

第二讲 印刷媒介

Print Media

报纸

Newspaper

杂志

Magazine

图

Book

咱们要讲下列几种部分：

- 印刷媒介的概念
- 印刷媒介的传播特点
- 印刷媒介的类型
- 印刷媒介的管理体制
- 印刷媒介的发展历史
- 印刷媒介产业

印刷媒介的概念

1. **报纸**：经过印刷在纸张上的文字、图片、色彩、版式等符号传递信息的一种媒介。
2. **杂志**：有固定的名称、每期版式基本相同、定时或不定时的连续出版物。
3. **图书**：以纸张为媒介介质，利用语言体系印刷出版的一种媒介。

✓ 成为大众媒介的时间：

报纸 > 杂志 > 图书

报纸是最早的新闻媒介和真正意义上的大众媒介

印刷媒介的构成要素

✓ 文字、纸张和印刷三项发明奠定了图书（印刷媒介）的基础。

1. 体现形式：文字、图画等符号。

最早的文字——楔形文字

保存最完整的古老文字——中文

现存最古老、最系统的文字——甲骨文

2. 媒介介质：纸张

从自然材料过渡到人造材料：蔡伦的“造纸术”。

3. 生产方式

铅活字印刷奠定了印刷媒介工业化生产的基础，是其成为大众媒介的关键要素。（毕昇 vs. 古登堡）

印刷媒介的传播特点

• 与其他老式媒介形式相比

优势：

1. 便携性和储存性强

更大的阅读自由、反复阅读传播、更有效的广告宣传、流传久

2. 进行更进一步的报道分析

文字符号的抽象性赋予更大的思索阅读时间空间

3. 更能适应分众化要求

历史课本 vs. 百家讲坛

4. 更具公信力

劣势：

1. 时效性弱
2. 受众范围小：文化水平、区域性、分众化
3. 感染力较弱
4. 发行受到运送、投递限制

• 印刷媒介的传播特点比较

特点	报纸	杂志	图书
排版方式	文字线性排列、内容板块状排列	文字线性排列，内容兼而有之	文字与内容都线性排列
深度和保存价值	弱	中	强
时效性	强	中	弱
新闻覆盖面	强	中	几乎无或专业性集中
划分特征	区域性	受众+区域	受众
装帧	弱	强	中
产业模式	发行、销售和广告	发行、销售和广告	销售和发行

印刷媒介的类型

- 报纸

1. 发行时间：日报（晨报、下午报和晚报）、周报、一周多刊报
2. 发行区域：跨国报纸（西欧和北美）、全国性报纸、地方性报纸（城市报、省级报等）
3. 我国：读者对象（工人报、妇女报等）、报纸内容（经济类、科技类、教辅类等）、报纸性质（机关报、行业报、企业报等）。

印刷媒介的类型

- 杂志

1. 发行对象：消费类杂志、商业杂志（B2B）和组织类杂志（协会杂志、公关杂志和顾客杂志）
2. 内容性质：学术和通俗
3. 受众群体：女性、男性、小朋友和老年杂志等
4. 出版时间：三日刊、周刊、旬刊、半月刊、年刊等
5. 发行范围：国际性（ISSN）、全国性（CN）和地域性

印刷媒介的类型

- 图书

1. 阅读对象：大众图书（文学类、艺术类、少儿类等）和专业图书（学术类和教科书类）
2. 销量：畅销书、常销书和滞销书
3. 四部法：经（儒家经典）、史（历史）、子（诸子百家）、集（作品集）
4. 图书馆：马克思主义、列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、哲学、宗教、社会科学、自然科学、综合性图书

印刷媒介的管理体制

- 西方管理体制

- ✓ 报刊

1. 间接

董事会

将报刊业

编辑部

设计部

广告部

发行（销售）部

总经理或社长

总编辑

法律

独立新闻法，

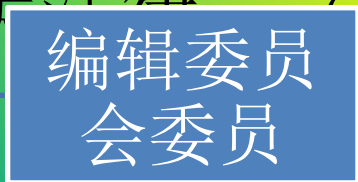
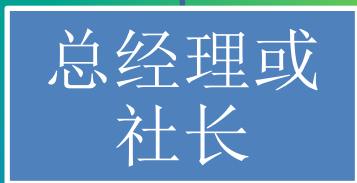
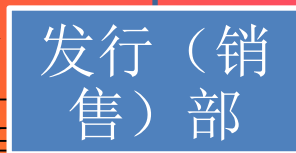
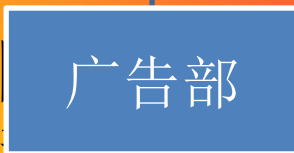
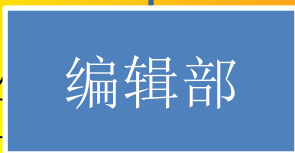
但需遵照宪法

和其他有关法律

（本拉登）

编辑委员会
会委员

日本一样采用法律手段，但日本新闻协会设有审查机构



印刷媒介的管理体制

- 西方管理体制

- ✓ 图书出版

1. 管理机构：政府设置专门机构（俄罗斯、法国、朝鲜、印度等）和图书出版业多种行业协会（美国、英国、日本、韩国等）
2. 审查制度：预惩制和追惩制

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/558143010005006137>