

DOI: 10.12046/j.issn.1000-5285.2020.04.012

“下乡”“离场”与“返乡”

——新中国农村有线广播发展“三部曲”

艾红红

(中国传媒大学新闻学院, 北京 100024)

摘要: 相比报刊、无线电广播和电视等大众媒介, 有线广播的生产成本与接收门槛最低, 集体收听的成效却十分显著, 因而成了新中国政府重构农村信息环境的首选媒介, 在参与乡村社会治理方面发挥了重要作用: 改革开放前, 有线广播大规模“下乡”, 使中央的声音直达农村, 农民则借助收听广播实现了封闭乡村与外部世界的想象性整合。改革开放后, 农村有线广播部分“离场”, 这既是国家媒体战略调整的产物, 也是公权力尊重农民自主选择的结果。近年来, 随着国家媒体政策与农村形势的变化, 有线广播强势“返乡”, 大喇叭、小广播在很多村庄重新响起, 并从“对农广播”向“农村广播”转变; 其内嵌的核心思想, 是国家对农村尤其是农民中弱势群体的关怀与守护。新中国农村有线广播的发展, 是农村治理的一个缩影, 也是党、政府与农村、农民关系的一种媒介隐喻。

关键词: 农村有线广播; 国家媒体战略; 农村社会治理; 媒介隐喻

中图分类号: G229.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-5285(2020)04-0095-09

2020 年春节前后, 举国上下开始抗击新型冠状病毒肺炎疫情, 广播、喇叭成了农村抗疫宣传的主力军。一些村干部在广播中苦口说教的视频被网友发在微博、微信、抖音、快手等自媒体平台, 一时成了互联网上的热门话题。在报刊、广播、电视与互联网、移动新媒体百花齐放的当下, 传播成本与接收门槛最低的农村广播、喇叭在这次重大公共卫生事件中一枝独秀实非偶然, 而是有着复杂的社会政治、经济与文化背景。要理解这种媒介现象及其成因, 还需到它的历史中去追寻。

一、政治推动下的有线广播“下乡”(1949-1979)

有线广播在农村的大力推广, 始于 1949 年新中国成立后。而它之所以成为当时广大农村的适配媒体, 主要在于其技术特征满足了政治层面的迫切需求。

早在新中国成立前夕, 具有临时宪法性质的《中国人民政治协商会议共同纲领》第 49 条就发出了“发展人民广播事业”的号召。1949 年, 全国只有 34 座人民广播电台, 第二年即增加到 53 座, 增速不可谓不快。但在占人口比例 89% 的广大农村, 广播收听工具却是极为罕见的“先进”之物。“广播要为人民服务”和“基本群众没有收音机”构成了建国初期农村广播发展的一对主要矛盾。^②

在新中国的广播决策者看来, 此时“广播工作者的主要困难已经不是技术的而是政治的了。这

收稿日期: 2020-04-15

基金项目: 国家社会科学基金重大项目“新中国 70 年新闻传播史 1949-2019”(19ZDA320)。

作者简介: 艾红红, 女, 中国传媒大学新闻学院教授, 博士生导师, 文学博士。主要研究方向: 新闻史、传媒史。

①② 梅益 《人民的广播》,《收音业务》1951 年第 11 期, 第 2 页。

就是说,主要的困难是如何去提高广播的思想性和加强广播与广大人民的联系问题”。^①为此,广播事业局布置收音员携带收音机下乡,组织农民集体收听,并在政策与经费上向广播业倾斜。1950年4月,中央人民政府新闻总署发布了《关于建立广播收音网的决定》;1951年,广播事业局和地方政府专门划拨经费,把广播喇叭安装在边远的县份和农村,从而使“人民广播事业具有了确实的群众基础”。^②吉林省九台县则率先实验有线广播站,由政府安装小喇叭,把广播范围扩大到区、村广大农民中,用于推动农业生产。由于这种有线广播是从播出设备到接收装置的一条龙服务,能够实现广播内容与农民听众的实体对接,加上“广播的材料都是区、村供给的,都是当地的真人实事,农民都很熟悉,所以收效比较大”。^③

这一做法受到广播事业局的肯定^④,并被认为是推广农村广播“最重要的和最有效的办法”^⑤,到1953年,全国已有575个县城和区镇设置了有线广播站。^⑥1955年,国务院发出《关于在农业、畜牧、渔业生产合作社重点建立收音站的指示》,提出“为加强对农业的社会主义改造的宣传,普及时事政治和农业生产技术的知识,预防恶劣天气和潮汛对农、牧、副业的损害,以及部分解决农民对文化娱乐的要求,有必要在全国一部分组织比较巩固和户数比较多的农业、畜牧业和渔业生产合作社建立收音站。”^⑦按照指示,广播事业局当年就为在全国已建立的一万个收音站免费供给收音机,并向云南、贵州、西康^⑧、甘肃等边远省份的农村拨付了1500部收音机。普及农村广播网还出现在国务院发布的“1956年到1967年全国农业发展纲要”中。1958年“大跃进”期间,广播事业投资在国家文教各部门事业基本建设投资预算中的比重最高,占58%。当年的有线广播喇叭比1957年增长三倍多。1965年开始,广播站的经费全部列入财政预算,又一次促动了全国上下的办广播热潮,有线广播一路高歌猛进,到1978年,不仅农村有线广播站遍布全国,农村广播喇叭的入户率也达到了64%。有线广播成了农村群众接收外界信息的“第一媒体”。

有线广播为当时城乡二元结构下缺少流动性的农民建构了新的国家认知。收听广播让一辈子没去过外乡的农民坐在家里就“什么都知道了”,广播下乡成了农民眼中“社会主义下乡了”的标识^⑨,甚至产生“条条红线通北京,毛主席教导天天听”^⑩的神奇体验,并藉此建构起共同的国家与民族想象。在一些农民看来,广播喇叭还是“社会主义的火车头,只要照着她说的办事,就一定能达到大家富裕的目的”。^⑪遇到重大的政治事件,还会有村干部组织群众集体收听。如1976年周恩来、毛泽东逝世的广播,就使农村与城市一样,在广播哀乐中完成了举国悼念的仪式。

在广播宣传下,一生没出过国门的农民还构建起共同的国际“秩序”。广大农民对帝国主义的痛恨和对苏联等社会主义国家的好感,基本都是通过广播宣传形成的。如1953年3月6日下午,“北京郊区西苑村的农民们听到斯大林同志病逝的广播消息,许多人都哭起来。正在家里吃饭的三轮车工

① 梅益 《人民的广播》,《收音业务》1951年第11期,第2页。

② 梅益 《一九五三年广播工作的方针和任务》,中央广播事业局办公室编内部资料《全国广播工作会议文件选编》,1982年,第5页。

③ 《面向农民的九台县有线广播》,《人民日报》1952年6月8日第3版。

④ 《1953年广播工作的方针和任务》,中央广播事业局办公室编内部资料《全国广播工作会议文件选编》,1982年,第12页。

⑤ 梅益 《大力发展农村有线广播》,《当代中国的广播电视》编辑部编《中国的有线广播》,北京:北京广播学院出版社,1988年,第117页。

⑥ 左荧 《我国人民广播事业在蓬勃发展》,《人民日报》1953年5月7日第3版。

⑦ 《国务院关于在农业、畜牧、渔业生产合作社重点建立收音站的指示》,《当代中国的广播电视》编辑部编《中国的有线广播》,北京:北京广播学院出版社,1988年,第15页。

⑧ 西康省是中国已撤销的省级行政区,于1939年设立,1955年撤销,前后存在16年,原西康省所属区域分别被并入四川省和西藏自治区筹备委员会(今西藏自治区)。其中,金沙江以东并入四川省,金沙江以西的昌都并入西藏。

⑨ 梅益 《吉林省的农村有线广播工作》,《人民日报》1955年12月3日第3版。

⑩ 《条条红线通北京 毛主席教导天天听》,《人民日报》1969年4月26日第5版。

⑪ 马恩淇、宋长清 《社会主义的“火车头”——记天水农村有线广播站》,《广播爱好者》1956年3月号,第8页。

人吃不下饭了。军属马润田老汉难过得说不出话来。模范军属朱素芳的母亲听到消息，痛哭失声。一时全村所有的收音机都开放了，家里没有收音机的人都跑到有收音机的家去听”。^① 这种对外国政治人物的强烈共情，若没有长期的媒介浸润，显然是不可能产生的。

有线广播深入区、村，不但鼓舞了农民的生产热情，推动了生产，在防灾抗震等应急信息通告中发挥了重要作用，也改变了当时农村文化生活匮乏的窘境，对提高农民的政治觉悟、改善其健康习惯、形成遵守时间的概念等，都发挥了极为重要的作用。

二、农民自主选择下的有线广播工具“离场”（1980-2005）

1980年10月7日至18日，第十次全国广播工作会议在北京召开。这是一次对广播业发展尤其是农村广播具有里程碑意义的会议，也是广播事业局最后一届以“广播”命名的全国性会议，广播事业局则在两年后更名为广播电视部。会议首次提出了“把加速发展电视放在优先地位”^② 的战略目标。而随着1983年召开的第十一次全国广播电视工作会议进一步下放电视台的主办权（中央、省、市、县四级），各地方政府办电视台的热情高涨，仅用了不到三年时间，不仅全国电视台的数量猛增，电视人口覆盖率也首次超过了广播，且至今未被超越。^③

单位：百分比

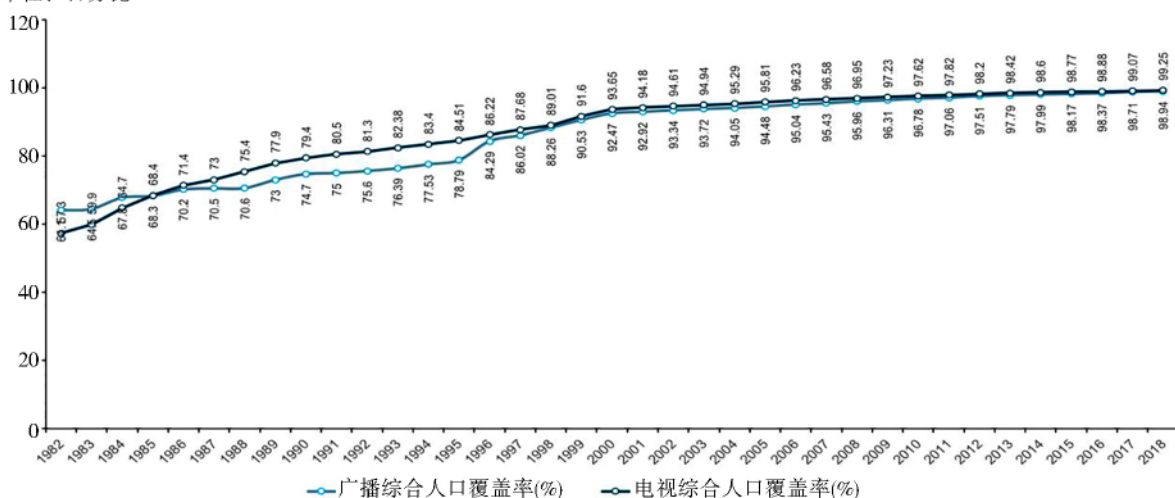


图1 1982-2018年全国广播电视综合人口覆盖情况

再看电视机的社会拥有情况。电视机与广播小喇叭、收音机的价格悬殊，是需要相当的经济实力才能购买和拥有的。改革开放以来，农村推行土地家庭联产承包政策，农民不仅解决了温饱问题，许多家庭的经济收入还略有盈余，甚至出现了“万元户”，电视机成为收音机普及后先富起来的农村家庭争相购买的奢侈品。从1983年开始，“电视机热”在一些省份的农村市场兴起，农村青年结婚要求的“三转一响”的“响”也从收音机悄悄置换为电视机。1992年的一项社会调查显示，电视取代广播成了国人获知新闻的第一媒体。^④

① 《北京郊区农民悼念斯大林同志》，《人民日报》1953年3月8日第3版。

② 张香山《坚持自己走路，发挥广播电视的长处，更好地为实现四个现代化服务》，中央广播事业局办公室编内部资料《全国广播工作会议文件选编》，1982年，第326页。

③ 1980年后的广播电视发展数据均采自《中国广播电视年鉴》。《中国广播电视年鉴》自1986年开始编纂出版，其中除1992-1993年合出一本外，其他年份均每年一本。2001年后《中国广播电视年鉴》不再刊登广播综合人口覆盖率的相关数据。

④ 刘建鸣《1992年全国电视观众抽样调查分析》，中国广播电视年鉴编委会编《中国广播电视年鉴（1994）》，北京：北京广播学院出版社，1994年，第429页。

从电视机进入农村家庭的途径可以看出,它身上带有显著的商品属性,是农民自主购买的消费品,天然地属于私家之物,而不是政府指定或配给的“公共”用具。

由于电视与广播共有的声道传播属性,在同一时空条件下,一个人不可能既听广播也看电视。与此类推,电视机的社会拥有量增加,电视收看的时间延长,就意味着有线广播和广播喇叭的使用率下降。事实也是如此,数据显示,除1991、1992年外,全国市县广播站、乡放大站(后改称“广播站”)和广播喇叭的数量持续走低,喇叭入农户率逐年减少。从1988年开始,全国平均每百人拥有收音机的数量也停止了连续几十年的增长,开始逐年下滑。^①

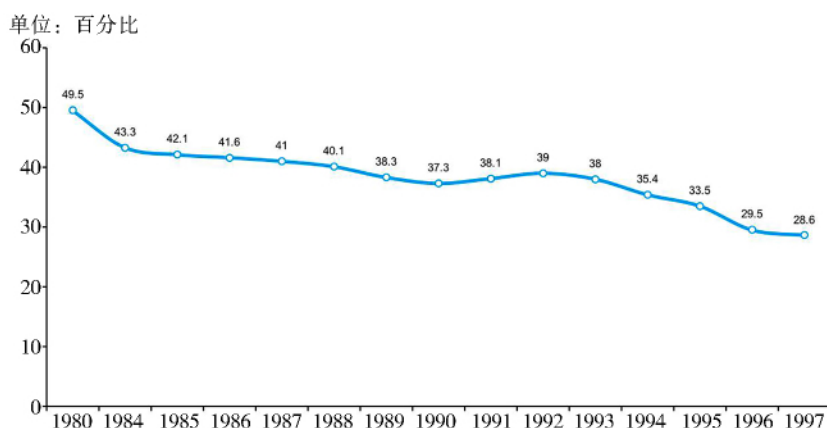


图2 1980-1997年全国喇叭入农户率

与之相映成趣的是农村广播室的数量在1994年之前一直都在稳步增长,说明有线广播室布局的持续“下沉”。“这时候,包产到户,阶级斗争不讲了,农村政策、计划生育和通知开会成了广播的主要内容。”^②也就是说,此时有线广播声音的发出者,主要来自基层乡村组织。

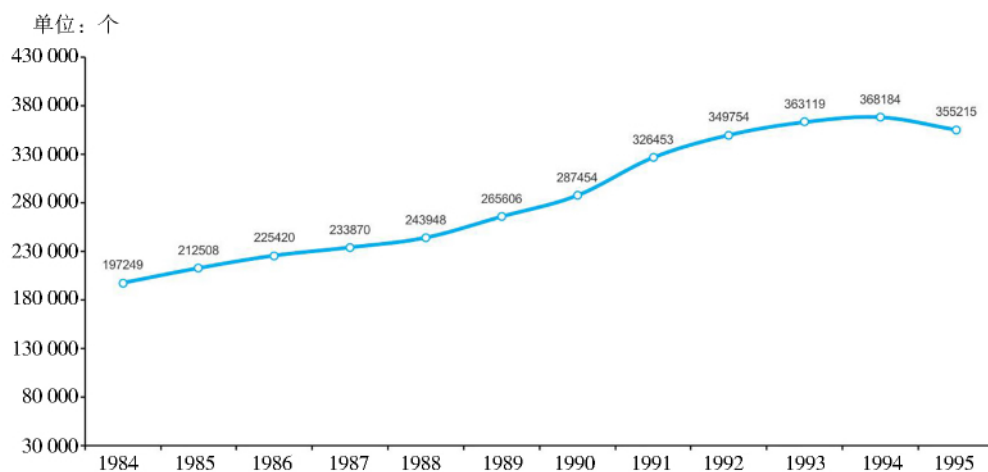


图3 1984-1995年全国村广播室数量

但对治国理政者而言,农村有线广播依然是基层治理不可或缺的工具,历次广播电视工作会议也都强调了这一指导思想。1980年后,广播事业局提出,要整顿、巩固、提高农村有线广播,认为有线广播的不可替代性在于其本地化,也就是本地信息及县、社党政机关的宣传工具,并要求县及公社

^① 1987年,中国平均每百人拥有收音机的数量是24.1架,比1986年增长0.4%。从1988年开始,广播收音机的人均拥有量连年下滑,听众来信也逐年减少。数据来自1986年至1999年出版的《中国广播电视年鉴》。

^② 《农村广播要不要再响起来》,《人民日报》2014年4月11日第14版。

广播放大站可用当地方言播音,同时开展经销及修理业务,实行企业化管理。此后成立的广播电视部还设立地方广播电视宣传局,重点服务地方的有线广播。但强调归强调,地方广电系统依旧普遍不重视农村有线广播,对基础设施的维护不善,有线广播线路和设施持续萎缩。1995年后,随着有线电视的普及,乡镇一级广播站开始撤并,大多数村广播室撤销,共缆喇叭废弃。各村社广播站专职岗位的陆续取消,更是对农村有线广播业的釜底抽薪之举。过去那种代表“中央”声音的有线广播,日益远离农民的家庭生活,大喇叭成了田间村头的摆设。

1998年2月,中国共产党第十五届三中全会审议并通过了《中共中央关于农业和农村工作若干重大问题的决定》,要求“进一步加强农业的基础地位,保持农业和农村经济的持续发展,保持农民收入的稳定增长,保持农村社会的稳定”。为贯彻十五届三中全会和中央经济工作会议精神,国家广电总局推出了“村村通”广播电视工程,要求在2000年实现村村通广播电视。伴随着这一进程的,是对边远地区甚至高山村庄广播电视覆盖的持续推进。但这一阶段的重点依旧是电视,广播尤其是有线广播被放在次要位置,基层广播站还在持续减少。“到2006年,我们镇上的广播站也全部撤销了。近年来,有不少村民反映,现在能听到中央的声音、市里、区里的声音,自己所在的镇里、村里的声音反而少了。”^①全国绝大多数的农村广播站依旧处于半瘫痪状态。

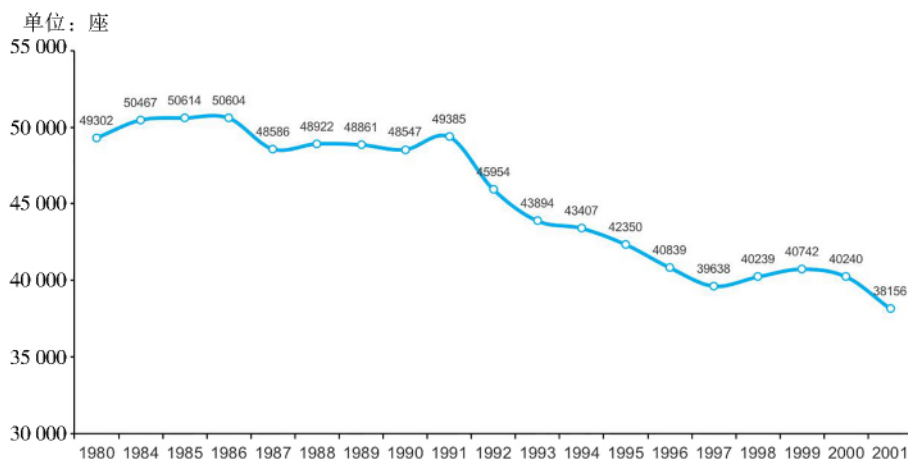


图4 1980-2001年全国乡放大站数量

政治层面反复强调农村有线广播的重要性,执行层面为何不能像过去那样贯彻到底?如果撇开政治的考量,站在农民自身的立场来解释,答案或许就清晰简单得多——在越来越多家庭拥有了收音机、电视机等更优质的替代性媒介后,在没有外力强迫的条件下,完全被动收听、让人失去掌控权的有线广播显然最不具竞争力,无形中也失去了继续存在的社会基础。优胜劣汰的市场力量大于政治与行政的干预力度,成为这一时期农村有线广播持续衰退的根本原因。

三、助力新农村建设中的有线广播“返乡”(2006年以来)

2005年10月召开的中国共产党第十六届五中全会提出,建设社会主义新农村是我国现代化进程中的重大历史任务,要求将其作为全党全社会的共同认识和共同行动。按照中央的统一部署,“村村响”广播工程于次年启动。消失多年的有线广播喇叭声,不仅再次回响在乡村的公共场所,还重现于一些农村家庭中。

^① 《农村广播要不要再响起来》,《人民日报》2014年4月11日第14版。

与改革开放前一样,在“村村响”工程中,部分地方政府不仅负责基础设施建设,还免费为农户安装小喇叭。以上海为例,该市金山区2014年起在“廊下镇山塘村、中华村试点安装数字有线广播,免费为986户安装了小喇叭。除转播金山人民广播电台全天节目外,两个村每周固定时间插播村自办节目”。^①本着“为农民说话,让农民说话,说农民的话”的原则,金山有线广播电台每天在固定时间自动播音,受到村里一些老年人的欢迎。^②

此时的有线广播所面对的,已是与过去完全不同的农村和农民。1990年之后,大量青壮年劳动力进城打工并定居,很多农村孩子通过高考进入城市。1990年,中国农村人口占全国人口的比重为74%;2000年减为不到64%;2019年则下降到不足41%。在大规模的城乡人口流动过程中,农村劳动输出成为持续多年的“新常态”,农村人口结构则在这一持续流动中悄然转型,成了妇女、儿童和失去劳动力的弱势群体的留守之地。这些驻守村民虽然多数过上了丰衣足食的生活,但也有不少还在贫困线下挣扎,不仅缺衣少食,不识字,无法阅读,且没有电视、手机等现代工具,无法融入现代生活,更无力改善自己的困境。‘现代网络虽然联通了村镇,村里留守老人多,他们不上网也很少用手机,村镇信息真正传播到户还是有距离。’‘村里老人多,别说让他们上网,有些阿伯阿婆字也不识,看不懂书面通知,挺耽误事。’农村广播“村村响”工程正是弥补这一媒介空白点的有效手段。“年轻人难得回村,老人们听听广播,聊聊村里的新鲜事,就像多了个陪伴。”“有了广播,村里的事小喇叭里说一声,大家一听就明白了。”^③

而在近几年中央猛抓基层党建、派出干部下乡驻点扶贫的过程中,在地化的有线广播还成了下乡村干部扶贫济困的辅助工具。2019年海南省的扶贫干部中就有类似的创新工作思路,有干部在自己负责的村子安装了“19套广播喇叭,开展日常政策宣传,解读村规民约、孝道文化等,不断推动志智双扶,激发内生动力”^④。

可见,新世纪以来农村广播的回归,不仅是政府基于扶贫与应急信息传播搭建的系统工程,更是助力农村建设、辅助弱势群体的民心项目。

从技术层面看,如今的农村有线广播已不再像早期那样因陋就简,而是实现了系统升级,并与有线电视及当下的县级融媒体实现了互联互通。以往的广播需要放光碟和录音带才能播放节目,新的“村村响”广播系统则搭建于数字化、网络化平台之上,只要在配套的电脑上打开网页,通过上网搜索就能找到村民喜爱的节目。日常状态下的“村村响”广播系统可以为村民提供新闻、娱乐、农耕、天气等服务性内容;一旦出现地震预警或其它重大紧急情况,农村广播可即时转化为应急信息发布系统,做到无死角的全天候宣传。“在突发事件应急通知上,小喇叭可起了大作用。”在2020年抗击新冠肺炎疫情的宣传中,大部分省市的农村都借助有线广播,利用村里的大喇叭向群众统一播报疫情进展,一遍遍教给群众预防方法和注意事项,让相关信息跑完“最后一公里”,确保每个人都能知晓并执行。由于疫情扩散,还出现了春季学期无法正常入校的次生“灾害”,各学校纷纷通过网络开辟空中课堂,学生则利用手机或电脑上网课。但地处偏僻山区的贵州凤冈县鱼泉村由于网络信号不稳定,加上一些家庭没有网络设备,于是老师使用村里的大喇叭给孩子们上课。危机之下,村广播在连接村民、守护乡村弱势群体方面再次发挥了不可替代的作用。

新时代的乡村广播,通过技术升级和内容转换,又返身回到农村。假如说改革开放前的农村有线广播是一种上对下的政治/文化引领,那它近年的强势复归,则更多体现的是对农村和农民的贴心陪

① 郝洪 《上海金山区廊下镇为986户村民安装有线广播》,《人民日报》2014年4月11日第14版。

② 《村里拉响阔别多年小喇叭》,《解放日报》2014年6月3日第1版。

③ 《农村广播要不要再响起来》,《人民日报》2014年4月11日第14版。

④ 《“关键少数”做表率,党建引领拔“穷根”》,《海南日报》2019年3月1日第2版。

伴与守望,关键时刻还是乡村救急救灾的应急报警系统。

四、农村有线广播的发展,是新中国乡村治理的一个缩影

与电视业由国家办台、民众自主购买接收工具不同,农村有线广播事业发展体现的是从传输设备到接收设备的全程国家主体地位。有线广播成了国家重塑农村和完善、拓展自身影响力的一部分,也成了70多年来中国农村媒体与社会发展的一个缩影。时至今日,在城市居民的日常生活中已迹近消失的有线广播、喇叭,依旧是中国农村的标志性符号。在各种电影、电视及网络视频中,广播、喇叭甚至成了中国乡村的一种“标配”。

“现代传播方法进入传统村落所能够产生的力量,是所有见到过的人都不会怀疑的。”^①尤其是对物质条件匮乏、不会读写且很难走出村庄的农村人而言,没有任何信息接收门槛的广播无疑是性价比最高的现代媒介,也是改善农村愚、贫、弱状况的最有效手段之一。正是由于看到了这一媒介独有的优势,早在1930年9月,由晏阳初等人发起的志在改变中国乡村的“中华平民教育促进会”,便在河北定县(今河北定州市)设立了一座专门的对农广播实验台。这座电台通过在不同地方安装六座收音机,并组织农民集体收听的方式,来测量传播效果,是一种规模较小的公益实践。但即使是这样的实验也因抗战暴发而终止。直到1949年新中国成立后,才开始进入系统化、制度化的建设阶段。

新中国成立初期,最高领导层始终强调广播是“群众性宣传鼓动最有力的工具之一”^②。这类表述不仅出现在高级别的相关会议报告中,还登载在《人民日报》等中央级媒体上,从而有力地证明了新中国一开始对广播事业的定位就与西方资本主义国家不同——在市场导向的资本主义国家,政府发展广播业的职责范畴仅为规管或设立电台,并不具体负责民众的接收工具问题;是否购买或接收广播,属于民众个体的权利,政府无权干涉。但在走向集体所有制的社会主义中国的农村,民众的接收工具问题却成了政府工作的重中之重。建国初期的广播建设就属于典型的“两条腿走路”,即“如何扩充和改进我们的设备,以及如何使城乡广大的劳动人民获得收听的工具”^③。

循着这一发展思路和价值取向,有线广播成了农村广播的必然选择。因为“它价廉,便于普及和长期使用;构造简单,便于使用、修理,节省重要金属和电力;它安全,可以保密;还有一个好处,县委和设有放大站的公社党委可以通过有线广播领导工作。就是在收音机在农村普及之后,农村广播网还有它的作用,因为到那时候,不可能每个县、每个公社都设立广播电台。农村广播网的作用是长期的,而当发生突然事变的时候,它的作用更加显著”^④。第一代通过农村包围城市夺取政权的党和国家领导人不仅对农村、农民有着深厚的情感,显然也深谙农村社会的治理之道。1955年,毛泽东两次批示要求“每个乡每个合作社都能收听有线广播”^⑤,1965年又发出“努力办好广播,为全中国和全世界人民服务”的号召。1966年第九次广播工作会议在北京召开期间,周恩来、彭真和陆定一等中央高层悉数到场,周恩来还向会议发出了“广播宣传要面向农村”的明确指示。^⑥在当时“全国一盘棋”的政治形势下,最高领导人的指示再加上国家财政的大力支持,自然会极大助推这项事业的发展。统计数据显示,农村有线广播发展的两个峰值与上述指示发出的时间高度吻合,出现在

① [美]威尔伯·施拉姆《大众传播媒介与社会发展》,金燕宁等译,北京:华夏出版社,1990年,第21页。

②③ 《我国代表在国际广播组织理事会上的报告》,《广播业务》1952年第7期,第2、1-2页。

④ 《梅益同志在第八次全国广播工作会议上的总结报告》,中央广播事业局办公室编内部资料《全国广播工作会议文件选编》,1982年,第210页。

⑤ 《当代中国的广播电视》编辑部编《中国的有线广播》,北京:北京广播学院出版社,1988年,第1页。

⑥ 《国务院关于在边远省份和少数民族地区建立收音站的通知》,《当代中国的广播电视》编辑部编《中国的有线广播》,北京:北京广播学院出版社,1988年,第17页。

1955 年至“大跃进”和“文化大革命”十年间。^①

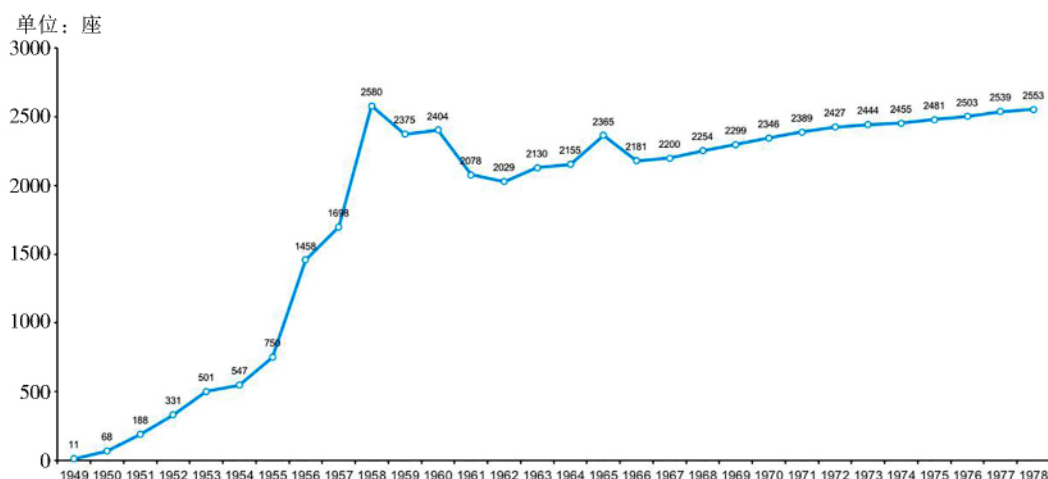


图 5 1949-1978 年全国县市有线广播站数量

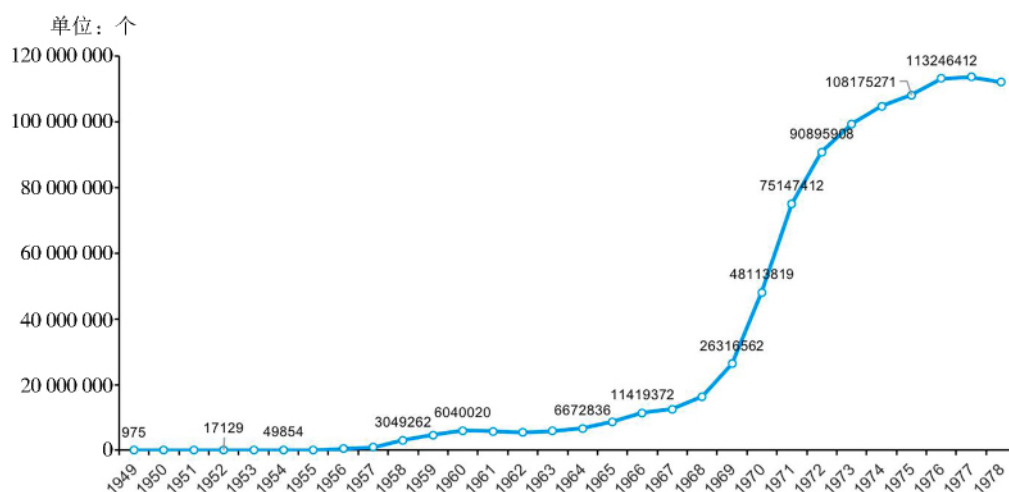


图 6 1949-1978 年全国县市有线广播喇叭数量

放眼世界，1950 年代我国开始轰轰烈烈办农村有线广播时，正是苏联农村有线广播的建设高峰期。仅 1954 年一年时间，苏联就计划在农村装设近 200 万有线广播收听工具，几乎等于 1953 年的两倍。^② 两国之间媒介选择与发展进程的契合，显然不是一句“学苏联”能够涵括的，更深层的原因恐怕还在于，国家当时启动的农村土地改革和一系列针对农民的社会改造，亟需与之匹配的信息沟通渠道。而有线广播传播的中心化与地域性、“闭路”性特征，无疑为这一社会改造铺就了一条圆心相同、闭合度适应的信息通道，为国家建构二元一体的城乡结构提供了辅助手段。

“农村广播网是复杂的现代技术系统中的一部分，它受制于社会经济发展水平，受制于现实，也受制于人们的想象力。但是人类的社会意图与社会期待，往往会激发突破结构、重塑结构的能动力量。”^③ 正是由于建国初期新生的人民政权对媒介资源的大胆想象和精心布局，使农村广播成了社会主义新中国的基础设施和战略资源，受到了重点扶植和超常规发展。它在建构国家认同与世界图景的

① 数据采自中央广播事业局编内部资料《一九四九年——一九七八年广播事业统计资料汇编》，北京：1981 年。

② 《为社会主义农业服务的苏联广播》，《广播爱好者》1965 年 11 月号，第 5 页。

③ 赵月枝《为了多数人的传播学术》，《新闻记者》2019 年第 10 期，第 93 页。

同时,也给居住于农村、缺少流动机会的农民提供了从政治到经济、文化、生活的多方引导,建构了一条与传统乡村以家族为中心的传播完全不同的信息通道,实现了党和政府意志的传达从个体或组织的具身传播到无形却无处不在的声音传播的过渡。

如果说改革开放前有线广播的大规模“下乡”奠基于人民政权对基层农村的精准把脉和施政方向的“底层”思维,那么1980年起农村有线广播的退出,则为我们展现了中国政府在农村社会治理中的另一面向,即它因时因地制宜,不断调整“处方”时的灵活性和机动性。显然,农民家庭电视的普及是其媒介结构升级和媒介自主选择的结果,某种程度上也是国家权力退出农村家庭政治生活的表征。

而新世纪以来的有线广播强势“返乡”,则更像政治权力主导的一次媒介分层。数字化、网络化的有线广播推广,不仅是对农村受众的再次筛选,也是党和政府“打通信息最后一公里”战略目标的一部分。在这其中,政府作为始终不变的布局者与行动者,自身从过去以教育与引导为主的师者身份,转变为以告知和服务为主的朋友角色。承载着“打通信息最后一公里”的重任,“返乡”后的有线广播还作为农村应急信息传输体系,全天候服务于农业、农村和农民。这一应急体系与正在建设中的县级融媒体对接或整合后,还会在突发事件处理和服务基层民生方面有更大作为。

时光流转,农村也在变。但只要农村的土地与人口政策不变,就得有人留守家园,并通过现代媒介与外部世界连接。如前所述,这些留守者往往是失去劳动力的老、弱、病、残和妇女、儿童,其中有相当部分还是未能脱贫的弱势群体,是一生未走出山村、只能听懂当地方言的朴实农民。“语言的使用一直是族群受众分层的基础。”^①建国初期的县级有线广播电台大多使用当地方言和普通话播音,与农民无障碍交流,这是其他任何媒体都无法替代的,也是有线广播的优势所在。^②最近以来的一些特殊时期,单纯承担告知功能的乡村有线广播“十里不同音,百里不同俗”的特征更加凸显,新型冠状病毒肺炎疫情宣传中风行网络的乡村广播视频,网友的一个最大看点就是五花八门的方言。统一的标准语言既最大限度消除了交流的障碍,也过滤掉了方言中的独特文化基因。而大小喇叭中传出的乡音土语,在它实际传播的有限范围内,实现了对当地村民的信息提醒与告知;在被互联网二度传播的虚拟空间中,它唤起的是网友对故乡与他乡的记忆与联想。

消除贫困,改善民生,逐步实现共同富裕,是社会主义的本质要求,也是中国共产党执政的初心与使命。新中国成立初期,党和政府大力兴办有线广播,意在改善农村落后面貌,通过广播线路“一竿子插到底”,实现中央与农村、农民的“强”连接。而从农民家庭脱贫致富,陆续拥有收音机、电视机的1980年代开始,农村有线广播持续衰落,某种意义上显示的是公权力对农民私权利的让渡,是农民经济自主和乡村自治的媒介表征。新世纪以来的“村村响”工程及农村应急广播体系、县级融媒体建设,是党和政府提高基层治理水平的辅助手段,是脱贫致富路上“一个都不能少”的人民广播观的直接体现,也是通过人的主体能动性,把一个个乡村、农民编织进集体与国家“命运共同体”的大型媒体实践。

(责任编辑:林春香)

① [英]詹姆斯·库兰、[美]米切尔·古尔维奇编《大众媒介与社会》,杨击译,北京:华夏出版社,2006年,第46页。

② 《农民欢迎方言广播,配合幻灯推动工作》,《广播业务》1951年创刊号,第53页。

alized intergenerational alternation; the curriculum system is gradually improved, and the construction of teaching materials is fruitful; teaching facilities and industry organizations have gradually become an important support for subject development; educational reform insists on strengthening the construction of discipline system and improving the quality of personnel training. Looking back on the history, it can be found that journalism and communication education of new China keeps pace with the pulse of the times, always maintains the vitality of development and innovation, and constantly trains talents that meet the requirements of the times.

“Appearance”, “Withdrawal” and “Return”: “Trilogy” of Development of Cable Broadcasting in the Countryside in PRC

AI Hong-hong

Abstract: Compared with other mass media including press, radio broadcast and television, cable broadcasting has advantages over them with the lowest cost, the easiest access and the most significant results for many people listen to it. These advantages enable cable broadcasting to be the best option for government of People's Republic of China to reconstruct the information environment in the countryside. And it also plays an important role in governance of social governance in the countryside. A great many of cable broadcasting station were built before reform and open policy adopted in 1978, which help the central government directly connect with rural population. What's more, peasants could have a new understanding of national will and rural traditions. But some cable broadcasting stations “withdraw” from the countryside since 1978, owing to the adjustment of nation development strategy and independent choice of peasant themselves recognized by public power. As state-owned media and agriculture policy being adjusted in recent years, cable broadcasting, however, is widely covered in the countryside with a strong momentum, loudspeakers and small cable broadcasting stations being built once again in plenty of villages. This leads to a transformation from “broadcasting to rural population” to “countryside broadcast”, which embodies the concern of the government for the countryside in particular for those vulnerable groups. “Trilogy” of development of cable broadcasting in the countryside in PRC is not only an epitome of rural governance in China but also a media metaphor of the relationship among the government, countryside and farmers.

Research on the Information Disclosure Obligation of E-commerce Operators

ZHENG Jia-ning

Abstract: As an important mechanism to protect the counterparty's right to know and promote information flow, the information disclosure obligation of E-commerce operators is of great significance to prevent fraud, realize fair transaction, promote orderly competition and achieve effective regulation. The necessity of introducing information disclosure obligations can be demonstrated from following aspects: principle of information asymmetry, abstract function of information disclosure, and control power of E-commerce platform operators. The information disclosure obligation of E-commerce operators is the legalization of the inform obligation and the notification obligation, but it has not yet broken through the basic framework of the contract law. The scope of information disclosure of E-commerce operators includes subject qualification information, trading rules, commodity and service information, etc. Remedy measures for breach of information disclosure obligations of E-commerce operators include continued performance, liability for contractual negligence, contract validity denial mechanism, and damages for breach of contract.