



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

- 采访札记一次难忘的采访
- 以法律维护法律的尊严...

## 经济报道定位的误区及改进途径

时间: 2002-7-26 22:29:00 来源: 中国新闻研究中心 作者: 费菲 阅读441次

我国的经济正处于持续上升的状态, 经济报道是新闻报道中的一个重头戏。综观新时期的经济报道, 在推动改革开放、促进社会转型、保护改革人物、干预经济生活特别是宏观调控等方面, 发挥了十分积极的作用, 出现了许多新的报道领域和方式, 涌现了一批名记者和经济报道的佳作。但也有一些报道犯了“市场经济幼稚病”, 这不是简单地以“交学费”的理由就可以一笔带过的, 它们事实上是一哄而上、人云亦云、缺乏独立审视和思考等一些经济报道中常见误区的集中反映。这里就以下几个方面来剖析它们的具体“症状”:

### 1. 经济报道一哄而上、因循反复、缺乏独立见解

眼下, 经济报道中存在一种“暴炒”热点、不及其他现象, 常常出现多家媒体同时报道同一问题的状况。报道几乎都是角度单一的简单重复, 没有作深入探讨, 当然这其中经济报道热点问题相对比较集中的原因, 但究其根源, 没有研究经济规律和经济政策的思路 and 习惯, 不讲求经济新闻的经济本色, 随意猎奇起哄, 是许多经济报道缺乏理性思维的根本原因。

经济报道应该培养一种自由讨论、深入研究问题的空气, 通过研究和讨论, 正确引导舆论, 以理服人。比如宣传知识经济, 虽要充分认识其重要性, 但同时也要注意不能一哄而起, 不能把知识经济当成一个筐, 什么都往里装。自己的头脑不清醒, 却“以其昏昏, 使人昭昭”, 自然是不可能的事。经济记者只有善于运用自己的独特眼光审视经济现象。研究经济问题, 才能使报道出新。

曾经轰动一时的山东秦池古酒的“标王”事件, 就是一个众媒体追逐一时的热点新闻, 最后发现不符合经济规律的实例。这起“标王”事件, 集中暴露了不符合经济运行规律、冲击国家金融秩序和违反国家的产业政策等几个明显的问题, 但除了《经济参考报》等少数媒体给予清醒的分析外, 多数传媒只是一片喝彩声, 这其中所反映的新闻界思维方式存在所产生的问题, 已不容忽视。其他像环境污染、水土流失、资源浪费、生态被毁, 重复建设、社会贫富差距拉大等严峻状况, 虽然根源上不是新闻界的过错, 但长期以来, 单纯的“反映式”报道思想和模式, 对加剧这些问题的恶化并非没有一点责任。

### 2. 经济理论的宣传专业性太强, 可读性差

经济理论宣传一直被认为是经济报道中一个难点, 专家看了不解渴, 读者又觉得看不懂。其实, 我们每个人都在从事经济活动, 经济与生活密切相关。深奥的经济学原理, 源于经济生活本身, 宣传经济理论, 就应还其本来面目, 通俗易懂, 深入浅出。这需要经济学家与大众传媒共同努力。一方面经济学家要善于深入浅出, 写普及性的文章; 同时, 记者、编辑也应学一点经济学知识, 才不至于当外行。

当前多数宣传金融理论的文章都存在着不够通俗的问题，这类金融理论文章难懂的关键在作者。一些作者不但不着意通俗化，反而用许多让人看不懂的公式、词语来表现，甚至连语法也要用西化了的倒装句，毛泽东曾剖析过这种现象，说他们是“下决心不让别人看懂”；另一些则是自己还没有搞清楚理论，没有吃透其中的道理，只能照搬原理唬弄人。

3. 对国情不甚了解，特别是对现行体制与文化也可能影响现代化进程的情况缺乏了解的片面报道时有发生。有专家认为，我国国情的特点或者说现代化最大的困难，不是人口多、资源少、资金短缺，技术落后，而是体制与文化，以及深藏于体制与文化中的封建遗害。中国封建社会发展得相当充分和完善，其政治观念和道德规范，仍对当今日益现代化的中国政治经济体制的形成与发展产生深刻的影响，比如重人治轻法治、权力意识、政府角色混乱舍本逐末、地方保护主义、国有资产严重流失等，无不与之有密不可分的联系。不顾现实情况，盲目上项目，大搞“政绩工程”，结果往往劳民伤财，虎头蛇尾，最后一事无成；不进行细致谨慎的市场调查就乱上生产线，眼下什么能赚钱就上什么；你拉日本商人，我找美国商人。结果导致各省产业同构率高达94%。重复建设造成的一系列恶果接踵而来：产品积压、企业大幅亏损、市场普遍疲软、工人下岗、三角债难清，包袱越来越重。

那么，怎样使经济报道走出误区，形成独立的见解、具有一定的深度呢？笔者试从这样几个角度提出看法：

首先，把握全局，树立全国和全球意识，主动引导社会舆论。

在现实的生活中，一个地方或一个部门出现的经济现象，是一种客观事实，常常与当时的社会大背景、大环境紧密相连。经济报道，要从全局的角度加以把握，加以分析，使经济报道更有深度。经济记者在市场经济的洪流当中，应该站到时代的前列，目光深邃，胸怀全球，把要报道的新闻与国家前途、世界大形势联系起来，因势论理，充分发挥新闻的舆论引导作用。

《人民日报》记者王慧敏采写的通讯《筑起的，不仅仅是一座大坝……——写在小浪底截流之际》，通过对小浪底工程的报道，大声告诫国人：“经济建设必须面向世界！”世界进入全球经济一体化的时代。经济竞争的成败，往往取决于是否具有世界意识、全球意识。小浪底工程采取的是国际招标的运营方式，3个主要工程分别由意、德、法的3家公司承包，他们又以工程分包和劳务分包的形式将部分工程转包给其他外国公司和中国公司，51个国家共同参与，构成了复杂的生产关系，一切按合同——国家通用的菲迪克条款办事。陈旧的价值观念、质量意识、管理套路、落后的工作效率，特别是淡薄的合同观念，使我们在新形势下无异以小米加步枪与现代化武器作战，吃亏受苦自不必说。

发现了差距，找到了努力方向，是不是就可以同国际接轨？文章以小标题的方式提出诘问：

“接轨，还有多远？”作者借外商和自己人的话回答：还不行。就是说，不仅我们的管理水平与国际有差距，更重要的，是我们的市场经济体制和法制还很不完善。这是全文最发人警醒的部分，不仅给读者，也给我们的经济记者以很大启示。其次，抓难点，抓针对性，提出独到而准确的新见解。

经济报道要抓难点，要有针对性地为读者解疑化难。针对性是如何衡量经济报道有无深度的重要标志之一。

搞活国有困难企业是近些年经济报道的热点和难点。襄樊市南郊有家企业叫湖北制药厂，始建于1968年，曾经很红火过一段时间。后来，这家企业跟不上市场经济发展的步伐，处于非常困难的境地。企业不活的原因，很多人认为是缺资金。结果几百万的资金投近去连个水漂也不打。企业累计贷款1亿多元，继续贷款无望，多次申请破产。湖北省襄樊市领导帮助牵线搭桥，1998年1月湖北荆门中天集团将湖北制药厂兼并，这是当时湖北被兼并的最大一家企业。兼并不到半年，奇迹出现了，企业开始扭亏为盈。

对于这样的新闻事实，简单、直观地报道企业起死回生是没有力度和深度的，为加强新闻报道的指导性和说服力，必须挖出它独特而深刻的含义。记者通过深入采访，提出三个问题：一是“没有注入资金，机器何以又转圈”？二是“没有带来技术，产品何以高档次”？三是“没有新上项目，经济何以快增长”？这三个针对性很强的问题，在采访中都得到了圆满的回答。问题回答完了，文章的主题也就出来了，那就是：管理机制救了湖北制药厂。文章的标题就定为《机制救湖药》。再次，经济理论宣传多与实例相结合，深入浅出。

有深度的经济新闻必然要涉及经济理论，而理论往往给人以枯燥的感觉。那么，经济新闻怎样才能既有深度又引人入胜？《从煮饺子说到规模经济》这篇新闻没有急着给你作解释，而是从煮饺子说起，新闻一开始就形象生动，“逗”着你非读下去不可。煮饺子不能一个一个地煮，那么办企业、出产品能像一个一个地煮饺子那样做吗？答案显然是否定的。经过一个生动的比喻之后，才进入规模经济的正题。毫无疑问，这种写作的构思是十分巧妙的。什么叫“规模经济”？假如不是这样写，而是急于要说明规模经济的内涵和外延，从名词概念到理论阐述，那么这篇新闻就会一上来就是一副大架子，摆出吓人的阵势，根本无法让读者产生阅读的冲动。这篇文章最终想说的是中国的经济只有达到规模经济的程度和要求，才能实现良性循环，才能稳定、健康、有序地发展。为了更深入、通俗易懂地说清规模经济的道理，作者用汽车、纺织、石化等行业的一些数字，进一步阐述了规模经济的特点和要求。在新闻的第四部分，作者列出了一些重要产品的规模经济的具体指标，明确说明了这些指标中包含的七项不可缺少的要素：国外经验、中国国情、行业特点、资源状况、设备能力、技术水平和市场需求。行文至此，人们可能会产生无可奈何之感，甚至会提出我国千千万万达不到“产品经济规模”的中小企业统统要关门大吉了吗？于是，作者及时地指出“增量”、“存量”的问题。简单地说就是：新建企业的规模必须符合规模经济的要求：原有的达不到规模经济要求的中小企业，要进行改造和调整，这项工作的实施是有计划、有步骤地进行的。而当务之急是按规模经济的原则组织生产，真正把经济效益充分发挥出来，促使我们经济由粗放型向集约型转变，缩短与世界发达工业国家的差距。这就有了相当的力度与深度。

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: [经济报道](#)

- [对一条媒体涉外经济报道的反思 \(2007-4-16\)](#)
- [我国当代经济报道写作观念变化 \(2007-3-28\)](#)
- [经济报道提高可读性和深化主题的思路 \(2006-10-25\)](#)
- [如何提高经济报道的新鲜度 \(2006-3-22\)](#)
- [21世纪经济报道与经济观察报的试比较 \(2006-2-1\)](#)

[>>更多](#)

[← 经济报道定位的误区及改进途径 会员评论\[共 0 篇\] →](#)

[← 我要评论 →](#)

会员名

密码:



提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.