

改进经济宣传讨论会

新闻论文集



湖北省新闻工作者协会 编
湖北省新闻学会

新闻论文集

责任编辑：

毕竹荫

王焱华

钟家茂

方化民

李满全

一九九一年十月

新闻论文集

湖北人民出版社

责任编辑

李淑兰

封面设计

李淑兰

1991年10月

新闻论文集

※

湖北省新闻工作者协会

编

湖北省新闻学会

武钢工人报社印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 6.5印张 14万字

※

1991年10月第一版 1991年10月第一次印刷

鄂省图内字第140号 印数1——1500册

编辑说明

今年六月四日至六日，省记协和省新闻学会在武昌举行了“改进经济宣传讨论会”，有23家新闻单位的30多位代表参加会议，在会上宣讲了论文的观点。

中国记协学术研究部顾也是同志应邀到会指导。周传仁、杨仁本同志参加并主持会议。

在此之前，中宣部在北京举办了经济宣传研讨班，参加研讨班的湖北日报副总编辑刘建勋同志应邀到会传达了研讨班的主要精神。

湖北省记协和省新闻学会于1980年12月恢复活动以来，积极组织新闻业务交流和新闻理论研究，共组织举办了地市报、专业报、企业报、县市报、城市电台新闻业务交流会60多次；报纸一版、经济宣传、经营管理、新闻美术、新闻资料、新闻群众工作、新闻改革等专题理论研讨会8次；邀请新闻界专家学者如戴邦、陈朗、李普、陈柏生等讲演报告会十多次。这些会议，共收到各新闻单位和个人的论文500多篇，并在记协刊物《湖北新闻通讯》（84年前叫两会通讯）上陆续刊出一部分，但没有汇编成书。

现在，总结过去的经验，觉得还是每年出一本论文集好，这有利于全省新闻理论研究成果的集中展示，促进新闻理论研究活动沿着社会主义方向深入发展。本着这个精神，特将这次改进经济宣传讨论会论文汇聚成册。书中多数论文质量较高，

少数文章内容单薄一些，但我们还是一并收入，以期同志们相互切磋、借鉴。

本书的出版，得到武钢工人报的大力支持，谨表示衷心的感谢。

编者

目 录

改进经济宣传 服务经济建设	顾 新 (1)
从工作和生活的交叉上寻求经济报道的突破	彭 晓 (9)
拓宽 加强 搞活	余安化 (16)
何谓“活”? 如何“活”?	王茂亮 (27)
经济宣传也要升起人的太阳	宋汉炎 (43)
人——经济报道中的“聚光点”	
	汪国启 李建平 (48)
试论企业报经济宣传的特色	钟家茂 (54)
改进企业报经济宣传管见	方化民 (62)
面向群众突出群众	徐占峰 (68)
不规则思维艺术在经济宣传中运用浅说	邹家福 (75)
不断开拓经济报道的新领域	雷振池 (81)
经济报道可读性问题思考	周显超 (87)
经济报道的非经济视角效应	田先瑛 (95)
论如何提高经济宣传的可读性	王 勇 (102)
增强经济新闻的可受性	谢麦祥 (112)
强化经济新闻的信息意识	韦水清 (124)
多用“特写”镜头少发概念化消息	祝 潇 (130)
经济新闻要充满现场感	程水清 (134)
中观经济层次上的宣传方略	陈心安 (140)
反弹琵琶奏新曲	孙礼武 (153)

经济报道中“非新闻文字”现象浅析

李行德 (160)

增强经济报道的力度和深度

王同杰 (169)

浅析经济宣传“弱”在哪里

倪林 (173)

《企业家沙龙》双向参与辨析

王家胜 (180)

略谈经济报道的三种功能

穆紫 (187)

千峰争秀写经济

张佑林 (192)

改进经济宣传的几点思索

王奔烟 (201)

改进经济宣传 服务经济建设

顾 新

全国人民代表大会第七届第四次会议通过了我国国民经济和社会发展的十年规划和“八五”计划纲要。这是一个奔小康、为二十一世纪我国经济、社会发展奠定基础的宏伟规划，得到全国各族人民的拥护。现在，前进的目标已经确定了。实现这个宏伟的目标，把蓝图变为现实，需要广大干部群众团结起来艰苦奋斗，扎扎实实地做好各方面的工作。当前，我们的经济形势已经好转，但还有一些紧迫问题需要解决。新闻宣传作为党、政府和人民群众的喉舌，把经济宣传放在中心工作位置上，改进经济宣传，服务经济建设，理所当然，责无旁贷。我们应当急经济工作之所急，想经济工作之所想，宣传好四项基本原则，宣传好改革开放，为经济建设持续、稳定、协调发展鼓劲，创造一个良好的舆论环境。

一、更新观念，摆正着力点。

自从党的工作重点转到以经济建设为中心的轨道上以来，我们的新闻宣传重点也随之转移，取得了较好的成绩。这几年，经济宣传的稿件在新闻中所占的比例达60%左右，也写出了一些受欢迎的经济宣传好新闻，实事求是地分析过去，也还有许多不足。单就数量看，经济新闻稿件不算少，份量不算轻，但就内容看，主要存在三个问题：一、比较肤浅，唱生产四

季歌的多，经济信息少；一般动态多，有血有肉的典型少；就事论事的多，宏观上给人启迪的少。二、比较呆板，往往是流行的政策、口号加产量、产值数字，经验一二三，不具体、不生动，比较枯燥，有的甚至以偏概全，把个别单位的说成整个系统的，局部的说成全局的，千人一面，千篇一律，毫无个性。三、距离群众较远，会议新闻多而长，领导说要怎么搞宣传的多，群众活动宣传少，至于反映群众“卖难买难”、生产生活中的喜与忧，就更少了。因此经济宣传缺乏吸引力，读者、听众感到不解渴，不来劲。

这种状况，已经适应不了经济建设新形势的要求。目前，经济建设在从速度型转向质量效益型，即在保持一定增长速度的基础上，追求质量高、品种多、效益好，并以此作为整个经济工作的中心。国务院决定今年在经济建设中开展“质量、品种、效益年”活动，不是权宜之计，而是经济工作的一个长远指导思想。因此，经济宣传也应“转轨变型”，更新观念，摆正着力点。这里包含两层意思：

首先，经济宣传的内容，重点应放在质量、品种、效益上。从表面看，产量产值和效益之间似乎是成正比例的。但按经济学观点，并非如此，效益往往受质量、品种的影响。产品质量好，品种多，销路就好，效益就好。反之，产品质量差、品种单一，进不了流通渠道，成不了商品，换不回钱，产量产值再多，效益也等于零。经济宣传不能光把眼睛盯在产量产值上，哪个企业产量产值高就去大书特书，而应该把眼睛首先盯在企业的产品质量、品种、效益上，着力报道这方面的企业，把他们增加品种、提高质量和效益的好经验总结出来。

再就是经济宣传本身也要讲究质量、品种、效益。宇宙间

任何两个事物互相吸引，它们的质量越大，吸引力也就越大。经济宣传质量越高，对读者、听众的吸引力也就越大。经济报道应在保持一定数量的同时，着力提高质量，增强深度、力度和接近性，渗透到经济活动各个环节中去，写出有声有色的报道，达到教育人、激励人的目的。

二、联系实际，加强针对性。

联系实际是经济宣传的指导思想，也是改进经济宣传的一个关键问题。我们常说，新闻要有指导性。指导性来源于针对性。国有国情，省有省情，各地贯彻党和国家经济工作指导方针思路也不尽一样，只有联系实际，了解当地当时经济工作全面，了解群众渴望知道的经济工作难点热点，熟悉报道对象的方方面面，才能抓住“客观新闻事物运动的特征”，报道才有针对性、指导性。因此，改进经济宣传，必须在内容上既讲“北京话”，即党和国家的方针政策，更要讲“湖北话”，即联系湖北实际进行宣传。

当前应着重在这几方面下功夫：

攻难点。经济工作的难点也就是经济宣传的难点。湖北是老工业基地，怎样重放光彩？湖北是粮棉大省，怎样保持粮棉稳定增长？近年来湖北经济位次后移，怎样提高效益，位次排前？商店东西不少但消费者想买的又买不到，农业丰收了农民却又卖粮难，怎样解决这“买难卖难”？，这些问题都是经济工作者潜心研究的难题，也是人们议论的热点。经济报道不能回避这些带有普遍性问题，应当钻进去，引导人们从复杂的经济生活中有所思，有所悟。攻难点虽难，但风光在险峰。

抓重点。经济工作的重点理所当然也是经济宣传的重点。

当前湖北迫切需要搞活大中型企业，迫切需要深化农村改革，迫切需要加大改革开放的步伐，迫切需要把科技成果转化为生产力，迫切需要搞活流通……，宣传避开这些重点，而只作一般的信息传递，就失去了喉舌的作用，没了中心。应当把握这些重点，报道其新进展，新发现，新经验。

找切口。经济工作复杂多变，经济生活丰富多彩。过去的经济报道停留在传统的生产报道式上，与复杂的经济工作和新的经济生活隔着一层似的，不鲜、不活、不吸引人。原因在没找准切口。随着社会主义商品经济的发展，市场越来越活跃。生产、流通、分配、消费，市场一肩挑两头。可以说，市场是经济活动的寒暑表，供求矛盾大都从市场上反映出来。搞经济报道，光跑工厂企业不行，还得多跑跑市场，要以群众的经济生活、以群众关心的问题为切口，选择报道题材和角度。群众往往是从自己的切身利益去认识政策、关心建设和决定自己行动的。把经济报道的切口定在群众关心的经济生产和经济生活上是增强报道接近性、鲜活度和吸引力的有效途径。

树典型。经济宣传和其它宣传一样，也需要坚持正面宣传的方针。坚持正面最有力、最有效的办法是抓好典型宣传。一盏灯照亮一大片，一个典型带动一大群。经济典型包括两个方面，即典型单位、典型事和典型人物。选典型要视野开阔些，把目光从就生产谈生产的狭隘天地里解放出来，扩大到流通、交换、分配、消费等各个领域去，大中型企业、产业结构的调整、产品质量领先、科技兴业、外贸出口、金融财政、艰苦创业、改革开放新思考、新创造等等，都可以选出典型；选典型要洞察全局，高瞻远瞩，了解和掌握经济工作实际情况、成绩、经验、问题，特别是燃眉之急的问题以及群众的愿望、要

求和思想动向，从本质上去把握；选典型要突出经济活动中的人，侧重企业家、工程师、工人、保管员、推销员、营业员、会计、消费者等等在改革开放中的命运和奉献精神。典型选准了，解剖深了，就能引起人们的共鸣，激励人们学先进、赶先进，推动经济建设的发展。

当然，坚持正面宣传的方针，并不排除批评报道，发挥新闻舆论监督作用。开展批评报道也是保证经济建设健康发展的需要。批评报道一要抓得准，要有典型意义，要事实准确无误，要分寸得当，这样有利于被批评者改进，产生正效应；二要掌握度，不宜多。经济活动中的种种不良现象毕竟是少数，是前进中的问题，不能本末倒置，给经济工作添乱。

三、统筹安排，百花齐放。

我们说改进经济宣传，要把经济宣传放在宣传工作的中心位置上，并不是说经济宣传可以压倒一切，乱刮一阵风，放松或不管其它方面的宣传。经济建设与党的建设、精神文明建设、社会稳定本来就是互相依存、互相渗透、互相促进的。经济宣传只有和其它方面的宣传相互配套，统筹安排，才能给经济工作创造一个良好的舆论环境。否则宣传中的“一手硬一手软”会给经济工作惹麻烦，捅漏子。因此，日常宣传中，要社会主义物质文明和精神文明建设一起抓，要把党的建设、经济建设和社会稳定三件大事结合起来宣传，不能搞单科独进，搞单打一。

经济宣传要百花齐放。经济活动内容丰富，色彩纷呈，经济报道也应气象万千。内容上既讲生产又讲生活，既讲积累又讲消费，既讲奉献精神又讲物质利益，既讲喜悦又讲忧虑，既

讲成绩又讲问题，只要经济生活中需要解决的，群众普遍关心的，都应该去触及，去反映。形式上克服概念化，公式化，经济工作中美景与困难，成就与问题、喜与忧、拼搏与艰辛，能用什么写作形式就用什么写作形式，宜长则长，宜短则短，不必拘泥于一种形式，一种格调。宣传手段上思路要宽一些，办法多一些，典型引路，言论引深，问题讨论，专题深化，互借载体（各种宣传工具互相配合），硬软并行（任务与管理、措施和精神都作报道）。这样做，可以满足不同受众的多层次需求。

四、提高素养，适应新形势。

近几年，经济宣传的广度和深度有所加强，记者编辑是作了很大努力的，但也有许多不尽人意的地方。现在经济工作从速度型转为质量效益型，对经济宣传提出了更高的要求。李瑞环同志在同天津人民广播电台编辑人员谈话时讲过这样一段话：“办好节目，第一先叫人家听得懂，第二叫人家喜欢，第三再研究怎样教育人、打动人。如果首先研究教育人，人都跑了你教育谁？我们编辑记者要把自己摆在听众的位置上想问题”。这段话意思很明白，就是搞宣传要从群众出发，要让群众听得懂，喜欢听。经济宣传亦不例外。而要做到这一点，就必须努力提高编辑记者的经济理论和思想作风的素养。这是当务之急。

要认真学习经济理论，进行知识结构调整。经济活动的各个方面、各个环节都不是孤立的，而是互相联系、互相矛盾的对立统一体。希望和困难并存，有利与不利相依，成绩和缺点同在，客观和主观互转，不懂经济规律，不知其辩证关系，就

只能说外行话，陷入知其一不知其二的片面性。眼下编辑记者中大部分是文理科毕业的，对经济理论、经济知识知之甚少，即使搞过一段时间经济新闻，也多是习惯于速度型经济报道。以其昏昏，使人昭昭是不行的。所以必须学习，调整知识结构。当然，要求编辑记者学懂弄通经济理论，并不是要求大家都去成为经济学家、教授，而是懂得经济工作的基本规律，掌握基本的知识，采访时能和经济工作者、厂长、企业家谈得拢，会从全局上和客观上、从诸多经济现象的内在联系、发展变化上看问题分析问题。学习经济理论和知识，都脱产到大学去，显然不现实不可能，举办短期培训班，请经济学家、实际工作者或厂长企业家讲讲课，利用业余时间读点经济著作，列出一些专题进行调查，虚心求教于内行，是提高经济理论素养行之有效的办法。

大兴调查研究之风。经济宣传好不好，最根本的决定因素，在于内容是不是符合经济规律，是不是实事求是。违背了，报道就失去真实性，谁还信你啊。著名作家周立波说：“记者要时刻注意，自己是报道事实，是用事实来进行宣传，来表明党和国家政策的实施情况的”。没有调查研究，就不可能实事求是，用事实说话。现在有些记者“机关化”、“办官差”作风比较浓，没有会议通知不出门，或者根据某个领导讲的某个精神，蜻蜓点水去找材料，穿靴戴帽，小材大用写稿子，报道牵强附会，给人很不真实的感觉。新闻的源头在群众的实践。我们应该到群众中去，到经济工作实际中去，同厂长经理、工人、农民、营业员、财会人员等等交朋友，听听他们的意见和要求，了解生活，调查研究，淘金掘宝。

改进文风。经济新闻免不了要与生产措施、管理办法以及

产值、利润、成本、质量指标等干巴巴的数字打交道，不易写活，但又必须写活。否则，平平淡淡，毫无生气，受众不喜欢。

“活”从何来？“活”从新闻事实固有的魅力来。要用生动的事实来报道，写事又写人，写人见思想，见感情，多角度、立体式地写，使动态新闻也有血有肉，典型生动具体，问题讨论深入浅出。“活”当然还要有巧妙的构思，独到的见解，风趣的语言。但抓住具有特征的事实是第一位的，正如周立波说：

“高明的记者宁可多多叙述胜于雄辩的事实，让读者看了事实，自己下判断，自己得出结论”。那种老格调、老模式、把自己观点硬塞给受众的文风应该扫一扫。

经济建设的新形势对经济报道提出了新要求，任重而道远。我们应以新的观念，新的精神状态，新的工作作风，迎接新的考验，努力改进经济宣传，服务经济建设，作出新贡献！

（作者单位：湖北人民广播电台总编室）

从工作和生活的交叉上寻求经济 报道的突破

彭 晓

自从党的工作重点实现以经济建设为中心的战略转移，经济报道越来越成为党和政府指导经济工作、促进经济发展的重要武器，也越来越成为人民了解经济形势、观察经济生活的重要渠道。

党和人民需要并希望我们拿出更多更好有指导性、针对性、可读性的经济报道，只是我们的经济报道目前还远远不能适应党的要求、远远不能满足人民的期待。这需要我们在新闻改革的过程中，把加强和改进经济报道放在重要位置。

经济工作错综复杂、经济生活丰富多彩，它们相互关联、渗透交叉。好的经济报道，应该从这种关联、渗透和交叉中去寻找最佳新闻线索，选择最佳报道角度，取得最佳宣传效果。但我们目前往往忽视这一点，结果经济报道或枯燥无味、或玩花架子，使读者读而生畏、读而生腻。

去年底，我们在针对产品质量问题组织题为“拼搏进取，让汉货流光溢彩”系列报道的过程中，尝试着通过“经济工作和经济生活的交叉”、并在这个母项的交叉上实现一系列的交叉，以求指导性、针对性、可读性合而为一。

一、出题：工作重点和生活热点的交叉

党和政府一段时期内的工作重点，应该也历来是新闻报道的主要任务，经济报道同样如此。近几年，我们又开始重视对一些热点问题的报道，应该说，这是新闻改革中的一个重大突破，加强对经济生活的热点报道也是改进经济报道的重要内容。

但是在重视经济工作重点的报道、加强经济生活热点的报道时，我们常常出现的问题是两者分立、甚至对立，不善于在两者的交叉点上找题目做文章。

由于武汉市场的开放带来激烈的产品竞争，加上近年出现的市场疲软，武汉产品的质量对武汉经济发展的制约、影响日趋突出。去年8月，商业部长胡平在武汉买了一双“一日鞋”，更使武汉产品的质量问题的在全国闹得沸沸扬扬，成为人们街谈巷议的热点。

对“质量”这个经济工作的重点和因“一日鞋”引发的热点，我们一度也曾陷入将两者分立的报道思路。由于面临市场疲软、产品销售不畅，有同志主张低调处理有关汉货的质量问题和“一日鞋”的报道；也有的同志主张仅就“一日鞋”这个热点，连续报道有关批评、调查结果、处理动态。

但是，这两种意见最后都被否定。我们通过分析质量与销售、质量与市场的相互联系，在两者的交叉上拟出“拼搏进取，让汉货流光溢彩”的报道主题。围绕这一主题，用在经济生活中挖掘出的新闻事实去宣传优质汉货创优的经验，剖析产生质量问题的原因，寻求提高产品质量的对策，并围绕当前努力扩大产品销售这一经济工作的重点，向群众介绍优质汉货，提供