

见“微”知著： 社区治理中的新媒体*

陈福平 李荣誉

提要:本文利用一项结合社区线上和线下数据的混合研究设计,探索了兼具媒体、社会网络和政务平台等技术特征的社区新媒体与社区治理之间的互构关系。研究表明,居民日常的新媒体资源网络提升了社区治理水平,而官方正式平台却收效不佳。进一步分析指出,层级化的社区治理结构使官方平台的内容生产与居民社区性信息和互动需求分离,从而导致技术功能的“收缩”。因此,社区建设中信息技术和治理结构的协调发展至关重要。

关键词:社区新媒体 社区治理 新媒体资源网络 技术嵌入

一、问题缘起

随着新媒体技术和智能手机的普及,当代中国人在日常生活中通过便捷的方式就可获取海量信息。但研究者也担心一种“传播灰色地带”现象的出现:人们通过相关大众媒介“知晓国际国内大事,但对我生存周边3公里范围,甚至是本居住社区的事情所知甚少”(Jiang & Huang, 2013; 姜飞、黄廓, 2014)。换言之,或许人们在席间对国际局势高谈阔论,却不知身处社区的居委会主任姓甚名谁。^①然而无论在农村还是城市,这种信息“真空”都可能对社区治理产生深远影响。例如,当社区遭遇突发危机,地方信息的匮乏创造了谣言传播的土壤;而社区重建开始时,缺乏地方性生产和组织知识也降低了社区更新的效率

* 本文为国家社会科学基金项目“新媒体环境下社区建设的新路径研究”(14CSH005)的研究成果。厦门大学社会学硕士生陈敏璇、蔡诺、雷滢仟、邓依凡、凌晨参与了微博数据的编码工作。感谢美国锡耶纳学院计算机工程系刘挺教授对本文的建议。感谢匿名审稿人富有洞见的意见。

① 根据上海大学“数据科学与都市研究中心”完成的2017年上海都市社区调查,近70%的受访上海市民不知道居委会主任姓名。参见《上海市民调查近七成受访居民不认识居委会主任》(http://www.sohu.com/a/222675497_260616)。

(韩鸿,2010)。由于人际传播土壤的萎缩和大众媒体在“社区”环节的缺场,在网络时代,基于地域社区的数字媒介建设便被寄予了厚望(姜飞、黄廓,2014)。

2017年6月中共中央、国务院印发《关于加强和完善城乡社区治理的意见》。意见指出,“实施‘互联网+社区’行动计划,加快互联网与社区治理和服务体系的深度融合,运用社区论坛、微博、微信、移动客户端等新媒体,引导社区居民密切日常交往、参与公共事务、开展协商活动、组织邻里互助,探索网络化社区治理和服务新模式”。从技术角度看,社区论坛、微博、微信、移动客户端等新媒体成为社区场景中地方治理者、社区组织和居民通过基于Web 2.0架构下的相关社交媒体应用进行沟通 and 互动的平台。这种新媒体架构具有用户产生内容(user generated content)、在线身份创造、关系网络可视化以及与移动通讯设备紧密结合等特点(O'Reilly,2007)。不同于传统的社区网站,社会化特质让社区新媒体具备了信息媒体、社会网络和政务平台等多种功能。

针对新型在线网络对社区治理的影响,国内学者已开展了一些研究。然而值得注意的是,这类网络技术似乎扮演了“冰与火”的双重角色。一方面,相关社区的案例表明,以互联网应用为基础的社区新型媒介弥补了主流大众媒体的社区传播缺场,并成为社区参与的重要平台,推动了地方治理者、社区组织和居民的良性互动,促进了社区融合,提升了社区治理水平(谢静、曾娇丽,2009;谢静,2010;袁靖华,2014;张志安等,2015)。在另一种研究叙事中,同样是业主们的在线网络,却成为了居民进行社区维权与抗争的重要工具(黄荣贵、桂勇,2009;黄荣贵等,2011;郑坚,2011;王斌,2014)。更加矛盾的是,例如在一些社区维权事件中,同样利用新媒体的地方管理者尽管“通过各种大众媒体、官方微博、政府网站等渠道对项目进行了解释和说明,但未能化解事件的愈演愈烈之势”(王斌,2014)。

社区治理作为国家治理体系和治理能力现代化的最基层却极为重要的环节,其与社区新媒体的关系,尚有不少有待厘清的问题。基于此,本研究尝试从新媒体的多维技术特征出发,探索社区场景中新技术发挥功能的关键机制。我们希望能够回答以下问题:首先,被视为可能填补“传播灰色地带”的重要力量,新媒体是否影响了社区治理水平?其次,在社区治理中,促进多方有序互动的新媒体为何又突然成为对抗的导火索?这种技术角色转换背后的社区日常实践逻辑是什么?

二、社区新媒体与治理的两种视角:资源网络与平台建设

(一)新媒体资源网络:治理中的信息与互动

在社会学研究中,互联网对地域社区建设影响的利弊之争由来已久。然而一些研究者则开始关注互联网与邻里社区的结合——社区在线网络(*community networking*)这种新形态。“互联网+社区”的形式促发了社区居民通过网络空间进行信息分享和沟通的活动(Kavanaugh et al., 2005; Shah et al., 2001)。基于地理空间的在线网络显著地减少了沟通成本,增加了邻里间交换观点的机会,从而促进了社区发展和更新,推动了社区治理(Carroll & Rosson, 2003)。

进入社会化的新媒体时代,这种积极的社区效应也仍未消失。例如在一项调查中,91%的英国推特(Twitter)受访者表示曾利用其积极参与地方社区的讨论并与当地居民互动(William et al., 2014)。与此同时,美国的脸书(Facebook)使用者也拥有更多地域社区基础上的社会资本(Hargitta & Shaw, 2013)。这种新媒体与地域社区的结合展现了两方面的优势。一方面,通过新媒体,社区行动或组织能够更便捷地招募地方参与者(Finn, 2011; Johnson & Halegoua, 2014);另一方面,新媒体网络成员拥有相似的交谈背景,这促进了共同话题的形成,提升了社区行动能力,从而推动了地方治理(Takhteyev et al., 2012; 陈华珊, 2015)。

社会学强调了社区新媒体所具互动功能的社会网络特点,而传播学尤其是社区传播方向的研究则更侧重其信息媒体作用对社区建设的影响。居民通过阅读报纸、与邻里交谈、看电视或使用互联网获取地方信息的行为体现了其与社区结构的连接(Matei & Ball-Rokeach, 2003)。因此,当互联网用于获得地域社区的信息时,能够提高居民的社区参与和认同(Dutta-Bergman, 2006)。例如一项对地方社区推特使用的研究表明,这种网络或许不能让居民有共同体般的紧密联系,然而信息的共同性创造了无形的社区共同感以及社区关注与分享行为。因此,基于社会媒体的在线共同体虽有非互惠性和不稳定性的缺点,但依然能够提高社区感(Bingham-Hall & Law, 2015)。

传播基础结构理论(*communication infrastructure theory*)则试图整合社区媒体的两种功能。美国南加州大学学者鲍尔-洛基奇提出,在

社区中存在不同水平的叙事资源网络(storytelling resource network)和叙事者,其中包括微观水平的居民日常互动、中观水平的社区组织和相关机构以及宏观水平的大众媒介和国家。不同的社区叙事者通过各类互动分享社区故事,促进想象共同体的产生,形成了人们可用于提供社区认同的基础结构(Ball-Rokeach et al., 2001)。因此,鲍尔-洛基奇及其合作者通过多项调查研究表明,多水平的社区叙事网络彼此间互相刺激,推动了社区参与,提升了社区归属感和效能感(Kim & Ball-Rokeach, 2006; Katz, 2010; Lin et al., 2010; Kang, 2013; Jung et al., 2013)。机构、大众媒体、居民交往网络和互联网共同提供了关于地方的故事,这些故事激活了邻里叙事,搭建了宏观社会制度、社区网络和居民之间的桥梁(Mesch & Talmud, 2010)。

综合社会学与传播学的讨论可以发现,一方面,作为大众传播媒介,新媒体的信息供给角色构筑了从国家到地方的叙事系统,传播了地方性知识,激发出基于空间的各类治理话题,增进了居民对社区公共事务的感知和理解;另一方面,作为社会网络平台,新媒体凭借其社会化优势,改进了居民间接接触的机会结构,搭建新型的邻里关系网络,这有利于集体行动的形成,从而增强社区的问题解决能力。因此,新媒体的信息和互动两种功能彼此交融,共筑居民日常话题和交往的社区属性,构建出一种居民的新媒体资源网络。这种资源网络兼具信息供给和行动动员的优势,从而可能提升社区的治理水平。

(二)平台建设:作为基层政务的新媒体

源于新媒体具有的信息和互动功能,当基层管理机构作为网络中的特定用户时,它可能在三个方面对社区治理发挥独特的作用。第一,社会化形态的互联网技术提升了基层政务的透明度。与需要用户主动去搜寻信息的政务网站相比,使用社会媒体的内容发布平台,可以让公共部门的议程和活动更加贴近公众。政务机构也可以用一种更符合公众偏好和喜闻乐见的模式提供新闻和信息,提高相关信息的传播性(Bertot et al., 2010)。较之传统的“专家”解读方式,这种信息提供模式更有利于管理透明度的提升和获得公众信任。第二,新媒体也能提高基层政务的回应性。一方面,基于 Web 2.0 的新媒体与可移动通信设备的高度融合,使公共部门能更高效地传播政务信息,与公众互动也更加便捷(Golbeck et al., 2010)。社会媒体比传统政务网站更加要求

公共部门直面每个使用者的沟通需求,其平台也更具沟通的深度和广度优势(Kim et al. ,2015; Choi et al. ,2011)。这有利于管理者更精准地把握公众需求,提供相应服务。最后,新媒体能够促进基层部门的问题解决能力。由于不同级层、类型的部门都可以开设社交媒体账号进行协作,这突破了科层管理的桎梏,提高了部门协同能力(Bonsón et al. ,2012)。因此,新媒体提升了政府快速而有效地与大众沟通的能力,尤其在紧急状况下,能够及时地收集公共信息并向居民提供反馈(Yates & Paquette,2011; Kim & Liu,2012;Graham et al. ,2015)。总体而言,新媒体的媒体特征提升了政务透明度,而社会网络特征则让政务机构作为特定成员融合于居民日常的新媒体资源网络中,提高了政务的回应力,从而实现信息时代的“从群众中来,到群众中去”。

表 1 信息化时代的社区治理结构

社区治理结构	合法性来源	价值取向	核心力量	行动者逻辑
层级化治理	行政性	部门价值	政府	管理者逻辑
网络化治理	社区性	公共价值	多中心	节点逻辑

技术社会学的研究表明,技术和社会往往是一种互构的关系。“建构中的技术会因为组织结构的技术刚性而被修订或改造”(邱泽奇,2005;张燕、邱泽奇,2009),在特定的社会结构下,技术可能展现出不同的功能弹性。信息时代的新媒体技术的功能发挥也同样受到外部社会结构等因素的塑造(陈福平,2013)。例如奥利维拉和韦尔奇对美国 791 个地方政府使用社交媒体情况的研究表明,公共部门的治理结构差异影响了其使用社会媒体的偏好(Oliveira & Welch,2013)。因此,在信息技术发展背景下,一些研究者也呼吁我国基层治理结构需要从传统的层级化治理转向网络化治理(王颖,2014;刘少杰,2015)。网络化治理表现为以政府、社会组织和公众的关系网络为基础,通过多元参与追求公共价值,以协商的方式调节利益,实现自我管理和风险与利益的共享(孙健、张智瀛,2014)。由于互联网的特性之一就是“去中心化”,“其包含的仅仅是节点”(卡斯特,2009:3),因此,如表 1 所示,社区网络化治理结构的特点是其合法性来源于社区性而非行政性,在追求社区公共价值的过程中,多方行动者都可以成为治理的核心力量,而

每个社区行动者也都处于网络节点位置。^①

当前我国社区实践同时包括了行政性和社区性,因此可能兼具层级化和网络化的社区治理结构会如何与新媒体技术相互影响呢?综合上述讨论,本研究的分析框架如图1所示。基于形成路径的差异,社区

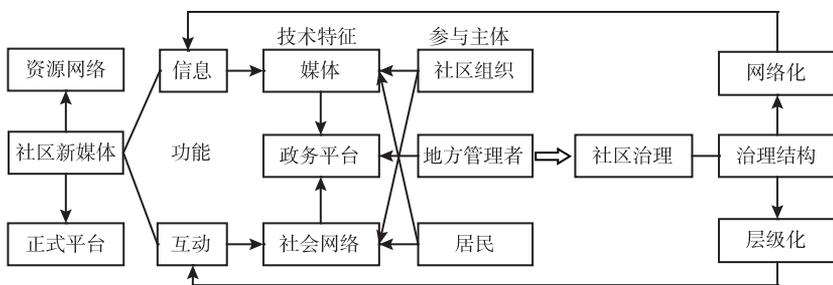


图1 社区新媒体与社区治理的互构路径

新媒体包括内生于社区的资源网络和官方推动的正式平台两种形态。前者反映了居民日常新媒体信息获取和社区互动的交织作用,而后者则在地方管理者的推动下形成。新媒体的信息和互动的功能使其具备了媒体和社会网络的技术特征,而地方管理者参与的内容生产则给予了新媒体政务平台的新属性。相应的技术特征就可能彰显于多主体如何运用信息和互动功能影响社区治理的过程之中。例如治理主体之间的互动体现了新媒体的社会网络特征,而新媒体的媒体特质则在不同使用者阅读相互间推送的信息、互动中的评论和留言时发挥作用。当地方管理者发布政务信息、回应居民意见时,社区新媒体则成为了基层政务平台。作为治理主体的地方管理者、社区组织以及居民兼具技术内容的生产者和消费者的双重身份。因此,新媒体技术功能的弹性就依赖于不同治理结构所塑造的多主体之间的关系。一方面,不同形式的社区新媒体凭借信息和互动能力,让居民对社区管理、参与和认同等治理要素产生了不同评价,影响了社区治理水平。而另一方面,技术所嵌入的社区治理结构(例如当前社区中并行的层级化和网络化的治理

① 现有文献对“社区性”概念的实际侧重点并不相同。在本研究中,我们将社区性视为具有空间边界的,通过多主体之间的参与、互动和服务来满足社区需求和实现社区认同的社会特质。

结构)塑造了多主体之间的行动逻辑,可能让技术发挥出不同功能。对这种互构关系的探索 and 解析,有助于理解当前“互联网+社区”行动的实践效果和日常逻辑,从而回答本文的研究问题。

三、数据、方法与变量情况

(一)调研方法与数据

根据研究目的,我们采用混合研究方法的一致性平行设计方案进行了定量和质性数据的收集。该方案适用于在研究过程中同时收集定量和定性资料,而在分析中两类研究不分优先级并保持各自独立性,最后在整体解释过程中混合两种研究结果(克雷斯维尔、查克,2017:50)。本研究收集了三类数据资料。第一,针对社区居民的抽样调查。我们于2016年在A市抽取了22个社区,通过居民人口信息系统,在每个社区系统抽取了50位居民进行问卷调查。调查最终获取971个有效样本,完成率为88.3%。根据社区规模,研究对样本进行了人口加权。第二,本研究通过与社区居委会的主要负责人和信息化平台相关运营人员的深度访谈、座谈会等形式,收集了社区新媒体建设的质性资料。第三,线上数据的抓取。我们利用网络爬虫程序抓取了这些社区的微博账号和微信公众号自开通到2016年底的微博、微信文章等相关在线信息,获取了微博账号的关注数、粉丝数、16536条微博博文内容及其转评赞情况和1176篇微信公众号文章数量、发布周期等信息。研究通过人工交叉编码对微博博文内容进行了分类整理。^①

(二)定量分析中的变量情况

1. 因变量:社区治理水平

目前尚未有衡量社区治理水平的统一指标。一方面,相关研究多采用居民评价的主观绩效评价方法(陈捷等,2011;石发勇,2013:105)。另一方面,《关于加强和完善城乡社区治理的意见》也指出要

^① 由于机器学习较难处理涉及图片和视频信息的博文分类,因此研究仍利用人工方式编码。具体将内容编码为原创/转发,转发自哪一机构(政府/公办新闻媒体/民间博主等)、内容类型(工作动态/居民反映问题等)以及博文内容关注于特定空间中的活动(社区/街道/区/市等)。

“逐步建立以社区居民满意度为主要衡量标准的社区治理评价体系”。因此,本研究采用了以居民主观感知为主的治理绩效评价指标。

具体指标包括:(1)社区管理,即测量居民对地方社区管理者和相关管理部门的评价。研究基于量表设计考察了居民对社区管理工作在“及时性”“透明性”以及“问题解决效果”上的评价。通过因子分析,得到对社区管理的评价变量。^①(2)社区参与,即测量居民对各类社区公共议题或活动的参与情况。居民的社区参与是社区自治的核心元素。我们将“从不参与”到“经常参与”转换为1-4分的测度。(3)社区感,这一指标是衡量社区共同体建设的重要指标,根据以往研究,我们利用量表测量了社区感的两个维度——功能性和情感性(辛自强、凌喜欢,2015)。前者是居民对社区硬件环境和外部管理形成的认同,而后者则是从居民自身认同出发形成的社区感。我们将“完全不同意”到“完全同意”转换为1-4分的测度。根据表2的主成分因子分析结果,我们得到了综合性的社区参与和社区感变量。

表2 社区参与和社区感的因子分析

社区参与	负荷值	共同度	社区感	负荷值	共同度
活动信息	0.745	0.555	居住在这个社区,生活很便利	0.634	0.404
便民信息	0.790	0.624	我很认可这个社区的管理水平	0.784	0.614
生活经验	0.773	0.597	这里的社区环境令人满意	0.780	0.608
邻里互助	0.711	0.506	居住这个社区符合家庭的需求	0.818	0.669
空间议题	0.738	0.545	我觉得这个社区已经成为我生命的一部分	0.823	0.678
设施议题	0.798	0.637			
环境议题	0.801	0.647	社区让我有家一样的感觉	0.852	0.726
服务议题	0.804	0.647	我会在意别人对自己社区的看法	0.607	0.369
选举议题	0.691	0.478	我愿意为社区事务做点力所能及的事情	0.540	0.292
维权抗争	0.585	0.343			
特征值	5.571		4.359		
解释方差比例(%)	55.71		54.49		

2. 自变量

(1) 社区新媒体资源网络

根据传播基础结构理论,金永灿和鲍尔-洛基奇提出社区叙事网

^① 由于篇幅关系,在此省略了“社区管理”的因子分析结果。若有需要,可向作者索取。

网络的测量公式为：

$$LCSN = \sqrt{LC \times INS} + \sqrt{OC \times INS} + \sqrt{OC \times LC}$$

其中 LCSN 为居民对社区叙事资源网络的接入程度, LC 为地方媒体连接程度, INS 为邻里交往强度, OC 为社区组织参与程度。该公式表达了由社区媒体、居民日常网络和社区组织交织而成的媒介资源网络 (Kim & Ball-Rokeach, 2006)。因此, 借鉴该理论, 我们设计了以下测算方法来衡量居民对社区新媒体资源网络的接入程度。

$$\text{新媒体资源网络} = \sqrt{CNC \times INS} + \sqrt{CNP \times INS} + \sqrt{CNC \times CNP}$$

其中社区新媒体接入度 (CNC) 的测量项目为居民阅读社区微博、微信公众号等发布信息的频率, 这体现了新媒体的信息功能, 也反映了居民对新媒体正式平台的接触程度; 新媒体网络参与 (CNP) 为居民利用新媒体相关平台 (微信、微博、QQ 群等) 参与社区活动的程度, 该指标体现了新媒体的互动功能; 邻里交往 (INS) 强度为受访者与其他居民、社区组织和相关服务人员的日常往来程度。如表 3 所示, 通过对社区新媒体网络参与和邻里交往的两个量表的因子分析, 得到了新媒体网络参与和邻里交往变量。最后, 本研究将三个变量标准化后并通过公式计算得到社区新媒体资源网络变量。^①

(2) 社区新媒体正式平台

地方社区的信息化建设实践通常包括社区网站、微博和微信公众号三种类型。本文分析的重点是基于 Web 2.0 和移动终端系统的媒体形态, 因此主要关注了社区官方微博和微信的平台建设情况。正如前文所述, 当地方管理者参与到社区新媒体的建设中, 就可能让相关平台成为基层政务信息和互动的独特供给者, 因此从新媒体的两种核心功能出发, 我们利用相关指标来衡量新媒体正式平台的建设水平。

首先是正式平台的信息功能。具体包括以下测量指标: A. 日均微

① 从媒体的信息与社区社会网络的交互刺激的理论背景和我国的社区实践出发, 我们设计该指标时对原公式进行了一些修正。一方面, 新媒体的信息获取既可能来自于阅读新媒体平台内容, 也可能来自于在新媒体平台上的用户互动。因此, 我们从新媒体接入和参与两个方面进行了测量。另一方面, 金永灿和鲍尔-洛基奇的测量突出了组织化社区网络的作用。然而在我国社区实践中, 居民未必是社区组织成员, 但却也可以通过参与社区组织的活动以及与组织人员的接触来构建社区网络。由此, 我们在“邻里交往”的测量中也纳入了组织化网络的因素。

博数量,即微博总数/天数,反映了平台的活跃程度;B. 微博关注程度,即微博粉丝数/社区人口数,反映了潜在受众的关注程度;C. 微信文章数,即公众号发布的文章总数;D. 微信周均文章数,即微信文章数/第一篇文章到2016年末最后一篇文章的间隔周数。上述指标反映了正式平台作为信息媒体时在信息生产和用户覆盖上的能力差异。

表3 社区新媒体网络参与程度和邻里交往强度的因子分析

社区新媒体网络参与	负荷值	共同度	邻里交往	负荷值	共同度
兴趣小组讨论	0.810	0.657	邻居	0.7378	0.600
健康、亲子教育等信息分享	0.813	0.661	居委会	0.8719	0.760
民主选举	0.773	0.599	业委会	0.6537	0.427
社区团购、便民信息分享	0.846	0.716	社区服务人员	0.8542	0.730
社区环境建设讨论	0.866	0.750			
社区矛盾化解	0.823	0.680			
特征值	4.061			2.206	
解释的方差比例(%)	67.68			55.16	

其次,我们也利用若干指标衡量了正式平台的互动情况。包括以下3个指标:A. 微博互动程度,即微博评论数/微博粉丝数,反映了粉丝与平台的互动程度;B. 微博认同程度,即微博点赞数/微博粉丝数,该指标表达了粉丝对博主博文的认同;C. 微信平均阅读量,即微信公众号发布文章的总阅读量/文章数。^①

3. 控制变量

研究的控制变量包括受访者的性别、年龄、受教育年限、收入水平、婚姻状况、政治面貌、居住稳定性(在该社区居住多少年)及其对社区其他相关软硬件条件的满意程度。其中社区满意度项目包括对居住环境、公共设施、周边配套和邻里关系的满意度,通过对这些项目评价的控制,可以更好地评估新媒体对社区治理的净效用。此外,由于中国社区资源投入以及居民参与能力等往往与社区人口规模、社区类型紧密相关,这可能是影响社区治理水平的重要变量(黎熙元、陈福平,2008;

^① 微信文章的阅读量间接反映了文章被转发的程度。一般而言,转载文章的微信用户越多,文章阅读量越大。

陈鹏,2016),因此我们对社区人口规模、社区类型进行了控制。表4为分析中将使用的变量的描述性统计情况。

表4 回归模型中解释变量的描述统计

自变量	均值	标准差	控制变量	均值	标准差
新媒体资源网络	5.77	2.12	收入水平	4.72	2.66
日均微博数	0.51	0.53	婚姻状况(未婚=0)	0.81	0.40
微博关注程度	0.11	0.14	政治面貌(非党员=0)	0.22	0.41
微博互动程度	0.70	0.74	居住稳定性	14.77	12.21
微博认同程度	0.26	0.24	居住环境	2.90	0.70
微信文章数	53.45	104.23	公共设施	2.62	0.74
微信周均文章数	0.98	1.49	周边配套	2.78	0.73
微信平均阅读量	19.73	29.24	邻里关系	3.10	0.59
控制变量	均值	标准差	社区人口规模(万)	0.73	0.27
性别(女=0)	0.46	0.50	社区类型(老城区社区=0)		
年龄	44.23	14.61	商品房社区	0.41	0.50
受教育程度	13.23	3.25	村改居社区	0.10	0.29

注:样本数为971,社区数为22。

四、社区新媒体对治理绩效的影响

如表5所示,由于微博和微信的平台差异,我们通过微博用户和微信用户两组子样本,建立了6个分析模型。^①由于模型中既包括个体水平的人口学特征和新媒体资源接入等变量,也包括社区层次的新媒体平台建设水平、社区规模变量,因此我们采用了多层次线性回归对模型进行估计。

首先,根据模型1至模型6的结果,社区新媒体的资源网络变量对评估社区治理绩效的三个维度都产生了积极作用。社区新媒体资源网络的作用符合社会学和传播学的理论预期。居民之间的日常接触、从新媒体获得社区信息以及在线参与所交织构成的社区媒介系统,促进了居民参与公共事务,提升了社区管理,并有利于共同体感知的形成。

其次,第一组针对微博用户的模型(模型1、模型2、模型3)显示出以下特点:(1)在模型2和模型3中,社区微博被关注程度越高,居民

^① 由于篇幅的关系,表5没有报告回归系数的标准误,如有需要,可向作者索取。

的社区参与和社区感也越高。(2)除了模型1中微博认同程度对社区管理有积极作用外,微博互动程度和认同程度对社区治理各项指标的影响并不显著。从社区新媒体平台兼具的信息功能和互动功能上看,平台的信息发布情况、受众对平台的关注反映了前者功能的发挥,而使用者在平台上的发言、转发、点赞等互动和认同行为则表现了后者。根据统计结果,微博平台更多地发挥了信息功能,而作为社会网络的互动属性则影响甚微。在第二组针对微信用户的模型(模型4、模型5、模型6)中,根据模型6,社区微信公众号周均文章数越多,居民的社区感越高。但在模型4和模型5中,社区微信平台对居民的社区管理评价和社区参与都没有显著性影响。因此,微信平台也只在文章发布频率这样的信息功能指标上对社区治理产生作用,而间接反映互动的阅读量指标对社区治理评价的影响也不显著。综合以上结果可见,当前社区新媒体的正式平台更多地体现了媒体特征,通过信息机制影响了社区治理,但并未显示出参与和互动的社会网络平台优势。

最后,社区微博的日常活跃程度(日均微博数)对社区管理和社区感都具有负向效应(模型1和模型3)。有研究也发现微博用户的日均微博数对其线上影响力具有负面影响的现象,原因则可能是虽然博文数量增加,但博文的有效信息量却下降,从而形成信息过载(黄荣贵、桂勇,2014)。那么什么样的信息可能导致信息过载呢?或许通过对社区微博博文内容的进一步分析,才可能准确回答这个问题。

表5 影响社区治理绩效的多层次回归模型(HLM)

变量	社区管理	社区参与	社区感	社区管理	社区参与	社区感
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
性别 ^a	0.043	0.191 **	-0.201 **	-0.044	0.077	-0.150 **
年龄	0.003	0.003	0.007 *	0.002	0.003	0.001
受教育年限	0.003	0.049 ***	0.054 ***	-0.010	0.005	0.016
收入水平	-0.023	0.000	-0.001	-0.025 *	-0.003	0.006
婚姻状况 ^b	-0.208 *	-0.181 *	-0.088	-0.101	-0.050	-0.066
政治面貌 ^c	0.056	0.106	0.009	0.068	0.080	-0.024
居住稳定性	-0.002	-0.001	0.013 ***	-0.004	0.001	0.012 ***
社区满意度						
居住环境	0.310 ***	0.111	0.472 ***	0.238 ***	0.139 ***	0.388 ***
硬件设施	0.158 **	-0.022	0.363 ***	0.174 ***	-0.039	0.305 ***
周边配套	0.024	0.043	0.156 **	0.100	0.022	0.238 ***
邻里关系	0.227 *	0.159 *	0.157 **	0.072	0.106 *	0.191 **

续表 5

变量	社区管理	社区参与	社区感	社区管理	社区参与	社区感
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
新媒体形态						
资源网络	0.055 **	0.168 ***	0.085 ***	0.083 ***	0.183 ***	0.082 ***
平台建设						
日均微博数	-0.208 **	0.186	-0.213 **			
微博关注程度	0.188	0.271 **	0.336 **			
微博互动程度	-0.001	0.081	0.084			
微博认同程度	0.625 ***	-0.295	0.259			
微信文章数				0.000	0.000	-0.000
微信周均文章数				0.054	-0.001	0.073 **
微信平均阅读量				0.001	0.004	-0.002
人口规模(万)	0.315 **	-0.010	0.500 ***	0.019	-0.066	0.343 ***
社区类型 ^d						
商品房社区	0.005	0.043	0.291 **	-0.165 **	0.031	0.148 **
村改居社区	0.023	-0.354 ***	0.160	-0.262 ***	-0.073	0.005
常数项	-2.704 ***	-2.819 ***	-5.403 ***	-1.870 ***	-1.916 ***	-4.380 ***
组内相关系数	0.039	0.107	0.068	0.032	0.053	0.034
样本数	423	423	423	773	773	773
社区数	22	22	22	22	22	22

注:(1)参照组:^a 女性,^b 未婚,^c 非党员,^d 老城区社区;(2)个体样本进行了人口加权;(3) * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01。

五、嵌入于社区治理的新媒体:技术弹性与内容生产

(一)新技术的应用与功能“收缩”:内容生产的“行政化”

根据调查数据的分析,居民日常生活中的新媒体资源网络提高了社区治理水平。然而研究也发现,虽然新媒体兼具信息媒体和社会互动网络等优点,但社区微博、微信公众号这样的官方平台实际只起到了信息媒体的作用,甚至其信息供给对社区治理起到了负面影响。为何正式平台没有起到应有的作用?对平台内容的分析可能有助于我们找到问题的关键,因为平台内容反映了平台信息的质量,同时特定的内容偏好也折射出生产主体所遵循的行动逻辑。

当代中国的基层街道办承担了本由上级政府负责的部分管理职能。街道办受限于人力、物力,只能再将大量行政任务摊派给所辖的社区居委会,由此形成了城市社区的“两级政府、三级管理”体制,进而塑造了“条块分割”的社区行政特征。直接面向居民并且同时接受地方部门管理的社区居委会实际承担了大量的行政性任务。这些任务中也包括了社区信息化。“社区设有微博,是区X局、区Y委要求建立的,微博建立的初衷是主打监督功能”(T-13社区访谈)。^①因此,调查中的22个社区都设立了社区官方的微博账号,并由居委会相关人员运营这些新媒体平台。^②可以说社区微博从诞生起便带有行政任务的色彩。^③

对16536条社区微博博文的分析反映了这类平台建设的特点。如图2所示,我们分别从博文的内容类型、所涉空间范围和被转发博文所属机构类型进行了分析。首先,在社区微博的内容分类上,主要类型集中于生活资讯、时事新闻和工作动态三项,占总博文量近80%,而与社区公共事务更紧密,也更符合“主打监督”本意的“居民反映问题”(1.1%)、“公益慈善”(6.2%)等项目占比却非常低。这显示了社区微博更多体现出信息媒体而非互动平台的特质。其次,从博文信息所涉的空间范围看,社区范围的信息只有30%,实际与涉及全国范围的信息相当。有研究表明,居民对社区新闻的重视程度与社区意识正相关,而通过提高获取社区信息的便捷性有助于提升居民的社区意识(王斌、王锦屏,2014)。因此,作为社区媒介的微博建设未表现很强的“社区性”,并不利于提升社区感。最后,社区微博中有9206条博文转发自其他社会机构的微博账号,对这些机构类型的分析结果也显示出官方平台的“行政”特性。在所有被转发博文中,社区大量转发了来自政府相关机构和公办新闻媒体的博文,两者占转发博文总量的69.4%。而通常被视为与社区具有天然“亲和性”的社会组织被转发量只有

-
- ① 根据研究惯例,我们对研究所涉社区和相关机构进行了化名处理,其中社区根据微博账号设立的时间排序,以字母A-Z和设立年份命名,如A-11社区表示首个于2011年设立微博的社区。
- ② 2013年,上级机关正式要求社区居委会推动新媒体平台的建设,原则上每个社区都要有自身的微博账号,并以此作为绩效考核目标。但有部分社区在全面考核前已开通了自己的官方微博,其中2011年有4个社区,2012年7个社区,至2013年末,被调查社区实现了社区微博全覆盖。
- ③ 由于无法获得社区微信公众号的互动信息,我们主要用社区微博的运营情况进行分析。

2.8%,对民间博主的转发量也只占12.2%。因此,社区微博实际无异于一般的宣传媒体,并没有体现出鲜明的社区性。

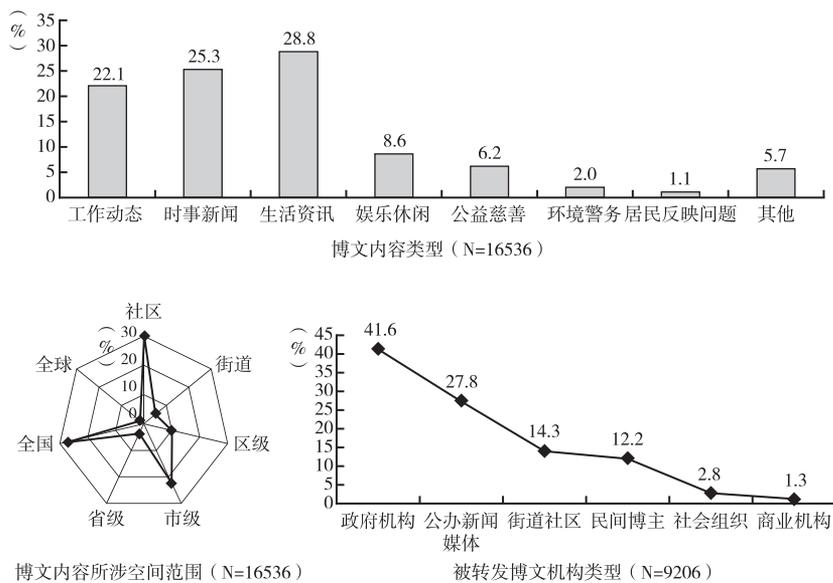


图2 社区微博博文内容类型、所涉空间范围和被转发博文机构类型分析

但这也不仅仅是上级行政要求的结果,也受制于居委会本身的组织资源。社区居委会的组织资源是指其工作正常运转所依赖的各方面条件,主要包括人力资源、权力资源、财力资源以及时间资源等,由于上述资源在居委会内部短缺严重,因而导致了社区工作中的“选择性应付”现象(杨爱平、余雁鸿,2012)。在社区新媒体平台的实际运营中也存在同样的问题。对于人力资源的不足,社区新媒体运营人员指出,“社区工作人员只会基本的平台日常维护,很难充分利用网络平台的优势,急需网络平台运营的专业化”(C-11社区访谈)。也存在财力和权力资源的不足,例如我们在对S-13社区相关负责人的访谈中了解到,该社区曾有意向居民推广社区新媒体,想要制作纸质宣传材料并向街道申请相关经费。而街道通常要看到宣传册的实际效果才会批准特别有限的款项申请,行政流程也需要花费较长时间。但制作前期样本的广告公司不愿意承担赊账风险,需要签订预付合同。矛盾的是,在没有上级批准的情况下,居委会既不能签合同,也无法垫付费用。小小

宣传册的制作过程困难重重。在此背景下,新媒体平台的运营人员坦言,“相对于其他工作来说,(社区微博)更新还是比较次要的,社区最重要的还是综治、计生和民生这些工作”(H-12 社区访谈)。

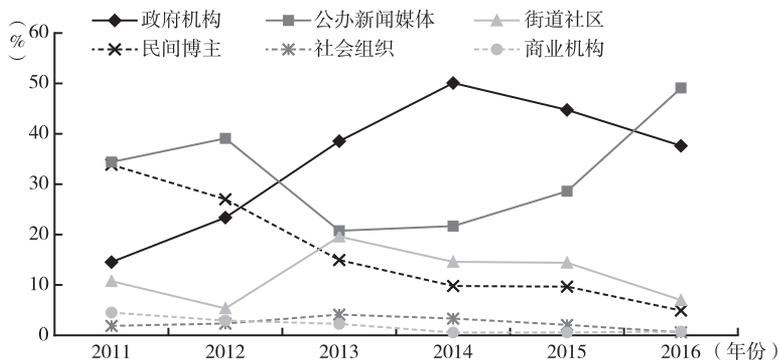


图 3 社区微博被转发博文机构类型的变化 (2011 - 2016 年)

因此,在行政任务多、组织资源不足等社区治理环境中,新媒体平台的内容生产表现出“行政化”特征。技术的功能弹性造成了一种嵌入性的功能“收缩”现象,即具有多元功能优势的新技术由于受到所处治理结构的约束,发生特定功能的萎缩。对正式平台生产的博文内容进行历时性分析会更清楚地观察到这种变化。如图 3 所示,本研究分析了在 2011 - 2016 年间社区微博转发博文的机构类型变化趋势。从调查中了解到,虽然上级机构要求社区设立新媒体平台的时间是 2013 年,但实际上有半数社区在此之前就尝试了开通微博以推动社区建设。因此,2013 年成为行政考核的窗口期。在社区微博开通的初期(2011 年),微博转发博文超过 60% 来自于公办新闻媒体和民间博主,此时社区微博具有新闻媒介和民间互动的特点。随着时间的推移,社区微博与民间博主的互动逐渐降低,与上级政府机构的博文互动开始增长,特别是在 2014 年,近 50% 的转发博文转自政府机构。2014 年后,由于窗口期已过,对政府机构的博文转发也略有减少,社区微博开始增加对公办新闻媒体的转发,成为了主要传递各类官方信息的媒介平台。然而这导致的结果是居民实际可以直接关注上述被转发的官方信息机构账号,社区微博的信息则显得“冗余”。因此,这也解释了调查数据分析中日均微博数量对治理水平产生负向效应的内在原因。综合以上发

现,社区新媒体正式平台的运作嵌入于治理结构,其内容生产也随着政府机构、社区居委会和居民等治理主体间博弈的变化而变化,最终发生了“行政化”。

(二)技术的社区分化:内容生产和需求的分离

在调查中,虽然作为正式新媒体平台的社区微博呈现出新媒体技术功能的“收缩”和内容生产的“行政化”特点,然而社区相关负责人却认为,对整体的社区工作来说,社区新媒体平台其实并不重要,因为“关注微信和微博的人群主要是年轻人,但是年轻人对社区并不如老年人对社区事务关心”(N-13 社区访谈)。相关研究也将这种“社区参与鸿沟”作为基层新媒体运营不佳的解释(黎军、王倩,2015)。然而社区中的年轻居民实际上正以自己的方式关注社区,“社区居民对自己组织和建立的网络交流平台有更高的参与热情,使用频率更高,这导致社区政务网站没有起到其应有的作用”(N-13 社区访谈)。例如在 R-13 社区,居民便利用自己的微信群建立了社区的新媒体网络。

(社区群)是居民监督居住环境的空间改造进度、物业公司问题等等方面的重要平台,居民在其中不仅谈论关于物业、居委会、业主方面的消息,也会聊聊日常生活,在交流中促进邻里感情。比如微信群里有一位居民是长跑爱好者,会经常在朋友圈里发布一些跑步相关的信息,有相同兴趣的就会相互联系;有些居民经常会在微信群里发送一些日常生活的照片、出去游玩的照片,微信群也成为居民之间相互熟悉、交流的平台。(R-13 社区访谈)

这里存在着矛盾:居委会工作人员认为作为新媒体用户主体的年轻居民不关心社区事务,而这些年轻人却在自己搭建的网络平台中热衷于讨论社区事务。或许居民只是对社区正式平台不感兴趣,而更在意自发的新媒体网络。但对社区微博的分析却透露出另一种事实。

微博的转发、评论和点赞功能代表了关注者对博文内容的兴趣程度和互动意愿。如若人们不关注社区事务,就意味着不同类型博文不会有明显的转评赞差异。如图 4 所示,本研究比较了不同类型博文的转评赞情况。首先,原创博文反映了平台运营者对微博的用心程度,可以看到原创博文获得的积极互动明显高于转发博文。其次,从博文内

容来比较,获得转评赞最高的博文类型主要为公益慈善、居民反映问题,之后是工作动态。从这些互动情况可以看出,博文越是与社区相关,越贴近居民所关心的问题,越能获得积极互动。实际上,这种贴近“社区”的互动反应也表现在被转发博文的差异上。我们进一步比较了来自不同机构的被转发博文的转评赞情况。在得到较多关注者互动的被转发博文的机构中,排在前三位的是街道社区、社会组织和民间博主。这恰恰与社区微博的“行政化”内容生产趋势相反。虽然社区管理者认为新媒体正式平台似乎没有那么强的社区效应,但实际上居民间接地通过互动表达出了与官方大相径庭的社区关注点。

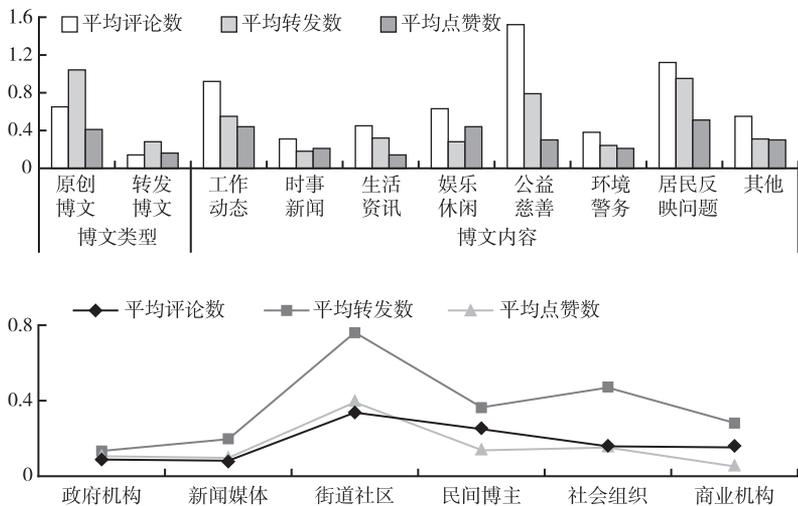


图 4 社区微博博文的转评赞情况

因此,通过以上分析可知,社区微博这种新媒体平台能否得到积极互动,取决于其内容生产是否能更接近社区的真实需求,而居民的真实需求则是信息和互动的“社区性”。然而当技术平台嵌入于层级化的治理结构,内容生产远离居民需求时,平台关注者会对这种趋势作出回应。如图 5 所示,我们从时间和空间的变化比较了居民对这种内容生产的回应。可以看到,如前文所分析的,社区微博在从早期运营者的主动创新到逐步成为行政评估指标的过程中,获得的互动越来越少。而

从所有博文所涉事件、活动等空间范围看,越是贴近地方社区的博文,越能得到来自关注者的积极互动。基于此,社区新媒体平台的技术功能“收缩”,其根本原因不在于运营者所言的居民的社区“冷漠”,而是内容生产的“行政化”导致了与居民需求的分离。

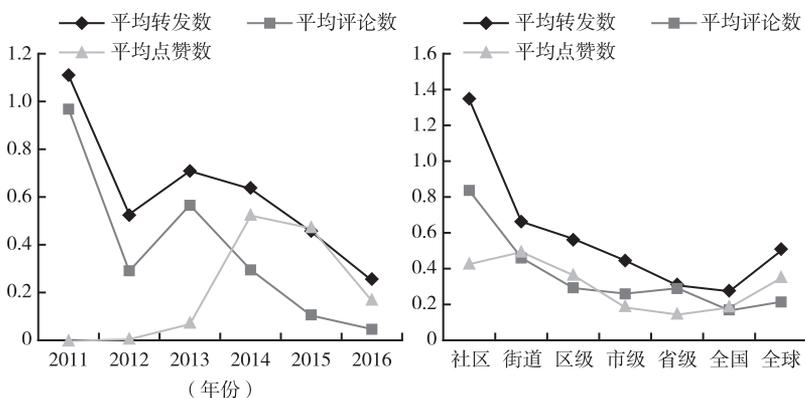


图5 社区微博博文转评赞的时空变化趋势

六、结论与讨论

综上所述,本研究表明居民日常新媒体资源网络能够提高社区治理水平,然而具有网络互动优势的社区新媒体正式平台却只发挥了信息媒介的有限作用。通过线下访谈和基于社区微博的内容分析,本研究也发现社区新媒体平台存在技术功能的“收缩”现象,根源在于其嵌入的层级化社区治理结构造成了内容生产和居民“社区性”需求的分离,使新媒体平台的信息质量和互动的回应性都不尽如人意。上述分析结果可以给予我们以下理论和实践的启示。

微博、微信等社交媒体与邻里关系网络交织而成的新媒体资源网络对社区管理、参与和认同感等治理元素都起到了积极作用。行政意义上的社区是当前社区建设项目落地的场域,“构建城市熟人社区和地域共同体”也常见于各类政府机构的文本话语。然而我们要面对的一个客观现实则是城市化进程中的社区规模问题。统计数据表明,我

国社区的平均人口规模已近万人。^①几乎所有讨论中国社区建设方向的著述都会谈及滕尼斯的“共同体”概念,但这种社区人口结构可能更接近其笔下的“社会”,而非“共同体”。因此,大众传播媒介在塑造社区共同体感知中就可能发挥重要作用。早在帕克论述报纸之于城市的意义时就指出,若缺乏大众媒体,城市“不过象镶嵌马赛克似的邻里拼在一起”(帕克,1987:91),而“报纸作为新闻的采集者和诠释者,它的作用就是社区功能的某种发展。这种功能原来是由社区内部的人际交流及街谈巷议来完成”(帕克,1987:87-88)。对多数居民来说,亲身参与和了解每一项社区活动,既难以实现,也没有必要。社区新媒体由于兼具媒体和邻里网络的优势,就可能让微博、微信群等各类互联网微应用成为居民参与和感知社区的窗口,起到“见微知著”的作用,从而让居民了解社区公共事务,实现认同。因此,无论是居民新媒体资源网络还是社区新媒体平台,能否满足“社区性”需求都是其活力的核心来源。

其次,对社区官方新媒体平台的内容特点和生产机制的分析,也提供了观察新技术与其嵌入的宏观治理环境之间关系的“微型”窗口。以社区微博为例,由于社区工作的行政化和组织资源不足问题,使其遵循了层级化的内容生产逻辑。在这种纵向结构中,新媒体技术的多元功能逐渐“收缩”为信息的单一功能,而且信息质量也非常有限。另一方面,在社区新媒体平台运作者的话语中,这类平台处于社区工作的边缘地带,目标群体也并不以此关心社区事务。然而浮现的问题则是被视为不关心“社区”的这些居民却有自发的新媒体网络。因此,社区新媒体实际形成了居民资源网络和社区正式平台的两个中心,延续了社区行政中居民和居委会的两个中心格局(闵学勤,2009)。在此格局中,本该起到连结地方管理者、社区组织和居民,弥补大众媒体缺场的社区新媒体出现了分化。这或许解释了当政府和居民发生利益冲突时,新媒体为何会呈现矛盾性的角色。居民通过日常互动形成的新媒体资源网络由于具有信息和互动的复合性,当冲突发生时,甚至能够产生技术的“扩张”,扮演以居民为中心的“政务平台”的角色。例如在社区维权事件中,居民在自组织的新媒体平台上,进行环境问题科普,解读维权相关政策法规,组织拜访专家学者和邀请人大代表等公共行动

^① 利用城镇常住人口数/社区居委会单位数测算,2016年社区平均人口规模为7677人。如果包括需要社区进行日常管理和服务的流动人口,则规模可能远远超过这一数值。

(尹瑛,2011;王斌,2014)。本来只具有媒体和社会网络特质的新媒体资源网络扩展出“政务平台”属性,可能更强化了以居民为中心的资源网络和以管理者为中心的正式平台之间的隔离,带来政治信任危机。

最后,“信息化改变社区”(王颖,2012),而社区也影响了信息化进程。虽然理论界倡导社区治理需要向网络化治理转向,但缺乏对信息技术之于社区微观实践过程的关注。因此,本文尝试将线上和线下、量化和质性数据结合,希冀深入探讨当前新媒体如何从不同功能与社区治理结构产生联系的关键性问题。智慧社区和智慧城市建设已进入城市管理的日常实践话语,十九大报告也指出了社会治理“重心下移”和“智能化”的发展方向。然而这种以信息技术为核心架构的“智慧”建设,不仅仅是以硬件和平台为主体的“智商”提高,同时也包括了以舆情、民情和感情为核心的“情商”建设。舆情在于了解居民关注的话题,民情则是建设中融合居民日常的交往关系,而感情的目标是立足于从居民的心理和认同展开项目。其根本在于网络时代的国家治理能力和治理体系的现代化能否与技术的现代化协同发展。这也意味着思考如何从技术特点、管理体制、组织架构、人才培养等方面让新型信息技术发挥更积极有效的社会动能,既是我们的机遇,也是未来的挑战。

参考文献:

- 陈福平,2013,《社交网络:技术 vs. 社会——社交网络使用的跨国数据分析》,《社会学研究》第6期。
- 陈华珊,2015,《虚拟社区是否增进社区在线参与?一个基于日常观测数据的社会网络分析案例》,《社会》第5期。
- 陈捷、呼和·那日松、卢春龙,2011,《社会信任与基层社区治理的因果机制》,《社会》第6期。
- 陈鹏,2016,《城市社区治理:基本模式及其治理绩效——以四个商品房社区为例》,《社会学研究》第3期。
- 韩鸿,2010,《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》第1期。
- 黄荣贵、桂勇,2009,《互联网与业主集体抗争:一项基于定性比较分析方法的研究》,《社会学研究》第5期。
- ,2014,《自媒体时代的数字不平等:非政府组织微博影响力是怎么形成的?》,《公共行政评论》第4期。
- 黄荣贵、张涛甫、桂勇,2011,《抗争信息在互联网上的传播结构及其影响因素——基于业主论坛的经验研究》,《新闻与传播研究》第2期。
- 姜飞、黄廓,2014,《“传播灰色地带”与传播研究人文思考路径的探寻》,《南京社会科学》第4期。

- 卡斯特,曼纽尔,2009,《信息论、网络和网络社会:理论蓝图》,卡斯特主编《网络社会:跨文化的视角》,周凯译,北京:社会科学文献出版社。
- 克雷斯维尔,约翰·W·薇姬·L·查克,2017,《混合方法研究:设计与实施(第2版)》,游宇、陈福平译,重庆:重庆大学出版社。
- 黎军、王倩,2015,《微信:智慧城市社区传播新宠儿——以南昌首个社区微信公众号的运营为例》,《青年记者》第9期。
- 黎熙元、陈福平,2008,《社区论辩:转型期中国城市社区的形态转变》,《社会学研究》第2期。
- 刘少杰,2015,《网络化时代的社会治理创新》,《中共中央党校学报》第3期。
- 闵学勤,2009,《社区自治主体的二元区隔及其演化》,《社会学研究》第1期。
- 帕克,R. E.,1987,《报纸形成的历史》,帕克 R. E.、E. N. 伯吉斯、R. D. 麦肯齐,《城市社会学——芝加哥学派城市研究文集》,宋俊岭、吴建华、王登兵译,北京:华夏出版社。
- 邱泽奇,2005,《技术与组织的互构——以信息技术在制造企业的应用为例》,《社会学研究》第2期。
- 石发勇,2013,《准公民社区——国家、关系网络与城市基层治理》,北京:社会科学文献出版社。
- 孙健、张智瀛,2014,《网络化治理:研究视角及进路》,《中国行政管理》第8期。
- 王斌,2014,《新媒体与基层社会的传播动员机制——“江门反核行动”个案研究》,《暨南学报(哲学社会科学版)》第11期。
- 王斌、王锦屏,2014,《信息获取、邻里交流与社区行动:一项关于社区居民媒介使用的探索性研究》,《新闻与传播研究》第12期。
- 王颖,2012,《信息化改变社区》,北京:社会科学文献出版社。
- ,2014,《扁平化社会治理:社区自组织与社会协同服务》,《河北学刊》第5期。
- 谢静,2010,《虚拟与现实:网络社区与城市社区的互动》,《现代传播(中国传媒大学学报)》第12期。
- 谢静、曾娇丽,2009,《网络论坛:社区治理的媒介——“官民合作”网络运作模式的初步探索》,《新闻大学》第4期。
- 辛自强、凌喜欢,2015,《城市居民的社区认同:概念、测量及相关因素》,《心理研究》第8期。
- 杨爱平、余雁鸿,2012,《选择性应付:社区居委会行动逻辑的组织分析》,《社会学研究》第4期。
- 尹璎,2011,《冲突性环境事件中公众参与的新媒体实践——对北京六里屯和广州番禺居民重建垃圾焚烧厂事件的比较分析》,《浙江传媒学院学报》第3期。
- 袁靖华,2014,《新型社区媒体:社区传播与公民素养——基于小区业主论坛的田野调查》,《浙江传媒学院学报》第3期。
- 张燕、邱泽奇,2009,《技术与组织关系的三个视角》,《社会学研究》第2期。
- 张志安、范华、刘莹,2015,《新媒体的社区融合和公民参与式治理——以深圳市罗湖社区家园网为例》,《社会治理》第3期。
- 郑坚,2011,《网络媒介在城市业主维权行动中的作用》,《当代传播》第3期。
- Ball-Rokeach, S. J., Y. C. Kim & S. Matei 2001, “Storytelling Neighborhood: Paths to Belonging in Diverse Urban Environments.” *Communication Research* 28.

- Bertot, J. C. , P. T. Jaeger & J. M. Grimes 2010, “Using ICTs to Create a Culture of Transparency: E-government and Social Media as Openness and Anti-corruption Tools for Societies.” *Government Information Quarterly* 27.
- Bingham-Hall, J. & S. Law 2015, “Connected or Informed?: Local Twitter Networking in a London Neighborhood.” *Big Data & Society* 2.
- Bonsón, E. , L. Torres, S. Royo & F. Flores 2012, “Local E-government 2.0: Social Media and Corporate Transparency in Municipalities.” *Government Information Quarterly* 29.
- Carroll, J. M. & M. B. Rosson 2003, “A Trajectory for Community Networks Special Issue: ICTS and Community Networking.” *Information Society* 19.
- Choi, S. M. , Y. Kim, Y. Sung & D. Sohn 2011, “Bridging or Bonding? A Cross-cultural Study of Social Relationships in Social Networking Sites.” *Information, Communication & Society* 14.
- Dutta-Bergman, M. J. 2006, “Community Participation and Internet Use After September 11: Complementarity in Channel Consumption.” *Journal of Computer-mediated Communication* 11.
- Finn, J. 2011, “Collaborative Knowledge Construction in Digital Environments: Politics, Policy, and Communities.” *Government Information Quarterly* 28.
- Golbeck, J. , J. M. Grimes & A. Rogers 2010, “Twitter Use by the U. S. Congress.” *Journal of the Association for Information Science & Technology* 61.
- Graham, M. W. , E. J. Avery & S. Park 2015, “The Role of Social Media in Local Government Crisis Communications.” *Public Relations Review* 41.
- Hague, B. N. & B. Loader 2001, *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. London: Routledge.
- Hargittai, E. & A. Shaw 2013, “Digitally Savvy Citizenship: The Role of Internet Skills and Engagement in Young Adults’ Political Participation Around the 2008 Presidential Election.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 57.
- Jiang, F. & K. Huang. 2013, “Community Media in China: Communication, Digitalization, and Relocation.” *The Journal of International Communication* 19.
- Johnson, B. J. & G. R. Halegoua 2014, “Potential and Challenges for Social Media in the Neighborhood Context.” *Journal of Urban Technology* 21.
- Jung, J. Y. , K. Toriumi & S. Mizukoshi 2013, “Neighborhood Storytelling Networks, Internet Connectedness, and Civic Participation After the Great East Japan Earthquake.” *Asian Journal of Communication* 23.
- Kang, S. 2013, “The Elderly Population and Community Engagement in the Republic of Korea: The Role of Community Storytelling Network.” *Asian Journal of Communication* 23.
- Katz, V. S. 2010, “How Children of Immigrants Use Media to Connect Their Families to the Community.” *Journal of Children & Media* 4.
- Kavanaugh, A. , J. M. Carroll, M. B. Rosson, T. T. Zin & D. D. Reese 2005, “Community Networks: Where Offline Communities Meet Online.” *Journal of Computer-mediated Communication* 10.
- Kim, Y. C. & S. J. Ball-Rokeach 2006, “Community Storytelling Network, Neighborhood

- Context, and Civic Engagement: A Multilevel Approach.” *Human Communication Research* 32.
- Kim, S. , B. F. Liu 2012, “Are All Crises Opportunities? A Comparison of How Corporate and Government Organizations Responded to the 2009 Flu Pandemic.” *Journal of Public Relations Research* 24.
- Kim, S. K. , M. J. Park & J. J. Rho 2015, “Effect of the Government’s Use of Social Media on the Reliability of the Government: Focus on Twitter.” *Public Management Review* 17.
- Lin, W. Y. , P. H. Cheong, Y. C. Kim & J. Y. Jung 2010, “Becoming Citizens: Youths’ Civic Uses of New Media in Five Digital Cities in East Asia.” *Journal of Adolescent Research* 25.
- Matei, S. & S. Ball-Rokeach 2003, “The Internet in the Communication Infrastructure of Urban Residential Communities: Macro or Meso Linkage?” *Journal of Communication* 53.
- Mesch, G. S. & Ilan Talmud 2010, “Internet Connectivity, Community Participation, and Place Attachment: A Longitudinal Study.” *American Behavioral Scientist* 53.
- Oliveira, G. H. M. & E. W. Welch 2013, “Social Media Use in Local Government: Linkage of Technology, Task, and Organizational Context.” *Government Information Quarterly* 30.
- O’Reilly, T. 2007, “What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation Of Software.” *Communications & Strategies* 65.
- Shah, D. V. , J. M. Mcleod & S. H. Yoon 2001, “Communication, Context, and Community: An Exploration of Print, Broadcast, and Internet Influences.” *Communication Research* 28.
- Takhteyev, Y. , A. Gruzd & B. Wellman 2012, “Geography of Twitter Networks.” *Social Networks* 34.
- Williams, A. , D. Harte & J. Turner 2014, “The Value of UK Hyper Local Community News: Findings From a Content Analysis, an Online Survey and Interviews with Producers.” *Digital Journalism* 5.
- Yates, D. & S. Paquette 2011, “Emergency Knowledge Management and Social Media Technology: A Case Study of the 2010 Haitian Earthquake.” *International Journal of Information Management* 31.

作者单位:厦门大学社会与人类学院(陈福平)
 香港中文大学社会学系(李荣誉)
 责任编辑:向静林