

# 从媒介形态视角看新中国成立初期的广播大会 ——以20世纪50年代天津广播大会为例

武慧芳

(广播电影电视管理干部学院 山西 太原 030013)

【摘要】20世纪50年代的广播大会,作为政治运动的组成部分,把广播这一媒介的鼓动功效发挥到了最大。然而,目前学界对这一特殊广播形式的研究却处于空白状态。文章从媒介形态理论入手,着重分析了广播的媒介特性和社会作用,结合我国新闻媒体的历史传统,认为这种广播形式适应了当时社会现实的需要,起到了“社会发动机”的作用。

【关键词】广播大会;媒介形态;作用

【中图分类号】C912.63 【文献标识码】A 【文章编号】1008-6285(2012)07-0109-04

对新中国成立初期的新闻传播研究,主要侧重于报纸,关于广播电台的研究则比较少见。就媒介本身而言,对媒介自身功能和特性的探讨也比较少。广播大会是特定历史时期的产物,具有一定的研究意义。本文试图从媒介技术形态理论的视角出发,以新中国成立初期的广播大会为研究对象,具体以天津市为例,探讨媒介自身的功能在特定历史条件下发挥的作用,以及社会环境与媒介本身之间复杂的互动。

1951年3月到1952年1月,天津市先后举行了三次全市性的广播大会。“‘广播大会’这个词,在1951年3月以前,就是在当时专业广播工作者的脑子里也还没有形成。”“1951年3月29日,天津民园体育场举行了‘天津市各界人民代表讨论惩治反革命罪犯大会’。天津人民广播电台在现场转播了这次大会。这次现场转播,使全市人民对反革命分子的满腔怒火熊熊燃烧起来。接着《人民日报》发表了《镇压反革命必须大张旗鼓》的社论,从此‘广播大会’这个词,不仅在天津市深入人心,而且风行全国。不少省市也相继举行了类似的广播大会。”<sup>[1]</sup>4月25日的“拥护和平公约签名、反对武装日本投票广播大会”是第一次正式用“广播大会”这个名称。第三次广播大会是1952年1月16日的“天津各界人民反贪污、反浪费、反官僚主义坦白检举大会”(电台还举办过其他“广播大会”,但规模和影响都

不及这三次)。

广播大会是一种特定的广播宣传形式,它的出现是广播实况转播的新发展。早在天津刚解放,天津台便转播了全市各界人民庆祝解放大游行的实况。这样的大型现场直播,在全中国还是首次,受到了各级领导的高度赞扬,尤其为中央台直播天安门开国大典提供了经验。最早一次广播大会,即镇压反革命分子大会,就是对大会的直播,这次有组织的政治动员活动在广播的“放大作用”下取得了极大的反响,让人们看到了广播推动运动的力量。这次会议全市约有50万人收听了实况转播(事后汇总的数字是92万人)。在大会进程中,满腔义愤的群众纷纷给电台打电话和写信,电台的十几部电话机,包括传达室和行政科的电话一直铃声不绝。事后统计,电台共接到了3000多次电话,1250多封信,信上签名的有2300多人。这次广播大会表现出的强大宣传威力,很快促成了其后一次更为宏大的“广播控诉大会”。

4月25日,天津抗美援朝分会举行了这次拥护缔结和平公约签名、反对武装日本投票广播大会,总共有150多万人参加,占天津总人口的四分之三。会上工人市民悲愤的控诉“引起了收听群众莫大的仇恨,一起大声喊出‘为死难者’报仇等口号”,“职工们纷纷保证提高生产,用实际行动打击侵略者”,“市民们情绪热烈激昂……”数小时捐款5亿余元慰问志愿军。大会进行中,许多人打不通电话,就亲自到电台来,把电台的会客室挤得水泄不通,门口还

【收稿日期】2012-05-15

【作者简介】武慧芳(1981-),女,山西太原人,广播电影电视管理干部学院编播系讲师。

等着成百上千的群众要求控诉和提出保证条件,“抗美援朝运动进入空前的高潮”<sup>[2]</sup>。

广播大会百万人的规模,是在组织收听这一条件下实现的。可以说,有组织的收听,是广播大会区别于历次实况转播的特殊之处。这次签名投票大会,在举行的前一天,《天津日报》头版头条“签名投票广播大会明日举行 津各界积极组织收听”,“市总工会向各级工会布置了这一工作,全市108个工厂广播站,都在积极检查收音机、扩大器”;“六区的户政代表开展了相互挑战,保证组织群众收听不漏一人;五区建立了指挥部下设分指挥部、基层小组,并指定专人,找好自行车,以便很快地报告;工商联所属141个行业,准备按各行业同业公会组织工商业家集体收听……”<sup>[3]</sup>

广播大会的另一个特点就是具有较强的互动性和情绪感染性。在进行过程中,大会专门安排几段时间由播音员及时播出群众的呼声,使收听广播的群众不仅仅是个听众,自己也参加了大会,会内会外相呼应,形成一个整体。在首都妇女举行的广播大会上,当大会控诉到惨痛悲愤的地方,几千处的收听群众同时痛哭,同时高呼“不准日本鬼子再来”“打倒美帝国主义”“为死难的姐妹报仇”<sup>[4]</sup>。天津的拥护缔结和平公约广播大会闭幕以后,响应号召等口号,仍然此起彼伏,许久没有停止。借助广播控诉是一种诉诸情感的宣传鼓动方法,意在激起具有鲜明倾向的情绪,以达到共同的认识。

在国内其他城市,广播大会也成为常见的宣传手段,模式和内容大致相同。1951年4月24日在北京举行的“北京妇女反对美国武装日本广播控诉大会”,在全市各街道、胡同、宅院里举行了收听大会和收听小组,大部分的公共场所和商户同时放送。会中和会后响应大会号召的达到29万人,当天接到的电话近两千次,集体和个人的应战书1071件。统计到的收听人数超过40万人。1951年4月15日,武汉组织了50万人收听镇压反革命控诉大会的广播,占全市人口40%。

《人民日报》的社论指出“中国人民广播工作者所创造的并为广大群众所欢迎的广播大会这样新的广播形式,其听众少则数十数万,多则数十万至一二百万。列宁曾经把无线电广播称为‘千百万人的群众大会’,我们的人民广播电台,已经开始走上了这个方向。”<sup>[5]</sup>

广播大会作为特定历史条件下的产物,在当时被视为各级领导机关动员群众、开展运动的有力工

具。然而,简单地把广播作为传声筒,会把问题简单化。媒介与社会处于一种相互的张力之中,其关系是一种复杂而深刻的互动。长期以来,对建国初期的新闻传播的研究,很少看到对媒介自身功能的关注。下面就借用新的理论视角来探讨一下广播这一媒介本身的特性和其在历史情境中的作用。

## 二

媒介形态理论是传播学领域中重要的理论流派,他们提供了与内容分析完全不同的、解读媒介与社会整体关系的途径,强调媒介形态对社会发展所发挥的影响以及对人们的社会经验的塑造<sup>[6]</sup>。伊尼斯和麦克卢汉分别是这一学派的创始人和主要代表。他们的著作中都分析了广播的媒介特性。相对于印刷媒介,以口语为基础的广播,在传播效果和社会作用上有着自己的属性和特点。

首先,广播具有使人深刻介入的力量。麦克卢汉对媒介的理解是从人的感知模式出发,认为不同的媒介是人体不同部位的延伸,他指出了不同媒介倚重视觉和听觉的差异,倚重听觉的媒介是使人深度介入的,因而行动和反应是一致的。

人们在听广播的时候,往往比看书更容易进入忘我的境界。比如许多人在拥挤的场合听收音机,是希望给自己提供一块进入广播境界的安静的小天地。听觉让人感受世界时是容易卷入的,是“精微细腻和无所不包的”。“如果坐在黑屋子里谈话,话语突然就获得了新的意义和异常的质感。如果只有演戏的声音,我们就不得不填补全部的感知,而不仅仅是表演的视象。”<sup>[7]373</sup>

麦克卢汉把广播称为“部落鼓”,“收音机的阉下深处饱和着部落号角和悠远鼓声那种响亮的回声。它是广播这种媒介的性质本身的特征。广播有力量将心灵和社会变成合二为一的共鸣箱。”<sup>[7]369</sup>在部落社会,人与人之间高度统合,这时主要的媒介是口语,面对面的在场交流形式决定了我们全身心投入的听觉经验。口语传播更侧重人的情感和自主性,它带来一种场境感,使人倾向于做出即时反应。广播,某种意义上是对人类口头传播的回归,它使人们又回到了整体的感知世界的方式。

从个人的角度讲,广播的触角可以直达心灵;从社会的层面看,广播“有利于集中化、计划安排和官僚主义”(伊尼斯)。

技术的优势决定了广播传通万里,覆盖广大地区,“和印刷工业的需求相关的政治边界,在这个新

的传播媒介前已经不复存在了”,因而它可实现对辽阔地域的控制。广播不受文化程度的限制,打破了阶级的界线,文盲状况不再是严重的障碍。它强调的是“集中化”。

就像报纸首先经历政党报刊时期一样,广播这种媒介也首先被政治组织使用。“政治领袖在代表大会上,可以直接诉求于公众。1924年,纽约州州长史密斯直接向民众发表讲话,使共和党人反对的法案在议会获得通过。富兰克林·罗斯福总统淋漓尽致地利用了广播这一新媒介,并因此大获全胜。”<sup>[8]</sup>连任了四届的罗斯福在1933年的“炉边谈话”是广播史上的里程碑。四次“炉边谈话”之后,总统共收到50万封来信。《纽约时报》评论说从来没有哪一位总统能在这么短时间内叫人觉得这样满怀信心。

其次,广播具有自身的媒介特性,然而发挥这种特性、使之成为个人与社会的共鸣箱的途径,是“宣传”。就社会功效而言,拉扎斯菲尔德把宣传视为“新的社会发动机”。“原始的小型部落可以通过敲打手鼓和激烈的舞蹈将异质的成员融合成战斗的整体。在纵酒狂欢的物质享受中,年轻人被带到了战争的沸点,男女老少被卷入了部落目标的引力中。在大型社会中,战舞的熔炉已不可能熔化个人的随意,必须有一种新的、更加巧妙的工具将成千上万,甚至上百万的人融合成一个具有共同的仇恨、意志与希望的集合体。必须用新的火焰烧光意见分歧的弊病,锻造参战热情的钢板。这种统一社会的新型锤子和铁砧的名字就是宣传。必须用演讲代替钻头,用印刷品代替舞蹈。”<sup>[9]176-177</sup>

在上世纪50年代的中国,广播正是像原始部落的战鼓,在火热的社会运动中激发起人们参与的热情,在心灵与社会的强烈共鸣中形成了一种高度统合的模式。而这一切,都有着某种历史的必然。

### 三

中国共产党建立以后,在革命战争的环境下,始终面临着用理论解释和指导现实的问题,以及如何让理论观念深入到成员头脑中、化为成员自觉的需要、进而成为改变现实的物质力量的问题,于是就有了学习运动来统一、固化人们的世界观和价值观,由此形成的共同信仰和实践方式使得人们逐步形成一个“有组织”的整体,进而获得改变现实的能力。这种“集中”在社会层面就是对民众的启蒙和动员,由此实现中央对社会资源的控制和掌握。

从社会现实看,1951年的中国是处在战争状态的(国内外战争让军费开支高达财政预算的41%),这必然需要“舆论一律”和“战争动员”;以宣传为本位的新闻媒体模式同时还是计划经济的必然要求,因为这种经济体制或者说资源配置体制下,国家集体个人高度一体。

当时中国社会的发展逻辑,就是通过政治动员来启动经济建设,而有效的政治动员须通过建设意识形态来发动。换言之,社会发展依赖于“意识的先导作用”以及人们由此而焕发出来的积极性和创造性。这就要求报纸等新闻媒介要做到鼓舞全国人民克服困难的高昂士气,不断地树立先进典型供人民学习、模仿,论证说明国家方针、政策的合理性必要性,从而让人民群众自觉地执行。担负着建构意识形态任务的媒介已经成为社会经济运行中的重要组成部分。

“在苏联,宣传被细分为宣传和鼓动。其区别在于:宣传表示广泛的传播,需要深入而有详细讲解的思想、理论和学说,它‘以形成一定的世界观为目的’,它更多地诉诸理智;‘鼓动’是‘通过演讲和各种群众性报道手段传播一种思想,以影响群众的认识、情绪和社会积极性’,它‘比任何事情都密切地与现实群众运动相联系’。它诉诸感情。”<sup>[9]13</sup>

通过这种划分,我们可以明显地看到媒介的不同作用。自抗日战争以来,党的宣传主要依赖报纸,这和物质基础有关,也和媒介的特性有关。书面传播的长处在于能够深入梳理和阐发有思维深度的东西,在为“社会应该如此”、政策“为什么是这样”提供合理性解释,在阐发理论与当下生活的各种联系方面,具有不可替代的作用。很多广播节目或者其他宣讲形式,都以报纸为文本,就是这个原因。当以大众而不是知识精英为对象的时候,文字的东西化为主体的自觉,则还需要一个口语传播的过程。伊尼斯指出:“口头传统的灵活性适应劳苦大众的需要。”<sup>[10]</sup>他引用华莱斯的说法,“二流人物的声音和能干人物书面的意见相比,给人的印象也不知道要深刻多少。”

广播不受识字能力的限制,没有阶级界限。在“鼓动”、推动人民群众成为各种“群众运动”的主动参与者方面,广播的功效更为突出。这时的《建立工厂企业矿山广播网》等文件和《人民日报》社论,显示出广播这一“新兴”媒体正日益受到重视。

广播大会就是这种宣传力量最典型的例证。作为特定的历史产物,它只存在于一定阶段。不同于

日常的广播节目,广播大会直接把最普遍的群众带入到国家的政治意志传播中,它的运作完全依靠行政力量的推行,大规模的组织收听使得广播大会成为政治运动的直接组成部分,而不再是以新闻报道的方式介入。天津的和平签约广播大会就是抗美援朝运动的一个分支,事后受到中国抗美援朝总会的表彰,也说明了这是一项政治运动而不是媒体活动。

在“群众路线”的总的治国方针下,全国都在追求庞大的收听人数。在这种“千百万人的群众大会”上,媒介直接起到了扩音器的作用,它强化了演讲的力量,体现出口语传播的特性——强烈的现场感和介入感,形成一种巨大的共鸣,真正实现了政党和国家社会动员的目的,实现了社会顶层对下层肢体的直接控制。这种群体式的嵌入和感染,在人们的头脑中进一步促进了集体主义的归属意识,更深刻地强化了人们对新型社会的预想和热情。

媒体这种对“拟态环境”的塑造,对群众运动的“放大”,在某种意义上也具有受众培养的作用,不断地加强“鼓动”的结果就是社会的狂热情绪越来越高涨,社会的发展越来越需要“宏伟的叙事”。媒介对于社会的作用和社会对于媒介的需求就像一个双螺旋,相互缠绕着盘旋上升,最终在循环往复的强调和重复中形成压倒性的舆论态势,形成了人们对社会未来的想象,同时媒体自身的内容操作模式在这一过程中也“成型”了。这种惯性直接决定和长久影响着中国媒体的叙事语态,直到上世纪80年代的新闻改革,才发生了根本性的变化。

麦克卢汉说,内容是无关重要的,真正有意义的是媒介本身。无论是什么样形态的社会,广播媒介有利于“集中化”的特性是具有一定客观性的。无论在什么样的国家、什么样的意识形态下,广播媒介作为“融合个人和社会的共鸣箱”的特性都是存在的。新中国成立伊始,还是一个媒介远不够发达的社会,整个社会的现代化程度还很低,对于一个积贫积弱的新兴国家,“宣传”所起的“社会发动机”的作用,是一种历史发展的逻辑惯性,更是当时建设的实际需要。

#### [参考文献]

- [1] 李耐波. 纪念天津人民广播事业创建四十周年文集[C]. 天津: 天津市广播电视局研究室, 1989(10): 49.
- [2] 齐武震. 天津举行广播控诉大会[N]. 工人日报, 1951-04-26(1).
- [3] 市总工会. 签名投票广播大会明日举行津各界积极组织收听[N]. 天津日报, 1951-04-25(1).
- [4] 陈戈. 首都妇女举行广播控诉大会[N]. 工人日报, 1951-04-26(1).
- [5] 必须重视广播[N]. 人民日报, 1951-04-24(1).
- [6] 李明伟. 新媒介形态与新尺度——“媒介分析理论”的宏大观照[J]. 北京理工大学学报(社科版), 2004(4).
- [7] [加]麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 北京: 商务印书馆, 2002.
- [8] [加]伊尼斯. 传播的偏向[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2003: 65, 155.
- [9] [美]拉扎斯菲尔德. 世界大战中的宣传技巧[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2003.
- [10] [加]伊尼斯. 帝国与传播[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2003: 78.

## On the Broadcast Mass Rallies in the Early Years of New China from the Perspective of Medium Analysis Theory

——A case study of broadcast mass rallies in 1950s in Tianjin

Wu Huifang

(Professional Training Academy of Radio Film & TV, Taiyuan 030013, China)

**[Abstract]** The broadcast mass rally in 1950s in China as a component of political campaign put the agitating function of the media to the fullest use. But the study about this special way of broadcast is still undeveloped. This article on the basis of medium analysis theory focuses on the features and social functions of broadcast and holds that this form of broadcasting met the needs of the social situations in those days fulfilling the function as a social dynamics.

**[Key words]** broadcast mass rally; medium formation; function