

制胜数字时代 ——科技期刊的网络出版

网络的兴起，使得科研环境发生了巨大的变化，数字信息逐渐成为科学研究的主流信息，作为数字资源重要的提供者——网络化科技期刊也日益受到重视并处于飞速发展的过程中。科技期刊的网络化是我国期刊出版界近几年热烈讨论的问题，并在积极付诸于编辑过程之中。

◎ 李明德 陈建平 张行勇 蒋新正 编著

ZHISHENG
SHUZISHIDAI
KEJIQIKANDEWANGLUOCHUBAN



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

制胜数字时代 ——科技期刊的网络出版

◎ 李明德 陈建平 张行勇 蒋新正 编著

ZHISHENG
SHUZISHIDAI
KEJIQIKANDEWANGLUOCHUBAN



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

制胜数字时代:科技期刊的网络出版/李明德等编著.
—西安:西安交通大学出版社,2013.12
ISBN 978-7-5605-5691-8

I. ①制… II. ①李… III. ①互联网络-应用-科技
期刊-出版工作 IV. ①G237.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 208857 号

书 名 制胜数字时代——科技期刊的网络出版
编 著 李明德 陈建平 张行勇 蒋新正
责任编辑 柳 晨

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)
网 址 <http://www.xjtupress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315 82669096(总编办)
传 真 (029)82668280
印 刷 西安明瑞印务有限公司

开 本 787 mm×1092 mm 1/16 印张 12.25 字数 244 千字
版次印次 2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5605-5691-8/G·1071
定 价 30.00 元

读者购书、书店添货、如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。
订购热线:(029)82665248 (029)82665249
投稿热线:(029)82668526
读者信箱:xjtu_hotreading@126.com

版权所有 侵权必究

前言

网络的兴起,使得科研环境发生了巨大的变化,数字信息逐渐成为科学研究的主流信息,作为数字资源重要的提供者——网络化科技期刊也日益受到重视并处于飞速发展的过程中。科技期刊的网络化是我国期刊出版界近几年热烈讨论的问题,并在积极付诸于编辑过程之中。

国际上有影响的杂志,包括各专业期刊都已上网,通过 *Ulrich's Periodicals Directory* (乌利希期刊指南)的网络版 ulrichsweb.com 高级检索功能进行检索,截至 2010 年 1 月 1 日,在版的学术期刊达到 67643 种。ALPSP 2008 年的调查表明,96.1% 的科学、技术与医学 (STM)期刊和 86.5% 的艺术、人文和社会科学期刊可以在线获取。在我国,至 2007 年,上网期刊已接近 7000 种,2010 年 1868 种中国科技核心期刊中 1105 种期刊有自建网站,占中国科技核心期刊总数的 59.2%。

目前,我国的数字出版产业赖以生存的各种环境以及数字出版产业内部正在发生巨变。从经济环境上看,国民经济特别是包括新闻出版、信息服务业在内的第三产业发展迅猛。从技术环境上看,无论是基础研究、应用研究,还是科技人员活动情况、经费筹集额度,均呈持续上升的趋势。从消费环境看,发展神速的网络媒体,其功能仍然主要在传播信息、引导娱乐为主的领域中。因而,专注于学术交流的学术性科技期刊利用网络来发挥作用,尚大有发展的余地。从消费者环境来看,截至 2011 年底,中国网民数量达 5.13 亿人,互联网普及率达到 38.3%,网络应用正朝着宽带化、无线化、个人化的方向高速成长,已经形成庞大的信息阅读与新生读者消费群体。这些广大的互联网用户可以构成数字出版内容的潜在消费者。据统计,2009 年中国知网日访问人数达 256 万,年访问 9.4 亿人次,年下载文献 18.3 亿篇,已发展个人数字图书馆用户 260 多万个、国内机构用户 8905 家、海外机构用户 657 家。从政策环境来看,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》和国务院 2009 年 9 月 26 日颁布实施的《文化产业振兴规划》都提出把“数字出版技术”、“数字化印刷、复制”和发展新媒体列为发展创新的重点,为我国发展数字出版产业提供了有力的政策条件。新闻出版总署 2010 年 8 月 16 日出台的《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》中指出“我国数字出版产业发展的战略目标:要以数字化带动新闻出版业现代化,把数字出版产业打造成新闻出版支柱产业;发展指标:到‘十二五’末,我国数字出版总产值力争达到新闻出版产业总产值的 25%,整体规模居于世界领先水平,到 2020 年,传统出版单位基本完成数字化转型,其数字化产品和服务的运营份额在总份额中占有明显优势。”就数字出版产业链内部而言,上游的中国出版集团、中国科学出版集团、高等教育出版社、商务印书馆、社会科学文献出版社等传统出版社正在加快数字化转型的步伐,而中游的北大方正、清华同方等技术公司也在加速向媒体公司转型,下游网络书店的销售渐成规模,我国的数字出版产业链已基本形成。同时,学术期刊在线出版在国际上已经成为科技出版的重要组成部分。欧美等发达国家的科技期刊在进行印刷出版的同时,

大部分在Internet上创办网络版。新一代读者更易于接受科技期刊网络版。因此,网络出版给科技期刊带来了新的发展机遇。

正如尼葛洛庞帝在其代表作《数字化生存》中所说:“信息技术的发展将变革人类的学习方式、工作方式、娱乐方式,一句话,人们的生存方式。”而“当一个个产业揽镜自问‘我在数字化世界中有什么前途’时,其实,它们的前途百分之百要看它们的产品或服务能不能转化为数字形式。”英国学者巴雷特也提出,“在很多方面,因特网的所有影响都可以归到电子出版的问题上”。因此,有人预言:21 世纪的科技期刊,电子版将成为主流。

2001 年 4 月在巴西召开的国际期刊联盟(FIPP)第 33 届大会,其中心议题就是在数字化时代如何谋求期刊出版业的进一步发展和推进出版全球化。大会得出的一致结论是:网络非但不是期刊的杀手,反而是期刊出版的有益补充,这将拓展期刊的单一形态,从而形成印刷、网络等期刊多种媒体形态并列发展的格局。

经过 20 年的发展,数字化期刊已经从最初的软盘、CD-ROM 形式,发展到现在的网络版。由于因特网带给期刊出版的不仅是一种手段,也触发了出版组织架构、工作流程重组及整个编辑思想的变革,所以人们称网络版期刊为真正意义上的数字化期刊。

期刊网络信息化是实现科技期刊国际化的重要工具,两者是相辅相成的。国际化是发展的目标,网络化是实现的手段,是科技期刊国际化的最佳途径,对科技期刊的发展将起到如虎添翼的作用,它不仅可以实现上述国际化所包含的多个层次,而且可以实现编辑部工作的现代化和无纸化(OA 管理),提高编辑部的工作效率。

但是,传统学术类期刊从产生到成熟已历时 300 多年,有着悠久的历史 and 传统,传统学术类期刊对科学交流的影响、对科技工作者学术研究行为和阅读文献习惯的影响是久远的,它植根于科学研究的全过程,具有很强的稳定性;同时,专家审稿制度,保证了学术期刊有能力来确认文献中科研成果的价值。对于网络期刊来说,这种能力的保证将是一个未知数,因为目前互连网络中的网络期刊基本没有专家审稿制度,学术用户就会对其信息来源的质量产生怀疑。所以我们不应寄希望于网络期刊能很快取代传统的学术类期刊。因此,目前传统学术类期刊文章的组织方式不但不能抛弃,而且更应发扬光大。网络化期刊在其发展初期,必须要能够继承传统学术类期刊的全部基本功能,并利用技术优势增加新功能,使两者互补,合力发挥科学信息传播的功效。最先取得成功的网络电子期刊,必将是那些存在已久、声誉卓著的学术类期刊的电子版本,它们能通过网络一如既往地建立和维持自己稳定的学术研究群体。这一点也可看成是发展网络电子期刊最能成功的一个切入点。例如世界著名的科技期刊 *Science* 和 *Nature*,上网几年来同时提供印刷版和网络 HTML 及 PDF 格式版,订数均增加不少。经过一段准备时期,我国科技期刊的网络化,必将在近几年内蓬勃发展起来,以弥补传统学术期刊的不足。

科技期刊的网络出版对编辑部的审稿能力和审稿效率提出了更高的要求,而编辑部信息管理系统是实现科技期刊网络出版的基础,它可以全方位整合资源,实现组稿、审稿的网络化,便于计算机检索,有利于被各种检索引擎收录;编辑部信息管理系统的稿件文档管理功能及文档格式化、Word 格式自动生成、HTML 格式网页生成等功能也为期刊的网络出版提供了准备。

面对网络媒体的冲击,传统媒体将继续前进。但是,传统媒体必需吸收信息科学技术,进行自我改造,适应发展变化,在发展中求生存、求进步。

只有在办好印刷版的同时,积极筹办网络版,科技期刊才能在未来有更大的发展空间。

为适应科技期刊网络化的健康发展,我们特编著此书,与各位同行交流。本书的第一部分是将近年来有关科技期刊网络出版发展与研究的文献归纳为 13 个问题作一收录、引用,其直接收录编入和引用的文献主要为《中国科技期刊研究》、《编辑学报》发表的相关论文的重要内容以及周荣庭先生的《网络出版》一书的有关基本概念内容,在此特予说明,并对这些论文作者和周荣庭先生表示感谢!第二部分是网络环境下科技期刊管理信息系统研究的报告;第三部分是独立集成、开发的“科技期刊编辑部办公信息系统”——雅易科技期刊编辑部信息管理系统(1.0)的功能及使用介绍;第四部分是网络出版与科技期刊发展的研究论述;第五部分是选择收录一些网络科技期刊发展的案例,以供共同探讨。

本书从构思到成书持续 10 年时间,内容几经增补,但仍显得有些跟不上互联网的高速发展,同时由于编著者水平所限,书中错误在所难免,期望编辑同仁、专家及读者批评指正!

目 录

第一篇 科技期刊网络出版研究概述

1.1	网络出版的发展概况	(002)
1.2	网络出版的特征	(004)
1.3	网络出版的种类	(006)
1.4	网络电子杂志与网络电子期刊	(009)
1.5	数字化期刊的基本结构	(024)
1.6	网络出版给纸质出版带来的冲击和变革	(025)
1.7	网络资源作为参考文献的研讨	(030)
1.8	科技期刊网络出版的标准化与规范化建设问题	(039)
1.9	网络期刊与开放存取出版	(042)
1.10	网络版科技期刊的征订发行问题	(047)
1.11	科技期刊全文上网的技术	(048)
1.12	网络出版的著作权集体管理	(051)
1.13	促进科技期刊网络化发展的对策	(053)

第二篇 网络环境下科技期刊管理信息系统的研究

2.1	网络环境下科技期刊办公信息系统的集成与开发	(056)
2.2	网络环境下科技期刊办公信息系统的设计及其应用	(061)
2.3	期刊国际化中电子审稿的模式与技术方法研究	(065)

第三篇 雅易科技期刊编辑部信息管理系统(1.0)

3.1	系统介绍	(072)
3.2	系统定制与安装	(073)
3.3	系统应用介绍	(074)
3.4	稿件收发与流程信息管理模块	(078)
3.5	出版管理	(097)
3.6	财务模块	(100)
3.7	编辑模块	(105)

3.8 信息管理模块	(109)
------------------	-------

第四篇 网络出版与科技期刊发展的研究

4.1 高等学校专业期刊的生存与发展	(114)
4.2 突出中国研究特点 创新管理体制 迈向国际化	(119)
4.3 缩短刊期 促进期刊质量全面提高 实现跨越式发展	(123)
4.4 中国科技期刊可持续发展与自主创新	(130)

第五篇 网络科技期刊案例选编

案例	(142)
----------	-------

附录 1 出版管理条例	(153)
-------------------	-------

附录 2 期刊出版管理规定	(163)
---------------------	-------

附录 3 互联网出版管理暂行规定	(171)
------------------------	-------

附录 4 中华人民共和国著作权法	(175)
------------------------	-------

附录 5 计算机软件著作权登记办法	(184)
-------------------------	-------

主要收录及引用参考文献	(187)
-------------------	-------

第一篇

科技期刊网络出版研究概述



1.1 网络出版的发展概况

1.1.1 网络出版概念及其演化

“网络出版”对应的英文名是“Network Publishing”。在 20 世纪 90 年代初,人们用“电子网络出版”以示其与桌面出版不同的电子出版形式,类似的名称还有“基于网络的电子出版”、“因特网上的出版”等。

广域信息服务(Wide Area Information Server, WAIS)的创始人布鲁斯特·凯勒(Brewster Kahle)在研究了 WAIS、Gopher 以及 Web 技术后,对网络出版进行了深刻、全面的思考。他在“网络出版引论”(Introduction to Network Publishing, 1994)一文中指出,网络出版是计算机网络和传统的出版业的集成;为有序的信息提供基本的共享机制,它不是要拯救树林和取代书籍,而是要建立出版者与读者之间的新关系,人们的信息获取方式发生根本性变迁,也是新形式作品在一种廉价新媒体上的创建和出版。

随着 Web 技术的快速发展,西方媒体用“Web Publishing”指代网络出版,即 Web 出版。

中国在 1994 年引入“网络出版”概念,顾犇在《什么是网络出版》(世界图书出版社,1994)中指出,“网络出版”就是利用计算机和通信技术来传递出版物的全部或者部分内容,使读者能更有效地利用信息,它是在“电子出版”的基础上发展而来的。

1. 狭义的网络出版

狭义的“网络出版”就是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(高朝阳,2000)。

这一概念肯定网络出版是传统出版手段在电子与网络时代的新形式,主体的合法化、作品的数字化、传输的网络化、交易的电子化构成了网络出版的基本要素。

所谓主体的合法化,指在从事网络出版活动时,出版主体必须取得政府主管部门的许可。根据我国 2002 年颁布的《出版管理条例》,只有报社、期刊社、图书出版社、音像出版社和电子出版物的出版社才是合法的出版机构,参与网络出版经营的其他实体必须经过政府主管部门审核,获得相应的认证资格才能成为合法的主体。

作品的数字化不仅表现在作品的创作、加工、存储上,而且体现在网络传输、格式交换上,此时网络出版物均为电子出版物,网络出版的这一属性反映了网络出版物与纸质出版物的本质区别。

传输的网络化是指网络出版物在流通形态上的表现,网络出版物通过互联网以数字形式传送至最终用户。只有经历了网络数字化传输的出版,才能被认定为是一种网络出版行为。这是网络出版物区别于纸质出版物和封装型电子出版物的基本特征。

交易电子化是指网络出版经营中采用电子支付手段,即采用网络银行服务提供

的电子货币或数字现金等方式,完成网络出版物的交易。

交易的电子化强调了网络出版的交易属性,出版物需要通过交易发布出去,网络出版是一种具有商业意义的信息传播活动。

2. 广义网络出版

定义为“利用互联网创建、管理和传递(或询问)数字内容,并为组织或个人创造价值的过程和技术”。

根据新闻出版总署《互联网出版管理暂行规定》,互联网出版,是指互联网信息服务提供者将自己创作或他人创作的作品经过选择和编辑加工,登载在互联网上或者通过互联网发送到用户端,供公众浏览、阅读、使用或者下载的在线传播行为。

1.1.2 数字出版

“数字出版”(Digital Publishing)或者“数字化出版”,是指在出版的整个过程中,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光、磁等介质中,信息的处理与传递必须借助计算机或类似设备来进行的一种出版形式。网络传输就是通过网络通信运送 0 和 1 来传递信息。

“数字出版”强调了出版的数字化生产过程和数字化的出版物,光盘出版和数字出版也视为数字出版的形式。

“数字出版”不同于成熟的单一媒体概念,而是一种新的出版业态的快速成长过程。它涉及出版行业生产力和社会关系的巨大变革和全面调整。数字出版概念的发展过程,就是数字媒体的整合过程。20 世纪 70 年代以来,基于数字技术的激光照排系统与互联网络的出现引发了出版传播领域的深刻变革,相对于传统出版,先后出现了“桌面出版”、“电子出版”、“网络出版”、“互联网出版”、“泛媒体出版”、“跨媒体出版”、“全媒体出版”、“复合出版”等新的出版形态和概念。自 2005 年起,我国出版界在实践中逐渐提出和认同涵盖性最强的“数字出版”的观念。“数字出版”(也可称为“数字化出版”)概念的提出,体现了人们对于出现的一系列新型出版形态的认识越来越深入,这一概念第一次用本质的技术属性概括了新的出版形态的特征,即正是应用了数字技术才使得传统出版发生数字化变革和新的数字化的出版形态不断涌现。而“电子出版”和“网络出版”等概念更多地表现了数字技术在出版的某一流程或某一介质上的应用,无法适用于层出不穷的新型数字化出版形态。

目前文献中关于“数字出版”的概念有多种,主要是注重通过数字技术属性和网络属性来解释数字出版,如:“数字出版是指以互联网为流通渠道,以数字内容为流通介质,以网上支付为主要交易手段的出版和发行方式”;“数字出版从广义上说,只要是用二进制这种技术手段对出版的任何环节进行的操作,都是数字出版的一部分。它包括原创作品的数字化、编辑加工的数字化、印刷复制的数字化、发行销售的数字

化和阅读消费的数字化”。

另有学者认为,“随着数字出版的范围延伸到了包括移动内容、互联网服务、游戏、动画、影音、出版和数字化教育等几乎所有数字内容产业,数字出版已经从狭义的概念演变为内容发布与信息服务的代名词。传统出版单位应该顺应发展的潮流,发挥自身优势,从单纯的内容提供商向信息服务商转型,既符合数字出版个性化服务的特点,也有利于发挥传统出版在内容加工、资源获取等方面的优势。而信息服务的主要内容可包括高水平的内容编辑加工服务、特定内容资源的数字延伸服务、个性化内容消费服务以及特定用户信息解决方案的提供等等。”这一观点超出了原有从数字技术属性和网络属性对数字出版的理解,强调传统出版单位在进一步强化数字内容的生产和管理的基础上,把信息或内容服务业作为传统出版向数字出版转型的重要方向。

从2008年起,上海市政府把数字出版作为一项战略任务来抓,已启动建设首个国家级数字出版基地,将形成十大业务板块,包括网络游戏与动漫、艺术典藏、数字报刊、电子图书等,并先后向社会发布了数字出版业发展引导目录,明确提出政府在数字出版领域重点鼓励和支持发展的五大方面共21个领域;制定出台《数字出版相关企业名称和经营范围注册登记办法》,在国内首次突破数字出版不属于既有的国民经济行业分类、无法在企业名称和经营范围中得到体现的窘境,方便了企业的发展壮大;上海市政府每年从相关专项资金中各确定1000万元,定向支持数字出版产业发展,2008—2009年共资助36个数字出版项目,资助资金达到4000万元。通过政府不断推进和企业不懈努力,上海的数字出版产业发展可谓成效显著。

1.1.3 信息资源和网络出版物的关系

信息资源是指经过人类开发加工的,已经系统化的信息,具有了一定的社会属性。信息资源可以是网络出版的素材,也可以是网络出版物。

网络出版物是面向网络最终用户的数字内容或者数字信息资源。

网络出版物是指可通过计算机网络利用的信息资源总和,它既是数字化信息,又是网络信息。网络出版物不受时空的限制,可以随时随地调用,可以节约经费,补充馆藏,是目前电子出版物的主体之一。

1.2 网络出版的特征

1.2.1 即时性

传统期刊或者图书及其光盘出版物的发行都需要一定的周期,少则几个月,多则一两年,时效性差。而网络出版则不同,网上信息可以随时更新。作者可以将自己的作品通过网络随时传给出版商,甚至可采取在线边写作边审读的方式,使投稿到出版

的时间大大缩短。一般情况下,网络出版的发布只需将信息存储在网络服务器中即可,在网络带宽允许的情况下,最终用户可以即时询问、浏览或下载,检索快速便捷,真正实现“零等待”。

1.2.2 大容量

网络出版物的载体是网络,而网络上的“数字空间”是无穷无尽的,它的信息容量不像报纸、图书和期刊那样受到版面和厚度的限制,也不像光盘(CD-ROM)和集成电路卡(IC card)那样受存储空间的限制。

网络出版可以采用大容量的磁、光、电等存储技术,利用数据库实施大规模的信息组织和信息查询技术,最终实现没有容量限制的网络出版。

1.2.3 多样性

网络出版的多样性是指网络出版的表现形式、表现手段和应用功能的多样性。

网络出版物支持多媒体技术,支持多媒体通信,使得网络出版中可以使用多种感官表现手法来表达一个信息,不但可以用文字做长篇叙述,也可以插入大量相关图片、声音、动画和形象,使用户在多层面上得到感官上的满足。

多媒体技术扩展了网络出版物的表现空间。

在应用功能上,网络出版融合了书、报、期刊、广播、电视、游戏甚至咨询、培训、远程教育、情报资料等,可以是出版中介、销售节点、检索入口,甚至是媒体中心、咨询培训中心。

1.2.4 交互性

网络出版的交互性首先表现在最终用户对网络出版物的控制能力上,使得出版过程具有双向信息传递的行为。通常表现为用户利用网络出版的功能对信息进行选择。用户与内容的相互作用有观看、浏览、使用和控制4个层次,后3种作用层次的交互性明显。

其次,网络出版的交互性表现在最终用户和网络出版中的其他各种角色的信息交流上。一般来讲,网络出版商、著者、读者的信息交流是反馈性的交互,具有普遍性。

网络出版的交互能力是动态发展的。在动态的、智能的、个性化的网络出版系统中,用户不仅可以选择信息,也可以参与管理,甚至创建信息,从而充分调动网络出版最终用户的积极性,有力地推动网络出版的发展。

1.2.5 广泛性

网络出版的影响具有广泛性。网络出版不受时间、空间和读者对象的限制,“24

×7”(表示一天 24 小时,一周 7 天的出版时间)说明网络出版可以在任意时间进行,任何地方的用户只要有一台计算机或者 PDA,就可以接入 Internet 访问或者获得网络出版物。

损耗小、程序少、成本低、产业链电子商务性明显、融合趋势显著等,这些特点说明:①数字出版产业链将更多地表现出电子商务的共性特征。技术提供商由于更多地担负着产品流通、交易完成、售后服务、信息反馈、市场调研等多种任务,因此他们在产业链上的地位将会更加凸显。②数字出版将顺应传媒融合的趋势,实现出版和其他媒介的深度整合。数字出版产业链将呈现出多种业务领域纵横交织、同步发展的态势。③从纵向上看,数字出版产业链的结构将保持稳定,编辑、印刷(复制)、发行三大环节逐级推进的总体流程不会改变,只是所有环节既可以由一个企业来完成,也可以由多个企业联手完成。数字出版产业链会出现某些企业整个生产销售流程通吃的现象;同时,有的企业则会选择“有所为,有所不为”,只在某个环节上做精做深。

1.3 网络出版的种类

1.3.1 按 Internet 信息服务模式分类

1. Web 出版

Web 出版(Web Publishing)是网络出版的主要形式,它采用 Web 技术。Web 出版实际上是基于超文本技术的信息查询技术,将 Internet 上不同地址的信息有机地组织在一起,通过 Web 服务器,向网民提供友好的信息浏览界面。

Web 出版也称为“万维网出版”、“网页出版”。

2. E-mail 出版

就是通过计算机网络传递的邮件,是一种快速、高效、廉价的信息传递工具。E-mail 首先在邮件服务器上建立了用于存储用户 E-mail 的磁盘空间,并提供了不同通信网络的计算机交换信息的途径,也允许广播式发送。这样,一个用户可以同时向许多人发送信息,而且可以发送多媒体信息。

3. UseNet 出版

又名 Newsgroup,新闻组出版是 BBS 在 Internet 上的发展,是全世界最大的 BBS 系统。它是一项通过网络交换信息的服务,由个人向 UseNet 服务器投递的新闻 E-mail 组成。

UseNet 出版是一种免费的交互式网络出版模式,是网络新闻媒体最初的表现形

式。在 Web 出版、ICQ 等即时消息服务出现之后,UseNet 出版在技术上没有太多的创新,用户的人数增加不是很明显,处于一种平稳的发展态势。

4. FTP 出版

FTP 是文件传送协议(File Transfer Protocol)的缩写,是允许用户在 Internet 的一台主机和另一台主机之间进行发送和接收文件的协议。

FTP 出版应用广泛,在 1995 年以前 FTP 的数据流量一直居于其他各项 Internet 服务之前。FTP 出版一般是通过“匿名”(anonym)FTP 服务器展开。这类匿名服务器的目的是向公众提供免费的文件传送服务,因此不要求用户事先在该服务器进行注册登记,只需使用指定的“anonym”用户名标识即可。

FTP 出版是 Internet 上软件、非文本文档发布的主要方式,并长期用于 Internet 自身技术文件的归档和传播。

5. WAIS 出版

1989 年,智能计算机公司的布鲁斯特·凯勒(Brewster Kahle)负责开发了这项广域信息服务(Wide Area Information Servers,WAIS),并于 1991 年对外提供服务。

该服务可索引 Internet 上开放的全文数据库文件,并提供文件查询。智能计算机公司一度维护着在全世界范围内超过 600 个数据库的信息查询服务。

然而,WAIS 仅适合基于关键词的文本信息查询,不是一个通用的信息检索工具,不能提供超文本链接功能,不能和其他数据库进行方便地交互操作。因此,在 Web 出版出现之后,WAIS 出版也就悄悄地退出了 Internet 舞台。

1.3.2 按信息最终形式分类

1. 电子图书

电子图书,又称电子书,早期是一种传统印刷图书的电子版本,现在专指特定的电子文档,可以通过个人计算机或阅读器阅读。随着信息技术的飞速发展和功能的逐步完善,电子图书将会进一步普及,市场份额将会越来越大。

2. 网络连续出版物

网络连续出版物指以数字形式存储在以光、磁为媒介的载体(如 CD-ROM 磁盘)上,并可通过计算机等设备在本地或远程读取使用的连续出版物,涵盖了网络电子期刊、网络电子杂志、网络电子报纸以及网络日志等。

3. 网上数字音像

网上数字音像是在宽带网络不断发展中的网络出版应用。包括网络动画、网络

音频和网络视频。

4. 应用软件

指将软件作品编辑加工后,通过网络下载,复制手段向公众发行的出版模式。

5. 学术博客

博客这种形式完全打破了把关人门槛的技术。使每个愿意利用文字直抒胸臆,表现自我的人打破了纸本期刊编辑对文章的精挑细选。但是这种碎片式的博客如果没有专业技术平台给予整合支持仍然不能摆脱 Web1.0 时代的特点。现在利用博客比较成功的 Web2.0 网站主要是博客中国(blog.com),还有从 Web1.0 时代走来靠明星博客赚眼球的门户网站等。作为学术期刊博客,是以记录有关自己学习心得、课堂笔记、研究发现等内容的学术日志。学术博客群是指那些具有相似学术趣味和志趣的人的集群。依托相似的学术趣味和志趣,通过网络平台使得网上网下互相补充,互相完善,共享共建自己的学术平台。

6. 学术信息聚合

通过 Rss 聚合软件,组建 Rss 搜索、Rss 频道,使外在的信息聚合在一起。在 Web2.0 技术支持下的这场网络参与的创建,使那些有共同研究方向和关注同一话题的网络同志组建了自己的学术“部落格”。

我国现在的电子学术期刊目前还没有普遍应用以上两种技术。各家学术期刊也还仅仅停留在将纸本刊物的内容转换格式搬到网上,但是各大门户网站在意识上已经走到了期刊社的前面,天涯社区网站已经将网站旗下集聚的资源组织出书。如果我们的期刊社尤其是学术期刊社还在采取观望态度,那么,在网络出版领域将被狠狠地甩在后面。

1.3.3 按经营模式分类

1. 自行出版

作者将自己创作的和编辑的作品,通过专门的软件制作成电子图书、电子报纸或者主持相应的论坛,放在网络上供读者付费或免费下载或浏览阅读。

2. 网站代理出版

网站代理出版是互联网公司出版商、作者或电子图书商店获得制作代理权以后,将网络出版物放在该网站上供下载或读者直接浏览的网络出版模式。

3. 出版商网上出版

现有出版商自行制作网络出版物,内容以出版纸质图书、纸质期刊、纸质报纸、音像制品和光盘出版物的网络版为主,同时还可以利用网上出版提供信息服务。这种模式实际上就是现有的出版商增加网络出版业务,作为对传统出版手段的补充。

4. 按需出版

按需出版(Print on Demand, POD)是一种比较成熟的网络出版模式。POD 的最终商品不是网络出版物,而是纸质的印刷品,但数字内容集中存储在服务器中,并通过网络进行传输至终端设备,POD 终端是一组复杂的激光打印系统和相应的格式化文本内容。

这种以数字技术为基础的按需印刷既是网络出版,又是印刷出版,给出版业带来了一种全新的出版运作模式。

此外,还可以按照出版内容分为:网络新闻出版、网络学术出版、网络教育出版、网络文学艺术出版、网络娱乐游戏出版等。可以说,按照不同的分类标准,网络出版的类型也会有所不同。但是,互联网出版毕竟还只是一个新兴的行业,目前来看,发展较为突出且较为引人注目的还是依据内容和媒体形式区分的网络图文出版和网络声像出版。具体来说就是电子图书、网络电子期刊、网络电子杂志以及网络动画(如 FLASH)和网络视频等。下面依据本书讨论的主题,对网络电子杂志、电子期刊等予以具体论述。

1.4 网络电子杂志与网络电子期刊

1.4.1 概念

网络电子杂志(Electronic Magazine, E-Magazine, 简称电子杂志)是以数字化方式存储,通过 Internet 传递,并通过计算机或类似设备在本地或远程读取的连续出版物。电子杂志最初为纸质杂志的补充与附属,随着互联网技术及市场需求等的发展和更新,出现了不依赖纸质杂志的“纯网络杂志”。所谓“纯网络杂志”(the Electronic-only Journal 或 E-zine),主要是指借助计算机网络,完全以电子化、数字化形式组稿、审稿、制作、出版、发布,并以计算机网络为传输工具,没有相应纸质印刷或其他类型电子版的,定期或不定期地连续出版并且每期均附有编号或日期标识的电子出版物。

网络电子期刊(Network Electronic Journal)指在 Internet 上可以被全文检索的连续出版物,而且其检索可通过 Web、Gopher、FTP、E-mail 实现并可以通过联机数据库、Web 服务、E-mail 等方式发行。