和谐是社区生活的内在需求

建设和谐社区系列评论之一

今日社评

本报评论员 张天蔚

昨夜是公历新年除夕，北京市回龙观社区的居民以一种独特的方式，完成了除旧迎新的仪式：第一届“回龙观新年音乐会”在回龙观中学举办，回龙观社区的居民们，第一次欣赏到历时一个多月征集而来的回龙观“观歌”。

按照马斯洛的“需求理论”衡量，一个社区内的居民能够产生征集一首“观歌”、组织一个乐队、策划一场音乐会的念头，并得以顺利地实现，意味着这个社区的居民已经基本满足了温饱和安全的基础需求，进而产生了相互认同、相互尊重和自我实现等精神层面的高级需求。

或者我们可以从另一个角度分析：能够搬进回龙观等新建社区的居民，其基本的生理需求早已实现，满足精神需求的渴望，在他们搬进回龙观之前就早已存在。因此，“回龙观新年音乐会”的举办，印证的不是这种需求的存在，而是居民们愿意在社区内实现这些需求的热情和能够使这一意愿得到实现的能力。

以往我们总是习惯于用“钢筋水泥丛林”和“老死不相往来”形容我们高不十分习惯的都市社区生活，并以此对照过去那种“鸡犬相闻”的乡居生活。在这样的惯性思维下，人们似乎只能面对一组两难的抉择：蜗居于冷漠的都市，或回归温柔却可能落后的乡里。而对于绝大多数深度依赖都市生活而不打算逃离的市民来说，“两难”又只剩下“一难”，除了忍受孤独、冷漠之外，似乎再无出路。

回龙观居民的“社区建设实践”，在这种暗淡的描述中给出了一个例外，分居于一个个水泥盒子中的人们，其实也可以走出自己的家门，在一个公共空间中实现人与人之间的交流。

回龙观社区的实践并非唯一的特例，与回龙观社区属性相似也同样著名的天通苑社区，就曾经出现了全国首部“社区电影”。这种社区人编社区故事、社区人演社区人物、社区人通过网络免费观看的封闭式创作、封闭式传播，注定其很难具备一般意义上文艺作品的水平和影响，但惟其封闭，才更使其在社区生活中具有其他作品难以替代的作用。在这个封闭式的创作和传播过程中，“我们”作为创作者和观赏者的共同身份，使其作品从创作的初始，就成为社区居民共同的盛事。与此相似的，还有天通苑社区的“社区新闻联播”。这个“戏仿”了著名电视栏目的社区网络新闻节目，开播伊始即被有关部门因“于法无据”而叫停，但它所传达出的社区内部信息沟通的迫切需要，却不能无视，也对有关管理部门提出了新的课题。

回龙观、天通苑等社区居民的努力，或许出于某种被迫：迁居偏远的都市边缘，以往的社会关系被迫疏远，在新的环境中寻求认同、交流、尊重，就成了唯一的选择；另一方面，作为新建大型社区，相同或相似的年龄结构、文化背景，也使回龙观和天通苑社区具备了以信息交流、文化活动为媒介，实现和谐社区建设的条件。但无论如何，回龙观、天通苑社区的实践，都证明了人们从“钢筋水泥丛林”中突围的可能，也证明了“和谐社区”的建设，不是一句外在的口号，而是社区居民内在的真实需求。

与回龙观、天通苑的欢乐祥和不同，美丽园社区业主的维权活动，一度大有跌入“民主闹剧”的不详前景，在居委会、区政府等外部力量的介入下，才重新稳住了局面。即便如此，这个艰难且不太成功的案例，也从另一个方向论证了另一个重要的结论：当一个社区的居民被住房、产权等力量“捆绑”在一起的时候，就必须学会在合理、有效、公认的程序下，通过民主的方式协调各自的利益，以维护共同的利益。此时，和谐已经不仅是理想的高限，甚至是必须达致的底限。

图说天下

既是汽车也是厕所

远看是个绿皮客车，近看是个流动厕所。2006年12月31日，一辆专门用来上厕所的汽车出现在西安市解放路。有了这么个家伙，内急而找不着方便之所的行人们有了救星。事情虽然不大，但这就是大家常说的以人为本吧。如果纷繁复杂的民生问题都能按此思路办理，城市的宜居程度和百姓的幸福感不知道会提高多少。可惜的是，这种“汽车公厕”在西安目前仅有两台，只能用于人流最密集的街道上。难道说，这又是只求宣传效应、不求大量推广的样板工程？老话说得好，送佛送到西，救人救到底，真要做好事，那就不要半途而废。 肖村

年终感言

这一刻我想忘记

又一年过去了。这是每日评论版的第一年，却是我当评论员的第七年。

我的国家在改革的深水区，我在评论的深水区，有着相似的灿烂与艰难。许多个深夜里，面对着刚刚发生的新闻事件，我陷入苦恼的沉思。我总是试图用笨拙的笔触告诉读者，我在新闻的背后看到了什么。有时赞扬，有时忧虑，也因为困惑与不满，他们把这一场壮观的作秀反映到了报社。人们由是得以了解到，地方政府对水污染的治理到底抱着怎样的立场，而又有多少成年人在习惯性的作秀中丧失了责任感。我想象着他们稚气未脱的样子，似乎能看到他们眼神中的清澈与迷惑，感受到他们内心的激动与冲撞。感谢“芦才子”给予强烈的关切，只是因为我们也曾经历过应试教育的身心熬炼，也曾体会过梦想破灭后的失落与怨怼，也深知隐藏在弊端百出的教育制度之后的集体幻觉，那幻觉给予武小锋这代人同样辽阔的天空，社会现实却没有一视同仁地赐予他们有力的翅膀，所以，他们只能怀揣梦想在那就是，无论在多么美好的时代，都会存在损害与凌虐，都会发生隐蔽的掠夺与献祭。除非我们不断发掘人性的善良与宽厚，除非我们把每个个体都看作我们自己，除非我们把世界看成灵肉相连的整体，否则，我们就很难产生对弱者的真正同情，也很难激发起捍卫他人、呼唤公正的强烈愿望。如果

专栏·马少华

■中国人民大学
新闻学院副教授

关注那些悄然消失的电视栏目

岁尾年头是新闻媒体调整栏目的时候。这样的调整，都是在受众调查、市场调查的基础上进行的，这本来就是媒体的正常运作规律和生存、发展规律。但是，如果有一些严肃的公益性栏目也在这个过程中悄然消失了，那么，也许在较长时间以后人们才会意识到：这是我们自己的损失。

北京电视台的《今日话题》就是这样一个栏目。如果从这样一种节目类型的整体命运来看，它的停播就是标志性的。

自1993年央视《焦点访谈》创办以来，我国各地相继产生了一大批同类型的电视评论栏目。它们调查社会问题、承担舆论监督，在上一个世纪末的数年里有过非常辉煌的地位和广泛的社会影响，收视率稳居各电视台前列。但进入新世纪以来，这类节目普遍收视率低迷，有的甚至相继停播。这一方面是由于电视观众收视的娱乐倾向越来越高涨；另一方面是由于舆论监督的选题减少，节目形态单调，制作成本高，制作周期长，面对后一代兴起的现场直播评论、演播室嘉宾辩论等低成本、快节奏、更具观赏性的电视评论形态的竞争，处于不利的下风。更直接的原因是：它们的播出时段，往往是可以期待上千万元广告收入的黄金时段，而它们低迷的收视率却难以让广告商情愿掏钱。

收视率是电视节目的一种评价指标，它由专业公司按统计学方法在观众中选择样本采集信息。它间接反映节目的影响力和质量，但直接反映的只是观众收看行为的集中程度，因此它更为广告商所关注，与电视台的广告收入直接相关。中央电视台、山东电视台虢亚冰、高立民的论文《中国特色电视节目评价体系刍议》认为：在国际上，以收视率为主的节目评价体系主要适用于商业电视台。崔永元曾说“收视率是万恶之源”，话虽极端，却道出了收视率对节目的品格乃至节目的存废产生的重要影响。

如果一些严肃的电视节目因为收视率低而最终消失的话，这首先反映的是那些家中电视机上安装了收视率监测仪的观众没有收看它们。观众通过按动遥控器表达的是自己的兴趣，但问题在于，兴趣容易表达，而真正的需求却未必都能意识到。就像人们看一个节目不见得就对它满意一样，一个人的兴趣也不见得就是他的利益所在。从人性来说，我们一般都倾向于轻松娱乐，回避那些需要投入更多精力的比较沉重的话题。一些严肃的话题表面上看起来仅与一部分人相关，但娱乐却会让所有人开心。就这样，人们不知不觉间用手中的遥控器把票投给了娱乐，却没有注意到那些与我们利益更为相关的严肃性节目的生存窘境。

提供受众所需要的，而不只是他们所喜欢的，这已经成为西方一些清醒的媒体人确认为媒体的社会责任。那么，什么是受众需要的呢？就是更开阔的视野、更深入的认识，那些帮助人们了解自身处境和可能面临的问题的资讯与观点。

在收视率的指标中，还有一些利益可能并没有被代表。比如，我们曾有一位在职研究生张海军，是《今日话题》栏目的一名主编，他在学位论文中讲到：由于过去的收视调查并不覆盖郊区农村的观众，因此，他们反映农村问题的节目就因得不到收视率的支持而不得不减少，尽管这些节目得到了农村观众非常热烈的反馈。

这个例子显示的是：新闻媒体的议题是重要的社会公共资源，它们也许应该在一个尽可能开放的公共程序中确定，并尽可能消除单一指标造成的偏差。一个电视栏目的存废也是这样，尽管它们历来被看做是媒体内部的业务问题或经营问题。

我这样说也许过于理想化，因为这与日常业务的可操作性相距较远。但我们也应该看到，即使在以私有制为主体的西方媒体环境中，也有由“新闻评议会”等形式构成的社会参与机制，也有不受广告因素影响的公共广播系统。而我们新闻媒