



大众传播 与财经新闻实务

肖红英 主编 周 涛 副主编

西南财经大学出版社

Southwestern University of Finance & Economics Press

1200323002



大众传播 与财经新闻实务

肖红英 主编 周 涛 副主编
编者 周 涛 潘 宁 肖红英 肖锡彤

西南财经大学出版社

Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

大众传播与财经新闻实务/肖红英主编. —成都:西南财经大学出版社, 2003. 2

ISBN 7-81088-012-8

I. 大... II. 肖... III. ①大众传播—研究②经济—新闻写作 IV. ①G206.3②G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 110106 号

大众传播与财经新闻实务

肖红英 主编 周涛 副主编

责任编辑:傅虹

封面设计:郭海宁

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.com/
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	四川机投气象印刷厂
开 本:	880mm×1230mm1/32
印 张:	9
字 数:	217 千字
版 次:	2003 年 2 月第 1 版
印 次:	2003 年 2 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7-81088-012-8/F·010
定 价:	19.80 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无防伪标志不得销售。

前 言

在日益发展和竞争激烈的媒体大战中，经济新闻作为一个相关的重要的项目，已经受到越来越多的人的重视。无论从传播手段、受众范围，还是从媒体互动的角度来看，经济新闻都应该是被关注、被研究的一个重要领域。在这个意义上，我们组织这本书的讨论和撰写，配合西南财经大学语言文化学院的新专业建设，拓宽拓深传播领域研究范围，对社会转型时期媒介在经济方面报道的理论与实践，对媒体经营的运作管理，从大众传播的基础理论入手，进行务实性的研究和探讨，以期有积极的推动意义。

我们在编写中，力求走一条理论和实践、观念和调查、基础和操作相结合之路。在该书的前半部分，对大众传播媒介新的传播方式做了深入的研究，并且进行了实践操作方面的补充；在新闻采访与人际传播的关系方面，提出了操作性很强的采访艺术和报道技巧。后半部分，则侧重于经济新闻报道和媒体经营的研究，一来探索经济新闻报道与当今社会生活的关系，二来关注媒体管理和经营的理论与实践，还采用经济新闻报道实务的方式，选取一些有影响的经济新闻报道，从新闻背景、传播方式、媒体责任、受众反响、报道思路等方面进行理论分析，力求准确地捕捉经济新闻报道的规律、特点、受众期望及媒体经营管理的理论要点。

从传播学的视角来探讨经济新闻的写作，是我们新专业建成

伊始的一个重要的中心任务。区区二十多万字要囊括如此广泛的内容，显然是难以胜任的。我们编写本书的目的，是作为本专业学生用书，旨在给学生一个视角和方法。所以在书中，尽量多地提供信息，提出我们的观点，而把发挥的余地留给使用这本书的教师和学生。

这是一个集体的写作计划，分别由肖红英、周涛、肖锡彤和潘宁共同完成。肖红英负责本书的组织与统稿，撰写新闻采访和第四媒体引发的大众传播的变革两部分；周涛协助本书的组织 and 统稿工作，完成大众传播概述、新闻的编辑和新闻写作三部分的撰稿；潘宁负责撰写现代媒介经营部分；肖锡彤完成经济新闻的形态与实务的撰稿。在该书准备的前期，余培莉同志参加了该项目的讨论，提出了很好的建议和思路，给我们一些启发，在此我们向余培莉表示诚挚的感谢。陈莱在编写过程中，也曾经参加过我们对章节安排的一些讨论，在此一并表示感谢。本书的编写者不仅因为本身对传播领域有浓厚的学术兴趣，还因为我们中的大部分有在媒体，包括报纸、杂志、电台、电视台工作的经历。更重要的是，多年来，我们对大众传播领域内的经济新闻现象关注已久，新专业的诞生，使我们有机会把自己的学术热情奉献出来，心血的倾注与专业的投入，构成了这本书实施的可行性和必然性。

尽管我们在写作当中不断地切磋讨论修改，尽管我们已经搜集和参阅了大量的资料，一旦动笔，由于内容牵涉面太广，还是深深感到功力不逮，捉襟见肘。虽然现在终于把书稿完成了，但是内心仍然惴惴不安，期待专家学者的批评和指正。在本书的写作过程当中，我们参考了许多国内外作者的相关著述文章，我们知道，只有站在巨人的肩膀上才能够看得更远，我们将所有参考书目一一列举在书后，在此，再次表示我们诚挚的感谢和由衷的

尊敬。

最后，我们还要对让这个写作计划能够尽快完成和出版给予我们帮助和指导的西南财经大学语言文化学院夏政院长、段海燕书记、商富才副院长以及西南财经大学出版社的邓康林同志表示深深的谢意，感谢他们对本书的支持，感谢他们为此书付出的劳动。

作者

2002 年盛夏于成都

目 录

第一章 大众传播概述	(1)
第一节 人类的五次信息传播革命.....	(2)
第二节 传播学的要素	(24)
第三节 传播的过程、效果、技巧	(38)
第四节 第四媒体引发的大众传播的变革	(47)
第二章 新闻采访	(63)
第一节 新闻记者的基本素质	(63)
第二节 新闻采访的种类	(66)
第三节 采访的准备	(68)
第四节 如何获得采访线索	(72)
第五节 如何进行采访	(76)
第六节 经济新闻的采访规律	(88)
第七节 采访中的障碍和策略	(93)
第八节 采访后的剪辑.....	(100)
第三章 新闻写作	(107)
第一节 新闻.....	(107)
第二节 消息的要素.....	(108)

第三节	消息的写作·····	(113)
第四节	通讯·····	(118)
第五节	深度报道·····	(125)
第六节	提高报道质量·····	(127)
第四章	新闻的编辑·····	(131)
第一节	报纸编辑·····	(131)
第二节	广播和电视的编辑·····	(160)
第五章	经济新闻的形态与实务·····	(171)
第一节	经济新闻的特质·····	(171)
第二节	经济新闻形态与写作·····	(180)
第六章	现代媒介经营·····	(235)
第一节	媒介经营在媒介发展中的地位·····	(235)
第二节	媒介经营理论·····	(239)
第三节	媒介的产业化经营模式·····	(268)
第四节	媒介经营的实践·····	(274)
参考书目	·····	(280)

第一章

大众传播概述

什么是大众传播？大众传播就是由传播者通过大众的传播媒介，公开地向社会公众定期传播各种信息的一种信息的交流活动。大众传播是人类传播的重要组成部分和核心内容，其功能作用是其他类型的传播不能取代的。

具体地说，编辑、记者、节目主持人等都是传播者。他们做专职的传播工作，有专业知识，并掌握了专门技术。大众媒体如印刷媒体（报纸、杂志和书籍等）和电子媒体（广播、电视、互联网络 and 电影等），大众媒体传播的信息是大批量复制的。

20 世纪以来，大众传播的飞跃发展，多种学科的互相融合渗透，大众传播学也迅速成长，在现代社会发挥着日渐重要的作用。

大众传播学与新闻学的关系，一直都是密切联系的。两者的研究对象很相似。大众传播学的研究对象有报刊、广播、电视、电影等传播媒介，新闻学也是研究报刊及广播电视等传播媒介。但从学科的内在结构考察，双方有明显的不同之处。新闻学的重点是报刊，涉及通讯、广播、电视等，大众传播学除上述的研究对象外，还更为广泛，如电影、图书等。新闻主要研究内容的制作和新闻采编，而大众传播研究信息沟通的要素和过程。

处在知识经济和信息的时代，经济信息成为社会宝贵的资源和财富。有效的经济信息的传播可以加速社会改革的进程。而且了解传播的基本知识，可以更好地制作和发布经济新闻。而了解

大众传播，最好的途径是从研究它的历史，即考察大众传播的发展阶段开始。

第一节 人类的五次信息传播革命

一、人类传播的发展历史

人类传播的发展历史，共有五个阶段，分别是：语言媒介的出现；文字媒介的产生；印刷术的发明；声像媒介的形成；新媒介的大量出现。下面具体来看：

传播的第一阶段，是语言媒介的出现。

人类的传播史与人类的历史是同步的。人类的祖先在生存和发展过程中，开始了不断的传播活动。在最初，人类与其他动物的传播手段非常相似，用表情、动作、喊叫来传播信息。这就是人类最原始的亲身传播。

经过漫漫岁月的进化，人类创制出自己特别的、独立的符号系统——语言。从此，人类密切合作，开始了积极思维。提高了物质生产的能力，加快了脱离野蛮、走向文明的步伐。

文字媒介，是传播发展的第二阶段。

语言只能依靠记忆保持，并不精确。在社会生产协作逐渐复杂后，人类为了克服这一局限，又发明了文字。文字媒介能够记忆和保存，是一大进步。大约 5000 年前，最古老的图形文字在埃及出现。大约 3500 年前，中国的殷王朝出现了甲骨文字。从此，整个社会文明的积累有了可能性。口头语言和书面语言（文字）成为人类传播史的两座纪念碑。

印刷术是传播发展的第三阶段。

从依靠自身为媒介的“亲身传播”到实现大众传播，必须具备的条件是提高信息“复制”的水准。就是说，时间要“快”，空间要“远”，数量要“多”，质量要“精”。印刷术是复制技术的进步，最初的“复制”始于文字和纸张的结合。

木刻印刷术始于中国（公元 627 年—649 年的雕版，公元 1040 年—1049 年的活版），德国的戈登堡在 1450 年，将其改造为金属活字印刷术。于是，能够复制大量文本，打破了手抄局面，具有划时代的意义。

但是，真正意义上的大众传播，还是在数百年以后。原因之一，活版印刷术仍然以人力为动力，复制能力受限很大。而 19 世纪初以蒸汽机为动力的印刷机，使生产能力得以飞速提高，作为大众媒介的报纸才有可能诞生。

大量复制已经实现了报纸必须具备的首要条件。大量发行、大量读者群两个必要条件还需要社会文化的背景支持。报纸、杂志的时代也开始了。虽然书籍应该列为最古老的媒介，但作为大众媒介的排行榜则是以报纸为“龙头老大”，其次是杂志，最后是书籍。它们的共同特点是以文字（印刷的活字和少量图片）作为传播手段。

声像媒介，是传播发展的第四阶段。

活字媒介独霸天下的格局，在 19 世纪末期得以改观。声像媒介（声音加上图像）的问世，给原有的活字媒介有力的冲击，也给社会生活带来深刻的影响。声像媒介给了人们视觉技术的新体验。

声像媒介的“大哥”——电影，诞生于 19 世纪末期。20 世纪初，美国人发明了只放映一分钟的电影。1903 年，一批片长超过 25 分钟的故事片上映，其中的经典作品有《火车大劫案》、《月球旅行》等。那时放映方式也开始公开化。1905 年美国匹兹

堡出现了“5分钟电影院”，常常爆满。1927年—1928年，电影从无声发展到了有声，影响日增。在电视普及（西方国家为20世纪50年代，发展中国家为20世纪60年代至70年代）以前，电影一直是全球性的大众娱乐媒介。

另一个声像媒介是广播，能够让人们远距离地进行及时传播。

1844年，美国人C. 莫尔斯通过在华盛顿区和马里兰州两地之间的铜线，用电码发送了“上帝创造什么”，揭开了电信时代的序幕。1906年，在真空管问世以后，开始了广播（可以传输声音的无线电广播）的时代。当时把它应用于军界和商业界。1920年，作为大众传媒的家庭无线电广播出现。当时，一家匹兹堡的电台向大众广播了关于总统选举的消息，立即引起了社会各界的广泛关注，家用收音机的需求量剧增。

电影、广播这两种新兴的大众传媒，从诞生以后，在世界范围内迅速扩展。电视，是年轻的声像媒介，也是声像效果的最佳组合。20世纪20年代，电视技术基本过关。30年代，英国、美国、德国相继开始播出电视节目。第二次世界大战后电视得到真正的发展。20世纪50年代，电视迅速普及美国。1958年，电视在中国出现。定期播放节目的电视台只有北京和上海两家。60年代和70年代我国电视业略有发展，拥有电视机的仅限于单位和极少数家庭。80年代则是中国电视业高速发展的时代。如今，城市电视机普及率已达90%以上，而且频道越来越多，有线电视网也在不断扩大。

作为一种规模巨大、影响深远的大众媒介，电视对人们的思想观念、生活态度影响很大，作用显著。特别是电视与卫星的结合，使世界出现了“地球村”现象——全球几十亿人可以同时观看重大事件的现场实况转播。同时，无线电视面临有线（电缆）

电视的挑战。由于有线电视能够为特定受众提供特定节目,因而广受欢迎。就是说,全国化、全球化的倾向与社区化、地方化的倾向并行。

新媒介,是传播发展的第五阶段。

随着信息化时代的发展,20世纪70年代之后,美国、日本等发达国家率先开发了一批新兴的传播技术,人们称之为“新媒介”。这些新技术,对原有媒介,对整个社会,都产生了极为重要而深远的影响。

新媒介的诞生,是时尚观念加网络技术。新媒介,包括了录像、有线电视、光纤通信、电传、综合数字通信网等。其中,具有最强渗透力、最大影响面的是“信息高速公路”和“多媒体”技术。它们各具特点,但是有一个共同点,即是新兴技术与原有技术巧妙组合,共同作用。

“电子报纸”、“数字化电视”、“多媒体”、“信息高速公路”等“新媒介”,无一不是以电脑为基础和核心的传播形式。

电脑与大众媒介、社会通信系统的高度而完美的结合,已经构成了现代社会信息化的主流。

二、传播发展史上几个重要的里程碑

(一) 书籍记载了人类悠久的文明

大众传媒中,历史最久远的一定是书籍。依靠它,人类的古老文明才得以世代相传。它涉及到三个方面:记载工具——文字;制作材料——纸张;把文字弄到纸张上——印刷术。

人类的早期文明就体现在书籍里面。早在公元前3500年,苏美尔人就在一种黏土书板上用楔形文字来记录宗教、法律、医学和叙述性的传说。古埃及人在纸莎草纸上书写。考古学家发现纸莎草书卷,内容大都是宗教作品,也有涉及哲学、历史、戏

剧、诗歌等的。

从最早的黏土书板到戈登堡发明金属活字印刷术的漫长岁月里，书籍一直是为少数精英阶层服务的。这也是民众识字率低的一个主要原因。

（二）图书出版推动社会文明

图书出版得益于工业革命和公众教育。19 世纪中期，工业革命开始席卷美国。工业革命带来了新的印刷技术，滚筒印刷和新型活字机器大大推动了图书的出版。

图书出版的发展也受益于工业革命期间另一项重要进展，即义务教育的形成。当时人们意识到，教育对于人类至关重要。一个人只有接受了良好的教育，具有实用的知识并且具有高尚的道德，才能真正有所作为。1940 年，美国北方的多数城市已经开始进行普遍的公众教育，民众的识字率有了很大提高。

由于意识到了图书的广阔市场，精明的商人开始大批出版廉价书，以传播个人主义和普通民众美德作为这些书的主题，并且宣传是“只卖一角钱的一元书”，因此刺激了大众的购买欲和阅读兴趣。许多个人的出版社建立起来。图书在推动社会健康发展方面起到了有益的作用。

图书市场的进一步发展，出现了畅销书现象，著名的要算《廊桥遗梦》了。

销路特别好的图书，才能算是畅销书。但好销到什么程度才算畅销，则众说纷纭。

随着现代出版事业的发展，畅通的销售网络，传媒的推波助澜，畅销书销售额一直呈上升趋势。这样给了出版商一个大发横财的机会。出版商根据读者需要，投其所好，口味越来越同一，由知识传播变为纯粹的商业牟利。

出版界对于畅销书的关注，可追溯到 19 世纪末期。美国的

《书商》杂志开始编制“热门书目”，每年一次，排出顺序，后逐渐改为每月一次。

然而“畅销书”（best seller）这个词 20 世纪初才为社会广泛接受。人们认同它是“同类书籍中销售量最高者”。比如，著名学者弗兰克·莫特编制的畅销书目录中，超过 200 万册的有《爱丽丝漫游奇境记》、《飘》、《莎士比亚戏剧集》等。出版商认为畅销书排行榜可以刺激图书销售；读者认为根据排行榜可以更好地选择书籍。《纽约时报》每周日的书评杂志上设立了五种排行榜：非小说类精装、小说类精装、通俗类袖珍本、一般类平装本、工具书及其他。

在畅销书创造的奇迹中，小说《廊桥遗梦》（或者叫做《麦迪逊郡的桥》）创下了 1200 多万册的销售量。它的巨大成功引起了许多评论家的关注。该书题材并不太新颖，它的畅销在于抓住了大众的某种普遍心态。有的人认为：它精心编织了中年人的爱情故事，一反常态的浪漫不只属于年轻人。有的人认为：它强调了爱情的自由和婚姻的责任间的冲突，伤感的别离成为了使爱深化的悲剧美。也有人从中看到了美国的怀旧感，认为它表现了现代社会里人们的心理危机，对人类大同之梦的怀念。不管这部小说究竟想表达一种什么思想，有一点可以肯定，许许多多的读者在它里面找到了想要的东西。

由畅销书必然到拍电影的老套路。而有趣的是，《廊桥遗梦》的小说和电影共同创造了一个戏剧性的效果：世界各地的情侣竞相拥到它的故事背景地——衣阿华州的小镇温特塞特，去亲身体验浪漫情怀。那座桥仿佛是圣地，被誉为“地球上一处最浪漫的地方”，有人专程前去举行婚礼。该桥维修时换下的一堆木材曾被当地一位农民买来当柴烧，而此时已经奇货可居，被锯成一小块一小块，作为旅游纪念品高价出售。也许爱情是可遇而不可求

的东西，也许大众意识到那种地老天荒的爱情今生无望，廊桥创造的情感梦具有了永恒的魅力。

（三）报纸成为信息传递的重要途径

西方学者的观点是：报纸起源于2000年前的罗马《每日大事》，相当于官方的消息加上公告（有关选举、军事、命令、宗教活动）。它一直延续出版到罗马帝国灭亡。罗马帝国能够统治如此广阔的区域，离不开包括《每日大事》在内的发达的传媒体系。16世纪中叶，德国、英国才有了印刷的报纸，单页纸张，每周一到两次，内容较为专业化。

在1830年，报纸的消费对象从那些精英阶层转变为工业时代的城市大众，定价也由6分降到了1分。

报纸能够降低成本，走向大众，受益于工业革命带来的技术变革。除了印刷技术，在1844年电报发明后，美国人开始把它应用于报业。于是使用电报的结果产生了“倒金字塔”的新闻写作模式，把最重要的时间、地点、人物、事件、结果等元素都放置于首段，以防电报传输新闻时发生故障而被打断，读者亦可据此猜测大意。

那时报纸为了抓住下层民众的兴趣，多刊登关于凶杀、暴力、审判、死刑方面的故事，再加上触目惊心的标题。比如，《纽约太阳报》的编辑约翰·博加特就是因为他的论点“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻”因此名声大震。该报还因总结纽约警察与法庭活动的幽默专栏而独具特色。随着发行量的上升，广告商纷至沓来。

1835年《纽约先驱报》问世，除了犯罪新闻，它扩展了其领域，如金融专版，同时使商业报纸具有活泼性和娱乐性。

之后，1841年《纽约论坛报》面世。它的主编提出了把新闻和看法分开的想法，并发展成后来的社论版。该报还主张报纸

应该向不同观点开放，任何流派的社会哲学家，只要能够言之有理，就可以在报纸上发表文章。因此，《纽约论坛报》大受民众欢迎，大家以“仅仅次于看《圣经》的兴趣”来读这份报。

进入20世纪现代大工业社会后，报业也出现了新特点。新世纪报业从内到外不断进行创新，在内容上较前已经不同。一批严肃客观的报纸产生并且发行量大增，表明读者的欣赏趣味的提高。报纸也开始强调自己的社会责任，不少报业组织纷纷制定行业守则，由此约束报纸的过分举动，追求新闻报道的公正、客观、真实，淡化那些常见的耸人听闻的报道。

同时，在报纸的报道方式上也发生变化。两种新形式的报道（分析性报道和调查性报道）取得了较好效果。分析性报道适应了现代社会的需要，新闻涉及了众多领域。读者没有专门知识，就可能看不懂报纸内容，所以人们希望有一些分析文字，帮助他们真正理解新闻事件。因此，一些经验丰富和有知识专长的资深记者运用他们画龙点睛的技巧，帮助读者深入事件及其背景，同时也提供一些预测。这时报道的难度增大，同时也赋予了新闻独特的魅力，因此也使一些记者一举成名。例如介绍美国总统竞选的文章，报社甚至请了专家撰写，解释选举程序，预测可能被选出的人选。

调查性报道的历史更为悠久，起源于19世纪末、20世纪初美国记者对于社会腐败现象的曝光。它的特点在于通过细致深入的追踪，以第一手材料揭露某些事件的内幕，让公众了解事情背后的真相。它有时成为一种连续报道，引导大众的思路。它的经典例子很多，如在对越南战争期间关于美莱村大屠杀的调查性报道。记者赫什发现美军士兵1968年在一个名叫美莱村的地方以搜索越共为借口，杀害了三百多名越南平民。这一报道导致了美国国会的听证会以及对卷入该事件的军事人员的起诉。这一事件