

# 媒介融合背景下乡村“大喇叭”的重建及其机制研究

张雪霖

**摘要:**近年来,传统乡村“大喇叭”以“村村响”应急广播的形式全面复兴是一个特别引人注目的新现象。研究以湖南省X县Y街道为代表性个案,基于深度访谈与参与式观察等质性研究方法,对乡村“大喇叭”重建的过程、逻辑与机制做了分析与解释。研究发现,面对城市中心主义的大媒介的信息供给与乡村社会需求的脱节现状,乡村大喇叭成为乡村自我管理、针对本土诉求治理的小媒介。因此,以村庄为基本单元的大喇叭成为扎根乡土的适宜媒介和基层治理的政治信息传播工具。乡村大喇叭的重建回应了强国家转型与对农民生活现代化改造的需求,再造了乡村治理权威,提升了乡村治权和基层治理能力。因此,国家政策的宣传需要根据城乡二元社会结构的差异采取不同的传播策略与机制。那么,县级媒体融合发展,应强化乡村大喇叭的信息传播功能,以构建适合乡村发展的适宜媒介环境。

**关键词:**大喇叭;应急广播;媒介融合;国家治理;乡村治权

**中图分类号:**G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2021)02-0087-11

**项目基金:**中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(2020YJ029)

## 一、引言

有线广播成为中华人民共和国成立后直至20世纪90年代乡村社会最重要的传播媒介之一。从县广播台到乡广播站,再到村广播室与高音大喇叭,经三级广播体系,送至乡村社会的千家万户。而到了20世纪90年代,随着无线广播的发展和收音机、电视的兴起与普及,传统的有线广播开始走下坡路,最终趋于解体。随着互联网与智能手机等现代通信技术的发展,传统广播也被视为已过时的传播媒介。然而,笔者在全国多地乡村做田野调研发现,乡村大喇叭正以“村村响”应急广播的形式在全面复兴。2017年,原国家新闻出版广电总局印发的《全国应急广播体系建设总体规划》提出,统筹利用现有广播电视资源,建设形成中央、省、市、县四级统一协调、上下贯通、可管可控、综合覆盖的全国应急广播体系,向城乡居民提供灾害预警应急广播和政务信息发布、政策宣讲服务。

在此之前,就有多地自发探索恢复建设“村村响”。如福建省“村村响”建设工程,2010年开始筹备,2011年上半年完成村级广播设备的安装,2013年完成县机房、乡机房设备的安装,至此村村响安装结束。<sup>[1]</sup>2017年,河北保定广播电视台同河北广电网络集团保定有限公司通过应用广电网络建起立市、县、乡、村四级统一操控智能化广播系统,形成集应急、宣传为一体的现代化广播系统。<sup>[2]</sup>河北沧州农村“大喇叭”全面复兴,截至2019年9月底,全市170个乡镇和5724个村全部开通广播,累计播出8.7万余期,收听率100%。<sup>[3]</sup>笔者调研的湖北、湖南等地,近几年也已恢复建设“村村响”广播工程。

目前关于乡村大喇叭的研究,主要有两种路径:一是实务界关于县乡村应急广播建设现状、功能

与发展建议的分析,如覃甫州介绍了县、乡、村应急广播农村大喇叭建设方案<sup>[4]</sup>。孙良、曾志华认为,我国应急广播先后经历了空白期、探索期、推进期之后,如今已进入全面建设阶段,并认为应急广播的发展是与国家公共治理能力的提高同步进行,是与国内信息舆论环境的变化互为表里<sup>[5]</sup>。许伟、傅雪琴认为,“村村响”是对传统农村大喇叭的传承和发展,各级广播电视部门采用调频技术恢复农村广播,传统媒体通过自身变革来适应新时代受众的需求,成为解决农村信息传播‘最后一公里’的关键钥匙”<sup>[6]</sup>。二是学术界透过乡村大喇叭的命运起伏来折射乡村社会权力结构转型以及国家、媒介与农民之间关系的变化。王华认为,1949年以来农村高音喇叭是国家动员、政治宣传的主要媒介,是国家权力的隐喻,以高音喇叭的使用变革作为切入点,透视半个多世纪以来农村政治经济的变迁历程<sup>[7]</sup>。何钧力以华北地区米村高音喇叭的演变史为切入点,发现高音喇叭的政治功能不断弱化,经历了从“国家象征”到“广告载体”的变化,本来附着于喇叭身上的国家权力在商品经济的浪潮下逐渐隐退,这背后反映的是乡村社会权力结构的悄然转变<sup>[8]</sup>。任慧成则对新中国成立后传播媒介的变化对农村政治沟通的影响做了探讨,将乡村广播视作国家权力的象征与政治宣传的媒介<sup>[9]</sup>。

广播作为与报纸、电视并列的大众媒体之一,传播学界是将其作为一种传播媒介及其产品而整体关注。由于互联网与新媒体的蓬勃兴起,广播早已被视为可能要淘汰的落后媒介产品,传播学界学者较少关注乡村广播问题。作为应急广播体系终端的乡村大喇叭,就更难获得传播学界的注意力了。总体上而言,传播学界对乡村大喇叭的研究尚比较薄弱,主要为广播电视实务界对近年来出现的“村村响”应急广播建设的经验介绍,理论性较弱,缺乏宏观视野。对乡村大喇叭进行学理分析文章的散见于社会学与政治学等学科,这些成果以大喇叭的兴衰史为媒介来透视乡村社会的转型,给予笔者启发与借鉴。然而,既有的研究还只看到乡村大喇叭从兴盛到衰落的变迁过程,却忽视了近几年乡村大喇叭以“村村响”应急广播形式的再次出现。尤其是近年来在政府不断强调移动优先的媒介融合战略导向下,作为传统媒介形式的乡村大喇叭反而获得强势重建的内在逻辑与机制是什么?

2014年国家做出关于传统媒体和新媒体融合发展的顶层设计,被视为“媒介融合”的元年。越来越多的学者开始关注中国的媒体融合实践、发现与路径<sup>[10]</sup>。全媒体被认为是中国媒体融合发展的目标,全面移动化是全媒体传播的必然选择<sup>[11]</sup>。而2018年8月21日召开的全国宣传思想工作会议上,习近平总书记强调“要扎实抓好县级融媒体中心建设,更好引导群众、服务群众”。面对当下正在进入智能手机用户时代,各类媒体都在努力抢占智媒用户市场。在此背景下,县级媒体融合路径也都强调移动优先的发展战略<sup>[12]</sup>。自习近平总书记提出建设县级融媒体中心以来,全国各地县级融媒体中心的建设呈现迅猛增长态势。然而,从实际效果来看,目前县级融媒体中心发展存在的最大的问题是在政治路逻辑驱动下出现“一窝蜂式”跟风建设<sup>[13]</sup>。虽然从短期来看确实实现了县级融媒体中心的全面铺开,但从长期来看由于缺乏长期的规划和精准的功能定位,而可能导致县级融媒体中心沦为“空壳化”机构的风险<sup>[14]</sup>。在移动优先的媒体融合发展路径下,乡村大喇叭的再次出现与重建尚未被纳入县级融媒体中心的视野。那么,这就需要进一步回答在新的媒介环境下乡村大喇叭的重建只是一种局部的偶然性存在还是回应了乡村社会普遍性的治理需求?乡村大喇叭作为一种信息传播媒介,在乡村社会扮演了什么角色与功能?乡村大喇叭的再次出现,与国家治理、社会变迁与媒介发展之间又是如何互动的?

湖南省于2016年开始启动“村村响”工程建设,2017年基本建成投入使用。调研时发现当地乡村干部一致认为乡村大喇叭宣传动员效果好,便经常使用大喇叭,特别是用于推进中心工作。湖南省X县是近年来“村村响”复兴使用的典型个案,具有广泛的代表性。因此,笔者采取以个案研究为

基础的机制分析方法,将对乡村大喇叭复兴的内在逻辑、机制与效果展开深入分析研究。2019年7月5日至7月25日,笔者所在的研究团队一行20人赴湖南省X县Y街道做田野调查,分成3个小组分别在3个行政村,做了为期20天的调研。研究采取深度访谈与参与式观察相结合的方法,获得一手田野资料。调研期间,小组成员白天一起访谈,一般上午和下午各访谈1个人,晚上集体讨论。每隔5天,3个小组会合再进行1次大组研讨,调研期间总共3次大组讨论,这样3个小组获得的调研经验可以相互交叉验证。在对农民家庭关系、打工经济、移风易俗、乡村治理、清洁行动等主题全息式了解的基础上,再围绕着乡村大喇叭使用变迁及其效果做专题调研。访谈对象包括县广播电视台干部、乡镇干部、村组干部、党员、普通村民等各类群体,调研期间总共访谈33人。

## 二、田野素描:“村村响”智能应急广播体系的重建

### (一) 田野概况

X县地处洞庭湖平原,Y街道是X县的城郊镇,距离X县20分钟的车程,交通十分便利。2016年湖南省推行机构改革,实行撤乡并镇与合村并组。X县由19个乡镇合并为15个,Y街道由两个乡镇合并而来,是全县的工业重镇和集中打造的旅游小镇。Y街道将下辖的31个村(社区),合并为15个。目前,Y街道下辖12个行政村、3个社区、447个村民小组,总人口5.8万人,辖区面积78平方公里。虽然机构改革时被改为街道,但Y街道依然是个农业型乡镇,农民家庭的收入来源主要靠外出务工和务农。和全国大部分中西部农村地区一样,村庄的中青年劳动力外出务工经商,留守在村庄的大都是老人、妇女和小孩。

早在20世纪六七十年代,大喇叭就已成为村庄重要的信息传播媒介。改革后在农业税费初期,X县每个乡镇都设有广播站和机线员,由农业税费负担人员工资。到了农业税费后期,农民负担加重,为减轻农民负担,乡村广播体系也开始年久失修,逐渐废弃不用了。直至2016年湖南省有关部门发文要求重启建设“村村响”应急广播体系,以备防汛抗旱等应急抢险、防灾救灾使用。因为洞庭湖平原容易洪涝灾害,每年防汛抗旱的任务很重。乡村广播“村村响”工程是湖南省投资近6亿元建设的民心工程,到2017年6月,工程建设基本全部完成,覆盖湖南全省101个县市区。“村村响”广播体系建成后便正式投入使用,虽然主要作为应急广播而重建,但实际上并不仅仅在应急抢险、防灾救灾时才会使用,而是演化为乡村治理的常规性媒介。

### (二) “村村响”:融合传统技术与新技术的智能广播

以“村村响”为表现形式的农村智能广播网不是对传统农村高音喇叭的简单恢复,而是技术先进的新型智能广播。<sup>[6]</sup>“村村响”广播体系以县为单位,总控室在县广播电视台,主要覆盖乡村地区,县城无大喇叭。每个乡镇有1台总控主机,村有1台分控主机,根据地势与人口居住密度,每个村民组至少安装1~2个大喇叭。县总控室和乡镇总控主机,都可以直接控制村庄的大喇叭,前提是村庄的广播要联网,电源要打开,因为新一代的村村响是连接互联网的。乡镇的总控主机可以看到村广播是否打开电源和联网。如果乡镇想直接使用村庄大喇叭广播,而村庄广播的电源没有打开或联网,乡镇可以打电话过去询问详情。若是因设备坏了而无法联网,乡镇可将录好的音频交由村庄直接播放。村分控主机可不用联网直接使用。村里有两种方式可接通大喇叭:一种是对着话筒即时讲话,一种是将提前录好的音频用U盘导入播放。而传统的乡村大喇叭则主要在村庄一级,县和乡镇一级无法直接遥控作为末端的喇叭,需要通过村庄来使用。

X县“村村响”广播设施设备的建设总共投入约1400万,寿命至少可以使用6~10年,每年的维护费用在100万左右。大喇叭放在室外,风吹日晒雨淋,容易损坏,需要定期检修和维护。总体而

言,“村村响”广播体系不仅覆盖面广,可以实现全域覆盖,而且建设与维护成本低廉,信息传播速度快。起初恢复重建时,很多人认为现在有电视、电脑和智能手机查阅与接收信息,干吗还要再安装大喇叭这种已经过时的媒介,但是经过技术改造的大喇叭一经投入使用,便获得了县乡村干部和群众的好评与欢迎。然而,当地县级融媒体中心的建设,试图打造全媒体传播矩阵,但尚未重视“村村响”作为信息传播媒介,在“引导群众、服务群众”以及打通传播的“最后一公里”上所发挥的功能,缺乏针对城乡社会二元结构及其信息传播策略差异的认识与回应。

### 三、乡村“大喇叭”:扎根乡土的适宜媒介与基层治理工具

“村村响”大喇叭在湖南省也是作为应急广播体系而重建的。然而,村庄大喇叭在重建投入使用的过程中,因其在乡村社会突出的传播效果,与当前正在如火如荼进行的乡村振兴运动相契合,逐渐演化为乡村社会的政治信息传播媒介与基层治理工具。以笔者调研的Y街道为例,乡村“大喇叭”投入使用后,Y街道党工委黄书记发现村庄大喇叭很有效果,也很好用,便开始频繁使用。遇到乡镇的中心工作,或需要政策宣传与群众动员的工作,黄书记便会让负责乡村广播的街道文化站杨站长播送相关文稿。Y街道2019年自春节过后上班开始至6月初,短短3个多月的时间,仅街道层级利用“大喇叭”已经主题播报11次,街道每次播放是在辖区15个村(社区)的“大喇叭”上全域播放。笔者将2019年上半年每次播放的时间和主题整理成表格,具体如下表1。

表1 Y街道2019年使用乡村大喇叭的情况

次数	时间	主题	性质
1	2019-02-13(正月初九)	县春风行动招聘会	公共服务
2	2019-02-25	“清洁村庄·爱我××”倡议书	群众动员
3	2019-02-27	《Y街道乡规民约》宣读	政策规范
4	2019-02-28	LZJ县长电视讲话《全县动员、全民动手、全面掀起村庄清洁行动集中攻坚新热潮》	领导讲话
5	2019-03-22	扫黑除恶专项斗争应知应会	政策规范
6	2019-03-23	Y街道城南派出所扫黑除恶专项斗争报稿	政务公开
7	2019-04-11	学会丢弃,才能给美好的生活腾出空间	群众动员
8	2019-05-24	积极做好25日至26日强降雨防范工作的通知	风险防范
9	2019-06-03	禁毒歌曲《鸦片战争不能忘》	群众动员
10	2019-06-03	习近平对垃圾分类工作做出重要指示	领导讲话
11	2019-06-04	全域禁炮宣传稿	政策规范

表1中列出的村庄大喇叭的使用情况,主要是街道一级使用播放的主题,尚未包括村庄一级的使用情况。我们可以对这11次播报主题的内容进行分类:①公共服务类,主要发布一些重要的公共服务信息,让村民及时知晓不要错过。第1次的“县春风行动招聘会”是全县的一次大型就业招聘活动,涉及活动地点、时间、招聘企业数量与岗位以及政策照顾对象等信息的通知。②政策规范类,主要针对村民行为做出规范、引导与约束的政策规范信息通知,如第3次的《Y街道乡规民约》宣读,第

5次的“扫黑除恶专项斗争应知应会”,第11次的“全域禁炮”通知。③群众动员类,主要为呼吁、劝服和激励群众遵守规范或参与支持中心工作。如第2次的“清洁村庄·爱我××”倡议书,第7次的“学会丢弃,才能给美好的生活腾出空间”,主要涉及农村环境卫生和移风易俗的倡议,以及第9次“禁毒歌曲《鸦片战争不能忘》”,倡议村民远离毒品,这个是街道黄书记在“学习强国”平台上听到后,觉得特别符合当下乡村开展禁毒禁赌工作,便放在乡村“大喇叭”上播放。④领导讲话类,主要为中央、省市县领导的讲话精神,包括第4次的县长讲话和第10次的习近平讲话,主题都与乡村清洁卫生工作有关,援引中央和上级领导讲话来赋予政策执行的合法性,本质上也是群众动员的一种策略。⑤政务公开类,主要为地方政府和乡村干部将政务信息向群众公开通报,如第6次的“Y街道城南派出所扫黑除恶通报稿”,将本地扫黑除恶的成果与具体案件详情公开播报。政务公开,一方面满足群众知情权,另一方面也可以起到警示、教育和威慑作用。⑥风险防范类,主要是旱涝、瘟疫、极端天气、地质灾害等发布预警通知,及时做好风险防范工作,如第8次的极端强降雨防范通知,此类是“村村响”应急广播体系恢复重建的主要目标之一。

以上统计的主要是乡镇(街道)层面统一使用乡村“大喇叭”的内容生产情形,村级组织还可结合本村开展治理工作的需要,自主使用村庄“大喇叭”广播与宣传。在实施乡村振兴战略的导向下,当地县委县政府将村庄清洁行动确立为2019年上半年的中心任务,改变农村“脏乱差”的环境卫生面貌,Y街道利用乡村大喇叭广泛宣传动员,并通过树立典型人物进行示范带动。在发起清洁行动之初的三四月份,Y街道创设了“身边人讲述身边事”栏目,每个村每周选报1户优秀典型人物采访。街道提供统一的采访框架,村干部负责对本村优秀人物采访。录制好音频后,村干部负责在本村的大喇叭上播放,连续做了5期节目。由于优秀典型人物都是本村村民,村民之间相互认识和熟悉,取得较好的示范带动作用。

不难看出,重建的“村村响”智能应急广播体系,在实践中并不只是发挥风险防范与应急救援作用,用途十分广泛。通过深入考察X县Y街道使用乡村广播的具体内容,研究发现其具有如下突出特征:①紧密围绕着推进中心工作而使用广播媒介。由于中央提出《农村人居环境整治三年行动方案》,全国各地掀起农村人居环境整治专项行动。X县将农村清洁行动作为2019年上半年全县的中心工作,为此我们看到Y街道乡村广播上半年11次主题播报中,有5次都是农村环境卫生有关。②乡村“大喇叭”的内容生产具有在地化和草根性。乡村“大喇叭”信息内容生产,与中央、省、市、县广播台的专业广播频道节目不同,一方面从生产主体来看,不需要专业制作与主播人员来生产内容与播发,由乡村干部与村民兼任即可;另一方面从生产内容来看,具有较强的在地化特征,由乡村两级结合阶段性重点工作需要而灵活自制节目与内容。③乡村“大喇叭”的内容生产具有参与性和互动性。正是因为乡村“大喇叭”的使用具有在地化和草根性特征,那么随着治理工作的需要,群众也可以参与村庄广播内容的生产,如Y街道创设的“身边人讲述身边事”栏目。同时,村庄“大喇叭”的播放时间与内容,也根据村民的内生需求与信息反馈而及时做出调整。

参与式乡村信息传播模式关注公众和社区对适宜媒介的使用问题,与现代化范式下的大媒介观不同,强调“适宜技术”的重要性,即将大规模的全国性传播行动放在一边,更重视各种乡土媒介和小众传播工具。<sup>[15]</sup>Jan Servaes将之总结为自我管理,强调村民在媒介内容的规划和制作中的参与。<sup>[16]</sup>案例中乡村大喇叭的使用与内容生产正是由乡村干部、村民共同参与制作的。与中央、省、市广播电视台等大媒体内容生产的专业性不同,其主要围绕着村民的信息服务与基层治理动员需求,利用乡村社会内生的力量制作与自我服务。阿芒·马特拉指出,从大型媒介转向微型媒介,指望自己的力量,动员地方资源以便满足地方需要,这就是新的发展哲学提出的方向性轴线。<sup>[17]</sup>而且,在诸多传播

工具中,由于广播成本低、易操作,更适合具有丰富口头文化的乡村。面对城市中心主义的大媒介的信息供给与乡村社会需求的脱节现状,乡村大喇叭成为乡村自我管理、针对本土诉求治理的小媒介。因此,以村庄为基本单元的乡村大喇叭是可以扎根乡土的适宜媒介和基层治理的有效信息传播工具。通过传统媒介与现代媒介,高技术媒介与低技术媒介的结合,进行以乡村为本位,以农民为主体的信息生产和传播,有望突破大众媒体内容与农民生活的疏离,对于完善农村信息公共服务体系有较大裨益。

#### 四、强国家转型与乡村治理权威再造:乡村“大喇叭”重建的逻辑

##### (一) 农业税费改革与乡村治权弱化

我国乡村有线广播体系在20世纪90年代中后期逐渐解体,与农业税费和乡村广播财政经费体制改革相关。根据1969年财政部和中央广播事业局联合发文规定:“县广播站或相当于该级的广播部门的日常事业经费,列入国家预算,公社广播站或放大站的日常事业经费由地方财政解决”“在事业建设上,县广播台(站)和县至各乡传输线路以及广播站设备由国家投资;乡广播站部分设施和乡以下的传输线路由乡、镇集体投资;用户引线和用户设备由用户负担”。1983年中共中央的37号文件又一次肯定了这一国家、地方、个人三级承担的经费来源原则,并且规定向用户收取维护费,一般一只喇叭一年一元,作为乡镇以下广播网路的维护费用和维修人员的报酬。<sup>[18]</sup>依据国家统计局《中国农村统计年鉴》,人民公社解体后的1985年至1995年间,农村有线广播村庄通播率虽有下滑,但下降幅度也不大,总体上还比较稳定。因为这一时期,农村有线广播的经费来源有一定的保证。

但是1995年以后,全国大部分地区农村有线广播使用都开始呈现断崖式下滑。因为1994年开始实行分税制改革,乡镇财政收入大幅减少,特别是广大的中西部农业型地区沦为“吃饭财政”<sup>[19]</sup>。而且90年代中后期因农民税费负担过重而带来政权合法性危机,中央多次出台减轻农民负担的政策文件。<sup>[20]</sup>对于广大的中西部农业型地区而言,乡镇的收入主要来源于农业税费。在难以向农民汲取资源的情形下,乡镇政府已无力维护乡村广播体系,农村有线广播线路与“大喇叭”设施设备逐渐老化损坏,年久失修。而且,从20世纪80年代末电视开始发展起来,县市一级开始将有限的财力集中投放到电视事业,很少有经费再兼顾农村有线广播<sup>[18]</sup>。农村有线广播在既无经费、也无管理的情况下,基本上被废弃,以致迅速趋于解体,只有极少数地区还保留使用乡村大喇叭的功能。

其实,我国农村有线广播体系的衰落与解体,并不是因为其作为传统的大众媒介形态,被新兴媒体发生功能替代而自然淘汰。而是因为20世纪八九十年代国家实力总体上还比较弱,尤其表现为中央财政收入不足,这也是1994年推行分税制改革的内在原因。而中央为了减轻农民负担先后探索多次农业税费改革,直至2006年彻底取消农业税费。一方面,乡村基层组织的事权弱化,农业税费时期乡村治理的两大核心任务为“收粮派款、刮宫引产”,即收取农业税费和计划生育,而农业税费的取消,计划生育政策的松动,使得乡村组织无事可做,也不再需要过多地与农民打交道,成了“悬浮型”政权组织<sup>[21]</sup>。另一方面,乡村基层组织的财权弱化,农业税费取消后除了“一事一议”项目外,乡村组织围绕着公共品供给向农民收费集资不再具有合法性,哪怕是合法的“一事一议”项目因无法治理“钉子户”也收不上来钱<sup>[22]</sup>,陷入无能做事的后果。因此,农业税费改革带来乡村组织治权弱化与基层治理能力下降的后果<sup>[23]</sup>,进一步导致上访的增多<sup>[24]</sup>。有学者指出,在乡村治权弱化的“大历史”中,造成集体组织的虚置、共同体建构的滞后,导致村民倾向于采取非正规行动以牺牲公共资源的方式来满足个人目的<sup>[25]</sup>。

## (二) 强国家转型与农民生活现代化改造

经过改革开放 40 年的发展,我国已经实现从“站起来”到“富起来”再到“强起来”的蜕变,国家也由“弱国家”向“强国家”转型,突出表现为中央财政实力的增强,由汲取型政权向服务型政府转型。<sup>[21]</sup>中国共产党作为一个使命型政党,致力于推动国家治理的现代化与社会发展的现代化<sup>[26]</sup>。在向强国家转型的过程中,与前一个阶段国家权力从乡村社会不断后撤不同,开始出现国家权力下乡与向乡村社会延伸。一方面是国家资源下乡,开始实施以工业反哺农业的发展战略,先后推行社会主义新农村建设和美丽新农村建设。党的十九大报告提出实施“乡村振兴”战略,将伴随有大量国家财政资源输入农村。近年来,全国多地开始恢复重建“村村响”农村应急广播体系,也是以“强国家”为财政基础,因为乡村应急广播体系的重建由财政兜底,作为一项村庄公益事业并不需要向农民集资收费。另一方面是国家规则下乡,通过国家治理的转型来推动基层治理现代化,尤其是国家权力开始积极介入农民的社会生活,致力于推动农民生活现代化改造。如当下全国各地正在推进的农村环境卫生整治、厕所革命以及移风易俗行动等,正是国家对农民私人生活的治理,致力于培养农民现代化的生活方式与环境卫生习惯。而要实现农民生活现代化的改造任务,短期内无法仅仅靠自生自发的秩序来完成,需要依靠乡村基层组织进行动员式治理。因为“改造”,意味着对传统的或落后的观念与习惯进行主动的革新,本质上属于政府主导的强制性变迁<sup>[27]</sup>过程,需要群众动员与思想教育。然而,由于乡村组织治权普遍弱化的现状,面对国家对农民生活现代化改造的积极治理任务,乡村组织常常陷入“干部动、农民不动”的治理困境。

Y 街道黄书记在使用几次乡村大喇叭进行政策播报后,发现对农民的宣传与动员效果很好,用他的话说就是“尝到了甜头”,之后便将乡村广播作为政策信息传播的重要工具来抓,尤其是中心工作。关于乡村大喇叭使用效果,他反映:“原来没有使用大喇叭广播时,党委政府对中心工作的部署、宣传与动员,只能靠村干部做村民的工作。而使用了大喇叭广播后,特别是全乡镇都统一广泛播报实施清洁卫生行动后,在村民眼里就形成了大势,信息具有一定的权威性和强制性。村干部再去工作时,村民不仅都已经知晓,宣传动员的效果也好很多,村民的支持与参与度也高一些。”<sup>①</sup>

在村庄大喇叭投入使用前,村干部仅仅依靠人际传播的方式,入户苦口婆心的做思想动员工作,不仅效率低,而且效果甚微,村干部也怕得罪村民。相较于收音机、电视、电脑、手机等私人媒介,安装于村庄公共空间的乡村“大喇叭”的信息传播具有公共性、共享性、强制性特征,契合了乡村社会现代化改造的需求,成为乡村治理有效的媒介。如 X 县 Y 街道 2019 年上半年用乡村“大喇叭”的 11 次主题播报,大都是与农村环境卫生整治与移风易俗等现代生活改造有关,需要广泛宣传和群众动员。而且,由于撤乡并镇与合村并组运动的开展,每个行政村管辖面积与人口规模大幅增加,但是村两委干部的总人数相较于合村前却减少了,每个村干部的管理幅度也大幅增加。加之,合村并组后的村庄已经由熟人社会向半熟人社会转变,村干部难以完全依靠走村串户的人际传播方式来实现国家政策宣传和群众动员工作。如笔者调研所在的近 3000 管辖人口的 W 村是因每个村民组都安装有 1~2 个“大喇叭”,信息传播速度快,受众覆盖面广,成为有效的超大型村庄治理的政治信息传播媒介。

## (三) 乡村“大喇叭”与乡村治理权威再造

近年来,随着互联网下乡,以微信、微博为主的社交媒体以及以抖音、快手为代表的短视频平台不断向乡村下沉,对农民获取信息的方式与乡村舆论生态带来很大影响。一方面,由于互联网媒介

<sup>①</sup>参见湖南省 X 县 Y 街道 2019 年 7 月 22 日上午调查访谈记录。

具有匿名性和去中心化特征,以及算法推荐技术的应用,容易出现政策谣言传播、情绪传播以及群体极化等后果。另一方面,由于城市化与打工经济的快速发展,平时留守在村庄的主要是老人、妇女与小孩等弱势群体,而他们恰恰是互联网信息技术使用的洼地,存在信息鸿沟。在当前的媒介环境与乡村社会基础下,乡村基层组织面临如何将自上而下的国家与地方政策信息与村民自下而上的信息服务需求有效对接的难题。而以“村村响”智能应急广播体系为基础的乡村大喇叭,对于县乡村组织而言,相当于政治信息传播媒介与指挥系统,而且相对于互联网新媒体而言具有权威性和公信力。原本作为应急广播体系而获得重建,但在实践中获得乡村干部的普遍欢迎,从而演化为乡村治理的常规性信息传播媒介,其内在的机制就在于乡村大喇叭再造了乡村治理权威,增强了乡村治权和治理能力。

具体而言,作为终端媒介的“大喇叭”是安装于村庄开放式公共空间,而收音机、电视、电脑、手机等终端都属于可携带的私人物品,使用具有一定的私密性和封闭性。那么,村庄“大喇叭”在政治信息传播效果上,便具有其他媒介形态无法替代的功能:①村庄“大喇叭”的信息传播具有潜在的强制性。大喇叭的开关掌握在乡村干部手中,相当于是乡村干部在基层治理中的“麦克风”,可以低成本并且高效率地将党与政府的声音传递到村庄的每家每户。而一般的收音机、电视、电脑、手机的开关遥控器掌握在用户手里,用户如果将遥控器关闭,信息传播对他的影响就断了,而且用户还可以自主选择收听、观看、浏览节目内容。对于这些传播媒介而言,没有受众或用户,就没有传播力和影响力。而村庄“大喇叭”的强制接收性特征,保证了信息传播的传播力和影响力,具有较好的传播效果。②村庄“大喇叭”的信息传播具有伴随性,传播速度快,受众覆盖面广,且不受语言、文字以及受教育程度的限制。而且乡村干部使用“大喇叭”广播政策信息时,一般会结合本地社会与治理实践需求自制内容。广播响时,只需要耳朵听即可,不影响干其他事情,农民可以一边干农活或家务活,一边听广播。留守在村庄中的老年人,因不识字或学历低的限制,大都不会用电脑或智能手机,但听广播无障碍。③村庄“大喇叭”的信息传播对象是特定的受众,具有明确的传播空间边界,不需要参与用户注意力的竞争。而广播、电视传统大众媒体的传播对象是不特定的受众,需要依靠内容生产来参与吸引用户注意力的市场竞争。大喇叭的设置是以行政村为基本单元,本质上为村庄信息发布的公共平台。因此,“大喇叭”上传递的信息也具有权威性。笔者在Y街道W村调研时,垃圾拖运员LRP说:“因为大喇叭上广播了《村规民约》,只有生活垃圾才可以丢进垃圾桶和拖运。遇到村民丢错的,因为大喇叭都广播了,我就可以理直气壮地前去劝说他不要乱丢。喇叭上没有广播的话,我就不好说,底气不足。”④村庄“大喇叭”的信息传播具有公开性、共时性和公共性。因“大喇叭”安装于村庄公共空间,“喇叭”一响,所有在场的村民都可以同时听到,信息传播在其辐射的公共空间内具有弥散性、公开性、共时性和公共性。因作为受众的村民之间本身是一个熟人社会,共同在场的村民之间的互动与交往,使得通过“大喇叭”传递的公共信息发育为村庄公共舆论。而收音机、电视、电脑或智能手机等点状终端,基本上是在私人空间使用,受众或用户之间是分散、孤立而相互隔离的,缺乏共享性、互动性和交往性,本质上是作为个体消费者的身份来消遣,难以发育形成村庄公共舆论和公共空间。

因此,乡村大喇叭是基层组织掌握政治信息发布权的象征,是基层治理权力的隐喻和表征,也是乡村治理与农民生活现代化改造的一种有效的政治信息传播手段。一方面,乡村大喇叭的使用,由乡村干部作为传播者发起,掌握着信息发布权,向所辖行政区域范围内的村民传播政策解读信息、公共服务信

①参见湖南省X县Y街道2019年7月19日下午调查访谈记录。



息以及应急预警信息等,以动员改变村民的思想观念、规范其社会行为,发挥着宣传、动员、规范与预警功能,再造了乡村基层组织的治理权威。另一方面,乡村大喇叭作为地方政府与民众、基层干部与群众之间政治沟通的信息媒介,公开、及时的政治信息发布,可提高村民对地方政策与基层治理的知情度,进而提高村民的政治参与度,密切干群之间的互动关系,有助于双向沟通的基层治理秩序。

## 五、结论

在移动互联网时代,传统的主流媒体、商业媒体、社交媒体、专业自媒体等多元并存,“人人都有麦克风”,信息的生产具有多元性和去中心性,信息流量爆炸式地生产,而且真假难辨。根据第45次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2020年3月,我国农村网民规模为2.55亿,占网民整体的28.2%,较2018年底增长3308万;城镇网民规模为6.49亿,占网民整体的71.8%,较2018年底增长4200万。我国城镇地区互联网普及率为76.5%,较2018年底提升1.9个百分点;农村地区互联网普及率为46.2%,较2018年底提升7.8个百分点,城乡地区互联网普及率差异缩小5.9个百分点。<sup>[28]</sup>随着国家网络扶贫政策的推进,城乡之间的数字差距虽在逐渐缩小,但依然存在较大的信息鸿沟,从最初的“接入沟”向“知识沟”转变。如何建设有效适应信息时代的治理体系与治理能力,尤其是面对城乡二元社会结构的差异,将是国家治理转型面临的巨大挑战。

近年来,乡村“大喇叭”以“村村响”智能应急广播的形式全面复兴,有其深刻的社会基础与治理需求根源。研究以代表性个案为基础观察到乡村大喇叭作为应急广播在全国多地获得重建,并演化为乡村组织的常规性政治信息传播媒介的现象,进而将之放置在国家治理、媒介环境与乡村治理变迁的互动关系框架中去解释其内在逻辑与成因机制。“村村响”智能应急广播与网络技术的融合,可以较好地弥补网络新媒体在农村的传播力不足困境,成为乡村社会有效的政治信息传播媒介。大喇叭放置在村庄公共空间中,信息的传递快速而覆盖广泛,信息生产具有权威性、共时性、公开性和公共性,在干群之间、群众之间建立直接的信息互动关系,有助于促进群众参与村庄公共治理。因此,乡村大喇叭是可以扎根乡土的适宜媒介,由乡村干部和村民共同参与内容生产。

对于广大的中西部乡村地区而言,乡村基层组织依然是县域社会最为权威的信息传播者,而乡村大喇叭成为基层干部重要的政治信息传播媒介。当下正在进行的县级融媒体中心建设,目标是有效“引导群众、服务群众”,实质上是要打造为县域社会治理的综合平台。然而,部分县级融媒体中心建设的中央厨房与豪华大屏,动辄需要上千万的投入,往往还只是发挥显示功能,尚未能转化为传播能力与传播效果的提升。对比之下,“村村响”智能应急广播系统的信息传播与宣传动员成本是极低的。一个县面对的主要是广大的乡村社会,县域治理的重心在乡村治理。因此,国家政策宣传要面对城乡二元社会结构的属性差异,采取不同的传播策略与机制。此次新冠肺炎疫情信息的传播媒介也突出呈现了城乡二元差异特征。在乡村基层组织介入疫情宣传动员之前,纵使关于疫情的网络舆论已经沸腾了,但网络舆论和农民的日常生活之间是二重世界。只有在乡村干部用“大喇叭”开始对疫情防控广泛宣传动员后,当地农民才开始重视,乡村“大喇叭”成为打通疫情宣传“最后一公里”的政治信息传播媒介。

因此,在移动优先的媒介融合发展战略下,不可忽视乡村大喇叭在打通政府宣传“最后一公里”的治理功能,应将乡村大喇叭的建设纳入县级媒体融合的版图中来,成为县域社会基层传播的有机构成环节,政府资源的配置上也应予以考虑。当然,乡村“大喇叭”虽是契合乡村社会基础的信息传播媒介,但宣传效果最为关键的还是要依靠乡村基层组织的治理能力,因为乡村干部是村庄“大喇叭”主要的内容生产者。决定村庄“大喇叭”传播效果的是乡村干部的政策信息解释与转译能力,即

如何将上级政策或应急信息,转化为当地老百姓能够听得懂、理解与认同的语言,从而才能真正实现有效的群众动员。在乡村振兴背景下,我国乡村治理可以围绕着乡村信息传播的内容生产,建设一支扎根乡本土、自我服务的乡村传播队伍,重建乡村的信息秩序和舆论空间,构建适合农村发展的适宜媒介环境和促进村庄共同体的再造。

#### 参考文献:

- [1] 高景辉. 村村响农村应急广播系统研究. 东南传播, 2015, 5: 163-165.
- [2] 雷彦民, 武晓然. 农村“大喇叭”广播的实践与思考——以保定广播电视台农村“大喇叭”为例. 中国广播, 2018, 9: 30-33.
- [3] 李杰. 沧州农村“大喇叭”在基层信息传播中的作用及优化策略研究. 传播力研究, 2018, 2: 207.
- [4] 覃甫州. 县、乡、村应急广播农村大喇叭建设方案. 视听, 2015, 9: 178-179.
- [5] 孙良, 曾志华. 我国应急广播的历史梳理、现状分析及未来展望. 中国广播, 2016, 2: 82-86.
- [6] 许伟, 傅雪琴. 农村听众离不了“村村响”. 中国广播, 2017, 9: 22-24.
- [7] 王华. 农村“高音喇叭”的权力隐喻. 南京农业大学学报(社会科学版), 2013, 4: 31-38.
- [8] 何钧力. 高音喇叭: 权力的隐喻与嬗变——以华北米村为例. 中国农村观察, 2018, 4: 2-16.
- [9] 任慧成. 建国后传播媒介的发展对农村政治沟通的影响. 武汉: 华中师范大学硕士学位论文, 2007.
- [10] 黄旦, 李暄. 从业态转向社会形态: 媒介融合再理解. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016, 1: 13-20.
- [11] 肖珺, 张春雨. 全面移动化: 构建面向 5G 的全媒体传播生态. 新闻与写作, 2019, 8: 26-32.
- [12] 朱春阳. 县级融媒体中心建设: 经验坐标、发展机遇与路径创新. 新闻界, 2018, 9: 21-27.
- [13] 谢新洲, 朱垚颖, 宋琢. 县级媒体融合的现状、路径与问题研究——基于全国问卷调查和四县融媒体中心实地调研. 新闻记者, 2019, 3: 56-71.
- [14] 张雪霖. 县级融媒体中心体制机制改革研究——以 H 省 3 个试点县市为例. 新闻界, 2020, 3: 26-33.
- [15] 韩鸿. 参与式传播: 发展传播学的范式转换及其中国价值——一种基于媒介传播偏向的研究. 新闻与传播研究, 2010, 1: 40-49+110.
- [16] Jan Servaes. Harnessing the UN System Into a Common Approach On Communication for Development. International Communication Gazette, 2007, 69(6): 483-507.
- [17] 阿芒·马特拉. 世界传播与文化霸权: 思想与战略的历史, 陈卫星译, 北京: 中央编译出版社, 2001: 175.
- [18] 刁小行. 政治传播视角下的中国乡村有线广播. 武汉: 华中师范大学硕士学位论文, 2008: 38.
- [19] 周飞舟. 分税制十年: 制度及其影响. 中国社会科学, 2006, 6: 100-115.
- [20] 贺雪峰. 税费改革的政治逻辑与治理逻辑. 中国农业大学学报(社会科学版), 2008, 1: 168-170.
- [21] 周飞舟. 从汲取型政权到“悬浮型”政权——税费改革对国家与农民关系之影响. 社会学研究, 2006, 3: 1-38+243.
- [22] 张雪霖. 项目落地中“钉子户”治理机制的变迁. 华南农业大学学报(社会科学版), 2016, 3: 112-120.
- [23] 杨华. 乡村治权与基层治理能力建设. 湖湘论坛, 2018, 5: 51-61.
- [24] 申端锋. 乡村治权与分类治理: 农民上访研究的范式转换. 开放时代, 2010, 6: 5-23.
- [25] 张红阳, 朱力. 乡村“治权弱化”背景下农民的非正规行动——基于华北 D 村坟基地交易情况的分析. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2018, 3: 78-85+147.
- [26] 连文妹, 沈成飞. 论中国共产党的使命型政党特质. 教学与研究, 2019, 5: 81-87.
- [27] 林毅夫. 关于制度变迁的经济学理论: 诱致性制度变迁与强制性制度变迁. 上海: 上海三联书店, 1991.
- [28] 中国互联网络信息中心. 第 45 次中国互联网络发展状况统计报告. 2020: 20-21.

## Research on the Reconstruction and Mechanism of "Big loudspeaker" In Rural Areas under the Background of Media Convergence

Zhang Xuelin (Wuhan University)

**Abstract:** In recent years, the comprehensive revival of traditional village "big loudspeaker" in the form of "cun cun xiang" emergency broadcast is a particularly noticeable new phenomenon. Taking Y street in X county, Hunan Province as a representative case, this study made an in-depth analysis and explanation of the process, logic and mechanism of rural "big loudspeaker" reconstruction based on qualitative research methods such as in-depth interviews and participatory observation. The research found that in the face of the disconnection between the information supply of the urban-centric big media and the rural social demand, the rural loudspeaker has become a small medium for rural self-management and governance of local demands. Therefore, the loudspeaker with the village as the basic unit, has become an appropriate media rooted in the countryside and a political information communication tool for grassroots governance. The reconstruction of rural loudspeakers responds to the strong national transformation and the demand for the modernization of farmers' life, rebuilds the authority of rural governance, and improves the rural governance and grass-roots governance capacity. Therefore, the publicity of national policy needs to adopt different communication strategies and mechanisms according to the difference of urban-rural dual social structure. Then, the integrated development of county-level media should not ignore the information dissemination function of the rural loudspeaker and should build a suitable media environment appropriate to rural development.

**Key words:** big loudspeaker; emergency broadcast; media convergence; national governance; rural governance

---

■ 收稿日期: 2020-05-10

■ 作者单位: 张雪霖, 武汉大学媒体发展研究中心、武汉大学新闻与传播学院; 湖北武汉 430072

■ 责任编辑: 刘金波