



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

谈谈当前经济新闻的作用和特点

时间: 2002-10-14 13:49:03 来源: 中国新闻研究中心 作者: 陈力丹 阅读2568次

一, 经济新闻的社会作用从1998年起, 我国从经济短缺转为过剩, 同时, 为消除亚洲金融风暴的影响, 我国采取了一系列宏观调控的货币政策。在这一背景下, 我国的经济新闻报道进入了一个新阶段, 金融作为现代经济的核心地位凸现, 老百姓开始关注经济新闻, 特别是财经新闻了。这一年, 《人民日报》开设了财税金融专版, 首次在党中央机关报上刊登股市K线图。此后, 各家报纸开始在这一领域争夺读者, 纷纷创办各种名目的金融证券专版或附属周报。同时, 各广播电视台也纷纷开设金融证券的专题节目。

为了解这种现象, 首先需要提出一个我们经常在做, 但很少考虑的问题: 什么是经济? 它既不是某个单独的实体, 也不是什么抓得住的具体东西, 它难以清晰而准确地加以描述, 进展过程也不容易测定。每个人能够直接体验的“经济”是很有限的和微观的; 公众对大范围内“经济”, 很大程度是通过大众媒介来“感觉”的。在这个意义上, 每个人身外的“经济”是由新闻工作者构筑, 在报刊、广播电视节目、因特网中出现的。

经济可分为两大类, 一类是涉及物质财富的生产和消费, 另一类是象征性资产(货币、股票、期货等等)的流通、专业性的预测、风险评估等等。在知识经济的现时代, 经济新闻中的一类, 迅速上升到显赫的地位, 这便是财经新闻。因为随着市场的扩大和市场力量的增强, “经济”已经很大程度上是要同象征性的成份、非实物交易打交道。经济中的金融部门首当其冲, 这一领域的电子网络已经形成巨大的全球显示系统。一个微小的变动, 甚至某些相关人士的口头表示, 一经披露就会影响市场行为, 影响预测。经济的象征性趋势, 使得各种前景分析方面的报道, 心理成份更加突出, 通过报道给公众留下的

“印象”或“感性认识”, 已经成为国民经济的重要因素, 影响着经济本身的正常运作和职能的发挥。

而大众媒介所报道的经济新闻(含财经新闻), 即使真诚地想全面报道, 能够做到的程度也是非常有限的, “社会生活的丰富多彩与选择事实的有限性”, 这是任何新闻工作者必须面对的矛盾。报道总要选择事实和主题, 或者用可供选择的办法来提升某种对经济的理解框架, 或者把注意力集中在某种复杂的情况的特定方面, 而排除其他方面。在这种情况下, 记者的报道会影响他所报道的经济; 在特定时间内被媒介界

· 宏观经济报道思考
· “两全”难在哪里? —...

定为经济上的重要事实，如果涉及公众的利益，那么记者关于要发生什么的感觉、他们在讨论中的评价（包括访问各类专家），一般情况下也会对公众产生强烈的影响。

经济新闻对公众的影响实际上会超出“反映真实的经济状况”这一层次。在传播的积累中，大众媒介已经成为每个人或其家庭经济生活经验以外的“大经济”的认识来源。

二，经济新闻的特点认识了经济新闻（含财经新闻）在社会中的作用，下面就好分析这类新闻的特点了。这里所谈的，仅是与其他类别的新闻比较而言：

首先，大量的经济新闻是抽象的，很难用直接的形象来表达。在一个社会中，经济是一个系统化的整体，由变动着的一系列相互关联的进程、状态和指标构成。变动产生新闻，于是有了许多话题。与其他新闻不同，经济新闻很少是有关人物的、切实可接触的事件的报道（我国关于企业和经济界人物的典型报道，相当程度属于政治宣传，目的是提倡某种精神和经验），而是有关数字和一些抽象的决策、趋向、预测等等。它们通常不能给受众以具体事实的立体描写性感受理论研究（文字报道），或者带来视觉冲击（图象报道）。人们无法实实在在地看到利率下降、股市上升、国民经济状况，只能通过图表、曲线、比喻、举例说明等等方式来报道，因而这就要求报道者掌握较高的报道艺术。

第二，各种经济新闻之间存在着密切而无形的联系。特别是当下发生着的一切问题，都有可能与正在报道的经济新闻相关；还有一些因素是长期的、历史的。只报告一个给定的变化事实，是难以让受众理解的，必须要将相关的因素写进去。这种情况通常是以经济体系中的一个单一变量为基础，从而解释这一变量，并将其“外延”涵盖到可能受其影响的其他变量和进程上。这样，经济新闻在判断方面就带有相当的冒险性，因为它要提供很多的变化关系，告诉受众将发生什么，由于什么而发生，或可能出现什么问题。所以，经济新闻在没有被经济实践证实之前，会有多种观点、倾向和表现形式，相当多的新闻在事后会被发现是不准确的。

如果某位记者或具体媒介的报道经常失误，就会失去公众的信任。若在经济新闻领域要求“舆论一律”，要冒很大风险，因为一旦迟到的信息通过非正常渠道传来，容易激起社会的突发动荡。

第三，当前经济新闻的时态偏重于未来。如果我们关注一下已经发表的大量经济新闻，特别是财经新闻，那么就会发现，不少报道中会有多种时态，把过去、将来无形中变成了现实，以致人们在有些经济新闻中需要为焦点事实寻找确切的时态。

经济新闻受到未来意识的影响最大，国外有人对此进行过研究，我国目前尚缺少这种研究，但是从我们个人阅读大量经济新闻的感触看，这种情况是存在的。这是由于象征性资产的流通和交易在市场份额中所占比重越来越大，

因而预测和预言在市场经济体制中显示出其重要性。于是经济新闻中受未来意识的影响会较为强烈。未来具有发散性，可能有多种方向，这种趋势提醒我们，经济新闻承担的社会责任也会更大。

这正是由于当前时间对于经济新闻太重要了，才引发出在未来领域的竞争。现在，若要求经济记者在“迅速而适当”和“缓慢而准确”两种时效要求中进行选择已经不切实际了。特别对于金融新闻来说，速度是首要的，准确是必须的，在线网络的计算机屏幕上不能有“空闪”，有时竞争是以若干秒来计算的。传统的大众媒介根据在线网络提供的信息进行的分析性报道，同样在时效方面也激烈的竞争，于是纷纷抢占未来空间的阵地。这种情形提醒我们，经济新闻时效性与真实性的矛盾，面临着新情况的挑战。

第四，经济新闻带有强大的暗示作用。这类新闻不同于其他方面的新闻，一旦受众接受了，就会带来一定的行动，特别是财经新闻，接受它们的目的就是为了确定自己采取何种行动。然而，由于经济新闻的开放性，对于经济事实的评价会出现截然相反的报道，好消息、坏消息的标准有相当的主观色彩。当然新闻报道不能随心所欲，经济新闻的内容要求严谨的关系结构，否则无法说服人。在这个关系结构里，新的消息所以出现和有意义，应当可以由此前的经济趋势，未来发展的可能性来加以诠释。

三，我们面临的任務根据以上分析，我们现在显然需要转变以往对经济新闻作用和特点的认识，否则难以在经济报道方面胜任。二十年来，我们的经济体制发生了巨大的变化，国家对经济的管理方式、老百姓的消费方式和水准，一系列崭新的概念，诸如企业的产权界定、股份制、社会保障体系、知识经济等等，令人目不暇接。因而我们的经济报道在以下四方面正在发生着变化：

一，要更新关于经济新闻的认识。从以经济数字为依据，单纯报告成绩、宣扬大好形势的政治宣传，逐渐转变为主要以发现、预测问题和为群众解惑为主。报告成绩要符合经济规律，而发现和预测问题本身也是一种正确的舆论导向。

二，经济新闻报道的社会责任加大了。在这种情况下，经济新闻对于舆论的引导，不再仅仅是灌输简单的政治意识，而往往表现为直接引发公众的经济行为。这就要求报道者必须正确了解政策和把握政策，顾全大局，同时要有法治意识，依法进行经济新闻的报道。

三，知识将是新世纪经济的主要表现形态，因而经济新闻的科学技术和经济学的含量大大增强。如果报道者缺乏必要的科学技术和现代经济、金融方面的知识，可能会出现各种意料不到的负面后果。

四，经济新闻已经开始从主要写给干部看，转变为主要写给消费者看。需要从消费者角度写经济、写商品、写行情报告，从消费者受益的角度写成就。多些信息、多些生活特色，多些服务的内容。

现在的主要问题，在于缺乏市场经济条件下报道经济新闻的经验。体制上，我们一定程度还在以办机关报的模式办经济类报纸，或以办综合性报纸的模式办经济类报纸，报纸的管理也尚没有完全按市场经济的规律办事。在具体的报道中，有些报纸缺乏可借鉴的经验，相当程度上是在炒作经济新闻，情绪化成份较高，这会给国家、企业和人民造成不小的损失。从80年代关于步鑫生、傻子瓜子的报道，到90年代中后期我

们许多媒介上关于巨人集团、牟其中南德集团、秦池酒夺标、宁波金鹰集团等等的报道，媒介的推波助澜作用是恶劣的，或毁了企业，或掩盖了企业和企业家的问题。强调经济新闻的理性化，是当前整体上改善经济新闻报道的一个要点。做到这一点，当然不可能一步到位，但对记者编辑有所培训，以达到以下几个标准：

一，调整知识结构，要了解知识经济，懂得经济学、财政金融、当代科学技术的普及知识。

二，培养经济学家那样的客观、冷静观察问题的报道经济新闻的职业习惯，而不是充当个别企业的代言人。

三，学会正确估量经济形势，既要在一般情况下要讲求时效，又要在特殊情况下谨慎从事，以适当的报道策略，协助国家稳定经济局势，特别是公众情绪。因为不少负面经济事件，相当程度上是公众心理波动造成的。

四，《新疆经济报》金融专刊分析

我读了一些报纸的财经专版，感到目前存在的普遍问题，一是缺乏深度，谈论金融、股票，就事论事多；提供的评论意见较为浅薄，并声明“风险自担”等等。一是不贴近读者，内容大多较为枯燥，可能只有不多的涉及到切身利益的读者会看某一部分，与此不相关的读者不会看的。这就大大削弱了报纸对一般公众的影响力。

新疆经济报的《金融证券》周刊，在贴近读者方面提供了经验。作为西部地区省级报纸的金融专刊，办得生动活泼是很不容易的。即使不是股民，由于这份专刊提供了较多的与生活相关的消息和知识，也会有兴趣阅读的。

该报头版是综合性要闻，除了重要的金融新闻外，每期大都会有一些相关的社会新闻。例如1999年12月19日头版右下角图文并茂的一组以《我又能进学堂了！》为题的新闻稿，用特写镜头的三张照片和一篇楷体字编排的消息，报道了建设银行新疆分行在帕米尔建设希望小学的事情，相当生动感人。12月5日的头版头条《消费信贷火起来了》则是一篇有看头的综述，内容均是老百姓的房子、汽车、教育、耐用品等实际问题。二条是通讯《百万贷款清收记》，报道了某农行支行惊心动魄收回贷款的过程，可读性很强。

头版的“资本与社会”专栏在金融类专版中很少见，富有特色：每期报道一位与金融活动有关的小人物，每期一个主题，由“主持人语”进行概括。例如1999年11月28日的《塞翁失马焉知非福》，叙说的是“机会对每个人均等”的道理；12月12日的《难忘1997年2月28日》，叙说的是“不重复他人的错误”的道理。这些道理都是实在的，就发生在普通人身上，很能服人。

这份报纸的第二版值得其他同类报纸借鉴，是固定的“钱的家园”专版。这一版几乎全部是百姓用钱的知识 and 最新消息，与每个人相关，标题新颖，图文并茂，内容就是日常生活。例如2000年1月9日这版的小文章《保险公司赚大钱吗？》，就澄清了一个读者普遍模糊的保险知识问题。1999年12月5日的头条文章《黄金投资离我们远吗》，则为读者

提示了一个人投资的方向。

重视言论是这份报纸明显的特色，一版的言论专栏“董事监事圆桌会议”、二版的“金融卡通”、三版（证券专版）的“股友茶社”，均有新观点或新视角，贴近读者。四版（股市）则完全由六七个不同层次和特色的分析文章专栏组成。

办出自己的特色是这张专刊的经验。我国股民4500万，这是一个巨大的读者市场。各种报纸纷纷出版财经新闻专刊以赢得这个市场，本来没有什么不好，但是现在的问题是，一窝蜂地上，没有多少特色，而且由于某些股市评论预测

水平不高，还可能影响社会的稳定。

由于参与了金融市场，出于对利益的关注，许多本来不关心政治、经济新闻的读者，开始关心这类新闻了，这是提高我国公众总体素质的一个绝好的契机。但是要提供适合他们，并同时提升他们的经济新闻和评论，就需要研究一下自己所面对的读者的状况。同时，不要把非股民忽略了。现在多数财经新闻的报纸，是以综合性或行业性报纸的一个专刊的形式存在的（专门的财经报纸毕竟种数有限），报纸的读者总体要远远大于其中的股民读者。吸引非股民读者不仅给报纸带来经济利益，对于提升他们的经济知识水准，也是不可忽略的一个阵地。

这专刊还有一个经验，即重视国际财经状况，及时提供分析资料。该刊每期头版均有“环宇回眸”专栏，把读者的视线带向世界。当然，这还不够，需要提供更多的国际经济和金融信息。

现在国外关于经济和金融的报道，包括一些发展中国家，已经将信息综合化了，不再只以与本国关系大小作为稿件取舍的标准，而是从全球经济角度报道，不单纯就眼下问题讲眼下事情。特别在金融领域，已不是单纯的市场行情及相关信息，各种影响金融的因素，包括宏观经济形势和世界各主要企业的经营情况、各国政府的金融政策和年度报告、世界各国经济状况和各国货币情况等等，一报在手，或十几分钟电视新闻看过，世界各地的市场基本走势，大体可以知晓。这一点，刚创办的《人民日报》（海外版）“金融周刊”提供了一种较好的模式（4月4日创刊），它的第三版完全是国际经济和金融信息，建议找来读读。

（作者系中国社科院新闻研究所研究员 邮编：100026）

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏: 陈力丹

- 从“窦唯事件”看娱乐新闻报道的失范 (2006-7-15)
- 由记者站站长涉嫌敲诈看问题的演变 (2006-7-30)
- 论胡锦涛新闻、宣传的新思维 (2006-7-30)
- 以“三贴近”衡量本次《羊城晚报》的改革 (2006-4-8)
- 传媒该如何对待穷人向富豪求助事件 (2006-3-11)

[>>更多](#)

相关文章: 经济新闻

- 经济新闻“阳痿”之“病根” (2007-2-6)
- 思想性：经济新闻的“牛鼻子” (2006-5-8)
- 经济新闻的角度选择 (2005-8-3)
- 入世后中国的经济新闻如何深化 (2005-2-25)
- 《每日经济新闻》今亮相 (2004-12-9)

[>>更多](#)

└ 谈谈当前经济新闻的作用和特点 会员评论[共 1 篇] ┌

 经济新闻越来越贴近百姓啦，这更需要记者是一个杂家！ [逍遥龙 9 zy于2004-4-20发表]

└ 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.