

传播媒体

CHUANBOMEITI

与介质

YU JIEZHI

陈夏洁 郝清霞 编著



印刷工业出版社

G206.2
20

传播媒体与介质

陈夏洁 郝清霞 编著

印刷工业出版社

内 容 提 要

本书分十一章,在第一、二章简要介绍了传播学和信息学基本知识的基础上,系统地讲述了印刷媒体(图书、杂志、报纸)、广播电视媒体、多媒体、电子出版物及广告媒体的特点、种类和应用范围;介绍了传播媒体常用介质,包括纸张及薄膜、磁性记录介质(磁带、磁盘)、光学存储介质(光盘)的材料、特性及技术性能。

本书是为新增专业——电子出版专业编写的专业基础课教材,也是印刷专业学生的选修教材,还可作为信息传播与出版人员的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

传播媒体与介质/陈夏洁,郝清霞编著. —北京:
印刷工业出版社, 2000.11
ISBN 7-80000-375-2

I. 传... II. ①陈... ②郝... III. 传播媒介
IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 68661 号

印刷工业出版社出版发行
(北京复外翠微路 2 号 100036)
山东高青县印刷厂印刷
各地新华书店经销

*

850×1168mm 1/32 印张: 9.125 字数: 238 千字
2000 年 11 月北京第一版 2000 年 11 月第一次印刷
印数: 1-5000 册 定价: 16.00 元

目 录

绪论	(1)
第一章 传播学的基本知识	(5)
第一节 传播及传播的基本功能	(5)
一、传播的概念及传播学的研究对象	(5)
二、传播的要素	(6)
三、传播的类型	(7)
四、传播的基本功能及大众传播的社会功能	(9)
第二节 传播媒体的产生与发展	(10)
一、传播媒体的产生与发展	(10)
二、传播媒体的分类	(13)
第三节 传播媒体分析	(14)
一、认识传播媒体的意义	(14)
二、传播媒体的特征	(15)
三、传播媒体的选择分析	(17)
四、麦克卢汉的传播媒体理论	(18)
第四节 传播效果	(20)
一、传播效果的概念	(20)
二、传播效果的分类	(21)
三、影响传播效果的因素	(23)
四、西方传播效果理论	(25)
五、提高传播效果的途径	(27)
第二章 信息学的基本知识	(30)
第一节 信息的基本概念	(31)
一、信息的含义	(31)

二、信息的特征	(32)
三、现代信息的特点	(34)
四、信息的类型	(34)
第二节 信息度量	(36)
一、概率及其性质	(36)
二、自信息量	(37)
三、信息熵	(38)
四、熵函数的数学特性	(42)
五、加权熵	(44)
六、有记忆信息源的平均符号熵(高价信息熵)	(46)
七、信息源的多余度	(49)
八、信息度量对语言、文字传播的意义	(50)
第三节 信息运动的一般过程	(51)
第三章 印刷媒体	(54)
第一节 图书	(54)
一、图书的特点	(55)
二、图书装帧设计与传播效果	(56)
三、特殊图书	(59)
四、图书的未来	(60)
第二节 报纸	(60)
一、报纸的种类	(61)
二、报纸的特点	(62)
三、报纸版面的编排与传播效果	(63)
四、报纸媒体及其发展	(65)
第三节 杂志	(67)
一、杂志的种类	(67)
二、杂志的特点	(68)
三、杂志的设计与传播效果	(69)
四、杂志的发展趋势	(71)

第四章 广播和电视	(72)
第一节 广播及其特点	(72)
一、广播传播的要素.....	(73)
二、广播媒体的特点.....	(74)
三、广播节目的编排与传播效果.....	(75)
第二节 广播媒体的发展	(76)
一、数字音频广播 (DAB)	(76)
二、数据广播.....	(79)
三、网上广播.....	(80)
第三节 电视及其特点	(82)
一、电视的特点.....	(84)
二、电视传播的要素.....	(85)
三、电视节目的编排与传播效果.....	(86)
四、卫星电视.....	(87)
五、有线电视 (CATV)	(91)
第四节 电视媒体的发展	(94)
一、数字电视 (DTV)	(95)
二、高清晰度电视 (HDTV)	(98)
三、交互式电视 (ITV)	(99)
四、图文电视数据广播.....	(102)
第五章 多媒体	(105)
第一节 信息媒体与多媒体	(105)
一、多样化的信息媒体.....	(105)
二、多媒体.....	(106)
三、多媒体中的各媒体元素.....	(107)
四、多媒体的特点.....	(109)
第二节 多媒体技术与多媒体系统	(109)
一、多媒体技术.....	(109)
二、多媒体系统.....	(117)

第三节 多媒体电子出版系统·····	(120)
一、多媒体电子出版系统·····	(120)
二、报纸新闻电子出版与通信网络系统·····	(122)
第六章 电子出版物·····	(125)
第一节 电子出版物及其特点·····	(125)
一、电子出版物的概念·····	(125)
二、电子出版物的特点·····	(126)
三、电子出版物与印刷出版物的比较·····	(127)
四、电子出版物与音像出版物的区别·····	(130)
第二节 电子出版物制作出版过程·····	(131)
第三节 电子出版物的分类·····	(133)
一、按存储介质类型分类·····	(133)
二、按出版物类型分类·····	(135)
三、按信息提供方式分类·····	(137)
四、按出版物的内容分类·····	(137)
第四节 电子出版物的发展及其前景·····	(139)
第七章 网络媒体·····	(142)
第一节 因特网基础·····	(143)
一、因特网的关键技术·····	(144)
二、因特网的服务功能·····	(146)
第二节 网络媒体的特点·····	(149)
一、网络媒体的特点·····	(150)
二、网络媒体的弱点·····	(152)
第三节 网络出版·····	(153)
一、网络出版的概念及特点·····	(153)
二、网络出版的形式·····	(154)
三、报刊与图书的网络出版·····	(155)
四、网络出版的发展趋势及其面临的障碍·····	(157)
第四节 网络电视·····	(158)

一、网络电视的出现·····	(158)
二、网络电视的特点·····	(159)
第八章 广告及广告媒体·····	(161)
第一节 广告的概念及作用·····	(161)
一、广告的概念·····	(161)
二、广告的基本要素·····	(162)
三、广告的作用与影响·····	(163)
第二节 广告媒体概述·····	(165)
一、广告媒体的概念·····	(165)
二、广告媒体的发展·····	(165)
三、广告媒体的种类·····	(166)
四、广告媒体的数量分析指标·····	(167)
第三节 常见广告媒体·····	(168)
一、报纸广告·····	(168)
二、杂志广告·····	(170)
三、电视广告·····	(173)
四、广播广告·····	(175)
五、网络广告·····	(177)
六、其他广告媒体·····	(179)
第四节 广告媒体的选择和运用·····	(182)
一、广告媒体选择的含义及内容·····	(182)
二、广告媒体选择的影响因素·····	(183)
第九章 印刷记录介质·····	(186)
第一节 纸张·····	(186)
一、纸张的品种·····	(186)
二、纸张的成分·····	(188)
三、造纸工艺简介·····	(190)
四、纸张的规格·····	(191)
第二节 印刷纸张的基本性能·····	(193)

一、纸张的定量和厚度	(193)
二、纸张的白度	(193)
三、纸张的平滑度	(194)
四、纸张的光泽度	(195)
五、纸张的吸墨性	(196)
六、纸张的表面强度	(197)
第三节 常用印刷纸张	(197)
一、新闻纸	(197)
二、书刊印刷纸	(199)
三、胶版纸	(199)
四、铜版纸	(200)
第四节 其他印刷记录介质	(201)
一、合成纸	(201)
二、塑料薄膜	(202)
第十章 磁性记录介质	(204)
第一节 概述	(204)
一、铁磁材料及其特性	(204)
二、磁性记录介质材料	(207)
三、磁性记录系统的技术性能	(209)
第二节 磁性记录技术	(210)
一、磁表面存储器的数字信息存储	(211)
二、磁表面存储器的数字信息记录方式	(213)
第三节 磁带	(215)
一、计算机磁带与磁带机	(215)
二、数字录音带	(218)
第四节 磁盘	(219)
一、软盘和软盘驱动器	(219)
二、硬盘和硬盘驱动器	(224)
第五节 磁性记录介质的发展趋势	(226)

一、磁带的发展及未来·····	(227)
二、软盘的展望·····	(228)
第十一章 光学存储介质·····	(229)
第一节 概述·····	(229)
一、光盘存储器的类型·····	(230)
二、光盘存储器的技术指标·····	(232)
三、CD 光盘的格式标准 ·····	(234)
四、光盘的特点·····	(238)
第二节 光盘驱动器·····	(238)
一、光盘驱动器的工作原理·····	(239)
二、CD-ROM 光盘驱动器的种类 ·····	(241)
第三节 只读式光盘·····	(243)
一、只读式光盘的结构·····	(243)
二、只读式光盘的读取原理·····	(245)
三、只读式光盘的制作·····	(247)
第四节 一次写入式光盘·····	(251)
一、一次写入多次读出 (WORM) 光盘 ·····	(252)
二、CD-R 光盘 ·····	(255)
第五节 可擦式光盘·····	(258)
一、可擦重写磁光盘 (MO) ·····	(258)
二、可擦式相变光盘·····	(263)
第六节 光盘的发展趋势·····	(267)
一、提高存储密度·····	(267)
二、提高数据传输率·····	(269)
三、下一代光盘主流产品 DVD ·····	(272)
附录 ·····	(274)
参考文献·····	(278)

绪 论

在当今信息社会中，经常可以见到媒体一词。有人认为，该词属于外来语，源于英文单词 Media，其原意是居于中间之物。在我国的权威辞书《辞海》（上海辞书出版社）的词目中，并没有对媒体一词的解释，只有媒介，而媒介最早出现于《旧唐书·张行成传》：“观古今用人，必因媒介”。此处的媒介是指：使双方发生关系的人或事物。在《现代汉语词典》（商务印书馆）中收录了“媒体”一词，并解释为交流和传播信息的工具。

所以，媒体的提法应该是从媒介发展而来的，现在主要应用于信息处理与传播领域。但是在该领域中，对媒体这一概念的使用已超出了上述所有的解释，具有更多的意义，可以认为是人们用于传播和表示信息的手段和工具。

其中，用于表示信息的各种符号称为信息媒体，包括文字、图形、图像、动画、动态影像、语言和音乐等；而多媒体是多种信息媒体的组合。交流和传播信息的手段和工具称为传播媒体，面向大众的传播媒体包括报纸、杂志等印刷媒体和广播、电视等电子媒体。信息媒体的记录传播需通过一定的物理载体，这种信息的物理载体称为记录介质，简称介质。

对现代人类来说，传播是一种自然实现且无所不在的活动。而信息的传播，不仅对个人，而且对整个社会和文化都有影响。特别是持续不断的信息传播，对社会变革产生巨大而深刻的影响。

响。信息媒体和传播媒体是传播过程的重要组成部分，是传播行为得以实现的必要手段。人类的历史是一部文明发展史，正是由于对信息媒体和传播媒体的使用，人类文化才得以产生、延续和发展。如今，信息媒体的范围将不断扩大，传播媒体也已深深地渗透到人类生活的各个领域。人们对传播媒体产生了越来越深的依赖，同时对传播媒体也提出了越来越高的要求。

传播媒体是现代社会不可缺少的组成部分，从传播媒体的产生、发展以及传播媒体的现状可见，传播媒体的状况是由社会发展的整体水平所决定的，例如在没有电力或电力供应不正常的地方，发展电子媒体就会受到很大的限制。而传播媒体的发展也会不断地影响、推动社会的进步。特别是进入信息时代的今天，社会的发展、经济的增长已越来越依赖传播媒体信息业的发展。传播媒体的落后，会使一个国家或民族在经济竞争、文化教育等各个方面处于不利的地位。

传播媒体本身是文化的产物，正是文化影响了传播媒体的创新和变化发展，同时传播媒体又传递和反映了文化及其变迁，对文化的形成和发展起着至关重要的作用，所以传播媒体与文化的变化发展是紧紧交织在一起的。大众传播媒体所负载、传递的文化内容，大部分可谓快速、大量、直接、通俗。由于大众媒体的文化传播作用，使得一个群体或社会的某些文化现象传递到另一个群体或社会中去，不同地域、不同民族的各种文化形态产生了一种趋同的势头。

现代信息高新技术，特别是通讯技术、数字技术、计算机技术和网络技术，使现代社会的传播领域发生着革命性的变化。通讯卫星的发射和使用，因特网的迅猛发展，使地球上的人们获得信息同步化，人们坐在家里也能即刻收视世界各地的重大事件的现场直播。地球变得越来越“小”，已成为一个小小的“地球

村”。

信息技术的不断发展，新兴媒体层出不穷，使传播媒体出现多样化、相互融合的特征和趋势。

电视媒体已呈无线、有线、卫星电视并存格局，节目日益多样化、杂志化。报纸媒体不断扩版和细分，有晨报、午报、晚报；有日报、周报；有综合类报、专业类报等等。城市受众普遍能收视十几个电视频道，每天能阅读到的报刊也不下几十种。随着计算机的普及，多媒体、因特网对传统媒体更是一种强有力的挑战，传播媒体间的竞争日趋激烈。

多种传播媒体并存是当代的基本现实，传播媒体间的竞争促使它们互相取长补短，从而出现传播媒体相互渗透、融合的趋势。电视摘播报纸新闻、吸收报纸特点增加文字新闻，而报纸吸收电视优点注意配发图片和现场报道。特别是新兴的因特网媒体集报刊、图书、广播、电视于一体，充分体现了多种媒体的融合趋势。

作为存储和携带信息的记录介质，对传播媒体的功能、使用等影响很大。在一定程度上，传播媒体的发展是与传播媒体记录介质的发展相依存的。

纸张的发明使图书得以离开皇宫大院，为民间所用。几千年来，纸张作为信息的记录介质，为社会文明的发展立下了汗马功劳，现在纸张仍然是印刷媒体消耗量最大的材料。然而纸张易蛀、易霉、易自然风化，而且纸张记录文字的密度不高，如几百万字的图书，体积、重量都很大，携带和使用不便。为了提高记录密度，20世纪中期发展了缩微平片和胶卷，它可将书页缩小到1/20或更小，通过专门的放大阅读器阅读。这种照相感光材料比纸张寿命长许多，又能大大节省存放空间。但是缩微平片和胶卷并没有根本解决印刷媒体再保存和传播方面碰到的难题。

现在，随着多媒体信息的出现和信息记录技术的发展，人们采用的信息记录介质，已从记录最简单的文字、图像和数据信息的纸张、照相感光材料等传统记录介质，发展到了磁记录介质和光记录介质。特别是光记录介质从 20 世纪 70 年代出现以来，已形成了品种繁多的一系列产品，是多媒体信息的理想记录介质。

第一章 传播学的基本知识

传播学是 20 世纪出现的一门新兴社会科学。随着传播技术革命和社会信息化的发展，传播学在社会发展中的地位已越来越重要。

第一节 传播及传播的基本功能

一、传播的概念及传播学的研究对象

传播是人类社会的信息拥有者（传播者）与信息承受者（受传者）运用某种传播媒体沟通或交流信息的过程。传播具有广泛性、普遍性和极端重要性，传播是一种无时不有、无处不在的现象，传播是人类赖以生存和发展的基本行为之一。

用开放的、发展的思路研究人类社会信息传播活动的本质及其规律的科学称为传播学。传播学的研究对象可以分为三大部分：

（1）人类传播的发生与发展。研究人类传播的历史，包括传播思想的发展、传播实践的发展、传播技术的发展。

（2）人类传播活动的规律。人类传播活动的规律是客观存在的，直接影响和支配着传播的效果。研究和把握传播这种社会现象的内部运动规律，揭示被考察的具体对象与提高传播效果之间的内在联系，就可以顺利实现传播目的，获得应有效果。

（3）人类传播的过程。传播过程由以下几个阶段所组成：

①传播的准备。该阶段需要决定传播目的，确定传播对象，提出系列传播任务，进行传播决策。

②传播的实施。包括信息的开采、收集，信息的加工（筛选、整理、修饰）和信息的发送。

③传播作用于受众心理。包括信息引起受众注意；信息作用于受众感觉器官，经受感知、兴趣的筛选；信息作用于受众的思维，与其认知结构发生反应；信息作用于受众的情感、意志，与其个性发生反应等。

传播学宏观上研究传播活动过程与社会、政治、经济、文化等系统要素的互动关系；微观上从细分的传播过程出发，基本研究内容包括内容分析、媒体分析、效果分析等。传播学研究的最终目标是为了提高传播效果，研究采取什么样的传播决策、传播环节、传播媒体、传播内容，才能获得最佳的传播效果，同时不能忽视传播向受众心理过程的转化。

二、传播的要素

传播的基本要素有四个，即信息拥有者（传播者）、信息、媒体和信息承受者（受传者），缺少其中任何一个要素都不可能构成传播。

传播是人类的活动。传播作为一种社会现象，表现为传播者、传播内容、传播媒体、受传者各要素之间组成的传播关系。

在信息传播过程中，传播者发挥着主导作用，但并不是简单地输出信息，应有复杂的双向交流。传播者作为信息传播的第一个环节，是传播活动的发起者，也是传播内容的发出者。传播者决定着传播活动和传播内容。

受传者作为传播的对象，也不是被动地接收信息，还应主动地反馈信息，积极地、深刻地影响传播者。受传者既是信息的接受者、传播活动的参与者，也是传播效果的反馈者。

信息拥有者（传播者）和信息承受者（受传者）可以是个

人、群体（受众）和组织。

传播的基本内容是信息。就像没有货物即无需搬运和运输一样，没有信息就没有传播。当今，信息已经成为现代社会的一项重要资源。信息的概念在自然科学和社会科学中都被广泛地采用。

在现代社会中，传播离不开传播媒体。不用媒体，信息是不能进入传播过程而被受传者所接受的。

三、传播的类型

传播是信息的流动过程。由于信息的类型、流动的范围及状态等的不同，传播可以有多种类型。

由于分类方法不同，人类的传播可分成不同的类型体系，常用分类方法有：连续划分法、二分法、四分法等。

常用的“四分法”根据传播的范围及规模，将传播类型分为四种：自我传播、人际传播、组织传播及大众传播。

1. 自我传播。人的自我传播是个体对信息的加工过程，即个体的“主我”同“客我”之间的信息交流活动。思考、自言自语等都是自我传播。它具有隐蔽性、内动性及短途性。基本可以说人的所有心理活动都属自我传播范围，因此，这属于心理学的研究领域。

2. 人际传播。人际传播是在两个或两个以上的个体之间进行的传播。人际传播是传播者与受传者之间的信息互动活动，是人际关系得以建立、维持和发展的润滑剂。人际传播的基本要求是两个人或两个人以上，不在组织内外进行的、非组织目的的传播。人际传播随时随地都可能发生，因此最没有规律。人际传播的传播者和受传者可随时交替，无拘无束；人际传播的信息表达不规范，只要双方领会就行；其信息反馈很容易，可随时作出灵活反应；具有个性、直接性、互知性等特点。

3. 组织传播。组织传播指组织内部、内部与外部的信息交