

推动城市社区参与的在线微观公共领域

——一个业主微信群的实证研究

于 森

摘 要:业主微信群是公共领域这一抽象概念的具体化,也是基层社区协商民主有待开拓的新型空间。以居民的社区参与为切入点,以城市社区广泛存在的社区新媒介——业主微信群为对象,借鉴微观公共领域的理论视角,以达尔格伦媒介公共性三向度理论为具体框架,从结构、表征、互动三个层面考察H小区业主微信群的公共性表征,试图以此观察其在促进居民参与、推动社区自治方面的作用。研究发现,业主微信群为居民广泛参与社区事务提供了平台,参与者围绕社区公共事务和业主利益密切相关的问题进行广泛的讨论和协商,在多元表达的基础上形成共识,实现了社区层面信息的“可见”和意见的“可辩”,并以此构建了共同体意识。以业主微信群为平台,参与者之间、参与者与物业公司、社区居委会等主体进行线上线下的交往和互动,这种互动体现了社区新媒介从个人赋权、社区赋权到政治体系赋权的过程,促使权力从基层政府向普通居民、社区转移,实现了公共领域边界的拓展,又进一步促进了居民的社区参与。传播技术的发展和社区治理现实需求在特定情况下的结合,构成了业主微信群这一社区层面微观公共领域存在的基础。作为居民自办并鼓励参与的社区草根媒介,业主微信群虽然力量弱小,但其发展打破了社区场域国家和社会的界限,推动了社区参与,促进了居民自我管理和自我服务,完善了多元主体共同参与的社区治理格局。

关键词:社区参与;社区新媒介;微观公共领域;业主微信群

中图分类号:G206 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2019)03-0028-14

项目基金:青岛市社会科学规划项目(QDSK1801262)

一、问题的提出

社区是城市最基层的单位,表面上看,社区管理是一个微观问题,实际上,作为整个社会管理体制链条的末端,其变化会牵动整个社会管理体制的变化。当前我国的城市社区治理普遍面临着双重困境——“居委会困境”和“共同体困境”:居委会作为社区居民的自治组织,本该是社区居民的“头”,但实际上却充当了街道办事处的“脚”,承担了繁重的行政事务,呈现出明显的功能错位;社区居民作为社区生活的主体,对社区归属感不强、参与社区公共事务的积极性不高,社区在很大程度上只是一个地域的概念,而非真正的共同体。^[1]这种双重困境的产生源于我国转型期社会治理机制尚未有效理顺、公民社会尚未真正形成,社区各利益主体共同参与治理的多元共治局面仍需进一步推进。

多元主体参与社区治理是近年来国内积极倡导的一种新型社会治理形式^[2],但在实践中,由于参与的规范性、制度性建设不够,社区治理主体关系不清晰,社区自组织发展不充分,居民社区参与

的渠道有限、积极性不足。新媒体技术的快速发展为社区参与带来了契机,王斌用“融合性社区媒介”描述社区新媒介的中国样貌,“社区网络利用为代表的新信息技术,以传播和沟通作为纽带,整合了物理空间和社会空间的交融、现实空间和虚拟空间的交融、媒介空间和生活空间的交融”^[3],以业主微信群为代表的“融合性社区媒介”作为一种网络空间,是对互联网环境下实体空间的延展,实现了虚拟社区交往的弱关系与现实社区业主交往的强关系的融合,为居民的沟通和参与带来了新的机遇,为社区公共问题的解决提供了更多可能性。本研究在此背景之下,通过对一个业主微信群进行实证研究,探讨业主微信群对居民的社区参与意味着什么,以及社区居民借助业主微信群进行表达、参与和协商,进而解决社区公共问题的过程。

二、文献综述:社区新媒介与社区参与

起源于西方的社区媒介常被看作另类媒介,泛指那些为主流媒介拒绝接近使用的社区或群体服务的媒介。1970年代,贝里根·弗朗斯(Berrigan Frances J.)在联合国教科文组织的支持之下开展了两项奠基性研究,提出“可接近性”“参与性”作为社区媒体研究的引领性概念^[4],并在“接近”和“参与”的原则下探讨了参与式传播的潜力^[5]。在参与式传播的理念之下,在发达国家,社区媒介的主要价值在于为社区居民提供表达意见的平台,体现了其民主意涵;而在发展中国家,社区媒介的价值则体现在通过为社区居民提供参与的机会,促进社区建设,实现发展目标^[6]。随着研究的不断深入,西方学者对社区媒体的研究确立了三种主要的理论框架——媒体民主化、公民社会、社区建设,有关社区新媒介与社区参与的研究主要遵循两条路径进行:一是探讨社区新媒介如何促进社区参与^[7-9],二是研究居民线上参与与线下参与的关系^[10-11],个案研究、内容分析、深度访谈等方法被广泛运用。

国内学者也逐步认识到社区新媒介在促进社区参与方面的作用。较早关注社区新媒介与社区参与问题的是政治学、公共管理学和社会学领域的学者,他们关注的重点是社区新媒介的政治与社会效应。张雅丽^[12]、李海金^[13]、李潇等^[14]分别以杭州德加社区、武汉市W社区论坛、上海X社区为例,探讨了社区网络论坛对协商民主带来的有利条件和限制因素,认为社区网络论坛体现了社区公共参与的组织创新,引导社区居民通过网络主动参与社区治理,有利于促进社区公共问题的解决,培养现代公民意识,创新社会管理方式。传播学者更强调社区新媒介的传播特质在社区参与中的作用。王斌认为,社区新媒介在中国语境下有着独特的样貌和理论意涵,认为“融合性社区媒介作为社区居民参与式传播的平台,促进了社区居民的自我赋权,并通过连结性行动发挥着重塑社区、培育公民意识、维权抗争的作用”^[3],为基层社会治理提供了新的路径^[15]。谢静^[16]、张志安^[17]分别以上海中远两湾城“七彩两湾论坛”“新江湾城(上海梦想)雍景苑业主论坛”和深圳市罗湖社区家园网为例,阐述了基层政府以社区新媒介为载体,融合“线上”“线下”、鼓励居民参与社区治理的过程。陈华珊采用社会网络分析的方法,通过数据挖掘和模型建构,研究网络社区的议题讨论、转化,以及网络社区对业主网络参与的作用,是国内少有的运用量化方法开展社区新媒介与社区参与的研究^[18]。虽然微信群是当前城市社区居民普遍使用的一种互联网应用,但有关对于业主微信群与社区参与的研究却非常有限。闵学勤、王友俊以南京市鼓楼区、栖霞区的实践为例,阐释了基层政府依托微信群促进居民参与、在线协商社区公共事务的治理模式^[19]。宋道雷的研究则表明,城市中高收入阶层对以业主微信群为代表的互联网技术的组织化使用能够有效促进社区参与,但有可能导致跨社区的“过度维权”式集体行动,进而对基层社会与国家治理产生巨大挑战^[20]。

总体而言,相对于学术界对主流媒体的广泛关注,社区新媒介并不属于核心议题。特别是在中国,随着传播技术的快速发展,以社区网络论坛、业主微信群为代表的社区新媒介不断涌现,并在居民的社区参与中发挥着越来越重要的作用,而这方面的学术研究却相对滞后。西方学者对社区新媒

介与社区参与的研究主要采取了民主框架,而国内学者则主要采取了治理框架——即从基层治理的视角切入,研究基层政府如何利用社区新媒介推动社区参与和治理。本研究以居民的社区参与为切入点,以城市社区广泛存在的社区新媒介——业主微信群为对象,借鉴微观公共领域的理论视角,分析社区居民借助业主微信群参与和协商的过程,并思考其在促进居民参与、推动社区自治方面的作用。

三、理论视角:从“公共领域”到“微观公共领域”

哈贝马斯(Jürgen Habermas)将公共领域界定为“一个介于国家和市民社会之间的领域,它的基本原则是参与性的、平等的和理性的对话”^[21],这一概念构成了本文公共领域的价值目标,因为笔者将业主微信群看作一个彰显国家和社会之间张力,以参与和对话为目标的公共空间。随着媒介和社会环境的变化,查尔斯·泰勒(Charles Taylor)、约翰·汤普森(John Thompson)、丹尼尔·戴扬(Daniel Dayan)等学者对公共领域概念进行了阐释和重构,赋予其全新的内涵,女性主义南茜·弗雷泽(Nancy Fraser)提出“多元公共领域”等概念,认为无论是在阶层化社会还是在平等主义社会中,多元公共领域皆优于单一公共领域^[22]。一些学者在此基础上提出宏观公共领域、微观公共领域等概念,为公共领域理论的进一步发展提供了新的视角。

指导本文的公共领域概念是一种重构了的微观公共领域,指建立在自我意识觉醒基础上、少数人参与讨论的公共场所。微观公共领域这一概念(“minipopulus”,后演变为“mini-publics”)最早由美国学者罗伯特·达尔(Robert Dahl)提出,最初的设想是通过建立一种微观公共领域,对议会制民主进行补充^[23]。阿荣·方(Archon Fung)进一步阐述了微观公共领域的内涵,他认为十几或几百个参与者聚集在一起,依赖自我选择和自愿参与的意识,以一种自我意识觉醒的讨论为主,就可以称之为“微观公共领域”^[24]。微观公共领域专注于合作解决问题、公民教育和参与、政策评估、为弱势群体提供表达机会等,表现为基层、社区、小型集会等单位或论坛,其基本特征是对话、交往和理性论辩,追求公共利益的实现是其终极目标^[25]。笔者将微观公共领域具体到社区层面,并赋予其本土特色,指能够使社区各方主体进行有效对话,并能够形成解决问题的有效决议的一个微观“场域”,该领域关注重点不是宏观的社会制度设置、解决社会问题,而是涉及社区居民切身利益的微观层面,是一个社区公共事务的讨论空间^[26]。

然而,从操作化层面对公共领域进行考察还需要具体的标准,瑞典学者彼得·达尔格伦在其著作《电视与公共领域:公民、民主和媒介》中提出了公共领域构成的四个向度,社会结构、媒体组织、社会文化互动和媒介内容,试图以此对公共领域进行重新概念化,后期,又将这四个向度简化为结构(structural)、表征(representational)与互动(interactional)三个构成性向度^[27]。结构向度关注的主要是媒介的组织特征、所有权、媒介制度、社会控制、规制及定义传播自由的法律框架等政治经济属性,与政治制度和媒介体制有关,可以视为公共领域的物质、制度和体制基础;表征向度指的是媒介所提供的内容,该向度主要关注公共领域议题的内容、属性、话语模式、多元化程度和意识形态倾向性等,也就是什么被再现、如何被再现,媒介再现是否与公共领域理念吻合等基本问题;互动向度主要涉及公众与媒介的互动,即公众理解、诠释和使用媒介内容的传播过程,以及公众之间的互动^[28]。笔者试图以此为框架,对H小区业主微信群展开实证研究。

四、个案说明与研究方法

业主微信群作为最重要的社区新媒介之一,在城市商品房小区普遍存在,在社区参与和协商中扮演着重要角色。相关研究大多停留在微信群的外围,个别学者将研究视点触及了微信群内部,如

孙信茹通过对云南普米族大羊村青年微信使用和微信群活动的民族志考察,描绘了少数民族群体利用微信进行书写、表达进而参与文化实践的图景^[29];肖荣春通过对美国 L 城华人社区微信群的个案研究,描述了微信群作为社区传播基础结构的重要组成部分,对社会关系网络及新型网络化社区的构建^[30];牛耀红通过对一个西部乡村微信公众平台和微信群的研究,探讨了其再造社区、建构乡村内生秩序的、促进乡村社会发育的过程^[31];禹卫华^[32]、卞娜^[33]利用数据挖掘技术,对微信群传播的节点、文本、社交网络以及关系建构进行了分析。这些较早针对微信群内部展开的研究,为本研究提供了启发。

本研究所关注的个案是 H 小区业主微信群。H 小区位于山东省青岛市,由 3 栋高层组成,现有住户 203 户、常住人口 678 人。该小区是 2012 年新建住宅,位于城市开发地带,住户以青年人为主,大多就职于附近的中型企业,其文化程度、收入水平、居民素质等处于青岛市中等水平。该住宅项目完工后,开发商注销了房地产开发公司转而经营其他行业,在小区后期公共配套设施尚未完善的情况下将交房事宜委托给物业公司。这些因素造成了业主与物业公司之间的矛盾和冲突,部分业主以物业公司服务水平不到位为由拒绝缴纳物业费,而物业公司并没有因此主动提高服务水平,长此以往,双方的不信任感逐步加深。

H 小区业主微信群建立于 2017 年 1 月,业主 M 首创并担任群主。该群成立的直接原因是小区内多部电梯突发故障,且没有得到及时维修,业主为互相联络解决电梯维修事宜而建。对于该群成立的长远目的,群主 M 在群公告里表达了自己的想法“沟通交流,团结互助,为创造更加和谐的小区共同努力”。截至 2017 年 8 月 15 日,该群共有成员 162 人,其中 161 名成员为小区业主,他们在微信群里以本人楼号和门牌号命名,1 名成员是为本小区提供物业服务的物业经理 L,微信群成员存在现实社会关系的支撑。研究者自 H 小区业主微信群成立之初便加入其中进行参与式观察,亲历了微信群建立和发展的过程,也见证了业主在微信群里为改善居住环境、促进邻里关系进行的参与、表达、协商和动员。时至今日,虽然小区居住环境改善的目标只得到了部分实现,但该群已经成为业主之间、业主和物业公司、业主与居委会之间互相交流、沟通的重要平台。

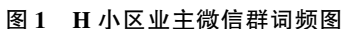
本研究使用的材料来源于作者 2017 年 1 月至 8 月之间对 H 小区业主微信群的参与式观察、访谈、内容分析及文本分析。在征得群成员同意、并对发言者进行匿名处理的基础上,导出该群 2017 年 1 月 12 日至 2017 年 8 月 15 日之间的交流记录,数据字段包括时间、节点账号名称、状态(是否接收)、类型(系统消息、文本、视频、动画表情、图片、声音等)、消息内容等。剔除与本研究相关性不大的系统消息、在线咨询问答、广告等记录,将声音文件和动画表情转化为文本,最终得到有效记录 5386 条。因视频和图片在讨论中大多作为文本消息的补充而发布,因此不将其列为研究对象。下文,我们将采用达尔格伦媒介公共性三向度理论所提供的框架对这一个案展开具体分析。

五、再现向度:社区层面信息的“可见”与意见的“可辩”

作为一个以业主沟通、交流,共同解决社区公共事务为主旨的社区新媒介,H 小区业主微信群已经成为一个持续再现社区公共事务的平台。对 H 小区业主微信群再现向度公共性表征的研究,是要考察微信群的意见是否“可见”与“可辩”,讨论议题是否与社区公共事务有关,意见表达是否多元、能否形成共识,以及参与者的态度与情感倾向。

(一) 讨论内容:持续再现社区公共事务

为呈现微信群讨论的内容,对 5386 条文本消息进行了词频分析,共析出关键词 147 个,词频 7710 次。图 1 反映了 H 小区业主微信群高频度主题词分布,表 1 依据词频分析的结果对关键词进行了归类:



主题	关键词
相关主体	物业、业主、小区、业委会、居委会等
社区事务	物业费、电梯、门禁、门卫、单元门、窗户、环境、打扫、绿化、围墙、维修、车位、装修、安全、被盗、漏雨、漏水、幼儿园等
沟通方式	沟通、开会、商议、商量、组织等
利益诉求	诉求、利益、权利、改善、监督、选举、选出等
共同体意识	统一、共同、全体、家园、邻居、居民、朋友等

（二）参与程度：“积极参与”与“消极观望”并存

对参与讨论情况描述既可以反映直接参与微信群讨论的业主的情况,也可以从一定程度上反映其参与程度。H 小区业主微信群共有成员 162 人,发言 ID 数 150 个,占总人数的 92.6%,共发布消息 5386 条、字节数 237375 个,人均发言 35.9 条、字节 1582.5 个。禹卫华的研究表明,话题共识、社群结构、现实关系等影响着微信群的参与度,^[12]H 小区业主微信群有现实关系——同一小区的业主作为支撑,讨论热点主要和本社区事务相关,总体来看参与程度较高。然而,当对参与者的发言数量进行进一步的分析后发现,H 小区业主微信群的参与是不平衡的。发言次数最多的 ID 发布消息 634 条,最少的仅发布 1 条消息;发言超过 100 次的 ID 有 11 个,占总 ID 数的 7.3%,这 11 个 ID 共发表了 2478 条消息,占总消息数的 46%;有 90 个 ID 发言次数在 20 次以下,也就是说,60% 的 ID 的发言量占总发言量的 11.5%。

表 2 H 小区业主微信群发言情况表

项目\数量	总数	超过 100 次		50—100 次		20—49 次		20 次以下	
	数量	数量	比率	数量	比率	数量	比率	数量	比率
发言 ID	150	11	7.3%	18	12%	31	20.7%	90	60%
消息	5386	2478	46%	1299	24.2%	989	18.3%	620	11.5%

进一步的研究发现,这些发言次数较多的参与者实际上充当了意见领袖的作用,他们或设置议题,引发参与者讨论,或积极动员,引导讨论的方向;而那些发言次数较少的业主,也并非不关心公共事务,只是不习惯于过多表达,业主 J 谈到,“在群里我不大喜欢多说话,但是大伙儿讨论小区的事儿,我都很关注,有时候也会表态。”参与者积极表达与消极表达并存的态度符合社交媒体公共讨论的特点,积极表达不仅体现了对公共事务的关心,也与个体的性格、思维和表达方式有关,而“沉默”很多时候是面对嘈杂声音的一种主动回避^[34]。

(三) 意见表达:多元表达基础上达成共识

在业主微信群里,一些关系到社区公共利益的话题一般会引起很多回复,而回复者和话题发起者的关系也是复杂的,或合作或冲突,正是这种相互作用的关系促进了公共意见的形成。为了呈现 H 小区业主微信群是否进行了意见的多元表达,本文选取讨论量最大的三个节点进行分析,并将这种意见表达关系归于以下几种类型:响应型——即回应者赞同发言者的观点;对抗型——回应者反对议题提出者的观点;螺旋型——对议题的回复将话题引向其他;模糊型——没有明确的态度指向。

表 3 H 小区业主微信群三个重要节点意见表达与共识达成情况

项目\主题	参与讨论 ID 数	响应型 (%)	对抗型 (%)	螺旋型 (%)	模糊型 (%)	是否达成共识
业主主动与物业沟通,并协商前期欠缴物业费的折扣	25	10	4	8	3	部分达成共识,约定好业主与物业协商的时间和地点
新任物业经理 L 希望主动与业主沟通,整改物业服务	38	12	9	13	4	部分达成共识,L 经理给出了一些整改项目的时间表
发现个别业主破坏小区绿化带,责成其恢复	25	14	0	8	3	达成共识,请物业公司督促破坏者尽快恢复

由表 3 可见,在三个讨论量最大的节点中,响应型、对抗型和螺旋型的意见分别占据一定比例,响应型所占比例分别为 40%、32% 和 56%,表明参与者对议题具有一定程度的共识。值得注意的是,螺旋型意见在微信群讨论中占据了较大比例,在三个讨论节点中分别占据 32%、34%、32%,表明相当一部分参与者将话题引向别处,或探讨比初始议题更深入、更理性的话题。从讨论结果来看,三个议题的讨论最终都不同程度地达成了共识,这也表明 H 小区业主微信群在多元表达的基础上部分形成共识。H 小区微信群对信息的“再现”,不仅仅限于对事件的全面还原,更重要的是引发参与者对事件的多元化思考和不同观点之间的交汇探讨,在交流和协商中促进公共性的生发。

(四) 情绪倾向:理智与情感并存,理性讨论不足

对问题深入论述、理性的帖子具有更强的公共性效能,标题式的呐喊难以引起参与者共鸣。单个消息在 100 字节以上,基本上可以完整地表明一个观点,而 10 字节以下的消息则很难完整表达明确的意义。H 小区业主微信群字节数最多的消息为 10779 个字节,最少的是 1 个字节;100 字节以上

的消息有 407 条,占消息总数的 7.6%;10 字节以下的消息有 1000 条,占总消息数的 18.5%。从上述数据来看,讨论内容中存在相当一部分缺乏理性、不够深入的内容,但不可否认,其中仍有不少充满理性的讨论存在,这种讨论更多体现在字节数较多的发言中。表 4 呈现了 H 小区业主微信群发言字节数最多的 10 条消息的主题及发言主体。

表 4 H 小区业主微信群发言字节数最多的 10 条消息

消息主题	字节数	发言主体
业主委员会成立流程	10779	A008
小区整改意见及确认签字	1536	A014
H 小区外墙漏雨问题维权投诉书	1390	A074
关于成立 H 小区业主委员会的倡议书	1321	A001
破坏小区绿化带的后果及相应处罚	1080	A002
卖掉一二线城市的房子到内地去生活	905	A034
居委会支持我们社区改善管理混乱的现状	624	A001
致我们逝去的青春	614	A005
家门口的幼儿园,我们却没有资格	575	A135
以下几种情况可以不交物业管理费	463	A029

这些消息内容涉及业委会成立、社区整改意见、业主维权、社会问题、个人感受等方面,行文观点明确、论据充分,涉及国家相关法律、制度、社会公平正义等,这些深入的分析有助于参与者开阔眼界、启发思维,引导讨论向深入理性的方向发展。

六、互动向度:线上参与与线下行动交织拓展公共性边界

互动既是市民社会存在的象征,也是形成公共领域的要素^[35],原子化、没有互动与交流的个体,是无法构成公众和公共领域的。H 小区业主微信群互动向度的公共性,主要表现在微信群内部的互动,以及参与者与物业企业、基层政府之间的互动。通过线上互动与线下交往,不断拓展公共领域的边界,推动社区公共事件的解决。对于很多研究者论及的与大众媒介的互动,在 H 社区业主微信群这一个案的体现并不明显,这一方面源于业主微信群的私密性特征,另一方面也与业主所能掌控的资源有关。

(一) 参与者之间的互动

微信群中能够确认点对点直接交流的方式为使用微信的@ 功能^[32],但在实际交流过程中,@ 功能仅仅在交流互动中占据很小部分,大部分情况下参与者虽然处于同一话题场域中,但并不使用这一功能。鉴于此,本文一方面通过@ 功能的使用考察参与者的社会网络关系,另一方面,从讨论量最大的峰值入手,分析讨论者之间互动的倾向。

社交网络密度指网络关系图中各个节点之间联系的紧密程度和互动程度,节点之间的联系越多、互动越频繁,该网络关系图的密度越大,表明网络成员之间联系越紧密,互动越多。A001、A002、A008、A014、A029、A036、A057、A074 等是微信群中通过@ 功能与其他人交流的核心节点,每一次较为热烈的讨论大都与这几个核心节点有关。

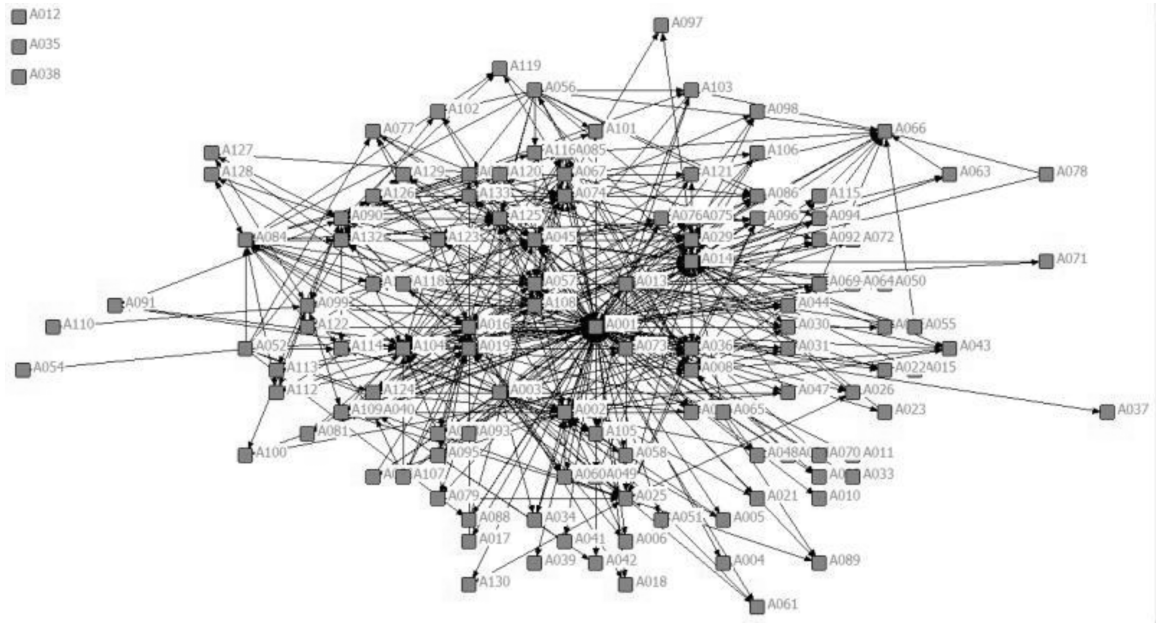


图2 H 小区业主微信群社交网络图

网络意见领袖对公共议题的建构起着重要的作用,他们或通过议题设置制造热点,或通过框架设置引导议题,从而影响公共议题讨论的方向。在H小区业主微信群,交流最热烈的几个峰值也都是由这些关键节点发起,他们主动设置框架、引导议题、总结意见,并积极筹划线下行动。在该群讨论的第一个峰值,A008率先发言,“大家好,临近小区的S物业和业主因为车位在互相比较劲,咱们小区物业管理也需要提升!物业管理松散、业主拖欠物业费。为了提升咱们居住环境,我建议大家可以一起聚聚商量下物业费的事,以便提升咱们的物业服务水平,为了自己、也是为了大家,如果大家都袖手旁观,事情永远不会有推进。”发言者运用了维权框架,动员其他成员积极参与到物业的协商之中,提升居住环境。这引起了参与者的共鸣,大家各抒己见,有的赞同与物业协商,有的主张赶走物业公司,还有业主主张从自身补缴物业费做起。随着讨论的不断深入,A008总结了商谈的意见并提出了具体的诉求,“和物业谈好前期物业费的打折方案,成立业主委员,与物业协商提升服务的具体措施并签订合同”,并倡议业主“彼此相互协商、各退一步”“如果赶走物业公司,小区管理无人接手,受损的是我们共同的利益”。从整个协商过程看,意见领袖极力引导参与者关注社区公共问题,鼓励大家积极参与讨论,并适时引导讨论方向,争取讨论向理性方向发展。达尔格伦认为,互动不仅仅关系到人们之间“说”了什么,也关系到主体间的交互性和人们的身份认同,继而“改变人们的归属感和参与能力”^[27]。从这个意义上来看,H社区业主微信群在互动向度具有明显的公共性优势,因为业主之间的互动经常能够达成共识,并直接导向线下参与和行动。

(二) 业主微信群与物业公司的互动

依据哈贝马斯的观点,公共领域是一个介于国家与社会之间的领域,公众在这里进行公开理性的辩论,从而形成舆论,对抗国家权力。但中国基层社会的现实情况是,抗争性行为大多发生在业主和房地产企业或物业公司之间,针对政府的抗争相对较少,H小区业主微信群正是这种现象的一个缩影。微信群里大部分针对社区公共事务的讨论都与物业公司的服务直接相关,参与者围绕居住环境和物业服务水平提升这一核心话题,以业主微信群作为平台与物业企业进行沟通与协商。

L经理是在业主微信群成立一段时间后由群主M邀请加入,尽管L经理未能解决业主的所有诉求,但至少使得业主与物业公司的互动更为便捷。“大家好!我是咱小区新来物业经理L,请记下我

的电话号码(号码略),我手机24小时开机。我加群的目的就是要了解情况、更好地沟通,请大家把之前没有解决的问题通知我一下,方便我尽快了解情况,加快工作进度,谢谢!”这一开场白,作为物业公司代言人的L经理努力塑造亲民形象,营造家常氛围,尽力和业主拉近心理距离,抛却现实存在的鸿沟。这反映了物业公司对微信群所代表的民意的迎合,同时,也表明物业企业试图通过微信群加强与业主沟通,力图在社区网络空间保持其在现实社区中存在的话语权。

L经理的加入带来了H小区业主微信群另一个交流峰值,参与者纷纷反映小区在安全、环境、物业费缴存等方面存在的问题,表达了与物业公司互动的强烈意愿。部分业主表达了与L经理当面沟通的愿望,“经理今天能否晚会下班,晚上业主和你见个面?”“咱们都以协商的态度,事情一步一步深入谈”“和大家见面更方面谈,多沟通几次,咱小区就成了花园了”。对于L经理的工作态度和效率,不少业主在微信群里为其点赞。虽然业主和物业公司双方都本着真诚沟通的态度,但从参与者的讨论中,我们同时能管窥到业主对物业公司所持的观望情绪和游移态度。大部分业主能够持理性态度与物业公司进行交流,但当业主的诉求迟迟得不到物业公司解决时,一些业主就表现出非理性的一面。L经理在受访时表示,“虽然总是尽力解决业主提出的问题,但有些问题超出自己职权,需要向公司请示,部分业主看到问题不能立即解决,就流露出不满情绪,甚至恶语相加。”也许加入微信群对物业公司来说只是其公司经营的一个策略,但是对于业主来说,微信群的确赋予了他们一个和物业公司互动的空间,H小区业主微信群在促进业主与物业公司互动的同时,也被业主和物业公司各自赋予了新的社会功能与含义。事实上,在L经理加入之后,以群主M为代表的业主精英也就提高物业管理水平、小区环境改善、成立业主委员会等问题与L经理进行了多次的当面协商,在交流和参与的过程中推动了社区公共事务的解决。

(三) 业主微信群与社区居委会的互动

H小区业主微信群与基层政府的互动是一种间接的互动,主要体现在通过微信群汇集民意、形成舆论,进而寻求政府部门及其代言人支持以解决社区面临的公共问题。在我国城市社区,从制度设计的角度而言,最基层的政府部门是街道办事处,社区居委会属于群众自治性组织。然而实际情况是,政府各个部门的工作都下沉到社区由居委会来承载,使得社区居委会实际上成了街道居委会下面的一级政府机构,承担着大量繁重的行政性管理工作,成为社区事务的直接管理者。^[36]在以群主M为代表的业主精英的积极推动下,H小区的业主们通过微信群广泛动员,积极寻求社区居委会的支持,有效推动了社区建设。业主代表、物业L经理积极和社区居委会进行沟通和商讨,居委会工作人员多次赴小区调研,依照相关程序帮助小区组建了业主委员会,为小区加装了围栏、维护了路面和绿化带、粉刷了外墙,使得社区的居住环境得到很大改善。线上协商与线下行动的过程,也是促进社区参与和公共性生发的过程,M在群里的发言也印证了这一点,“今天去居委会,和主任谈了咱们社区,居委会对咱们社区现状很了解,对于积极改善很支持。我们的每次行动参与的邻居越来越多,居委会支持的力度也在增大。目前还没有参与的朋友,后面机会还很多,希望你积极参与进来,共同努力,你的生活慢慢会在社区有归属感。”

H小区业主微信群与基层政府的互动,体现了新媒体的赋权功能。新媒体赋权的本质是通过对社会中的“相对无权者”进行赋权,实现对个体和自组织群体的激活,使权力和垄断资源从国家行为体向非国家行为体转移。^[37]居民加入业主微信群并进行意见表达和互动交流,使得个人意见在社区层面得以“可见”和“可辨”,这体现了社区新媒介的个体赋权;业主精英自发组成互助小组,利用业主微信群进行组织和动员,从而解决社区面临的公共问题,这是社区新媒介社区赋权的过程;参与者围绕社区公共事务在社区网络空间里的表达、讨论、动员、组织,最终需要政府的回应,并得到官方的认可,被纳入治理与政治体系中,实现政治体系赋权。业主微信群通过对个体、社区等赋权的方式,为居民提供表达空间和平台,整合多方资源、促进社区利益联结、催生社区集体行动,促使权力从基

层政府向普通居民、社区转移,这又进一步促进了居民的社区参与。

值得注意的是,H小区业主微信群基本上没有与传统媒介的互动,这一方面是由于微信群存在一定程度的私密性,缺乏微博、论坛的开放性;另一方面,也是因为H小区业主微信群里所讨论的公共事务属于我国基层社区广泛存在的问题,虽具有较强的普遍性,但事件本身的影响力有限,难以引起传统媒介的关注。

七、结构向度:嵌入其中的政治、经济关系与媒介生态

结构向度的公共性主要阐释业主微信群自身的结构,以及其赖以生存的政治、经济关系。本文将从业主微信群内部的层级、组织形式分析其内部结构,对于其外部结构的分析,主要关注其赖以生存的外部社会条件及其在推动社区建设方面的潜能。

(一)鼓励居民参与的社区草根媒介

H小区业主微信群是真正意义上的草根社区媒介,由业主自办和管理,且仅允许本小区业主加入,群主对入群者身份进行严格审核,对于怀有商业目的的加入者一旦发现即被清除。微信群的定位是“努力成为业主讨论社区公共事务、交流彼此意见的话语平台”,群主M在受访中表达了立场,“建立这个群首先是为了业主之间互相沟通和交流,直接目的是改善小区的物业服务;更长远的打算是,希望通过这个平台建立更加和谐的邻里关系,提升居住环境,建设更和谐美好的家园。”微信群属于一种熟人社交、私密性较强,只能通过好友邀请加入,群成员之间的情感黏性较为强烈。单个用户可以在微信群里发布文字、语音、图片、视频等相关内容,同时与群里多个用户进行互动,同步交流的时效性强。但缺点是信息传播范围不广,不利于信息的大面积传播,不过,这种小范围的传播也可能会带来参与度的提升。H小区业主微信群因为成员不是特别多且均以门牌号命名,具有一定的实名制性质,所以成员的自我规范意识和凝聚力较强,参与度和参与质量相对较高。此外,微信群的结构具有明显的扁平化特征,群主与成员之间关系较为平等,使得“日常熟人交往因自我重构而表现出平等交往的一面,也因陌生人和公共话题的频繁引入,使得熟人圈关系具有了特定的公共性,并因之交往主体发生着重构”^[38]。

作为一个社区居民自主组建、自我管理的社区新媒介,H小区业主微信群的组织架构决定了它存在的问题:一是本身及其弱小,影响力有限;二是发展极不稳定,难以形成长效的影响机制。H小区业主微信群是一个典型的小规模、且无正式管理和运营人员的社区新媒介的代表。日常运营主要依靠群主M为代表的业主精英自发进行,仅限于对入群者的身份审核和社区公共事务议题的提出和引导,因此,业主微信群很少有专门的原创性内容,缺乏专门的社区新闻的内容生产。不仅如此,H小区业主微信群对社区公共事务的讨论也存在很大的不确定性,群主M等业主精英扮演着线上讨论引导者和线下行动组织者的角色,那么,一旦这些业主因工作繁忙等原因减少参与,或者搬离小区,微信群的运营和公共讨论则难以为继。

正因为如此,由居民自办的业主微信群虽然在促进参与者共商社区公共事务方面有着天然的优势,但其劣势也很明显,即难以受到传统媒介和基层政府的主动关注,这在一定程度上影响了其公共性的发挥。这种劣势与微信群公开性和私密性并存的结构特点有关,与微博、论坛等相比,微信群属于熟人社交,其与外部各主体的“交往”存在一定限制,微信群呈现出的公共问题难以被传统媒介或者基层政府“可见”,但更深层的原因存在于社区草根媒介生存与发展的社会环境中。一方面,大部分社区草根媒介的主办者或力量不足或受制于生存发展的需要,无力甚至不愿与传统媒介、基层政府过多接触,担心这些力量的介入会限制其公共讨论的边界;另一方面,由于缺乏有效的互动机制、参与者的互动能力有限,业主精英缺乏与外部力量沟通和交流意识和能力。这些问题的解决,从根本而言,有赖于基层民主的进一步发展、有效沟通机制的建立和社区居民参与意识的提高。

(二) 传播技术与社区治理现实需求的结合

管理部门的宽松和传播技术的进步构成了业主微信群这一社区草根媒介存在的前提。一方面,国家对自媒体的宽松管制为其发展创造了条件,权力部门对微信群的约束较少,仅限于对其底线性的要求,即不触犯相关法律。由于微信群具有私密和公开双重属性,法律也明确即时通信工具服务提供者应当落实安全管理责任,保护用户信息及公民个人隐私。而在实践领域,政府对微信等即时通讯工具的管理比较薄弱,管控主体尚不明确^[39],这使得近年来,众多的社区草根媒介得以克服传统媒介所受约束的管制条件纷纷涌现,也在客观上也给微信群的发言和讨论创造了更宽阔的边界。另一方面,新媒体的低门槛和低成本运作也为缺乏财政支持的社区草根媒介提供了机会,使得业主精英有机会利用微信群开展媒介实践。与网站和论坛相比,微信群几乎不存在任何技术门槛,也无须运营和维护成本,特别是随着移动传播的快速发展,任何人只要拥有一部智能手机,便可以方便地使用和参与讨论。从这个意义上来说,H小区业主微信群的出现体现了学者们所说的互联网的公共领域潜能。

假如我们把目光放得更加长远,能够将社区草根媒介为我国公共领域带来的变化认识得更加深入,也有助于对此类现象获得超越个案本身的一般性认识。伴随着单位制到社区制逐步变迁、国家与社会关系的调整与重构,一方面是政府权力重心的下移,街道办事处和居委会两级工作繁重、矛盾和压力淤积,另一方面社区开始逐步兴起,基层社会的自治和社区发展受到重视,公共性缺失成为制约社区发展的重要因素,基层政府也迫切希望加强与居民的沟通与交流。在中国社区治理的现实语境之下,以业主微信群为代表的社区新媒体服务社区的理念和参与性、互动性的特质与社区治理的目标呼应,社区媒介能够为民意表达创建平台,为利益诉求和协商提供可能,能促使公众、企业、社会组织、政府部门等在公共事务方面形成互动关系,为实现“善治”、增进社区居民福祉提供更为高效的沟通机制。正因为如此,权力部门对社区新媒介的发展表现出了宽容甚至支持的态度,这是社区层面的微观公共领域得以形成的深层次原因。

八、结论与讨论

总体而言,本研究在微观公共领域的理论框架之下,对一个城市社区的业主微信群进行了深描,将其视为一种社区层面的微观公共领域,通过这一探索性研究,为理解我国城市居民利用新媒体参与社区公共事务提供启发。表征层面,以业主微信群为代表的社区新媒体为居民广泛参与社区事务提供了平台,参与者围绕社区公共事务和业主利益密切相关的问题进行着公共话语的生产,在多元表达的基础上形成共识,实现了社区层面信息的“可见”和意见的“可辩”,并以此构建了共同体意识。互动层面,H小区业主微信不仅促进了业主之间的沟通 and 交流,也推动了业主和物业公司、社区居委会等社区相关主体的互动,实现了线上参与和线下行动的交织,并借助新媒体赋权拓展了公共性的边界。传播技术的发展和社区治理现实需求在特定情况下的结合,构成了业主微信群这一社区层面微观公共领域存在的基础,H小区业主微信群作为结构扁平化、有现实社会关系支撑的社区草根媒介,虽然在促进居民参与方面具有天然的优势,但它比较弱小、影响力有限,也缺乏长效机制,这在一定程度上制约了其公共性的发挥。

H小区业主微信群虽是个案,但并非孤例。在我国城市社区,存在着众多的社区新媒体,它们在少被主流媒体关注的社区场域讲述草根故事、传播民间话语,或围绕社区事务广泛讨论,或为保障居民权益而申诉,或为推动社区建设而行动,为社区层面的微观公共领域和基层民主参与带来新变化。在中国加强和推进社会治理创新的背景之下,以业主微信群为代表的社区新媒体所构成的社区层面的“交往空间”,因其独特的草根性和对社区居民的凝聚力,更有利于在基层社会中发挥公共话语空间的作用。社区自治并不仅仅是政治选举过程,政治参与也并非社区参与的核心部分,居民以业主

微信群等社区新媒体为平台参与社区公共事务的过程,是协商民主在基层社区的表现形式,是现有社区自治制度的有益补充。社区居民以业主微信群为载体针对社区公共事务发表意见、展开讨论、进行交流和互动,有利于促进居民的自我管理和自我服务,完善多元主体共同参与的社区治理格局。不仅如此,这种公共交往空间提供了私人领域解决公共问题的场域,实现了虚拟空间的“社区再造”,增加了居民的社会关联,推动了社区公共性的生成,对于我国城市社区建设具有借鉴意义。这还有助于带来一种比较温和的社会变革,这种自下而上的变革是对社会矛盾的缓冲,它在微观层面上初步确立了理性对话对于政治权力的制约作用,避免激烈的社会冲突发生。^[40]

本文的案例也为我们考察微观公共领域和社区参与带来以下启发,这些问题值得进一步研究:第一,媒介公共性是一个具体的、历史的概念,需要结合具体的政治、社会环境展开具体的分析,理想的公共领域是不存在的,现实中媒介公共性总是体现在“体制规训下的媒介公共性实践与话语之中”^[41]。以业主微信群为代表的社区层面的微观公共领域,打破了社区场域国家和社会的界限,彰显了国家、社会和媒介之间的张力,宜将其视为一个国家与社会互相合作的制度性空间,一个多元力量参与解决社区公共问题的场域^[42]。第二,社区新媒体的生存和发展不仅有赖于管理部门的宽容,也与参与者的素质和能力息息相关,社区公共问题能否被纳入政治体系和决策程序,不仅取决于业主精英的自我审查意识和自主组织能力,也取决于基层政府的治理意识和民主观念。第三,在社区层面的微观公共领域,参与者往往以私人领域的话题介入,借助“私人”的话语风格,使那些突出的、与公共政策或公众集体利益相连接的议题在网络空间的交往中得以讨论和协商,这可以被视为由“私”到“公”推动居民参与的契机^[43]。第四,如何防止社区新媒体“走的太远”?业主微信群为社区传播开辟了新路径,为居民社区参与带来了制度化的空间。但“过度参与”现象也时有发生,如何防止其过度对抗为基层社会稳定带来隐忧,有必要继续关注和探索。

当前我国城市社区普遍存在着参与不足、归属感不强的问题,多元主体共同参与社区治理的格局尚未真正形成,居民的离散化、原子化状态普遍存在,公共性缺失成为制约社区建设的重要因素,本研究正是希望通过社区层面微观公共领域的研究,对此类问题展开回应。

参考文献:

- [1] 郑杭生,黄家亮.论我国社区治理的双重困境与创新之维——基于北京市社区管理体制改革的分析.东岳论丛,2012,1:23-29.
- [2] 付诚,王一.公民参与社区治理的现实困境及对策.社会科学战线,2014,11:207-214.
- [3] 王斌,古俊生.参与、赋权与连结性行动:社区媒介的中国语境和理论意涵.国际新闻界,2014,3:92-108.
- [4] F. J. Berrigan. Access: Some Western Models of Community Media. Paris: UNESCO,1977.
- [5] F. J. Berrigan. Community Communications: The Role of Community Media in Development. Paris: UNESCO,1979.
- [6] K. Hoeley. Community Media Studies: An Overview. Sociology Compass,2013,10(7):818-828.
- [7] A. Williams, D. Harte, J. Turner. The Value of UK Hyperlocal Community News. Digital Journalism,2015,5(3):680-703.
- [8] B. Reader, J. A. Hatcher. Foundations of Community Journalism. California: SAGE Publications,2012.
- [9] N. Shcherbakova, M. Shepherd. Community Pharmacists, Internet and Social Media: An Empirical Investigation. Research in Social & Administrative Pharmacy, 2014,10(6):75-87.
- [10] K. Ognyanova, N. Chen, S. J. Ball-Rokeach et al. Online Participation in a Community Context: Civic Engagement and Connections to Local Communication Resources. International Journal of Communication,2013,7(1):2433-2456.
- [11] K. A. Hodge. Networked Neighborhood: Hyperlocal Media and Community Engagement in Columbia Heights. A Doctoral Thesis of Georgetown University, Washington D. C,2011.
- [12] 张雅丽,劳洁.网络论坛中的协商民主——来自德加社区的实践.中共浙江省委党校学报,2005,5:44-49.

- [13] 李海金. 城市社区治理中的公共参与——以武汉市 W 社区论坛为例. 中州学刊, 2009, 4: 104-108.
- [14] 李潇, 王道勇. 城市社区治理中的网络参与问题分析——基于上海市 X 社区的个案研究. 科学社会主义, 2013, 4: 120-122.
- [15] 王斌. 基于新媒体的基层治理创新路径: 以城市社区为考察对象. 暨南学报(哲学社会科学版), 2016, 6: 99-106.
- [16] 谢静, 曾丽娇. 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, 2009, 4: 91-96.
- [17] 张治安, 范华, 刘莹. 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, 2015, 3: 111-119.
- [18] 陈华珊. 虚拟社会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, 2015, 5: 101-121.
- [19] 闵学勤, 王友俊. 移动互联网时代的在线协商治理——以社区微信群为例. 江苏行政学院学报, 2017, 5: 103-108.
- [20] 宋道雷. 阶级地域化: 基层社会的重构及其对国家治理的挑战. 南京社会科学, 2017, 2: 74-82.
- [21] 汪晖. 去政治化的政治与大众传媒的公共性. 甘肃社会科学, 2006, 4: 235-248.
- [22] 南茜·弗雷泽. 正义的中断——对“后社会主义”状况的批判性反思. 于海青译. 上海: 上海人民出版社, 2009: 216.
- [23] 罗伯特·达尔. 多元主义民主的困境: 自治与控制. 周军华译. 长春: 吉林人民出版社, 2011: 12.
- [24] A. Fung. Minipublics: Deliberative Designs and Their Consequences. Deliberation, Participation and Democracy. S. W. Rosenberg. London: Palgrave Macmillan, 2007: 159-183.
- [25] 詹姆斯·博曼. 公共协商: 多元主义、复杂性与民主. 黄相怀译. 北京: 中央编译出版社, 2006: 6-7.
- [26] 张菊枝, 夏建中. 微观公共领域与中国社区自治实践. 学术交流, 2011, 7: 130-135.
- [27] P. Dahlgren. Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and Media. London: Sage, 1995: 72; 142-160.
- [28] 尹连根. 结构、再现、互动: 微博的公共领域表征. 新闻大学, 2013, 2: 60-68.
- [29] 孙信茹. 微信的“书写”与“勾连”——对一个普米族村民微信群的考察. 新闻与传播研究, 2016, 10: 6-24.
- [30] 肖荣春. 微信群的“社会互助”与“故事讲述”——一项基于美国华人社区微信群探索性研究. 新闻与传播研究, 2018, 1: 66-83.
- [31] 牛耀红. 建构乡村内生秩序的数字“社区公共领域”——一个西部乡村的移动互联网实践. 新闻与传播研究, 2018, 4: 39-58.
- [32] 禹卫华. 微信群的传播分析: 节点、文本与社交网络——以三个校园微信群为例. 新闻记者, 2016, 10: 61-65.
- [33] 卞娜. 大学生微信群的人际传播研究——以北京某高校为例. 中国社会科学院研究生学报, 2015, 3: 138-144.
- [34] 黄京华, 常宁. 新媒体环境下沉默螺旋理论的复杂表现. 现代传播, 2014, 6: 109-114.
- [35] S. Bentivegna. Rethinking Politics in the World of ICTs. European Journal of Communication, 2006, 21(3): 331-343.
- [36] 郑杭生, 黄家亮. 论我国社区治理的双重困境与创新之维. 东岳论丛, 2012, 1: 23-29.
- [37] 喻国明, 马慧. 互联网时代的新权力范式: “关系赋权”——“连接一切”场景下的社会关系的重组与权力格局的变迁. 国际新闻界, 2016, 10: 6-27.
- [38] 孙黎. 电子书写式言谈与熟人圈的公共性重构——从“微信”出发的一种互联网文化分析. 国际新闻界, 2016, 5: 6-20.
- [39] 李道胜. 自媒体要不要许可? ——互联网信息服务管理的相关政策与法规解读. 新闻记者, 2016, 3: 76-79.
- [40] 王斌. 基于新媒体的基层治理创新路径: 以城市社区为考察对象. 暨南学报(哲学社会科学版), 2016, 6: 99-106.
- [41] 潘忠党. 传媒的公共性与中国传媒改革的再起步. 传播与社会学刊, 2008, 6: 1-16.
- [42] 邵春霞, 彭勃. 国家治理能力与公共领域的合法性功能——论国家权力与社会结构的相互联结. 南京社会科学, 2014, 8: 67-72.
- [43] 黄锐. 城市社区治理中的公共性构筑. 人文杂志, 2015, 4: 116-120.

Online Mini-publics Promotes Urban Community Participation ——An Empirical Study of a Owners' WeChat Group

Yu Miao (Qingdao University of Technology)

Abstract: Owner's WeChat group is the embodiment of the abstract concept of the public domain, and it is also a new space for the grassroots community to negotiate democracy. This study takes residents' community participation as the entry point, and takes the community's new medium, the owner's WeChat group, as the object, and draws on the theoretical perspective of the micro-public domain, with the Dahlgren media publicity three-dimensional theory as the specific framework. From the three levels of structure, representation and interaction, the publicity representation of the WeChat group of H community owners was investigated, in order to observe its role in promoting residents' participation and promoting community autonomy. The study finds that the WeChat group has provided a platform for residents to participate in community affairs. The participants have discussed and negotiated issues related to community public affairs and owners' interests, and formed consensus on the basis of multiple expressions to achieve community-level information, and built the community consciousness. Taking the WeChat group as the platform, the participants and the participants and the community's main body interact online and offline. This interaction reflects the new media of the community from personal empowerment, community empowerment to the political system empowerment. The process of empowerment promotes the transfer of power from the grassroots government to ordinary residents and communities, realizing the expansion of the public domain boundary, and further promoting the community participation of residents. The combination of the development of communication technology and the actual needs of national community governance in specific situations constitutes the foundation of the micro-public domain of the community-based WeChat group. As a grassroots media for residents to organize and encourage participation, although the WeChat group has weak in strength, but its development breaks the boundaries between the community and the society in the community, promotes community participation, promotes self-management and self-service, and improves diversity, ameliorates the community governance pattern in which the main body participates.

Key Words: community participation; community new media; mini-publics; owner's WeChat group

■收稿日期:2018-10-19

■作者单位:于淼,青岛理工大学人文与外国语学院、青岛理工大学新媒体传播研究所;山东青岛 266033

■责任编辑:汪晓清