

当代城市基层社区传播及社区媒介调研

——以高台井社区为例

李嘉俊

天津外国语大学滨海外事学院, 天津

收稿日期: 2022年7月16日; 录用日期: 2022年8月11日; 发布日期: 2022年8月19日

摘要

随着新时代中国城市化脚步的不断前行, 国家“十三五”规划所提出的“增强社区服务功能”加速了社区传播建设的发展。社区传播在综合社会学理论后, 呈现出多样化的体态。在主流媒体、社区媒体、居民受众的支撑下, 社区传播在民生领域发挥着特有作用。此过程中所衍生出的社区媒介, 是居民与政府之间的沟通桥梁, 从而构建良好的社区传播渠道, 促进社区信息的流通, 增强居民对社区的归属感, 有效激发居民对社区事务的关注和参与, 调动基层活力, 实现社区自治。据此, 笔者选取安徽省砀山县高台井社区作为研究分析对象, 综合运用表格法、数据分析法、十级量表法等进行调研分析, 试就当代城市基层社区传播媒介的调研报告, 以高台井社区为例进一步明晰基层社区传播媒介的现状, 以求教于大方。

关键词

社区传播, 社区媒体, 居民, 受众

Research on Contemporary Urban Grassroots Community Communication and Community Media

—Taking Gaotaijing Community as an Example

Jiajun Li

Binhai School of Foreign Affairs, Tianjin Foreign Studies University, Tianjin

Received: Jul. 16th, 2022; accepted: Aug. 11th, 2022; published: Aug. 19th, 2022

Abstract

With the continuous advancement of China's urbanization in the new era, the "enhancement of community service functions" proposed by the national "Thirteenth Five-Year Plan" has accelerated the development of community communication construction. After synthesizing sociological theory, community communication presents a variety of postures. With the support of mainstream media, community media and resident audiences, community communication plays a unique role in the field of people's livelihood. The community media derived from this process is the communication bridge between the residents and the government, so as to build a good community communication channel, promote the circulation of community information, enhance the residents' sense of belonging to the community, and effectively stimulate the residents' attention to community affairs, and participation, mobilize grassroots vitality, and achieve community autonomy. Accordingly, the author selects Gaotaijing Community, Dangshan County, Anhui Province as the research and analysis object, and comprehensively uses the table method, data analysis method, and ten-level scale method to conduct research and analysis. Based on the research report on the communication media in the contemporary urban grassroots community, taking the Gaotaijing community as an example to further clarify the current situation of the communication media in the grassroots community, so as to ask for advice.

Keywords

Community Communication, Community Media, Residents, Audience

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

进入新世纪以后，互联网等新兴服务终端异军突起，新兴媒介逐步流行于社会受众群体之中。互联网的出现占据了人们绝大多数时间的同时，也巧妙地将各种传统的传播方式加以重组后呈现在了同一个平台之上。随着大众媒体的不断发展，社区传播逐步呈现出了多样化的发展趋向。社区媒介作为社区传播的主要载体，担负着社区信息传播和促进社区文化发展的功能，从而推进社区建设与融合。它为传统媒体的创新提供了新的机会，也为主流传统媒体深入培育社区服务创造了良好的外部环境。社区传播需要以社区的多元化为主体，充分融合传统媒体与新兴媒介，通过和谐有效的社区沟通，营造良好的社区传播氛围和空间，弥补群体差距，实现社区认同。

2. 社区传播的探究

什么是“社区”？“社区”这个词最早出现在滕尼斯的《社区与社会》一书，它是一个建立在家庭之上、社会之下的群体聚集性名词，属于一种集血缘、亲情、交情等于一体的有机共同体，对于社会学的研究具有重大意义。从民生方面来讲，“社区”就是由若干栋楼房聚集而成的完整性建筑群，包围了若干条的马路，伴有成套的服务性设施，承担着服务、管理等重大责任的政府下属方。

什么是“传播”？“传播是社会得以形成的工具。传播一词与社区一词有共同词根，这绝非偶然。没有传播，就不会有社区。同样，没有社区，也不会有传播。人类传播的特定性是人类与其他动物之间

的最根本的区别。”[1]所谓传播,实质上就是居民通过社会人际关系开展的信息共享活动。

传播学是研究社会信息系统及其运作规律的科学,社区传播是在快节奏的社会生活和渐渐普及民众生活的互联网下迅速发展诞生的一种传播方式,相比较传统传播方式,社区传播是一种由社区和传播结合而成的传播环境,它以社区为特定的范围,在此范围内,以大众媒介为传播者,社区居民为受众,实时性的社会信息为传播内容,通过居民与居民,居民与社区,社区与社区之间日常交流的传播途径,达到其居民治理、传播讯息等预期目的。社区传播是一种嵌入日常生活中的沟通方式,是一种涵盖了人际传播、组织传播和大众传播的社区内居民的全方位接触。在衡量当前社区治理的需求之后可知,社区传播应该具有双重意义:不仅是社区内的传播活动,更是基于传播行为的社区建设。换句话说,社区与传播之间的关系不仅仅是单方面的,所以构建社区传播对于加强社区治理来说尤为关键。

对于如何构建社区传播来说,想要在真正意义上扩大社区传播,不能够仅仅局限于某一组织层面上的传播,而是要综合各种传播模式,使受众群体在自身的基础之上完成“主动接收”而不是“被动接收”。因此社区传播的构建离不开大众媒体的支撑,二者互相影响,共同服务于民生。

2.1. 社区媒体

社区媒体,毋庸置疑就是存在于社区传播之内的媒介。它局限于“社区”这个范围,像居委会宣传板报、社区居民报、居委会广播等均属于社区媒体。社区媒体实质上并没有特定的存在形式,完全根据所在社区的特征而进行传播。如北京市朝阳区麦子店街道办事处“读麦”杂志,东城区的一些街道也有自己的报纸[2]。社区媒体存在的意义就在于使居民更加熟悉自己所在的社区,帮助社区办公人员更好地掌握民意形成的方向。

2.2. 传统媒体

传统媒体多年来作为传媒界的主力军,在受众中拥有极大影响力。类似于广播、电视等主流的大众媒介均属于传统媒介的范畴。与社区媒体不同的是,广播、电视等传统媒体独有的庄严感是社区媒体所无法睥睨的。传统媒体注重各社区间存在的问题及产生原因,向全国社区居民传播问题解决情况等实质性信息。如近期,砀山县世纪名称小区内对于乱停乱放的车辆进行了曝光,砀山县电视台媒体全程进行追踪报道。小区物业管理部门在县媒体的督促下,公布了小区公共停车泊位管理办法修订版。

2.3. 居民交流

在日常生活中,邻里之间的交流是必不可少的。如果说传统媒体和社区媒体是“本”,那么居民交流就是“根”。邻里交流不仅有助于建立良好的居民关系,更有助于信息在各居民之间及时有效地传播。如疫情防控期间,高台井社区对外公布了疫情防控措施成效。居民们在工作人员公示之前便奔走相告,日常交谈中无不展现出对社区的认同赞赏,这便间接体现了居民交流对于构建社区传播的有效性。

笔者认为,构建社区传播网络,是实现社区治理所急需的。对于社区传播来说,以上三种社区传播的媒介方式,建立在社区网络的基础上,三者能够互相交叉融合,以此来影响社区传播的构建。

3. 社区传播存在的实质性意义

3.1. 社区传播有利于社区的数据调查,形成数据库

由上述可知,社区传播的构建不单局限于一种媒介方式,因此,对于社区居民来说,选择接受信息的渠道也有所不同。社区传播可以在居民使用各渠道接收信息的同时收集受众的相关信息,以此来形成居民用户的大数据库。宋建武认为,时代化的信息传播将从“汇总信息”向“汇总数据”转变[3]。社

区有了居民数据库，将更有利于自身对于传播过程中居民反馈的意见的整顿。

3.2. 有利于居民社区归属感的增强

社区在现如今的城市生活中，已然成了管理的基本单位，然而在许多城市社区中，居民之间的陌生感强，联系颇为松散，缺乏基本的了解和信任，难以产生必要的认同和对社区的归属感。因此，这就需要社区传播的构建。当社区传播满足了居民的普遍要求和信息需求之后，居民对于社区的归属感就会进一步加强。

3.3. 社区传播有利于空间延伸

社区在属性上本就是一个与空间极其相似的概念，是以家庭为基础的，能够使居民赖以生存的空间集合。刘涛认为：“社会化的主流媒介使得原本的社会空间结构发生了翻天覆地的变化，即使得空间从中心到边缘、从静态到移动、从线性到拓扑、从生产到消费。”[4]互联网等移动社区的发展已经扩展到通过分散，移动和准确的网络社区建立人与物之间的关系。主流媒体的公信力应充分发挥其优势，根据用户社区的实际需求，与在线用户之间建立有效的联系[5]。

4. 砀山县高台井社区的调研分析

4.1. 媒介接触时间

社区传播作为居民生活的一部分，加快了媒介多样化体态的发展，同时大众媒体的多样性对于居民的媒介选择以及所接触的时间存在影响差异。据砀山县高台井社区调研表明，居民在日常使用的四类媒介中，使用时间最长的就是电视，平均每日接触时长为 2.3 小时，几乎占据了日常媒介接触时间的百分之三十，其次是网络，平均每日接触时长为 1.8 小时；报纸和广播的平均每日接触时长分别为 0.5 小时和 0.3 小时。由此可见，传统媒体多年来作为传媒界的主力军，即使互联网领域高速发展的情况下，在社区受众中一直有着很大的影响力。详细情况见下表 1。

Table 1. The contact time of residents in Gaotaijing community with the media

表 1. 高台井社区居民对于媒介的接触时间

媒介形态	平均每日接触时长(小时)
电视	2.3
网络	1.8
报纸	0.5
广播	0.3
新媒体	1.0

4.2. 不同新闻的关注度

对于社区居民来说，选择接收信息的类型，已然需要根据自身所感兴趣的话题来决定。例如不同媒介传播的不同地方的新闻信息中所含话题方向不同，详细情况见下表 2，研究采用三线表十级量表法进行调研(1 = 几乎不关注，10 = 非常关注)。图中可以看出，社区居民对于社区新闻的关注度，其中传统广播媒介关注度最低，仅为 2.04，电视媒介和报纸媒介关注度分别为 3.18 和 3.34，网络媒介关注的最高，为 4.63。结果表明，社区居民对于大众媒介上的社区新闻关注度不高，甚至不及国内新闻的二分之一，同时与社区所在地的省市新闻关注度相比存在一定差距。(四大媒介平均关注度：国际新闻 7.94，国内新闻 8.87，省市新闻 8.26)由此可看出该社区在社区传播方面有所欠缺，社区居委会需对居民的信息兴趣点进行重点调查分析，提高社区居民的新闻关注度。

Table 2. News attention of residents in Gaotaijing community
表 2. 高台井社区居民的新闻关注度

	国际新闻	国内新闻	所在省市新闻	所在社区新闻
电视	8.75	9.23	8.48	3.18
广播	5.3	8.12	7.91	2.04
报纸	9.01	9.44	8.6	3.34
网络	8.71	8.67	8.06	4.62

4.3. 社区传播媒介的使用选择

由于城市中的大众媒体必须考虑到不同地区和不同受众的利益，因此他们很难通过新闻内容来满足社区居民的不同需求，由此可以看出社区媒体对社区传播构建的重要性。本次调研就居民对不同社区传播媒介的选择使用进行考察。结果显示，社区居民对于新兴传播媒介的接触和使用远高于传统媒介。笔者认为，这种情况预示着社区传播需要加强传统媒介的传播力度，巩固新兴媒体的流行程度，做到多方面均衡发展，详细情况见下表 3。

Table 3. The contact ratio and use frequency of community media in Gaotaijing community
表 3. 高台井社区居民对社区媒介的接触比与使用频率

社区传播媒介	接触比例%	使用频次情况
社区电视台	20.93	2.03
社区网站	11.28	1.15
社区报纸	11.60	1.90
社区广播	38.42	3.09
社区电子邮箱	8.78	1.61
社区网络论坛	0.20	0.07
社区 QQ 群	20.03	2.97
社区微信群	46.89	3.32

4.4. 社区传播载体关注度及信息类型意愿

社区传播是多元化进行，居民对社区传播载体的兴趣，一定意义上为社区信息平台的建设奠定了基础。据统计，在不同种类的信息之中，社区居民最愿意看到的是与自身紧密相关的讯息，例如生活健康、社区政策、未来规划等，特别是通过传统告示公布出的各种政策。如居民对医疗、卫生、法律信息的关注值达到了 9.25，相较于娱乐健身、小区趣事的关注度，高出了 1.32。详细情况见下表 4 (1 = 几乎不关注, 10 = 非常关注)同时笔者还调查了高台井社区内部的传播载体，结果表明，对于社区内部的居民来说，居委会/街道办事处告示最为人所关注，其关注比例高达 88.43%，而小区户外/电梯内部的 LED 屏幕关注率最低，仅为 56.59%。详细情况见下表 5。据分析可知，虽然现在尽管处在信息化的时代，但在社区信息方面，居民更愿意通过小区、居委会公示等便捷的途径来接收信息。

5. 高台井社区传播展望

5.1. 快速发展社区媒体，完善社区传播系统

社区服务人员不能够仅仅局限于现有的传播媒介，而应该因地制宜地开展社区论坛等工作的创办与

管理，充分利用现阶段互联网的优势，召集并鼓励社区内的居民对论坛、网站、微博等新兴传播媒介的信息反馈。要充分开展适于居民参加的社区集体活动，充分发挥社区机构该有的领导能力。通过增加与居民之间的亲密性，从而提高居民对于社区传播的主动性，激发他们对于信息传播以及信息获取的兴趣和能力。

Table 4. Willingness of Gaotaijing community residents to see information on communication platforms
表 4. 高台井社区居民在社区传播平台上看到信息类型的意愿

信息类别	意愿关注值
医疗、卫生、法律	9.25
国内外社会新闻	8.27
居民百姓生活信息	8.36
家政就业服务	8.56
娱乐健身、小区趣事	7.93
社区规划建设	8.80

Table 5. The carrier attention of residents in Gaotaijing community
表 5. 高台井社区居民的载体关注度

载体	关注度%
社区标语/横幅	83.09
社区/小区阅读公示栏	77.11
居委会/街道办事处告示	88.43
小区宣传栏/黑板报/居民张贴信息	74.37
户外/电梯内部屏幕	56.59
小区楼层广告栏	71.29

5.2. 多方面共助社区传播

想要发展社区传播，如果仅仅通过社区媒体，是远远不够的，它需要政府社会居民三方面共同助力。从政府方面来看，政府应当加大每一个社区的投资力度，从根本上提升社区的各项指标，同时政府也应当注重新闻工作者的能力培养，培养新闻工作者融入居民去了解社区情况的意识。从社区居民方面来看，社区居民需要从自身来强化受众意识，更加积极主动地通过各种途径去接收信息的传播。从社会方面来看，社区机构应当积极开展各项活动，例如各传统该节日的庆祝晚会、定期定时的义务接诊、普法教育讲座等等，以此来增强居民的归属感，从而达到信息传播的目的。

6. 结语

综上所述，社区传播应与媒体通力合作，为固定的受众寻求更为便捷的传播方式。在社区传播的特定性中，社区居民是特定的受众，媒体是特定的传播者。在这样一个以生活为导向的社区框架之下，媒体与社区居民之间的交流是最直接形象的，可以在传播中建立了社区文化和居民的归属感。社区作为现代社会的基本单元，它的发展离不开良好的社区传播环境和社区文化。而媒体的一系列社区传播活动正好为促进社区文化传播、实现媒体的本体性效应提供了新的契机。从媒体的角度来看，社区媒介不仅可以提高媒体的意识，促进社区居民之间的沟通，建立媒体形象和发展自身市场，为大众媒介更有效地承担相应的责任创造新思路。从社区自身的发展角度来说，社区传播是对社区及社区居民之间所做出的相

互协调,在这一过程中,居民对社区的归属感及认同心理得到加强,也就更愿意参与社区各项事务,这样一来,社区自然朝着大家所期望的方向发展[6]。一旦这种良性循环成为现实,就会形成社区居民、组织和政府的“文化力量”意识,同时产生社区凝聚力,社区的经济、政治等方面也会从中受益,最终形成社区独特的文化形象。我们期望在社区传播、社区媒体和受众的共同努力下,社区沟通模型能够出现成熟化和标准化,从而创建出符合城市社区特征的传播方式,满足中国居民需求的社区传播,开创当代城市基层社区传播及社区媒介发展的新趋势。

参考文献

- [1] 余奇敏,陈剑,乔飞.《经视直播》社区传播的实践与思考[J].中国广播电视学刊,2006(3):42-44.
- [2] 曾兴.试论我国城市社区传播的功能及构建[J].现代传播,2010(7):153-154.
- [3] 宋建武.从信息总汇转向数据总汇——媒体业的物联网机会[J].新闻与写作,2016(11):1.
- [4] 刘涛.社会化媒体与空间的社会化生产:福柯“空间规训思想”的当代阐释[J].国际新闻界,2014,36(5):48-63.
- [5] 郭慧.主流媒体社区生活服务平台的构建[J].编辑之友,2017(5):71-74.
- [6] 张凡.社区传播的理论与实践[D]:[硕士学位论文].武汉:华中科技大学,2007.