

都市报经济报道如何从“大财经”入手

作者：张卉卉

都市报过去经济报道主要以捕捉“柴米油盐”类微观经济现象为主。近年来，纷纷有意识地将报道重点放在全局性的经济发展走势、国际国内重大经济事件、重要财经风云人物上。

用大财经视角报道财经新闻是都市报的一个新尝试。但是，都市报的财经类新闻也最容易陷入普通人看不懂，专业人士又不屑于看的境地。

用通俗解读“专精深”

目前，走大财经路线的都市报经济报道存在这样一个问题，模仿专业财经媒体的做法，在报道上偏重专、精、深，而通俗性却不够。从报道内容看，专业性财经报纸和都市报有所区别：专业财经报纸的财经新闻要求新闻的高度真实性和可信度，信息的及时性，内容的丰富性，对于报道深度和分析力度都有较高要求；而都市报财经新闻面向大众，大多针对经济局势与新闻，较少深入经济规律、经济细节。

相应对策有两种：

一是挖掘现象背后的故事。现在的经济新闻，多是由数据和现象组成，而最终能留在读者脑海中的却是一些事件和故事。于是，在尽力挖掘事件性经济新闻的同时，记者也要善于“发现”故事。

去年9月，《钱江晚报》推出了一组关于杭州人居住幸福感的主题报道。幸福感本是个很虚很主观的词，如何将其化为一组有血有肉的报道？调查成为我们寻求鲜活报道对象的主要途径。我们走访了30个小区，发放问卷1050份。在走访式的调查中，我们发现了一个个生动的故事。并将这些故事按年代与题材归类。《住在杭州，你的幸福感有多高》《5个关键词，串起杭州人的幸福感》《那些不同年代的居住幸福观》《幸福居住的5种可能性样本》等版面既横向又纵向地展现了杭州人居住幸福观的生活长卷。

二是发现数字背后的故事。数据在财经报道中占有重要地位，没有数据的运用，就难以看出财经报道中所要反映的成就或问题，但经济报道的数字也是导致经济报道过于专业化、通俗性不够的一个致命弱点。

如何攻克经济报道中数据数字多、专业术语多这个难关呢？将数字形象转化为一个个故事也许是个好办法。

2003年《钱江晚报》改版时，就开始推出数字新闻版。和常规经济新闻版不同，数字新闻版的主要职能就是如何“量化”数字。居民消费价格指数很多人都听说过，但大多数人都不知道这一指数对普通人生活的真实意义。《钱江晚报》做了一组《我们钱包的真实价值—新财经时代解读》，通过故事的解读，读者知道数字究竟是怎么说话的，零点几个百分点是怎样反映我们钱包的厚薄，这几年来我们的生活是怎样一点一点地富裕起来的。读者发现，听数字讲故事，原来可以这样有趣。

学做“社会”化的经济新闻

经济类的深度报道强调的是内容的扎实和深度，而在形式上却比较单一。

从杭州几大主流都市媒体的财经报道看，专刊版很多，但版面形式不外乎一篇大文章一通到底，一个大标题再加几个小标题的形式。从报道体裁上看，一般都以话题性新闻居多，缺少事件性新闻、亲历性新闻。从版面分布上看，一般以内容划分，很少以报道形式区分。

相比较而言，社会新闻版面在形式上更灵活，除强调语言的生动活泼外，形式上也不拘一格，有现场新闻，有信息发布，有故事集粹，有外地新闻。如《钱江晚报》的社会新闻就有“现场”“热线”“市民”“发布”“亲历”“连线”等不同版面。

都市报的优势就在于报道方式的多样，报道角度的新颖，语气口吻的亲近，新闻事实与受众的贴近性。因此，形式的多样化应是都市报大财经视角需突破的方向之一。用社会新闻的报道方式来对经济新闻进行报道，是近年来都市报纸在进行经济报道所采取的普遍手法：一方面强调社会性，同市民生活的贴近性，另一方面注意表现手法的多样性与新颖性，以求得受众群体的扩大。

《钱江晚报》的房产报道去年新推出“社区”“维权”“互动”等和百姓生活较为贴近的版面，今年又新推出“争论”版。“社区”版面向的是购房之后如何提高居住舒适性，解决居住方面引发的一些矛盾的新闻话题，“维权”版则是着眼于购房的法律问题，请律师做一些答疑解惑。“争论”版面对的是一些有正反论点的焦点话题。

《十个楼盘九个瞎 电子眼看不见翻墙人》就是《钱江晚报》社区版报道的一个代表。小区监控薄弱是普遍存在的问题，记者用亲身翻墙的方式得出这样一个调查结果：十个楼盘九个瞎。整篇报道多的是记者在各小区的遭遇，有几分像社会新闻，但其揭示的问题又是深刻的。

这种报道方式直接借鉴了都市报社会新闻的报道方式。特别是语言方面，生动活泼的语言被广泛运用在当代都市报纸经济新闻的写作手法中。都市报纸经济新闻生动形象，贴近市民，很大程度上在于语言的运用。

让经济报道跟着人走

都市报的财经新闻常常见物不见人，读者感觉缺乏阅读趣味。大财经视角的经济报道更容易出现这一问题。相比社会新闻，经济新闻的成稿离不开数据。有些记者往往拿来现成数据和通讯稿件，交给编辑了事，内容显得枯燥无味。

经济报道应该是理性的。我们在经济报道的实践中，总想着尽可能真实地、贴近地触摸其中规律性的东西。可是，如何将经济报道中的数据尽可能“化”到事例和人物的言行当中，让读者从故事中自然而然地发现规律，掌握规律，这才是成功的经济报道。《钱江晚报》人物板块就是整个经济报道板块中最具人性化特色的一个分支。经济活动的主体是人，人的思想、性格、机遇对经济活动的发生、发展起着至关重要的作用。所以，如果把人写真了，写透了，离经济规律性的东西也就不远了。

《除了赚钱，还有什么——成功商人的别样生活》就是这样一个由一组人物集萃而成的报道。整篇报道展现了4个成功商人的别样业余生活：打篮球、读易经、做教头。故事听完了，人们也悟出了这样一个道理：人不应仅仅为工作活着。原来，表述一个观点也可以在说故事中轻松完成。

除了人物板块外，其他专刊版面如房产、汽车、生活家也在努力向“人”靠拢。如汽车板块的车客版就是一个以车客为核心的版面，讲述车客们的喜怒哀乐，很生动。房产版的《长租，一种新的房生活》本来也可以用中介公司的数据来表现，但用几个长租人的故事来表述更另类、更活泼。

作者单位：钱江晚报社。

(纸媒文本见《中国记者》2007年第8期)

[回首页](#)

来源：《中国记者》
阅读：866 次
日期：2007-08-20

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

[上一篇：试论图形语言的视觉传达模式](#)

[下一篇：搭起沟通之桥](#)

>> [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 .