

以新闻的视角写



YIXINWEN DE SHIJIAO XIE

CAIZHENG

CAIZHENG XINWEN XIEZUO

财政

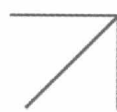
——财政新闻写作

苗福生 著



中国财政经济出版社

以新闻的视角写



YIXINWEN DE SHIJIAO XIE

CAIZHENG

CAIZHENG XINWEN XIEZUO

财政

——财政新闻写作

苗福生 著



中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

以新闻的视角写财政 : 财政新闻写作 / 苗福生著
—北京 : 中国财政经济出版社, 2012.7
ISBN 978-7-5095-3713-8

I . ①以… II . ①苗… III . ①财政 - 新闻写作
IV . ① G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 114699 号

中国财政经济出版社出版

URL: [http:// www.cfeph.cn](http://www.cfeph.cn)

E-mail: jiaoyu@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址 : 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码 : 100142

发行电话 : 010-88190616

北京中兴印刷有限公司印刷

787×1092 毫米 16 开 22 印张 298 千字

2012 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

定价 : 42.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 3713-8/G · 0074

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

财政不能自说自话

在全国财政系统，能写文章的人很多，但能写财政新闻的人不多，而能写好财政新闻的人更少。究其原因，可能是财政干部本身没有学习过新闻写作，日常所从事的工作主要是财政业务工作，即便写点东西，也都是些公文内容，最多写一些调查报告，对新闻这种文体不太熟悉。所以我们经常遇到这样一些情况，有的稿件往往是财政系统的领导已经认真改过的稿子，但是到了报社，还要经过刀砍斧劈，尽管作为机关报已经在新闻操作的标准上做了“妥协”，但是，见报稿件与原来的稿件还是有差距，为什么呢？这与新闻的写作要求有很大关系。

新闻在文体上不仅有自己一套独特的规律，而且在语言表达、思维习惯上也有自己的特色。总之，新闻与公文不是一回事。

财政作为一门专业，多年来形成了自己的一套语言体系，尤其是专业术语多。这些专业术语在圈里人之间流行，大家习惯了，习以为常，但放在财政圈子之外，许多人往往不明白什么意思，不仅普通老百姓不懂，就连审批预算报告的各级人大代表也不懂。这就出现一个问题，虽然财政和大家的利益息息相关，但是大家对许多财政政策却弄不明白。因此，作为大众媒体，宣传财政，就有一个“翻译”的过程。完成这个任务，不仅需要懂财政，而且能够用老百姓的语言讲清楚。

写财政新闻，需要有一定的形象表达能力，这正好和财政干部长期从事的公文写作在思维方式上是拧着的。如果说起草公文是在大量调查研究的基础上，是一个从具体到抽象的过程，那么，财政新闻的写作，则是将政策还原到生活事实的过程。比如，在医疗保障的一项政策文件中规定，参保人要具备哪些条件等，而新闻报道中则一定要采访某一位具体的参保对象对这项政策的感受和评价等。

对于新闻工作者来说，写好新闻不是一件容易的事。但就我自己的体会和观察，我认为，在一般都市类媒体工作，恐怕一个具备一般写作能力的记者在短时间内就能够适应工作，而从事财政报道，没有一定时间的专业学习，则很难适应。我常常看到，新闻素质、文字水平不错的记者，初到财政口，总是找不到新闻，就是给了一个新闻素材和线索，也往往不知从何下手。甚至在我的同事中，因为从事报道的业务分工与财政有比较大的距离，一旦接到财政新闻的报道选题，也感到很有压力。客观地说，报道好财政新闻首先是有一个比较高的门槛。这个门槛，首先要求记者了解财政，同时，由于这些年财政政策变化快，内容多，如果不了解其历史演变和最新的情况，也很难抓住新闻。

随着财政在经济社会生活中的影响越来越大，特别是公共财政理念的不断深入人心，财政新闻越来越受到社会各方面的重视。近几年，我有幸被财政部的一些司局、新闻界同行以及地方一些财政部门邀请作关于财经新闻写作的培训讲座，因为要站在讲台上“答疑解惑”，我便试着将这些年个人在新闻实践中的一些思考、经验等整理成教案。我是不喜欢重复自己的人，至少同样一个题目，讲几次就不想再讲了，总想换一个话题，把自己想说的讲出来。讲的多了，便有了现在书中的绝大部分章节内容。

我没有想过要出这么一本书。但每次讲课后总有学员问我要课件，也有人建议我把讲过的东西整理一下，出本书，还说这也算是填补了财政系统的一个空白什么的，我觉得虽然这话其中多少有些抬举的意思，但也充满了良好的愿望。我从2011年开始，利用国庆、春节以及业余时间，窝在

家里开始整理，便有了这本书。

新闻是一门操作性、实践性极强的专业，我不太主张讲太多的写作理论。与理论相比，举一些例子，拿出一些案例进行分析，对于希望做好新闻报道的人而言，也许更为实用。正好比学习古典诗词，看多少理论都不如老老实实把唐诗宋词背上几百篇管用。书中的例子主要选自《人民日报》、《中国财经报》与《参考消息》中的一些新闻稿件。上述三份报纸几乎是我每天必读的，尤其《参考消息》是我非常喜欢读的。这里荟萃了西方多家著名媒体的新闻报道。我觉得欧美报纸的新闻写作在生动、鲜活等方面，积累了很多成熟的经验，他们的新闻报道特别值得我们学习、借鉴。而选自《中国财经报》的稿件，因为许多新闻是自己亲身经历，甚至亲自动手操作的，故熟悉且亲切。

书中不仅列举了许多例子，而且还把一部分例子的选题发现与形成过程也一并作了交代，但愿这些过程也能对读者有所启发。

财政新闻，作为新闻中的稀缺产品，需要总结的东西很多，需要探索的东西也很多，需要创新的东西或许更多，我在这里先抛出一块砖，希望能够引出更多更美的玉来。“玉”多了，中国的财政新闻自然也就有些模样了。

苗福生

2012年7月

第一章 财政新闻有自己的独特规律	1
第二章 寻找新闻线索(上)	31
第三章 寻找新闻线索(下)	55
第四章 新闻价值判断	86
第五章 财政新闻价值的特性与展示	105
第六章 导语是新闻的独有写作特色	137
第七章 财政立场与专题报道	153
第八章 做好财政新闻策划	183
第九章 角度——找到最佳切入点	223
第十章 标题、背景、语言	243
第十一章 写好短新闻	268
第十二章 写好财政人	282

第一章

财政新闻有自己的独特规律

导 读

任何新闻宣传都有自己的价值取向与价值标准。坚持公平与正义，这是我们做好一切财政宣传的立足点、出发点与归宿点。

贴近财政中心工作的新闻宣传，就是要为各级财政工作创造良好的舆论氛围，为国家长治久安，为民生事业不断发展的国家大局创造一个良好的舆论环境。

将财政这个“圈里人”熟悉的话语习惯，转化成大众听得懂的语言，并且让他们一下子就能弄明白财政出台的一些政策所包含的意义究竟是什么，这是当前财政宣传迫切需要解决的课题。

财政应有大担当

财政人在真正了解了财政的深刻内涵后，财政人的思维要有大格局，要自觉地跳出财政看财政，要以一种崇高的使命感、责任感、自豪感来重新认识财政。

财政逐渐开始重视宣传了。这几年，我有幸受邀在不同场合给财政系统做财政新闻写作培训。财政新闻宣传，有其自身规律，作为现代财政人，我以为，财政干部应该熟悉和熟练掌握财政新闻的宣传与写作，这对于搞好财政工作不仅不矛盾，而且相得益彰。

财政人需要熟悉新闻宣传。但我始终以为，新闻写作不过是“术”而已，在掌握新闻手法的同时，财政人应有更大的抱负与担当。也就是，应当弄清楚为什么要宣传和宣传什么。这是“道”的问题。道是战略，术是战术，战略与战术比，战略更重要。

财政是干什么的？社会上多有误解。人们羡慕你手上管钱的权利，人们称你为“财神爷”；人们见你天天忙于收收支支，人们称你为“账房先生”。

财神爷也好，账房先生也罢，在人们的深层意识里，人们基本把财政定位在一个“财”字上，总之你是和钱打交道的，是管钱的，人们很少把财政和政治联系起来。

不仅社会上的人这样误读财政，实际上，不少财政人也很少自觉地将自己从事的事业与国家政治联系起来。虽然没有觉得自己是什么财神爷，但是，和账房先生也是没有什么差别的。财政人自己把自己做小气了。

实际上，财和政从来都是难以分开的。财政背后是政治，政治历来离不开财政的支持与保障。我国历史上并没有财政这个词，直到清朝末年，从日本引进来的这个专业术语，才开始在我国正式使用。仔细琢磨财政这个词，我以为，再没有另一个词汇可以如此精确地表达财与政之间的紧密关系。

财政是国家的神经。当代西方学者将财政中的预算与政治的关系做这样的描述：预算反映政府的执政目标，反之，政府的一切行为最终都将落实在具体的财政预算上。西方媒体对预算做过这样形象的比喻：所谓预算，就是贴着价格标签的执政目标。

财与政的联系是如此密切，所以当我们将这两个字连在一起，构成

“财政”一词的时候，我们会发现，财与政的关系，就像我们的手心、手背，它是一个不能拆分的生命体。

我们之所以强调财与政这种密不可分的关系，是为了提醒财政人要自觉地跳出财政看财政，要以一种崇高的使命感、责任感、自豪感来重新认识财政。

财政的钱，来自于纳税人的腰包，因此我们称之为公共财政。用公众的钱，办公众的事，就必须确保在进行第二次分配的时候体现公民社会的公平与正义。我想这就是现代财政的真正意义与价值取向。

本文强调的财政人要有大担当，就是这样的担当。眼下我国正处于重大转型时期。所谓转型，就既有面向未来，前景光明的积极一面；也有面临各种社会矛盾纵横交错，一触即发的消极一面。而隐藏在所有矛盾背后的最根本矛盾就是社会贫富差距的不断拉大。

不患寡而患不均，因贫富不均所造成的社会矛盾已经相当严重，由此而引发的社会不满情绪也相当严重，这种不满情绪随时随地可能因一个很小的矛盾而引发为社会群体事件——这样的案例已经很多，因此，本人深感当今财政人的责任重大，必须用好财政资金，在进行第二次分配时，更多地体现公平与正义的国家理念，将更多的财政资金用于民生事业，用于缓解社会矛盾上来。事实上，这些年财政在民生方面，成绩骄人，为老百姓办了许多可以载入史册的大好事。

我希望公平与正义能够真正贯穿于公共财政的具体实践中。要说绩效，公平与正义是衡量财政资金使用绩效的一个重要标准。要说财政人的立场，公平与正义也应是财政人分配财政资金的一个重要立场。

任何新闻宣传都有自己的价值取向与价值标准。坚持公平与正义，这是我们做好一切财政宣传的立足点、出发点与归宿点。

我们的心里有了这样的大格局，我们笔下写出的每一篇财政新闻报道，里面便处处有政治了。

立足财政 面向社会

跳出财政看财政，绝不是简单地停留于口头上的一句话，它是一种思维，是一种习惯，更是对日常生活的观察与体会。它应该渗透在我们从事财政新闻报道人的血液里。

常听一些财政领导说一句话，不能就财政说财政，要跳出财政看财政。这句话强调的就是看问题的视角，改变就财政说财政的思维定势，特别适合财政新闻报道。

就财政写财政，站在新闻人的角度看，这很容易把丰富多彩的财政题材限制死了，最后写出来的报道，只能是财政业务中表面上的收收支支，看山是山，看水是水，这样的新闻毫无新意可言，最终可能就是黑板报，写谁谁看，谁写谁看，完全失去了新闻传播的真正意义。新闻最终要有读者，读者越多，说明影响越大，如果写出来的报道，没有人看，或者很少人看，等于宣布该报道的死亡。这不是我们新闻报道的初衷。

现实中的财政工作生机勃勃，它不仅在贯彻落实国家大政方针方面发挥着重要作用，而且体现在日常生活中，它与我们百姓生活中柴米油盐酱醋茶、生老病死都有着非常直接或间接的关联，只要我们留心观察，政治、经济、社会生活中发生的种种事件，我们都能找到观察问题的财政视角。

仔细品味当初财政部党组创办《中国财经报》的时候，从起报名到办报的定位都是大有深意的。20世纪90年代初期，财政部准备创办一份报纸的时候，有几个报名待定，其中包括有人建议将报纸取名为“中国财政报”，事实上部党组决定最终取名为中国财经报，用意非常明确，财经的范围更广，财经的视野更开阔，虽然是财政部的报纸，但是，这里面包含了跳出财政看财政的深刻内涵。报纸定位的前八个字更是直接明了：立足财政，面向社会。

立足财政，这是一个基本立足点与办报的主线；面向社会，则是将财

政的视野指向了社会生活的方方面面。面向社会包含了两个指向，既有财政看社会的意思，也有社会看财政的寓意。这样，财经报的报道思路一下就打开了。

本人曾在一篇文章中提出财政人的视角问题。由于财政作为政府的一个重要综合经济部门，又处于替政府理财这样一个特殊位置，相对而言，财政部门看问题大局观较强，在分配财政资金时，比较重视资金分配的公平与资金使用的绩效。因此，“大局观、公平观、绩效观”，我称之为财政人的基本视角。以此为标准，我们新闻报道立足财政关注的一切社会热点问题，也应体现这样的财政人视角。

立足财政，我们能够看到许多社会热点问题的深层原因，看到别人所看不到的独特视角。例如，当前社会普遍反映的上学难、看病难等问题。既然百姓普遍反映，呼声很高，说明这肯定是个问题。但是，是不是财政投入不够，或者再继续加大财政投入就能如愿以偿顺利地解决问题呢？稍加分析，我们发现，这些年财政在不断地加大投入，以教育为例，这些年国家不仅完全实行了九年义务教育，而且在免除学杂费、增加贫困学生补助、化解普九债务等方面，各级财政对教育的投入可谓空前，可是，为什么投入这么大还是上学难呢？实际上，每个孩子都应该有学上，关键是，现在的父母都希望自己的孩子能够上当地最好的学校，这也就是说，上学难的深层原因，是上优质教育资源的学校难。显然，以财政的视角看，当前所谓的上学难，背后隐藏着巨大的教育资源分配不公的问题。这不是财政可以解决的，但是财政通过调整分配关系也是可以大有作为的。看病难，以及许多其他老百姓关注的社会问题，我们同样可以从财政的视角进行观察，这样既可澄清责任，也可理清思路，为财政更有作为提供参考。

有了大视角，就可以主动去碰一些大题材。以财政的视角来切入，我们会发现，大凡国家的重大决策与举动，背后必有财政的参与。深入采访与挖掘，一定能找到财政人的理财智慧与动人故事。

汶川大地震三周年前夕，各大新闻媒体都深入灾区，报道了汶川灾后

重建三年以来发生的翻天覆地的变化。本人和本报的一位同事也深入灾区，见证了发生在灾区重建奇迹中的动人故事。灾区可写的故事很多，那么从财政的视角我们如何写出自己的独家报道呢？我们近一万字的长篇通讯，完全选择了财政的视角。我们从资金的筹措、管理、成效，社会反映以及灾区财政人日日夜夜付出的辛劳，完成了我们全景式的新闻报道，我们的主标题选择了社会关注的焦点——《汶川重生》，而我们的副标题，则选择了自己的角度，谨以此文献给为灾区重建做出贡献的全国财政人。这篇视角独特的长篇通讯不仅在财政系统产生了较好的反应，而且在全国记协众多中央大报的多篇报道中，独树一帜，被收录进了这一年的汶川报道的优秀新闻中。

好新闻，一定是独特的。同样是报道汶川的通讯，因为有了财政的视角，我们形成了自己独特的风格，也丰富了汶川灾后重建的内涵，展示了默默奉献的财政人的风采。

财政的视角，不是抽象的，深入新闻一线，我们的独特视角将为我们带来非常丰富的新闻素材，也因此让我们笔下的报道，有了地气，有了人气，有了扑面而来的生活气。

2002年年末，我接到报社分派的任务，去完成一篇反映退耕还林的新闻报道。退耕还林，这样一个听上去既抽象又宏观的国家政策，怎么入手，如何以新闻通讯的方式体现出来。当我和一位同事从甘肃到云南，真正深入一线采访以后，才发现，这项政策绝不仅仅是财政发点钱落实一项政策那么简单，这项政策甚至已经影响到水土流失地区老百姓千百年来来的生活方式，这真是一项影响深远的国家战略。因此，采访归来，我们在中国财经报头版头条写出了占到一个版面的长篇通讯《一项政策与13亿人的命运》。一项政策怎么和13亿人的命运有关？这就是财政的视角给予我们的宏观视野。它让我们有了财政人的大局观，让我们从每一个细节、每一个故事、每一个人物身上都注入了财政的立场。

跳出财政看财政，绝不是简单地停留于口头上的一句话，它是一种思

维，是一种习惯，更是对日常生活的观察与体会。它应该渗透在我们从事财政新闻报道人的血液里。财政新闻报道的最高境界应该是：文章通篇不提一句财政，然而尽得理财之精髓。这才是财政新闻报道的好文章。

贴近中心工作 创造舆论环境

财政需要从被动中走出来，正确引导舆论，让社会大众更多地了解财政这些年的中心工作是什么，这样人们才能看到财政许多年来一以贯之的不断改革、创新的为国理财主线。只有了解财政，才能理解财政；只有理解财政，才能支持财政。

财政在不同时期、不同阶段，均有自己的中心工作、重点工作。财政新闻宣传应主动跟进，积极配合，围绕财政的中心工作，进行多角度、多种形式的深入报道，以此从舆论上推进财政的中心工作，通过扎实、有效的新闻服务，让财政新闻报道真正成为财政中心工作的一个重要组成部分。

站在国家大局的角度看，财政的所谓中心工作，就是政府的中心工作。作为党和国家政权活动的物质基础、政策工具、体制条件和监管手段，财政工作较为集中地体现的是党和国家的目标和意志。因此，新闻宣传贴近财政的中心工作，就是贴近政府的中心工作。只是，作为财政新闻，这个贴近，要牢牢地立足于财政这个视角。

围绕中心工作，特别能体现财政的大局观。我们常说，财政要有大局观。财政的这个大局观，指的就是服务于政府中心工作的这个大局观。一般而言，一届政府的中心工作是什么，这里肯定能看到财政的身影。在西方经典的新闻教科书里，往往有一章介绍如何阅读各级政府预算报告的内容，认为专跑财经口的新闻记者应该具备阅读预算报告的能力，因为预算报告的每一个数字背后，都提供了政府做事的秘密。的确，政府做了什么，

为什么要做，做的效果怎么样，公众是能够从预决算报告中找到答案的。

这几年，每年的中央一号文件都与三农有关。三农是中央的中心工作之一，毫无疑问，这也一定是财政的中心工作之一。有人开玩笑说，这些年的中央一号文件，句句都是真金白银的文件。这也从另一方面回答了财政与政府中心工作的紧密性。

科学发展观是本届中央政府提出的治国理念。按照这个国家战略，我们会发现，全国各地各级政府都在围绕科学发展观制定当地的发展战略。我国国情复杂，各地情况不同，各地财政又是如何结合当地实际积极服务于当地政府的中心工作呢？比如，同样是东部发达地区，广东有广东的省情，江苏有江苏的省情，财政在落实科学发展观方面，在体制、机制、监管等方面有什么创新，有什么值得总结的经验呢？积极跟进，及时总结，围绕这个时期的财政中心工作，财政新闻其实有很大的报道空间。

当今中国财政常常面临误解、曲解、不被理解的舆论环境。财政需要从被动中走出来，正确引导舆论，让社会大众更多地了解财政这些年的中心工作是什么，这样人们才能看到财政许多年来一以贯之的不断改革、创新的为国理财主线。只有了解财政，才能理解财政；只有理解财政，才能支持财政。

财政面临的环境异常复杂，各种矛盾异常突出，每一项改革向前推进异常艰难，贴近财政中心工作的新闻宣传，就是要为各级财政工作创造良好的舆论氛围，为国家长治久安，为民生事业不断发展的国家大局创造一个良好的舆论环境。

准与深：专业媒体的生存之道

真正有思想、有内涵、有专业水准的新闻报道，永远是媒体中的稀缺产品。

网络媒体的快速发展，加上电视媒体的独有优势，传统纸媒体感受到

强烈的生存压力，不少纸媒体已经举步维艰。在这样的背景下，传统纸媒体未来还有生存的机会吗？特别是像《中国财经报》这样带有很强专业行业特色的传统纸媒体，还能生存下去吗？

在我看来，直接受到冲击的应该是晚报等社会新闻类纸媒体，因为无论从快速还是容量或者阅读查阅方便方面，这些纸媒体都不如网络媒体。事实上，在西方媒体竞争更为充分的市场经济国家，不少纸媒体已经日渐式微，不少传统媒体已经在强力打造自己报纸的网络版，并且表现良好。但是从国内情况看，由于网络媒体在获得新闻第一手资源方面还存在某种劣势，因此，纸媒体在新闻资源上并没有处于下风。至于未来这方面的竞争究竟能够维持多长时间，这可能要看新闻体制、管理以及读者群体的阅读习惯等多种决定因素，这是后话。眼下，纸媒体的生存处境有一定的难度，但还没有那么糟。关键看具体的每个纸媒体自己的发展状况。

最有希望生存下来的应该是那些具有独特竞争优势的专业性媒体。因为只有这样的专业媒体是专门为一个专业的读者群服务的。因此，衡量专业媒体能不能生存的标准，不在于是否受到了新兴媒体的挑战，而在于是否提供了具有专业水准的新闻产品服务。如果未来某个专业媒体没有生存下来，主要理由不应在客观因素上寻找，而可能是没有提供好的产品。

相对而言，未来新闻产品的分工，网络的主要优势在于社会新闻的快捷与便利，而专业媒体的优势不在于对一条新信息的快捷传播上，如果是独家新闻，这当然也很好，然而，其主要功能应是为一部分圈内的读者提供专业的服务。

在网络媒体产生之前，如果说，专业媒体也还按照传统的新闻传播手段，在不断地追求新闻的短频快的话，那么，现在这些缺乏个性、独家性、权威性的一般新闻，应当主动让位于分析性、综述性强、具有一定思想深度的专业新闻。

未来传统专业纸媒体的发展应该定位于两个字：一是准，二是深。有

了准与深，这个报纸就找到了自己的生存空间，而且是唯一的生存空间。

财政新闻中的准与深，应当这样来理解：

准，就是抓准问题。具体地说，就是抓住当前财政改革当中热点、难点、焦点问题，特别是要抓住那些具有前瞻性和趋势性的问题。

深，就是能抓住问题的关节点，深入浅出，把问题写深写透，给人以启迪。

这是专业媒体的重要优势，具体地说，是纸媒体报道财政新闻的独特优势。这样的新闻选题，网络上很难看到，一般社会类媒体上很难看到，只有专业性媒体上才可能长期、连续地看到这样的报道。由于这样报道的大量存在，它必然在一个行业、一定范围的读者中形成气场，并拥有长期固定的读者群，从而找到自己的生存空间。

真正有思想、有内涵、有专业水准的新闻报道，永远是媒体中的稀缺产品。

我以为，《中国财经报》以及类似的专业媒体，应该走这样一条具有自己特色的办报之路。

每年“两会”是展示财政的重要时机

只要我们能坦诚、务实、理性、科学地向社会作出认真解释，我们的财政工作是能够得到社会理解的。财政没有退路，也没必要为自己找退路。面对公众，不回避矛盾，财政应当以更加开放自信的姿态，充分利用“两会”，宣传财政。

每年“两会”期间，都是各级财政向两会代表报告预决算草案的重要时刻，也是财政广受公众关注的时刻。

所谓关注，其中也伴随了很多的挑剔，随着预算的公开与细化，公众对财政挑剔的目光会越来越尖锐，越来越专业。