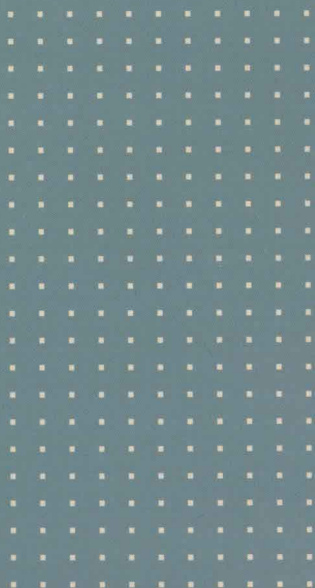




现代出版： 理论与实务

第六辑

华中师范大学
出版科学研究中心 编



华中师范大学出版社

现代出版：理论与实务

第六辑

华中师范大学出版科学研究中心 编

华中师范大学出版社

2009年·武汉

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

现代出版:理论与实务.第六辑/华中师范大学出版科学研究中心编.一武汉:华中师范大学出版社,2009.10

ISBN 978-7-5622-4110-2

I. 现… II. 华… III. 出版工作—文集 IV. G23-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 226781 号

现代出版:理论与实务(第六辑)

华中师范大学出版科学研究中心 © 编

责任编辑:董中锋 责任校对:王 炜 封面设计:罗明波

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027-67863040(发行部) 027-67861321(邮购)

传真:027-67863291

网址:<http://www.ccupress.com> 电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

经销:新华书店湖北发行所

印刷:湖北恒泰印务有限公司 督印:章光琼

字数:260 千字

开本:850mm×1168mm 1/32 印张:10.5

版次:2009 年 10 月第 1 版 印次:2009 年 10 月第 1 次印刷

印数:1-1 500 定价:15.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请拨打举报电话 027-67861321

本 辑 主 题

数字出版与传统出版

华中师范大学出版科学研究中心顾问

(按姓氏笔画排序)

王先霈

李钟国(韩国)

罗紫初

彭松建

王建辉

邵益文

桂晓风

蔡学俭

目 录

试论数字化背景下编辑的资源意识	冯会平 (1)
电子图书及其发展前景	赵 宏 (7)
论数字化出版时代的编辑应对	刘和平 (12)
浅析数字出版的现状及发展中遇到的问题	李 蓉 (17)
数字技术对出版文化的影响	梁上启 冯春英 (22)
试论信息网络社会中数字出版的技术优势	高东军 (32)
网络出版者邻接权探析	何国梅 (42)
数字出版与传统出版: 并存与互补	周柏青 (48)
数字出版与传统出版的优势之比较	马文静 (51)
小议网络阅读与电子杂志的发展	张 映 (57)
大学出版社数字化进程的制约因素	黄伟成 (65)
庶民的胜利?	
——从华纳放弃数字音乐版权说起	贾慧珍 (71)
可持续发展视野下的数字出版	崔毅然 (79)
繁荣与隐忧: 电子图书发展的利与弊	
——以原创小说门户起点中文网为例	徐 瑞 (85)
浅议教辅的数字出版	胡小忠 (93)
高校教材开发中在线资源系统构建模式探究	刘 敏 (97)
浅谈数字出版人才的培养	陈 勇 (104)



教育类出版商数字化转型的路径	胡 维 (110)
传统出版社数字出版模式的选择	李农浩 严定友 (115)
传统出版向网络出版的转型及策略	王 炜 (120)
对传统出版业可持续发展的思考	姜勇华 (128)
从传播学角度看转型时期出版传播的变化	庄 鹏 (131)
试论畅销书的出版运作	范 军 沈东山 (138)
《今古传奇》的品牌延伸	
——兼论期刊市场细分	黄晓玫 凡 丁 (183)
略论《特别关注》的栏目设置	肖爽爽 (195)
试析林语堂英文著作 30 年代畅销美国的原因及其启示	
.....	胡文姬 (204)
试论编辑审稿中对涉台用语的处理	段 维 (211)
现代汉语异形词汇释	董中锋 (221)
词语的同义异序与一词多说	董中锋 (284)
手机出版研究文章索引 (2004—2009)	凡 丁 辑 (321)
后 记	编 者 (329)

试论数字化背景下编辑的资源意识

冯会平

出版资源是出版社赖以存在和发展的基础。出版工作如果没有资源，就像农业生产没有土地、工业生产没有原材料一样。一个出版社缺少出版资源就会求救于人，受制于人。国外出版商对中国市场的进入已不仅仅限于图书销售和版权转让，而是在向出版上游包括专业人才、作者等领域转移。中外出版商在出版资源方面的竞争将不可避免。出版资源的重要性由此可见一斑。

数字信息技术的发展给传统出版业带来了巨大的挑战和机遇。数字出版潮流的兴起不仅仅是将传统纸质图书通过数字技术传播，更是一种新型的出版方式。数字化时代不仅仅意味着出版形式、传播方式、出版流程、管理手段以及服务营销方式等方面将发生根本性的变化，而且也要求出版资源挖掘方式的更新。数字化时代为编辑挖掘资源提供了全方位的帮助。快速顺达的互联网能突破时间和空间的限制，把信息传送到地球的每一个角落。看不完的手机短信、扑面而来的网络信息、日新月异的报刊书籍，这些都是重要的出版资源。编辑需要对出版资源进行有意识的收集整理、分析筛选，从中发掘出自己所需要的资源。出版工作所需要的资源是多方面的，这里主要谈谈数字化背景下选题资源、作者资源、品牌资源和编校资源的挖掘和维护。



一、发掘选题资源

选题策划是出版工作的源头，挖掘选题资源就具有龙头的作用。当然，编辑是有相对的专业分工的，不同专业的编辑需要关注不同的选题资源。数字化背景下，编辑发掘选题资源主要通过浏览相关专业的网站、专业比较知名的论坛、专业的学会协会网站、专业内图书的网上书店等渠道，了解专业领域的最新发展状态和研究动态；更新原有知识，学习新知识；分析相关专业图书的销售情况和读者的阅读需求。比如，编辑要进行幼儿教育图书选题的策划，就需要通过网络关注全国各地的幼教协会和幼教学会的活动状况，参加相关级别的幼教研讨会，倾听幼教专家的发言，了解幼教工作研究者的最新研究成果；通过网络搜集专业图书研究机构的信息，如开卷图书市场研究所关于同类的幼教图书的销售状况，梳理出选题策划思路。

大学历来是人才汇集之地，科学文化积累丰富，出版资源分布密集，而且网络技术也很先进，大学出版社在利用网络资源方面有着得天独厚的优势。如自1996年以来，清华同方通过产业化运作，将国内出版的八千多种自然科学和社会科学学术期刊进行数字化，大规模集成整合中国学术期刊、硕博士学位论文、会议论文、报纸、年鉴、工具书、学术图书等各类文献资源，形成了一个拥有五千多万篇（部）文献资料的“中国知网”数据库。编辑完全可以利用各个大学类似的数据库了解相关学科领域的学术前沿和科研动态，发掘选题资源。

二、挖掘和维护作者资源

数字化时代的网站和论坛为编辑发现和建立作者队伍以及编



辑与作者的相互交流和共同成长提供了快速、便捷的渠道。首先，我们可以在网站或论坛上了解某一专业领域的著名学者和专家，了解他们的学术研究和最新成就，请他们出面来进行选题开发，还可以以他们为旗手集结一批作者进行图书选题的运作。其次，编辑还可以利用网站和论坛发现、挖掘新作者。网站论坛是一个没有束缚的地方，也是一个各显神通的地方。论坛中不乏真知灼见，有些作者会把自己的作品放在论坛上或是自己的博客中，请大家品评，其中不乏精品。论坛具有“大浪淘沙”的作用——相对好一些的作品总会有较多的人跟帖，网站管理者会把这些帖子列为精品，跟帖的人多了，作者就有了人气，还有可能成为名作者。《少年文艺》杂志社的编辑就常常利用网络寻找和发现新作者，因为网络写作具有很大的自由度，这种写作的自由状态能让作者有更原生态的发挥，作品也就更加不拘一格。再次，网站和论坛为编辑维护作者资源提供了前所未有的、便捷和有效的方式。挖掘作者资源固然困难，维护作者资源也十分不易。维护作者资源除了要靠出版社的影响力和编辑自身的专业实力外，编辑与作者的及时沟通、交流和相互切磋、相互提升也是必不可少的。这就需要编辑先通过网络掌握作者的相关信息，以便沟通和交流；然后利用网络经常保持联系，如节日里的一个问候，生日时的一声祝福；进而到对书稿写作进度的关心和书稿内容的探讨。这样，作者和编辑就会成为朋友从而留住作者，否则，编辑对作者平时不理不睬，要交书稿了才想到与作者联系，那编辑和作者之间只有一种商业关系，这种合作关系是很难长久维持的。而编辑和作者的沟通、交流以及相互的切磋和提升都可以通过互联网顺达、便捷地进行，既不受时间和空间的限制，也不需要什么费用，需要的只是编辑的人际交往、思想交流的习惯和习惯。



三、利用品牌资源，拓展和维护品牌

对于读者而言，品牌就是通行证；对于出版社而言，品牌就是效益。编辑可以通过互联网收集专业研究机构如开卷图书市场研究所的信息，了解哪些图书卖得好、在什么地方卖得好、为什么卖得好等，如果条件成熟，就可适当跟进。长江文艺出版社推出的《百年百篇经典散文》就是从开卷图书市场研究所提供的信息中看到人民文学出版社出版了《百年散文精华》卖得很好而进行的品牌跟进，且销量不错。其实，按照中国编辑学会副会长、湖北长江出版集团的周百义的说法，利用品牌资源可分为利用品牌作品和利用品牌作者，即作品跟进和作者跟进，且作者跟进比作品跟进更有意义。因为作品跟进是被动的、有限的，而作者跟进则是主动的，不会受制于人。

对品牌资源的挖掘也可以是对品牌出版物的立体开发和延伸开发。如把适合运用图像表现的品牌图书配上光盘，会更受读者欢迎；把品牌图书版本同时改编成网上图书和电子读物，可以成倍地实现其附加值。对品牌资源的挖掘还可以是对品牌出版物的再开发。如华中师范大学出版社目前正在实施的“华大学人再版工程”，就是通过收集华中师范大学著名的学者和专家已经出版的有影响、有再版价值的图书，有意识地组织修订出版的工作。

挖掘品牌资源，一个行之有效的做法就是维护和拓展出版社已有的品牌。但已有的品牌又往往易被忽视而丢失，正所谓“攻城容易守城难”。华中师范大学出版社的品牌教辅“重难点手册”在该社一代代人的努力下畅销 16 年，不管是大纲版教材的多次修订还是课程改革后一纲多本的教材格局，“重难点手册”都长



盛不衰，取得了良好的社会效益和很好的经济效益。这得益于该社对这一品牌的坚持不懈地维护与拓展。

四、善于发掘社外编校资源

出版社需要各个层次的各种人才。这里所讲的编校资源是指编辑所能发掘和使用的有专业知识的人才。比如说，书稿的编校人员的发现和使用。由于现在出版业已进入微利时代，很多出版社要靠增加出书品种和扩大经营规模来增加利润，因此出版社的书稿编校工作量越来越大。同时，也正因为很多出版社都是微利经营，出版社不可能大量进入。此外，出版社转企改制后经济压力更大，减员增效成了出版社的生存之道。因此，利用网络来发现和使用社外编校人员就成为解决出版社编校工作量大这一难题的有效手段，其方式有很多种。例如，要招聘业余编辑或校对人员，就可以在人才招聘网上搜集相关专业人员的情况，同时可以在自己单位的网站发布招聘信息。大学出版社更可以利用大学这个人才汇集地的优势在学校的单位网站上发布招聘信息，这种方式的信息传递迅速、反馈及时。当然，在招聘之前一定要拟好招聘启事，如招聘编辑或校对人员所需要的专业背景、对第一学历的要求以及吃苦耐劳、团结协作等素质方面的要求。不过，还应该指出，这些社外编校人员并不是招之即用，还要进行必要的培训和管理，使之能做到“招之即来，来之能用”。

总之，出版资源是有限的，而挖掘出版资源则是无限的。关键在于编辑是否具有资源意识。



参 考 文 献

- [1] 谭学军. 国外出版商对中国市场的进入及趋势[J]. 编辑之友, 2004(3).
- [2] 邬书林. 学术出版——中外大学出版社共同的历史使命[J]. 中国编辑, 2007(5).
- [3] 曹胜玫. 科技图书编辑对专业网站论坛的应用[J]. 出版科学, 2008(6).
- [4] 周百义. 作者资源的开发与维护[J]. 出版科学, 2008(4).

电子图书及其发展前景

赵 宏

2000 年 3 月 14 日, 美国著名畅销书作家史蒂芬·金的《骑弹飞行》(Riding the Bullet) 以电子图书的形式在网上出版, 该书第一天就被下载了 40 万次。这一事件立即引起了世人的关注。从此, 电子图书成了业界关注的焦点之一。

近些年来, 业界谈论电子图书的热情日益高涨, 其中不乏卓见之论, 这对推进我国电子图书的发展无疑会起到积极的作用。然而, 在论及电子图书的内涵和电子图书的发展前景时, 业内同行们的看法却不尽相同。本文想就这两个问题谈点拙见, 以就教于大方之家。

一、电子图书的内涵

近年来, 我国一些有远见的出版社, 已把自家的纸质版图书全部或部分地转换成了电子版图书。例如, 南京大学出版社近年出版的纸质图书全部用 Apabi 技术转换成了电子版图书, 并把过去出版的纸质图书进行了数字化处理。又如, 中国建筑工业出版社与排版厂家达成协议, 由排版厂家把纸质版的电子文本转换成电子版图书, 排版厂家在向该社提交北大方正电子文本的同时也提交一份电子版图书。目前, 我国有此类做法的出版社有 200 家



左右。

然而，把纸质版图书的电子文本转换成电子图书格式并不是真正意义上的电子图书，它们只能叫做“电子版图书”，正如笔者在上文中所谓的那样。遗憾的是，我国多数出版社目前所关注的只是这种准电子图书。

电子图书不是纸质图书的简单翻版。真正意义上的电子图书必须具备两项基本要素：

其一，必须具有创造性劳动。这里所说的创造性，既包括没有纸质版或先于纸质版的电子图书，也包括在纸质版基础上改编而成的电子图书。上文提及的《骑弹飞行》之所以被称为电子图书，其根本原因就在于它的电子版早于纸质版，也早于在小说基础上改编的电影；日本的“便携式·漫画王国”系列图书之所以被称为电子图书，其根本原因就在于它们是在纸质图书的基础上通过创造性劳动改编而成的。

其二，必须具有数字技术含量。电子图书能够通过数字技术把图、文、声、像有机地结合在一起，使读者在阅读的同时感受到阅读的快乐，并给读者以视觉和听觉上的冲击，从而给读者留下深刻的印象。同时，电子图书还能够通过数字技术设计出检索、链接、超链接等功能。读者可以通过检索功能方便地查找到书中的有关内容，并且可以通过链接或超链接功能参看书中和互联网上的相关内容。当然，并不是所有的电子图书都要做到图、文、声、像俱全，也并不是所有的电子图书都要有检索、链接、超链接等全部功能。但是，只作格式转换而不作任何策划和设计的产品肯定不是真正意义上的电子图书。

以上是电子图书的两项基本要素，二者缺一不可。然而，我国多数出版社目前只乐意把纸质版图书的电子文本转换成电子图书格式，而不愿意花工夫去开拓真正意义上的电子图书。其实，电子图书的制作技术早已成熟，而且制作母版的硬软件设备也花



费极少。出版社的现任领导应抛开顾虑，着眼长远，不计较短期得失，积极培养或引进具有创新精神和创意能力的人才，积极策划和出版一些高质量的电子图书。这样既顺应了历史发展的潮流，又推进了人类的进步和文化的发展，同时还为出版社自身的发展拓宽了道路。如此大功大德之事，何乐而不为？

二、电子图书的发展前景

电子图书从诞生之日起，就显示出了其强大的生命力和广阔的发展前景。电子图书的特有魅力主要体现在以下几个方面：

一是“无纸化”。电子图书以磁性存储介质为载体，而不是以纸张为载体。磁性存储介质具有体积小、容量大的特点。从理论上讲，任何形式的磁性存储介质都可以充当电子图书的载体。目前，适合普通读者的磁性存储介质主要有硬盘、光盘、优盘以及各种储存卡（如记忆棒、CF卡、SD卡、MiniSD卡、MicroSD卡等）。适合机构（如图书馆等）的磁性存储介质除上述几种外，还有超强存储能力的磁带和磁带库。磁带库的出现已经把人类带进了PB（1PB=1000000GB）时代。随着科技的进步，越来越多的磁性存储介质将会不断地问世，这为电子图书的发展创造了极大的想象空间。

二是“多媒体”。电子图书不仅能够展现文字和图片，而且能够插入音频和视频。它比纸质图书的呈现形式丰富得多。过去，我们常用“图文并茂”来赞许好的纸质图书，现在我们得用“图文声像并茂”来赞许好的电子图书。有了电子图书，人们不仅可以用眼睛“看书”，而且可以用耳朵“听书”（听文字的录音或影视的独白、对白）。当你躺在火车晃动的卧铺上时，你肯定更愿意闭目“听书”，而不是用肉眼去“看书”。

三是“易检索”。与电子图书相比，纸质图书有个致命的弱



点，那就是查询书中的相关内容十分费时，有时甚至使人感到头疼。读书人肯定都有过这样的经历：前几天看过的内容，今天想回过头去找，可怎么也找不到。电子图书就不一样了，它以数字形式存储，检索起来方便快捷。只要输入你所记得的一个词、一个短语或者一句话，就可以找到你想查询的内容。

“无纸化”、“多媒体”、“易检索”是电子图书优于纸质图书的根本所在，也是电子图书的基本特点。“无纸化”可节省纸质图书所需的存放空间，并且可以节省大量的纸张；“多媒体”可以为读者提供更多的获取知识的方式，而且眼耳并用的阅读方式可以加深读者的记忆；“易检索”为读者提供了极大的便利，很受读书人的喜爱。当然，电子图书还有一些其他的特点和优长，如“易存储”、“易携带”、“易传播”等等。由于它们都是从上述基本特点中派生出来的，因而在此不作详论。

电子图书因其极大的优越性而备受人们的关注。在此我们不妨斗胆预言：再过 30 年，人们或许更习惯于读电子图书，而不习惯于读纸质图书，就像我们现在更习惯于读横排图书而不习惯于读竖排图书一样。到那时，电子图书或许会成为图书的主流，纸质图书或许会逐渐让位于电子图书。到本世纪末下世纪初，电子图书或许会完全取代纸质图书，今天的纸质图书或许会成为下个世纪的文物。

上述观点可能会受到一些学者的质疑。然而笔者认为，优胜劣汰，这是大自然永恒不变的法则。1995 年，当手稿还很盛行的时候，笔者在中国编辑学会第二届年会上冒昧提出：“估计到 2000 年，软盘稿件会占收稿总数的一半左右。”（会议论文后来公开发表，见拙作《努力实现编辑手段现代化》，载《大学出版》1997 年第 2 期）当时，有些学者对这一观点提出了质疑和批评。可是到了 2000 年，在笔者供职的出版社所收到的稿件中，软盘稿件（当时的电子稿件几乎不用光盘、优盘等其他载体）已经超