

“经济报道”大家谈

马达，郎作华

GT212

- 经济报道应着眼于人们的共同兴趣
- 经济报道中的宏观意识
- 人的活动——经济报道的主体
- 经济报道的主要问题：外行看不懂，内行不愿看
- 经济报道的“短、浅、软”
- 围绕市场写经济
- 做好经济问题的对外报道

[编者按] 尽管界内人士在“经济报道”报道什么的问题上看法比较一致，但在“如何进行经济报道”，或者说“怎样才能把经济新闻写深写活”的问题上各有主张。从本栏选登的这些文章中也能感知一二。我们认为，“怎样写好经济新闻”原本就没有固定的模式让大家去照搬照套，不同的内容应该用不同的手法或形式去表现，但有一点是必须坚持的，那就是经济报道同样要具有新闻性、时效性和典型性。不知读者以为然否？

经济报道

应着眼于人们的 | | | | | |---|---|---|---| | 共 | 同 | 兴 | 趣 | |---|---|---|---|

马达在《新闻爱好者》上撰文说，新闻传媒看待经济建设，是宏观和微观相统一的。经济、从物质层面讲，是生产力。经济活动的目的，是发展生产力。但经济决不等同于物。经济体制、经济关系、经济发展动力和模式，以及经济活动本身等，有其一定的文化背景和文化内涵。从这个意义上说，经济就是文化。因而，从事经济报道的人，要站在社会的高度，把握经济、教育、科技、文化等的互相联系，互相渗透，以变革的眼光，看待经济建设和经济发展。正因为这样，经济报道理应是涵盖面最广、影响面

最广的重要内容。

经济的视点和选择，应既是经济现象中的新情况、新问题，又是人们共同关心和感兴趣的话题。铁路提速了，关心火车票价会涨吗，行车安全可靠吗。近年有的农产品价格上涨，人们担心物价会不会涨。记者、编辑应当准确而迅速地掌握这些经济信息，及时地进行报道。若不及时掌握信息，不在选题上下功夫，就难以体现经济报道的特色，难以提高经济报道的质量。

经济报道中的

宏 观 意 识

郎作华在《北京广播电视》上撰文说,在经济领域的报道中,要达到多出好新闻,多出鲜活的、有敏锐的洞察力和耐人寻味的新闻,首要一条是编辑记者对国家和本地区的经济目标、政策以及经济改革总体方向与现状,有一个较为清楚的认识;对经济目前状况和今后的走向有一定了解的判断;对经济领域中条条块块之间不可分割的联系有所掌握等等。简言之,就是对这架特别复杂的经济机器运行做到心中有数,这样就能在看似平常题材中发掘较深层次的内涵。这也就是我们常说的要有宏观意识。

强烈的宏观意识对经济报道的记者编辑来说,非常重要。没有宏观上的把握,就不可能有微观上的突破。日常的经济报道大量的的是微观报道,缺少宏观意识的关照,那么微观报道就易流于平淡、流于枯燥,其中有些极有价值的东西会被处理成动态消息而瞬间消失了。这不论对新闻事业还是对编辑记者个人而言,都是非常可惜的。

当然,知道这个道理是对的,可做起来是不容易的,是要平时付出大量的辛苦才能取得的。所以,在实际新闻采编过程中,我们常会碰到这样一个现象,报纸记者抄报告,广播电视记者抄报纸。如果把几个媒体对同一题材报道拿到一起看,有时会发现,不光语言风格一样,甚至文中常识性小错误都是一样的。出现这种情况,有的是上级要求的发通稿所造成的,有的或者更多的情况是编辑记者自身原因所致。但是,我并不认为抄报告是一个好方法,尤其对年轻记者成长是不利的。我想,记者应当有自己的语言风格和判断新闻价值所在的能力,这就涉及到了一个“基本功”的问题,而记者的宏观意识就是“基本功”的重要内容之一。经济报道的平淡、枯燥,甚至“千面一律”,多少与此有关。

解决好经济报道的宏观意识问题,需要加强学习,加强研究,善于运用调查研究结果,需要汲取和积累经济领域之外的专业知识。我想在这里谈一个问题,就是新闻观对树立宏观意识的

影响。

其实,每个从事新闻工作的人不论其资历深浅,都有自己的新闻观,或者说对新闻的理解,不然就写不出新闻报道来了。我们对经济报道平淡、呆板的现状表示不满,实际上这些报道之所以平淡、呆板,是与作者的新闻观有直接联系的。曾经有一个新闻工作者对我谈到一个新闻观点:认为新闻是可以“做”出来的。这个“做”说白了,就是人为地制造新闻。这个“制造”不是粗制滥造,而是非常精巧的,希望让人们产生一种错觉,以为它是真的。这个观点代表了一些编辑记者的想法,实际上,我们有些新闻就是这样“做”出来的。

在我看来,“做”新闻是一种非常有害的想法和行为。从新闻的基本原理和准则方面来讲,它是站不住脚的。这个大道理不用多说。一个非常简单的事实,经济如此丰富多彩,如此生动活泼,可以说,只要深入进经济的大海中,通过努力,随手都能抓到活鱼,为什么要在岸上制造一条可以乱真的假鱼呢?我们提倡编辑记者要树立宏观意识,在这种宏观意识指导下,去把握经济生活中的一个细节变化,那么这样写出的报道才是鲜活的,才可能从一朵浪花反映出大海的波澜壮阔。而在岸上“做”出来的东西是不可以取得这样效果的,即使由于人们一时的错觉,时间一久,就会让人生厌。没有真,也就没有新闻基础,那么树立宏观意识、练就基本功等等一系列问题就无从谈起了,解决经济报道的生硬、平淡、枯燥也会成为一句空话。

“经济报道”大家谈

○孙 杰

人的活动

经济报道的主体

经济新闻难写,难就难在抓不住人的活动,所以我们播出的经济新闻大多见物不见人、见过程不见人,见数字不见人。这是经济新闻枯燥乏味的重要原因。经济活动说到底人的活动。因此为把经济新闻写得引人入胜,就应该写出经济活动中人的思想、人的行为和人的情感,把人的活动作为经济报道的主体。

从“新闻”的一般意义上讲,我们知道它有五个(也有说六个)要素,这五个要素中,“何人”与“何事”同等重要,忽略了“何人”要素,新闻便是残缺不全的新闻。在生产诸要素中,人是最活跃,也是最重要的要素,离开了人,离开了人的活动,任何经济活动都无法进行。所以,我们在报道经济活动,包括经济生活、经济现象时,应当把人的活动放在重要的位置。“何人”还是新闻事实的主体,与“何事”、“何因”、“何果”等新闻要素密不可分,有些新闻从业者把经济新闻忽视写人当作是一种写作技巧,这种认识是肤浅的。

最近读到汪苏华的文章,谈到经济新闻写人的问题,颇有同感。汪苏华认为,人的活动最富有动感和生活气息,是新闻报道

诸素材中最活跃的素材。注意在经济新闻中写人、写人的思想、写人的行为、写人的情感,可以克服报道见物不见人、见过程不见人、见数字不见人的弊端,增加经济新闻的现场感、可听性和说服力。如果经济新闻通篇不见人,新闻事实就无所依附。如今,我们广播以经济新闻,大多是文字稿,没有音响,一大堆经济术语和一连串数字,听众怎能喜欢听?不用音响的很大一个原因就是报道中缺乏人的活动。离开了人的活动,就难得有动之以情的音响。人的活动具有较强的现场感和故事性,可以说是经济新闻的激活素。也就是说,在经济新闻中注意写人的活动,可以改变经济新闻干巴枯燥的状况,使经济报道变得生动活泼起来。只要有人的活动,就会有广播音响。

广播是给人听的,广播音响的运用比单纯用文字来描绘无疑要丰富多彩得多。音响在再现情景,刻画人物,升华主题方面具有独特的作用。经济新闻要写人,要把人的活动作为报道的主体,就要多用音响,只要多用音响,经济新闻就能饱满起来,就能得到听众的欢迎。

经济报道的主要问 题：

外行看不懂,内行不愿看

杨玲在《经济报道应重视传播效果》一文中说,外行看不懂,内行不愿看是经济报道的主要问题。广播里的经济报道同样存在这一问题。

在我国社会主义市场经济的建立与发展过程中,经济活动

大幅增加,传媒中经济报道的分量也在不断加重。不但有大量的专业印刷媒体和视听媒体的专栏节目,综合大众传媒的经济报道分量也在增加。经济报道成为新闻报道中的一个重要领域,甚至可以说其重要性居于各种新闻题材之首,这是因为,经

经济报道的

短

浅

软

魏晓峰在《视听纵横》上撰文说,怎样使经济报道保持长盛不衰而又能紧随新时期经济发展的新形势,不断出彩、出新,吸引和集聚更多的目标听众,焕发其鲜活的生命力?除了在内容上求新、时效上求快以外,最根本的,就是要从广播与经济的特性出发,在“短、浅、软”上多下功夫,为经济广播开辟一条可听性强、具有恒久魅力的传播通道。

这里所说的“短”,就是短小精悍。这不光是指篇幅,主要是内容上的精炼,是短小篇幅与精练的经济信息内容的统一,是“言之有物”的“短”。一般的“一句话新闻”和“标题新闻”远不是真正意义上的“短”。短而能把复杂的经济问题讲清楚,信息含量大而新,在瞬间收听中能明明白白地获取“未知”、“需知”的东西,必须先处理好两方面的关系,即摆正内容精悍与听知的关系,若为短而短,短而空,则虽短而犹长。

浅,就是浅显通俗,使人一听就懂。它同“短”就像一个硬币的两面一样。“短”着眼于适应多数听众专注收听的短暂,而“浅”则侧重于照顾多数听众的接受能力。两者都是为了加强听知效果。“浅”不只是语言的通俗化和口语化,语言上求浅,这不是“浅”的全部要求,甚至不是主要的要求。“浅”的核心问题是处理好深入浅出问题。首先是“浅出”,就是把比较复杂和专业的经济现象和经济术语讲得明白如话,要善于运用人们熟悉的材料和简明的陈述方法,引导听众尽快理解和把握个中内涵与要点。这就需要在广播中架一道由具体材

料出发阐明经济事理的“桥梁”。当然,要架设这“桥梁”也并不容易,它至少需要三个条件:第一,对所述经济问题(现象、事物、行为及法规、理论等)深知深解,真正把握所谈经济问题与经济事物的实质;第二,掌握既为听众所熟悉又能说明问题的材料,并透彻理解材料的含义;第三,要搞清楚具体材料和所谈经济问题的内在联系。这三个条件,也就是所谓“深入”。只有“深入”了,才可能实现“三级跳”式的“浅出”。作为广播编播人员来说,为了更好地“浅出”,必先切实地“深入”。

软,指的是可听性、趣味性和人情味。经济报道并不完全是“刚性新闻”和“数字叠塔”,它应当也可能做到“笑脸迎人”、“平易近人”。我们为要保证经济报道持久的收听效果,就要讲究宣传策略、宣传方式和方法,力求轻松、风趣、幽默味多一些,温和些,亲热些,多点形象化,少来铁青脸,可以出情的地方要出情,以适应听众的广泛性、选择性和特殊需求。实用性、服务性也是“软”的一方面。经济广播中股市点评、理财咨询等,就很受听众欢迎,至于经济故事、经济人物、经济案例等更是充分发挥“软”式效应的广阔空间,有待我们去探索,去拓展。

济报道涉及世界经济走势,国际经济关系和国家政策、市场行情、企业战略等等,涉及面广,与人们的切身利益密切相关。科索沃危机虽然令世人关注,但是对于普通百姓的影响远没有东南亚金融危机大。然而,与其他题材的报道相比,我国的经济报道仍然表现出许多有待改进的地方。如:经济本来是与生活密切相关的,而在一些报道中却成了数字与晦涩难懂的专业词汇的堆砌,告诉人们的只是干巴巴的措施与枯燥的数字;人本来是经济活动的主体,而有些经济报道却忽视了经济事件、经

济政策对人的影响;在快节奏的现代生活中,人们对各种信息都要求更快捷、更方便,而经济报道中洋洋万言,不着边际的作品并不少见。这些现象使得经济报道枯燥乏味。而其中“外行看不懂”的问题尤为突出。有些稿件似乎总想在理论上“拔高”,因而,大量的专业名词不加任何解释就直接搬到了新闻稿上,而受众中专家毕竟是少数,即使是这方面的专家,也不喜欢读这种“炒”出来的文章,因为它不够“味”,因而,内行也不愿看。

“经济报道”大震撼

○解志荣 董平

围

绕

市

场

写

经

济

相当长的一个时期以来，我们的一些经济报道不鲜、不活，不吸引人、类似“产粮多少”、“获利润多少”等等，简单化、填空式的经济报道常常占据着经济新闻的相当份额。听众抱怨，“经济新闻难懂”；记者叫苦，“经济新闻写不出新意”；编辑苦恼，“编的经济新闻不疼不痒”。

出现这种情况的原因主要是：主题先行、记者的工作思路、操作方法、是从上头要精神、到下头找例子、说是“吃透两头”，实际上一头也没吃透。记者的作风不深入、写这样的报道似乎也不必太深入，难怪有些年轻记者刚进新闻大门时说“记者难当”，过了一段时间又笑眯眯地说“记者好当”。

日常所见的经济报道，有不少是诠释上级领导的指示精神、而不是用解剖麻雀的方法、深刻揭示经济活动的内在规律。比如上级领导说某种做法可以搞试点，新闻单位就到基层去抓典型，说这种做法好得很，并冠以“××现象”的大标题加以张扬；过了一段时间上级领导说这种做法目前不宜推广，新闻单位又去抓典型，说这

种做法存在种种弊端。我们不是说上级领导的指示不可以随着形势的发展而变化，试验错了的也不能改、而只是说：作为党和政府的耳目喉舌的新闻媒介、应当在坚持宣传党的中心工作的过程中尊重经济运行的客观规律，向上级领导提供客观真实的

情况和信息，而不能让经济规律去服从个人的主观意志。这是经济报道具有较强生命力的源泉

由计划经济转变为市场经济，这不是局部的调整、而是一种根本性、全局性的变革，是一场革命。经济报道应主动适应这种变革，把市场作为经济视角和经济报道的出发点，走向社会、走向生活，贴近群众、贴近市场。

经济报道在计划经济体制下重点关注计划，在社会主义市场经济体制下重点关注市场，这是很自然的事情。然而，正如由计划经济转变为市场经济是一场深刻的变革那样，由关注计划转变为关注市场，也需要经历一场深刻的自我意识的调整。比如，过去某些记者习惯于靠“惟上”、“惟书”过日子，今后恐怕就不灵了、而需要到市场上去求真知。这对于记者的要求就是工作思路要由过去的主要跑“衙门”，转变为主要跑基层、跑市场，真正做到“吃透两头”。

经济报道决不是随意从社会经济生活中找到几个事例，七拼八凑地用简单的“好、坏、对、错”等概念去证实某个事物，而是要通过对某个复杂的经济现象进行客观地分析，令人信服地引导人们去正确认识和对待面临的问题。这样对所分析的事物的了解，就不能仅仅来自会议、总结、文件报告，更不能仅从生活中找到几个事例就草率地进行推论，而是要全面深入地掌握情况，然后进行科学地综合分析，从中引出中肯的认识或结论来。这就要求记者要善于用自己的眼睛去发现新闻，到实际工作第一线去把握这个报道题目的现状、把握群众的脉搏，了解它的形成、趋向，理解它的特点、优势和意义。从宏观上对政治、经济、社会以及与此相关的情况应有所判断、把握，在微观上对属于自己报道题材的分析、研究以及对相关领域的了解，都应有自己的积累。只有深入调研，掌握第一手材料，才能写出有见地、有分量、有指导的经济报道。

其实，要写好经济报道，还有很多要求，比如，要熟悉市场、研究市场；多角度、多侧面，全方位地增强商品经济观和市场经济新闻观等等。研究市场不应只是企业家、政府部门、有关专家的事，作为我们新闻工作者来说，要想搞好经济报道，不研究市场那就难于胜任。

(作者单位：张家港电台)

做好经济问题的 对 外 报 道

邓武在《国际广播》上撰文说,在经济报道中,除了要及时反映我国经济建设中取得的每一项成就,还要努力把录音话筒伸向更广的空间,客观生动地反映中国经济发展的全貌。积几年来的经济报道经验,我认为,应该注意以下几个问题。

1. 要用通俗生动的语言报道经济问题。

经济问题具有较强的专业性,常要涉及一些专有名词、概念和数字。作为文字报道,这些内容是容易看清的,但作为广播,听众不可能通过反复研读来增进理解,特别是对外广播,听众远在千万里之外,对中国国情并没有透彻的了解和切身的感受,这就要求我们在报道经济问题时,一定要深入浅出,把深奥的专业术语,化为浅显的语言。

2. 善于通过人们日常生活的变化,来反映经济的发展

我国发展经济的目的,是为了提高综合国力和广大人民群众的生活水平。实际上,改革开放20年来,从城市到乡村,中国人的生活质量一直在稳步提高。一滴水可以折射太阳,我们做经济问题的对外宣传,就要努力去捕捉这些美丽的水珠。

3. 正确分析和报道我国经济发展中的难点和问题,不粉饰,不回避。

我国经济发展中出现的问题有些是历史原因造成的,也有些是新形势下出现的。对这些问题,都要进行客观的、辩证的分析。报道时,不仅要说清问题的来龙去脉,还要说明我们解决问题的办法和克服困难的决心。

■提示:《大众广播》2000年第三期“问题探讨”栏目,我们设置的话题是“广播新闻评论”大家谈,我们常说“评论”是一面旗帜,广播也要有自己的评论,也要有自己的评论员。来稿可就广播评论诸方面问题进行探讨,比如地位和作用问题,比如“弱化”问题,比如写作问题,等等。字数宜在2000字以内。



澳门代表性建筑