

高音喇叭：权力的隐喻与嬗变*

——以华北米村为例

何钧力

摘要：乡村社会权力结构的变迁是中国农村研究的一个重要议题。本文依据华北地区米村的田野调查资料，以米村高音喇叭的演变为分析文本，发现在改革开放以后，高音喇叭经历了从“国家象征”到“广告载体”的变化。喇叭的“角色转换”事实上反映了国家权力运作方式在乡村社会的转变：少了些“管控”，多了些“治理”。以国家治理内在逻辑的变迁及乡村社会环境的变化为表征的乡村社会转型是权力运作方式转变的主要原因。

关键词：高音喇叭 国家权力运作方式 乡村社会权力结构

中图分类号：C911 **文献标识码：**A

一、引子：面向乡村社会权力结构的变迁

对乡村社会权力结构的研究一直是中国学术界研究的热点，就现实意义而言，该研究主题主要牵涉到当下的乡村治理问题：何种权力是乡村社会的主导力量？它与其他权力的关系如何？这两个问题决定着应采取怎样的手段与策略以实现乡村的善治。学者们尤为关注 20 世纪末的村民自治实践对乡村社会权力结构的影响。1987 年《中华人民共和国村民委员会组织法（试行）》（以下简称“《村组法》”）获全国人大常委会通过，明确了村委会的建立、性质和职责，村民自治自此在全国逐步普及。对于村委会的性质，不少人并不认同它为国家基层政权组织（例如张厚安，1992；徐勇，1997；金太军、施从美，2002），而是赞同 1982 年《宪法》中的说法，把它视为相对独立于国家权力机关和基层行政机关的基层群众性自治组织。这样的基层行政制度安排，有人称其为“乡政村治”模式（张厚安，1996），也有人总结为“县政—乡派—村治”模式（徐勇，2002）。不管是何种说法，其背后均意指这一现象：国家权力从乡村中抽离，止于乡镇；乡镇及以上依旧受到国家权力的直接管控，而基层乡村则实行自治。

*本文研究受到中国人民大学“统筹推进世界一流大学和一流学科建设”专项经费的支持。项目名称为“中国农村社会变迁与治理转型——河北定县农村百年演变的调查研究”，项目编号为 15XNLG04，主持人为洪大用。感谢郭星华教授和冯仕政教授在本文写作过程中提供的建议，亦感谢编辑部和匿名审稿专家提出的宝贵修改意见。当然，文责自负。

“村民自治”这一说法不禁让人联想到传统中国政治结构的特点。对此，费孝通（2013）曾用“双轨政治”这一概念予以概括：传统中国政治结构有着自上而下的中央集权和自下而上的地方自治两条轨道，前者执行政府命令但只到县衙门为止，后者以绅士为中介反映民意。换言之，在传统中国基层社会里，以县为界，县以上受中央行政系统管控，县以下则主要依赖士绅阶层和地方性规范实行自治。正因如此，有学者提出“皇权不下县”的概念来概括传统中国乡村政治制度的特点（温铁军，1999；胡恒，2015）。

然而，这两个时期的“村民自治”实有本质的区别。一般情况下，传统中国的国家权力几乎无力介入县以下的乡村治理，面对基层社会在运作过程中出现的“暗涌”，国家往往只能借助自上而下、强而有力的运动式治理手段来解决，典型例子是清代乾隆治下的“叫魂案”（孔飞力，2016）。相反，在当前的村民自治制度下，国家权力早已突破县一级，延伸至乡（镇），并且国家政权与村委会之间保持着指导与被指导的关系（金太军、施从美，2002），这凸显了乡村社会中国国家权力的在场。从这一意义上讲，要说“国家权力已从乡村中抽离”似乎并不准确。从制度设置上看，国家权力并没有缺席，但在实际生活中，相对于改革开放以前的集体经济时期，国家又在有意地削弱其在乡村社会中的在场感。如何解释上述看似矛盾的现象，进一步地，如何理解乡村社会权力结构的变迁，这是本文要尝试回答的问题。

伫立在广大农村的高音喇叭自其出现之初便是国家权力的隐喻（王华，2013），作为一种传播媒介，它发挥着跟电视类似的国家动员作用（殷冬水，2016）。本文以华北米村^①的高音喇叭为研究对象，从米村喇叭的故事中窥探乡村社会中权力的运作。本研究材料主要来自于笔者在米村的参与式观察和对当事人的深度访谈。同时，笔者还参与编写该村的村志，对村庄历史的熟悉有助于笔者全面把握该村社会权力结构的变迁过程。进一步地，从米村的案例中，本研究力图求得对中国乡村社会权力结构状况一定程度上的了解。

二、广告载体：日常生活中的高音喇叭

米村是河北省定州市东镇的一个普通村庄，位于城区东面，距离城区约 25 公里。该村是东镇最大的村庄之一，一方面人口多，截至 2016 年底，该村有人口 5260 人，共 1260 户，另一方面面积大，全村占地 10125 亩，其中耕地面积 8160 亩。面对这样一个“巨型”村庄，当地村委会通过集中管理的方式进行管治。具体而言，早在几十年前（具体时间已无从考究），当时的村干部基于米村地处平原、地势平坦的地形优势，把原本相对分散的民居规划到一个东西、南北均长约 1000 米的正方形居住区内，该居住区占地约 1000 亩。居住区内部也建设得十分规整，修有五条主要街道，分别是东街、西街、北街、南街和秦街，其中秦街位于村庄东北角，其余四条街刚好交叉成一个“十字”，恰好将居住区划分为面积相若的四个片区，四街交汇处被村民称为“十字街”，是全村的中心。米村的高音喇叭就设置在“十字街”处。

^①根据学术规范要求，文中出现的地名、人名均为化名。

（一）“喇叭不止一个”：集体喇叭与私人喇叭共存

定州地处华北平原，地势平坦，其乡下的村庄具有大多数北方村落的特点，即村民都习惯于集中在一起居住。这就为信息在村庄内的传播提供了便利的条件：往往只需要在村庄中央的制高点处搭建一座高音喇叭，信息就能通过广播传达给每个村民，且毋庸担忧地形阻隔会削弱传播的效果。一般地，每个村集体都会搭建一座高音喇叭，米村也不例外。米村的村委会办公楼坐落在“十字街”的西南角上，在办公楼顶搭建了一座约5米高的高音喇叭，东西南北四个朝向分别设置了一组竖排大喇叭，每组3个。这一喇叭是“文化大革命”时期由村集体出资搭建的，一直沿用至今。如果米村一直以来都只有集体的喇叭，那么，在信息传播方面该村将与其他村庄无明显差异，然而，在“十字街”东北和东南两个角的楼房上，赫然耸立着两座高音喇叭。这两座喇叭均为私人搭建，同样在四个方向上各设置了一组喇叭，与集体喇叭相比，尽管在数量上每组各少了1个，但在功率上相差无几，广播的声音在500米开外的村居住区边缘也能够听到。

坐落在“十字街”东北角的是村里第一座私人喇叭，搭建者是杂货店的老板。这家杂货店是村里最大的商店，平时主要卖日用品、零食小吃、熟食以及每日的新鲜瓜果。在2010年前后，杂货店老板决定搭建自己的高音喇叭，主要是为了方便收购树苗和宣传新进货的商品：

“我们的人要收树，以前想到大队喊广播，但有时候大队这个广播员不在。他虽然不在，但俺们也还是要收树，实在是困难。于是俺们就办起了这个喇叭，办起了以后，就好比说你收树，收多少棵树，什么品种，我就在这儿给他们说，要什么品种，几公分的，就这么个说。老百姓听到就上这儿来报数了，这个收树的就下去看，看哪个好就要哪个，为这个方便。”（对杂货店老板的访谈）

“俺们这来新货了，你看俺有的时候来菜了，菜刚来的，就说‘乡亲们，超市里进了什么菜来了，你可以来买’，这个也有说。”（对杂货店老板的访谈）

这里说的“收树”，指的是收树的人充当中介，把村民小规模种植的树苗按时价统一收购过来，再转卖给苗木经销商，从中赚取差价。米村是一个苗木种植大村，自21世纪初有村民从附近的王村引进这一产业后，村里种树苗的人越来越多，目前全村90%的耕地全都种上了树苗。村民之所以热衷于经营这一产业，一是因为种树苗容易赚取暴利（但近几年苗木市场并不景气），二是地里种上树苗后，容易遮挡阳光，庄稼不好生长，于是就干脆全都种树苗了。总之，米村成了东镇最大的苗木销售市场之一，不少商贩会到村里收树，因此，杂货店老板会帮助他们“吆喝”收购树苗的信息：

“这老百姓要来（收树），也不收钱，咱们也是老乡亲，我跟这儿做买卖，我谁都认识，有时候他找我买个什么东西，这个钱我就不收了。就是为老百姓服务，就是这个意思，没别的意思。”（对杂货店老板的访谈）

有时候，村民手里积压了一些树苗卖不出去，杂货店老板也会帮忙广播。同样出于买卖树苗的目的，在2014年，位于“十字街”东南角、在杂货店正对面的树种站也搭建起一座高音喇叭。树种站的店主只做苗木生意，以前自己需要收树或卖树种时，就经常到对面的杂货店让老板帮自己广播，后来去的次数实在太多，他觉得还是自己建一座喇叭方便。与杂货店一样，当其他村民需要买卖树苗时，树种站店主也会免费帮助他们广播。尽管都是私人喇叭，但两个喇叭的所有者经常把“为大伙服务”

这句话挂在嘴边，在他们看来，建成喇叭后既方便了自己又方便了村民，这是一举两得的事。

更让人在意的是这两座私人喇叭的建造过程。不论是杂货店还是树种站，两家店主都没有就建私人喇叭一事跟村委会打过招呼，都是自己攒够了钱以后，直接去城里把喇叭买回来。村委会方面也表示，建喇叭是个人行为，只要有相关需求和足够的经济能力就可以去建，村委会不会去干涉。这其中值得深思的问题是，高音喇叭是农村重要的信息传播工具，之所以每个村集体都会建一座喇叭，就是为了通过广播进行政治宣传和动员，以贯彻国家的意志；如今允许私人喇叭的架设，是否意味着能够在农村进行社会动员的主体已不再局限于村集体或国家？

（二）“净是广告”：商业气息浓重的广播内容

私人喇叭的出现增加了米村村民能够播报广播的渠道，而米村喇叭另一个引起笔者注意的地方是其广播内容的丰富多样。笔者从杂货店老板和树种站店主那里了解到，每年播报最多的是买卖树苗的消息，但都集中在春天，因为这是往年种下的树苗长成熟了可以卖出、同时需要购进新一批幼苗的季节。收树的中介和卖树的农民在“十字街”聚集，要求广播的人排队到商店门外，负责广播的老板和店主直言喊得快要说不出话来了。在春天以外的时节，偶尔也会有收树和卖树的广播，但相对更多的是各类商业广告。在“十字街”上，经常会有村民摆摊卖东西，其中卖猪肉和时令瓜果的高贩居多。为了能尽快卖掉这些农产品，他们也会到杂货店或树种站里请求用喇叭广播宣传自己的商品。除此以外，能从村里现有喇叭里听到的还有一些上级政府要求播报的政策公文、村委会议通知、寻人广播等。

调研期间，笔者以录音的形式记录下米村喇叭在连续 5 天里的广播内容，此外还有一则村主任动员村民参加农村合作医疗保险的广播，合计 30 段。在这 30 则广播^①中，能够完整转成文字的共 24 则，由于录音环境过于嘈杂而无法识别内容的有 2 则，无法辨别兜售的商品的有 3 则，知道大概内容但听不清所有语句的有 1 则，具体内容见表 1^②。

表 1 7 月 20~24 日米村喇叭广播内容一览

日期	广播时间	内容
2017 年 7 月 20 日	6 点 37 分	18 岁到 22 周岁的适龄青年，18 至 22 周岁的适龄青年，必须到大队报名应征入伍。如果要是不能报名，没有你的信息，迟早以后有什么事，上边就不给你办好，上边就不同意给你办。
	10 点 28 分	有要吃羊肉的，上十字街里来了啊。
2017 年 7 月 21 日	6 点 26 分	有东北好大米，东北好大米，49 块钱一袋，20 斤的，还有 10 斤的，还有各种杂粮，保证好吃，有要了解的上十字街上来。
	7 点 46 分	同上。
	8 点 34 分	雪珍（音），定州乡下人，女，50 岁左右，杨家庄乡大杨村的人，于 17 日晚上，骑黑白色，印有 17 车牌号的电动三轮车，离家出走，家里十分着急，有发现者，与她家人联系，联系电话，132xxxx4305，177xxxx7872。你们有人发现了她，就和家里联系这个电话，这个电话就在大队门口的电线杆上。

^①米村会计米阿姨协助笔者辨别了广播中的大量方言，特此感谢。

^②未含 1 则 7 月 16 日村主任动员村民参加农村合作医疗保险的广播和 2 则无法识别内容的广播。

高音喇叭：权力的隐喻与嬗变

2017年7月22日	8点27分 8点35分 9点12分 10点40分 17点59分	西北齐(音)的卖太岁来哩,西北齐的卖太岁来哩,各种太岁都有,各有太岁都有,有买大太岁的,有买小太岁的,你们上大队门上买去。 有吃面的,有吃面的,上定州饭馆那买去。刚到的,热乎滴。 谁买晒要 ^a ,谁买辣椒,有尖的。晒要5块钱3斤,辣椒1块1斤,赶紧过来咯。 有修电视机的,各种彩电,有要修的,到大队门口来,修电视机的过来了。 十字街上有车好红砖,十字街上有车好红砖,有买的上十字街来看了,有买的上十字街来看了。
2017年7月23日	6点16分 6点18分 7点31分 8点30分 9点27分 9点42分 9点50分 11点25分 14点57分 15点46分 16点36分 17点04分 17点32分 17点39分 18点00分	有买酒的,有买酒的,上十字街里来了。 有要好杨梅的,大串好杨梅,你们有要的啊,上十字街里来了,这是从石家庄那里买的啊,是市里的产品,你们有要就上十字街里来了啊。 同上。 有收麦的,到十字街里要去啊,有人等着了,有需要的就去了啊。 现在做一份广告,现在做一份广告,养鸡场的过来了,养鸡场的过来了,养鸡场的过来卖鸡来了。 有买酒的,上十字街里来,夏季太暑了。 乡亲们,上北京外出的人们,上北京外出的人们,你回来了,你们回了来的,上XX学校去,上XX职校去。 有买酒的,XXX(三种酒的品牌,无法辨别),你上十字街里买了。 卖棒子 ^b 的来了,你们有要棒子的,你们上十字街里来啊。 还有买棒子的吗,人家卖棒子的还没走呢,没买的户,赶紧过来了。 有买酒的,有买酒的,你们上十字街里来了啊,拉过来了一大车好酒啊。 有买酒的,十块钱三瓶,初级酒来的,上十字街里买了。 有要XXX(一种作物,无法辨别)的,是好品种,有买的,你们上十字街里买了啊。 有买西瓜的,处理了,处理了,十块钱3个,十块钱3个了,你们赶紧来买了,不多了。 尖椒,西红柿,有要的上十字街里买了。
2017年7月24日	5点47分 6点20分	XXX(一种树苗,无法辨别),七公分的,到十字街来了。 有卖簸箕的,七公分的,喜欢就行,喜欢就来,到十字街路口来,到十字街里来了。

注:^a为方言,即红薯;^b为方言,即玉米。

从时长上看,30则广播中,除7月16日的那则长达21分钟外,其余29则均在30秒到3分钟之间,1分钟以内的居多,说明这些广播还是比较简短的,符合传播的有效性要求,过长则可能使听者抓不住信息的要点。在内容方面,除去无法识别内容的广播,剩余28则广播的内容可分为政府信息、商业广告和服务信息三大类。其中,政府信息有2则,分别是征兵宣传和参保动员;商业广告占绝大多数,共23则,主要推销粮食、水果、酒、日用品、红砖等各类商品;服务信息2则,分别是电器维修和私立学校招生;此外,还有1则寻人启事,这属于并不常见的广播。以上说明,商业广告是米村

高音喇叭在日常生活中的主要播报内容，至于来自国家的声音——政府信息在如此多的商业广告中极易被人忽略。

（三）“谁还注意它呢？”：被冷落的高音喇叭

米村的三座喇叭平均每天播报广播 5~6 则，从数量上看并不算少，但作为受众的米村村民如今却不怎么注意听广播的内容。笔者在村庄大街上随机访问了若干个村民，问他们平时会不会留心听广播，他们的回答都是否定的：

“哎，谁会注意它呢？不播个人信息谁注意它呢？”（对村民甲的访谈）

“家里有电视，比广播好多了，现在都用电视。”（对村民乙的访谈）

“现在都不爱听，都有电视、电脑了。广播就是谁要开会了，要干嘛了，才会有人用。不用就不广播。咱们村大，所以偶尔能有广播。你要是那些小村，广播室都锁了门不开，就没广播。有事就吆喝吆喝，集合或者干嘛的。”（对村民丙的访谈）

根据笔者在米村长时间的观察，喇叭广播更多时候成了村民日常生活的“画外音”，在大多数情况下并不会引起人们的注意（如停下手上的活来听广播，议论广播的内容，或听到卖东西的广告后立刻到街上去买等）。只有在每年春天，喇叭大规模地广播树苗收购的信息时，村民才会表现出关注：

“开春就都上这里（指杂货店）来坐着，家里有时候放电视根本听不见。所以他们吃了饭，没什么事，就出来遛弯，就去听这个广播。”（对杂货店老板的访谈）

“他不听不行，不听他卖不掉。俺们村就收树，来商贩了，卖了，收着钱了，就行。要是没这个喇叭，老百姓的东西卖不出去，收不了钱，那不行。”（对杂货店老板的访谈）

由此可见，除了喇叭广播的内容本身具有商业化、市场化的特征外，村民在听喇叭时亦表现出强烈的趋利倾向。他们只关注与自身利益（特别是经济利益）相关的内容，在听广播时表现出较强的个人选择性。这样导致的结果是，在村民日常生活的大部分时间里，高音喇叭成了被忽视的存在。

（四）小结

以现代的眼光来看，高音喇叭在农村并不是特殊的事物。只要有需要和资本，个人就可以搭建喇叭；广播的内容不只是政府信息，还有大量的商业广告；村民也早已不把喇叭视为不可错过的信息源。总之，喇叭尽管高耸在农村平房顶部极为显眼，但它不过是村里众多信息传播媒介中的一种，相对于电视、电脑、手机等新媒介而言，更显得简陋和寻常。

三、国家象征：高音喇叭的“辉煌年代”

现在来看，高音喇叭是再普通不过的事物；而在四十多年前，它在农村的出现却是一种国家行为，尽管当时的功能同样是传播信息，但在性质上有着更浓烈的政治色彩。要理解这一点，需要先了解中国农村信息通讯手段的演变过程，在此继续以米村为例。

（一）喇叭“拔地而起”

新中国成立以前，信息传播的需求不是很大；建国后，国家迫切需要通过多种手段来传达政令和进行政治宣传，将自己的意志落实到基层农村，以巩固新生政权。20 世纪 50 年代建国初期，受制于

当时的技术水平，米村的信息传播手段都较为原始。据村主任回忆，当时村里有消息需要通知到全部村民的时候，就把这些消息抄到村生产大队办公楼外边的黑板报上，因为村生产大队就设在“十字街”上，村民每天出来活动时都能看到。除此以外，村里还配备了若干个手持小喇叭，有通知的时候村干部就提着喇叭在街头巷尾走动、四处吆喝。有时候，通知需要传达给特定人群，而有的人恰好没看到黑板报的内容或没听到喇叭的吆喝，这时村生产大队就会派民兵直接上门传达。在当时，要传达的信息内容还是比较单一的，主要包括会议通知（如村干部会议、党员会议或全体村民大会）、各个季度的生产工作安排（这也是计划经济时代的特点）、政治宣传等。

到 60 年代，米村开始有村民用上了由二极管制作的收音机，家里拉上线以后就能够收听到来自北京的中央新闻，还能听到戏曲表演。米村是大村，对基础设施的需求较大，在 60 年代末就通上了电，此时村里也尝试安装了一个大喇叭，但这个喇叭十分笨重，且声音不是很大，传播不远，很快就被弃用。因此，当时村里发布通知依旧沿用 50 年代的办法。村主任举例说，60 年代和 50 年代的时候一样，要宣传“参军光荣”，村生产大队就拉了支队伍在村里转，并大喊宣传口号。

直至“文革”期间，米村才开始搭建高音喇叭。刚开始时是在全村五条主要街道及十条小街里各安装一个小喇叭，以此确保大部分村民都能听到。然而，这样的设置存在一个问题，就是只要喇叭一响，声音就会在巷子里四处窜响，结果是广播只有在喇叭底下或附近能够听清，其他地方会由于回声过大而听不清。鉴于这一弊端的存在，村生产大队很快就把各街道的小喇叭撤掉，在办公楼顶架起一座高约 5 米的高音喇叭，东西南北四个朝向各设置一组竖排小喇叭，每组 3 个，功率大，传播距离足以覆盖整个居民区。高音喇叭属于集体资产，村生产大队安排了专职广播员来管理，也是为了防止他人随意播放广播。在那时，高音喇叭所播报的内容与 50~60 年代无异，且因为正处于“文革”时期，政治宣传的内容还要更多一些。

从黑板报、手持小喇叭到高音喇叭，米村终于找到了一种不需要耗费太多人力物力、效率相对较高的信息传播工具。这座喇叭也一直沿用至今，四十多年间向村民传达着来自中央和上级政府的各类政策信息，完成不同时期的政治宣传任务。可以说，在诞生之初，喇叭便与国家意志紧密地联系在一起了。

（二）高音喇叭的权力隐喻

高音喇叭“从无到有”的搭建过程实质上是现代国家政权建设的一部分。对这一话题的相关讨论最早始于对西欧“民族—国家”（nation-state）建立的研究（参见 Tilly, 1975; Cohen et al., 1981; Tilly, 1985），他们的核心观点是“战争形成国家”（war makes states）。民族—国家的建立并不意味着国家政权建设的任务业已完成，对一个既成的国家而言，以多种方式巩固统治是下一阶段政权建设的重要内容。福山（Fukuyama, 2004）将这一意义上的国家政权建设界定为“新统治制度的创设和既有制度的强化”，主要强调的是“制度建设”的重要性。在具体举措方面，税收制度的完善确保国家有提供公共物品的能力（Brautigam et al., 2008），共产党领导的新中国政权强化官僚体制、指导经济生产、提供教育服务以及开展“赤脚医生”医疗卫生项目等方面的制度建设，均有助于国家实现对基层社会的有效管理和控制（斯考切波，2007）。

制度建设只是国家政权建设的一个方面，另一个方面是信息传播技术的发展。吉登斯（1998）指出了通讯技术在增强现代国家的行政力量方面的积极作用：运输技术、通讯传播技术的发展使得行政力量进一步突破“时间—空间”的限制；运输技术的发展融合了“时—空”，大批量运输要求对时间和空间进行精确的管理，电子通讯技术的发展满足了这一要求；电报、电话、电视等发明更是使得通讯与运输分离，“时—空”几乎得以完全融合。在这一意义上，高音喇叭的搭建就具有了“国家政权建设”的意涵，正因为通过喇叭的播报，国家政令才得以跨越整个中国，相对及时地传达给村民。

曼（Mann, 1993）区分了两种类型的政治权力——专断权力（despotic power）和基础权力（infrastructural power），后者指的是中央集权国家在其领土范围内执行政令的制度性能力。进行基础设施建设是国家行使基础权力的一种方式，建高音喇叭则是基础设施建设的一项具体内容。不论是从政权建设的角度还是从权力的角度，高音喇叭都与国家权力紧密勾连在一起。可以说，高音喇叭是国家权力在乡村的一个强象征，其搭建意味着国家权力更加深入乡村社会生活，国家的存在感愈发增强。具体而言，高音喇叭之于国家权力的意义在于，它既“协助权力中心构建了一个庞大辽阔的国家疆域，可以让遥远闭塞的边疆时刻与中心保持紧密联系”，又“利用感染力强、受众面广、没有文字障碍等优势，将所有能听到声音的人集合起来，完成了最广泛的社会动员，强化普通民众对党和社会主义的认同感”（王华，2013）。

四、喇叭边缘化：祛魅的国家权力

米村的高音喇叭就这样一直设在村庄中心，且位于全村制高点，再考虑到从喇叭中播放出的内容，它似乎无时无刻不在向人们提醒国家的在场。在很长一段时间里，米村只有村集体的这一座高音喇叭，而过去的农村普遍闭塞，喇叭也就成为当时绝大多数村民了解外界信息的唯一渠道。这一情况在改革开放后开始改变，技术的进步和经济水平的提高丰富了村民获取信息的途径。20世纪80年代初，村里有了第一台电视，刚开始时有电视的农户不多，晚上周围的邻居都聚在一起看。后来电视普及了，大伙就各回各家看自己想看的节目，其中，中央电视台和地方新闻台是村民最常看的频道。那时还是改革开放初期，商品经济刚刚起步，电视上偶尔会播放几则商业广告；至于高音喇叭，则跟过去一样，播报上级政府的通知，或召集村干部、村民开会，不过政治宣传已大为减少。

90年代以后，做买卖的村民逐渐增多，他们一般会到“十字街”上摆摊，主要贩卖红薯等农产品或批发回来的衣服。有时候，为了更快地卖出商品，村民就会找到广播员，让他用高音喇叭“吆喝”几句广告。因为是集体资产被用于私人用途，广播员会按每次2元的价格收费，收回来的钱算作集体收入，用作喇叭维护费。后来由于村民用喇叭来喊广告的需求越来越大，尤其是每逢集市的时候，最多时一天能有二十几则，到2000年后，村集体就不再收取使用费了。对此，村主任的说法是，“你就帮他（村民）广播广播，为人民服务，现在都不在乎那2块钱了”。在播报通知方面，集体喇叭依旧会被使用，但黑板报早已被弃用。杂货店的喇叭建好后，部分村集体通知甚至会拿到那里去广播：

“凡是大队的人都有我的电话，他接到通知了就给我打个电话，也是我广播。比如刚才说的学校开学了，就安排我去广播。”（对杂货店老板的访谈）

“大队喇叭有时候坏了，大队需要，也是上我这儿来。上我这儿多，为什么？我这儿没事就都在，都有人。大队有时候没人，有时候坏了听不见了，就上我这儿来，我也是为大队服务。”（对杂货店老板的访谈）

经历几十年的演变，喇叭的政治功能不断弱化，从早期的“国家象征”变为如今的“广告载体”，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。高音喇叭在搭建之初显然是作为国家权力的象征之一进入乡村社会当中；那时的社会结构也相对简单，国家权力能够毫不费劲地控制乡村社会的经济、政治、文化等各个方面，国家意志的身影在乡村社会背后若隐若现。可以说，那时乡村社会的权力结构是一元的，仅有无所不包的国家权力存在。改革开放以来喇叭功能的变化则折射出国家试图转变其在乡村社会中权力运作方式的现实。广告内容的出现意味着农村经济不再为国家完全管控，村民有了自己的经济诉求。对私人搭建喇叭的默许表明国家在一定程度上让渡了对农村经济活动的直接控制权，经济活动愈发成为一种个体行为，商品经济在农村的发展实际上赋予了村民个人一定的经济权力。另一方面，电视、电脑和手机等电子设备的出现使得村民的文化生活需要能够通过影视节目、网页网站等丰富多样的形式获得满足。最终，国家能够直接、完全控制的领域主要集中在行政系统内。村集体的高音喇叭依旧隔三差五地播报来自上级部门的通知，但这些来自“国家”的声音往往淹没在商业广告、电视节目等信息的海洋当中。此时乡村权力结构是多元的，国家权力仅是村庄诸种权力力量（如经济、文化等）中的一种，更接近于政治权力。

“祛魅”（disenchantment）是韦伯（Weber）（2010a）提出的、用以描述人类社会理性化进程的一个概念，指的是这样一种状态：“我们知道或相信，任何时候只要我们想了解，我们就能够了解……在原则上，并没有任何神秘、不可测知的力量在发挥作用……在原则上，通过计算，我们可以支配万物”。人类对“神秘、不可测知的力量”普遍存在一种敬畏之心，但在“祛魅”以后，就把它视为寻常的、可利用的工具。对村民而言，国家权力是一个虽触不可及但又对自己施加影响的存在，这种距离感让村民对其亦心生敬畏，其中一个具体的表现即是村民在集体经济时期都会十分注意听喇叭的广播。然而，当国家权力是多元权力中的一种时，其在村里的地位就不再特殊，村民会选择性服从甚至无视国家权力的要求，在日常生活中的表现之一便是不理会喇叭播报的政府通知。当下国家权力在乡村遭到的冷遇可近似看作其被“祛魅”的结果，这里的“祛魅”指的是国家权力不再具有“卡里斯玛式”的感召力，而“沦为”多种常规权力之一的过程。

国家权力的“祛魅”似乎说明其在乡村社会已遭遇弱化，但仔细考虑，这一断言未免有些许草率，如前文所言，这更多意味着国家权力运作方式的转变。有学者将这一转变概括为“从‘总体支配’到‘技术治理’”的社会转型过程（渠敬东等，2009），认为中国的国家治理已由过去“大包大揽”的方式，经过改革开放几十年来的调整，变为依赖不断改进的程序和技术进行治理，其中“行政科层化”是该转变的主要特征之一。“科层化”意味着作为国家意志代理人的各级政府倾向使用受过专业训练的行政人员，行政程序也基本依据既定的法律法规来执行（参见韦伯，2010b）。这是一种高度理性化、组织化的制度，同时也是一种秉持“事本主义”精神的制度。换言之，国家减少了对人们日常生活的

主动干预，通常是人们在有需要的时候才向国家索求服务，近几年全国各地基层政府广泛修建的标准化的行政服务厅便是上述转变的例证。因此，国家权力从农村集体高音喇叭身上隐退并非其弱化的表现。毋宁说，这说明国家在从“台前”走到“幕后”，但当人们因事与国家“打交道”的时候，还是依旧能够感受到国家权力的“强存在”。

五、权力嬗变的原因

透过高音喇叭这一事物，可捕捉到乡村社会中国国家权力运作方式的隐蔽变化。至于变化的原因，制度分析的思路并不能给予回答，因为在大多数情形下，制度是权力运作方式的反映，后者是前者的“原因”而不是“结果”。本文对该问题的解释将采取一个“能动”的视角，即把国家看作一个行动者，具有独立于社会及其他群体进行自主行动的能力（参见 Skocpol, 1985；刘昶，2016）。以此为前提，国家权力的运作便可被视为一种国家行为，行为的改变既有主观因素，也受制于客观原因，具体而言，前者体现为国家治理内在逻辑的变迁，后者则是指“国家”这一行动者所在的乡村社会环境的变化。

（一）国家治理内在逻辑的变迁

1. 村委会职能的转变。在进入相对抽象的理论分析前，可先通过村委会职能转变这一具体现象，来感知国家治理内在逻辑的变化。

村集体曾经是农村里唯一有权使用高音喇叭的单位，未经授权任何个人都不能使用这一宣传媒介。在高音喇叭刚普及的年代，生产大队就是村集体。根据 1962 年通过的《农村人民公社工作条例》，人民公社是“政社合一”的基层政权单位，生产大队隶属于公社之下，组织农民开展生产活动是其主要职责。据米村村民回忆，当时每天早上 6 点左右，各生产队干部就会敲钟催促村民到地里干活，中午 11 点半左右再敲一次提醒村民吃饭休息，村民的作息时间受村集体严格管理。喇叭则会同时播放能够调动农民“抓革命、促生产”热情的革命歌曲，还有就是通知开会、做政治宣传或告知村民去大队看文艺演出。喇叭当时是村集体用以管控村民的工具之一。

家庭联产承包责任制推行以后，农业生产“包产到户”，村集体不再需要组织生产。与此同时，村委会取代生产大队成为国家在农村的基层组织，根据《村组法》，该组织主要负责办理村里的公共事务和公益事业。换言之，村集体不再担任“大家长”的角色，转而成为农村公共服务的提供者。村集体作为国家权力延伸至基层社会的触角末端，其角色转变意味着国家权力对自身作出了限制，不再意图干涉农民的私人生活。从商业广告频繁出现在喇叭广播中到私人喇叭的搭建，这一乡村日常生活的细微变化是国家权力从乡村社会有限抽离的例证。

2. 从“统治”到“治理”。村集体由管控者变为服务者的角色转变背后反映的是国家管治理念的变化。在现实层面，这一变化直观地表现在党和国家的重要政策文件里某些措辞的调整上。1998 年，《关于国务院机构改革方案的说明》中首次出现了“社会管理”一词；到 2013 年，中共十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》首提“推进国家治理体系和治理能力现代化”，并多次提及“社会治理”一词。从“社会管理”到“社会治理”，这体现了中国共产党执政理念的变化，而就国家管治理念而言，这其中隐含的是一条由“统治”（government）迈向“治理”（governance）的

理论线索。

西方治理理论对“治理”有着明确的界定（俞可平，2000）：“在一个既定的范围内运用权威维持秩序，满足公众的需要。其目的是在各种不同的制度关系中运用权力去引导、控制和规范公民的各种活动，以最大限度地增进公共利益。”这是一个与“统治”相对立的概念，二者的区别主要有两点（俞可平，2000）：一是“权威”不同，“统治”的权威只能是政府，“治理”的权威可以是公共机构、私人机构或两者的合作；二是权力运行方向不同，“统治”总是自上而下的，“治理”则是上下互动的。总之，“治理”这一概念是在对政府在公共事务管理中的角色的反思中形成的，它强调“社会”之于公共事务管理的重要性，突出现代公共事务管理的多主体特点。

笔者以为，国家在对其管治方式的反思过程中，一定程度上吸收了治理理论的核心思想，即摒弃过去纯粹依靠自上而下的政令实行严格管理的模式，一方面激活社会力量，并向其让渡部分管治权利，另一方面转换并突出服务者的角色。之所以强调“一定程度上”，是因为对这一套西方的治理理论是应当作批判的认识的。正如王绍光（2018）所指出的，“过去二三十年主流治理研究基本上是宣扬一种规范性主张，即新自由主义的主张，没有什么扎实的实证性基础，只是一个‘空洞的能指’”。治理理论需要扬弃的便是其中的新自由主义主张。

（二）乡村社会环境的变化

作为国家权力运作的场景，乡村社会环境在过去几十年间在多个方面发生了变化，在此选取较为突出的两点进行讨论，分别是村庄流动性的增强与信息的多源化。

1.流动的村庄。在过去的中国农村，国家权力之所以能够通过高音喇叭进行有效的社会动员，一个重要原因是农民都被束缚在村里的土地上，广播内容基本能够传达到每个人。然而，改革开放以后，农民“人地分离”的程度愈发加深，原本安土重迁的乡土社会变成了高流动性的村庄，越来越多的农民外出务工。根据国家统计局最新公报^①，2016年年末，全国流动人口有2.45亿人，农民工总量为28171万人，较上年增长1.5%，其中外出农民工有16934万人，增长0.3%。有专家指出，未来流动人口规模仍将持续增长（段成荣等，2017）。村庄的高流动性意味着乡村的空心化，这对国家权力在农村社会的动员带来了挑战。

以米村为例，全村5000多人口，有1000多人在外打工，基本上每一户村民家庭都至少有一个外出务工者。其中，男性一般从事建筑业，多数到外省（如内蒙古、宁夏等地）工作；女性一般从事纺织等轻工业或服务业，出远门的人较少，工作地点以河北、北京为主。从事建筑业的村民一年中平均有6个月的时间在外，大部分人2~3个月回村一次，一般选在麦收等农忙时节回来；从事其他行业的则在节假日回来。外出打工的村民年龄在20~60岁不等，以30~50岁为主，不少家庭是青壮年的夫妇在外打工，老人和孩子留守家中。可见，米村的人员流动现象十分突出，这对村庄治理的一个直接影响是大大削弱了喇叭广播的动员效果，原因是喇叭通知不到外出的村民。

^①国家统计局：《中华人民共和国2016年国民经济和社会发展统计公报》，http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201702/t20170228_1467424.html。

实际上，“喇叭通知不到人”只是当前中国农村治理形势的一种表象，其背后反映的是流动社会中乡村政权已无法像过去那样直接管理每个农民个体的现实。现代社会的流动性愈发突出，其对“社会治理”提出的挑战已受到不少学者的关注（例如洪大用，2017；何雪松、袁园，2017），而具体到基层社会治理，张静（2016）就指出，乡村大规模的人员流动冲毁了形成于集体经济时期的“政府—单位”双重治理体系，以致政府的政令难以落实到个人，造成群众越来越“难以管理”的困境。因此，村庄流动性的增强其实也在倒逼国家权力在乡村社会中采用不一样的运作方式。

2.多源的信息。高音喇叭最早是作为共产党“宣传下乡”的重要组成部分出现的，作为新中国建立以后大众传播工具进入乡土社会的第一次高潮，农村的高音喇叭将当时毛主席和党中央的“声音”传到了农民耳中（徐勇，2010）。第二次高潮出现在改革开放以后，以“村村通”工程的启动作为标志。“村村通”是一系列国家系统工程，包含了公路、电网、自来水、电话网、有线电视网、互联网等各项基础设施在全国各地农村的建设。其中，电视的出现是对农村信息传播方式的大幅升级，农民从此能够以更为直观的方式获取各类资讯。进入21世纪，手机和电脑的逐渐普及可以说掀起了大众传播工具“下乡”的第三次高潮。

米村在2012年曾进行过一次50%抽样的户情调查，调查了村里648户（全村共1260户）家庭的生产和生活情况，结果显示，648户里仅有30户没有彩电，42户有2台彩电，平均每户有1台；家里没有手机的有32户，不少家庭都有3部或以上，平均每户有2部。可见，米村基本已实现电视和手机的普及，村民了解信息不再需要依赖喇叭的广播。另一方面，村干部对喇叭的依赖度也在逐渐降低，村领导班子要开会时，越来越多地通过电话或微信召集，村里的广播员到广播室的次数也越来越少。

信息传播在农村地区已呈现多源化的局面，高音喇叭的传播效率远不及其他现代通讯工具，自然会被逐渐遗忘。党和国家的意志试图借助电视、手机、电脑等新的信息工具进行传播，但现代社会正处于一个“信息爆炸”的时代，人们在接收信息时有了更大的自主选择权，来自国家的声音能够在多大程度上传递到个人，目前恐怕只能得到一个较为悲观的估计。

（三）小结：乡村社会的“大转型”

高音喇叭为表，国家权力为里，从上文的讨论中可以看到，在乡村社会当中，国家治理的内在逻辑以及乡村社会环境发生了变化，正是这一系列变化使得国家权力的运作方式出现了转变。稍作延伸讨论，上述变化基本都发生在改革开放以后，实质上共同指向乡村社会在这一时间节点之后的结构转型。西方学者率先从经济的角度概括这次转型的特点，称之为“国家社会主义的再分配经济向市场类经济的转型”（Nee，1989）。国内学者则站在社会结构的角度，认为中国社会（不论城市或是乡村）经历了从“总体性社会”向“分化性社会”（或曰“个体化社会”）的转变^①（孙立平等，1994；文军，2012）。总之，前者的核心特征是国家既吞没了社会，又吞没了经济（沈原，2008），而后者则以“自

^①在“总体性社会”中，国家几乎垄断全部重要资源，这些资源不仅包括物质财富，也包括人们生存和发展的机会及信息资源；以此为基础，国家对几乎全部的社会生活实行着严格而全面的控制。“分化性（个体化）社会”则是对国家主义和集体主义的反叛，市场化改革推动社会资源的自由流动，从而促进一个相对独立的社会的形成。

由”和“多元”为特点。正是在这样的社会大背景下，国家权力在乡村社会的运作方式发生了变化。

六、总结与讨论

本文呈现了米村高音喇叭最初以“国家象征”的姿态出现，如今成为广告工具，逐渐走向边缘化的演变过程。通过上述研究和分析，笔者发现，农村高音喇叭变化的背后，反映的是国家权力在乡村社会中运作方式的转变，而转变的主要原因，并非基层行政制度建设存在纰漏，而是乡村社会结构在改革开放之后发生转型，不再保留过去总体性社会的特征。总体而言，上述转变是时代的进步，意味着国家和政府实现了从“管控者”到“治理者”的角色转换，但同时也遗留下一个重要的乡村治理问题：当国家尝试以新的方式运作权力时，如何继续确保治理的有效性？

政社分开后实行的村民自治被寄予实现乡村社会“善治”的厚望。让村民当家作主，实现自我管理、自我教育和自我服务，确实有助于让村民自己发现问题，并采用符合当地社情的方法解决问题。然而，村民自治在发展过程中亦遭遇到诸如“两委”矛盾凸显、选举“乱象”频发、村民代表会议难以召开、村务公开存在盲点、自治权与行政权冲突等现实困境（于建嵘，2010）。要突破困境，既需要国家的适度引导，又需要创设公众参与社会治理的条件，以培育农民的自治精神，但这需要长时间的努力，短期内难见显著成效。

村民自治在未来很长一段时间内都将是乡村社会的基本治理制度，“培育村民自治精神”这样一种自下而上的完善途径是需要的，但同时也要设法提高作为国家代理人的村级自治组织的治理能力。结合本文的分析，适应乡村社会日益增强的流动性是解决问题的一个重要方面，而将传统治理手段与网络信息技术相结合则是克服流动性的有效途径。根据卡斯特（Castells, 2010）的观点，人类已进入网络社会时代，国家权力运作的场所已由“地方空间”（space of places）变为“流动空间”（space of flows）；“缺场交往”因此正迅速扩展并逐渐取代“在场交往”，成为人们主要的交往形式（刘少杰，2012）。传统治理手段是一种“在场治理”，如村干部和村民在村委会办公楼或村民家中解决问题，但现在由于村庄人员外流，往往会遭遇“找不着人”的困境，这时就需要借助网络信息技术进行“远程办公”，实现“缺场治理”。笔者在实地调研过程中也已经观察到这种“缺场治理”的现象。近几年，上级政府部分工作安排的下达、村两委工作任务完成情况的汇报等事务越来越多地通过微信群完成；在调研行将结束的时候，村干部更是向笔者请教微信的使用方法。

由此可见，国家权力正试图利用现代网络信息技术来治理村庄；至于其效果如何，尤其是是否有助于实现“管控”与“服务”的双重治理目标，还留待日后再观察。2018年中央“一号文件”指出“乡村振兴，治理有效是基础”。而作为一个初步的探索，本文主要揭示了实现有效治理所要应对的乡村社会权力结构状况，至于解决问题的具体方略则有待后续研究来发现和阐明。

参考文献

- 1.段成荣、刘涛、吕利丹，2017：《当前我国人口流动形势及其影响研究》，《山东社会科学》第9期。
- 2.费孝通，2013：《乡土中国》，上海：上海人民出版社。

- 3.何雪松、袁园, 2017:《全球城市的流动性与社会治理》,《华东师范大学学报(哲学社会科学版)》第6期。
- 4.洪大用, 2017:《社会治理的关键是治理流动性》,《社会治理》第6期。
- 5.胡恒, 2015:《皇权不下县?——清代县辖政区与基层社会治理》,北京:北京师范大学出版社。
- 6.吉登斯, 1998:《民族—国家与暴力》,胡宗泽、赵立涛、王铭铭译,北京:生活·读书·新知三联书店。
- 7.金太军、施从美, 2002:《乡村关系与村民自治》,广州:广东人民出版社。
- 8.孔飞力, 2016:《叫魂: 1768年中国妖术大恐慌》,上海:上海三联书店。
- 9.刘昶, 2016:《迈克尔·曼论国家自主性权力》,《上海行政学院学报》第1期。
- 10.刘少杰, 2012:《网络化时代的社会结构变迁》,《学术月刊》第10期。
- 11.渠敬东、周飞舟、应星, 2009:《从总体支配到技术治理——基于中国30年改革经验的社会学分析》,《中国社会科学》第6期。
- 12.沈原, 2008:《又一个三十年?——转型社会学视野下的社会建设》,《社会》第3期。
- 13.斯考切波, 2007:《国家与社会革命——对法国、俄国和中国的比较分析》,何俊志、王学东译,上海:上海人民出版社。
- 14.孙立平、王汉生、王思斌、林彬、杨善华, 1994:《改革以来中国社会结构的变迁》,《中国社会科学》第2期。
- 15.王华, 2013:《农村“高音喇叭”的权力隐喻》,《南京农业大学学报(社会科学版)》第4期。
- 16.王绍光, 2018:《治理研究: 正本清源》,《开放时代》第2期。
- 17.韦伯, 2010a:《学术与政治》,钱永祥译,桂林:广西师范大学出版社。
- 18.韦伯, 2010b:《支配社会学》,康乐、简惠美译,桂林:广西师范大学出版社。
- 19.文军, 2012:《个体化社会的来临与包容性社会政策的建构》,《社会科学》第1期。
- 20.温铁军, 1999:《半个世纪的农村制度变迁》,《战略与管理》第6期。
- 21.徐勇, 1997:《中国农村村民自治》,武汉:华中师范大学出版社。
- 22.徐勇, 2002:《县政、乡派、村治: 乡村治理的结构性转换》,《江苏社会科学》第2期。
- 23.徐勇, 2010:《“宣传下乡”: 中国共产党对乡土社会的动员与整合》,《中央党史研究》第10期。
- 24.殷冬水, 2016:《电视: 国家动员变革的重要媒介——现代国家动员中电视媒介变革意义的政治传播史分析》,《吉林大学社会科学学报》第5期。
- 25.于建嵘, 2010:《村民自治: 价值和困境——兼论〈中华人民共和国村民委员会组织法〉的修改》,《学习与探索》第4期。
- 26.俞可平(主编), 2000:《治理与善治》,北京:社会科学文献出版社。
- 27.张厚安, 1992:《中国农村基层政权》,成都:四川人民出版社。
- 28.张厚安, 1996:《乡政村治: 中国特色的农村政治模式》,《政策》第8期。
- 29.张静, 2016:《社会治理为何失效》,《复旦政治学评论》第1期,上海:复旦大学出版社。
- 30.Brautigam, D., O. H. Fjeldstad, and M. Moore, (eds.), 2008, *Taxation and State-building in Developing Countries: Capacity and Consent*, New York & London: Cambridge University Press.
- 31.Castells, M., 2010, *The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society (Vol. 1)*,

Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.

32.Cohen, Y., B. R. Brown, and A. F. K. Organski, 1981, "The Paradoxical Nature of State Making: The Violent Creation of Order", *American Political Science Review*, 75(4): 901-910.

33.Fukuyama, F., 2004, "The Imperative of State-building", *Journal of Democracy*, 15(2): 17-31.

34.Mann, M., 1993, *The Sources of Social Power, Vol. II: The Rise of Classes and Nation-states*, New York & London: Cambridge University Press.

35.Nee, V., 1989, "A Theory of Market Transition: From Redistribution to Markets in State Socialism", *American Sociological Review*, 54(5): 663-681.

36.Skocpol, T., 1985, "Bringing the State Back in: Strategies of Analysis in Current Research", in Evans, P., D. Rueschemeyer, and T. Skocpol, (eds.): *Bringing the State Back In*, New York & London: Cambridge University Press.

37.Tilly, C., 1975, "Western State-making and Theories of Political Transformation", in Tilly, C., (ed.): *The Formation of National States in Western Europe*, New Jersey: Princeton University Press.

38.Tilly, C., 1985, "War Making and State Making as Organized Crime", in Evans, P., D. Rueschemeyer, and T. Skocpol, (eds.): *Bringing the State Back In*, New York & London: Cambridge University.

(作者单位: 中国人民大学社会学理论与方法研究中心)

(责任编辑: 毛学峰)

The Power Metaphor and Evolution of Tweeter: An Example from Mi Village in North China

He Junli

Abstract: The transition of power structure in rural areas has long been an important issue of studies on rural China. Based on the materials collected during the fieldwork in Mi Village in North China, this article analyses the evolutionary history of tweeter in Mi Village. It discovers that, since the reform and opening-up, the positioning of tweeter has changed from being a symbol of the state to a carrier of advertisements. In fact, the role-transition of tweeter indicates that the operation of state power has changed in rural areas by placing less emphasis on "government" and more on "governance". Changes in both internal logic of state governance and rural social context are symptoms of transformation in rural society, which leads to a transition of the operation of state power.

Key Words: Tweeter; Operation of State Power; Power Structure in Rural Area