



现代出版学研究丛书

数字出版学导论

张立 主编 李广宇 副主编

国家出版基金项目
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION

现代出版学研究丛书

数字出版学导论

张立 主编 李广宇 副主编



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目(CIP)数据

数字出版学导论 / 张立主编. — 北京 :

中国书籍出版社, 2015.3

(现代出版学研究丛书 / 魏玉山主编)

ISBN 978-7-5068-4703-2

I.①数… II.①张… ②李… III.①电子出版物—

出版工作—研究 IV.①G237.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第007717号

数字出版学导论

张立 主编 李广宇 副主编

责任编辑	南恒轩
责任印制	孙马飞 马 芝
封面设计	楠竹文化
出版发行	中国书籍出版社
地 址	北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)
电 话	(010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)
电子邮箱	eo@chinabp.com.cn
经 销	全国新华书店
印 刷	北京温林源印刷有限公司
开 本	880毫米×1230毫米 1/16
印 张	27
字 数	393千字
版 次	2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5068-4703-2
定 价	49.00 元

《现代出版学研究丛书》

编辑委员会

编委会主任 魏玉山

编委（以姓氏笔画为序） 王 平 王 勤 王 飏 冯建辉 刘兰肖
刘拥军 李广宇 张 立 张凤杰 吴永贵
吴培华 宋慧献 陈 丹 陈丽菲 范 军
庞沁文 罗紫初 赵 冰 聂震宁 黄先蓉
黄晓新 魏玉山

分册主编

《数字出版学导论》

主编：张 立 副主编：李广宇

《出版法规与著作权法论析》

主编：张凤杰

《现代实用编辑学》

主编：吴培华 朱坤泉

《中国出版史论》

主编：刘兰肖

《现代出版学概论》

主编：庞沁文

《数字出版学导论》

编撰人员

主 编 张 立

副 主 编 李广宇

编写人员 张 立 王 瑶 李广宇 张 博 王 勤 陈少华
王 飏 陈生明 赵东岩 贾爱霞 张书卿 谢寿光
胡 涛 张志强 肖 洋

总 序

出版学研究要为出版改革发展服务

现代出版学研究丛书(一套五本)即将出版了,作为这一套丛书的负责人,终于可以松一口气了。这套书是国家哲学社会科学基金资助课题“出版学学科体系(与教材建设)研究”的成果之一。研究课题2005年立项,历时8年于2013年4月通过专家评审,顺利结项。但是与课题研究配套的教材编写却颇费周折,在国家出版基金办公室的资助下,教材以研究丛书的形式出版,也算是对整个课题有一个比较圆满的交代了。

出版学是一门年轻的学科。不仅比文学、史学、经济学等年轻,就是与新闻学、传播学等相比也很年轻。说它年轻是因为它形成的时间比较短,从1931年我国著名文献学家杨家骆在《图书年鉴》中提出出版学的概念至今不足百年,而我国的出版学研究真正起步是在改革开放以后,我国以出版学命名的图书是在20世纪80年代才出版的。在国外,出版学作为一个学科的起步时间也不早。1963年韩国学者安春根出版了《出版概论》,开始从学术的角度研究出版,1967年,日本学者清水英夫在《读书人》杂志发表了《建立出版学的可能性与必要性》,1972年出版了《现代出版学》一书,开始把出版学作为一门学科来构建。由于这一学科起步比较晚,所以其研究成果不足,教育界、学术界对其认识也不足,时至今日仍然有一些人认为出版无学也就不足为奇了。

出版学是一门独立的学科。它有区别于其他学科的独立的研究对象,有特有的概念、原理和范畴,有独特的知识体系和知识构成。它虽然与传播学、



管理学、文化学、图书馆学等有密切的关系，但是又不同于其他各学科。出版学之所以出现比较晚，是因为出版业作为独立的产业，作为一项重要的社会事业被大家关注较晚。

出版学是应用之学、实践之学、行业之学。出版学与文史哲等学科不一样，它是一门广泛运用于出版实践又紧随出版实践不断丰富与发展的应用科学。最近 30 多年来，中国出版业乃至世界出版业，都出现了新一轮的发展高潮，体制机制改革不断深化，新技术应用越来越广泛，金融资本的渗透越来越加剧，一方面呼唤出版理论支撑并为出版学的发展提供了丰富、鲜活的素材，一方面现有的理论又不能回答现实的许多关切；一方面需要有大批的具有专业知识的人才投身出版业，另一方面原有的教学体系包括教材又不能适应形势的需要。

为了总结出版改革与发展的实践经验，总结出版理论创新的成果，以便更好地服务于出版改革与发展，我主持申报了国家社会科学基金项目“出版学学科体系（与教材建设）研究”，目标是在多学科知识的基础上，以出版实践的理论升华为核心，形成自己特有的研究对象和研究方法，以及其他学科不可替代的学科内涵、概念、范畴和体系，对出版学科的课程体系予以明确，并编写部分核心课程的教材。通过研究，我们认为，出版学应当从新闻传播学、信息管理学等学科中划分出来，成为与新闻学、传播学并列的同一级学科。

随着出版学研究不断深入，出版学开始作为一门学科在许多高等学校设立，公开发表的出版学研究论文不可胜数，公开出版的出版学论著也颇为可观，出版学的学科地位正在逐渐得到有关方面的认可。1997 年国务院学位委员会和国家教育委员会颁布的《授予博士、硕士学位和培养研究生的学科、专业目录》所设的 12 个学科门类、88 个一级学科、382 个二级学科中，出版学并不在其中；1998 年教育部修订颁布的《普通高等学校本科专业目录》将“编辑出版学”作为“新闻传播学”之下的二级学科；2010 年 9 月，国务院学位委员会发布关于下达 2010 年新增硕士专业学位授权点的通知，中国传媒大学、北京印刷学院等院校成为出版专业硕士授权点；2011 年教育部将出版正式列

入《专业学位授予和人才培养目录》。由此可见，出版学的学科地位正在由不明确逐渐走向明确（当然，时至今日，出版学依然没能与图书情报与档案管理、新闻传播学等并列成为独立的一级学科，出版学的学科体系也不十分明晰，各高校出版学专业的课程设置也比较随意，没有达到相对的统一，这在一定程度上影响了出版人才的培养与出版学理论研究的进一步深入）。

作为课题的重要组成部分，编写核心教材是我们的任务。经过多次的研讨，我们认为出版学、编辑学、数字出版学、出版法规、出版史等有关方面的知识，是出版教育的核心知识，为此我们组织中国新闻出版研究院及有关院校的青年学者、教师共同承担这些核心教材的编写任务，由于这几本书带有探索性质，与正式教材不同，我们称之为现代出版学研究丛书。我们力求做到具有集成性、系统性、创新性、实用性、形象性，适应时代发展的需要，在一定程度上代表最新的出版科研水平，但是由于作者水平有限及客观条件的限制等原因，其结果与初衷定会有不小的差距，不妥之处衷心希望广大读者给予批评指正，以便我们将来修订再版时加以改正。

现代出版学研究丛书于2014年2月获得了国家出版基金的资助，可见国家出版基金办及评审专家对出版基础理论的研究是高度重视的，借本套丛书出版之机，谨向他们致以诚挚的谢意，并向所有支持、关心、参与本套丛书编写、审稿、出版的同志们表示真诚的感谢。

中国新闻出版研究院 魏玉山

2015年4月16日

目录

总序	001
绪论	001
第一节 数字出版定义及相关概念	001
一、数字出版概念的界定	001
二、数字出版的相关概念	003
第二节 数字出版的产生及发展	007
一、电子出版时代(1990年—2000年)	007
二、互联网出版时代(2000年—2005年)	008
三、数字出版时代(2005年至今)	010
第三节 数字出版与传统出版	012
第四节 数字出版与社会发展	016
一、社会发展对数字出版的决定性影响	016
二、数字出版对社会发展的能动作用	017
本章小结	018
思考与练习题	018
参考文献	018
第一章 数字出版形态	019
第一节 数字出版物分类	020
第二节 主要数字出版物产品形态	024
一、电子书	024
二、数字期刊	026
三、数字报纸	032
四、网络游戏	035
五、数字动漫	037

六、数字视频	039
七、网络原创文学	042
八、网络教育出版物	045
九、数据库出版物	047
十、数字音乐	051
十一、网络地图	053
十二、博客与微博客	054
十三、手机出版物	056
本章小结	058
思考与练习题	058
参考文献	058

第二章 数字出版物内容的编辑加工..... 063

第一节 数字出版编辑基本业务素质	064
一、意识方面	065
二、能力方面	066
第二节 数字内容作品选题策划	067
一、选题策划	067
第三节 数字内容设计与编辑	070
一、数字内容资源组织与集成	071
二、数字内容表现形式	071
三、数字出版物中的媒体语言设计原则	074
四、基本表意要素的媒体表达	076
五、体例统一与规范	079
六、功能的设置与完善	079
七、技术的支撑与应用	080
第四节 数字出版物审读评价	080
一、内容编辑加工水平评测	080
二、数字出版物制作质量	082

三、编辑制作规范	084
四、使用价值	084
本章小结	085
思考与练习题	085
第三章 数字内容资源的编辑加工	087
第一节 数字内容资源的界定、分类及编辑加工环节	089
一、数字化内容资源界定	089
二、数字化内容资源分类	090
三、数字化内容资源编辑加工的基本工艺环节	090
第二节 内容资源产生的新模式	099
一、内容资源创造、生产、利用和消费	099
二、内容资源采集加工、发布、服务的新需求	100
第三节 数字内容采集与整理	101
一、采集对象的确定	101
二、采集策略的制定	101
三、采集信息的识别	102
四、采集信息的清洗	103
五、采集信息的过滤	104
六、采集信息的分类	104
七、采集信息的标引	105
第四节 基于语义的知识提取组织	105
一、知识挖掘	105
二、知识的多维度语义描述	106
三、知识关联与组织	106
四、知识管理	107
五、知识评价	108
六、基于语义的结构标注	108
七、内容的标注与管理	109



本章小结	110
思考与练习题	111
第四章 数字出版传播	113
第一节 数字出版物传播概述	114
一、数字出版物传播的涵义	115
二、数字出版物的传播过程及组成	117
三、数字出版物传播的主要特点	120
四、数字出版物传播中的关键问题	125
第二节 数字出版物传播载体	128
一、数字出版物传播载体及作用	128
二、数字出版物传播载体的主要类型	130
三、数字出版物传播载体的选择及应用	132
第三节 数字出版物显示与保存	135
一、数字出版物显示及特点	135
二、数字出版物显示与读者体验	137
三、数字出版物显示格式及规范	138
四、数字出版物保存及其与传统出版物保存的差异	142
五、数字出版物长期保存遇到的主要问题	144
第四节 数字出版物传播渠道	145
一、数字出版物传播渠道及主要类型	145
二、数字传播渠道的技术特征及应用	149
本章小结	150
思考与练习题	152
本章参考文献	152
第五章 数字出版管理	155
第一节 数字出版行政管理	156
一、数字出版行政管理体制	157
二、数字出版行政管理规定	160

三、数字出版知识产权保护	164
第二节 数字出版行业管理	169
一、数字出版人才资质规范	169
二、数字出版单位申办规范	172
三、数字出版市场竞争规范	173
第三节 数字出版企业管理	179
一、发达国家数字出版模式	179
二、我国数字出版主要模式	182
三、数字出版的营销管理	183
四、数字出版赢利策略	186
第四节 数字出版环境管理	190
一、数字内容产业的新变化	191
二、数字出版发展的新方法	196
三、数字文化环境的新要求	198
本章小结	202
思考与练习题	202
第六章 数字版权保护	203
第一节 司法保护	204
一、国际司法保护情况	204
二、我国的相关法律	208
第二节 行政保护	209
第三节 社会保护	214
一、发展现状	215
二、对策与策略	217
第四节 技术保护	220
本章小结	231
思考与练习题	232
参考文献	232

第七章 数字出版技术与数字出版系统组成	237
第一节 数字出版关键技术与应用	238
一、非连续出版物数字出版基础技术	239
二、连续出版物数字出版技术	252
第二节 数字出版相关技术与应用	260
一、数字内容创作技术	260
二、互联网技术	265
三、移动阅读技术	270
四、数字印刷和按需印刷技术	291
第三节 典型数字出版系统的组成与主要功能	294
一、电子图书数字出版系统的组成与主要功能	294
二、数字报刊出版系统的组成与主要功能	300
本章小结	307
思考与练习题	307
参考文献	308
第八章 数字出版标准	309
第一节 概述	310
一、标准的定义、分类和作用	310
二、数字出版与标准	311
三、我国新闻出版标准化管理体制	312
四、我国新闻出版标准化机构	313
五、标准制定的程序	313
第二节 我国数字出版标准建设总体情况	314
一、国家和各级政府高度重视和积极推动数字出版标准的制定工作	314
二、各相关标准化技术委员会积极开展数字出版标准制定工作	316
三、数字出版产业链参与各方是我国数字出版标准制定的主体	316
四、数字出版标准制定工作取得重大进展	317
五、标准的宣传和贯彻不断加强	318

六、不同标委会间的协调机制正在形成	318
七、我国实质性参与国际标准制定的能力增强	319
第三节 数字出版主要标准情况	320
一、数字出版基础术语标准	320
二、数字出版资源的分类标准	321
三、数字出版资源的标识标准	322
四、数字出版参与方的标识标准	324
五、数字出版格式标准	324
六、数字出版质量标准	325
七、版权保护标准	326
八、平台标准	327
九、统计标准	327
第四节 数字出版标准建设存在的问题及解决途径	328
一、存在的主要问题	328
二、解决途径	331
本章小结	335
思考与练习题	336
参考文献	336
附件 1	338
附件 2	342
附件 3	345
第九章 数字出版运营	347
第一节 数字出版营收现状	348
一、数字出版产业收入情况与用户规模	348
二、几种数字出版产品的运营情况	352
第二节 几种主要的运营模式	357
一、内容运营商主导模式	358
二、技术提供商主导模式	364



三、通信运营商主导模式	367
四、终端+内容平台模式	369
第三节 困扰数字出版实现盈利的主要问题	371
一、内容：孱弱的内容生产难以支撑数字出版实现盈利	372
二、人才：薄弱的人才基础无力助推数字出版实现盈利	375
三、标准：严重滞后的标准建设延缓了数字出版盈利进程	379
四、合作：无序竞争的产业链消解了数字出版盈利水平	384
本章小结	388
思考与练习题	389
参考文献	389
第十章 数字出版教育	392
第一节 数字出版为出版教育带来的挑战	392
一、我国出版教育简史	393
二、数字出版带来的挑战	395
第二节 数字出版教育的核心内容	397
一、数字出版教育专业设置	398
二、数字出版专业课程设置	399
三、数字出版专业教师素养	401
四、数字出版专业学生技能修养	404
第三节 对数字出版教育的建议	406
一、数字出版教育存在的问题	406
二、构建适应数字时代出版教育的建议	409
本章小结	412
思考与练习题	413
参考文献	414

绪 论

教学目标与教学重难点

目标：了解数字出版定义及相关概念；了解我国数字出版的发展脉络；了解数字出版与社会发展之间的关系；掌握传统出版与数字出版的区别与联系。

重难点：数字出版概念的界定与理解；数字出版发展脉络的梳理及现状的把握。

2004年1月原新闻出版总署批准成立首批50家互联网出版机构，标志着数字出版在我国正式成为一种新的出版业态。如今，数字出版已经处于高速发展期，相关的概念、内容以及产业也已经基本成形，本章对数字出版的概念进行了清楚的界定，讲述了数字出版发展的历程以及特点。相对于传统出版产业，新兴的数字出版存在哪些优势，以及二者之间存在的关联性都将在本章节进行阐述。

第一节 数字出版定义及相关概念

信息技术和网络技术的发展，有力地推动着现代社会的进步和经济的创新发展。它们与出版业不断融合，逐步产生了新的出版形态——数字出版。

一、数字出版概念的界定

数字出版是人类文化的数字化传承，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