中共中央在《关于发展文化运动的指示》中表示:“每一较大的根据地应开办一个完全的印刷厂,已有印刷厂的要力求完善和扩充。要把一个印刷厂的建设看得比建设一万几万军队还重要。”^[10]苏北根据地也建立了一些印刷厂,尽管它们的规模和承担的任务各有差异,但都获得了新四军领导人的大力支持。特别是1940年12月在盐城成立的江淮印刷厂和1942年2月成立的盐阜印刷厂,因其规模大任务多而尤为突出。抗战时期,面对日军封锁导致的印刷材料短缺问题、战斗环境的不稳定性对印刷设备的维护和运输构成的挑战,新四军大多数报刊都采用油印与木刻结合的“低技术高创意”策略,创新性地发展了印刷技术。办报人逐步学会刻写楷、宋、仿、黑、美术等不同字体,能够临摹似铅版印刷的手写题词和酷似网纹铜板印刷的插图,掌握纸的除蜡、修补、拼接、分色套印等技术,能够调配出细润明亮的油墨并自制印刷零部件。《拂晓报》便是办报人经过三个多月的不断探索和改良,由粗陋到精美的杰出代表^[11]。在画报创办印刷工作中,面对缺少铜版漫画、插图和形势图等材料的情况下,洪藏、沈柔坚、鲁莽等木刻艺术家发挥他们的创造力,利用当地易于获取的梨木板和枣木板作为印刷版材。又因主要采用木刻技艺来刻画报刊中的图案和字体,其设计风格展现出木刻艺术特有的锐利、简洁和明快特质^[12],且设计元素趋向简化,使新四军画报的排版具有明确主题的几何构成风格。

二、抗战时期新四军画报图文宣教的媒介偏向

新四军画报与其所处的生态环境状况表明,媒介生存与发展的形态变化,始终贯穿于其与外部环境的持续变动过程。在华中抗日根据地,战时动员的紧迫诉求、文化建设的发展需求、印刷

条件的有限技术,都对新四军画报的存活发展形成了生态环境上的压力。为适应这一压力,画报在内容生产与传播策略上呈现鲜明的“媒介偏向性”,即伊尼斯所强调的,“所谓媒介或倚重时间或倚重空间,其涵义是:对于它所在的文化,它的重要性有这样或那样的偏向”^[13]。新四军画报的政治、文化、时空偏向,本质上就是对战时媒介外部环境压力的适应性选择。例如,政治环境的高度组织化影响了画报的政治动员偏向,文化本土性的匮乏促使画报吸收民间艺术以贴近群众,技术条件的限制则促进媒介传播形式的创新。本文将结合媒介环境学派理论,从政治、文化、时空三个维度,解析新四军画报如何在特定生态环境下,形成平衡时空观念的偏向性,并以此实现宣传教育效能的最大化。

(一)政治偏向:为战斗动员服务的政治属性

媒介在传播政治信息和政治权利的共生关系中扮演着关键角色。媒介本身具有党性特征和传播属性,在战争的特殊时期,报刊类媒介是巩固政治权力的重要载体,政治偏向的传播成为其媒介传播的核心内容和首要任务。马克思、恩格斯曾经指出:“报纸最大的好处,就是它每日都能干预运动,能够成为运动的喉舌,能够反映当前的整个局势,能够使人民和人民的日刊发生不断的、生动活泼的联系。”^[14]毛泽东也强调:“报纸的作用和力量就在它能使党的纲领路线、方针政策、工作任务和工作方法,最迅速最广泛地同群众见面。应该把报纸拿在自己手里,作为组织一切工作的一个武器,反映政治、军事、经济又指导政治、军事、经济的一个武器。”^[15]在抗日战争的历史语境下,新四军画报的宣传教育沿袭这一传统。其核心宣传内容紧密围绕抗日战争的需求而构建,具备强烈且鲜明的政治属性与内涵。由于新四军所处的政治、文化、技术环境的影响,新四军战地服务团绘画组于皖南云岭驻地开展的宣传实践活动,具有重要的引领作用与实践价值。绘画组对原来的画作进行复刻,随后根据宣传主题与传播需求进行系统性编排,通过整合不同素材内容,最终形成完整的画刊专栏。这些精心制作的画刊通过在村口进行展示,有效地达成了对当地民众开展宣传与政治教育的目的。战争态势趋于缓和后,各师部基于对宣传战略意义的深刻认知,相继建立画报社并大力推进画报画刊的出版工作。这些画报以鼓动和号召全民抗战为出发点,无论是塑造中国共产党的正面政治形象,还是展现军民团结的建设场景,抑或揭露敌人的反动政策和丑恶行径,其精确的选题、鲜明的立场以及明确的创作目标,均与媒介自身的政治功能定位与战斗动员的核心价值紧密契合,在动员全民抗战中发挥了舆论引导的关键作用。

(二)文化偏向:大众化与民族化的内容和形式

毛泽东在《中国文化》创刊号发表的《新民主主义论》中,一方面赋予了文化极高的地位,视其为启迪和教化广大人民群众的精神指南;另一方面,也强调在革命战争时期,文化是保证我党取得胜利的关键因素。在具体的传播策略上,毛泽东强调文化传播必须以民众喜闻乐见、易于理解的方式进行,确保信息的传达既亲切又有效。因此,党中央通过艺术的笔触将方针政策、国际形势、战时教育等内容进行提炼加工,并结合大众化、民族化的形式创办画报,再让画报回到群众生活中进行传播,这是文化启迪和教育群众行之有效的途径。新四军画报的“文化偏向”则体现在对当地民间艺术图像符号的创造性转化、介入根据地基层文化圈和转变民众的原有文化惯习。《淮南画报》将民间传统的“春牛图”配以二十四节气,改造为宣传“六畜兴旺、劳动发家”等主题的年画。画报保留了农耕文明的传统符号(如牛耕场景),同时还注入了“军民一家”“积极生产”等政治内涵,再加上印刷精美且价格低廉,“每期发行量超出五六千份以上,常常供不应求”^{[5]99},深受根据地群众喜爱。麦克卢汉指出,“传播媒介是我们人类意识的延伸”^{[16]232},新四军画报通过融合传统民间元素与革命象征,充分践行了文化传播的“群众路线”,以多样化和丰富多彩的形式展

现民众的生活。画报在颂扬人民力量的同时,还延伸了群众对政治信息的感知能力。此外,面向文化程度不高的战士和民众,这些报刊的插图是由那些怀有革命和进步思想的美术家们创作的,他们的创作深植于深厚的乡土文化之中,既契合农民的审美惯习,又通过现代木刻技法强化视觉冲击力,体现了“民族化”与“国际化”的双向探索。在这个过程中,实践者深刻认识到了媒介系统内外各要素有机整合与协调互动的重要性,为情感上的动员奠定了稳固的社会心理基础。

(三)时空偏向:固定化载体与流动性方式结合的特征

从媒介时空偏向的角度来看,新四军画报的时空偏向性,体现了伊尼斯“媒介偏向论”在战时的本土化特征。伊尼斯认为,媒介可分为“时间偏向”与“空间偏向”,前者强调信息的长久保存(如石头),后者能够克服空间的障碍,获得信息的广泛传播(如报纸),而权力中心想要确保社会稳定,正确的做法是保持媒介的时间偏向和空间偏向的平衡^{[15]230}。新四军画报则通过有效策略,做到时空偏向上的取长补短、互动互助,以此来适应战时环境。从空间维度上来看,纸质画报轻便易携,新四军还结合游击式传播,因地制宜地创办水上印刷厂,把排字和印刷机器安装在船上,可以在海上、湖荡和水乡到处流动,使画报能在不同地区灵活分发,突破了日军封锁的地理限制。从时间维度上来看,当读者阅览画报时,不仅能够用眼睛观看跃然纸上的图画和信息,也总能感觉到文字与图像背后所蕴含的深意。这是一种可以细细品尝且回味无穷的过程,它打破了时间对戏剧表演等媒介历时性较短、口头等方式进行传播的束缚^[17]。1944年在盐城阜宁县创刊的《苏北画报》中“黄不星”创作的《宁死不踏青苗》,讲述了一位新四军战士被俘就义时不愿踩踏农民庄稼的故事^[18]。画报经过多次传播和视觉符号的强化,将“军民一心”的叙事内容嵌入集体记忆,这种传播形式通过稳定内容构建了群众对革命的认同感。

新四军画报突破了因物质属性而被局限的时空偏向性,更容易将受众对画报内容的印象转化为自身记忆的一部分,从而潜移默化地影响受众的情感记忆生成。在这个过程中,媒介内容的时效性特征使其可以反复传播给受众,并不断强化其传播效应,在战时紧张的氛围中强有力地团结了人们的情感,由此构建起一个与群众共享的时空传播网络。

三、抗战时期新四军画报图文宣教的实践路径

正如媒介生态学所阐释的,特定媒介环境中各构成要素均具备专属的生态位优势及差异化的资源配置特征。因此,在不同的发展阶段,媒介应依据所处的生态环境和自身的媒介偏向形态来制定相应的传播策略。对应到抗战时期的新四军画报所采取的宣教路径,大致可以划分为:精确地确定了自己的目标受众和内容的生态定位,并在此基础上深耕发展;根据自身特点和生态环境形势,引导其他媒介协同传播,促进媒介生态系统良性运转;灵活地拓展生态位、跨区域发挥生态优势,深化群众对党的认同,构建集体共建的宣传空间,凝聚了人民群众的力量。

(一)精准定位:明确受众,突显传播面向

所谓生态位,奥杜姆(E. P. Odum,1959)的定义是:“一个生物在群落和生态系统中的位置和状况,而这种位置和状况则决定于该生物的形态适应、生理反应和特有的行为(包括本能行为和学习行为)。”亦即“生态位是指物种在生物群落或生态系统中的地位 and 角色”^[19]。新四军画报能够在抗战时的媒介生态环境下生存发展,并发挥其本身应具有的政治宣教功能,首先就在于其找准了以人民群众为主的受众生态位,以及以动员人民群众为本的内容生态位。1926年5月,毛泽东对发展画报及其图片宣传的意义作出了详细阐释:“宣传革命道理,组织和发动农民群众,要发挥‘革命画’的作用,用‘革命画’启发农民觉悟,使农民群众认识到阶级的压迫和剥削,一个

政治口号、一条标语,配上简单明确的图画,农民就能看懂,一目了然,革命的宣传就形象化了。”^[20]通过此番阐释,将画报及其图画宣传的受众,明确地指向了工农群众这一特定群体。于是同年12月,江浙区委农民运动委员会就发出号召,“要运用画报反映农民受压迫、受剥削的处境,广泛宣传发动农民群众,启发他们的阶级觉悟”^[21]。

1942年5月,毛泽东又在延安文艺座谈会上系统阐明了“革命文艺为人民群众,为工农兵服务”的根本方向,艺术工作者要坚持以人民为中心的创作导向^[22]。而“人民”则指工农兵,这一定义不仅包括工人和农民,还涵盖了其他支持革命的群体^[23]。中国共产党的报刊宣传理念,不仅为新四军画报明确了宣传教育的对象,也为其宣传教育的内容指明了方向:启发人民群众自觉革命的智识,以符合人民群众审美惯习的图文宣教形式,实现组织人民群众的目标。在党的报刊宣传理念指引下,新四军各师创办了《大众画报》《人民画报》《火线画报》《武装画报》等刊物。仅从名称上就能明显看出,这些画报直接将人民作为其宣传的主要对象,真正成为以工农兵人民群众为主的画报。新四军遵循刘少奇所强调的“党报服务于党的中心工作”和“依靠群众办报”的原则,特别注重内容的通俗化,力图使那些仅有基础文化水平的群众也能够理解。文章力求简洁有力,尽可能地采用通俗易懂的方言,同时辅以大量插图。这些画报的内容主要集中在生产和斗争上,每期都设定明确的中心主题,描绘农民生活、农业生产和军民之间的互动等。由于画报采用彩色印刷,在群众中产生了巨大的吸引力,农民们在收到新的一期画报时,常常将其视作珍贵的年画,有的农民甚至将画报上的图片剪下来,贴在家中墙壁上,以此增添生活的色彩和乐趣^[6]。

新四军画报以精准的宣教方式将“不自觉的群众”和“必要的革命之声”结合起来,从而使画报宣教工作具有“从群众中来,到群众中去”的深厚的群众基础,弱化了传播者与接收者之间的界限,拉近了办报主体与广大读者之间的距离。由此,新四军画报逐渐扎根于根据地群众的生活场域而生存发展,其宣教内容也紧密融入群众生活,凸显了图文宣教的革命面向与群众路线内涵,为进一步动员和组织群众奠定了基础。

(二)传播创新:深耕内容,建构传播网络

从受众视角及传播环境考量,印刷厂的建立与技术的改进为画报的创办提供了物质条件,且新四军活跃的地带紧挨上海等知识分子聚集区域,故该区域的文化建设展现出蓬勃的生机。新四军办刊人在党的文艺政策指导下,重视报刊内容的丰富性、版式设计的审美性,并以丰富的图像优势与多媒体组合搭建组织化阅读机制,构建了立体多样、融合发展的传播网络。

新四军的画报注重画面的构图结构,对版式设计有着精心的规划;在内容上呈现多样性和普及性的特征,建立了画报媒介的大众化优势,实现了对革命思想的转译与传播。画报多以绘画作品为主,有独幅画、连环画,再辅以简单的文字说明,还运用快板的结构形式进行文字编写,使群众读起来朗朗上口,方便记忆。有些版面主要反映全国形势和本地的一些大事,遇到群众对政策改革疑惑不解时,画报利用图像说话,深入浅出地对政策进行详细解读;有的版面则刊登文艺作品,且内容十分接地气;还刊登一些养殖、生产方面的小知识,并接受读者投稿。1944年,在师长黄克诚和副师长张爱萍的重视与援助下,师政治部在阜宁县益林镇桑树街成立了苏北画报社,并推出了16开彩色石印的《苏北画刊》。这本画刊集中展示了战斗英雄的典范行为、大规模的生产活动、经济发展以及军民之间的深厚情谊等内容^[24]。淮南抗日根据地也沿袭了新四军重视美术工作的传统,创办了专门刊载美术作品的刊物,如《淮南大众》《抗敌画报(江北版)》。在美术作品的内容上,有宣扬爱国思想的历史画,如《岳飞传》《木兰从军》等,有配合形势需要创作的绘画作品,如连环画《参军记》、宣传画《劳武结合、保卫麦收》等,还有对民间传统绘画作品的改造,如新年画、新财神画等,内容十分丰富^[25],借助对民间艺术内容与形式的创新,有效增强了与群众的

联系。

新四军画报的图文宣教模式还衍生出以美术图像与诗歌等媒介组合进行宣传教育的方式,根据地综合类报刊还会留有固定的版面刊载美术、音乐、诗歌等文艺作品。如《盐阜大众》在第四版的显著位置,刊发了一曲新编的《新凤阳歌》,这首诗歌展现了根据地人民在民主自由的新生活中的情景。宣传画面生动地呈现了诗歌中读报、识字班教学等四个核心的场景。读报小组的插图描绘了一位农民正襟危坐于简陋的桌旁并阅读着手中的报纸,周围的村民紧紧环绕着他,他们或站或坐,姿态各异,都伸长了脖子,目光紧紧追随报纸上的文字与图画。《江淮日报》设有江淮副刊、大众科学、文艺等栏目,《盐阜报》设有新地专刊,《盐阜大众》有俱乐部、文化学习等专栏。这些报纸内容覆盖了从全球反法西斯战争的动态到根据地的卫生工作等各个层面,以图文并茂、通俗易懂的方式呈现,在多元化传播过程中,图文宣教模式的动员效能得到不断扩展和增强,这种办报方式在盐阜根据地掀起了一股民众积极阅读和自觉学习的热潮,成功地构建了一个双向的传播网络,这个网络既包括组织层面的宣传,也涵盖群众层面的内化吸收过程。

(三)观念共享:引起共鸣,扩展集体空间

新四军画报在华中抗日根据地发挥了重要的革命动员作用,其传播过程体现了工农群众的多重传播身份:他们不仅是信息的传播者,也是内容的接受者和享有者。这一过程中,知识分子在“大众化”与“化大众”之间寻找契合点,加强传播主体与接受主体的融合与互动,形成了一个由知识分子激发、工农群众自我接收与主动传播的集体协作式情感传播通路^[26]。这种传播模式不仅自上而下地传递革命政策,而且促进了群众革命自觉的形成,实现了从知识阶层到工农群众的深化传播。宣传动员的线索随这一过程逐步深入,由画报作为“中间体”搭建公共宣教平台,并扩散传播网络范围,实现党与群众观念上的共享。

早在皖南时期,战地服务团绘画组就将《老百姓》画报的内容复制成多份,并集中编排在一张大纸上,随后将其分成多份张贴在驻地和云岭集镇的街头。这种做法不仅扩大了画报的传播空间,也使更多的群众能够接触到这些宣传材料,从而有效地将抗战信息和新四军的主张传播给更广泛的受众。皖南事变后,除新四军军部的《抗敌画报》外,新四军各师、旅部都曾编辑画报并频繁地张贴于各地公共空间,由此让群众以及战士在公共生活场域直接参与到政治共享空间中,苏中的《前进画报》社秉持使报纸紧密契合群众需求、深度扎根群众的理念,着力培育了一批绘画通讯员,并在连队组建了绘画组。画报社持续接收绘画通讯员投递的各类画稿,有一位叫王平臣的绘画通讯员,战场上是英勇机枪手,创作时则为战士画家,其创作的三阳镇战斗连环画,被画报采用刊出,在读者群中引发强烈反响。画报采集的画稿内容能够从多个独特的维度切实地反映部队的战斗生活状况,充当根据地信息汇聚与文化传播的枢纽。为了纪念中国共产党成立二十一周年和抗战六周年,新四军七师政治部创办了每月一期的《大众画报》,其首期即为特刊。该画报通过“中国共产党是中国人民的救星”“军民合作一条心”“抗战为什么一定会胜利”等画题,以直观的教育方式,帮助那些识字不多甚至不识字的军民理解国家形势和抗战任务。随着政治动员的层层深入,新四军画报潜移默化地加深群众对新四军的认可并与其产生共鸣,在这个过程中渐渐构造了一个军民共享的集体空间。

在注重对根据地群众共同场域构建的同时,这些刊登宣传画的报纸、杂志的发行范围还拓展到了除解放区以外的国统区。如《抗敌画报》第一期中的一些绘画作品便由周恩来参与领导工作的国民政府军事委员会政治部出版的报刊转载了^[27]。国统区媒体也曾对新四军在文化建设和图像传播方面的成就进行了报道,《大路》《良友》《大美画报》都曾展示过军民共同阅读《老百姓画报》的场景。可见,新四军的图文宣教模式已超出单一场域范围的传播网络,跨区域的传播与多

角度的宣传内容扩大了新四军画报宣教的影响力。

四、抗战时期新四军画报图文宣教的实践功效

媒介的生态隐喻强调媒介环境对人的感知、意识、心理等的影响和塑造^[28],这彰显了媒介对社会的深远影响,尤其体现在其对个体思想与认知模式的构建作用方面。在特殊外部生态环境作用于媒介内部生存状况的背景之下,作为传播媒介的新四军画报,在传播进程中展现出范围广、多圈层的特性,并且新四军画报在传播实践中始终遵循“源自人民、服务人民”的原则,打造了观念共享的空间,有效增进了群众对党的认可与信任,对群众实现了充分的革命动员,凝聚起了强大的革命力量。不仅如此,新四军画报以根据地抗战实践与工农兵生活为题材,融入民间艺术的内容与形式,高度契合了民众的审美偏好与艺术接受能力,进而使画报成为根据地群众日常生活中情感共鸣的桥梁。群众不仅是信息的接收者,更是对敌斗争与边区建设的报道者、组织者以及推动者。同时,办报人员自身丰富的文化底蕴赋予了画报战斗性、民间性与现代性的艺术特质,其宣传教育成效也在受众的认知、审美等多个维度得以充分呈现。

(一)增进群众信任,凝聚革命力量

布尔迪厄和福山等学者强调,信任不仅是社会资本的关键组成部分,也是社会凝聚力的核心要素^[29]。在抗日战争时期,新四军画报的传播渠道深深植根于工人、农民和士兵的日常生活之中,面对媒介技术落后、敌后抗日根据地被敌人封锁、物资极度匮乏的状况,新四军的新闻宣传工作仍然创新发展。为了使报刊安全出版与发行,新四军坚守游击式的办报和出版工作,以多种方式构造印刷设施形态。不仅如此,新四军通过“知识分子工农化”和“工农知识分子化”的双向过程,创新性地实践了“全党参与传播”与“传播服务人民”的协同模式。在此过程中,知识分子转型为大众化传播主体——人民的新闻工作者,也同步提升了工农兵群体的政治认知水平与文化解读能力,使其主动承担战时宣传工作,共同推动革命事业的发展。各类墙报、画报等视觉传播载体凭借快速的信息传递、丰富的内容呈现及操作便利等优势,构建起党群信息交互的新型公共空间。这种兼具亲和力与开放性的传播形态,有效激发了民众对抗日救亡运动的深度参与——基层民众开始自发将这些视觉媒介转化为政治传播工具,从而增强对革命实践的认同度与参与度。这种信任关系的转换,最终促成根据地民众从被动接受到主动传播的认知跃迁,为革命力量的凝聚提供了持续动能。

(二)推动社会生产,提高群众审美

抗日战争时期,新四军画报根据地的社会生产建设产生了积极影响。新四军画报的侧重点与延安等解放区不同,后者倾向于突出劳动英雄、颂扬劳动成果及强调保卫劳动果实,而新四军画报的重点在于精准刻画劳动过程中的具体状态,在表现手法上更加注重艺术感染力,以此向读者展示一系列宛如“田园牧歌”般和谐美好的劳动场景。例如,1942年《先锋杂志》新年号上刊登了一幅名为《人牛太平》的宣传画,这幅画不仅生动地展现了一片繁荣的丰收盛景,更在细微之处透露出民众在新年之际,对和平生活的深切祈愿和美好憧憬。类似描绘盐阜根据地建设的宣传画数量众多,如第14期的《喂几口猪》、第15期的《喜洋洋》以及第19期的《老奶奶笑了》(又名《助割》)等^[18]。宣传画上一幕幕民拥军、军爱民的感人场景,不仅增强了广大军民对革命事业的信心,还激发了他们积极投身生产斗争的热情。这些画面鼓舞着根据地群众,促使他们自发地进行生产和传播,进一步发挥了其主观能动性。

新四军画报亦具有时代特征的民族精神与审美价值。一方面,华中根据地的劳动人民在漫

长历史进程中创造了丰富多元的民间文化,美术家们汲取当地民间传统年画、剪纸的元素与技法,将这些富有浓郁地方特色的文化形式与抗战救国主题融合,并以现代艺术视角予以融汇创新,使其在画报中焕发出新的生机;另一方面,新四军报刊美术图像与文字的排版设计具备独特的审美内涵。赖少其为充实副刊内容,曾将外国木刻艺术推荐给苏中读者,邀请杨涵重新雕刻鲁迅曾推荐的卡斯毕莱夫等人的木刻作品,并于《现实》副刊连续刊载三幅。《现实》的刊头也是木刻的,赖少其亦主张刊头的木刻要经常换,避免“老面孔”,因此,凡副刊刊头用过数次,就要杨涵另外刻过,以增加新鲜感^[30]。可以说,美术家们在报刊传播中对新颖性的追求,促使其对画面呈现形式展开多元化的探索。他们在实践中巧妙融合了写实与创意手法,既确保了信息的全面传递,又达成视觉上的美观和谐,赋予新四军画报、画刊深厚的思想内涵与艺术魅力。这些画报的传播使现代艺术理念融入群众生活,不仅拓宽了根据地群众的文化视野,还悄然转变了他们的传统审美惯习,提升了群众的审美素养。

新四军画报的媒介生态学实践揭示了战时宣传体系的三重功能建构。在政治动员层面,画报通过精准的受众定位与大众化叙事的策略,构建了双向循环的传播路径,成功践行了群众路线的核心要义;在文化整合层面,新四军画报创造性地融合了民间艺术内容与现代版画技术形式,既实现了传统文化基因的活化再生,又构建了军民文化共识的对话空间;在理论验证领域,其宣传特性与本身物质性的相互作用,不仅验证了媒介环境学派理论的本土适用性,更因其借助了新旧媒介的内容转换创新,使革命思想从纸上理论转化为群众的具体行动,形成政党话语与大众认知的同频共振。这种生态建构机制不仅承载着特定历史时期的宣传智慧,其“媒介-文化-政治”的三元互动机制,更为当代主流意识形态传播提供了可资借鉴的范式参照。

参考文献

- [1] 孙晓东. 盐城革命文艺史略[M]. 南京: 河海大学出版社, 2023: 178-179.
- [2] 斯蒂文·小约翰. 传播理论[M]. 陈德明, 叶晓辉, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 1999: 8.
- [3] 毛泽东. 1942年3月31日在《解放日报》改版座谈会上的讲话[N]. 人民日报, 1983-02-28(1).
- [4] 中共江苏省委党史工作办公室. 中共江苏地方史: 第1卷(1919—1949)[M]. 南京: 江苏人民出版社, 1996: 181.
- [5] 杨涵. 新四军美术工作回忆录[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 1982.
- [6] 陈红. 抗战时期新四军美术工作述论[J]. 盐城师范学院学报(人文社会科学版), 2017, 37(6): 23-26.
- [7] 梁家禄. 中国新闻业史[M]. 南宁: 广西人民出版社, 1984: 212.
- [8] 李锋. 新四军在盐城的美术教育工作[J]. 盐城工学院学报(社会科学版), 2008(2): 5-8.
- [9] 赵昊. 美术家办报: 传播视域下的抗战时期新四军版画艺术[J]. 艺术传播研究, 2024(1): 62-74.
- [10] 中共中央宣传部办公厅, 中央档案馆编研部. 中国共产党宣传工作文献(1937—1949)[M]. 北京: 学习出版社, 1996: 46.
- [11] 刘亚. 大江南北的“游击文化”: 新四军报刊探析[J]. 南京政治学院学报, 1995(6): 104-106.
- [12] 高明斐. 新四军抗战报刊设计艺术研究[D]. 杭州: 浙江理工大学, 2019: 19.
- [13] 哈罗德·伊尼斯. 传播的偏向[M]. 何道宽, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2015: 27.
- [14] 中国社会科学院新闻研究所. 马克思恩格斯论新闻[M]. 北京: 新华出版社, 1985: 259.
- [15] 毛泽东. 毛泽东选集: 第3卷[M]. 北京: 人民出版社, 1991: 837-840.
- [16] 邵培仁. 传播学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2015.
- [17] 华进, 陈伊高. 媒介环境视阈下传播的“媒介偏向论”探析[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2016, 40(3): 121-123.
- [18] 夏治国. 抗战时期盐阜根据地报刊上的宣传画[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2012(6): 119-122.

- [19] 邵培仁. 媒介生态学[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2008: 82-83.
- [20] 吴继金. 中国共产党领导的革命美术运动史[M]. 武汉: 湖北辞书出版社, 2003: 21.
- [21] 江苏省地方志编纂委员会. 江苏省志[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2013: 456.
- [22] 忽培元. 延安文艺座谈会的前前后后[N]. 光明日报, 2012-07-02(1).
- [23] 侯竹青. 1921—1935年中共对“人民”概念的认知与定位[J]. 党的文献, 2018(3): 72-79.
- [24] 刘维荣. 华中抗日民主根据地革命报刊建设的历史特点与启示[J]. 淮阴师范学院学报(哲学社会科学版), 2021, 43(6): 604.
- [25] 赵道旭, 冯翠. 淮南抗日根据地的文艺建设及其成效[J]. 盐城师范学院学报(人文社会科学版), 2024, 44(3): 31-38.
- [26] 杨琳. 论“延安文学”传播的媒介生态特征: 以传播主体与受众分析为中心[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2011(2): 134-142.
- [27] 黄可. 中国新民主主义革命美术史话[M]. 上海: 上海书画出版社, 2006: 157.
- [28] 覃芹. 媒介生态学隐喻及其环境研究[J]. 当代传播, 2016(1): 20-23.
- [29] 颜晓峰. 信任: 一种社会资本[J]. 重庆社会科学, 2004(2): 115-117.
- [30] 贺朗. 赖少其传[M]. 广州: 花城出版社, 1995: 219.

Graphic and Textual Education from the Perspective of Media Ecology: the N4A's Pictorials during the Anti-Japanese War

JIN Zelin¹, XIONG Yongsong²

(Fine Arts Academy, Hunan Normal University, Changsha, Hunan, 410012, China)

Abstract: The media represented by the N4A (New Fourth Army) pictorials played an important role in spreading the revolutionary ideas of the CPC and facilitating the work in the anti-Japanese base areas of central China. This paper makes an in-depth analysis on these pictorials from the perspective of media ecology. The research findings indicate that due to the external influence of the ecological environment of the media, there exists “media bias” in the N4A pictorials in the temporal spatial, cultural and political aspects. These pictorials, with their precise audience positioning and content advantages, have formed a communication network and consolidated the willpower of the people by constructing collective spaces, playing a major role in publicizing the ideas and educating the grassroots people in the base areas. This mode of publicity embodies the function of building a media ecology to educate and unite the people, providing reference and inspiration for modern media.

Key words: anti-Japanese base areas of central China; N4A pictorials; graphic and textual education; media ecology

〔责任编辑: 朱 根〕