

目 录

卷首语

- 让出版科研更好地 转化为生产力

专论·特约稿

- 关于我国著作权法的修改

编辑学·编辑工作

- 也谈网络时代的编辑活动
- 一本书一本书地锤炼 编辑出版理念
- “入世”对中国期刊业的影响 和应采取
- 璧有瑕, 请为君示
- 用“三个代表”思想 指导编辑工作
- 书籍与大众传播
- 出书结构调整直面的几重关系

出版学·出版工作

- 试论出版基础理论建设
- 漫议出版抢滩”
- 鲁迅先生的书刊广告艺术
- 图书营销工作中的市场预测
- 图书出版合同的若干法律问题
- 汉文字校雠的源流与传承
- 传承文化遗产的力作
- 中央部门出版社校对岗位培训班结业考
试题
- 《典论丛书》的装帧设计

多媒体·网络出版

- 出版数字化与网络出版
- 电子书正向我们走来
- 利用网络优势 发展出版发行业

书苑掇英

- 版式设计要抓视觉找感觉
- 中西部出版合作的前景
- 我看“工者有其股”
- 图书市场营销的个性化

编辑史·出版史

- 张元济的编辑思想

编辑随笔

- 纯文学期刊路在何方
- 文品与人品

编者·作者·读者

- 胡真和他的出版观
- 穆典瑞谈

书籍与大众传播

——非新闻媒介传播效果初探

仓理新

一、引 言

促使我写本文的动机之一就是提出“非新闻媒介”这个概念。据我所知, 以往的中外传播学著作中并没有这个概念, 而只有“新闻媒介”概念, 但是此概念并不能涵盖传播学研究的 所有媒介。“新闻媒介”指的是那些具有传播新闻信息功能的媒介, 主要指报纸、期刊、广播、电视等。这几种媒介不仅具备传播新闻信息的功能, 也具备传播非新闻信息的功能, 除传播新闻以外, 还用大量版面、时间、频道等传播与新闻无关的信息, 如科学技术、文学艺术、教育体育、医疗保健、娱乐消遣等。这些信息都可称为“非新闻信息”。那么, 具有传播非新闻信息功能的媒介, 就可以称为“非新闻媒介”。

写作本文的另一动机就是想把媒介中只具备传播非新闻信息功能的媒介提出来单独研究。这个媒介之一就是书籍。现代社会恐怕没有人想从书上获取新闻信息。因为人们可以便捷地从报纸、期刊、广播、电视、互联网等获取最新信息, 而书籍传播的是经过长期沉淀、积累的 文化知识。书籍的制作周期相对较长, 因而使其在社会节奏日益加速的大众传播中失去了传播新闻信息的功能。即使书籍不传播新闻信息, 其传播效果也不能低估。

二、新闻媒介与非新闻媒介

就媒介形式而言, 可分为印刷媒介: 报纸、期刊、书籍; 电子媒介: 广播、电影、电视、音像制品、人造卫星、多媒体、网络等。20世纪末电子技术突飞猛进的发展, 已经把美国传播学家施拉姆提出的六种大众传播媒介作了扩展。尽管有所扩充, 但从形式分类仍然是印刷媒介和电子媒介。在施拉姆的作品中曾涉及到新闻媒介(newsmedia), 主要指报纸、期刊、广播、电视四种, 并未提出非新闻媒介(nonnewsmedia)*这个概念。我国研究传播学的学者 亦多注重研究新闻媒介的传播效果和作用。

媒介既有传播新闻内容的功能, 也有传播非新闻内容的功能。它们传播非新闻内容的时间和范围比传播新闻内容的时间和范围宽广得多。可以说所有传播新闻的媒介都具有传播非新闻内容的功能, 例如广播、电视、报纸、期刊中都有新闻以外的内容。此外, 还有些媒介几乎只传播与新闻无关的内容, 如电影(新闻片除外)、音像制品和书籍。它们独立存在于新闻媒介以外而具有非新闻媒介的性质和特征, 其功能是传播科学技术、文化知识、商业信息、娱乐消遣等内容。

非新闻媒介传播的对象比新闻媒介传播的对象多。新闻媒介传播的受众主要以成年人为主, 未成年人占少数, 幼儿几乎不受新闻媒介传播的影响。接受新闻媒介传播影响的人, 不仅受年龄的限制, 而且还受文化程度的限制。文化水平较低的人群, 或许只能听懂新闻传播 中的简单内容。可以说能够接受新闻媒介传播影响的人群, 肯定能接受非新

● 这颗心，在为波兰哭泣

● 爱情的写作

品书录

● 人品·学品·精品

● 壮丽的天河

● 一部富于创造性的专著

● 《李峰文集》的启示

● 让科技发展与人类文明并肩前行

● 学有三长 述成一家

◆ 各期杂志

2000: 第3期 第4期

2001: 第2期 第3期 第4期

2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊

2003: 第1期 第2期 第3期 第4期

2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期

2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

闻媒介传播的影响。但是，接受非新闻媒介传播影响的人群，不一定都能接受新闻媒介传播的影响。例如某些 残疾人、弱智人，他们不一定能完全接受新闻方面的内容，但能接受非新闻媒介传播的知识 性或娱乐性的内容。

非新闻媒介传播的时效比新闻媒介传播的时效长。新闻媒介传播的内容以时事为主，因此很 快就会过时，而不再对人们形成影响。从一简单的事例就可看出非新闻媒介的传播可以不受 时间的影响。如果您现在拿出一份几十年前的报纸，那上面提供的信息恐怕早已过时，再也无人问津。但是如果您现在提起几十年前曾流行过的一首歌、一首诗或者一支乐曲，可能还 会引起人们极大的兴趣并且重新流行起来。这就说明非新闻媒介传播的时效比新闻媒介传 播的时效长。

我们还可从空间的角度将两者加以比较。显而易见的是，新闻媒介的传播受空间限制，其传 播空间比非新闻媒介小。首先从人为的因素分析，全球范围的新闻传播首先要受各国政府 的控制。任何政府都要限制或禁止其大众接受敌对国家和政府的政治宣传。其次从受众的因素分析，本国大众未必人人都对别国的新闻感兴趣，因而限制了全球性新闻 传播的受众范围。再次从其他因素分析，全球性新闻传播受语言的限制。与新闻媒介传 播的空间相比，非新闻媒介传播的空间比前者要宽广。因为它传播的是科学技术和文化知 识等人类共同的精神财富，各国政府对非新闻媒介传播内容的控制比对新闻媒介传播内容 的控制要宽 松得多。此外，非新闻媒介传播的某些内容，如音乐、歌曲、舞蹈、时装、 美术、体育等娱乐消遣内容，可以全然不受国界、地域、语言等因素的限制而传遍全球。

通过比较，我们不难看出非新闻媒介在传播效果方面具有比新闻媒介范围大、受众 多、时效长、空间广的特点。因此，在研究传播学的过程中，大有必要加强对非新闻媒介 传播效果 的研究。开展对非新闻媒介的研究，也是区分传播学与新闻学的一个重要标 志。

三、书籍在大众传播中的作用

传统的传播学专著中提到过六种传播媒介，即书籍、报纸、期刊、广播、电视、电 影，书籍 是其中惟一不具备新闻性质的非新闻媒介。也许有人会提出某些时事性小册子 反对上述观点， 但是时事性小册子不是严格意义上的书籍。什么是书籍?书籍是非新闻性 质的印刷媒介，是语言文字、图像及符号的载体，在大众传播过程中起着传播科学技术和 文化知识的作用。书 籍的传播作用主要分为三方面：传播思想、普及知识、积累文化。 在商品经济社会中，书籍是一种标价的商品。

书籍是六大媒介中历史最悠久的媒介，最早可追溯到公元前25世纪。埃及人曾用纸草 写书。 我国在公元前8~2世纪用简、帛写书。公元105年蔡伦发明造纸术为书的普及提供了 条件。 唐代盛行的刻版印刷为书籍的传播打开了门径。书在那时已经成为一种商品。 19世纪中叶印 刷机的发明使书籍的生产从手工过渡到机器，标志着书籍从小规模的传播 过渡到大众传播。 20世纪计算机的发明在排版技术上引起了重要改革，大大提高了书籍 出版的速度。

在现代社会的大众传播媒介中，书籍的性质是非新闻传播媒介。它的形式已从印刷媒 介扩展 到电子媒介，但仍以印刷媒介为其主要形式。书籍的出版在现代社会中已经形成 了出版印刷 产业。根据2000年第3期《出版经济》发表的《1999年全国新闻出版业统计公 报》公布的数据，报纸消耗纸张比例为56.03%，书籍为17.89%，课本为17.15%，期刊为 8.7%，图片为0.23%。 报纸中只有日报的新闻内容较多，占报纸总种数的18.84%；期刊 中只有综合类期刊的内容会涉及到新闻，占期刊总种数的5.86%。这样算下来，报纸用纸 中有18.84%用于印刷新闻内容较多的日报，81.16%的纸张用于印刷非新闻性报纸；期刊用 纸中有5.86%用于印刷与新闻有关的期刊，94.14%的纸用于印刷非新闻性即各种专业类期 刊。据上述分析可得出报纸中 非新闻性报纸用纸量约为全年总用纸量的45.47%，期刊中 非新闻性期刊用纸量约为全年总用纸量的8.19 %，再加上书籍和课本这两种非新闻媒介的 用纸量17.89%和17.15%，就算出了1999年全国用 于印刷非新闻类出版物的用纸量约占总 用纸量88.70%的数据(图片除外)。既然印刷媒介中大 部分内容都属于非新闻范畴，在研 究传播学时就应该加强对非新闻媒介领域的探讨和研究 。书籍在印刷媒介和电子媒介

中，是只具备非新闻媒介特性的媒介，就值得专门提出来加以研究与探讨。

四、书籍在大众传播中的影响

我国出版社都讲求出版书籍的社会效益和经济效益，考察这两大效益，就可得知书籍在大众传播中的社会影响和经济影响。

1. 书籍在人类社会的发展过程中，对于传播思想、普及知识、积累文化具有重大影响。根据上述统计公报，1999年我国共出版课本20 755种，总印数38.08亿册，总印张190.77亿，用纸量44.83万吨，占用纸总量的17.15%，课本用纸总量仅次于书籍，书籍的用纸占总量的17.89%。这两个数字说明，书籍和课本在大众传播中的比例约为1:1。在我国大部分城乡，恐怕只有极少数人不知课本为何物。能读书的人都要先从学习课本开始，从识字到扩充知识直至能读懂各类专业书。在发达国家和地区，人们受教育的经历很相似。从学龄前开始，就读于幼儿园、小学、中学、大学或参与成人教育和业余教育，都要接触各种类型的课本。由此可见，课本在传播过程中不仅起到普及文化知识的作用，还对人们的思想、世界观的形成具有重要影响。不同文化氛围下熏陶出的人，对各种事物的看法也不相同。因此，各国政府对本国课本宣传的内容都要严加控制。书籍除了具有传播思想、普及知识等作用之外，还沉淀与积累人类文明发展进程中产生的优秀文化成果，具有不可替代的作用。从文字产生起，人类就有了记载自己历史的能力，几千年的文明史记述了人类社会经历的由初级向高级阶段发展的社会形态。人类创造了光辉灿烂的文化，并在对自然界的认识与改造中不断发现、发明和提高自身的科学技术水平，人类在社会科学和自然科学方面取得的优秀成果，都是靠书籍将其记载、传播并留给后人的。书籍在沉淀、传播、积累人类文明和文化方面功不可没。

2. 书籍的生产形成了具有规模的出版产业，已成为国民经济的重要组成部分。根据《中国出版社经济状况报告》（《出版广角》2000年第8期），1998年全国新闻出版产业总销售收入为615.6亿元，实现利润46.5亿元，销售利润率达7.6%。出版社系统销售收入为173.9亿元，实现利润31.7亿元，其销售收入占新闻出版产业总量的28.2%，实现利润占总量的68.2%，销售利润率达18.2%。从以上报告可以看出我国出版产业已具规模，在国民经济中的地位不断提高。与工业经济相比较，我国出版产业总规模量（总销售收入）在37个工业行业中排名第34位，利润排名第12位。目前，我国出版产业利润率是全国所有产业中最高的。除工业外，建筑业资产利润率为1.2%，国内贸易行业的资产利润率为2.3%，销售利润率为4.1%，而出版产业的资产利润率为18.1%，销售利润率为18.2%。可见出版产业不仅在新闻出版产业而且在我国国民经济中占有重要地位，对资本有极大的吸引力。

出版产业的发展不仅是我国也是全球性的趋势。根据2000年《中国出版》、《出版参考》、《出版经济》等期刊提供的材料，1999年美国出版物交易量是1989年的9倍多，达到240.02亿美元。英国1998年图书销售总额为38亿英镑，图书市场增长7%。俄罗斯也是出版大国，近十年图书出版呈下降趋势，但目前新书平均印数仍为9 000余册，与美国每种书的平均印数在10000册左右相差不大。德国仅贝塔斯曼集团在1999年上半年的销售额就达到83亿马克，比上一年增长28%。该集团通过兼并国内外出版社而日益强大，其支柱部门贝塔斯曼图书俱乐部在德国的会员已超过450万，在世界各地的会员人数已超过2 500万，该俱乐部在中国也很活跃。据联合国教科文组织年鉴1998年版公布的100多个国家和地区的书报刊进出口数据，1980~1995年的15年间，世界书报刊进出口总额翻了两番。1980年书报刊进出口总额为71.74亿美元，其中图书49.99亿美元，报刊21.75亿美元；1995年书报刊进出口总额为282.12亿美元，其中图书进出口192.66亿美元，报刊进出口89.46亿美元。回顾上世纪，展望新世纪，图书出版业作为知识产业的一大支柱，仍会保持稳步增长的势头，成为影响国民经济的重要因素。

*我并未从传播学专著中看到过“非新闻媒介”这个词，但我想用non-news media表达出该词的英文意思。

(ID:182)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬, 网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电 话: 027 68753799 传 真: 68753799 E-mail: cbkx@163.com

技术支持: cgz@163.com

【您是第位访客】