



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

· 宏观经济报道思考

· “两全”难在哪里? —...

深入生活 抓住特色——经济报道管见

时间: 2002-10-23 12:20:30 来源: 中国新闻研究中心 作者: 杨晓兰 阅读919次

经济报道长期以来一直处于“题材老化, 写法陈旧, 引不起读者兴趣”的尴尬境地, 作为地市级报纸, 在这方面更是先天不足。对此我们不能回避, 只能迎难而上。

作为从事经济报道的记者, 在这里谈谈自己的初浅看法。从多年的工作实践中, 我感到要搞好经济报道, 首先得充实相关的经济知识, 提高自己的理论水平, 深入生活, 才能从中找出特色, 抓到“活鱼”。同时, 在新形势下, 以往纯粹的抓管理促效益等表扬稿式的文章已不为读者所接受, 因而经济报道更要注意贴近现代生活, 密切关注经济生活中的新信息, 新动向, 把浪潮尖端颇具时代特色的东西及时反馈给读者。要使经济报道为群众喜闻乐见, 笔者认为必须做到:

一、信息化, 生活化。

经济报道既有一般新闻报道的共同属性, 又有相对独立的特殊内在规律。要满足读者的要求, 不仅要内容上有新的变化, 而且在表现手法上也要大胆创新, 给人以耳目一新的感觉。今年, 我们经济部在经济报道中所作的探索, 应当说从内容到形式都与以往的经济报道有了较大的区别。传统的经济报道多是对经济事物进行政策宣传解释, 对企业的管理、销售、利润、产值作报道, 这种简单化的报道忽视了对经济事物新闻价值的评判, 不仅不能满足读者的需求, 而且长久会引起读者的反感。而今年推出的“消费者”、“焦点新闻”、“经济评论”、“特别关注”等栏目采取了新颖的形式, 抓住了经济生活的主动脉, 准确鲜明地反映出了读者所关心的生活中的新事物, 新问题。“消费者”以大量的信息, 触及了城市生活中的新鲜事, 把握了消费与消费者这一城市生活的主旋律, 既有新闻性, 又非常生活化, 较好地满足了读者的需求。

二、深度化, 社会化。

经济报道要让读者喜欢, 就要把新闻触角伸向社会生活、经济理论、改革成果等领域, 伸向经济人物内心世界, 以及经济环境的深层文化积淀。由此, 经济报道的角度就要从领导者和工作角度转向群众、消费者和生活, 由平面视点转向立体的透视和深层的折射, 从多方位多侧面视点到对经济事物全方位的立体扫描, 使经济报道深度化, 社会化。

经济报道深度化的重要体现就是理论化, 只有经济新闻融进理论色彩, 才能把社会经济生活中的种种现象运用正确的理论来解释, 以新闻事实为铺垫, 把读者的思想、观点、理论有机地结合起来, 才能增强经济报道的吸引力和影响力。如焦点新闻的报道即是如此。同时, 由于经济新闻牵动着广大群众的切身利益, 因此, 经济新闻要努力社会化, 善于从社会生活中挖掘具有广泛社会意义, 带有普遍性的新事物, 从而提高经济报道的可读性和指导性。

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

深入生活 抓住特色——经济报道管见 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.