



传播新视角丛书

周荣庭 / 著

网络出版

Network Publishing



科学出版社

www.sciencep.com

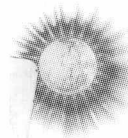
网络出版

网络出版

网络出版



网络出版



传播新视角丛书

网络出版

Network Publishing

周荣庭 / 著

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书基于国家社会科学基金的研究成果,对网络出版的理论体系结构进行了创新的设计和凝练,对网络出版的应用进行了持续的跟踪和了解,并对作者参与的网络出版实践进行了总结和分析。

本书在内容上可以分为基础、技术、应用、经营和管理等几个板块。基础部分介绍了网络出版的概况、基础设施和出版原理;技术部分围绕Web出版、多媒体出版、数据库出版和交互式出版加以展开;应用部分包括了网络连续出版物、电子图书和数字图书馆的基本描述;而经营和管理部分结合了网络经济特性,在宏观和微观层面上进行阐述。

本书可作为新闻与传播、信息管理、编辑与出版、电子商务以及相关专业的教材,可供出版业、媒体业以及相关行业的人员参考。本书带有光盘。

图书在版编目(CIP)数据

网络出版/周荣庭著, —北京:科学出版社, 2004
(传播新视角丛书)

ISBN 7-03-013694-2

I. 网… II. 周… III. 计算机网络-应用-出版工作
IV. G230.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 057789 号

责任编辑:李 敏 / 责任校对:陈丽珠
责任印制:钱玉芬 / 整体设计:高海英

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新蕾印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2004年8月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2004年8月第一次印刷 印张:24 3/4 插页:1

印数:1—4 500 字数:475 000

定价:38.00元(含光盘)

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

《传播新视角》丛书编委会

主 任 汤书昆

成 员 (以姓氏笔画为序)

王希华 冯 锋 汤书昆

张燕翔 周荣庭 胡河宁

总 序

当 21 世纪的晨曦照耀大地之际，我们已经有了一个坚定不移的信念：新世纪最具发展潜力的产业之一是传播产业！

我们瞩目科技传播，让更多的人了解科学技术、在更多的领域里运用科学技术、持续不断地普及高新技术，推动社会经济的高速发展、增强综合国力。

让我们致力于传播领域里科学与技术的结合、科技与人文的结合、创新与普及的结合。

我们瞩目数字化传播，运用数字媒介传播知识与信息、铸造传播新模式，戮力推动当代传播的智能化、艺术化和娱乐化。

让我们致力于传播领域里理论与实践的结合、内容与管理结合、媒体与市场的结合。

我们瞩目全球化传播，在建设传播领域高素质人才培养基地的过程中，我们把教学、研究、交流的平台建立在国际化传播的基石上——跨文化的传播体系、传播流程以及传播机制。

让我们致力于传播领域里国内和国际的结合、专家与大众的结合、教育与产业的结合。

将传播教学与研究的视野建立在面向前景的学科领域，这是一个年轻的研究群体——中国科学技术大学科技传播与科技政策系的愿望，这里已经形成本、硕、博贯通的传播学培养体系。这个生气勃勃的学习型团队，力争将学习、研究的成果尽快转化为系统的知识资源，《传播新视角》丛书，正是在科学出版社的大力支持下的一种尝试。

《传播新视角》丛书强调理实交融、文理汇通。既关注新理念、新范式，重视理论建设；又突出新案例、新技术，贴近务实流程，努力实践为传播学科和传媒事业建设发展服务的宗旨。

如果《传播新视角》丛书的出版能够符合上述理念并成为引玉之砖，我们将会深感欣慰。

《传播新视角》丛书编委会

2004 年 7 月

代 序

随着 Internet 的快速发展和普及, 计算机网络、广播电视网络、通信网络的进一步融合, 越来越多的企业、组织和部门跨入了网络出版领域。网络出版不仅对传统出版、传统媒体产生了影响和冲击, 而且将我们引入了令人激动的新领域和富有生机的新产业。

在中国, 电子出版、网络出版、多媒体出版的理论和实践都还处在起步期。从网络出版的萌芽开始, 我对网络出版倾注了持续的关注。我特别鼓励业界研究新知识、新科技对出版的影响问题, 要对网络出版进行战略性研究, 要抓住机遇, 促进出版业的更大发展。所以, 我期待业界充分借鉴国外的发展经验, 积极促进网络出版在产、学、研各个层面的健康发展, 并适时制定和推出网络出版业的相关政策与法规。

2001 年 10 月, 我和中国科学技术大学青年教师周荣庭在全国出版理论会议上相遇, 并和他就网络出版方面的问题进行了单独、深入的交流, 以后我也能经常了解到他的研究进度。他既有理工背景和计算机基础, 又对网络出版有着浓厚的兴趣, 在对网络出版的多年研究中, 态度认真, 工作扎实, 所研究的内容有深度, 也有广度。现在, 我很高兴看到周荣庭撰写的《网络出版》一书即将出版。

《网络出版》是作者基于国家社会科学基金项目“网络出版理论和时间的研究”的成果, 在项目研究中能把握国内外研究的现状。实际上, 他从 1999 年开始就在本科生中每年开设“网络出版”课程; 同时, 他又和一些 IT 企业在网络出版系统研究与开发方面有着较好的合作。基于产、学、研的结合, 《网络出版》从总体上设计了缺门学科的体系结构, 是一次大胆和有益的尝试。

《网络出版》内容丰富、全面、翔实。该书对网络出版的发展历程、基本原理、技术基础、应用实践、经营管理等诸多方面进行了阐述; 另外, 书中精选了近百个大大小小的网络出版案例, 具有很强的实践指导意义。

《网络出版》一书对网络出版相关教学、科研和产业都有一定的价值。这是一个良好的开端! 我衷心地希望: 有更多的青年学者参与到网络出版的研究中来; 更多的大专院校从事到网络出版人才的培养中来; 更多的企业和单位投入到网络出版业的广阔市场中来。网络出版, 是时代的召唤!

中国出版协会主席

于友先

2004 年 6 月 23 日

总序

代序

1	网络出版概述	2
1.1	网络出版的基本概念	2
1.1.1	概念的界定	2
1.1.2	相似的概念和译意	10
1.2	网络出版的发展	14
1.2.1	网络出版的萌芽	14
1.2.2	网络出版的商机	15
1.2.3	网络媒体的崛起	17
1.2.4	网络出版的勃兴	18
1.3	网络出版的特征	20
1.3.1	基本特征	20
1.3.2	网络传播与网络信息服务	22
1.4	网络出版的种类	23
1.4.1	按Internet信息服务模式分类	24
1.4.2	按信息媒介分类	25
1.4.3	按信息最终形式分类	26
1.4.4	按经营模式分类	27
1.4.5	按支付模式分类	28
1.5	网络出版的优势与问题	29
1.5.1	网络出版的优势	29
1.5.2	网络出版存在的问题	32

38	2	网络出版基础设施
38	2.1	网络出版基础设施
38	2.1.1	信息高速公路
39	2.1.2	Internet的发展
40	2.2	网络出版的结构体系
40	2.2.1	生态环境
42	2.2.2	基础设施体系的结构
43	2.3	网络出版商
43	2.3.1	按配置程度分类
44	2.3.2	按出版角色分类
44	2.3.3	按业务模型分类
46	2.4	网络出版技术支撑系统
46	2.4.1	技术提供商
47	2.4.2	增值服务技术
49	2.4.3	软件技术
50	2.4.4	设备制造技术
50	2.4.5	网络出版基础设施相关技术
51	2.5	网络出版推进力量
51	2.5.1	网络出版专家和人才
53	2.5.2	网络出版团体、组织
56	3	Internet出版原理

3.1	Internet基本原理	56
3.1.1	Internet通信协议	56
3.1.2	Intranet和Extranet	62
3.1.3	Internet的发展趋势	62
3.2	宽带网络技术	65
3.2.1	宽带网络概述	65
3.2.2	宽带接入网技术	68
3.3	Internet信息服务原理	70
3.3.1	客户机/服务器模型	70
3.3.2	FTP原理	71
4	Web出版	74
4.1	Web技术发展	74
4.1.1	超文本简介	74
4.1.2	Web的产生	76
4.1.3	W3C简介	77
4.2	Web原理	78
4.2.1	Web系统	78
4.2.2	HTTP	78
4.2.3	Web服务器	80
4.2.4	Web浏览器	83
4.2.5	URL	84
4.2.6	HTML	84

网络出版

86	4.3 Web扩展
87	4.3.1 Web服务器端扩展
91	4.3.2 客户机端扩展
92	4.3.3 动态Web出版
97	4.4 XML
97	4.4.1 XML基础
105	4.4.2 XML对网络出版的作用与影响
109	4.5 Web网站建设
109	4.5.1 Web建站概述
113	4.5.2 Web编辑工具
115	4.5.3 Web出版示范系统
120	5 网络多媒体出版
120	5.1 网络多媒体出版关键技术
120	5.1.1 概述
123	5.1.2 网络多媒体处理技术
125	5.1.3 网络多媒体出版系统
129	5.2 网络多媒体元素
129	5.2.1 文本与电子文档
132	5.2.2 图像和图形
136	5.2.3 动画
139	5.2.4 数字视频
143	5.2.5 数字音频

5.3	网络多媒体出版应用	147
5.3.1	数字音频系统	147
5.3.2	视频点播系统	148
5.3.3	流媒体出版系统	149
5.3.4	数字电视与数字电影	157
5.3.5	虚拟现实	164
6	网络数据库出版	172
6.1	概述	172
6.1.1	数据库出版及其发展	172
6.1.2	网络数据库类型	176
6.1.3	网络数据库特点	178
6.2	网络数据库技术基础	180
6.2.1	基础结构	180
6.2.2	关系型数据库	181
6.2.3	SQL技术	185
6.2.4	Web数据库访问技术	187
6.3	网络数据库出版发展趋势	192
7	交互式出版	196
7.1	交互式出版概述	196
7.2	搜索引擎	196

网络出版

197	7.2.1 搜索引擎发展历史
198	7.2.2 搜索引擎分类
201	7.2.3 机器人搜索引擎原理
202	7.2.4 新一代搜索引擎特点
204	7.3 即时消息
204	7.3.1 即时消息及其发展
205	7.3.2 即时消息的协议
206	7.4 网络游戏
206	7.4.1 概念与分类
208	7.4.2 发展历史
210	7.4.3 网络游戏发展趋势
212	8 网络连续出版物
212	8.1 网络新闻媒体
212	8.1.1 网络新闻媒体概述
217	8.1.2 网络新闻的相关处理技术
220	8.2 网络电子期刊
220	8.2.1 网络电子期刊概述
224	8.2.2 电子期刊群
230	8.3 网络电子杂志
230	8.3.1 网络电子杂志概述
234	8.3.2 E-mail出版

8.4	网络日志	241
8.4.1	概念与分类	241
8.4.2	网络日志技术	243
9	电子图书	250
9.1	电子图书概述	250
9.1.1	电子图书的含义	250
9.1.2	电子图书的发展	251
9.2	电子图书硬件	253
9.2.1	专用阅读设备	253
9.2.2	多功能数字设备	254
9.2.3	个人计算机	255
9.2.4	电子纸和电子墨水	255
9.3	电子图书软件	257
9.3.1	电子图书阅读软件	257
9.3.2	电子图书出版系统	259
9.4	电子图书的标准	263
9.4.1	标准的由来	263
9.4.2	OeBF的标准简介	265
10	数字图书馆	272
10.1	数字图书馆概述	272
10.1.1	数字图书馆的概念	272

目

C o n t

网络出版

276	10.1.2	数字图书馆的特征
279	10.2	数字图书馆的发展
279	10.2.1	数字图书馆的发展阶段
283	10.2.2	中国的数字图书馆的发展
286	10.3	数字图书馆的建设
286	10.3.1	数字图书馆的建设概述
293	10.3.2	数字图书馆的相关技术和标准
300	11	网络出版运营
300	11.1	网络出版的经济学原理
300	11.1.1	经济学动向
301	11.1.2	网络经济规律
304	11.1.3	网络经济产品
305	11.1.4	网络出版的生产
306	11.2	网络出版的电子商务
306	11.2.1	网络出版的商业模式
312	11.2.2	网络出版营销策略
318	11.2.3	网络出版的赢利模式
322	11.2.4	电子支付手段
323	11.3	网络广告
323	11.3.1	特殊形式的网络出版
325	11.3.2	网络广告的分类
330	11.3.3	网络广告的经营

12 网络出版的管理

338

12.1 网络出版管理要点

338

12.1.1 知识管理

338

12.1.2 协同管理

340

12.2 数字资产管理

341

12.2.1 概念的演变

341

12.2.2 基本框架与功能

344

12.3 数字版权管理

346

12.3.1 数字版权保护概述

346

12.3.2 数字版权管理系统

351

12.3.3 数字对象标识符

356

12.4 网络出版的安全管理

358

12.4.1 网络出版的安全策略

358

12.4.2 网络出版的安全技术

362

12.5 网络出版的宏观管理

366

12.5.1 网络出版政策

366

12.5.2 网络出版的立法

367

主要参考文献

370

主要参考网站

373

后 记

376

案 例 目 录

【案例 1-1】首家基于 Internet 的电子报纸: ClariNews	15
【案例 1-2】电子商务的先锋: Amazon. com	16
【案例 1-3】中国最大的网络新闻门户: 新浪	18
【案例 1-4】从电视网到商业网站: CNet Networks	19
【案例 1-5】网上发布“斯塔尔报告”	22
【案例 1-6】成功的个人网络出版: mjrose. com	27
【案例 1-7】独力维系的个人网站: “文学视界”	29
【案例 1-8】在线专业编辑服务: Editor. com	30
【案例 1-9】改写出版的规则和流程: iUniverse	31
【案例 1-10】开辟网络出版市场的图书: 《A Potter' s Geology》	32
【案例 2-1】从技术提供商到网络出版商: Lightning Source	47
【案例 2-2】在线相片服务: Shutterfly. com	49
【案例 2-3】网络出版的服务提供商: 中国万网	51
【案例 2-4】出版业的杰出人才: Seybold 家族	52
【案例 2-5】Internet 的反盗版组织: SIHA	54
【案例 3-1】新型的网络服务: NSI 的域名注册	61
【案例 3-2】移动出版的大赢家: DoCoMo	65
【案例 4-1】Web 出版的首选服务器: Apache HTTP 服务器	82
【案例 4-2】浏览器的生死之争: 网景与微软	83
【案例 4-3】Web 出版的编辑工具: Macromedia 的“三剑客”	115
【案例 5-1】中文信息数字化: 书同文公司	131
【案例 5-2】中学生自拍的 DV 佳作: 《链式摄像机》	142
【案例 5-3】网上的数字电影神话: 《405》	161
【案例 5-4】Internet 电影点播的旗舰: Movielink. com	162
【案例 5-5】虚拟节目主持人: 安娜诺娃	165
【案例 5-6】三维全景技术应用: ChinaVR. net	168
【案例 5-7】规模最大的虚拟社区: Cybertown. com	169
【案例 6-1】最大的联机检索系统: DIALOG	173
【案例 6-2】OCLC 的第一检索系统 (FirstSearch)	176
【案例 6-3】公共联机书目查询系统: OPAC	178
【案例 7-1】智能化的搜索引擎: Zhongsou. com	198
【案例 7-2】目录式搜索引擎: Yahoo. com	199