



新编21世纪新闻传播学系列教材

• 编辑出版学系列 •

数字出版教程

Digitalized Publishing

匡文波 著



新编21世纪新闻传播学系列教材

• 编辑出版学系列 •

数字出版教程

Digitalized Publishing

匡文波 著

中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

数字出版教程/匡文波著. —北京: 中国人民大学出版社, 2015. 12
新编 21 世纪新闻传播学系列教材
ISBN 978-7-300-22124-3

I. ①数… II. ①匡… III. ①电子出版物-出版工作-高等学校-教材 IV. ①G237. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 273577 号

新编 21 世纪新闻传播学系列教材
数字出版教程
匡文波 著
Shuzi Chuban Jiaocheng

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com(人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京七色印务有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2016 年 1 月第 1 版
印 张	16.75	印 次	2016 年 1 月第 1 次印刷
字 数	373 000	定 价	32.00 元

“新编 21 世纪新闻传播学系列教材” 编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔画排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵

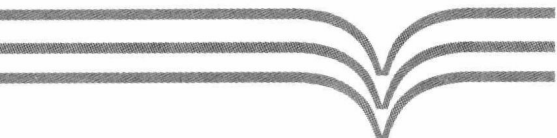
作者简介

匡文波 中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，是国内最早从事新媒体研究和教学的学者之一。研究生先后毕业于中山大学和武汉大学，分别获理学硕士和管理学博士学位。先后在日本东京电通、美国硅谷做研修与高级访问学者；曾应邀在香港树仁大学讲学。入选 2007 年教育部“新世纪优秀人才支持计划”。已经在国内外重要学术刊物上发表论文 180 余篇，并且出版专著十余种。

内容简介

《数字出版教程》综合运用计算机科学、新闻传播学、情报学、出版发行等多种学科的知识，对数字出版进行了多角度的创造性的研究，在阐释与探索数字出版理论的同时，结合大量的案例和插图，对目前数字出版的类型、经营管理，文字、图片、音视频的编辑制作等做了简明实用的讲解。

本书以《电子与网络出版教程》为蓝本修订，但对该书做了大规模的删减、增加与扩充。



总 序

中国人民大学出版社策划出版的“新编 21 世纪新闻传播学系列教材”，是一套在新闻传播学领域内，皋牢百代，卢牟六合，贯穴古今，笼罩中外，密切联系新闻传播工作的实际，广泛吸收新闻传播学的最新研究成果，高挹遐揽，取精用宏，供新世纪的高等院校新闻传播院系教学使用的系列教材。

20 世纪初以来的 100 年，是世界新闻传播事业飞速发展的 100 年。这 100 年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视、网络和多种新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这 100 年，也是中国新闻事业飞速发展的 100 年。其中最近的 30 年，即中国改革开放以来的 30 年，发展得尤为迅猛。

进入新世纪以后，中国新闻事业发展的势头更为迅猛。报纸、期刊、通讯社、广播电台、电视台的数量在宏观调控下，虽无大变化，但软硬件的实力都有了很大的提高。据 2011 年 12 月出版的《中国新闻年鉴》的最新统计数字，2010 年全国共出版报纸 1 939 种，平均期印数 2.14 亿份。共出版期刊 9 884 种，平均期印数 1.63 亿份。全国共有广播电台 227 座，电视台 247 家，广播电视台 2 130 家，教育电视台 44 家。广播综合人口覆盖率为 96.78%，电视综合人口覆盖率为 97.62%。

另外 2012 年 1 月中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 29 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2011 年 12 月底，中国网民规模已达到 5.13 亿，互联网普及率达到 38.3%。其中，手机用户数量为 3.56 亿，博客和个人空间用户数量为 3.19 亿，微博用户数量为 2.5 亿，社交网站用户数量为 2.44 亿，网络视频用户数量为 3.25 亿。中国居民中具备上网条件和技能的人已经基本转化为网民，大专及以上学历人群中互联网使用率已达 96.1%。中国网站总数为 230 万个，网页数量为 866 亿个。

这样大的发展规模，这样快的发展速度，在世界和中国新闻事业史上都是空前的。回顾既往，盱衡未来，新闻传播事业在 21 世纪还将会保持旺盛的发展势头。新闻传播，作为上层建筑中意识形态的一个重要组成部分，在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策，反映人民群众的伟大业绩和精神风貌，以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面，必将继续发挥重要的作用。

与新闻传播事业的发展相配合，这 100 年来，为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新



闻教育,也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于20世纪初,迄今有近百年的历史。新中国成立前的30年,虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科,但规模都不大,设备也不够完善,在校学生人数,最多的时候不超过400人,30年间累计培养出来的毕业生还不到3000人。新中国成立后,为了给新中国的新闻事业培养人才,新闻教育有了新的发展,但到20世纪60年代中期为止,全国的新闻教育机构也还只有14家。当时全国只有343家报社、78座广播电台和13家电视台,革命老区来的新闻工作骨干正当盛年,足以支撑大局,新闻系和新闻专业的学生统招统分,基本上能够满足中央和省市以上新闻单位梯队建设方面的需要。“文化大革命”爆发后,新闻事业进入低谷,新闻人才的培养也被迫中辍。拨乱反正之后,新闻事业有了飞速的发展,但新闻工作的人才却出现了断层,明显供不应求,因而极大地推动了新闻教育的发展。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展,主要是改革开放以来的这30多年的事情。30多年来,中国新闻教育和中国新闻事业同步发展。截至2011年,全国设有新闻传播学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所增加到800所以上,各种类型和层次的专业教学点已不下1000个。新闻专业的教学已从单一的大学本科教育,发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育、函授教育等多层次的格局,不少院系还设置了新闻传播学方向的博士后流动站。改革开放之初,全国在校新闻系科学生总共只有500来人,现在仅在校本科生就有16万人左右,硕士和博士研究生3万人左右,办学层次、办学规模、办学水平都有了很大的提高。进入新世纪以后,随着新闻传播事业的加速发展和新闻战线人才需求的不断增加,中国的新闻教育还将会有更大幅度的发展。

一般说来,新闻教育质量的高低,起决定作用的主要是两个因素:一个是师资,一个是教材。两者之间,教材的作用更大。这是因为,师资的多少和良窳,往往受办学主客观条件的限制,而教材一旦完成,就可以直接嘉惠于学子,风行四海,无远弗届。进一步说,一部好的教材,不仅可以满足教学的需要,培养出一大批人才,而且还可以同时拥有一定的学术含量,推动新闻传播学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》,1927年出版的戈公振的《中国报学史》,就是这方面的很好的例子。这两本书都是作者在高等学校从事新闻学理论和新闻史教学时作为教材编写出来的,出版之后,立即引起世人的关注和推崇,一再重版,历久不衰,至今仍然是公认的新闻学理论和新闻史方面的传世之作和经典之作。正因为这样,新闻教育的前辈们,历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年,坊间出版的新闻学方面的书籍,绝大部分都是教材。改革开放以后,新闻传播学研究空前繁荣,新闻学方面的书籍大量问世,但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材,覆盖了新闻传播学的方方面面,经过出版家和众多作者们的长期努力,门类和品种基本配套齐全,曾经为同时期的新闻教学做出过重要的贡献。但是,随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展,这些教材的体例日显陈旧,观点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材尚付阙如,使现有的教材出现了不少缺口。在新世纪已经到来之际,集聚力量,重新编写出一套体系完整,门类齐全,能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材,已经成为人们的共识和新闻业界与新闻教育界的迫切需求。

呈现在读者面前的,就是应这样的需求产生的一套系列教材,它将涵盖新闻学、传播学两个二级学科的方方面面内容,满足新闻、广播、电视、广告、媒体经济、新媒体等多个专业的

教学需要。负责这些教材编写工作的,是中国人民大学、复旦大学、北京大学、清华大学、中国传媒大学、中国青年政治学院等多所著名院校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的专家学者,其中有相当大的一部分编写者都是相关学科的国家级的学术带头人,堪称一时之选。收入本系列的教材中,既有国家级重点教材,也有部级重点教材,其他的也都是经过严格筛选的精品,所以,本套系列教材的质量是有保证的,其权威性也将会得到社会的认同。

21世纪是一个高度信息化的时代,是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱,一是以高科技为代表的传播技术产业,二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁,在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划,隆重推出这套系列教材,是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里,我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

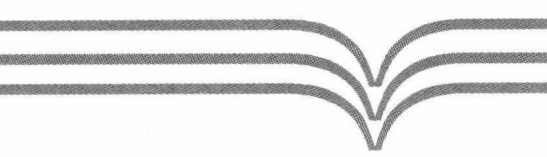
这套系列教材开始策划于20世纪的最后一年,21世纪初起陆续问世,迄今已编写出版了50余种。在体例和内容的创新和开拓等方面,远远超过同时期出版的同类教材。其中的有些教材,还根据整个新闻传播理论与实践的发展和新闻传播学教学与研究的发展,陆续作了必要的补充和修订,重新出版,实现了内容的与时俱进。

这批教材的问世,将会为新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣、为新世纪新闻传播人才的培养做出它应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

2012年3月

于中国人民大学宜园



序 言

数字出版(Digitalized Publishing)是人类有史以来增长最快的传播手段。它的出现和对文明的意义,不亚于纸张的发明对世界的意义。数字出版不论是对政治和经济,还是对人们的生活方式和思维方式都产生了重要影响。因此,对数字出版理论、最新制作技术及管理方法等问题进行全面系统的研究,并加快数字出版方面人才的培养,以促进中国数字出版及整个数字出版事业的发展,就成为当务之急。

数字出版是过去电子出版的新表述,是指以数字形式存贮和传播信息,读者必须通过各种形态的计算机(如平板电脑)或具有计算机特征的智能终端(如智能手机、电子书阅读器)阅读使用的出版行为和形式。

数字出版具有信息量大、使用方便的特点,可对信息进行各种处理,检索快速便捷,图文声像并茂,互动性强,省去了印刷、装订、储运等环节,降低了生产成本,缩短了出版周期。通过计算机网络高速传播,信息不但具有获取快、传播快、更新快等特性,而且具有计算机检索功能和超文本等功能,这就使数字出版物成为一种具有强大生命力的大众文化传播出版物。同时数字出版允许作者与读者之间进行网上交流,信息反馈及时,从而改变了传统的信息交流方式。总之,数字出版的出现,极大地改变了信息传播的模式,影响了人类知识的组织、传递与获取,提高了人们读书治学、获取信息的效率,给人类社会文化带来了深刻的变革。

本书综合了计算机科学、新闻传播学、情报学、出版发行等多种学科的知识,对数字出版进行了多角度的创造性的研究,在阐释与探索数字出版理论的同时,结合大量的案例和插图,对目前数字出版的类型、经营管理,文字、图片、音视频的编辑制作等做了简明实用的讲解。本书亦是笔者主持的国家社会科学基金项目“手机媒体及其管理研究”的研究成果之一。

当然,数字出版属于新生事物,而且发展很快,有待于进一步深入研究的问题肯定还有很多,但愿本书的出版能起到抛砖引玉的作用,同时能够对数字出版的理论研究、学科建设,以及中国数字出版人才的培养有所裨益。

匡文波

2015年5月

关联课程教材推荐

书号	书名	第一作者	定价	出书时间
978-7-300-21792-5	新媒体概论（第二版）	匡文波	39.80 元	2015-09
978-7-300-18897-3	新媒体理论与技术	匡文波	32.00 元	2014-07
978-7-300-17786-1	新媒体编辑	詹新惠	35.00 元	2013-08
978-7-300-16238-6	网络传播概论（第三版）	彭 兰	39.90 元	2012-09

配套教学资源支持

尊敬的老师：

衷心感谢您选择使用人大版教材！

相关的配套教学资源，请到人文分社网站（www.crup.com.cn/rw）下载，或是随时与我们联系，我们将向您免费提供。

欢迎您随时反馈教材使用过程中的疑问、修订建议并提供您个人制作的课件。您的课件一经采用，我们将署名并付费。让我们与教材共成长！

联系人信息：

地址：北京海淀区中关村大街 31 号 201 室 龚洪训 收

邮编：100080

电子邮件：gonghx@crup.com.cn

电话：010-62515637

QQ：6130616

如有相关教材的选题计划，也欢迎您与我们联系，我们将竭诚为您服务！

选题联系人：

电子邮件：

电话：

翟江虹

zhaijh@crup.com.cn

010-62515636

俯仰天地 心系人文

人文分社网站 www.crup.com.cn/rw

专业教师 QQ 群：

259226416（全国新闻教师群）

欢迎您登录分社网站浏览，了解图书信息，共享教学资源

期待您加入专业教师 QQ 群，开展学术讨论，交流教学心得





目 录

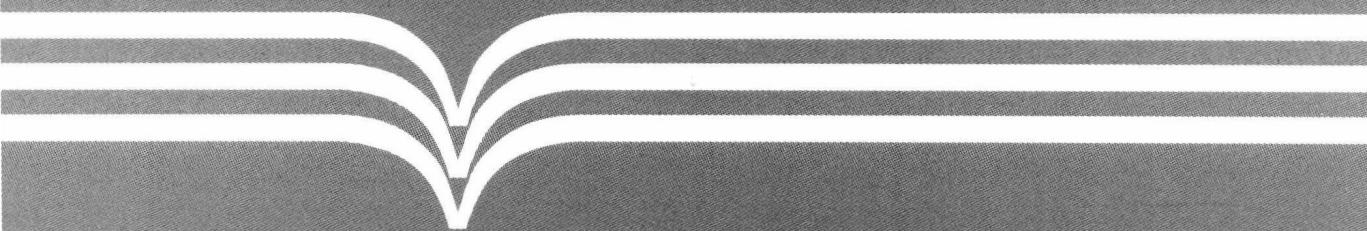
第一单元 基本概念	1
第一章 数字出版开启无纸时代	3
第一节 数字出版的概念与特征	3
第二节 数字出版将取代纸质出版	12
第二单元 数字出版的类型	17
第二章 网络出版	19
第一节 网络出版的概念	19
第二节 博客出版	22
第三节 微博	25
第三章 电子书	35
第一节 电子书的发展	35
第二节 电子书的发展受到手机出版的挑战	43
第四章 手机出版	48
第一节 手机带来的革命	48
第二节 手机出版成为数字出版的主流	51
第三单元 数字出版的经营与管理	63
第五章 数字出版的经营管理	65
第一节 “免费+广告”模式	65
第二节 电子商务模式	70
第三节 付费模式的代表：苹果模式	72
第六章 数字出版盈利的前提：研究新媒体用户特征	76
第一节 新媒体时代的受众理论	76
第二节 网民的基本特征分析：由精英走向大众化	82
第三节 网民的心理和行为特征分析	86

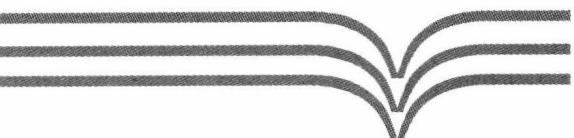


第七章 数字出版盈利的关键：保护网络出版中的著作权	92
第一节 网络出版中著作权保护面临的问题	92
第二节 网络出版著作权的法律保护	98
第三节 网络出版著作权的技术保护	108
第四节 网络传播著作权保护案例分析	111
第五节 韩寒百度之争	114
第八章 新媒体的宏观管理	128
第一节 新媒体带来的负效应	128
第二节 新媒体的管理对策	139
第三节 正确看待新媒体的双刃性	150
第四节 发达国家对互联网的管理	155
第五节 网络舆论的管理	165
第四单元 数字出版的编辑	175
第九章 数字出版编辑中的网络信息获取与鉴别	177
第一节 搜索引擎	177
第二节 门户网站	184
第三节 网络虚假信息及谣言辨别	191
第十章 数字出版中的网络文字编辑	201
第一节 网络文字稿的选择	201
第二节 网络文字稿的修改	207
第三节 网络文字稿的标题制作	216
第四节 网络文字编辑面临的问题	223
第十一章 数字出版中的图片编辑	227
第一节 新媒体并非假新闻的主要来源	227
第二节 假照片的制造手段	229
第三节 假照片的识别方法	233
第十二章 数字出版中的音频与视频编辑	238
第一节 网络音频及其编辑	238
第二节 网络视频及其编辑	244
第三节 网络视频的内容来源	247
参考文献	252

第一单元

基本概念





第一章

数字出版开启无纸时代



【本章学习要点】

掌握数字出版及其相关概念，数字出版的特征、社会影响。

数字出版（Digitalized Publishing）是人类有史以来增长最快的传播手段。数字出版是指以数字形式存贮和传播信息，读者必须通过各种形态的计算机（如平板电脑）或具有计算机特征的智能终端（如智能手机、电子书阅读器）阅读使用的出版行为和形式。数字出版的出现和对文明的意义，不亚于纸张的发明对世界的意义，对人们的生活方式和思维方式都产生了重要影响。

第一节 数字出版的概念与特征

一、相关概念

（一）电子出版

电子出版是计算机技术与出版活动相结合的产物，起源于 20 世纪 50 年代末 60 年代初科技期刊编辑出版的计算机化。美国《化学题录》磁带版是世界上最早的电子出版物。

电子出版曾有三方面的含义：其一是指图书、期刊生产过程中的计算机排版技术，这实际上是指出版物生产过程中手段的计算机化，出版的最终产品仍以纸张为载体；其二是指不仅生产技术采用电子技术手段，而且最终产品也是电子形式的出版物；其三是指以电子形式传递出版信息，尤其是通过互联网传播信息，即所谓无纸出版。电子出版的诞生，表明无纸化时代的来临，它在阅读方式、阅读习惯、阅读文化上引发了人们沟通方式、信息传播的一次新的变革。

“Electronic Publishing”这个用语在英语中首见于 1977 年，当时主要指把电子计算机技术用于出版物的印前编辑出版工作，还不是指出版全过程数字化。在西方国家，20 世纪 80 年代，



电子出版曾指印刷前工艺的电子化,表示这种含义的“电子出版系统”,在国外通常称为“Desktop Publishing”(桌面出版系统,简称DTP)。

20世纪80年代中期,只读光盘(CD-ROM)问世。到了20世纪末,随着互联网的普及,新兴的网络出版(Network Publishing)成为电子出版的主流。

在国内,不同的学者、管理者、从业者对电子出版也有不同的理解。

1996年3月14日,原国家新闻出版署颁布了《电子出版管理暂行规定》,该规定对电子出版作了如下界定:以数字代码方式将图文声像等信息存贮在电介质,通过计算机或者有类似功能的设备阅读使用,用以表达思想、普及知识和积累文化,并可复制发行的大众传播媒体。

原国家新闻出版署于1997年12月30日颁布了新的《电子出版物管理规定》,其中对电子出版物的定义是:“电子出版物,是指以数字代码方式将图文声像等信息编辑加工后存储在磁、光、电介质上,通过计算机或者具有类似功能的设备读取使用,用以表达思想、普及知识和积累文化,并可复制发行的大众传播出版物。出版物形态包括软磁盘(FD)、只读光盘(CD-ROM)、交互式光盘(CD-I)、照片光盘(Photo-CD)、高密度只读光盘(DVD-ROM)、集成电路卡(ICCard)和新闻出版署认定的其他出版物形态。”

1999年版《辞海》的“电子出版”条释义为:利用电子计算机技术制作电子出版的工艺过程。通常包括前期策划、素材准备、美术设计、程序编制、后期制作或通过网络发送等环节。

北京大学的刘兹恒教授在《信息媒体及其采集》一书中,给电子出版的定义是:电子出版是以出版为目的,以磁带、磁盘、光盘等为载体,以机读数据形式表示其内容,体现数据库结构并辅之以计算机检索软件等信息处理手段,通过计算机加以利用的出版物。^①从上述定义我们得出两点结论:其一,首先电子出版物是图书,只不过其记录信息的载体不是纸张而是光盘或磁盘;其二,电子出版物的阅读必须借助计算机才能完成。

北京大学的谢新洲教授认为:电子出版物,是指以数字形式存储在光、磁、电等存储介质(CD-ROM、磁盘)上,并通过计算机或远程通信进行阅读的出版物。^②因此,电子出版是将文字、声音和图像等信息以数字的形式存储在磁、光、电等介质上,通过对计算机或阅读器使用的新型出版形式。

综上所述,所谓电子出版是指以数字形式存贮和传播信息,读者必须通过计算机或类似设备[如电子书阅读器、PDA(Person Digital Assistant,个人数字助理)、手机终端等]阅读使用的出版形式。网络出版是电子出版的一种重要形式,其数字化文献信息必须通过计算机通信网络进行传播。在现代技术条件下,网络出版是目前电子出版的主流。本书没有特别指出的电子出版指的就是网络出版。

电子出版的无纸化最终产品即电子出版物。电子出版指的是过程,而电子出版物指的是结果。电子出版物可以按不同标准分类,例如可以将电子出版物分为电子书、电子期刊等。电子

① 参见刘兹恒:《信息媒体及其采集》,23页,北京,北京大学出版社,1998。

② 参见谢新洲:《数字出版技术》,13页,北京,北京大学出版社,2002。

书是目前电子出版物的重要类型，因此，在一些场合下，电子书与电子出版物的界限并不十分清晰。

人们对电子书的概念同样没有一个统一的解释。一种观点认为，只要是通过电子信号将传统印刷技术所要表现出来的内容取而代之的媒体都可以称做广义的电子书；另一种观点认为，电子书应该是书籍以电子版的方式在互联网上出版、发行，并通过便携式阅读终端进行有线下载或无线接收，最后实现阅读的一种新方式。但是无论哪种观点，电子出版数字化的本质特征是不变的。

（二）网络出版

有人认为，网络出版是指具有合法出版资格的出版机构，以互联网为载体和流通渠道，出版并销售数字出版物的行为。

持这种观点的人认为，网络出版物包括：（1）已正式出版的图书、报纸、期刊、音像制品、杂志、电子出版物等出版物内容或者在其他媒体上公开发表的作品；（2）经过编辑加工的文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术等方面的作品。互联网出版机构，是指经新闻出版行政部门和通信管理机构批准，从事互联网出版业务的互联网信息服务提供者。

但是，这种定义是不全面的。事实上，只要是以互联网为载体、以计算机或智能终端阅读使用的出版行为和形式都是网络出版，而不论其出版主体是谁。

现实的情况是，网络出版的主体恰恰不是所谓的具有合法出版资质的出版机构，即传统的出版社。绝大多数的网络出版主体是个人。如博客出版，其出版和传播信息的目的是分享而非营利。

（三）数字出版

电子出版，可以定义为，在整个出版过程中，从编辑、制作到发行，所有信息都以统一的二进制代码的数字化形式存储于磁、光、电等介质中，信息的处理与传递借助计算机或类似的设备来进行的一种出版形式。

但是，使用“电子出版”一词，总有人将传统的音像出版（如音像磁带）列入其中。因为，电子出版中的“电子信息”可以是数字化的信息，也可以是模拟化的电子信息。因此，目前学术界和业界更倾向于将“数字出版”作为过去常用的“电子出版”的新表述。

有人认为，数字出版是人类文化的数字化传承，它是建立在计算机技术、通信技术、网络技术、流媒体技术、存储技术、显示技术等高新技术基础上，融合并超越了传统出版内容而发展起来的新兴出版产业。数字化出版是在出版的整个过程中，将所有信息都以统一的二进制代码的数字化形式存储于光盘、磁盘等介质中，信息的处理与接收则借助计算机或终端设备进行。它强调内容的数字化、生产模式和运作流程的数字化、传播载体的数字化和阅读消费、学习形态的数字化。

我们认为，上述定义过于啰嗦。数字出版是过去电子出版的新表述，是指以数字形式存贮和传播信息，读者必须通过各种形态的计算机（如平板电脑）或具有计算机特征的智能终端（如智能手机、电子书阅读器）阅读使用的出版行为和形式。