

经济新闻学概论

裴毅然 主编

上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

经济新闻学概论/裴毅然主编. — 上海:上海财经大学出版社,
2003.9

ISBN 7-81049-951-3/F·828

I. 经… II. 裴… III. 经济-新闻学-高等学校-教材 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 059637 号

JINGJI XINWENXUE GAILUN

经济新闻学概论

裴毅然 主编

责任编辑 刘光本 封面设计 周卫民

上海财经大学出版社出版发行

(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海译文印刷厂印刷

上海叶大装订厂装订

2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

890mm×1240mm 1/32 11 印张 316 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 18.00 元

前 言

对中国新闻界来说,经济类新闻报道版面日增,渐趋吃重,需要大大增加投入力度,这是近年才出现的一大发展趋势。尤其是加入WTO之后,我国经济新闻的社会需求无论从广度还是从深度,都提升到前所未有的高度。在日趋经济化的社会中,经济无疑已成为生活的核心。对媒体而言,经济类新闻已成为不可摇撼的主体,发稿量占到总版面的60%以上。在我国目前公开发行的2200余种报纸中,经济类专业报纸约占40%。广播、电视开办的经济类栏目也日益星光闪烁,成为渗透性十分强劲的抢眼栏目。仅上海一地,每天出版的文字新闻即达130万字,加上广播、电视每天70万字,总计200万字的新闻主要为经济类。又通过对1999年及2000年上半年沪上各媒体头版头条的行业分析,经济类新闻已占到二分之一强。

显然,受众日益倚重的经济信息报道已成为中国媒介的一大增长点。据新华社最新消息,财经类报刊在北京越来越受关注。在地铁报摊上,《21世纪经济报道》、《经济观察报》因为卖得好,被擦放在最显眼的好位置。新闻出版总署报刊司有关负责人认为,经济体制改革的不断深入、经济实力的快速增长,为财经类报刊提供了市场化的深厚沃土。老百姓的钱袋日见鼓胀,他们需要了解理财知识、市场行情与投资信息,因此,财经类报刊的需求量还会继续扩大。而强调和突出经济新闻报道的深度与广度,又恰恰是报刊之特长。在深受电视冲击的今天,经济新闻的崛起也使人气相对低落的报刊、电台看到了新的希望。

由于众所周知的历史原因,我国新闻教育的重点长期落在政治、文史两大板块,一直强调新闻人才的通博性,忽视甚至轻视财经专业。因

此,当经济新闻需求呼啸而至之际,也就是财经记者亟须短缺之时。目前新闻人才市场信息十分明确:现有新闻从业人员知识结构相对老化,已不符合当今社会需要,财经方面知识特别匮乏。针对这一市场呼唤,上海财经大学依托自身既有优势,2000年始设学科交叉型的经济新闻系,并招收了首届本科生,希望能为中国新闻人才市场提供适销对路的经济新闻记者。为达此教学目的,同样属于交叉型的“经济新闻学”理所当然地纳入教学计划,成为我系学生的一门必修课。“经济新闻学”教材也就成为我系必须攻克的一道课题。在学校领导与上海财经大学出版社的大力支持下,全系教师集体参加编撰,经过二年多的努力,此书终于出版。

《经济新闻学概论》既可作为我系学生使用的教材,也可作为财经记者与编辑的参考用书。本书全方位论述经济新闻的历史沿革与发展现状,既突出理论归纳的系统性与逻辑性,对经济新闻进行纵深的研究探讨,并兼顾新闻采编操作流程的实践性与简易性,使学生能够循径而入,掌握经济新闻所涉及的各项基础知识。在撰写过程中,我们也考虑到当前的市场需求,希望本书能为广大新闻从业人员(尤其财经记者)提供某种理论联系实际的参照摹本,以利于广泛的新闻实践工作。

《经济新闻学概论》既然为经济新闻立说成学,自然要对经济新闻活动所涉及的各层面、各领域进行全面观照,强调经济新闻活动的“经济性”特色,在阐明经济新闻活动所必然涉及的指导性理论之外,又揭示经济新闻活动的基本操作程序,以及经济新闻工作者所应具备的思维方法与知识储备。我们希望在综合多学科的基础之上,进行多层面、多角度、多方位的交叉研究,以探求经济新闻活动的内涵与规律,力求形成较为完备的学术体系。

世界经济的相互融合与发展,“地球村”、“全球一体化”等概念的形成,尤其开放性市场经济的扩展,决定了对经济信息的广泛需求。经济专家指出:新型的知识经济的本质即信息经济,再想依靠密集型廉价劳动力争胜的机会已越来越小。因此,经济新闻与信息报道比重的加大,在媒介渐唱主角,实为社会发展所需,也可以视为中国经济即将腾飞的

一只报春鸟。然而,要在新闻教学中将经济新闻从新闻整体中剥离出来,使之成为相对独立的学科门类,虽然符合学科细分的大趋势(以美国为首的新闻教育主流即以划分专业方向为热潮,国内新闻教育界亦出现这方面的趋势),但仍然还是新鲜度很高的新生事物,具有相当的难度。我们希望《经济新闻学概论》能达到一定的科学性与前沿性,也衷心希望得到各位专家与读者的评点与指正。

本书为集体编著,具体各章节编撰人分别为:

第一章——裴毅然(教授、博士)

第二章——刘金涛、林晖(讲师、博士)

第三章——王燕循(助教、硕士)

第四章——刘金涛(讲师、博士)

第五章——党芳莉(副教授、博士)

第六章——周晓红(讲师、硕士)

第七章——韩 元(讲师、博士)

裴毅然

2003年8月25日

目 录

前言	1
第一章 经济新闻的渊源与发展	1
第一节 经济新闻的历史回溯	1
第二节 中国近代经济新闻的发展轨迹	6
第三节 新中国成立以来经济新闻的发展脉络	9
一、新中国成立初期	9
二、“文革”时期	10
三、改革开放以来	11
第四节 我国经济新闻近况与评估	12
一、长足的进步	12
二、值得关注的不足	15
三、需要提出的几个问题	24
第五节 我国未来经济新闻的发展趋势	26
本章小结	29
思考题	29
第二章 经济新闻的功能与研究	31
第一节 经济新闻的性质和功能	31
一、经济新闻的性质和功能概述	31
二、社会主义市场经济对经济新闻的新要求	34
第二节 经济新闻的研究方法	35
一、内容分析法	36

二、调查研究法	47
三、定性研究	68
本章小结	76
思考题	76
 第三章 大众媒体与经济心理	78
第一节 关于经济人	79
一、关于理性经济人的论说	80
二、凯恩斯与经济人理论	83
第二节 非理性世界的发现对经济新闻报道的启示	86
一、市场中的群体心理与经济新闻报道	86
二、经济市场中的信息操作与经济新闻报道	90
三、Economic Journalism 的导出	93
第三节 大众媒体与消费心理	96
一、消费在现代社会的意义	96
二、消费欲望的制造工厂——大众媒体	100
本章小结	116
思考题	116
 第四章 我国经济新闻的特征	118
第一节 宏观经济报道	119
一、经济政策报道	119
二、经济建设成就及宏观经济走势报道	126
三、可持续发展报道	131
第二节 微观经济报道	134
一、消费需求和消费者行为报道	135
二、企业生产和经营决策报道	142
三、市场竞争机制报道	148
第三节 中观经济报道	153

一、产业经济报道	154
二、区域经济报道	159
三、城市经济报道	167
本章小结	172
思考题	173
 第五章 经济新闻报道策划	174
第一节 经济新闻报道策划的本质和原则	175
一、经济新闻报道策划的本质与异化	176
二、经济新闻报道策划的层次构成	178
三、新闻报道策划的原则	181
第二节 经济新闻报道策划的选题策略	183
一、策划选题的本质——新闻价值观在实际操作中的体现	183
二、经济报道策划选题策略的前提	185
三、影响选题决策的依据	188
第三节 经济报道策划的主题策略	197
一、主题的揭示——新闻的意义	197
二、经济新闻策划报道主题确立的依据	199
三、经济新闻报道策划的价值观	202
四、经济新闻报道的价值取向	206
五、报道策划中确定主题时出现的失误	209
六、策划式经济报道主题的深化和提炼	212
第四节 经济报道策划的结构	214
一、报道结构的组成要素	215
二、报道结构的类型	217
第五节 经济新闻报道策划的方式	222
一、集中式	222
二、系列式	223
三、连续式	224

四、组合式	226
五、媒介参与式	227
六、调查式	227
七、记者体验式	228
八、媒介联动式	229
九、受众参与式	230
本章小结	232
思考题	232
 第六章 经济新闻采写技巧	234
第一节 经济新闻采写原则	234
一、认真研究经济规律和经济政策,理性客观、深入透彻地 分析、预见问题	234
二、准确可信、有针对性地为读者解疑化难	238
三、深入浅出,通俗易懂,避免报道枯燥冗长、空洞无物	240
第二节 经济新闻采写方法	243
一、经济新闻价值取向探讨	243
二、拓宽选题思路	245
第三节 典型经济新闻采写	254
一、国企改革报道	254
二、金融报道的采写	257
三、证券新闻的采写	265
本章小结	275
思考题	275
 第七章 经济新闻编辑策略	277
第一节 经济新闻编辑概论	278
一、经济新闻编辑的基本素养	278
二、经济类报纸的编辑方针	280

第二节 稿件编辑	285
一、组稿中的互动关系	285
二、选稿的基本原则	286
三、修改经济稿件的常用手段	288
四、经济稿件的配制技巧	294
第三节 经济新闻标题	297
一、经济新闻标题在“厚”报时代的变化	297
二、经济新闻标题的主要功能	299
三、经济新闻标题的基本类型	305
四、经济新闻标题的制作	312
第四节 经济类报纸的版面设计	318
一、经济类报纸的版面设计技巧	319
二、经济类报纸的基本版面类型	332
本章小结	337
思考题	337

第一章 经济新闻的渊源与发展

经济活动乃人类最基本的日常活动,经济信息的传递从远古时期即已开始。随着人类经济能力的由弱渐强,经济信息的需求、经济信息的传递、经济新闻的报道,也逐渐发达起来。我国至迟从商代就有了文字记载的经济信息的传播活动。19世纪后期,随着我国近代工商业的崛起,经济新闻日渐发达,占据媒介的重要地位。进入工业化社会,商品的生产与交换对经济信息提出大量的日常性需求,经济信息与新闻的传递已成为整个社会经济运作不可或缺的一部分,构筑起社会最重要的传输系统。信息化时代的今天,信息即财富甚至即权力,经济信息的传递已越来越成为整个社会赖以正常运转的“神经”,成为国家经济车轮的一个主要齿轴。20世纪90年代以来,信息业作为第四产业在我国迅猛崛起,信息从业队伍日渐壮大。同时,我国经济新闻也存在许多需要改进的地方。

第一节 经济新闻的历史回溯

经济活动是人类最基本也是最重要的日常活动,因为它维系着人类的生存与延续,经济的发展是社会进步的初始动力。“经济”一词来源于“经世济民”的缩写,原意为治理国家有利人民。从根本上来说,传递经济信息以提高经济效益与活动能力乃是人类的一种本能。就是在今天的动物界,我们也能观察到这种本能现象。

原始社会时期,群居是人类得以战胜禽兽制驭万物的根本因素。为了协同动作,原始先人必须叫喊呼唤同伴,这被认为是人类历史上最早的新闻传播活动。就其内涵而言,即为原始的经济新闻传播。先人们通过在石壁上刻勒牛形、河岸上描摹鱼状,藉以告诉路经这儿的同类:此地有野牛,此河有鲜鱼。在与猛兽发生重大搏斗之后,先民们会在战斗现场刻画标记,画上人兽搏斗场面,用以警示同类。不仅在猎食觅果过程中原始先人们需要相互传递信息,在抗寒养殖、生产劳作及使用工具时也需要交流信息,以不断提高生产效率,保持生存优势。澳洲内陆水源极缺,原始人就在溪流周围画上袋鼠或人的胳膊,指示过往的同类:附近有水源。

当然,原始社会时期经济活动的层次与结构十分粗糙简单,经济活动的范围与深度均较狭浅,经济新闻的重要性还显现不出来。也可以说,那一时期,原始先人的日常活动对经济新闻的需求还不太高。另一方面,原始的传播手段也制约着经济新闻的效用。正如马克思所说:“需要是同满足需要的手段一同发展的,并且是依靠这些手段发展的。”^①

由于原始社会生产能力低下,人们的全部劳动成果均为维持种族生存的必需品,实行平均分配或限制分配,不可能也不需要提供剩余产品以供养专事传播的活动者。因此,当时信息传播的传者与受者处于混一状态,人人都是传播者,人人也都是受传者。原始新闻传播在整体上处于“无意识”状态,即在零碎、分散的无序状态中带有很大的盲目性。

一直延续到封建社会中后期,原始传播方式均带有一大共同特点——“点一点”传播,即以口头传播为主,辅以手势、图画、信号与文字等。传播轨迹一般为一个传者输送给一个受者,再由受者输送给另一个受者,像接力棒一样逐一传递下去,传递载体限于零散的人际

^① 马克思:《资本论》第1卷,参见《马克思恩格斯全集》第23卷,中央马恩列斯著作编译局译,人民出版社1972年版,第559页。

传播。我国持续久长的驿传制度便十分典型地体现了这种传播方式。当然,在传播的及时性与扩散性上,“点—点”传播方式均相对受到很大限制,不具有广泛的社会性。除了口头传播,其他传递方式主要局限于传播者自身能力范围之内的口头广告、悬物广告、招贴广告等。

据我国史料记载,及至商代,随着驿站的设立,经济信息的传递得到很大发展。商人们通过驿站往来贩运各地土特产,经济信息的交流与传播获得极大扩展。从文字上,我国最早传递经济信息的是铭文。《周礼》记载,商人均须将交易内容铸成铭文“告于士”。这表明进入农耕时期,生产积累达到一定程度,已有剩余物品作为商品进入流通交换,经济新闻的需求性与重要性逐渐得以凸现。与此相应,传播手段与速度也大大得到改善与提高。

进入封建社会,随着经济生活内容的日益丰富,生产、交换、分配、消费四大环节之间交流的日益频繁,商品经济日益兴隆,一切商品均须转化为货币才能完成价值实现。因此,经济信息的需求与传递日显重要。据史料记载,早在南北朝时期就出现十分标准的经济新闻了。商人刘宝在州郡都会建造住宅,专养 10 匹快马往各地传送商情,消息十分灵通,广受各地客商欢迎。刘宝本人亦成为头号大富商——“宅宇逾制,楼观出云,车马服饰,拟于王者。”至于各地的行商坐贾为自己打广告,更是无师自通的自发行为。如灯笼高悬、酒旗飘扬,九江浔阳楼的招客对联——“世间无此酒,天下有名楼”,已成为一种文化,给南来北往的文人骚客提供了一个施展身手的大好空间。可见,不仅商品经济对经济信息日益倚重,经济信息的传递也直接推动了商品经济的发展。

在西方,1141 年法国卜莱地区曾出现 12 人的叫卖组织,并得到法王路易七世的特许。1258 年,法国政府还特为叫卖人颁布一项敕令:“巴黎的叫卖人可以到任何一家酒店为它担任叫卖工作,店主不得拒绝,但已雇有叫卖人者例外。”

进入工业化社会,随着商品经济车轮的高速运转,商品生产与商品

交换均对经济信息提出大量的日常性需求,经济新闻已成为整个社会经济运作不可或缺的一部分,构筑起社会的神经系统。而伴随工业化所产生的印刷业,又反过来直接推动新闻业的延伸与发展,形成整个新闻业的日常化与专业化,进入“点—面”传播时代,及时性与扩散性得到大大提高。

既然社会产生了对经济信息的日常需求,那么,社会同时也就必然会娩出满足这一需求的专门行业。16世纪初,首先在地中海贸易中心意大利威尼斯,继而在罗马出现了一种“搜集消息的机构”,从业人员被称之为“采访者”与“报道者”。他们将采访搜集到的消息写成文字,向订户有偿提供各种商业信息与政治情况,这就是世界近代史上最早的经济新闻专业机构。如《威尼斯公报》除报道少量政治事件之外,主要报道物价、船期等商情。限于条件,当时只能将搜集到的信息手书出来,呼为“手抄报纸”。

从总体上来说,自文字产生直至16世纪的几千年间,手工书写一直是人类新闻传播的基本手段。由于各种制约因素(如书写材料与政治经济条件),手书新闻在很长一段时间内仅仅面向少数社会上层人士。直到12世纪之前,手书新闻的发行几乎都不收费,还没有成为一种可盈利的商业行为。中国宋朝小报、文艺复兴时期意大利手书新闻的出现,则以出售为目的,改变了新闻制作的性质。同时,读者对象也不再受政治身份的限制,只要付费用人获取。新闻传播的商业化直接促进了新闻传播的通俗化。

进入工业化时期,再进入信息化时代,经济信息的地位与重要性已不待言。信息已成为财富,成为社会经济生活运作中不可或缺的车轮,既直接传输经济信息,也带来越滚越厚的经济效益。信息甚至直接可转化为权力,经济信息就是经济权力。尤其随着近代传播技术的飞跃发展,传播特点已由原始简陋的“点—点”形式转为扩散迅速的“点—面”形式,大大增加了传播的社会渗透能力。进入20世纪后半叶,互联网出现了,并日益强烈地渗透到人们的日常生活,成为实现信息全球化的重要契机。加上卫星通信系统的加入,市场需求、

生产变化、金融汇率、股票行情、债券交易、经营管理、政策法规、计划控制等信息,均可无所不包地被各种通讯系统迅速传送到世界各地。事实上,当电脑问世以来,波动易变的经济信息就已逐渐脱离手工操作方式,收集、加工、处理、储存均发生了质的变化,实现了真正意义上的现代化。

时至今日,许多发达国家已把信息的采集与传播作为本国社会经济发展的战略性资源。人类社会对经济信息的依赖越来越大,经济信息的传递已越来越成为当今社会得以正常运转的“神经”。如日本就建立了各种市场信息中心,农林省的生鲜食品流通情报中心通过计算机网络,每天向全国主要批发市场通报各类果蔬畜肉的最高价与平均价,以及各类产品的规格、产地、上市量、成交量,同时预测月度产量、季度产量与上市量。显然,这些信息对于指导产销、平衡物流、稳定价格起到了关键性的重要作用。

就全球范围内,当急风暴雨般的政治风云成为历史遗迹,尤其当冷战结束后,经济领域的竞争自然马上代替了昔日的政治斗争,上升为全球竞争的中心,经济信息与传播的重要性日益凸现,令任何一个国家都不敢掉以轻心。信息业的先进与否,事实上已成为一个国家现代化程度的重大标志。

20世纪90年代以来,信息业作为第四产业在我国迅速崛起,信息从业队伍日渐壮大,而且这一发展规模还在不断扩容。就经济信息而言,已正式登堂入室,进入政府机关。各省市政府均设有信息处或经济信息研究室,该部门的职责就是全面收集本地的经济信息,除定期向本地政府递交简报快讯之外,同时还上报中央下达地县,以便各级政府迅速作出反应制定对策,从而改善本地乃至全国的经济运行,控制经济增幅和滑坡。中央政府信息产业部的成立,更是一大历史性标志,意味着我国社会已正式迈向信息化。从业人员也正朝着集团化、多层次、电子化方向高速发展。

综上所述,经济新闻发展的每一历史阶段都折射出社会发展的节律,体现了各个历史时期的社会内涵与重要特点。也可以说,社会发展

的每一步都离不开经济信息的传递,或曰都需要经济新闻的帮扶。可见,从相当意义上,经济新闻乃是人类社会活动的一个重要侧面,也是考察整个人类社会发展的一个重要观察点。

第二节 中国近代经济新闻的发展轨迹

我国唐朝的开元杂报被认为是世界新闻史上最早的报纸,但中国的新闻事业却发展十分缓慢。较为发达的自给自足的天然农耕经济,一方面将中国君主政治体制推向完备臻熟,另一方面又将中国社会长期留滞于封建阶段,迟阻了现代化过程的到来,其中自然也包括迟阻了经济新闻的发展。

19世纪,随着外商与传教士的进入,他们办起了中国最早的近代报纸,这类报纸通常用很大的篇幅设置商货行情专版。一些英文报馆还出版专门的行情报,如《广州货价行情报》、《商业行情报》、《香港船头货价纸》等,便是专门为商情需要开办的经济新闻专业报纸。这类经济新闻报道既介绍各地贸易动态、分析市场形势、估测贸易趋向,也刊登广告,所占篇幅少则四分之一,多则一半。广告内容多为外国商品的介绍,同时也涉及到金融、保险、运输、出租及戏剧演出等方面。此外,这类外报传递的商业信息还包括航运信息。

1861年,沪上字林洋行创办了中文报纸《上海新报》。该报创刊词说:“大凡商贾贸易,贵乎信息流通。本行印此新报,所有一切国政军情、世俗利弊、生意价值、船货往来,无所不载……上海地方,五方杂处,为商贾者,或以言语莫辨,或以音信无闻,以致买卖常有阻滞。观此新报,即可知某行现有某货,定于某日出售,届时亲赴看货面议,可免经手辗转宕延以及架买空盘之误。”显然,该报明确以登载商情传递商讯为办报宗旨,并以此招徕读者。1893年2月17日,英商丹福士在上海创办了《新闻报》,也以经济新闻(尤其是商业新闻)为重点,明确以工商业经营者为主要读者。

由外报刊登的这些经济信息,对活跃新兴的中国近代工商业,促进

各地的商品流通,起到了一定的积极作用。对中国的新闻事业而言,尤其对国人自办的经济信息报道,自然也起到了重要的示范作用。

第二次鸦片战争后,洋务运动开始兴起,商品经济在我国开始萌芽,加之西方文化思想对中国知识界的影响不断加强,洋务运动要求社会改革的思想潮流也呼唤大力进行现代启蒙,中国人自办报刊的各种条件初步形成。在我国的第一批自办报纸中,商业行情等经济信息内容如外报一样,成为占据篇幅较多的重要内容。其中影响较大的香港《循环日报》虽是政论性报纸,但经济信息仍占据二分之一版面,其第1版即为行情版,版侧题为“香港目下棉纱花匹头杂货行情、各公司股份行情”,第3版大部分刊登航运消息与广告,第4版则刊登广告与启事。这一体例在当时的香港报纸中十分流行,同一时期出版的《香港中外新报》、《香港华字日报》、《维新日报》均大致如此。同期在上海出版的国人自办报纸《汇报》,共两张8版,其中4版刊登行情、船期、广告等。沪上另一张报纸《新报》,也是8版,其栏目设置与版面安排也与《汇报》大体相同。这一时期,由于读者需求,沪港两地的报纸对经济商务方面的稿件均十分重视。《汇报》还连续详载《通商各关、华洋贸易手册》等具体商规细则。

19世纪末期,变法维新运动高涨,国人自办报纸掀起一个高潮。维新派主办的报纸固然旨在鼓吹变法,揭露抨击封建专制,但由于扩张民族资本、抵制洋货入侵乃维新运动的一个重要侧面,所刊发的文章中不少涉及经济。其中重要的文章有:《万国公报》所载的《通商情形考》、《万国矿务考》、《铁路通商说》;《时务报》所载的《商战论》、《榷署议内地机器制造货物征税章程书后》;《新民丛报》所载的《中国货币问题》、《外资输入问题》等。《湘学新报》每册都有专题讨论中外商贸的“商学”栏目。强学会机关报《中外纪闻》也刊登了译自外报的《各国商船及海上贸易价额考》。《湘报》为促进民族工商业的发展,配合开矿办厂的热潮,极为重视商情广告,先出附张刊登本省物价表,后又将上海、香港、汉口等行情物价“逐日编列为表,附之本省物价表之后”,并且降低广告收费,免费刊登新办厂商、发明创造及福利