

目 录

卷首语

- 出版业要为构建和谐社会作贡献 / 宗 诚

专论·特约稿

- 努力评论营造诚信的出版环境 / 伍 杰

编辑学·编辑工作

- 电子编辑和电子出版物: 概念、起源和早期发展(上) / 林穗芳
- 2004年出版科研大扫描 / 徐升国 孙鲁燕 刘兰肖
- 编辑选择的规律—价值综合评估律 / 刘辰
- 精心加工提升书稿质量 / 林 华

出版学·出版工作

- 著作权保护的基础性制度 / 张耀明
- 试析我国出版集团扩张战略 / 章雪峰
- 浅议出版产业的核心竞争力 / 刘蔚绥
- 试论校对思维的基本特征 / 周 奇
- 图书产品成本简易测算法新探 / 杨 蕾

数字技术·多媒体·网络出版

- 编辑学研究网站概貌及思考 /
- 电子商务与出版集团竞争优势及发展分析 / 何 伟

书苑掇英

- 小, 也许更好更有效益—美国小出版社与大出版集团出书比较 / 欧阳群 何 娟
- 选题的全程策划 / 李 俊
- 书稿审读加工五忌 / 吴艳玲

编辑史·出版史

- 出版文化史研究论著目录(2000—2004) / 范 军 辑录

编辑随笔

- 编辑当有所为, 有所不为 / 赖洁玉

品书录

- 人生理念与人生实践的交响乐章—读《毛泽东的人生哲学》 / 石仲泉

出版专业职业资格考试

- 2004年度全国出版专业技术人员职业资格考试试题 /

出版专业职业资格制度

- 2004年度全国出版专业技术人员职业资格考试试题答案 /

◆ 各期杂志

电子编辑和电子出版物: 概念、起源和早期发展
(上)

林穗芳

摘 要: 本文认为电子出版起源于20世纪50年代末60年代初把计算机技术用于科技期刊的编辑出版, 美国《化学题录》磁带版是世界最早电子出版物。文章探讨了电子编辑、电子出版、电子出版物的概念, 具体介绍了《化学题录》的编辑出版情况及随后有哪些电子期刊创刊, 然后依照历史顺序分类简述电子书籍和电子报纸的起源和早期发展。

关键词: 电子编辑 电子出版 电子期刊 电子书籍 电子报纸 数据库 计算机网络
概念起源 早期发展

第2页 共5页 >> [1页](#) [2页](#) [3页](#) [4页](#) [5页](#)

(1) 书籍和其他材料以机读本的形式而不是以纸本的形式发行 (issuing)。——英国牛津大学出版社《新牛津英语词典》(NODE) 1998年版[2]

(2) 电子出版指生产在计算机屏幕上观看、也许永远不印在纸上的文件。以电子方式出版的文件可以只读光盘或软盘为载体, 或者通过互联网等计算机网络提供, 除文字和图表之外还可以再包含视频与音频信息、动画以及超文本链接。——美国明尼阿波利斯计算机用户网站公司《高科技词典》2004年版[3]

(3) 通过互联网或其他在线服务机构向内部使用者、订户或其他使用者提供电子形式的信息的工作, 包括电子书 (e-books)、电子杂志 (e-zines)、电子学报 (e-journals)、电子通讯 (electronic newsletters)、数据库 (database) 的出版。——J. M. 赖茨编《图书馆和信息科学在线词典》美国西康涅狄格州立大学2001版[4] 这里把electronic periodicals (电子期刊) 分成e-zines、e-journals和electronic newsletters三类。e-journals多指学术性期刊, 但有时也用来指全部电子期刊, 把大众性杂志也包括在内。

(4) 电子出版是讯息创造、传布、复制完全在线 (on line) 进行的过程, 往往带有反馈的功能。注: 与桌面出版 (desktop publishing) 不同, 电子出版通常不生产硬拷贝。——美国电信业技术标准联盟 (ATIS) 编《2K电信词汇》2001年版[5]

(5) 文件以机读的形式生产, 通过计算机网络或以只读光盘之类的其他形式发行 (distribution)。——微软公司《恩卡塔世界英语词典》2004年北美版[6] 可见西方现在所理解的“电子出版”通常指作品的机读件的出版, 把软磁盘和光盘出版以及网络出版都包括在内; 不指印刷型出版物印前工艺的电子化, 后者用DTP表示。《2K电信词汇》说“电子出版”通常不生产硬拷贝 (指印刷型出版物等硬复制件), 不排除必要时利用电子文本生产印刷型出版物。

电子出版同传统出版一样, 编辑、复制和发行三个环节都是不可缺少的, 了解读者使用出版物的情况和收集反馈信息也是出版工作的一部分。一般地说整个电子出版过程都是用电子手段进行的, 作者交来的、编辑加工的、读者读到的都是电子文本, 例如只在网上发行的电子期刊等原生数字 (born digital) 出版物就是如此; 但是, 电子出版不排

2001: 第2期 第3期 第4期
2002: 第1期 第2期 第3期 第4期 增刊
2003: 第1期 第2期 第3期 第4期
2004: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期
2005: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期
2006: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期 第6期
2007: 第1期 第2期 第3期 第4期 第5期

除某些工作环节采用电子和非电子方式相结合的方式, 比如电子书籍审稿在打印稿上不在电子文稿上进行, 编辑先在打印稿上修改, 再到电子文本上去。电子出版的最终产品是电子出版物, 电子出版物的内容必须借助电子装置才能读取, 但发行方式依电子出版物的载体性质而有所不同。在线电子出版物(网络出版物)采用电子方式发行, 而离线电子出版物(软盘、光盘等)则像印刷型出版物一样采用邮递、货运等传统非电子方式发行。

德国奥尔登堡大学信息科学系教授迪特里希·博勒斯(Dietrich Boles)在《电子出版: 编辑系统和作者工作环境》(1995年)[7]一文中采用描述电子出版过程的办法来界定电子出版的概念。他把整个电子出版过程分为三个阶段: 1) 构建阶段

(Konstruktionsphase)——编辑把作者送来的信息(稿件)加工整理成可供使用的文本形式。2) 发行阶段(Distributionsphase)——包含文本制成之后到可供读者使用这个时段。3) 接受阶段(Rezeptionsphase)——读者最终接受所提供的信息。电子出版

(elektronisches Publizieren)分成“在线电子出版”(elektronisches Online-Publizieren)和“离线电子出版”(elektronisches Offline-Publizieren)两大类。就在线电子出版说来, 电子手段贯穿这三个阶段: “电子构成”指借助计算机生成文本, 所生成的是电子形式的文本; “电子发行”指文本超越邮递等非电子的发行渠道, 通过计算机网络传播; “电子接受”指读者借助电子数据处理(EDV)装置读取信息, 不同于通过纸质材料等非电子手段接受信息。而在离线电子出版的情况下, 电子形式的文本不是以电子方式而是通过非电子方式发行的, 如邮寄载有电子文本的软盘或光盘, 读者再用计算机读取。上述电子出版三阶段划分法与我们有所不同。所谓“构建阶段”大体相当于我们的编辑阶段, 没有提“复制”看来是因为经过编辑加工、可供使用的电子文本复制十分容易。在“发行阶段”之后加了一个“接受阶段”大概是考虑到电子出版物的特点, 不像书刊任何读者都能打开浏览其中的图文, 读取和接受电子出版物的内容要复杂得多, 必须有专用的或适用的电子装置才行, 出版者不能只管发行到读者手里了事, 不考虑读者能否“接受”。其实, 无论是印刷型出版物还是电子出版物, 出版者都应当重视传播效果, 即读者能否接受和是否接受、如何才能最有效地利用的问题。

“网络出版”的英语正式名称为network(ed) publishing或net publishing, 但在一般场合更常用的是online publishing(在线出版), 泛指在各种计算机网络上的出版, 既可在互联网上的出版, 也可指在互联网以外的计算机网络或在互联网产生以前的计算机网络上的出版。例如, 从事联机信息服务的Dialog(对话)公司在70年代投入商业运营, 其业务包括电子刊物在线发行。

依照新闻出版总署和信息产业部制定、2002年8月1日起施行的《互联网出版管理暂行规定》的解释, 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”。《规定》明确指出互联网出版是一种“在线传播行为”, 可见网络出版与在线出版的概念是一致的。作品的编辑、复制、发行是构成出版的三要素, 在信息网络传播的条件下依然如此, 有变化的主要是形式和方法, 而不是内容和实质。选择和加工是编辑工作的两个重要环节, 选择居首要地位。与《著作权法实施条例》的出版定义“将作品编辑加工后, 经过复制向公众发行”比较, 互联网出版定义增加了“选择”一项, 这是十分必要的。在铅字排版的条件下, 印刷出版图书需要先期投入大量资金。在电子出版特别是网络传播的条件下, 发表、复制和传播作品已变得很容易。任何作者都可以把作品贴在自己的或朋友的网站上向公众传播, 但他没有自己的发行渠道, 始终要依靠出版商才能把书卖出去。名作家一般不会从事自我出版, 他们清楚作者和出版者的分工, 兼搞出版要分散精力。网络对来者不拒, 兼收并蓄, 金沙混杂, 作品优劣真伪难分, 可信度比正式的印刷出版物低, 海量的信息使编辑的功能更突出了。编辑对作品的选择和加工, 是出版机构向读者提供的最重要的增值服务。互联网出版定义中没有“复制”字样, 但实际上复制的意思已在其中。作品数字化后存储在磁、光、电介质上, 互联

网出版机构（互联网信息服务提供者）在网上登载供公众浏览、阅读、使用或者下载的不是作品原件，而是软拷贝（soft copy），即软复制件。软拷贝不同于纸印本等硬拷贝（hard copy）或硬复制件，可以无限量地复制并直接发送到用户端。值得注意的是定义在“通过互联网发送到用户端”后有“供公众浏览、阅读、使用或者下载”，这属于读者和用户“接受”的问题，是非讲不可的。

2 电子出版物的概念和类型

(ID:748)

第2页 共5页 >> [1页](#) [2页](#) [3页](#) [4页](#) [5页](#)

© 2001-2003 出版科学杂志 版权所有

报刊转载必须征得同意并支付稿酬，网络转载必须注明作者及本刊网址

武汉大学信息管理学院4楼403室 邮政编码430072 电话：027 68753799 传真：68753799 E-mail：cbkx@163.com

技术支持：cgz@163.com

【您是第位访客】