

《新闻战线》文萃·业务卷

总 编 辑 陆 宏 德
副 总 编 辑 王 武 录
主 编 祝 晓 虎

人民日报出版社

总 编 辑 陆 宏 德

副总编辑 王武录

《新闻战线》文萃·业务卷

祝晓虎 主编

人民日报出版社

序

范敬宜

《〈新闻战线〉文萃》的“业务卷”就要出版了，编者希望我为它写一篇序言。我很高兴地接受了这个任务，因为我一直希望能就新闻业务问题谈一点意见。

“业务卷”由“记者思考录”、“编辑经纬”和“经验与探讨”三部分组成，精选汇集了从1990年至1997年6月《新闻战线》发表的、具有一定代表性和针对性的新闻业务论文。这些论文，多层次、多角度地阐述了在改革开放和发展社会主义市场经济条件下新闻工作面临的新挑战，出现的新问题，积累的新经验；反映了人民日报以及其他新闻单位的编辑、记者们，在新形势下勇于实践、勤于探索的可贵精神。现在，人们经常慨叹新闻单位研究新闻业务的空气不浓，非常怀念五十年代新闻单位里那种学习业务、钻研业务的气氛。读了这本“业务卷”，我深深感到，在今天的新闻队伍里，不断地结合自己的编采实践，认真地从理论上进行总结、提炼，并进一步用以指导自己实践的有心人还大有人在，而且，他们在很多方面，包括他们的知识结构，他们的理性思考，他们的视野，都胜过我们那一代人。这是符合事物发展规律的，我

深深地为此感到由衷的喜悦。

但是，在当今的新闻工作中，不重视研究新闻业务、甚至鄙薄新闻业务的倾向还是有的。比如有人就曾认为“新闻无学”，甚至不承认新闻业务研究的学术地位；有人下意识地认为，既然强调“政治家办报”，业务就是无足轻重的。在这种思想影响下，新闻单位里自上而下有组织地开展的学习新闻业务的活动，确实不如五十年代热烈。比如当年从中央到地方新闻单位普遍开展过的“练笔运动”，造就了一大批业务尖子。从这个意义讲，要想重新造成学习新闻业务、钻研新闻业务的空气，必须首先走出某种认识上的误区。

坚持“政治家办报”和重视提高新闻业务是完全一致的。坚持政治家办报，把政治放在第一位，才能使新闻业务的提高有正确的方向；反过来，新闻业务提高了，才能使政治家办报的方针得到更全面的贯彻。江泽民总书记对新闻工作者素质的要求是：政治强、业务精、纪律严、作风正。我们应当全面领会江总书记的指示。再说，新闻业务与其他某些业务不同，它本身就带有很强的政治性，不存在什么单纯的新闻业务。坚持正确舆论导向，是业务，更是政治；把握大局，唱响主旋律，是业务，更是政治；版面编排，是业务，也是政治……哪一项不和政治紧密相连呢？但是，如果不在新闻业务上精益求精，政治也难以得到完美的体现。我常讲，以正确的舆论引导人，这是党报第一位的任务。然而，舆论仅仅是正确，未必就能自然而然地起到引导人的作用，还必须讲究引导方法、引导艺术。这就是新闻业务所要研究解决的问题了。古人云：“文以载道”。如果说，这个“道”可以理解为政治，那么“文”就是指最能够体现政治的新闻载体、新闻语言了。而这是必须下功夫去学习、去驾驭的。

在改革开放、建设有中国特色社会主义的新历史时期，新闻工作面临的课题比过去要艰巨复杂得多。这不仅是由于从计划经济到社会主义市场经济转轨的过程中，我们宣传报道的内容大异于过去，其中大量是我们不熟悉的甚至不懂的新事物，而且由于广大读者的知识结构、知识容量、知识层次大大扩展和提高，他们的阅读心理也发生了很大变化。这就给新闻业务的研究带来许多新问题。反映在宣传报道上，过去我们习惯运用的方法，有很多已经不太适用，需要我们去进行新的探索。我们现在不是经常讲要把握好“度”么？这个“度”里就大有学问。什么时候需要旗帜鲜明，什么时候需要韬光养晦；什么时候需要直截了当，什么时候需要委婉曲折；什么时候需要紧锣密鼓，什么时候需要疏密相间；什么时候需要浓墨重彩，什么时候需要轻描淡写；什么时候需要大弦嘈嘈，什么时候需要小弦切切；什么时候需要大声疾呼，什么时候需要点到为止；什么时候需要快速反应，什么时候需要三思而行；什么时候需要抢，什么时候需要压……都要根据不同的形势、不同的对象、不同的时间，灵活处置。这种学问，都不是能够从哪本教科书里学来的，需要我们做有心人，在实践中去探索、去体会、去领悟。

我高兴地看到，收在这本选集里的文章的作者，多是这样的“有心人”。他们不仅在编采的实践中肯于艰苦、肯于深入，而且善于思考和总结。他们每一点新的感悟，都是大量实践后思考、总结的结晶。因此，我敢于这样说，这本“业务卷”为中国新时期新闻学提供了丰富的素材。同时，它也生动地说明，新闻业务是一个浩瀚的海洋，人生有涯而知无涯，作为新一代的新闻工作者，应该在这个海洋里去奋力开掘和撷取无穷的宝藏，做到“乐此不疲”。

1997年11月

目 录

记者思考录

新闻思维如何适应社会主义市场经济	杨兴锋 (1)
进入新角色	
——面临社会主义市场经济的记者	祝晓虎 (8)
新时期经济报道的视角展现	陈嘉伟 (13)
经济宣传中的“冷”和“热”	蔡守苏 (18)
经济记者的角色意识	詹国枢 (23)
从深层次上把握新闻真实性	董志智 (32)
冷静地面对读者	
——关于“读者心理”的哲学思考	刘声东 (38)
记者的心理定势与运用价值	李建鹏 (43)
记者的思维加工	季燕京 (48)
记者的点子	詹国枢 (54)
新闻角度与事实本质	张和平 (60)
采访角度选择的价值取向	王 雄 (65)

“度”的把握	张希圣 (71)
新闻官司带给记者的思考	
——从 50 件新闻纠纷案例中吸取教训	王 静 (75)
“抢新闻”的冲动和思考	潘新华 (82)
学会冷静思考	段存章 (92)
深度报道中焦点选择和追踪	赵加积 (97)
科技人物宣传中的主体障碍	施锦昌 (103)
强化批评报道的建设意识	蔡守苏 (108)
社会心理——新闻“富矿”	周世康 (114)
写小事件 看大时代	王方杰 (122)
身入 心入 情入	钱晨辰 (127)
采访中的访谈与思考	张庆礼 (133)
延伸“思维半径”	杨 泓 (139)
学会“勾推法”	李珍东 (145)
形象思维与新闻写作	陈宗安 (151)
名记者“成本”论	
——关于中国青年报地方记者成才的思考	张 飙 (158)
手不释卷 笔不离手及其他	米博华 (164)

编辑经纬

首先拿出合格品来

——一个编辑的感言	艾 丰 (169)
一位老编辑给青年记者的三封业务信	陈雅妮 (178)
编辑工作的辩证思考	
——谈几个认识问题	徐兆荣 (185)
编余断想四题	曾伟光 (193)

“面”的拓宽与“点”的发掘·····	蔡 雯 (197)
点子与新闻 ·····	胡学军 (203)
珍视编辑的创造性劳动 ·····	济 人 (210)
正确处理编者与作者间的矛盾 ·····	郝明传 (216)
编辑的点子 ·····	左 克 (220)
编辑的新闻敏感 ·····	王耀廷 (224)
编辑“钓鱼”艺术 ·····	王晓晶 (227)
编辑越俎代庖——记者的另一种尴尬 ·····	郭映普 (230)
值班总编应把握什么? ·····	项友炜 (233)
自通·传通·沟通 ·····	郑兴东 贾奋勇 (237)
责任编辑的责任意识 ·····	赵振宇 (240)
编辑与报纸上的差错 ·····	贺 海 (250)
编者的人品和文品 ·····	施锦昌 (253)
党报的“眼睛”能够更明亮 ——标题制作的难点和突破 ·····	赵念民 (256)
标题群：打开版面之锁 ·····	王晓晶 (262)
巧用符号 增色标题 ·····	左 克 (265)
✓报纸副刊的策划 ·····	林 冬 (273)
“组版匠”札记·····	时 骏 (278)
走进版面的“巴塞罗那” ·····	晓 甫 (286)
版面改革与新闻改革 ·····	宋汉炎 郑光发 曾祥惠 祝晓虎 (295)

经验和探讨

把握大局 唱响主旋律

——关于坚持正确舆论导向的体会 ·····	人民日报编委会 (301)
-----------------------	---------------

新华日报改版：思路、实践和成效

..... 新华日报编委会 (312)

新体制带来新面貌

——实行社长领导下总编辑、总经理负责制的体会

..... 马镇坤 (324)

转换内部机制 加强科学管理

——新民晚报开展岗位设置试点工作的初步体会

..... 丁法章 (332)

成功的探索

——沈阳日报社实行内部专业职务聘任制四年半回顾

..... 侯 兵 马庆利 (340)

扬子晚报：崛起及启示

..... 陆宏德 万仕同 祝晓虎 (348)

华西都市报：向一流晚报迈进 祝晓虎 (357)

周末版：探索远行的路 斯 通 (366)

遵循基本思路 锐意改革创新

——关于《东方时空》《焦点访谈》的调查 严 实 (373)

焦点类节目的定位

——《新闻纵横》节目的理论与实践 邓 斌 (383)

《人民论坛》漫笔..... 马立诚 (391)

✓新些 近些 重些

——关于编辑《集思广益》专栏的回顾与思考

..... 解放军报评论部 (397)

天津新闻界的“触动参与式报道” 王宇韬 (404)

《中西部的希望》：深度报道的新探索

..... 人民日报记者部 (409)

我们搭台 请人唱戏

- 如何扩大产业报的社会影响 李守仲 (418)
- 企业报的劣势与对策 金其超 (422)
- 主攻有地方特色的新闻评论 王国忠 胡桂平 (425)
- 体育宣传应注意克服不良倾向 孙友深 (430)
- 新闻来源·可信度·吸引力 彭朝丞 (437)
- 怎样看广播新闻节目专题化 晓 西 (442)
- 电视新闻表现形式应走自己的路 ... 王 珏 袁东亮 (445)
- 谈谈电视荧屏的字幕 范靖国 (451)
- 振奋精神 坚持抓拍 许 林 (457)
- 观察力·表现力·创造力 梁新春 (462)
- 关于“五多五少”的思辨
- 新闻性与“非新闻性”照片探秘 葛新德 (468)
- 编 后 (475)

新闻思维如何适应社会主义市场经济

杨兴锋

随着社会主义市场经济体制的逐步确立，中国新闻界出现了一个值得思考的现象：一方面是新办报纸相继问世，报纸不断改版扩版，报业市场多姿多彩；一方面是新闻媒介发出的大部分报道并没有多大的变化，一般化、表面化的毛病，落后于市场经济新形势的现象，依然存在。为什么会出现这种情况？原因是多方面的，其中重要的一条，是许多新闻工作者的新闻思维方式没有随着经济体制的转变而转变。

传统新闻思维不能适应市场经济

市场经济对新闻报道的要求，与计划经济时代相比已经有了很大的差异。比如说，市场经济的自主性，要求我们的经济报道必须从过去单纯的生产性报道转向经济生活的全过程、全方位报道；市场经济的开放性，要求我们的经济报道更加强调客观公正性和开放度。然而，有些新闻工作者在开展新闻报道工作时，仍然自觉不自觉地运用在长期的计划经济体制影响下形成的传统新

闻思维方式。这些新闻思维方式的共同特点是思维空间狭小，思维运行路线单一，容易陷入片面性、概念化和绝对化，显然已经不能适应复杂多变、丰富多彩的市场经济的要求。

传统的新闻思维方式，具体说来大致有如下几种：

一是“一因一果式”思维。这种新闻思维把事物间的因果关系看成单一线性的因果关系，至于因果链条前后左右的许多联系、许多层次，则不在视野之内。这样，一个个复杂的事物，被人为地、片面地简单化了。依照这种思维，一个单位经济效益提高，可以依不同时期的宣传需要总结出不同的经验：今天强调“科技是第一生产力”，可以写成该单位重视科技投入，经济效益提高了；明天强调加强科学管理，又可以写成该单位“靠管理出效益”；后天强调转换经营机制，还可以写成该单位“靠转制出效益”。

二是“两极式”思维。这种思维表现为对事物习惯于做两极判断，用肯定或否定来回答复杂的现实生活，也就是非好即坏，非白即黑，非此即彼。于是乎，陷入绝对化，顾此失彼。表现在报道上，是不能对事物进行一分为二的分析，说好就一好百好，说坏则一无是处，使读者像雾里看花，莫名其妙。比如说，在宣传经济开发区成就时，给读者的印象是开发区的作用大得很，不仅成了一个地方吸引外商投资的宝地，而且成了该地经济发展的“火车头”；而在反映“开发区热”、宣传保护耕地时，又好像一个开发区不是“日晒太阳夜晒月亮”，就是办不下去似的。

三是“终结式”思维。这种思维关注的是已有结论或定论的事物，对事物的过程却不大注意。表现在报道上，就是等事情发生、发展有了最后结果以后才去反映它们，报道的模式基本上是“过去式”、“完成式”、“总结式”、“结论式”，而对正在进行中的新闻事件，好多是不予报道的。应该说，有些事情我们从大局看

想确实需要等有了结果或结论之后才能进行报道，但在许多情况下并不需要这样做。如果许多有价值的值得开展进行式、追踪式报道的新闻，在我们等结局、等结论的思维方式影响下被拖成了旧闻，那么不仅对实际工作无法起到推动作用，对新闻媒介的形象和声誉也是不利的。

四是“图解式”思维。这种思维是一种概念化的思维，它往往是围绕宣传某种政策、某种思想的需要，先确定一个主题，或者先有了一个概念，然后才去找事实、集材料，靠一些牵强附会的事实对政策、思想加以简单的图解和诠释。如果材料不大符合原定的主题或原有的概念，还要穿靴戴帽，甚至强扭角度。这样一来，不是用客观事实去衡量思想、政策的正确与否，而是用既定的思想、政策去取舍乃至增减事实，让事实来适应思想或政策，难怪新闻界有人说，这不是反映论，而是先验论；这不是去发现新闻，而是在“制造新闻”。

五是“解剖式”思维。这种思维强调对微观现象的考究，重个体解剖而轻总体把握。这种思维方式有其合理的一面，不少记者曾运用它写出了成功之作，对推动工作起过良好的作用。但同时应该看到，它又存在着弊端和局限，那就是往往忽视对事物的整体把握和全面反映，容易导致以点代面、以偏概全，或者只停留在就事论事的水平上。报纸上不时出现的那种简单、片面的一厂一店一乡一村的所谓经验性报道，就是这种思维方式的产物。

市场经济需要什么样的新闻思维

一定的思维方式总是同一定的时代息息相关、密切联系的，它是历史的产物，并且随着时代的前进而发生变革。社会主义市场

经济体制的逐步确立,要求新闻工作者采用新的新闻思维方式。那么,新闻工作者应该确立什么样的新闻思维方式,才能适应社会主义市场经济的要求呢?综观近年来一些新闻媒介及新闻工作者的成功实践,大致有这么几种:

1. 立体思维。所谓立体思维,是相对于平面思维而说的,它指新闻工作者从思维的各个层次出发,对一个事物进行多角度、多侧面、多层次、多变量、全方位的系统的“扫描”,以全面准确地揭示事物的本质和意义。社会主义市场经济是一种开放型经济,它把社会生活的各个方面紧紧地连在一起,任何一个新事物、新变化的出现,都可能“牵一发而动全身”,读者对于这些新事物的了解,已远远不满足于只知道“是什么”,而更关心“为什么”、“会怎样”,更需要了解事物发展的背景、过程及多种可能的走向。因此,新闻工作者应多采用立体思维,去认识和把握新事物,写出能够适应社会主义市场经济和广大读者需要的新闻报道。近年来部分新闻媒介推出的“立体报道”备受欢迎,对我们是有启迪的。

2. 动态思维。所谓动态思维,是一种运动的、调整性的不断择优化的思维。它主要指新闻工作者着眼于事物发展的趋势,根据报道对象和报道环境的变化而不断调整自己的思维程序和思维方向,以实现报道目标的优化的思维过程。市场经济需要这种动态思维,因为它既是一种竞争的经济,又是一种活力经济。激烈的社会变革,活跃的社会竞争,使整个社会充满生机和活力,生活节奏大大加快,新信息、新事物、新情况、新问题、新矛盾层出不穷,作为新闻工作者,应响应市场经济的呼唤,多采用动态思维方式,敢于触及市场经济的热点,善于在市场上捕捉“活鱼”,开展动态化、进行式、追踪式的报道,向读者提供新鲜活泼、有声有色的新闻。

3. 多向思维。所谓多向思维,是指新闻工作者从尽可能多的方面来观察同一事物,努力寻找事物的多因多果的关系,以完整、准确地反映事物。这种思维方式在市场经济条件下应该多用,因为市场经济是把“双刃剑”,对社会具有双向的影响,新闻工作者自觉运用这种思维方式,有助于在开展报道时引导读者趋利避害。比如,市场经济条件下的企业及其生产经营者以追求利润为目标,这是无可厚非的,问题是它容易诱发拜金主义的倾向;又如,在市场经济条件下,人们在企业或其他经济行为中积极性较高,但不易摆正个人、集体和国家利益的关系,甚至小团体主义、本位主义有所膨胀。对于这类问题,如果我们不采用多向思维方式,就往往会陷入片面性,不能在报道中正确把握舆论导向。

4. 宏观思维。所谓宏观思维,是指新闻工作者面对新事物时,把它放到更广阔的范围里观察、分析,从总体联系上把握事物,认清事物发展的趋势。现代市场经济既是自主性、盈利性的经济,又是有政府宏观调控的经济,新闻工作者要想从总体上把握它,就必须自觉地运用宏观思维,既要跑市场、研究价值规律这只“看不见的手”的作用,又不能忽视跑政府、研究政府宏观调控这只“看得见的手”的作用。这样去做,我们才能高屋建瓴,全局在胸,把握时代脉搏,捕捉到那些影响全局、带动全局的重大题材,写出时空跨度大、有历史纵深感的报道。当然,强调宏观思维并不意味着微观思维一概不用,我们要避免片面性,还须把宏观思维与微观思维结合起来。即使是对于微观题材,也要在宏观把握和微观分析的结合上做文章,从微观体现宏观,避免就事论事或以点代面、以偏概全。

5. 横向思维与纵向思维结合式。横向思维指截取历史的某一横断面展开比较认识;纵向思维则偏重于从时间和历史的角度进

行认识。过去有些新闻工作者采用纵向思维，凡事只和过去比，以映衬报道对象所取得的成就，却忽略了横向比较，看不到存在的不足，陷入了片面性。在市场经济条件下，我们运用纵向思维与横向思维结合的方式，既能弄清事物的过去、把握事物的现状、预测事物的未来，加深对事物认识的深度；又能看到一事物同周围其他事物的联系，增强对事物认识的广度，在报道上做到既报喜、又报忧，帮助读者完整地认识事物，增强读者的信任度。

应该说明的是，上述五种思维方式可能有交叉之处，只是考虑到表述的方便，本文才作这样的划分。

新的新闻思维怎样才能确立

由是观之，只要我们在新闻思维方式上实行变革，确立上述五种新闻思维方式，我们的新闻报道就能逐步适应社会主义市场经济的要求。那么，这些新闻思维方式怎样才能确立呢？我认为应该做到“三个必须”。

（一）必须提高理论素养。法国18世纪启蒙运动思想家莱辛曾经说过，谁想创造，谁就必须学会理论。我们要确立新的新闻思维方式，至少应学习四个方面的理论。

首先，要学习邓小平建设有中国特色社会主义理论。我们要通过学习，掌握其精髓，重新审视我们传统的新闻思维，看看哪些是应该坚持的，哪些是应该扬弃的，哪些是应该变革的。

其次，要学习社会主义市场经济的理论。社会主义市场经济对我们来说是一种全新的实践，对它的报道也是没有现成经验可以借鉴的。因此，我们要确立适应它的新闻思维方式，就必须老老实实地学习这方面的理论，切实把握它的基本特征和运行规律。

第三，要吸收新闻学研究方面的新成果，进一步摸索社会主义市场经济体制下的新闻活动的客观规律。

第四，要学习思维科学，从中借鉴有助于确立新的新闻思维方式的东西。

（二）必须改变新闻活动方式。实践出真知。如果我们从改变新闻活动方式入手，积极投身于市场经济的大潮中，大胆实践，我们就可能突破原来的思维惯性和定式，确立新的新闻思维方式。比如说，过去我们满足于从上面找精神、到下面找例子，现在能否换个方式，先闯进市场，以市场为着眼点和出发点，捕捉各种新情况、新问题、新矛盾，以及由此产生的各种思想情绪和行为趋向，再深入调查研究，到政府部门去“讨说法”。

（三）必须改变新闻分工方式。新闻媒介采编部门的设置和记者编辑的分工，是在计划经济体制影响下形成的，条线到人，画地为牢，新闻工作者被禁锢在所分工的一块小天地里，思想被框死了，视野被限死了，自然形成单向思维多、多向思维少的习惯，所写的报道容易出现就事论事、以点代面的现象。如果我们按照市场经济的要求，改变这种分工方式，让新闻工作者既有自己熟悉的领域，成为某一方面的专家，又不局限于这个领域，时时能够跳出行业的界限，对经济社会生活的诸方面进行综合分析，从其相互联系中，在宏观和总体上把握事物发展的进程，那么，新闻工作者就能逐步确立新的新闻思维方式，写出无愧于这个伟大时代的篇章。

（1996年6月）