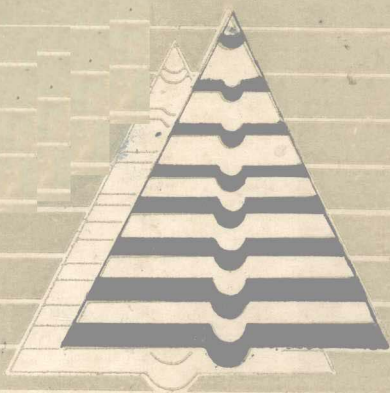


中国地市报研究会 主編  
宜昌日报编辑部

# 当代经济新闻 理论 与实践



新华出版社

G210

18

	当代
经济新闻	
	理论

中国地市报研究会 编  
宜昌日报编辑部

# 当代经济新闻理论与实践

中国地市报研究会 编  
宜昌日报编辑部

---

新华出版社出版发行  
湖北省枝江县新华印刷厂(激光照排)印刷

---

1989年11月第1版 1989年11月第1次印刷

---

850×1168 1/32 印张:11.88

字数:350,000 印数:1-3,000

---

统一书号:ISBN7—5011—0471—9/G·134 定价:3.90元

# 目 录

---

## 上 篇 经济新闻导论

### 第一章 透视与展望

- 1.1 哲学思考和学科构想 ..... (1)
- 1.2 迎接新的挑战 ..... (11)
- 1.3 文化视野 ..... (16)

### 第二章 功能与特征

- 2.1 特性及其运用 ..... (22)
- 2.2 舆论引导 ..... (38)
- 2.3 抢购的反思 ..... (46)
- 2.4 社区效应 ..... (50)

### 第三章 现状与趋势

- 3.1 搏动着的思考 ..... (56)

- 3.2 模式转换..... (58)
- 3.3 记者思维方法的变更..... (67)

#### 第四章 改革与创新

- 4.1 经济意识与报道质量..... (72)
- 4.2 突破口:超前报道..... (77)
- 4.3 广度、深度、角度..... (85)

#### 第五章 边缘地带

- 5.1 西方记者写作研究..... (87)
- 5.2 经济报道与法律..... (93)
- 5.3 经济报道与国际惯例..... (99)
- 5.4 经济新闻与美学..... (103)

### 中 篇 经济新闻传播要素

#### 第六章 资源开发

- 6.1 商品经济..... (107)
- 6.2 经济改革..... (112)
- 6.3 经济活动..... (116)
- 6.4 经济信息..... (120)
- 6.5 经济信息传播..... (124)
- 6.6 文化市场..... (126)
- 6.7 落后地区经济新闻..... (131)

## 第七章 体制与规范

- 7.1 体制模式及转换 ..... (134)
- 7.2 指导性 ..... (144)
- 7.3 透明度和服务性 ..... (150)
- 7.4 增强可读性 ..... (154)

## 第八章 传播人

- 8.1 记者类型 ..... (166)
- 8.2 宏观意识 ..... (172)
- 8.3 问题意识 ..... (177)
- 8.4 立体思维 ..... (180)
- 8.5 辩证思维 ..... (185)
- 8.6 不规则思维 ..... (190)
- 8.7 逆向思维 ..... (195)
- 8.8 定势心理 ..... (200)
- 8.9 “冷”“热”观 ..... (205)
- 8.10 参与和监督 ..... (210)

## 第九章 受众

- 9.1 受众心理 ..... (216)
- 9.2 多层次读者要求与适应 ..... (221)
- 9.3 把握与渗透 ..... (226)

## 第十章 失实现象

- 10.1 表现形式 ..... (230)
- 10.2 原因剖析 ..... (234)

10.3	预防对策·····	(239)
------	-----------	-------

## 下 篇 经济新闻报道新模式

### 第十一章 经济新闻现象

11.1	超前模拟型经济新闻·····	(247)
11.2	经济人物新闻·····	(258)
11.3	经济社会新闻·····	(264)
11.4	经济政策新闻·····	(268)
11.5	经济宣传·····	(271)
11.6	理论宣传·····	(275)
11.7	经济述评·····	(280)
11.8	深度报道·····	(283)
11.9	农业宣传·····	(286)

### 第十二章 空间开拓

12.1	拓宽新闻题材·····	(290)
12.2	开拓报道领域·····	(301)
12.3	转换报道方位·····	(305)
12.4	扩大信息来源·····	(310)

### 第十三章 制作技术

13.1	写活的思路·····	(315)
13.2	角度选择·····	(318)
13.3	以情动人·····	(324)
13.4	提高经济理论宣传效果·····	(328)

13.5	标题美感·····	(333)
13.6	地市报特色·····	(340)
13.7	热点、疑点和难点·····	(344)
13.8	运用辩证法·····	(346)
<b>第十四章    数字处理</b>		
14.1	统计分析法·····	(351)
14.2	数字应用·····	(356)
14.3	巧妙运用·····	(362)
<b>第十五章    新闻与经济</b>		
15.1	传媒与企业家·····	(318)
15.2	联办新闻·····	(379)
15.3	经济信息专版·····	(384)
15.4	有偿新闻·····	(386)
15.5	新闻广告异同析·····	(391)
	后记·····	(395)



# 上篇 经济新闻导论

## 第一章 透视与展望

### 1.1 哲学思考和学科构想

经济报道一直被认为是新闻报道的难点,其症结何在?怎样认识经济新闻实践与经济新闻理论的距离?如何适应经济新闻实践的需要构造经济新闻学的理论框架?回答这些问题,既是经济新闻实践提出的要求,又是经济新闻理论发展的趋向。

#### 难点及其症结

对经济新闻,受众不爱看(听),作者不愿写,这个现象困扰着新闻界,经济新闻成了新闻报道的一个老大难。尽管近几年新闻界为改进经济报道进行了各种尝试,其间也不乏成功之作,甚至还出现一些引起“轰动”的作品。但是,从整体上看,难点依然没有从根本上解决。

问题的症结何在?不少新闻工作者与理论工作者对此进行分析与探讨。

△ 第一种意见认为症结在经济新闻本身存在枯燥乏味的问题，早在 50 年代，新华社记者李峰同志就谈到经济新闻的两个难题：一是采访有“三多”，即技术多，数字多，专业性的问题多；二是枯燥无味的“三多”使读者罢读，脱离群众，写作也比较容易忽视新闻的思想性。

△ 第二种意见认为症结在于报道方法和角度出现偏差。复旦大学徐培汀同志把这问题概括为“三多三少”，即从领导角度报道多，从群众和消费者角度报道少；从生产角度报道多，从消费、流通、分配的角度报道少；或者以空谈议论和堆砌技术术语多，生动活泼、引人入胜的少。

△ 第三种意见认为症结在报道模式陈旧。在中国新闻学会联合会第一次学术年会上，有的同志认为，我们的经济新闻已经成了一种模式化的报道，经济报道基本上是关于工农业生产的报道，内容单调，千篇一律。有的同志把这种报道形象地称为“四季歌”：春播、夏管、秋收、冬藏；“三部曲”：年初开门红，年中双过半，年尾超指标。

第四种意见认为症结在经济新闻的角度、立意、主题缺乏深度，表现形式为写作的模式化，即相同的结构、句式、语言，如“上水平”、“登台阶”、“新面孔”、“显著成效”、“明显效果”等。

这些意见从不同的角度和侧面分析了经济新闻存在的问题。抓住这些问题加以解决，无疑会提高经济新闻的质量，但是，难点的问题仍然得不到解决，其原因在于，经济新闻是一种复杂的社会现象，从本质上讲，它是经济与新闻结合的产物。不从这个结合部位分析问题，也就难以抓住难点的真正的症结。

当前经济报道中存在的问题，主要有以下几种表现：

1. 没弄清什么是经济事实，什么是经济新闻事实，把不是新闻的经济活动事实加以报道，造成读者不愿看，听众不愿听，观众不愿看。

2. 对经济新闻事实本身没有弄清楚，人家怎么说，自己就怎么报道，没有消化和转化，报道者含糊糊糊，受众也糊糊涂涂。

3. 不熟悉经济事实，用主观的臆想去观察客观事实，难免隔雾看花，落于肤浅。

经济新闻对经济事实的报道。这里既有经济规律起作用，也有新闻规律起作用。经济新闻是经济规律与新闻规律对受众的一种综合作用的结果。因此，弄清楚经济事实，经济新闻事实，对于经济报道是至关重要的。不懂经济事实，经济报道难免盲目和肤浅，而不懂经济新闻事实，经济报道又难免专深和古奥。这样的报道不能准确、生动地反映经济事实，对受众来讲，绝无新闻可言。

可见，经济报道成为难点的症结，其深层的原因在于经济新闻设计制作人对经济事实缺乏系统的了解和科学的认识，不能运用新闻的规律来准确生动地报道经济事实。

不可否认，经济报道缺少新闻，有其客观的历史原因。党的十一届三中全会前，我们实行的计划经济是一种静态的、被动的经济运行机制，生产者的行为是计划性的，人们的消费行为也是程序化的，流通与分配，一成不变，经济活动按照固定的格式、固定的轨道运行，缺乏活力与朝气。在这种情况下，能成其为新闻的变动的经济事实是很难寻觅的，这就为经济新闻的采写带来了困难。

随着我国经济体制改革，计划经济开始向有计划的商品经济转变，经济生活由封闭的静态的转向开放与活泼。单调的经济活动被多层次、多色彩的经济活动所取代。经济事实逐渐变得丰富多彩起来。然而，我们建立在计划经济模式上的新闻事业没能很快适应这一转变，经济新闻的设计制作者们对经济事实缺乏研究和认识，面对丰富多彩的经济事实不能或很少加以准确、生动的反映，经济报道本身也发生一些难题。

难题一：经济新闻受众需要与新闻从业人员经济素质差的矛盾。我们的经济新闻受众是一个多方面、多层次、文化水平参差不齐的经济信息接受群体，他们带着经济生活中的疑难来寻找需要的经济信息。然而我们经济新闻从业人员大多数是从搞政治报道转过来的，或者是学新闻、学中文的，没有受到经济理论的专门培训，对经济缺少知识或知之不多，因此很难做到深入浅出，投石中的，满足不同层次的经济新闻受众的需要。

难题二：政治需要与经济需要的矛盾。常常有这种情况，从政治需要来讲，某个经济事实应该报道，但从经济需要来讲，又不能报道，或者相反。经济新闻从业人员经常处在这种两难选择之中。报道有很大的盲目性。比如说经济超高速发展的问题，从经济规律来讲，持续的超高速发展，必然带来资源配置的失调，宏观经济的失控，但是，上面提倡，只好盲目地宣传，而宣传的结果，助长了过热空气，造成国民经济的失调。

难题三：主观的视点与客观的经济运行的矛盾。我们经济新闻的设计制作人观察、分析、反映经济事实。不是从经济活动本身，而是离开经济活动，用陌生的眼光，主观的臆想，去搞经济报道，其结果必然不能反映经济活动的本来面貌，造成失真、失实和失误。

解决这些难题，关键在于经济新闻设计制作人加强经济理论修养和新闻理论修养，做到运用新闻规律，准确生动地反映经济事实，在经济规律的指导下，对经济新闻事实进行准确、生动的描述。

由此看来，寻找解决经济报道难点症结的过程，实际上是一个寻找经济新闻规律的过程。

## 实践与理论的距离

党的十一届三中全会以后，我们进入了改革的10年，这既是我国经济体制和经济运行机制改革的10年，也是经济新闻改革的10年。尽管经报道枯燥乏味的问题没得到根本解决，尽管经济报道的症结没有得到根本整治，但成就是显赫的，我国新闻界从经济新闻的体制、经济新闻观念、经济新闻形式等各个方面进行改革和探索，使经济新闻逐步发生结构性变革。

首先是经济新闻体制变革。这个变革主要表现在报业结构的变革上。专门从事经济报道的经济报纸破土而出，一大批带有民办性质的经济报纸应运而生。他们打破了地域范围的限界，在一定程度上摆脱了行政干预，因而对变化发展的经济事实有了一种迅速反映的灵

敏度。据统计,在 1982 年以前,全国的经济报纸只有 13 种,1984 年达到 73 种,1985 年达到 112 种。过去单一的机关报报业结构被打破了,进入多性质、多形式、多层次的报业结构阶段。

其次,是经济新闻观念的变革。这种变革主要表现在以下五个方面:

(1)从单纯的宣传价值转向宣传与新闻两个价值并重,树立了传播价值观念。实践证明,只注重经济事实的宣传价值,忽视经济事实的新闻价值,经济报道只能使人望而生厌,释手罢读,只有当经济事实既具有宣传意义,又具有新闻性,它才能进入传播渠道。

(2)从强调指导性转向指导性与服务性相结合,树立了信息服务观念。不懂经济却想指导经济工作,这种指导性必然造成瞎指挥。我国不少经济报纸从服务性入手,通过提供经济政策信息、市场信息、商品信息,解答受众的困惑,诱发受众的行为,取得很好的效果。经验证明,指导性只有与服务性结合,寓服务性于指导性中,经济报道才能为受众所接受。

(3)从单向灌输转向双向交流,树立受众兴趣观念。受众兴趣是读者、听众、观众对传播途中的信息采取的一种接收、转化、反馈行为。受众对信息采取的拒绝接收的态度,再精彩的经济报道效果等于零。只讲单向的灌输,不问受众的反馈,新闻工作者劳动只能是一种浪费。只有针对受众需求,与受众进行双向交流,经济报道才是有效的。

(4)从追求单一的政治性功能转向追求综合性功能,树立了整体效益观念。传统的新闻观念认为经济报道只有政治性功能,即组织、激励、批判和推动作用。经济新闻的实践告诉我们,除了政治性功能外,经济报道还具有服务功能、沟通功能、认知功能、诱发功能等等。只有追求经济新闻的综合功能,经济报道才有整体的效益。

(5)从单一的工具论转向既当喉舌又搞监督,树立了参预生活的观念。传统的经济新闻观念认为经济报道只能对事实作简单的反映、解释、传达。经济新闻的实践告诉我们,这种简单的反映、解释、传达

远远不能满足受众的需求,而远离经济生活实际,反映、解释、传达也难免做到真实、准确,只有积极地参与实际,熟悉、了解经济事实,才能准确地抓到经济生活中的热点和难点,激起受众的共鸣。

第三、经济新闻观念的更新带来了经济报道业务的改革。报道内容、报道角度、报道形式及经济新闻品种开始发生一些更新。

报道内容突破了单一政治选择的框框,触角从生产伸向流通、消费、分配的全过程,伸向经济理论领域,伸向经济人物的内心世界,以及经济环境的深层文化积淀。

报道角度从领导者的角度、工作角度转向受众角度,由平面的视点转向立体的透视,从局部的角度转向整体的拍摄,从各个方面、各个视点,对经济新闻事实进行立体扫描。

报道形式也打破了呆板的程序化的格式,各种各样的报道形式不断出现,如探索性报道、对话式报道、政论性报道、参与式报道等等。这些报道形式有的在新闻界、社会上引起了轰动效应。

经济新闻不断以新的姿态出现在受众面前,新的经济新闻现象使人目不暇顾。经济新闻的园地,新的品种竞相开放。这里不仅有动态性经济新闻、反馈性经济新闻、预测性经济新闻,服务性经济新闻,还有一些报道交叉部位产生的新的经济新闻现象,如经济社会新闻、经济政治新闻、经济科技新闻等。

与丰富的经济新闻实践相比,经济新闻理论则显得苍白、贫瘠。

经济新闻理论研究成果太少。与经济新闻在新闻报道中所占的地位相比,经济新闻理论显得微不足道。以中国新闻学会两次年会为例,第一次年会收进新闻学论文集的66篇论文,经济新闻理论论文只有3篇。第二次年会收到论文150篇,经济新闻理论论文不到10篇。在我国,经济新闻是最发达的,在整个的新闻报道中经济新闻所占的比例是40%,而经济新闻理论研究文章却在新闻学研究文章中所占不到6%。

△ 国内至今还没有一部较为科学的经济新闻著作。这是笔者对《中国新闻年鉴》收录的建国前后出版的新闻书名录与港台出版的部分

新闻书刊名录这两份资料进行统计的结论,从1902年到1985年,新闻学的研究还是比较繁荣的,共出版新闻学著作1751部,其中建国前445部,建国后692部,港台出版624部。而涉及到经济新闻学的只有6部,其中建国前1部叫《经济新闻谈法》(杨培新著,1947年致用书店出版);建国后5部,即《经济新闻知识》(魏友 著,商务印书馆1950年版);《怎样进行经济宣传》(人民日报辑,北京人民出版社1954年版);《工会报纸经济宣传》(陈凌著,北京工人出版社1954年版);《谈谈经济报道的改革》(内部发行)1984年浙江省社会科学院新闻研究所辑印);《经济新闻写作漫谈》(赵炳炎、王国栋著,1985年铁道设计报社出版)。这些书基本上是从经济新闻受众、经济新闻设计制作方面进行的研究,谈不上科学性和系统性,相反,在这83年间,冠以广告学的研究却达到43部。经济新闻理论的研究成果与经济新闻实践相比不成比例。

对经济新闻理论的研究,在我国新闻界目前存在着三个问题:

一是重操作技术,轻基础理论。我国几种有一定影响的新闻学期刊,发表的经济新闻理论文章,一般都是业务总结,采写经验,缺乏理论文章,缺乏理论性和概括性。

二是经济新闻理论研究缺乏科学意识。没有把经济新闻当作一种特殊的新闻现象来系统地进行研究。用系统观念看待经济新闻现象,它至少可以分为经济新闻事实、经济新闻受众、信息新闻设计与制作等四个构件。而经济新闻事实是这个系统的基础构件。我们目前的研究恰恰忽略了这个基础。大部分集中在经济新闻受众与制作上,而且研究也缺乏系统性,整个的研究还没有出现学科建设意义的成果。张宗厚、陈祖声从宣传的角度提出一种科学建设设想,但他们的设想也不是把经济新闻当作一门学科来建设。他俩在《简明新闻学》中指出:“在古今中外的新闻学中,还没有一本书把经济宣传和精神文明宣传作为科学的一部分进行专门论述的。”可见,系统的经济新闻理论建设还未引起人们的注意。正因为如此,我国从事经济新闻理论教学的同志都有这样一种感慨:经济新闻理论课不好教。

三是经济新闻理论方法缺乏科学性,经济新闻理论,是经济理论与新闻理论的杂交和结合。经济理论是经济新闻理论的基础与核心。不懂得经济理论,是难以搞好经济报道的。在这方面,《经济日报》总编辑范敬宜深有体会。关广梅现象讨论时提出的问题是“租赁究竟姓‘社’,还是姓‘资’”,一位外国记者事后问他:“如果在十三大以后,关广梅现象讨论的命题是否不会是‘租赁究竟姓‘社’还是姓‘资’了?”他感到问得很有道理。他说:“如果当时我们对社会主义初级阶段的论断认识较早,懂得在初级阶段多种经济成分并存并不妨碍它是社会主义,那么也许就不是那样提问题了。”可见,经济理论掌握得如何,决定了经济报道的力度和深度。研究经济新闻理论,离不开对经济理论的研究,只有寻找与新闻交叉的部位,才能找到经济新闻理论的生长点。而且随着经济社会新闻,经济政治新闻等新的现象的出现,经济新闻理论也应与社会学、政治学、人文科学、社会科学进行交叉研究。运用交叉科学方法研究经济新闻理论,我们才能构建出一个科学的丰盈的经济新闻理论体系。

总的来讲,经济新闻理论的研究目前还未提到应有的位置上来,经济新闻理论远远地掉在实践的后面。加强对经济新闻基础理论、操作理论研究,对经济新闻的实践进行科学、全面的概括,这是实践的呼唤。

## 经济新闻学框架构想

适应经济新闻实践的需要,构造经济新闻学的理论框架,是摆在新闻界理论工作者、实践工作者面前一个刻不容缓的工作。

经济新闻学是一门高度交叉性的学科,它的建立,不仅具备了实践条件,而且也具备了理论条件。

经济学、政治经济学与新闻学是经济新闻学的基础理论和支柱。特别是经济学,这是一个精密宏大的系列学科群。据初步统计,经济学目前已分为宏观经济学、微观经济学、发展经济学、短缺经济学等



30 多门新学科。这门系列学科群为经济新闻学的建设准备了丰硕的构件。政治经济学也是一门源远流长的学科,各种流派众多,理论营养丰富,能够为经济新闻学的建设提供富足的养料。新闻学虽然曾经被人怀疑,但它经过新闻理论工作者的艰辛努力,毕竟形成了自己的体系和理论框架。这门学科为经济新闻学的建立准备了各种材料。而且随着经济新闻学的建立,也会进一步丰富和完善新闻学的理论体系。

△ 经济新闻学研究的对象是经济新闻现象。研究经济新闻现象需要回答三个问题:一是经济新闻的内容与定义;二是经济新闻的类别和特点;三是经济新闻的发展趋势。

经济新闻的定义和内容。首先要研究经济新闻的属性。对这个问题,我们过去研究是不够的,一般是把新闻的属性当作经济新闻的属性。显然,这种观点忽视了经济新闻的特殊性。没有把经济新闻当作一种特殊的新闻现象来分析。其次,关于经济新闻的定义也要进行科学的界定。从目前的研究看,对经济新闻定义的研究成果甚少,概括也比较肤浅。另外,对经济新闻涉及的内容、领域,也需要从质与量两个方面进行界定。

经济新闻的类别和特点。对经济新闻的分类,我们过去一般是按体裁和经济部门来划分,前者不能给人以新的信息,部门新闻的划分也是不科学的,难以概括实践中出现的一些新的经济新闻现象。冯健伟同志在《信息的传播与应用》中,从信息论的角度对经济新闻作了分类,给人们新的启发。但是,总的说来,经济新闻的分类研究,目前仍然是不细、不准、不科学。我们认为,经济新闻分类应该多有几条思路,能够给人以更多的信息。如从态势上分,经济新闻可分为宏观经济新闻、中观经济新闻与微观经济新闻;从性质上分,又可以分为经济动态新闻,经济反馈新闻,经济预测新闻,经济理论新闻,经济服务新闻,经济社会新闻,经济政治新闻等。这样划分,不仅特征容易界定,而且从经济新闻实践来看,眉目比较清晰,实践中也容易把握。经济新闻的发展趋势,要从体裁、表现手法、表现形式等各个方面对经