

国内首部社区新闻理论专著
国内首部社区新闻实战手册



Shequ Xinwen Baodao Zhiyin

社区新闻报道指引

社区新闻

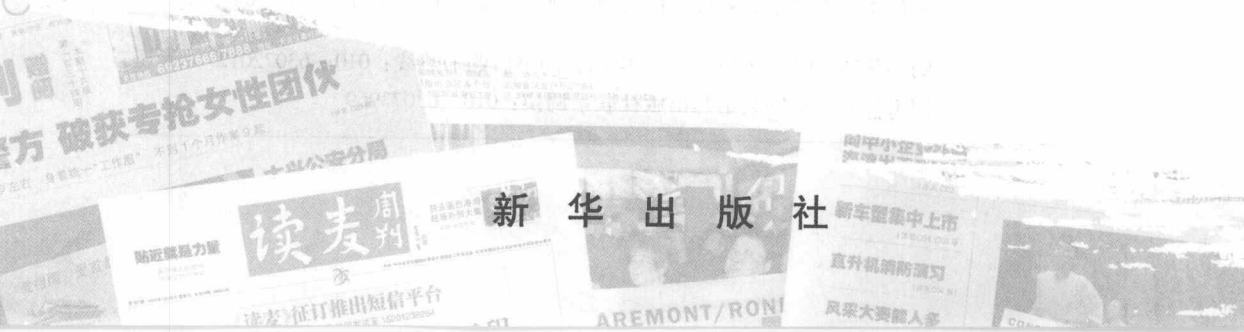
新华出版社



Shequ Xinwen Baodao Zhiyin

社区新闻报道指引

栗玉晨◎著



图书在版编目 (CIP) 数据

社区新闻报道指引/栗玉晨著. —北京: 新华出版社, 2010. 4

ISBN 978 - 7 - 5011 - 9185 - 7

I. ①社… II. ①栗… III. ①社区—新闻报道—指南 IV. ①G212 - 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 053401 号

社区新闻报道指引

作 者: 栗玉晨

策划编辑: 刘志宏

责任编辑: 刘志宏

特约编辑: 朱小兰 顾峰军

封面设计: 李尘工作室

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

邮 编: 100040

照 排: 北京汉书鸿图文化传播有限公司

印 刷: 北京新魏印刷厂

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 25.5

字 数: 400 千字

版 次: 2010 年 4 月第一版

印 次: 2010 年 4 月第一次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5011 - 9185 - 7

定 价: 40.80 元

温馨提示: 本社“新华版短信书友会”新书直订 发短信至: 13651277005

本社图书策划中心诚征品位畅销选题 发邮件至: xhchzx@163.com

购书热线: 010 - 63077122 中国新闻书店购书热线: 010 - 63072012

图书如有印装问题请与出版社联系调换: 010 - 63073969

绪 论

社区新闻在中国兴起的报业背景

作为一种新的报道理念和报道模式，社区新闻已经成为近年来新闻传播实践创新和理论探索的热点。社区新闻在中国的兴起，既有当今中国社会公共价值观演进的宏观背景，也有社会管理制度创新的现实要求，更与近年来报业探求突破新媒体围剿和同质化困局直接相关。

如何看待社区新闻在中国的兴起？中国报业近年来所进行的社区新闻的实践有着怎样的意义？这是我们解读社区新闻发展问题的基本问题。

大学的菲利普·迈尔教授的一本名为《正在消失的报纸：如何拯救信息时代的新闻业》的书与中国报人见面，书中预言：“到2044年，确切地说是2044年10月，最后一位日报读者将结账走人。”世界首富比尔·盖茨更是在他50岁生日当天预言：未来10年，纸张都将在事实上失去其作为信息载体的意义，大量信息将通过电子途径送达个人信息终端，“报纸的寿命还有50年”。

与这些预言相呼应，国内以京华时报社社长吴海民先生为代表的都市报掌门人发出“报纸寒冬论”的声音，在报界引发极大关注，面对新媒体分流成长型受众，分流支柱性广告，分流专业人才的严峻局面，报纸如何“网络化生存”，成为关乎生死存亡的必答问题。

2006年，国家新闻出版署启动“数字报业实验室计划”，其出发点就是，推动报业主动迎接信息技术革命引起的多元化传播格局快速形成的挑战，采用数字化和互联网等新技术进行自身变革，延续报业作为主流媒体的地位。

于是，一批数字报纸开始试水，“手机报”成为现实。

令人遗憾的是，报纸网站也好，手机报也罢，都没能摆脱急功近利的特点，技术与内容的对接方式尚显单薄，赢利模式尚不十分清晰，影响力与过去的传统媒体相比还有较大差距，要支撑起报纸的新媒体理想，还有很长的路要走。

在这种情事下，报界开始思考，平面媒体以技术为核心的突围尝试，是不是忽略了一个同样重要的问题，报纸虚拟化的进程中，强大的新闻资源和采编力量是否也需要寻求突围？数字化是否是报业转型的唯一目标和唯一出路？在与新媒体融合的过程中，是否能够通过寻求长尾，实现报业本身的脱胎换骨？

在这种情事下，报界开始探索，在强大的新闻门户网站将都市、经济、国际、国内、娱乐、体育等传统新闻门类的各色资讯一网打尽之时，在门户网站的互动传播呈现巨大能量之时，有没有一块天地，既贴近市民生活，满足读者潜在信息需求，又尚未被新闻门户网站所真正开发。

于是，被门户新闻网所忽视的，过去被视为“鸡毛蒜皮”的社区新闻进入报界视野。社区新闻，这一在新闻教科书中很难找到的新闻品类开始越来越多地成为都市报的新版面。以“你家门口的新闻”进行受众细分，以市民私有财产增加，维权意识增强作为新闻诉求，社区新闻受到读者的认可。更有报人继续向前走了一步，直接将报纸定位为“社区报”，希望借此开拓一片崭新的市场。

社区新闻，在报纸与新媒体的鏖战中悄悄兴起。

窘境二：同质竞争何以求生

面对外部新媒体的围剿，都市报内部同质化趋势同样引起报业同人的极大忧虑。

首先是受众定位的同质化。比如，在同一城市有两家晚报并不罕见，如北京有《北京晚报》、《法制晚报》，上海有《新民晚报》、《新闻晚报》，南京有《扬子晚报》、《金陵晚报》，沈阳有《辽沈晚报》、《沈阳晚报》，长春有《长春晚报》、《城市晚报》，济南有《济南晚报》、《齐鲁晚报》，太原有《山西晚报》、《太原晚报》，合肥有《合肥晚报》、《新安晚报》；等等。即使同一城市的几家报纸名字没有出现雷同，但是受众定位大多是普通市民，而且为综合性媒体。

其次是新闻内容的同质化。比如，某大城市，早报、晚报加在一起有7家，但每家报纸不仅版面设置大同小异，就是新闻稿件也多有同题，一家报纸的法制版面头条是严打黑车，翻开其他几家报纸的法制版，也在严打黑车；一家报纸的经济版报粽子涨价，第二天其他所有报纸的经济版都报粽子涨价。更有甚者，因为都市报都有新闻漏报处罚制度，一些跑口记者便结成发稿同盟，宁愿放弃独家新闻，也要保持发稿同步，人为加重了报纸内容的同质化。

最后是采访方式的同质化。都市报基本沿袭传统党报的采编部门设置，按照本市新闻、经济新闻、政法新闻、国内新闻、体育新闻等门类安排记者，记者分别对应政府相关委办局。这种记者分配方法使得报纸上政策发布性新闻多，百姓生活新闻少，数字新闻多，鲜活趣味新闻少。加之各委办局均设有宣传干事，预制稿件直接传给所有报社记者，使得一些采访变成了通稿转发，同质化也就很难避免了。

为扭转这种局面，突出报纸特色，做到人无我有，报业有识之士开始倡导并率先实践新的记者分布方式，以弥补“跑口制”之不足。比较典型的如北京的《法制晚报》，按照城市地域来切分其目标市场上的“社区”，将北京城分成东西南北四大块，并通过有针对性的版面，来构建它在各细分地域目标市场的社区新闻。东部社区包括：劲松、东直门、CBD、通州、红庙、潘家园、石佛营、朝阳园。南部社区包括：洋桥、马连道、亦庄、六里桥、方庄、大兴、新发地、南苑、草桥。西部社区包括：鲁谷、五棵松、八角、西直门、木樨地、中关村、三虎桥、玉泉路。北部社区包括：亚运村、望京、天通苑、上地、回龙观、柳芳、安定门、和平里、酒仙桥。记者进驻自己负责的管片，加强底端新闻采集、弥补跑口记者对下层新闻覆盖力的不足。

社区新闻的推出，使这份北京人的新晚报迅速蹿红市场。

社区新闻，在报纸同质化竞争中兴起。

窘境三：广告支柱何以多元

广告是当今所有媒体尤其是报业最重要的经济来源，广告收入至少占大多数报纸收入的70%以上。自改革开放以来，中国报业经历了持续20多年的高速增长，但自2004年以来增长开始趋缓，增长率只有9%，2005年则出现了负增长，以致有人惊呼报业的“冬天”来了。

出现这种情况，一方面与宏观经济形势有关，即这两年国家对医疗广告的整顿、对房地产行业的宏观调控以及汽车、通信等广告支柱行业增长的放缓，使得这些广告大户的广告投入急剧下降。另一方面，这也折射出报纸广告经营水平低下，仍处于粗放经营的阶段。

如何打破房产、汽车比较单一的广告支柱的状况，开拓新的广告市场，成为报业发展的当务之急。此时，一份名叫《斯塔藤岛前进报》的美国报纸引起国内报界的注意。斯塔藤岛是美国纽约的一个辖区，人口50万，竟有90%的家庭订阅该报，原因是，这是一张刊登大量充满人文关怀的社区新闻和广告的报纸。针对家庭主妇的大量超市、快餐、商场促销广告以及招聘、卖房、旧货交易等实用信息使之成为社区家庭必备的读物。良好的赢利状况使该报成为中国报人心中社区报的典范。

社区报，第一次进入报界视野，而社区新闻，被认为是尝试社区报的第一步。以社区新闻带动社区广告并最终开办社区报，成为中国一些媒体选定的广告创新之路。

社区新闻，在将广告做大做强的欲望燃烧中兴起。

应该说，社区新闻在中国的兴起，是中国报业市场逐渐开放，报业竞争日趋激烈的结果；是中国报人强化自身核心竞争力，充分发挥报纸传播功能和优势特长的结果；是中国报业经营从粗放走向成熟的结果。有了这样的基本判断，对我们进一步研判社区新闻在应用新闻学中的位置，认识社区新闻的采编规律都会很有帮助。

在本书下面的章节中，我们将比较全面地介绍社区新闻得以兴起的社会背景，并细致梳理目前报界和学界对社区新闻的初步研讨结论，同时通过大量的案例，总结社区新闻实战经验，为有志于社区新闻报道的大学生和报界同人提供一条入门路径，希望以此推动尚是幼芽的中国的社区新闻早日长成参天大树。

目 录

绪论 社区新闻在中国兴起的报业背景	(1)
-------------------------	-----

第一部分 总论

第一章 社区新闻概述	(3)
------------------	-----

第一节 什么是社区	(5)
-----------------	-----

一、社区的定义	(5)
---------------	-----

二、从单位人到社区人——中国社区的诞生	(6)
---------------------------	-----

三、中外社区特点的比较	(10)
-------------------	------

第二节 社区新闻主要特征	(15)
--------------------	------

一、社区新闻的定义	(15)
-----------------	------

二、社区新闻的价值标准	(18)
-------------------	------

三、社区新闻的读者需求	(23)
-------------------	------

第三节 社区新闻的独特定位	(25)
---------------------	------

一、社区新闻认识的误区	(25)
-------------------	------

二、社区新闻与民生新闻的关系	(27)
----------------------	------

三、社区新闻的地位	(29)
-----------------	------

第二章 社区新闻的发展与现状	(32)
----------------------	------

第一节 国外社区媒体概况	(32)
--------------------	------

一、南非的社区报	(34)
----------------	------

二、美国的社区报	(43)
----------------	------

三、加拿大的社区报	(47)
-----------------	------

第二节 从社区新闻版到中国社区报	(50)
------------------------	------

一、都市报纷纷开设社区版	(50)
--------------------	------

二、社区报的发端：《南山日报》	(55)
-----------------------	------

三、国内社区报先行者标本	(60)
--------------------	------

第三节 国内大城市社区报试水高潮	(66)
------------------------	------

一、北京的社区周刊	(67)
-----------------	------

二、上海的社区报	(70)
三、广州的社区报	(71)
第三章 社区新闻的采访	(74)
第一节 社区记者的基本要求	(76)
一、平和的心态	(77)
二、发现的眼光	(79)
三、坚硬的脚板	(82)
第二节 社区新闻采访的准备	(83)
一、社区的进入	(84)
二、社区新闻的信息资源获取	(88)
三、新闻线人的培养与使用	(89)
第三节 社区新闻采访	(93)
一、采访前的准备	(93)
二、采访的实施	(100)
三、提问的技巧	(105)
第四章 社区新闻的写作	(110)
第一节 社区新闻写作的基本原则	(112)
一、真实客观公正原则	(112)
二、人情味故事化原则	(118)
三、用事实说话与简洁明朗的原则	(123)
第二节 社区新闻写作的体裁选择	(125)
一、消息的特点	(126)
二、特写的特点	(133)
三、消息与特写的角度选择	(141)
第三节 社区新闻的语言	(146)
一、新闻语言的基本特征	(146)
二、社区新闻语言特色	(147)
三、新闻稿件中引语使用规范	(150)

第二部分 分论

第五章 一般社区纠纷报道	(155)
第一节 社区纠纷调解的运作	(158)
一、我国调解制度概况	(158)
二、纠纷调解的运作	(161)
第二节 家庭纠纷的报道	(162)
一、夫妻之间的家庭暴力	(163)

二、父母对子女的家庭暴力	(167)
三、老年人权益保障报道	(170)
第三节 邻里纠纷的报道	(177)
一、饲养宠物引发纠纷的报道	(177)
二、相邻权引发纠纷的报道	(183)
第六章 物业纠纷报道	(193)
第一节 物业管理的基本概念	(193)
一、社区物业管理的特点	(194)
二、社区物业管理的市场化	(195)
三、物业公司的运作	(196)
第二节 物业纠纷的特点	(199)
第三节 物业纠纷的报道	(201)
一、业主与开发商的纠纷	(201)
二、业主与物业费公司的管理费纠纷	(204)
三、业主与物业费公司的管理权纠纷	(209)
四、业主与物业费公司的其他纠纷	(213)
第七章 社区安全报道	(218)
第一节 社区安全报道的基本类型	(220)
一、恶性突发事件报道	(220)
二、安全事故报道	(228)
三、社区设施隐患报道	(233)
第二节 社区警务报道	(240)
一、社区警务的基本运作	(240)
二、社区警务新闻的报道	(242)
第三节 社区保安报道	(252)
一、社区保安的职责	(253)
二、社区保安新闻报道	(254)
第八章 社区服务与活动报道	(263)
第一节 社区服务的概念	(264)
一、社区服务的特点	(264)
二、理解社区服务的百步亭案例	(265)
第二节 社区服务报道	(266)
一、从社区工作中提炼服务新闻	(267)
二、从社区难题中挖掘服务新闻	(276)
三、从居家生活中捕捉服务新闻	(280)
第三节 社区活动报道	(284)

一、社区活动组织	(284)
二、社区活动报道	(292)
第九章 社区趣闻报道与落点新闻	(295)
第一节 趣味新闻的采写	(296)
一、社区趣味新闻案例	(297)
二、社区趣味新闻报道	(307)
第二节 社区落点新闻报道	(309)
一、社区落点新闻案例	(310)
二、社区落点新闻的操作	(317)
第十章 社区人物报道	(319)
第一节 社区人物报道的一般原则	(320)
一、社区人物的选择	(320)
二、社区人物新闻的采写	(321)
第二节 社区人物报道案例解析	(325)
一、社区新闻人物	(326)
二、社区个性人物	(328)
三、社区热心人物	(331)
四、社区道德楷模	(332)
第三节 讣闻报道采写规范	(335)
一、讣闻报道是社区新闻的重要组成部分	(337)
二、讣闻报道的采写	(338)
三、突发新闻与讣闻报道联动	(347)
第十一章 社区调查报道	(353)
第一节 社区调查报道的选题特点	(354)
一、社区调查选题的特点	(356)
二、社区调查选题的来源	(357)
第二节 社区调查报道的操作规范	(359)
一、调查报道对社区记者素质的要求	(359)
二、社区调查报道的采写	(361)
第三节 社区调查报道分类解析	(365)
一、社区事件调查	(366)
二、社区生活难点调查	(371)
三、社区现象调查	(375)
四、社区趣味调查	(382)
主要参考文献	(390)
后记	(392)

第一部分 总论



第一章 社区新闻概述

要点

1. 社区与住宅小区有何区别？社区的管理体系是什么样子的？
2. 什么叫社区新闻？社区新闻与社会新闻是什么关系？
3. 社区新闻有哪些特点？怎样判断社区新闻价值的大小？

先看一篇刊发于 2005 年 11 月 1 日《法制晚报》社区北部版上的新闻：

因为堵车，业主在 2002 年开始组织班车，几年来不少人成了朋友，目前——

天通苑业主班车线路已有 30 条

有的居民为了乘坐班车宁愿晚下班，班车已成不少业主商量周末活动的据点。

说到业主班车，天通苑等大型社区的很多居民都很熟悉。这些班车不少都是业主组织包车，直接送居民从居住地直达工作地点，免受倒车、堵车之苦。

而对于天通苑的很多人来说，业主班车已不仅仅是交通工具，在上班途中，有欢快的交流，有爽朗的笑声，更有感动的故事。

今天早晨 7 时，记者乘坐一趟业主班车到国贸。乘客上车后就彼此小聊天说笑，交流最近社区发生的事件和彼此的家常，而没睡醒的则趁机补觉。

班车线路已有 30 条

乘客李先生说，以前班车的座少没暖风，天冷时双脚冻得都快麻了，大家一边跺脚一边彼此开玩笑；在车上睡着了也不怕坐过，因为到站时自然会有人叫醒自己。“大家坐班车前谁都不认识，是班车让我们聚在一起，成了很好的朋友。”

“其实组织联系的两位居民全是自愿的，他们没有任何好处，就是凭一颗为大家办实事的公心，我们能把钱交给他们，也是彼此信任。”李先生说，近几年天通苑社区有将近30条业主班车线路，主要分为东线、西线和10余条直达线路。

班车已成活动据点

东二线的组织者李先生对记者说，其实班车上还有很多丰富多彩的生活片段。大家在车上约定爬山、采摘和聚会，还集体组织参加社区举办的公益活动。“我们经常在上班途中约定周末去打球，或者去爬山，我们的班车故事不仅仅是局限在车厢里了。”

孕妇车上交流胎教

居民们乘坐业主班车时，彼此关心已成为一道风景。女乘客怀孕期间乘坐班车时，大家会主动提醒不要坐前排的座位。很多女乘客在车上还交流育婴和胎教经验，给还未出生的孩子起名，甚至还彼此订下娃娃亲。“很多时候都是玩笑话，但是听着感觉暖暖的，因为有这么多邻居在关心自己，真的很感动。”如今已是妈妈的李女士说。

为坐班车不休哺乳假

家住西一区的王女士更绝，去年生完孩子后，每天有1个小时的哺乳假，下午4点多就能下班。但为了坐小区的班车回家，她宁可待在单位。“同事问我干吗待在单位，我说有班车接，他们都很惊讶。在班车上的时光是快乐的，我宁愿和邻居们一起回家。”

堵车逼出的“发明”

记者了解到，天通苑社区最早的一批业主班车大约在2002年前后开通，当时仅有两三辆车。

居民李先生告诉记者，2002年入住天通苑以后，由于距离工作单位较远，立汤路比较狭窄，堵车比较严重。“我当时在亮马桥附近工作，早晨7点半坐班车上上班，最少得在路上堵1个半小时，有时候自己在车上打个盹，醒来一看车还在原地呢，上班迟到好几次。”

为了解决堵车带来的麻烦，不少业主在社区网上展开讨论。受小区顺风车的启发，有的居民想出了集资包车上下班的想法，受到了众多上班族的热列响应。

文/记者 王楠

这是一篇十分典型的社区新闻，说它典型，主要有三个原因：新闻来源于社区；社区居民关注；由社区记者采写并刊发在社区新闻版面。在传统跑口记者笔下，我们很难见到这样的稿件，交管局、民政局和公交总公司都不会发布这样的新闻。社区与社区记者的出现使得这样的新闻越来越

多地出现在报纸版面上。

那么，什么是社区，社区新闻有哪些特点呢？

第一节 什么是社区

社区是社会学中的一个基本概念。它最早是拉丁语亲密伙伴的意思。首次将社区一词用于社会学研究的是德国社会学家 F·滕尼斯。1887 年，他在《社区与社会》一书中，将“社区”一词与“社会”进行了比较，用来说明社会变迁的趋势和两种不同的社会团体。滕尼斯认为，“社区”是由同质人口组成的关系密切、守望相助、疾病相抚、富有人情味的社会群体。“社区”作为一个与传统、道德相关联，以血缘为纽带的概念，与“契约社会”相对立。第一次世界大战前后，美国社会学家查尔斯·罗密斯第一次把该书翻译成英文，“社区”很快成为美国社会学的主要概念之一。

费孝通先生将社区表述为：“社区是若干个社会群体或社会组织聚集在某一地域里形成的一个在生活上相互关联的大集体。”

社会学家郑杭生在其《社会学概论新修》中指出：“社区是进行一定的社会活动，具有某种互动关系和共同文化维系力的人类群体及其活动区域。”

这些定义的共同点是：一个地理区域、社会交往、一个或多个共同联系。

随着现代社会的流动性和新技术，一个新的定义由英国社会学家戴维·克拉克提出，他认为，即使人们不住在一个地理区域或相互之间不进行社会交往，社区依然存在。社区就是一个拥有团体凝聚力和集体认同感的人群。这样的人群通常被称为“兴趣社区”。

这些定义对新闻工作者来说很有用。

总结起来，我们认为社区的概念可以定义为：聚居在一定地域内，具有某种互动关系，具有共同的文化特征和心理归属感的人群所组成的社会生活共同体。

就像前面新闻稿件中提到的天通苑，这是一个位于北京旧城区北部的新建大型社区，人口大约 20 万，商业设施完善，白领和新北京人多，年轻人聚集，思维活跃，初步形成比较独特的有别于老北京胡同文化的社区属性。

二、从单位人到社区人——中国社区的诞生

既然社区概念由来已久，何以社区新闻在报章上出现已是 2000 年以后的事情？这其中的缘由不能不提到“单位制”。

单位制是中华人民共和国成立之后形成的一种社会组织方式和社会管理及动员体制，它将所有劳动者纳入各类劳动组织，由这些劳动组织根据国家的总体计划对劳动者进行分工，向他们提供各种生活必需品，并组织他们开展工作之外的政治和社会活动。

在中国单位走过的 50 年历程中，单位就像一个大家庭，每一个成员在这里工作，在这里生活，单位是无所不能的家长，职工是单位的孩子，在单位里付出劳动并享受单位提供的生活资料。

2002 年 1 月，中央电视台《人在单位》剧组联合新浪网共同发起《我和单位的故事》征文活动，在 1000 多篇文章中，应征者讲述了各自对单位的不同认识，诉说了人在单位里的酸甜苦辣。计划经济体制下，从政治前途，到衣食住行；从生老病死，到夫妻吵架；涨工资，评职称，分房子，转户口都离不开单位的真实记录令人感慨不已。