

城市新移民的传播形态与社区归属感

——以武汉市为例的经验研究

□ 张明新 杨梅 周煜

一、引言

新移民(new immigration)是当今我国都市社会的新兴群体。“城市新移民”是20世纪80年代我国改革开放以来,尤其是1992年邓小平南巡讲话发表后,通过正式或非正式途径实现自我或家庭的区域性迁移,已在移居城市获得相对稳定的工作和住所,且具有长期定居意愿的群体;他们主要包括3类:(1)拥有农村户籍的原农村居民,即农民工,是城市新移民的主要构成部分,(2)拥有城市户籍但来自其他城市的居民,(3)来自外地的大学毕业生,近年来此类新移民数量日益增多。从“城市新移民”的现实生活状况看,他们已经明显分化,分布在城市不同的职业地位和收入阶层中(童星、马西恒,2008)。至于“城市新移民”的概念渊源,知名社会学家郑杭生(2005)先生指出:“新移民”的称谓,是因为“按照国际上外来人口定居一定时期后即视为移民的惯例,我们把他们称为‘城市新移民’。”

随着我国各地城市化进程的日渐深入,新移民在城市人口中所占比重愈来愈大。据统计,新移民已占部分城市常住人口的25%到近70%。如北京的新移民占常住人口的25%左右,深圳的新移民接近常住人口的67%,上海占1/3上下。然而,迄今为止,学界对城市新移民的研究还远远不够。这首先体现在概念表述上,对于“城市新移民”的概念界定到底为何尚不统一。譬如,有的社会学家将“城市流动人口”视为城市新移民的等同概念,而所谓城市流动人口,则是指农民工(如朱力,2003)。再如,“新移民”的“新”所指为何也没有统一标准,到底是以1978年改革开放为界还是1992年邓小平南巡讲话为界?也不完全明确。

在当前我国学界,城市新移民作为一个新兴的研究议题,尚未受到研究者的切实关注。政治学和社会学者,主要从政治/社会排斥、社会/文化认同、社区/社会融合等角度切入(如童星、马西恒,2008;张文宏、雷开春,2008等),“传播”(communication)作为一个考察城市新移民社会和心理状态的重要因素,在相当程度上被研究者们忽略了。于城市新移民而言,他们如何融入当地城市的文化/社会生活经验,传播的因素无疑不容忽视。实际上,在西方社会学的研究传统中,传播与社会/社区的关系历来是社会科学研究的重要议题。有鉴于此,考察城市新移民传播层面的诸种问题,兼具理论与实践层面价值。本研究拟通过对城市新移民的大众和人际传播渠道接触、社区传播行为环境评价、传播媒体内容(移居城市)关注度、人际传播网络等变量的考察,揭示新移民群体(包括白领移民和底层移民)和城市本地居民之间在上述层面的潜在差异。

其次,“社区归属感”(community attachment)作为社区/社会形成的纽带,是城市和谐稳定发展的基础,在当今我国城市化水平不断提升的当下具有重要意义。众所周知,唯有基于城市

居民的城市/社区归属感这一纽带,方可形成类似于迪尔凯姆所谓的“有机团结”,或者滕尼斯所言的“社区共同体”(齐心,2007)。社会成员的归属感被认为是社区/社会的最本质特征,离开了成员的归属感,城市社区的地域性和群体性将毫无意义。然而,我国城市社会的现实情形是,自从20世纪90年代社区建设开始兴起至今,社区归属感淡薄被认为是我国城市社区生活中的一个普遍现象(如岑颖、凌文铨、方俐珞,2004)。那么,作为非本地居民的城市新移民,他们对所移居城市归属感的认知现状如何?这有待通过实证性的调查研究给出确切的答案。

再次,在社会理论研究的历史传统中,素来突出传播因素在个人与社区联结中的重要性。芝加哥学派的社会学者尤其将人类社会视为“传播的结果”(the outcome of human communication)。那么,传播作为影响社会/社区形成与维持的重要因素,在城市新移民的归属感知中到底起着何种作用?这亦是本研究有待回答的重要问题。特别的,本文将检视可能影响城市新移民社区归属感的“传播形态”(communication patterns)因素,在城市公共政策实践层面为和谐都市社区构建及增进新移民的归属感提供建议。

二、文献综述

当今社会是一个“媒介化社会”,人们通过各种传播媒体(尤其是大众传媒)所构建的媒介环境感知社会现实并做出行为反应。随着各种新兴传播媒介技术的发展,当今“传媒转型”(media transformation)的态势已然出现,包括大众传播、人际沟通和互联网等各种信息传播新技术在内的多种传播媒介正在逐步构成人们所处的媒介环境。在日常生活经验中,人们通过各种传播媒体获取外界信息,或者与他人相互联系。简言之,在传播技术迅猛发展的背景下,人类沟通方式逐步多样化,传播环境日益复杂化。由此,人们通过各种方式进行沟通的现象,亦即“传播形态”或“传播方式”(communication patterns)日益成为学者们关注的焦点。不可否认,近几年来在传播研究领域,学者们对于人们如何通过各种传播渠道(包括大众的、人际的、组织的、社区的、群体的等)传递和接受重大新闻、小道消息甚至谣言等,以及通过手机短信、彩信和互联网(包括网站、博客、MSN、OICQ、BBS等各种手段)生成与聚合舆论,甚至引发集体行动(collective action)等现象的研究,愈来愈产生浓烈的兴趣。

知名传播学者桑德拉·鲍尔-洛基奇(Sandra Ball-Rokeach)所倡导的“传播基础结构论”(communication infrastructure theory)正是对上述现象予以深入研究的理论解释。桑德拉·鲍尔-洛基奇认为,今日的传播学者更有必要从传播生态的视角深入到人们的日常沟通环境中考察媒介与人的关系。桑德拉·鲍尔-洛基奇在基于洛杉矶大型实证研究的基础上,从生态学架构的视角指出,“传播基础结构”是置于传播行动背景下的趣闻轶事等传播网络,即人们生活经验的传播与沟通网络,它包括人、传媒和基础组织创造和传播的日常谈话和趣闻轶事,以及居住地所拥有的促进邻里传播的资源,即传播行动的环境,包括公园、安全的街道、图书馆、学校等(Ball-Rokeach, et al., 2001; Kim & Ball-Rokeach, 2006a; Kim & Ball-Rokeach, 2006b)。传播基础结构论试图从受众—媒介—社会的关系中探寻传播与群体生活、传媒(与其他传播)系统与个人/团体/组织和其他社会系统的关系、人类谋求有效生存与发展兴旺的基本目标与有效的传播系统的关系以及社区吸引力与有效的传播系统的关系,等(张咏华,2005)。

由于文化的差异、初到迁入地社会沟通网络的缺乏以及个人谋生手段的改变,移民在迁入地一般会经历一个由冲突到整合的过程,即“社会融合”(social inclusion)的过程,这一概念被界定为个体和个体之间、不同群体之间、或不同文化之间互相配合、互相适应的过程(任远、邬民乐,2006)。如果将传播视为社会融合过程中的重要影响因素,毫无疑问,城市新移民的传播形态问题,理应成为研究新移民社会融合(当然也可认为包括社会排斥、社会支持、社会适应性等相关问题)的要素之一(如张文宏、雷开春,2008;童星、马西恒,2008;景志铮、郭虹,

2007 等)。诸多既有的理论和经验研究揭示出移民人口的社会融合包括多个层面,一般被归结为以下 3 个:经济层面、社会层面、心理或文化层面(田凯,1995;朱力,2002)。社会融合的经济、社会和心理或文化层面是依次递进的:经济层面的适应是立足城市的基础;社会层面是城市生活的进一步要求,反映的是融入城市生活的广度;心理层面的适应是属于精神上的,反映的是参与城市生活的深度,只有心理和文化的适应,才能使移民(流动人口)完全融入于城市社会(朱力,2002)。

随着社会的发展,我国城市移民的比例不仅将愈来愈大,而且未来人们在某个城市终生生活的可能性较之以往已大为降低。那么,移民是将所移居的城市视为心灵上的家园,还是仅仅作为匆匆路过的人生驿站?或者说,在上述的心理/文化层面,移民在多大程度上自认为已融入当地城市?在理论层面,我们可以采用新移民所感知的“归属感”(attachment)的高低来表征他们在所移居城市社会融合的程度。一般来看,移民对所移居的城市归属感,主要来自于其对所在社区的归属感。

社会学家普遍认为,“社区归属感”是影响社区/城市存在和发展的重要因素,是社区的最本质特征。所谓社区归属感,是指社区居民把自己归入某一地域人群集合体的心理状态,这种心理既有对自己社区身份的确认,也带有个体的感情色彩,主要包括对社区的投入、喜爱和依恋等情感(吴铎、丘士杰等,1991, p. 361)。现代都市居民对所在社区是否拥有归属感,是衡量都市“心理社区”是否消亡的主要尺度。对于城市新移民而言,研究他们的社区归属感相对于本地居民具有更重要的意义。

作为社区研究的重要内容,社会学者对社区归属感的探讨最初见于 1887 年德国学者藤尼斯出版的《社区与社会》一书。早期关于社区归属感的研究多与社区心理研究融为一体,如帕克(R. E. Park)对“社区兴趣”、伯吉斯(E. W. Burgess)对“社区意识”的描述。20 世纪 20 到 30 年代,美国芝加哥学派着重研究影响社区归属感的城市化作用力因素。帕克曾指出,交通的发展和广泛的信息交流对社区归属感具有负面影响。此后大量有关社区归属感的研究,在朝向概念逐渐精细化方向发展的同时,也致力于社区归属感的相关理论建构,譬如探讨社区归属感的影响因素,以及社区归属感与媒介使用、社区参与、社会资本、社会支持网络、政治参与等概念之间的关系及其生发机制等(如 Wirth, 1938; Edelstein & Larsen, 1960; Bogart & Orenstein, 1965; Janowitz, 1967; Kasarda & Janowitz, 1974; Stamm & Weiss, 1986; Brehm, Eisenhauer & Krannich, 2001)。

国内学界对社区归属感的专门研究,迄今为止尚不多见。较早的是 1989 年有关香港和广州两地市民社区归属感的比较研究(丘海雄, 1989),以及 1996 年有关天津市城市居民社区归属感的实证研究(包晓霞, 1997)。这两项研究皆借助于美国知名社会学家 Kasarda 和 Janowitz 所倡导的“系统模式”(systemic model),研究我国城市居民的社区归属感。此后的研究,包括对三峡外迁移民社区归属感的调查(汪雁、风笑天、朱玲怡, 2001),以及对部分城市居民社区归属感的经验研究(如苗艳梅, 2001)等,大多以概念演绎为特征,定性思考多于定量分析,主要关注对象为城市本地居民的社区归属感,而忽略了对城市新移民的探讨。

对社区归属感影响因素的研究,素来是社会学家感兴趣的话题。20 世纪上半叶, Wirth (1938)曾指出,人口规模、居住密度和社会多元化与社区归属感高度相关,这一模式被 Kasarda 和 Janowitz (1974)称为所谓的社区归属感“线性发展模式”(linear development model)。基于既有的文献, Kasarda 和 Janowitz 提出社区归属感研究的“系统模式”(systemic model),且通过实证数据予以了证实。系统模式强调以个人为分析单位的数据,如个人在社区居住时间、社会地位、亲友关系等与社区归属感的关联(Kasarda & Janowitz, 1974)。目前,系统模式已被西方学者广泛采用。以个人为单位被认为是测量社区归属感的最恰当方法,自此开辟了研究社区归属感的新领域和新视角。遵循系统模式的基本思路,此后大量研究(如 Stamm & Weiss, 1986; Rothenbuhler, Mullen, DeLaurell & Ryu, 1996)指出,影响居民社区归属感的因素是多方面

的,但可被归纳为以下6类:(1)人口学变量,包括年龄、性别、婚姻状态、家庭规模等一系列关于个人事实的变项,(2)居民的社会经济地位,主要指经济收入和教育程度,(3)居民在社区内的居住时间,(4)居民在社区内的社会关系,(5)居民的社会参与程度,(6)居民的社区满意度。不过,在具体的情境下,上述变量并不一定对受访者社区归属感的认知同时产生显著影响。

传播(媒体)对于个人社区归属感知的影响,亦是研究者历来所关注的议题。20世纪20年代,芝加哥学派的社会学者帕克(R. E. Park)、伯吉斯(E. W. Burgess)、麦肯齐(R. D. McKenzie)等认为社会生活的可能性取决于人们传播和沟通的能力,其意义不亚于人们对自然资源的利用能力(Park, Burgess & McKenzie, 1925)。循着这一思路,学者们坚持认为,传播活动,尤其是对于公共传播媒介的使用,对于增进和维持人们社区生活中的归属感和参与行为至关重要。反过来,社区归属感和社区参与被认为对于维持民主的公民社会意义重大(Rothenbuhler, Mullen, DeLaurell & Ryu, 1996)。

媒介接触被认为是个人介入社会过程(social process)的重要行为。既有研究发现媒介使用往往和知识获取、社会参与、政治参与以及社会资本等有关(McLeod, Daily et al., 1996)。这一思路亦延伸至对人们社区意识的研究,发现报纸阅读与人们对所在社区的认知、情感和参与行为有重要关联。譬如Janowitz(1967)在芝加哥地区的研究发现,阅读刊载当地新闻报纸的受访者,拥有更强烈的邻里认同感,以及和邻里有着更强的联结关系。在Janowitz之后,大量相关研究(Bogart & Orenstein, 1965; Edelman & Larsen, 1960; Stamm & Weiss, 1986; Stamm, Emig & Hesse, 1997)发现,更多阅读本地报纸的受访者,往往具有如下特征:(1)更有可能居住在这一社区(如居住时间更长、在本社区拥有属于自己的房子),(2)在本社区更积极的从事各种活动(如工作、购买商品、送孩子上学、去教堂祷告、参加当地社区的组织活动等),(3)对社区更为依恋,或者说认同度更高,(4)对本地社区的归属感和认同感,反过来强化了人们对于有关本地社区新闻事件的兴趣,以及对本地社区新闻中反映社区整合而不是冲突(除非是本地与外部社区的冲突)新闻的关注。

另外,“社区联结过程结构化模型”(structural models of the community affiliation process)也指出,人际传播、报纸阅读和当地电视新闻收看,有助于增加人们对本地问题的关注(包括信念和态度),并由此增强人们在该社区继续生活的意愿(Jeffres, Dobos & Sweeney, 1987; McLeod, Scheufele & Moy, 1999)。还有研究者将社区归属感置于分析框架的起始位置,其后是使用当地媒介的意愿,后者有助于增加有关当地社区的知识以及形成积极的态度和意见(Becker & Fredin, 1987)。Rothenbuhler及其同事的研究则表明,人们的报纸阅读对个人—社区联结的两个维度,即社区归属感和社区参与,皆有正面影响;但人们的电视新闻收看对两者皆无显著影响(Rothenbuhler, Mullen, DeLaurell & Ryu, 1996)。

以“传播基础结构论”作为探讨人—传播—社会关系的基本思路,本研究以“传播形态”作为传播基础结构的直接表征,借助于所采集的一手数据分析传播因素对于城市新移民社区归属感的可能影响。具体而言,传播形态变量包括以下4个:(1)传播媒介接触,(2)传播行为环境评价,(3)传播媒介内容(对所移居城市)关注度,(4)社区人际沟通网络。至于上文所述的可能影响人们社区归属感的因素,包括人口学变量、社会经济地位、在社区内的居住时间、社会参与程度等,将作为无关变量被控制起来;而可能影响社区归属感的另外两个变量,“社区内的社会关系”和“社区满意度”,在本研究将被转化为传播基础结构中的相关变量,对应着“社区人际网络”和“传播行为环境评价”。

城市新移民不仅包括大量位于社会底层的农民工,亦有成千上万的白领移民,这是不争的现实。然而,国内学者对于城市白领移民的研究尚不可见。正如知名社会学者张文宏等(2008)所指出的,城市新移民中的白领阶层是实施人才资源强国战略和扩大中等收入者比重的中坚力量,对移入城市的经济与社会发展做出了巨大贡献。那么,同为城市新移民的白领移

民和底层移民,他们在融入所移居城市的过程中,其传播的形态如何?两个群体之间是否存在差异?上述传播形态变量是否影响到他们的社区归属感?在此基础上,本研究结合上述文献综述进一步提出的研究问题和研究假设为:

RQ:底层移民、白领移民和本地居民三个群体在传播媒介接触、传播行为环境评价、媒介内容(所移居城市)关注度和社区人际网络共4个传播形态指标上是否存在显著差异?

H1:接触传播媒介频度更高的移民,对所在城市社区的归属感更强;

H2:所处传播行为环境更好的移民,对所在城市社区的归属感更强;

H3:更关注媒体上城市相关信息的移民,对所在城市社区的归属感更强;

H4:拥有更大社区人际沟通网络的移民,对所在城市社区的归属感更强。

三、研究方法

(一) 抽样与调查实施

研究采用问卷调查法采集数据,具体调查地点选择在武汉市城区。武汉作为一个典型中部大省的省会城市,为九省通衢的枢纽。该市拥有接近1000万城市常住人口,其中移民数量极为庞大,尽管当前没有权威统计数据,但初步估计亦不下300万。近年来,武汉的城市流动人口不论是在规模还是频率上皆在增加,城市人群的阶层分化愈加明显,不同社会群体的利益诉求更为彰显,城市社会发展的多样化态势在武汉体现得尤为明显。

数据采集于2009年5月10~20日进行。考虑到实施入户问卷调查难度较大,通过对武汉市城区的大中小学和幼儿园进行分析,研究者选择了5所学生家庭背景较为多样化的学校(小学2所,中学2所,大专1所),及2所幼儿园。调查员通过在上述7所学校和幼儿园中以班级为单位,实施整群抽样,分别抽取40~70名学生,由班主任或辅导员分发给被抽中的学生,请学生将问卷带回家,随机邀请父母、祖父母或者叔叔、阿姨等长辈中任意1人填写后带回学校,然后交还给负责发放问卷的老师集中回收。研究者在上述学校共发放问卷420份,回收402份,有效回收380份,有效回收率为90.48%。同时,为了平衡受访者的年龄、性别和职业比例,研究还通过专业性的网络调查平台“问卷星”在线问卷调查。调查时间为2009年5月18~28日。共得到答卷116份,其中有效问卷为80份。由此,调查所得的有效问卷总数为460份。460位受访者来自居住于武汉市城区48个不同的小区,其基本人口学信息如表1所示。

表1 受访者人口统计学变量描述

指标	频数(%)	指标	频数(%)
性别(N=451)		婚姻状态(N=436)	
男	197(43.7)	有配偶	370(84.9)
女	254(56.3)	无配偶	66(15.1)
年龄(N=449)		教育程度(N=452)	
30岁以下	75(16.7)	小学及以下	2(0.4)
31~40岁	184(41.0)	初中	56(12.4)
41~50岁	163(36.3)	高中/中专	96(21.2)
50岁以上	27(6.0)	大专	81(17.9)
个人月收入(N=405)		大学本科	186(41.2)
无收入	15(3.7)	研究生及以上	31(6.9)
1~1000元	76(18.8)	在武汉居住时间(N=447)	
1001~2000元	207(51.1)	10年以下	91(20.4)
2001~3000元	84(20.7)	11~30年	174(38.9)
3000元以上	23(5.7)	30年以上	182(40.7)

受访者的平均年龄为 38.78 岁(标准差为 8.45),个人月收入的均值为 1 893 元(标准差为 1 032)。受访者在武汉居住的平均年限为 26.08 年(标准差为 15.08),居住在现小区的平均年限为 9.74 年(标准差为 9.49)。

本研究主要是对城市社会白领移民、底层移民和本地居民三个群体传播形态和社区归属感的比较研究,分析传播形态变量对社区归属感认知的可能影响。“白领移民”被操作化为在 20 年之内移民到武汉市城区,月收入在 2 000 元及以上的市民;而“底层移民”指在近 20 年之内移民到武汉市城区,月收入在 2 000 元以下的市民;本地居民指在武汉生活了 20 年以上,或者虽然年龄较小(20 岁以下),但自 5 岁开始即已生活在武汉市区的市民。本研究对这三个群体的界定,主要是考虑到“新移民”的内涵,即突出 1992 年邓小平南巡后构建市场经济体制的历史背景。在本研究所获得的由 460 位受访者组成的样本中,92 人(有效百分比为 20.8%)为底层移民,86 人(19.4%)为白领移民,265 位(59.8%)为本地居民,其余 17 人不详。

(二) 变量测量

控制变量包括人口学变量、社会经济地位、在现社区内的居住时间和社会参与程度。人口学变量包括性别、年龄和婚姻状态。社会经济地位包括两个指标:个人月收入和受教育程度。上述变量的基本情况已在表 1 中予以了描述。社会参与程度,鉴于本研究关注的为社区归属感,因此被置换为“社区参与意愿”,为测量后者,受访者被问及如下两个问题(参见桂勇、黄荣贵,2008):(1)“如果小区一个公共项目不直接对您有利,您是否会为此付出时间?”(2)“如果小区一个公共项目不直接对您有利,您是否会为此付出金钱?”结果表明,分别有 63.7% 和 57.4% 的受访者对这两个问题给予了正面的回答。该量表测量的总体信度是 $\alpha = 0.67$ ($N = 452$)。

本研究中的自变量包括以下 4 个:媒体接触频度、传播行为环境评价、媒体内容(对所移居城市)关注度、社区人际网络;因变量为社区归属感。各个变量测量的方法为:

媒体接触频度。询问受访者对各种传播渠道的接触频度,包括报纸、电视、广播、杂志、互联网站、网络论坛和朋友/同事共 7 种。受访者对各种传播渠道的接触以报纸为最高(5.60),其次是电视(5.21)和朋友/同事(5.17),再次是网站(5.03),杂志(4.69),最后是网络论坛(3.93)和广播(3.64)。这表明互联网这一新兴的传播媒介已深刻嵌入人们的传播基础结构之中,成为市民传播系统的一部分。对 7 种传播渠道进行探索性因子分析(exploratory factor analysis, EFA),以主成分分析方法(principal component analysis)提取公共因子(旋转方法为方差最大法,以特征值大于 1 为标准萃取因子),得到 2 个维度,将其分别命名为“大众传播渠道接触”($\alpha = 0.73$, $N = 441$)和“人际传播渠道接触”($\alpha = 0.68$, $N = 428$),两者在 7 点量表上的总体均值分别为 4.78 和 4.70。两个因子共可解释原 7 个指标 60% 的总方差。

传播行为环境评价。考察受访者对于所在社区传播环境的评价,该环境亦即其传播行为所产生的空间和物理背景。包括以下 5 个指标:(1)小区附近的交通、(2)小区附近的街道安全、(3)小区里的公共活动场所/设施、(4)小区里面或附近的医疗服务、(5)在小区中购买各种生活用品的便利程度。受访者对其中的“购买生活用品的便利”评价最高,在 1~7 的量表上为 5.07。对“交通状况”和“街道安全”的评价居于 4~5 之间。对“公共活动场所/设施”和“医疗服务条件”的评价尚未达到中间(=4)水平。因子分析显示这 5 个指标中仅有一个公共因子存在,可解释 49.38% 的总变差;该变量的 Cronbach alpha 系数为 0.74 ($N = 431$)。

媒体内容(城市)关注度。考察受访者对各种传播渠道中有关所居住城市相关信息的关注程度。包括 7 个题项:(1)看到报纸上有关武汉的内容会阅读、(2)看到电视上有关武汉的节目会收看、(3)听到广播上有关武汉的节目会收听、(4)看到杂志上有关武汉的内容会阅读、(5)看到网站上有关武汉的内容会点击、(6)网络论坛上有关武汉的帖子会点击、(7)如果朋友/同事中有人在讲有关武汉的事情会问讲的是什么。受访者对报纸上有关武汉的内容最为

关注(5.64),其次是电视(5.55)、朋友/同事(5.40)和杂志(5.36),再次是网站(5.23)、广播(5.09)和网络论坛(5.00)。探索性因子分析显示在7个指标中仅有1个公共因子存在。该变量测量的信度 $\alpha=0.89(N=402)$,整体均值为5.33。

社区人际网络。该变量考察市民在当前所居社区拥有的人际社会关系网络的大小。包括4个指标:(1)小区里见面会彼此打招呼的邻居数、(2)关系好到可登门拜访的小区居民数、(3)小区内的知心朋友数、(4)小区内的普通朋友数。由于这4个指标所反映的人际关系网络的性质并不完全一样,下文的分析将它们作为4个独立的变量进入回归方程。结果表明,受访者在现在所居社区,平均拥有8.25个可以打招呼的邻居,3.76个可登门拜访的邻居,同时,平均拥有1.51个知心朋友和5.10个普通朋友。9.7%的受访者在自己所居小区没有可以打招呼的邻居,24.9%没有关系好到可登门拜访的邻居,还分别有45.5%和28.4%的受访者在所在小区没有知心朋友和普通朋友。

社区归属感。所借鉴的量表为国内社会学者(如桂勇、黄荣贵,2008)新近发展并接受实证检验的社区社会资本测量量表(其中包括社区归属感)。通过对社区社会资本量表的重复研究,因子分析表明在本研究的样本中,受访者的社区归属感与对社区的信任感密切联系在一起。这并不奇怪,尤其是当部分受访者为城市新移民的情形下。这一变量共包括8个指标:(1)在小区里有家的感觉、(2)喜欢自己所在的小区、(3)当告诉别人我住在哪里时感觉很自豪、(4)如果不得不搬离当前住的小区会很遗憾、(5)大部分小区居民的参与精神很高、(6)对小区里发生的事情很感兴趣、(7)信任居委会、(8)信任业委会。测量的信度 $\alpha=0.91(N=429)$ 。

四、研究发现

(一) 城市新移民与本地居民的传播形态差异

在本研究所关注的传播形态4个变量与受访者所属类别(底层移民、白领移民和本地居民)间采用单因素方差分析,分析结果如下。

如表2所示,城市新移民中的白领移民、底层移民和本地居民在大众传播和人际传播渠道接触上存在显著差异。对于大众传播媒体接触($F=5.284, p=0.005$),这种差异表现为本地居民对大众传播媒体的接触要显著高于底层移民($t=3.09, df=342, p=0.002$)。对于人际传播媒体($F=4.562, p=0.011$),差异体现为本地居民($t=2.95, df=331, p=0.003$)和白领移民($t=2.17, df=164, p=0.031$)皆显著高于底层居民;而本地居民和白领移民对人际传播媒体的接触并无高低之别。

传播行为环境评价的整体均值为4.309,在三个不同的群体之间存在显著差异($F=15.733, p=0.000$)。这种差异主要体现在底层移民和白领移民($t=-4.12, df=169, p=0.000$),以及底层移民和本地居民之间($t=-5.44, df=332, p=0.000$),但在白领移民和本地居民两个群体之间不存在差异。

表2 底层移民、白领移民和本地居民3个传播形态变量的比较

	大众传播渠道接触	人际传播渠道接触	传播行为环境评价	媒体内容(城市)关注度
底层移民	4.489	4.333	3.697	4.815
白领移民	4.693	4.771	4.452	5.353
本地居民	4.932	4.811	4.484	5.513
总体均值	4.791	4.704	4.309	5.337
ANOVA (F)	5.284	4.562	15.733	14.362
ANOVA (Sig.)	0.005	0.011	0.000	0.000

表2的最后一列显示三个群体对各种传播渠道中本地城市相关内容的关注程度存在显著差异($F=14.362, p=0.000$)。在7点李克特量表上,本地居民对传播媒体中本地城市的关注度为5.513,白领移民为5.353,底层移民为4.815,前两个群体皆显著高于底层移民($t=4.56, df=114, p=0.000; t=3.06, df=146, p=0.003$);而在前两个群体之间不存在显著区别。

表3是对三个群体在社区内人际关系网络的比较。在现所居小区内,底层移民平均拥有7.169个见面打招呼的邻居,白领移民为10.986个,本地居民为7.749个。单因素方差分析显示出显著差异($F=4.393, p=0.013$)的存在。显然,这个差异主要来自白领移民见面打招呼的邻居数量要高于底层移民和本地居民。至于关系好到可登门拜访的邻居数量,白领移民(4.821)也高于底层移民(3.337)和本地居民(3.587),但差异并不显著($F=3.787, p=0.084$)。

表3 底层移民、白领移民和本地居民社区人际传播网络的比较

	小区里见面打招呼的邻居数量	关系好到可登门拜访的小区居民数量	小区内的知心朋友数量	小区内的普通朋友数量
底层移民	7.169	3.337	1.714	5.275
白领移民	10.986	4.821	1.541	4.775
本地居民	7.749	3.589	1.409	5.086
总体均值	8.280	3.787	1.503	5.067
ANOVA (F)	4.393	2.495	0.738	0.074
ANOVA (Sig.)	0.013	0.084	0.479	0.928

另外两个体现社区内人际关系网络的指标,小区内拥有的知心朋友数量和小区内的普通朋友数量,三个群体间并未体现出显著差异;但在直观上,底层移民的数量稍多,这似乎从另一个层面表现出底层移民的整体社会交往圈可能要比白领移民和本地居民的小一些。

综合上述分析结果可知,在本文所考察的传播形态变量中,传播媒体接触、传播行为环境评价和媒体内容(城市)关注度3个变量,本地居民和白领移民不存在任何差别,但这两个群体相对于底层移民而言,在这3个变量上的得分要高。至于在社区人际沟通网络的4个指标上,唯一的显著差异是白领移民拥有更多的小区里见面打招呼邻居数。这些结果表明,在传播形态层面,白领移民和本地居民具有高度相似性,而底层移民和这两个群体之间存在着不容忽视的显著差异。

(二) 城市新移民与本地居民的社区归属感:差异及影响机制

在7级李克特量表上,底层移民、白领移民和本地居民三个群体社区归属感的均值分别为4.067,4.252,4.439,单因素方差分析表明三者间存在显著差异($F=3.267, p=0.039$)。差异的显著性主要在于底层移民和本地居民之间($t=-2.46, df=333, p=0.014$),至于白领移民和本地居民($t=-1.24, df=324, p=0.217$),以及白领移民和底层移民($t=0.963, df=167, p=0.337$)之间,无显著差异存在。显然,与传播形态层面的差异类似,这表明底层移民与另外两个群体之间在城市心理归属感上存在显著落差;而白领移民在心理归属感上则介于底层移民和本地居民之间。

为了揭示受访者的传播形态因素对其社区归属感的可能影响,在控制住前文所述相关变量后,以4个传播形态变量为自变量,以社区归属感为因变量实施多元线性回归分析,结果如表4所示。

表4 预测三种不同市民群体社区归属感的多元阶层回归分析

	底层移民(标准化 β)	白领移民(标准化 β)	本地居民(标准化 β)
控制变量			
年龄	-.510*	-.298	-.175*
性别(女=0)	-.300*	-.122	-.033
教育程度	.005	-.318*	.108
个人月收入	.193	.082	.075
婚姻状态(未婚=0)	.452*	.346*	.079
在现小区居住年限	.033	-.182	.121
社区参与意愿	-.108	.178	.109
R ² (%)	23.7	11.7	9.7
传播形态变量			
传播行为环境评价	.438**	.660***	.477***
大众传播渠道接触	-.111	-.143	.276**
人际传播渠道接触	-.033	-.040	-.078
媒体内容(城市)关注度	.320**	.342**	.027
社区内打招呼邻居数	-.045	.019	.137
社区内交往邻居数	.023	-.134	-.075
社区内知心朋友数	.333*	-.068	.125
社区内普通朋友数	.161	.244	.062
R ² (%)增加量	40.5	56.8	40.8
最终的R ² (%)	64.2	68.5	50.5

* $p < .10$, * $p < .01$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

表4显示,对于底层移民群体,共有6个变量影响了其社区归属感知,按照影响力的大小分别是年龄($\beta = -.510, p < .05$)、传播行为环境评价($\beta = .438, p < .01$)、婚姻状态($\beta = .452, p < .10$)、社区内知心朋友数($\beta = .333, p < .05$)、媒体内容关注度($\beta = .320, p < .01$)和性别($\beta = -.300, p < .05$)。这些影响的路径可以归纳为:年龄较小、对社区传播行为环境评价更高、已婚、社区内知心朋友多、对媒体上城市关注度更高,以及女性的底层移民受访者,他们的社区归属感更强。在排除了被控制住的变量外,还有3个传播形态层面的变量对受访者的社区归属感有显著影响,即传播行为环境评价、社区内知心朋友数和媒体内容关注度。这三个自变量可解释因变量40.5%的总方差。

至于白领移民,影响这一群体社区归属感知因素略有不同,按照影响力的大小分别为:传播行为环境($\beta = .660, p < .001$)、婚姻状态($\beta = .346, p < .05$)、媒体内容关注度($\beta = .342, p < .01$)和教育程度($\beta = -.318, p < .05$)。不考虑控制变量,共有2个传播形态层面的因素。具体的影响路径为:对于社区传播行为环境评价更高、已婚的、对媒体中所在城市更为关注以及教育程度低的移民,社区归属感更强。其中,第一和第三个变量为本研究所关注的传播形态层面的因素。

最后是本地居民。共有3个因素显著影响到其感知的社区归属感。传播行为环境评价($\beta = .477, p < .001$)、大众媒体接触($\beta = .276, p < .01$)和年龄($\beta = -.175, p < .10$),其中前两个变量为传播的因素,它们对社区归属感的影响是正向的,但年龄这一因素的影响是负面的,且并不严格显著。

上文的分析结果表明在底层移民、白领移民和本地居民三个群体,对他们社区归属感的影响因素有着一定差异。唯一一个对三个群体社区归属感皆有强大影响力的变量为社区传播行为环境评价,另外还有3个变量对其中的一个或两个群体社区归属感知有着显著影响,分别是媒体内容(城市)关注度、大众传播渠道接触和社区内知心朋友数。从整体情形看,三个模

型中传播形态层面4个变量的解释力极高,可解释三个群体社区归属感40%甚至超过一半的总方差。就上文所提出的4个研究假设来看,H1未得到证实,但在本地居民群体得到部分证实;H2在三个群体中皆得到证实;H3亦得到经验数据的有力支持,但它不适用于本地居民群体;至于H4,在底层移民群体得到部分证实。

五、讨论与结论

芝加哥学派的代表学者帕克等曾较早关注到社区中的报纸媒体,将传播行为与城市社会的研究紧密联系在一起(Park, Burgess & McKenzie, 1925)。在媒介高度发达的现代社会,即所谓“媒介化社会”,媒体生态的多元化景象为公众建构起威力巨大的“拟态环境”,这一环境对传播城市文化和塑造市民的心理归属感发挥着重要作用。随着我国城市化进程的不断深入,移民在城市人口中所占比重愈来愈大。城市新移民通过自我或家庭的区域性迁移,在所移入的城市获得相对稳定的工作和住所,且具有长期定居意愿。然而,这一群体是否在经济、社会,尤其在心理/文化层面完全融进移入的城市,进而产生高度的认同与归属感,则是有待研究的新课题。有鉴于此,本文通过对城市新移民的传播形态予以研究,探讨传播因素对新移民城市归属感的影响。

通过对底层移民、白领移民和本地居民三个群体在传播形态层面的4个变量,即:(1)传播媒介接触,(2)传播行为环境评价,(3)传播媒介内容(对所移居城市)关注度,(4)社区人际沟通网络的比较研究,发现白领移民和本地居民具有高度相似性,而底层移民和这两个群体之间皆存在着不容忽视的显著差异。具体情形为,在传播媒体接触、传播行为环境评价和媒体内容(城市)关注度3个变量上,本地居民和白领移民不存在任何差别,但这两个群体相对于底层移民存在显著优势。至于在社区人际沟通网络的4个指标上,唯一的显著差异是白领移民拥有更多的小区内见面打招呼邻居数。这些结论表明,从传播的角度看,城市新移民并非一个整体,白领移民相对于底层移民拥有更强的经济、社会以及心理/文化的适应性。体现在传播资源上,他们更可能居住在拥有更好传播环境的社区,对传播媒体的接触更多,并对媒体中有关所移居城市的相关内容更为关注。白领移民这种融入当地城市的心理状态,与本地居民高度相似。

整体上看,底层移民所拥有的社区归属感要显著低于本地居民;白领移民亦低于本地居民,但这种差异并不显著。这似乎表明,在社区归属感这一指标上,白领移民处于由底层移民到本地居民的中间状态。进一步的多元阶层回归分析揭示出影响上述三个群体社区归属感的具体机制。

首先,本研究证实了人口学变量及社会经济地位变量对社区归属感的显著影响。人口学变量的影响并不意外,但本研究发现教育程度这一直接表征“社会地位”的指标,对白领移民群体归属感有负面影响。这一发现与既有的结论相左。然而,考虑到当前我国社会的现实背景,得到该结论也许并不为怪。处于急剧转型之中的中国社会,近10多年经历了且正在经历着城市化加速推进以及城乡分化进一步加剧、经济发展的同时各类社会矛盾亦更为突出、高等教育扩招但大学生就业难度增大,等等,诸多社会问题可能使得公众产生一定的焦虑感、被剥夺感和不公平感,并可能对未来发展的信心有所不足。这些情绪和心态可能在白领移民这一学历较高但客居他乡的社会群体中显得更为普遍,进而影响到他们对所移入城市的心理归属感。

其次,传播形态层面的2个变量,对城市新移民群体的社区归属感有着显著影响,这与前文的理论期待完全一致。所处传播行为环境更好的移民,其社区归属感更强。实际上,这里的“社区传播行为环境”,与既有文献中“居民的社区满意度”有着高度重叠,前者正是对后者在

传播学层面的阐释,即,将社区环境作为居民在传播行为所发生的背景。对媒体中城市相关内容更关注的移民,对所移入城市的归属感更强。这也与此前有关媒介接触和社区归属感的研究结论相符(如 Janowitz, 1967; Jeffres, Dobos & Sweeney, 1987)。因为对媒体上所移入城市相关内容更为关注的移民,很有可能对社区/城市怀有更深的认同和归属感;而这种归属感和认同感,反过来强化了移民对有关本地新闻事件及其他相关内容的兴趣。这有可能是一个互为因果的过程。

新移民不会因为对大众/人际传播渠道的接触更多而对所移入城市的归属感更强。或许这种接触包括了较为宽泛的内容,实质上能影响移民社区归属感知的是对媒体中城市相关内容的关注度。至于接触大众媒介频度更高的本地居民对所在城市社区的归属感更强,本文的解释是,这可能反映了本地居民的一种生活方式:相对于移民群体,他们可能早已形成了比较固定的接触大众媒介的习惯。

另外,对于底层移民而言,拥有更大社区内知心朋友网络的受访者,对所在城市社区的归属感更强。这在一定程度上也可以理解。相对于本地居民和白领移民而言,底层移民所拥有的文化资本和社会资本相对贫乏;那么,他们的社区/城市归属感可能将更多体现于人际关系网络,尤其是朋友网络。在社区内拥有的知心朋友多,将意味着他们能从社区获得更多的社会支持(social support)(Weiss, 1974; Thoits, 1985; Turner, 1981),这对于提升其社区归属感具有积极意义。

移民对城市的归属感是城市社会和谐发展的基础,亦是形成城市内在精神资产的前提(王晓华、蒋淑君, 2005)。在某种意义上,培育新移民对移入城市的归属感至为重要。二战之后,西方发达国家特别是美国的城市化进程迅速展开。城市化和工业化对传统的、自成一体的社区产生了深刻冲击,造就了城市新的人际关系和群体、组织结构。社会学家因此提出著名的“社区失落论”(community lost theory),认为城市化引起的城市社会生活方式的变革将会动摇甚至摧毁城市社区的存在基础,导致作为地域性生活共同体的社区在城市逐渐没落,结果是社区作为共同生活于特定地域中的人们的彼此依赖和依恋的心理共同体,已不复存在。改革开放之后,城市化和工业化在我国迅速展开;与此同时,越来越频繁的人口流动和高速成长变化的产业对此前相对封闭和稳定的城乡社区都产生了巨大冲击。“高层建筑中互不相识、老死不相往来的邻居成为写照,老居民再也找不到在胡同口与老哥儿喝茶聊天的那份温暖惬意”(王彦辉, 2001)。在此背景下,提升城市新移民群体的心理归属感无疑显得尤为迫切。

社区/城市归属感反映了个人对所在社区/城市的认同以及积极的情感评价。本研究从传播的角度,尤其从传播形态的层面为解释城市新移民的社区归属感提供了有效的理论框架。本研究揭示,改善移民(居民)所在社区的传播行为环境、促进移民对媒体上本地城市相关内容的关注,以及扩大其社会关系网络,有助于提升新移民对城市/社区的心理归属感。依循“人-传播-社会”关系的视角,本研究的上述结论为政府决策部门和社会/社区工作者的社区实践,为人们寻找失落的“家乡感”提供了一种有益的探索、反思与实践路径。

本研究受 2008 年度武汉市社会科学基金项目“传播基础结构与和谐武汉社区构建研究”经费支持,特此鸣谢!

参 考 文 献

- [1] Ball-Rokeach, S. J., Kim, Y. C., & Matei, S. (2001). Storytelling neighborhood: Paths to belonging in diverse urban environments. *Communication Research*, 28(4), 392-428.
- [2] Becker, L. B. & Fredin, E. S. (1987). The Mass Media, Knowledge and Evaluation of Community. Paper presented to the annual meeting of AEJMC, San Antonio, TX.

- [3] Bogart, L., & Orenstein, F. E. (1965). Mass Media and Community Identity in an Interurban Setting. *Journalism Quarterly*, 42(1), 179 - 188.
- [4] Brehm, J. M., Eisenhauer, B. W., & Krannich, R. S. (2001). Dimensions of Community Attachment and Their Relationship to Well-Being in the Amenity-Rich Rural West. *Rural sociology*, 69(3), 405 - 429.
- [5] Edelstein, A. S. & Larsen, O. (1960). The Weekly Press' Contribution to a Sense of Urban Community. *Journalism Quarterly*, 37(3), 489 - 498.
- [6] Janowitz, M. (1967). *The Community Press in an Urban Setting: The Social Elements of Urbanism*. Chicago: University of Chicago Press.
- [7] Jeffres, L. W., Dobos, J., & Sweeney, M. (1987). Communication and Commitment to Community. *Communication Research*, 14(6), 619 - 643.
- [8] Kasarda, J. & Janowitz, M. (1974). Community attachment in mass society. *American Sociological Review*, 39(June), 328 - 339.
- [9] Kim, Y. C., & Ball-Rokeach, S. J. (2006a). Civic engagement from a communication infrastructure perspective. *Communication Theory*, 16(2), 173 - 197.
- [10] Kim, Y. C., & Ball-Rokeach, S. J. (2006b). Neighborhood storytelling resources and civic engagement: A multilevel approach. *Human Communication Research*, 32(4), 411 - 439.
- [11] McLeod, J. M., Scheufele, D. A., & Moy, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political Communication*, 16, 315 - 336.
- [12] McLeod, J. M., Daily, K., Guo, Z., Eveland, W. P., Jr., Bayer, J., Yang, S., et al. (1996). Community integration, local media use and democratic processes. *Communication Research*, 23, 179 - 209.
- [13] Park, R. E., Burgess, E. W., & McKenzie, R. D. (1925). *The City: Suggestions for the Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*. Chicago: University of Chicago Press.
- [14] Rothenbuhler, E. W., Mullen, L. J., DeLaurell, R., & Ryu, C. R. (1996). Communication, community attachment, and involvement. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73(2), 445 - 466.
- [15] Stamm, K. & Weiss, R. (1986). The Newspaper and Community Integration: A Study of Ties to Local Church Community. *Communication Research*, 13(1), 125 - 137.
- [16] Stamm, K. R., Emig, A. G., & Hesse, M. B. (1997). The contribution of local media to community involvement. *Journalism Quarterly*, 74(1), 97 - 107.
- [17] Thoits, P. A. (1985). Social support and psychological well-being: Theoretical possibilities. In I. G. Sarason & B. R. Sarason (Eds.), *Social support: Theory, research and application* (pp. 51 - 72). Boston: Martinus Nijhoff.
- [18] Turner, R. J. (1981). Social support as a contingency in psychological well-being. *Journal of Health and Social Behavior*, 22, 357 - 367.
- [19] Weiss, R. (1974). The provisions of social relationships. In Z. Rubin (Ed.), *Doing unto others* (pp. 17 - 26). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [20] Wirth, L. (1938). *Urbanism as a Way of Life: The City and Contemporary Civilization*. *American Journal of Sociology*, 44, 1 - 24.
- [21] 包晓霞. “落地生根”还是“落叶归根”. *甘肃社会科学*. 1997(6): 54 - 56.
- [22] 岑颖, 凌文铨, 方俐洛. 城市居民社区意识调查. *改革与战略*. 2003(8): 35 - 38.
- [23] 桂勇, 黄荣贵. 社区社会资本测量: 一项基于经验数据的研究. *社会学研究*. 2008(3): 122 - 141.
- [24] 景志铮, 郭虹. 城市新移民的社区融入与社会排斥. *西北人口*. 2007(2): 33 - 36.
- [25] 苗艳梅. 城市居民的社区归属感——对武汉市 504 户居民的调查分析. *青年研究*. 2001(1): 36 - 41.
- [26] 丘海雄. 社区归属感——香港与广州的个案研究. *中山大学学报*. 1989(2): 59 - 64.
- [27] 齐心. 走向有限社区——对一个城市居住小区的社会网络分析. 北京: 首都师范大学出版社. 2007.

- [28] 任远. 邹民乐. 城市流动人口的社会融合:文献述评. 人口研究. 2006(3):87~94.
- [29] 田凯. 关于农民工的城市适应性的调查分析与思考. 社会科学研究. 1995(5):90~95.
- [30] 童星. 马西恒. “敦睦他者”与“化整为零”——城市新移民的社区融合. 社会科学研究. 2008(1):77~83.
- [31] 吴铎、丘士杰、李业甫等编. 中国大百科全书·社会学卷. 北京:中国大百科全书出版社. 1991.
- [32] 王晓华. 蒋淑君. 媒体·家园·和谐社会——报纸接受对深圳移民城市归属认知的影响. 新闻与传播研究. 2005(3):57~65.
- [33] 汪雁. 风笑天. 朱玲怡. 三峡外迁移民的社区归属感研究. 上海社会科学院学术季刊. 2001(2):129~136.
- [34] 王彦辉. 社区建设的“第三条道路”. 华中建筑. 2001(6):9~11.
- [35] 张咏华. 传播基础结构、社区归属感与和谐社会构建. 新闻与传播研究. 2005(2):11~16.
- [36] 张文宏. 雷开春. 城市新移民社会融合的结构、现状与影响因素分析. 社会学研究. 2008(5):117~143.
- [37] 郑杭生. 中国特色社会学理论的探索. 北京:中国人民大学出版社. 2005.
- [38] 朱力. 论农民工阶层的城市适应. 江海学刊. 2002(6):82~88.
- [39] 朱力. 城市新移民:南京市流动人口研究报告. 南京:南京大学出版社. 2003.

University, Taiwan. She long term observes the consumption influence to the society. Her research filed mainly focus on consumer, consumption culture and advertising research.

8. 杜骏飞:南京大学新闻传播学院教授,南京大学人文社会科学高级研究院(IAS)研究员,复旦大学传播与信息研究中心兼职研究员。国家教育部新闻学教学指导委员会委员。

Du Junfei: Professor at the School of Journalism and Communication, Nanjing University, Chief of the Computer-Mediated Communication Research Center, Nanjing University, Doctor in sociology.

9. 夏琼,武汉大学新闻与传播学院,教授,博士,新闻业务

Xia Qiong: School of Journalism and Communication, Wuhan University, professor, Ph. D., Journalism operation.

10. 陈敏利,女,湖南,武汉大学新闻与传播学院在读博士研究生,新闻业务

Chen Minli: School of Journalism and Communication, Wuhan University, Ph. D. Candidate, Journalism operation

11. 张学标:武汉大学新闻与传播学院博士研究生

Zhangxuebiao: PHD. Candidate, School of Journalism & communication, Wuhan University.

12. 严利华:武汉大学新闻与传播学院博士研究生

Yanlihua: PHD. Candidate, School of Journalism & communication, Wuhan University.

13. 赵双阁:河北经贸大学人文学院讲师,武汉大学新闻与传播学院博士生;

Zhao Shuangge: Lecturer, School of Humanities in Hebei University of Economics and Business; Ph. D., Candidate, School of Journalism & Communication in Wuhan University.

14. 强月新:武汉大学新闻与传播学院副院长,教授,博士生导师 Qiang Yuexin: Vice-dean, Professor in School of Journalism & Communication in Wuhan University.

15. 尹瑛:武汉大学新闻与传播学院2007级博士研究生,江西宜春学院讲师

Yin Ying: PH. D. candidate, School of journalism & Communication, Wuhan University; Lecture of Yichun College.

16. 张明新:武汉大学新闻与传播学院讲师,新闻学博士,研究方向为新媒介传播理论、媒介内容生产与媒介使用效果。

Zhang Mingxin: Ph. D., born in Yichang, Hubei Province. Lecturer, School of Journalism & Communication at Wuhan University. Dr. Zhang's research interests focus on new media communication studies, media content production and media effects.

17. 杨梅:湖北省武汉体育学院体育新闻与外语系副教授,文学硕士,主要研究方向:美国体育文学、英语教学、体育情报学。

Yang Mei: M. A., associate professor of Journalism in Department of Sports Journalism & Foreign Languages at Wuhan Institute of Physical Education, Wuhan. Ms. Yang's research interests include American Sports Literature, English Teaching, Sports Informatics.

18. 周煜:武汉大学新闻与传播学院讲师,传播学博士,研究方向为广播电视理论与实务、新媒体、媒介融合。

Zhou Yu: Ph. D., Lecturer of communication, School of Journalism & Communication, Wuhan University. Research interests include theory and practice of radio and television, new media and media convergence.

19. 陈力丹:中国人民大学新闻与社会发展研究中心教授。

Chen Lidan: professor, Center for Journalism and social Development of Renmin University, China.

20. 陈俊妮:中央民族大学新闻传播学院讲师。

关键词:环境风险 民意表达 公众参与 个案分析

The Dilemma and Strategy of the Expression of the Will of People in the Conflict Environmental Issues

—A case study of ‘the Waste Incineration Power Plant in Liulitun Event

Abstract: Based on text analysis and in-depth interviews, this paper made a case study on ‘the Waste Incineration Power Plant in Liulitun Event’, discussing the dilemma and strategy of the expression of the will of people in the conflict environmental issues. The study found that, the inaccessible traditional media didn’t give the equity expression space to the popular while it duplicating the risk discourses of the government. The jammed or invalidation institutionalized tubing of the interests forced the popular to take diversity of means to express their voice. At the same time, the share of the knowledge of risk and the strategy of the expression of their interests which based on the platform of the new media helped them to participate in the policy decision of risk.

Key words: Environmental risk the Expression of the Will of People Public Participation Case Study

城市新移民的传播形态与社区归属感

——以武汉市为例的经验研究

张明新 杨 梅 周 煜

内容提要:随着我国城市化进程的加速,“新移民”逐渐成为城市社会引人注目的人口群体。本文以经验方法研究城市新移民的传播形态及其对该群体社区归属感知的影响。对460位武汉市城区受访者的调查数据显示,城市新移民群体并非一个整体,底层移民的社区归属感显著低于白领移民和本地居民,白领移民则居于另两者之间。在传播形态层面,白领移民和本地居民具有高度相似性,而底层移民和另两个群体皆存在着显著差异。所处传播行为环境更好、对媒体上所移居城市相关内容更为关注的移民拥有更高的社区归属感。依循“人—传播—社会”关系的视角,本研究的结论为政府决策部门和社会/社区工作者的社区实践,以及为新移民寻找失落的“家乡感”提供了一种有益的探索、反思与实践路径。

关键词:城市新移民 社区归属感 媒介 传播网络

Communication Patterns of Urban New Migrants and Their Community Attachment

——The Case of Wuhan City

Abstract: As Chinese urbanization become more and more deeply, new migrants have higher and higher percentage in city population. Adopting an empirical approach, the present article studies urban new migrants’ communication patterns and its potential impact on their community attachment perception. Data from 460 respondents from Wuhan city discovers that bottom migrants’ community attachment is significantly lower than that of white-collar migrants and native dwellers. However, the latter two populations have no significant differences, even though white-collar migrants have lower community attachment perception. As to communication patterns, white-collar migrants is very similar with native dwellers in terms of almost all communicational variables, but bottom migrants is not-significant differences exist when compared with the other two groups. Migrants who have higher evaluations on community communicational environment, and pay more attention upon information related with the city they live, have higher community attachment perception. Following the perspective of

people-communication-society, our results offer helpful methods and strategies for governmental policy-making sectors and community workers to conduct community practices, and for people to seek for the long lost sense of home.

Keywords: urban new migrants, community attachment, media, communication network.

论组织内传播

陈力丹 陈俊妮

内容提要: 本文重点讨论组织内传播。作者认为,组织内的传播不同于一般的人际传播,群体思维和群体压力影响传播的结果;组织内的意见冲突时交流,根据当事者的不同位置考虑,会产生至少四种态度;组织文化带有表演性质,从说同样的套话、唱同一首歌到同样的思维。

关键词: 组织 群体 组织传播 群体思维 群体压力

A Study of Organizational Communication

Abstract: Organizational communication is much different from general interpersonal communication for those characteristics: firstly, the results of communication are influenced by group thinking and group pressure; secondly, there are at least four kinds of attitudes according to parties' own positions when conflict occurs in the organization; thirdly, organizational culture is a kind of dramaturgical action.

Key words: organization group organizational communication group thinking group pressure

制造共识的“世俗传教士”

——乔姆斯基媒介研究探析

王瀚东 文芳

内容提要: 英国哲学家以赛亚·伯林将巴枯宁笔下的“红色官僚”称为“世俗传教士”。乔姆斯基引用这一名称,揭示了资本主义民主宣传制造的假象,以及媒介控制的实质。乔姆斯基认为,企业精英与国家机器出于对共同利益的追求,通过媒体“制造共识”,媒体对语言的夸张、滥用、和曲解则是这种“思想控制”的关键步骤。以因特网为代表的全球媒体是资本主义的新传教士。

关键词: 世俗传教士 制造共识 宣传模式 语言 因特网

The Secular Priesthood Manufacturing Consent:

Noam Chomsky's Media Research

Abstract: Britian philosopher Isaiah Berlin referred to some of the Soviet intellectuals who defended the state religion and the crime of power as “secular priesthood”. Chomsky quoted this term to disclose the illusions made by the democratic propaganda and media control in capitalist countries. He pointed out that the corporate elites and the state managed to “manufacture consent” through media for their own benefits, with the distortion and exaggeration of language as a critical step. As the main form of global media, the internet is regarded as the new priesthood of capitalism.

Key Words: Secular Priesthood Manufacturing Consent Propaganda Model Language Internet