

第一编

专业新闻写作研究

概 述

专业新闻是指以专门采写或侧重报道某一特定领域为内容的新闻。采写某一特定领域新闻的记者为专业记者。专业记者以其采访领域不同又可分为经济记者、科技记者、教育记者、法制记者、体育记者等等。专业记者是在新闻事业有了较大发展、新闻从业人员大量增加以后出现的。专业记者应对自己负责报道的领域极为熟悉，对新闻事实的分析与判断具有权威性。专业记者应成为特定领域的“专家”，以满足各方面读者对报道的深度与广度的要求。目前中外新闻机构中一般都设有相当数量的专业记者。我国改革开放以后，从中央到地方纷纷出现了许多专业报纸，如经济类报纸、科技类报纸、文教类报纸、法制类报纸、体育类报纸等等。许多大型日报、广播电台和电视台也相应设立了经济报道部（组）、教科文报道部（组）、政法报道部（组）、体育报道部（组）等。随着政治、经济及社会生活的日益发展和复杂化，专业记者的分工还会越来越细。

专业新闻写作主要是对各专业新闻写作的内容、特点和表述方法等进行研究和阐述。从采写领域的内容和对象上看，可分为经济新闻写作、科技新闻写作、文教新闻写作、法制新闻写作、社会新闻写作、体育新闻写作以及边缘专业新闻写作等。从新闻写作的品种看，既可以写消息，也可以写通讯，或特写，或专访，或述评，或评论等多种新闻体裁，但写作的内容、角度以及选材的范围等各有自己的特点和要求。

第一章 经济新闻写作研究

第一节 经济新闻的特点

一 经济新闻的涵义

经济新闻是指新近发生、发现或变动着的有关国民经济、生产建设和人民经济生活等方面具有新闻价值的事实的报道。从经济学的角度讲，是指市场、贸易、财税、金融、证券、行情、生产、流通、交换、消费等社会经济活动以及经济生活的信息。它报道的对象包括：工业、农业、财贸、交通运输、基础建设、社会保险以及有关人民衣食住行问题等方面的新人、新事、新信息。这类经济报道，含经济消息、经济通讯、经济调查报告、经济述评、采访札记等新闻体裁，其中以经济信息的时效性最强、报道数量最多。

二 经济报道的特点

经济报道与其他专业的新闻诸如科教新闻、社会新闻等相比较，它在报道的内容上有明显的特点，主要有几个方面：

（一）有明显的指导性

经济报道是关于国计民生的报道，记者通过经济新闻的传播，体现政府和有关领导部门对经济方面的政策或决策，以起到指导性的作用。比如，1995年7月3日新华社播发了一条题为《李岚清副总理强调，现行口岸管理体制须改，深圳要为全国提供经验》的新闻，其中写道：“中共中央政治局委员、国务院副总理李岚清日前在深圳口岸管理体制改革的试点工作会议上指出，我国现行的口岸管理体制已到了非改革不可的地步，要通过深圳口岸管理体制改革的试点，为全国提供经验，使口岸管理体制更加完善和科学化，把我国口岸建设成国际第一流的口岸。李岚清说，与发达国家和地区相

比，我国口岸在体制和管理等方面仍有较大的差距。为了尽快改变这种局面，国务院决定先在深圳进行口岸改革试点，取得经验后，再逐步推广。李岚清强调指出，深圳的口岸管理体制改革的，国务院是下了决心的，一定要一抓到底，不达到国际一流口岸的标准誓不罢休。”这条经济报道，反映了国家要使我国口岸建设达到国际第一流水平的决策，它具有强烈的指导性。紧接这条消息发表后的一个月，《信息时报》在一版头条刊登了一条新闻，摘录如下：

创造第一流口岸，深圳口岸体制改革出现突破

本报深圳讯全国口岸管理体制改革的试点城市深圳，将在口岸管理上迈入一个新的历史阶段。

记者获悉，深圳目前的口岸管理还不能适应社会主义市场经济与香港回归后的需要。口岸管理部门业务交叉，重复验收，查验环节多，加重了客户负担；工作效率低，降低了港口的竞争能力；行业管理关系不畅，少数工作人员素质不高，不正之风时有发生。针对此出台的要点是：

海港口岸，各查验单位提供 24 小时不间断服务，可昼夜随时报检，保证船舶及时进出。对国际航行船舶，除特殊情况外，港监、边检、海关、卫检、动植物检等查验单位一般不登轮检查；卫生检疫部门对来自非疫区的国际航行船舶，实施电讯检疫。

陆路货运口岸分设空车和重车通道，以利于车辆的分流，提高工作效率。在实现电脑联网的基础上，将目前出入境车辆从指定口岸通关改为自然分流通关。在口岸通道上，按国际惯例只保留边检和海关，即边检管人，海关管物。卫检、动植物检不在查验通道上设点，保留现场工作间，加强后续监管，与海关、边检配合把关。海关统一印制设有卫检动植物检内容的入境申报单。

建立计算机查验网络，实现信息资源共享，提高监管水平。

改革口岸收费制度，减少收费种类，统一公布收费项目和标准并严格执行。

（摘自 1995 年 8 月 1 日《信息时报》施叔范、罗建兴）

这条经济报道看来似乎很枯燥，但内容极为重要。它报道了深

圳口岸领导部门坚决执行国家的有关政策和措施。它为全国众多的口岸进行体制改革做出了榜样。这种新闻事实对全国各个口岸的体制改革起了推动作用。

(二)信息量大而快

经济新闻的信息量，以大而快形成了它的一大特色。它反映经济领域的新情况、新动向、新经验、新问题，能给人们提供多而快的信息。许多信息能起到有形或无形的促进经济发展或起到经济沟通的作用。现在是“信息高速公路”的时代，信息的灵通与否可以影响一个国家的科技、经济的发展状况。经济信息，有世界性经济动向及发展趋势和存在问题的信息；有全国性的经济动向、发展及改革信息；有各战线、各行业、各地区的生产、商情及流通等信息。这些信息都能直接或间接对某一经济领域或部门的运作起到情报的作用。例如，有这么一条经济新闻：

国际市场缺货 咖啡价格猛涨

本报讯在世界主要咖啡生产国决定限制出口后，国际市场咖啡价格迅速上涨，日前伦敦市场每吨咖啡上涨了 120 美元。

国际咖啡生产国协会 25 日在纽约达成一致意见，同意把从现在到 1996 年 6 月这段时间内的出口限制在 6 000 万袋（每袋 60 公斤），这将使国际市场咖啡短缺 1 000 万袋。

咖啡生产国限制出口的行动使大量的投机资金涌向咖啡市场，同时人们预计咖啡主要生产国巴西因去年遭受霜冻和干旱将减产，致使咖啡价格猛涨。26 日伦敦大粒种咖啡豆价格一度升至每吨 2 824 美元，而一个月前咖啡价还在每吨 2 000 美元以下。去年 9 月伦敦大拉种咖啡价曾飞涨到每吨 4 140 美元。

（摘自 1995 年 7 月 31 日《信息时报》）

这条新闻反映的是国际有关咖啡价格猛升的信息。它对我国的海南省和云南省来说，可能是一条很有价值的情报信息，因为这两个省是我国大量种植咖啡的地区，而且被国际咖啡专家认为是优质的品种。这两个省有了上述这个新闻信息，可以加快咖啡的种植和

生产，从而带来出口的经济效益。

（三）针对性强

经济报道的内容和题材十分广泛。中国人口众多，改革开放以后，经济发展迅速。因此，报道经济领域的新成就、新气象、新经验等成了报纸的主要内容，报纸上应有大量的令人振奋的经济新闻出现。报道经济战线上的新成就、新经验、新气象是经济记者的主要工作和任务。但是在经济领域中也会出现这样或那样的问题，需要解决。经济记者要具有强烈的新闻敏感，对突出而普遍存在的经济问题给予迅速的报道，这就是针对性。比如，改革开放以后，乡镇企业如雨后春笋，蓬勃发展。但第一代乡镇企业家大都文化水平不那么高；就是大中型企业，因科学技术的发展，不少厂长、经理管理水平跟不上时代的需要。针对这一问题，《现代企业报》1995年7月31日刊登了一篇题为《我国着手培养高层次企业家，今年将有500名优秀企业家接受工商管理硕士研究生的系统教育》。这是一条很有针对性的新闻，它对企业界管理人员如何提高知识水平和管理能力，提出了一个好办法。又如过去对产品不合格的工厂，未曾追究过经理、厂长的行政、经济、法律责任，最多是调到别的单位，同样当官。但是有一家报纸针对这个问题，刊登了一篇报道：

失职的厂长，罢为“庶民”

最近，我国企业界爆出几条令人震惊的新闻。其一，上海10家工厂厂长因产品严重不合格被免职。上海市一位负责人说，这次免职的是小企业的厂长，大企业不要以为可以高枕无忧，今后凡两次抽查产品不合格，也要免职。其二，包头市16名国有企业、集团公司经理和5名书记，因产品质量不佳、经营不善、长期亏损被免职，还规定不再分配“调研员”之类的职务，而是在原企业就地免职，当普通职工。其三，国家技术监督局近日明确宣布：对在国家监督抽查中同一产品连续两次都不合格的产品的企业，要从严惩处，直至建议当地政府免去厂长和主要负责人的职务。

（摘自1995年8月4日《现代企业报》吉荫桐）

这是一篇针对性很强的经济报道。它针对生产不合格产品的工厂领导人，有关领导部门已采取了强硬措施，让他们离开领导岗位，罢为“庶民”。这对当前一些企业只重视产量与销售，忽视质量与管理的工厂（企业）领导人提出了一个有效的解决办法。

（四）具有服务性

许多经济新闻直接或间接为读者进行服务。比如有的报纸专门设立了“市场服务”“消费者之声”“市场行情”“生活服务”“市场”等专版、专栏。这些专版、专栏的新闻题材丰富，大都是反映群众的衣、食、住、行，人人关心。许多读者说，这些经济新闻不但新鲜，而且看得见、摸得着，反映了生活实际。报道这样的新闻，对群众起了“导买”“导食”“导游”的作用。它既为读者提供信息，还为读者服务。

（五）具有季节性

我们的祖国幅员辽阔，一年四季春、夏、秋、冬季节分明，有的工厂随季节不同而不断转产产品。现在人民生活水平提高了，春夏秋冬的衣服鞋袜就很不一样。农业产品也有很强的季节性，春耕、夏种、秋收、冬储及水利修建，在南方有不少省份的水稻一年两种两收。有些商品供销，转季上市或清仓十分突出。中国是 12 亿人口的国家，是一个大市场，作为经济记者必须研究季节性的新闻报道。比如，在南方的广州每年夏秋换季期间，都会出现蔬菜的淡季，还会影响蔬菜的价格，这是家庭主妇十分关心的事。在 1995 年夏秋蔬菜淡季到来的时候，《广州日报》8 月 5 日报道了这样一条新闻，摘录如下：

本市蔬菜基地长势喜人

价格稳中有降 秋淡可望不淡

本报讯（记者陈韬）尽管近日暴雨连场，但昨日记者随市蔬菜办公室负责人到白云区和从化察看蔬菜基地后，菜办负责人告诉记者，我市蔬菜基地确保了在田的种植面积，各类蔬菜品种源源不断进入广州市场，供应充裕。如近期无大自然灾害，估计“秋淡

不淡”。据了解，目前我市在田蔬菜面积达 20 万亩，比去年同期增长 1 万多亩。如果近期内没有暴雨和台风的较大影响，8 月份每天的蔬菜上市量估计可超过 250 万公斤。

蔬菜的秋淡季节已经开始，为保证广州市蔬菜度秋淡，有关部门已经与广州市以外的蔬菜基地联系，目前已在清远、南雄等地建立一批度淡蔬菜基地。另外还积极组织清远、南海、湛江、南雄等地的蔬菜源源运入广州，以保证广州市度过蔬菜秋淡。

昨日记者在江高叶边村、神山南浦村和从化神岗从玉菜场等蔬菜基地看到，蔬菜品种多样，叶菜如生菜、菜心、白菜、苋菜等长势喜人；每天将有大量新鲜叶菜进入广州市场。

这条经济新闻反映了广州市在有关领导部门的努力下，解决了蔬菜淡季中市民的“菜篮子”不淡的问题。这样的消息很受广州市民的关心。

第二节 经济新闻写作

经济报道往往涉及政府各部门的经济政策，同时有的专业知识还相当深奥，如金融、财经、股市等。这些新闻中的事实和材料在报道时既不能回避，又不能写得呆板、干巴、枯燥。当然，有关经济中的方针、政策、新措施、新经验以及有关发展前景、遇到的问题等，如果广大群众关心和迫切需要知道的，记者及时地把它报道出来，这样的新闻事实本身就能吸引读者，是会引起社会的强烈反响的。但是在报道时若掌握不恰当，过多地叙述经济业务和技术，平铺直叙地去表现经济业务过程，就会使报道内容过于专业化，行业局限性太大，就不能起到应有的效果。

如何写好经济新闻，下面提出的有关写作问题值得研究和掌握。

一 掌握知识，写出经济新闻的深度

经济报道政策性强、新闻牵涉的知识面广、报道题材多样，要写好经济新闻，记者必须熟悉经济政策和掌握必要的经济学知识，

这样才能写出深度。

经济报道反映的是经济动态，描写的是经济人物，叙述的是经济事件。具体说，它报道的对象是工业、农业、财贸、交通运输、基本建设等方面的新人新事。记者只有对这些行业的政策十分熟悉和了解，才能把握它的新闻价值；同时要掌握相应的专业知识，才能理解其新闻事实的意义和作用。因此，许多大报社为报道好经济新闻，特别设立了工业报道部（组）、农业报道部（组）、财贸报道部（组）以及交通旅游报道部（组）等，每一个部（组）配备多名记者和编辑，而且时间上有一定稳定性。有许多记者几十年甚至一辈子都是当工业记者或商业、农业、交通记者。这些记者长期采写某一行业和某一类对象，因而具有专门知识、积累丰富资料、熟悉政策，采访时既深入又快捷，写作时得心应手。这样的记者时间久了，熟能生巧，既是记者，又是行家。外国有不少记者因长期采写经济报道，自己也达到了工程师、或农艺师、或经济师的知识水平。这样的记者采写的新闻，才有一定的深度，专家爱看，群众喜欢。有这样一篇经济报道，其内容是这样的：

行行逛逛，得大自在
广州首条步行街开放一月，漫步者众，
营业额升，气象和平，此中真意大可寻味

从刚刚过去的 10 月开始，广州老百姓的夜生活多了一种选择，就是去上下九路刚刚开设的商业步行街走走。

步行街在每个双休日的晚上开放。开放步行第一晚，这 800 米小街上有 10 万人，以后每晚也有约 7 万人。10 月 14、15 日晚大雨倾盆，但步行街照样熙熙攘攘，逛街的人数有 4 万以上。

几万人挤到一条小街干什么？

记者街头随机采访，结果不出所料：步行街最大的吸引力不仅仅购物，而是能够自由自在、舒舒服服地漫步。一位坐在轮椅上的老人对记者说：虽然住得不远，但多年没有来过上下九了，不是不想来，是不敢来。现在有了步行街，每周让儿子推着来一趟，多了不少乐趣呢！

管委会的老陈说，就在那个大雨倾盆的周六晚上，他诧异地发现一对抱着小孩的盲人夫妻在街头漫步。攀谈之下，他们高兴地说：“来步行街很轻松，因为不担心被车撞着，盲人也可以逛街。”

确实，对今日广州人来说，要找一条干干净净，没有汽车轰鸣、废气熏人、单车挡路、“走鬼”占道的商业街走走，除了这条步行街外恐怕是奢望。10多年来，广州人已丧失了工作之余在街上漫步的欲望和自由。步行街提醒人们：经济发展、都市繁荣是否就得付出生存环境恶化的代价？

营业额增加近倍为什么？

步行街管委会近日对街内 238 户商家进行调查，大多数回答是“生意旺了”，像妇儿用品商店，营业额增加了近一倍。

有人说，“步行街”给了上下九路这类老城商业区重新风光的机遇。的确，近年来，老城商业区黯然失色，虽然有城市重心东移、新商业区发展迅速的影响，但老城区交通堵塞、商铺陈旧、特色不特、档次偏低等现实，也是使人兴致大减的原因。

“步行街的环境让顾客有了新的期望值。”管委会办公室的孔主任说：统一设计的门面改造方案已经得到商铺的支持，稍后便可以施工，除了外观，还准备引导商店调整档次布局，目标是要形成一个有旧城区独特风格的购物、游览环境。

步行街似乎给广州的商业发展思路上了一课。广州现在几乎“逢街必市”，遍地皆商，恰恰是这种拥挤混乱的商业环境，令人普遍感觉逛街如同“高级走难”，根本不愿出门，何来生意兴隆？

步行令人变得斯文有礼！

步行街上趣事挺多：几万人吃饭、购物、玩乐，路面几乎不见垃圾；广州社会治安并不乐观，但步行街范围内至今未发生一起偷、抢、滋事报告；父母走得高兴丢了孩子的事已有 10 起，但最终都由管委会和民警协助寻回，管委会因此已收到数封感谢信；乱停放的摩托车第一晚收容了 20 多辆，警方没罚钱，只收保管费，但说明“下不为例”，以后几个星期，违章车越来越少……

步行街似乎让人的观念行为也变得文明起来了。

不要以为这是自然而然的。每逢步行街开放，有 60 个民警、80 个保安员值勤，当地区政府还抽了 60 个机关干部义务劳动，分段站岗。步行街平均 20 米放一个垃圾箱，还有十多个环卫工人随

时清扫，他们要靠清洁的环境启发人们自律，而不是靠罚款。

有“为民办事”之心，加上认真、严格、科学的管理，换来了一个文明的小环境，无形中也影响、改变着人的素质。步行街不仅是一条商业街，但愿它能够成为广州社会文明进步的窗口。

（摘自 1995 年 11 月 5 日《羊城晚报》记者许挺斐）

这篇报道说的是，广州市于 1995 年 10 月初在上下九路开设了步行街之后，所起到的效果和作用。这篇报道有几个特点：第一，选取的新闻材料市民欢迎，庆幸有了在街上既可漫步、闲逛，又可购物的好去处；第二，新闻反映的事实，其本身营造了培养市民文明意识的风气和场所。这就是说，这篇报道在社会上起了良好的作用。看得出，记者写这篇报道除了深入采访，取得生动的材料外，更主要的是记者掌握了较丰富的商业经营、社会学、环保学等方面的知识。因此，这篇报道能向读者反映经济发展过程中产生的深层次问题，并由此生发开去，揭示出新闻的社会意义。比如，经济发展了，但都市的繁荣不能靠付出生存环境恶化作代价。随着改革开放的深入，我国各地特别是沿海大都市经济迅速发展，与此同时一个很普遍、很严峻的问题摆在人们的面前，那就是经济的发展，同时也可能带来生态环境的恶化。这是经济发达的资本主义国家曾经出现过的教训。这篇报道给读者一个启示：广州市政府有关部门，通过步行街的经营管理，努力保护生存环境。这无疑具有广泛且深刻的社会意义。又如，这篇报道对发展商业“逢街必市”的旧传统、旧观念提出了异议，认为混乱、拥挤的商业环境难以生意兴隆，难以促进商品流通，只有让人们既可自由逛街，又能随意购物，才会买卖兴旺。这种思路 and 知识，言之有据，能给有关领导部门和专家以思考和研究。再如，这篇报道反映了步行街的管理，促使人们自觉守纪律，讲礼貌，讲卫生，不违章，行为文明，这自然有利于市民素质的提高和文明意识的培养。这篇报道说明，记者掌握知识的重要性。只有这样，才能透过新闻事实进而揭示其社会意义，写出新闻的深度。

二 抓好典型，写活事物和人物

经济领域的新闻事物，不是“工作简报”式的事物；经济领域的新闻人物，不是“履历表”式的人物。经济新闻中的人和事，除一般的动态消息和信息外，在选材时最好选用既有一定典型性的材料，又有鲜明个性的材料。它们都是看得见，摸得着，活灵活现，“有血有肉”的。因此，在报道这些典型时，不是简单地再现其人其事。写事，要具体、形象、有说服力；写人，要写出其所作所为，还要见其思想。这样，经济报道中的人和事，才能吸引读者，反映的内容才有意义，并给人以思考和启迪。例如：

考评团三难梁经理

听说建设部城建司的升级考评团要来，成都市公交公司忙开了锅。

一个企业（公司）升国家二级无异于姑娘出嫁，半点马虎不得。尽管公司这几年搞得红火，对上等升级底气很足，可到了这节骨眼上，还是不敢有丝毫的懈怠。于是公司总经理梁永春亲自挂帅研究接待，宗旨是，为了给考评团留下好印象，一切必须高规格、高水平。

住宿：必须是带空调的高级房间。

进餐：除川味佳肴外，每天必上五粮液。

行路：专车接送，专人陪同。

正忙得热乎，北京的长途电话来了，“考评团 6 月 10 日抵蓉，来后第一不住高级宾馆，第二不搞宴请，第三不要人陪同，第四不游山玩水。”

兵马未到，约法先昭。梁经理心理犯开了嘀咕：“这是真格，还是故作姿态？”公司的群众却不屑道：“说是这么说，哪个考评团不吃几桌，玩几个地方？不吃好、玩好是不会盖章的。”

于是接待工作“外甥打灯笼——照舅（旧）”。

没想到，考评团一行 9 人风尘仆仆来到成都后，一连三难梁经理。

难一：拒住。当好客的梁经理兴冲冲将考评团迎进金牛宾馆那

空调等设施俱全的高档房间时，劈头就挨了一盆冷水，“住这样的房子，我们不考评，明天就离开成都。”梁经理尴尬地解释说：“已经安排好了，是否给点面子就这样住吧？”“不行，坚决搬走。”大家口气一致且强硬，没商量余地。无奈最后只好换成了既无空调，设施也较简陋的普通房间。

难二：拒食。面对着满桌的川味佳肴，鲜得扑鼻的五粮液，考评团没有一个人肯落座，急得梁经理团团转。最后只得换上几碟小菜、一碗汤、一盆水饺和面条，大家才露出笑脸。

难三：拒安排。按惯例，考评团的活动日程早经公司精心安排，欢迎仪式，省市领导看望，听取公司全面汇报是日程表中的重要内容，可是考评团一概推翻，“我们的工作自己来安排”。

在三天的考评时间里，他们既不参加礼仪性的活动，也不听汇报，而是分兵三路，一竿子扎到基层，检查基础管理，审阅资料，核查数据，像普通乘客一样，顶着烈日，凭着一张市区地图，深入营运线路，了解驾驶员、服务员的工作。听取乘客对公共汽车服务质量的意见……

当记者问到“遭难”的梁经理有何感受时，他粗胳膊一挥：“这种难发得好，我心里有说不出的高兴，群众也心服口服，这样的考评团，好！”

（摘自新华社1990年6月21日电记者金小明）

这篇报道选用的事例具有一定的典型性。它不但写了考评团的感人行为，也写了梁经理对考评团接待的不正确的思想活动和做法。这种对比性的写法，给读者留下深刻的印象。最后，由于考评团工作态度和思想作风的影响，才使梁经理深受感动和教育。新闻报道的最后一段，写了梁经理活生生的语言和感想，这是画龙点睛之笔。全篇报道见物、见人，又见思想，所选用的材料很有说服力。在现实生活和工作中，像梁经理这样的人是很有代表性的。这篇报道把梁经理前后不同的言行和变化，活生生地报道出来，读者看了就能从中得到感染和启迪。

三 贴近生活，增强可读性

经济新闻写作如同其他新闻写作一样，是记者综合素质的反

映。它要求记者具有正确的思想观点，较为宽广的知识面，同时还必须讲究写作艺术，特别是要把可读性贯穿采写的全过程，这样才能写出读者喜闻乐见的经济新闻。经济新闻的可读性是多方面的，但主要表现在内容上是否贴近读者的经济生活。经济新闻贴近读者的经济生活主要有两点：首先，在采写经济生活、经济信息等报道时，要寻求和选择与读者在利益上的“共同点”和“结合点”，才能使经济新闻对读者具有引导力和震撼力。比如，人们对基本生活必需品和热门消费品的供销状况与价格情况等问题，都表现出极大的关注。经济新闻若能瞄准这些与读者利益息息相关的问题，并适时进行报道，自然会扣人心弦，感动读者。其次，记者要善于寻觅和选择读者最关心、最渴望、最感兴趣的经济题材和素材去采写。这就要求记者把准读者的心理，想读者之所想，急读者之所急，与读者心心相通，这样的经济新闻就能引起读者的共鸣，从而开启读者的心灵之窗。例如，有这样一条经济报道：

当今，“小皇帝”们的物欲日渐膨胀，今天买机器人，明天买小火车……可是，家长们是否说过——

孩子，这件玩具我买不起

现时，常见家长们为孩子掏钱买玩具、零食伤透脑筋。曾有一位家长对笔者抱怨：“唉！我家的‘小祖宗’真是‘无底洞’，见啥要啥，不给买就闹个没完，工资全搭上去都不够，实在拿他没办法。”

另一位家长说：“现在我是管不住自己的钱袋了。那年闹‘变形金刚’热，幼儿园小朋友人手一个，孩子也闹买，我当时嫌贵没答应。谁知，孩子竟偷偷拿了别的小朋友，臊得我几个月进幼儿园都抬不起头，最后还是花40多元钱给他买了一个低档的。”

的确，当今的孩子生活在商品世界之中，在幼儿园见到的是同伴们不断翻新的玩具；在回家路上如同在商品海洋里穿行；打开电视机，又是令人目不暇接的商品广告。这世界将潜藏在孩子幼小心灵深处的物欲，刺激得日益膨胀。

另一方面，生活水平提高了，家长们口袋里的钱也多了，都想

把钱往孩子身上花，让他们从小就感受到家庭的温暖和父母的疼爱，于是，父母一味的满足和有求必应，把孩子的注意力引导到对物质的追求上来，使孩子从小养成大手大脚的坏习气。一旦家庭难以满足其膨胀的物欲时，他们就可能想入非非，步入歧途。在孩子看来，与小伙伴拥有大致同等的物质享受，是获得承认而不受孤立的重要条件。

孩子物欲的强弱同父母的教养有很大的关系。事实上，家长如果能正确地引导，是可以培养孩子良好的消费意识。对孩子进行经常性的“延缓满足”训练，包括推迟满足时间，改变满足的层次、数量，增加有积极意义的满足条件等，不失为引导孩子消费观念的良策。

有一位母亲很会现身说法。一天，孩子闹着要一件贵重玩具，她就对孩子说，“那玩具确实好。宝宝你看见妈妈的鞋子了吗？多旧呀，妈妈舍不得买新鞋子，因为家里用钱的地方太多了，要给宝宝买营养品，还要交托儿费。宝宝也该想想家里的玩具那么多，等过段时间再买新的，好不好？”一番话说得宝宝不吭气了。后来，宝宝不止一次提醒母亲：“妈！买双新鞋吧！我长大了一定给妈妈买双新鞋。”母亲听后，感动得眼圈都红了。

孩子对父母是有感情的。让孩子了解家庭经济开支情况，使孩子学会将自己的物欲限制在家庭经济条件允许的范围内，从而减缓物欲的冲力。当然把孩子教育得懂事，需要有良法，也决非一旦之功。

培养孩子正确的消费观必须从小抓起。有的家长认为，孩子想要的就不就是些玩具和零食吗，值不了几个钱。但是，若孩子小的时候不注意教育，任其物欲膨胀，等孩子长大了，闹得太出格了，再补救也就晚了。

（摘自 1995 年 12 月 6 日《广州日报》田景荣）

这是一篇报道经济生活中的“热点话题”。它的最大特点就是贴近读者，抓住群众的议论和关心的问题，进行述评。这样的报道，就能引导群众以正确的态度去教育独生子女。报道者紧紧抓住青年父母、爷爷和奶奶们溺爱孩子的心理，用边述边评的方式去启发他们：孩子要求购买贵重玩具，不但造成经济压力，而且会宠坏

孩子。这就是报道中最后说的：“培养孩子正确的消费观必须从小抓起。有的家长认为，孩子想的要的不就是些玩具和零食吗，值不了几个钱。但是，若孩子小的时候不注意教育，任其物欲膨胀，等孩子长大了，闹得太出格了，再补救也就晚了。”这样的报道，必然引起读者心理上的共鸣，自然会扣人心弦，打动人心。类似这样的经济生活中的“热门话题”，应引起记者的关注。上面这篇报道在写作上，可称为不拘一格。这种贴近读者的经济生活报道，就有其可读性，必然受到读者欢迎。

四 深入现场，写出视觉效果

所谓视觉效果，就是用形象化的手法来表现事物。这就是说，把概念的表述诉诸于充实的具体形象，运用生动的画面和有说服力的细节来写新闻，使新闻报道的内容写得如临其境、如见其人、如睹其物、如闻其声，让读者看到报道的事物和人物的真面貌。

当然，写经济新闻，不是说每一篇报道都要写得具有形象性，取得视觉效果。但是，有的经济新闻确实要运用生动的画面，选取典型的细节材料，使读者感到可闻、可见、可触、可感，好似电视图像展现在读者面前，以吸引读者对经济新闻的兴趣。强调现场感，这就要求记者深入现场采访，用眼睛去观察和认真分析。这不仅保证新闻的真实可靠，还能调动记者的感情，使记者透过细微的变化，写出思想深刻、文字活泼、感情丰富的新闻。例如，1995年11月4日《羊城晚报》一版头条刊登了一篇题为《广州市最靓最干净的肉菜市场在哪里？在“南半岛”（引题）；一身光鲜上市场，一篮爽洁拎回家（主题）》的新闻，其导语写道：“广州的‘南半岛’上有全市最靓最干净的市场。这是记者目前专程在海珠区逛了几个肉菜市场后，得出的与传闻相同的结论。”接着，新闻写道：

那天，记者冒雨来到坐落万寿路和东晓路旁的蟠龙市场。近4 000平方米的这个室内市场干爽、整洁，就连鱼池旁的过道也没有水渍。近500档分门别类的商品区整齐划一，让顾客一目了然，统一的双面弹簧秤、统一的“一标三挂”（明码标价牌、执照、服