

经济报道论

主编 张明忠 王有善

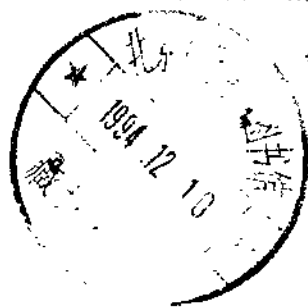
中国广播电视出版社

主编：张明志 王有善

经济报道论

中国广播电视出版社

1994年9月·北京



(京)新登字097号

G214.2
112
218
经济报道论

主编 张明志 王有善

中国广播电视出版社出版发行
(北京复兴门外广播电视部大楼)

邮政编码 100866

山东新华印刷厂潍坊厂印刷

*

787×1092毫米32开本 11.125印张 5插页 241千字

1994年9月第1版 1994年9月第1次印刷

印数: 1—3000册

ISBN 7—5043—1911—2

G·991 定价: 6.00元

序 言

郑金兰

潍坊市新闻工作者协会、新闻学会为指导全市新闻单位搞好经济宣传,做了许多工作。从 1991 年开始,先后举办了“改进经济宣传理论”和“市场经济与新闻改革”的研讨会,这对推动全市各新闻单位的经济宣传起了很好的作用。两次研讨会的论文将汇集成《经济报道论》一书,正式出版,是一件很有意义的事情。我应邀作序,以示衷心祝贺。

建立社会主义市场经济,是我国改革开放的既定目标,是一个十分艰巨和复杂的过程。认真学习、宣传和研究社会主义市场经济理论,为建立社会主义市场经济体制服务,是新闻宣传面临的一项迫切任务。新闻单位应努力配合,为发展市场经济创造良好的舆论氛围。

从收入书中的 55 篇文章来看,大家着重探讨了市场经济条件下如何坚持新闻事业的党性原则、改进经济报道的新思路、经济报道的社会效益、市场经济和新闻改革二者之间的关系及结合点等。书中的文章坚持了改革、发展、稳定和正面宣传为主的方针,并且比较好地做到了理论联系实际,言之有物,言之成理,有一定深度和新意。

经济宣传是新闻单位的“重头戏”,需要我们进一步下功

夫改进和提高。在宣传内容、报道形式上有所创新,有所突破,使经济报道更好地贴近群众,服务经济。特别在理论和实践的結合上,提倡独立思考、标新立异,把经济报道搞得更深入、更扎实。要善于不断地把经济工作中的新经验、新成就、新路子见诸于报端和电波;要下决心克服经济宣传中的平面化、概念化和数字化,在报道深度上下功夫;要克服经济报道中的见物不见人现象,把人这一生产力中最活跃的因素挖掘出来,让各行各业的典型人物报刊上有字,电视上有影,电台上有声;要在“活”字上动脑筋,既要多角度、多侧面搞好经济报道,又要从立体化上做文章,运用系列报道、追踪报道、现场新闻等形式,使经济宣传能为群众所接受,既看得见、摸得着,又有可读性和说服力。

总之,作为经济宣传的理论成果,《经济报道论》是一部值得一读的好书。书中的文章作为业务研究成果,必将进一步推动广大新闻工作者投入到火热的经济生活中去,拿出更多、更好的经济报道来,为社会主义市场经济的发展和完善鸣锣开道。

1994年8月3日于潍坊

目 录

序言	郑金兰(1)
经济报道理论篇	
新形势 新思维	孙继进(3)
在市场经济条件下 坚持新闻事业的	
党性原则	邱家茂 张清彪(11)
把握社会主义市场经济特色 搞好经济报道	
.....	郑岳伍(16)
市场经济宣传的外延与内涵	王高宗(22)
市场经济下的电视宣传	张明志(28)
把握“正象”反映主潮	窦锦平(35)
经济报道的辩证思考	宁本君 李培华(46)
既要当喉舌 更须做参谋	许荣安(54)
试谈深度经济报道	于茂秋(68)
冲破旧习惯 形成新风气	吕熙祥(74)
在市场经济下对农村经济宣传的思考	逢增江(84)
适应改革开放新形势 进一步改进	
经济宣传	赵林溪 刘久庭(91)
服务市场经济 改革新闻报道	吕传富(97)
强化受众意识是深化新闻改革的重要环节	

.....	孙德修(104)
适应市场经济 提高宣传质量.....	王有善(109)
加强法规宣传 搞好经济报道.....	秦天富(113)
谈“电视广告战”中的经济意识.....	郭伟东(118)

经济报道艺术论

让经济报道活起来.....	高立基(127)
经济宣传切忌片面性.....	朱瑞福(132)
经济宣传要在“深”字上下功夫.....	张龙潭(137)
农村经济宣传不能只唱“四季歌”.....	万国红(142)
增强经济报道的可读性.....	张则信(148)
把经济报道重点转移到流通领域.....	张广忠(159)
让人“回归”到经济新闻中去.....	任成海(163)
经济报道要突出人的立体地位.....	白光信(169)
增强经济新闻的接近性.....	邱家茂(174)
经济报道要贴近群众.....	王成龙(182)
让经济新闻跳出枯燥的怪圈.....	张中杰(185)
注重写人写思想是改进经济报道的重要途径	

.....	孙德修(191)
深入实际 贴近群众 增强效果.....	尹海瑞(195)
观察在经济报道中的作用.....	张文汉(199)
时刻不忘群众 搞好经济宣传.....	张志孝(205)
听众的需求就是广播的市场.....	杜华峰(214)
紧扣时代脉搏 为潮头健儿造像.....	陈 沛(220)
增强广播经济报道的可听性.....	白友顺(224)

经济报道体会谈

试谈城市台经济报道的特点.....	张明志(231)
-------------------	----------

探索宣传方法 提高宣传效果·····	吕熙祥(242)
把经济报道与科技报道结合起来·····	张则信(249)
搞好市场经济报道 必须做到“三个转变” ·····	王有善(257)
改进经济宣传的几点体会·····	姜广先(263)
运用电视广告服务经济建设·····	郭伟禾(267)
运用辩证思维方法 驾驭市场经济宣传 ·····	王有善 尹海瑞(271)
新形势下地市党报群众工作的几点思考·····	朱瑞福(277)
改革县报宣传 服务市场经济·····	魏颜蓓(287)
如何办好市场经济体制下的专业媒体·····	董德武(291)
紧跟企业 放眼市场·····	黄官龙(294)
县级电台经济宣传中的“破”与“立”·····	王明圣(299)
县级广播台站如何改进经济宣传 ·····	魏宽喜 李汀(306)
农村经济宣传要回答农民关心的问题 ·····	王万国 郝夕楷(314)
县级有线电视台怎样搞好经济宣传·····	何建国(322)
办好厂报适应市场经济需要·····	王淑云 黄元福(326)
加快信息传递 促进市场农业 ·····	宋德昌 白光信 张立平(330)
经济工作深度报道初探·····	吕传富(335)
着眼于新 着力于深·····	徐文理(341)
新闻要为市场经济服务·····	徐俊杰(345)
后记·····	(348)

经济报道理论篇



新形势 新思维

——关于宣传市场经济与自觉更新观念的思考

孙继进

毛泽东在《实践论》中指出：“根据于一定的思想、理论、计划、方案以从事于变革客观现实的实践，一次又一次地向前，人们对于客观现实的认识也就一次又一次地深化。客观现实世界的变化运动永远没有完结，人们在实践中对于真理的认识也就永远没有完结。马克思列宁主义并没有结束真理，而是在实践中不断地开辟认识真理的道路。我们的结论是主观和客观、理论和实践、知和行的具体的历史的统一，反对一切离开具体历史的‘左’的或右的错误思想”。正是本着这样的观点，党的十四届三中全会总结了全党和全国人民的经验智慧，作出了《关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》，这是九十年代我国进行经济体制改革的行动纲领。新闻是舆论宣传阵地，我们怎样才能肩负起历史重任搞好市场经济宣传？面对这样一个迫切而又崭新的课题，首先想到的必然就是切切实实更新观念。这是因为，新闻采编的实质是人脑对客观现实事物的思维活动和认识活动，而观念在这些活动中是起指导作用和定向作用的。当时代前进了，实践发展了，为了使思维方式日益科学化和现代

...

化，就必须建立与之相应的新观念。

一、新闻采编工作的实质是人脑对客观现实事物的思维 和认识

新闻工作者面对大千世界的洋洋大观，必须能够透过事物的表面现象去抓住事物的内在本质，通过大量的随机性、偶然性现象去把握事物的必然性、规律性，并选取最有社会意义的新近发生的事件进行报道。那么，怎样透过事物的表面现象去抓住事物的内在本质？怎样通过随机性、偶然性现象去把握事物的必然性和规律性？怎样发现新近发生的事件的“社会意义”？又是怎样对新闻事实进行最恰当地报道？这，必须通过思维活动才能解决。正如列宁所说：“从生动的直观到抽象的思维，并从抽象的思维到实践，这就是认识真理、认识客观实在的辩证途径。”（《列宁全集》第38卷第181页）从而，我们可以认为，思维既是认识活动，又是认识结果。从动态上看，思维是在主体（记者）和客体（事件）的相互作用中、在人脑所进行的高级的精神活动。从静态上看，思维又是主体在反映客体过程中精神运动的产物，即在人脑中进行的高级认识活动的结果——抽象说叫“精神产品”；具体说就是我们的新闻稿件。

当今时代要求新闻工作者，不仅是传播者，也必须是社会问题的研究者；必须融研究与采编为一体，面对复杂的情况，能迅速作出正确判断，采编稿件才有深度、有力度，使人信服。而通达这一“目的地”的“桥梁”，便是科学化与现代化的思维方式。

思维方式是和哲学密切联系在一起的。思维方式的范畴是具有高度概括性的哲学范畴，是内化于人脑中的世界观和

方法论的理性认识方式、思维样式。而且，同任何哲学一样，一定的思维方式总是一定历史时代的产物，是在一定历史实践基础上形成和发展的。在现时代的历史发展中，在现代实践的推动下，我们的思维方式必然发生深刻的变革。由于世界各国经济发展越来越走向更大范围的社会化，再加上各国之间为尽快发展经济而在科学技术及其它各个方面相互交流、相互合作的世界性联系正在不断扩大，所以我们的思维必须面向世界，我们的思维方式必须由过去的封闭性转向开放性，由过去的单一性转向多样性，由过去的静态性转向动态性。特别在我国全面走向市场经济的进程中，改革是极其复杂的、群众性的探索和创新的事业，这就更需要我们进行创造性思维，使我们的思维方式更加科学化和现代化。

我们在社会主义现代化建设和发展社会主义市场经济的伟大实践中，既创造着日益科学化、现代化的思维方式，又对思维方式的科学化、现代化提出了更高的要求，冲击着与当代社会实践不相适应的、旧的思维方式。所以，我们新闻宣传质量的高低，实际是反映了我们新闻工作者思维方式的科学化、现代化程度的高低。

二、观念在思维和认识活动中起着指导和定向的关键作用

思维方式作为主体把握客体的理性认识的方式，是一个综合性、概括性的认识论范畴，因而是由许多方面、不同要素所构成的思维活动的复杂系统。这一复杂系统的构成包括思维的主观方面和客观方面。思维的主观方面主要是指思维主体的知识结构、思维主体的观念、思想文化传统等精神素质，而其中观念则是在思维和认识活动中起着最关键的作

用。

“观念”一词，在哲学上有多种含义。在一般的意义上，观念是指人们对客观事物的反映所形成的看法和认识、形成理性精神。凡是人们对于事物的看法和认识，都可称为观念的东西。列宁说：“观念（可读作）：人们的认识”（《列宁全集》第38卷第207页）列宁还说：“人对自然界的认识（=‘观念’）”（《列宁全集》第38卷第212页）我们在这里所讲的概念，就是专指作为社会存在反映的社会意识，其中包括我们对社会各种现象的认识、看法而形成的观念，如市场观念和竞争观念等等；以及系统化、理论化的观念形态，或称之为社会意识形态。

属于社会意识这一范畴的观念，有正确的，也有错误的。恩格斯说：“一切观念都来自经验，都是现实的反映——正确的或歪曲的反映。”（《马克思恩格斯全集》第20卷第661页）然而，作为社会意识的种种观念，都包含着主体对客体的评价、组织和建构，有着改造客观现实的主体目的性、意向性和价值观念。某一思想观念一旦形成，就往往成为人们分析、论证和评价事物的主观框架或观念模式。也就是说，观念模式一旦形成，就转化为思维方式中的内容，作为思维方式的要素而纳入思维过程中，成为思维和认识活动所依据的规则，自觉和不自觉地干预着人们思考问题的线路。对于我们新闻工作者来说，观念在思维方式中的作用，大体可以归纳为四个方面：

第一，为思维活动提供思想原则，对思维具有指导作用。例如：如果在我们思想上没有建立起关于“我国社会主义初级阶段”的观念，我们就不会真正理解“党的基本路线

要管一百年”这句话的深邃涵义。如果在我们头脑中不能树立“建设有中国特色的社会主义”的观念，我们在新闻采编工作中就不会去积极反映深化改革和扩大开放，也不会积极促进从强化集权模式转向建设民主政治，更不会从“战争与革命”论转向“和平与发展”论……

第二，一定的思想观念对于思维活动具有定向作用，规定着思维逻辑的轨道。比如我们只有树立了商品经济观念，才会进而重视企业的经营管理效益，进而大力促进市场经济发展，并进而热情支持竞争，更加重视科学技术知识，认真对待人才流动……再如：我们只有系统地深入理解了“社会主义市场经济体制是同社会主义基本制度结合在一起的”思想理论（观念形态），才能够进一步真正地把握住诸如“坚持以公有制为主体、多种经济成份共同发展的方针”、以及“以按劳分配为主体，效率优先、兼顾公平的收入分配制度”等一系列构成社会主义市场经济体制基本框架的各个环节。

第三，已有的思想观念使思维活动具有选择性，对事物及其所产生的信息具有同化作用。在我们头脑中已经形成的观念，特别是做为思想和思想体系的观念，它是我们进一步认识新闻事实、思考新闻事实的框架，在思维过程中，用以对事物及其所产生的信息进行认识、评价和选择，并依据主体的思维目标和需要进行加工、处理和同化所获得的信息。

第四，思想观念制约着思维结果，会使思维结果具有不同的性质。在思维过程中，使用正确的、先进的思想观念，同使用错误的、落后的思想观念，其思维的结果或结论，必然有正确和错误，先进和落后、甚至反动的这种性质上的差别。

因而，我们不能不清楚地认识到：只有正确的、先进的思想观念，才会给于我们思维的探照灯，面对纷繁复杂、骚动不宁、变化万端、丰富多采的现实生活，能够居高临下地洞幽烛微，辨优识劣，分别真伪，具有认识上的巨大穿透力，以凿钻社会、人生及历史文化的深厚岩层，从而强化新闻敏感性和对新闻事实的总体感受，帮助我们确定思维方向，开拓思路，从宏观上把握新闻事实的主旨；并且注入我们思想要素的网结，帮助我们面对杂乱的生活素材、原料进行过滤、筛选、检审、组合、升华，以体现生活感受，获得理顺现象体系的能力，以强化新闻稿件社会意义的力度、深度、广度和高度。

三、要搞好市场经济宣传就必须自觉更新观念

目前在我国，全党全民在十四届三中全会精神指引下，正从长期实行的计划经济向社会主义市场经济体制过渡，这是一项前无古人的开创性事业，是我国社会主义发展史上一次具有深远意义的战略转移。面对过去从未有过甚至连想都不敢想的新事物，我们只有冲破陈旧观念的束缚，极大地焕发开拓意识和创新精神，才能有一个正确的看法和积极的态度。我们新闻战线要在市场经济宣传中发挥高效率的战斗作用，就必须在解放思想更新观念上先行一步。如果我们仍然用过去的、陈旧的观点去看待事物，去理解、思考和评价已经发展变化了的社会生活，把以往的观点固定化、绝对化，这就必然犯“削足适履”“刻舟求剑”的错误。这在思维方式上，就是以固定观念为基础的僵化思想，是教条主义、公式主义的思维方式。即使是在以往曾经起过积极作用的思想观念，如果不随着实践的发展而在内容上进行更新和改造，

把固定化观念纳入思维过程，也会成为思维方式发展进步的障碍，成为我们正确观察社会、思考问题、认识事物的无形阻力。特别在政治上“左”的观念，在经济形式上的“单一化”观念，分配上的“平均主义”观念，管理上的“企政不分”和“条块分割”等等观念，曾长期统治着我们的思想，如果不破除这些旧的观念，我们在市场经济宣传中就会被这些固定观念、僵化思维所束缚，所禁锢，甚至窒息，难以围绕经济建设、经济工作的实际做好报道工作。

对于我们新闻工作者来说，在更新观念中还有一个更为切身的问题，就是对新闻观念的更新。尽管对于这个问题应当持非常审慎的态度，但在日新月异的市场经济发展当中，总是要切切实实地更新新闻观念。例如：过去对“新闻宣传”的理解仅注重于“上情下达”；新闻价值观念的取向拘泥于产量和产值；采访方法惯于跑会场；报道思路偏重于“扶贫”；舆论导向习惯于“指挥式”；宣传视野囿于本行业本地区。今后，我们必须解放思想，更新观念，面向群众，面向市场，既要“上情下达”，又要“下情上达”；在新闻价值观念的取向上要放眼质量和效益；采访方法要变跑会场为跑市场；报道思路要重在鼓励竞争；舆论导向方式要变指挥为服务；宣传视野要面向全国，面向世界；要强化信息意识，增强单位新闻的信息含量；积极宣传市场经济的态势、规律和知识，传播信息要全方位、大批量、高速度；并要提供娱乐。

马克思在谈到人们如何创造自己的历史时曾经指出：“人们自己创造自己的历史，但是他们并不是随心所欲地创造，并不是在他们自己选定的条件下创造，而是在直接碰到