

金融危机下经济报道的发展趋势及策略选择

作者：汪令来

以美国投行雷曼兄弟倒闭为标志，席卷全球的金融海啸正经历发生、发展及应对等诸多阶段。全球经济开始进入一个深度调整期。大众媒体对此也给予了超乎寻常的关注。可以说，正在发展的金融危机，给全球经济带来危机和挑战的同时，也给经济新闻带来前所未有的报道机遇。

机遇背后充满挑战：一是报道时间超长。9月中下旬危机发生，至今已经两个多月，此类题材始终是媒体焦点，而且从目前全球金融发展的态势来看，何时是尽头尚是未知数。二是报道涉及层面和新闻表现形式也异常丰富。从国际经济新闻到国内经济新闻；从金融、股市等虚拟经济新闻到各大产业的实体经济新闻；从财经、产经等专业新闻，到大众化的社会经济新闻；从一些国家和地区积极应对金融危机的宏观经济新闻，到市场、餐桌等老百姓所能感受到的市井新闻……不一而足。如此高强度、多层次、多角度的报道，源自受众对经济新闻的爆发式需求，而这也必将推动经济新闻报道本身的改变。因此，对于这一发展趋势进行分析并寻找适当的策略选择，具有相当的必要性。

金融危机下经济新闻报道的特点和趋势

金融海啸发生后，经济新闻在这场旷日持久的战役报道中，正呈现出一些新的特点和趋势。

一、宏观经济新闻的渗透力增强。

由于与普通读者关系并不紧密，传统宏观经济新闻在大众媒体中并不讨巧，甚至形同鸡肋。但在这次金融危机的发展及特别是应对过程中，其渗透力正大大增强。这种渗透力可以理解为受关注度更高。

渗透力体现在重大性和戏剧性上。

比如风光一时的美国华尔街到处风声鹤唳；一向信奉市场自由的欧美国家，却在以政府深度干涉的方式拯救经济；我国中央政府和各省区市也启动以4万亿为龙头的一揽子内需促进方案……这些政策和走向，或与传统印象有巨大反差，或闻所未闻，总之其轰动性令人咋舌，甚至能成为坊间话题。

渗透力还体现在关联性上。

美国金融体系出问题，正逐步放开的中国金融市场有没有受影响？1.9万亿美元的外汇储备有没有受影响？是否影响外资在中国的投资？等等，进而直接波及到老百姓所关心的国内股市、楼市和金价上。

应该说，宏观经济新闻的走强，在此前一年楼市、股市过热，国家实施宏观调控政策时，已初显端倪。只不过金融危机更加速了这个趋势，令经济新闻也超越传统的经济板块，活跃在社会、国际等重要版面中。随着国内外宏观经济新闻与老百姓的关系日益紧密，其渗透力必将继续提升。

二、事件性经济新闻成为报道亮点。

由于突发性不强、事件性较差，经济新闻的可读性往往一定程度上被削弱。而受金融海啸剧烈震荡的金融和市场，却为一系列经济事件的突发提供了可能。比如全球第二大玩具制造商东莞合俊的倒闭，就是一个典型。

此次全球金融危机的传导过程，基本上可分为三个层次，一是金融体系本身危机，二是与金融密切相关的股市、楼市等危机，三是由此而引发的一系列实体经济危机。而对我国实体经济而言，首当其冲的应是出口加工业，因为它直接受制于欧美需求萎缩，这方面的日常报道有“广交会订单减少”“广东玩具业和服装业外贸首现负增长”等等。但这样的报道表现在版面上，总像是没烧到100度的水，热而不沸，并没有多少冲击力。而当“全球第二大的玩具厂倒闭”“6000多名员工一夜失业”等合俊倒闭新闻一出现，热水顿时沸腾，彻底引爆珠三角“三来一补”低端产业所面临的困境，从而形成巨大报道张力和冲击力。类似的新闻，还有“难抗金融危机，广

州第三大购物中心陷入困境—20亿！中华广场要卖了！”等等。随着金融危机进一步蔓延，经济大环境发生改变，突发性事件性经济新闻也将成为焦点。

三、财经新闻加速转型。

近年来在中国经济高速发展的催生下，媒体财经新闻的核心主要分为两类：以报道大企业成立、投资、并购和市场战略为主要报道内容的公司新闻；以股市、基金报道为主的理财类新闻。但金融危机发生后，财经新闻正在加速转型。

随着金融危机向纵深发展，一些企业市场收缩、业绩下滑，普遍遭遇“过冬”难题。这种情况下，人们关注的焦点已从以前的高歌猛进，转移到关心企业和企业经理人、员工的命运——他们如何“过冬”，他们面临什么样的压力（如裁员、减薪），他们又将如何选择？这方面，《羊城晚报》开设“经济寒冬的‘一把火’”、《广州日报》开设“珠三角中小企业自救实录”，《南方都市报》开设“应对金融海啸”，报道经济低潮中一些成功企业典型，既鼓舞士气，又给人以启发，都是这方面的尝试。

同样，由于股市和基金的低迷，股票热和基金热开始“退烧”，证券营业部和银行（买基金）不再人头涌动。这种情况下，媒体的理财新闻也顺应地从单一的股市基金信息，发展到集股市、基金、外汇、黄金、楼市、艺术收藏等于一体的综合理财。随着人们理财观念的多元化，多元化转型将是财经新闻新方向。

四、社会经济新闻更注重话题性和实用性。

上世纪80年代，随着新消费时尚的不断涌现，喇叭裤、牛奶浴、金马桶等话题性社会经济新闻，也一度风靡。只是随着人们的见怪不怪，这类新闻渐渐淡化。而在金融海啸的冲击下，此类新闻又重新出山。比如“广州商业街惊现‘1元衣服’”“老外一夜喝掉20万元盛景不在”等等。值得注意的是，为迎合读者节约心理，在操作上，这些新闻也更加注重实用性。《羊城晚报》开设了“金融海啸下的理财生活”，除有“不看、不谈、不动，股民‘三不原则’盛行”的话题新闻，更多是如何面对股市、存款以什么形式好、基金如何投资、保险是否继续、楼市是否该出手等等。这些新闻既有一定的话题性，服务性也更强，既为坊间乐道，又被很多理财网站尽数收列。

五、区域经济新闻地位凸现。

从早期的特区现象，到后来振兴东北、西部大开发以及中部崛起，区域经济报道始终是一个恒温话题，而金融风暴则使此类新闻更加凸现。

就像企业有不同的成长模式一样，不同的地区亦有不同的发展模式。比如珠三角外向型产业模式，长三角村镇集体产业模式。即使在珠三角内部，也有东莞的“三来一补”模式、深圳的自主创新模式以及佛山的大企业集团模式，等等。而金融风暴无疑将是一次发展模式的总考验，结果如何也为大众所关注。这就不难理解，一向被广州、深圳、东莞锋芒所掩盖的佛山，在风暴来临时一句“传统产业并不代表落后”，缘何广为传颂；而一则“东莞：‘风暴眼’中的世界工厂”网文，又为何引来连篇累牍的报道。可以想见，随着中国经济进入一轮深入调整期，类似的区域经济报道将是相当长的一段时间内的热点。

新时期经济新闻报道的策略选择

在金融风暴面前，经济新闻一方面要适应其报道发展的新趋势，另一方面也要及时调整其新闻价值取向，在宏观、中观、微观及整体观察上，进行必要的报道策略选择，以顺应和引导受众对新时期经济新闻的市场需求。

首先，要体现宏观视野的落地意识，提供展现新闻价值的阅读“窗口”。

全球金融危机发生后，国内外经济干预会继续一段时间，加上国内正在进行的科学发展模式转型——对大众媒体来说，要将重大宏观经济新闻这块“鸡肋”变成香饽饽，就必须强化报道的落地意识，提供展现新闻价值的阅读“窗口”。

所谓落地意识，就是受众本位意识，对读者欲知、应知而未知的重大宏观经济新闻，总是能从促进读者理解的视角进行报道。以金融危机对中国经济影响为例。媒体报道络绎不绝，说法天花乱坠，但仍不能让读者对中国经济如何受全球影响有直观而全面的印象。《羊城晚报》特地做了一期“十问中国经济”专题，从热钱到底流入还是流出，外资会否撤离股市楼市，中国经济能否独善其身等等，从读者关心的角度一一提问，找来一流经济专家一一作答，就像“十万个为什么”一样，从而将复杂的财经问题科普化。

此外，阅读“窗口”也可以理解为大众化翻译，将一些稍显复杂和深奥的财经问题“标签化”。比如对金融危机影响的判断，就引用美联储前主席格林斯潘的话，“这是百年一遇的金融危机”等等。

阅读“窗口”还可以理解为报道指南，即通过报道来厘清宏观经济走向与老百姓切身之间的逻辑关系：它在深刻改变经济格局的同时，也在向每个普通老百姓的切身利益传导。而宏观新闻的阅读“窗口”要做的，就是展示这一传导过程，从而提升阅读兴趣。如：欧美奢侈品降价←美元、欧元贬值←欧美经济下滑；飞机头等舱和公务舱冷清←商务活动减少←全球经济不景；等等。

其次，要体现中观视角的感性意识，挖掘区域经济和产业群报道的弹性和亲和力。

一般而言，经济新闻报道偏于理性，特别是为展示一个区域或产业集群的发展节点，而去罗列大量数字，则更易乏味。而近期金融危机报道的实战表明，类似体现中观视角的报道，如果注入更多感性意识，完全可以使新闻更具弹性和亲和力。

金融危机对我国实体经济的影响，对珠三角而言，处在风口浪尖的是东莞。正在发展模式转型关键时期的东莞，在金融海啸的冲击下，到底状态如何：当地企业现状、当地人的精神面貌如何，政府如何应对？要回答这些问题，当然可以通过一组珠三角产业调查的稿件来展示。但广东媒体在表达这一中观视角上，却选择了一个非常感性的个案来突破。

一名叫“我叫梁山泊”的网友，发表了“东莞：‘风暴眼’中的世界工厂”的网文。报道就是由此开始：先是报道网文引发网络轰动这一感性事件，从而吸引读者关注东莞产业现状；然后，媒体跟进，通过政府官员和专家回应网文，进一步报道官方态度；接着，再跟进网友和读者议论，完善报道。应该说，这一系列报道的最终目的，是为了展现在金融海啸下的东莞现状，只不过由于引入网络与现实互动、网民与官员交锋等多种时尚元素，从而使得报道更具张力，将一个地区现状的静态新闻做“活”，可读性跃然纸上。

再次，要体现微观切入的大局意识，还原读者所感知零碎现实的全面和高度。

为增加新闻的鲜活性，很多报道会选择小切口的微观切入，经济新闻报道也不例外。但在实际操作中，这种报道往往又会使读者的感知过于零碎、片面。比如在此次金融危机报道中，一会儿是旅游业冷清，一会儿是房地产滞销，一会儿又是中产白领有钱不敢花……到底全貌是怎样的？这时候，微观切入时的大局意识就非常重要。

在大局意识指导下，小切口就不仅限于事件的某一侧面，而是可以触摸到大时代的脉搏。切口越小，与主题之间的反差越大，其爆破力和“杠杆效应”就越强，就越能体现现实的全面和高度。以《羊城晚报》的“废品回收：短暂吃香喝辣后跌回咸鱼白菜”为例，这篇调查就是通过聚焦七八个“收买佬”的命运，来展现废旧品回收价格像过山车。可贵的是，此文下笔大局在胸：国际金融危机后，原材料需求下滑，回收再利用的利废行业不景气，回收行业当然惨淡。

“广州商业街惊现‘1元衣服’”也是类似报道。文章在描述完一元衣服大甩卖这一让人咋舌现象之后，不忘追问“这样的衣服能赚钱吗”？原来，一些外贸服装由于金融危机难以出口，只好论斤卖给小档口，小档口处理存货照样有利润，国内服装业遭遇出口时艰的大背景和高度也由此而出。

总之，微观切入的大局意识，即是以微观的小切口、小人物和小故事来撬动一个宏观主题。越小就是越接近社会经济的毛细血管，在宏观背景的映衬下也越具有戏剧性和可读性。

最后，也是最重要的一点，要体现总体观察的人文意识，凸现大变革经济背景下的国家、地区、公司、企业家和普通公众的命运，彰显人文关怀。

改革开放30年来，中国经济一路披荆斩棘，高歌前行。作为某一企业、地区和个人，或有沉浮，但作为整个行业、地区和一类人群，同时遇到全球金融海啸这么大的冲击和影响，还是第一次。这就要求我们的经济新闻，在针对一个地区、行业和企业日常市场行为作出坚硬的技术分析和报道外，还要多一点人文关怀。

比如，珠三角自身在产业发展转型，同时又遭遇全球金融危机—能不能将这一地区当作一个人来看待，来表现她的压力、痛苦还有坚强？比如，在经济大变革环境下，在面临资金链断裂的悬崖前，一家企业的命运，能不能通过她的经理人、员工等具体人物的喜怒哀乐，来记录和探索在危机前后，那些面临巨大反差的公司甚至行业的命运？凡是种种，只有在经济报道的各个层次上，多一些人文意识，才能让读者在冷冰冰的文字之后，收获令人唏嘘的真实情感，从而也在更高层次上增强经济新闻本身的厚度和感染力。（作者单位：羊城晚报社）

（纸媒文本见《中国记者》杂志2008年第12期）

[回首页](#)

来源：《中国记者》荐
阅读：679 次
日期：2008-12-28

>> 相关文章

- 危中抢机争夺主流话语权——《佛山日报》抗击金融危机一年来的系列报道策划
- 国内油价报道需遵循的三个原则
- 低碳经济报道的思路调整
- 把握经济报道舆论监督的六个点位
- 给理性财经报道增加感性
- 如何做好财经类典型报道
- 经济趋好态势下“舆论引导”回望
- 可持续发展战略中的国际能源报道思路

发表评论



- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点 评: 字数0

用户名: 密码:

备案号/经营许可证号: 蜀ICP备05000867号

设计开发: 阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛: 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .