

# 我国电子出版物管理的问题及政策突破途径\*

吕宇翔<sup>1)</sup> 石 冉<sup>2)</sup>

1)清华大学新闻与传播学院,100084,北京;2)机械工业出版社,100037,北京

随着信息传播技术的不断进步,电子出版物的形态也在不断变化。其承载介质从最早的磁带、软盘发展到各种类型的光盘,再到当前的手机、电子阅读器以及各种类型的集成电路卡、固定或移动终端;内容从最初单一的音乐、影视、图书发展为集聚各种表现手段的多媒体形式;传播方式也逐渐摆脱物理形态的束缚,越来越多地依靠互联网、移动通信网络(3G)来实现。

电子出版物的快速发展带来了诸多管理问题,如对电子出版物质量的控制和出版流程的监管,以及对电子出版物的规范等。虽然新闻出版总署为了促进产业的健康发展,陆续出台了一系列与电子出版物相关的指导性意见,如《新闻出版总署关于发展电子书产业的意见》、《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》等,国务院也于2011年上半年通过了《关于修改 音像制品管理条例 的决定》和《关于修改 出版管理条例 的决定》,但现行的出版管理规章仍然存在着诸多不足。这对产业的健康发展与国家的文化安全来说都是巨大的隐患,亟需加以引导和规范。

## 1 我国现行制度对电子出版物的界定

我国的出版物管理制度中,针对电子出版物的具体管理,主要依照新闻出版总署2008年颁布的《电子出版物出版管理规定》。该规定对“电子出版物”进行了界定,并列举了电子出版物的主要形式:

以数字代码方式,将有知识性、思想性内容的信息编辑加工后存储在固定物理形态的磁、光、电等介质上,通过电子阅读、显示、播放设备读取使用的大众传播媒体,包括只读光盘(CD-ROM、DVD-ROM等)、一次写入光盘(CD-R、DVD-R等)、可擦写光盘

(CD-RW、DVD-RW等)、软磁盘、硬磁盘、集成电路卡等,以及新闻出版总署认定的其他媒体形态。

这一定义明确了电子出版物的几个基本属性:

电子出版物是一种大众传播媒体; 电子出版物所发表的内容是经过编辑加工后的产品; 电子出版物的内容具有知识性和思想性,用以表达思想、普及知识和积累文化; 电子出版物存储于各种固定物理形态的磁、光、电等介质上。

虽然最后的“新闻出版总署认定的其他媒体形态”保留了一定的发展空间,但也应当看到,近年来以互联网为主的传播方式已经使“电子出版物”的概念有了新的发展,“网络出版”、“数字出版”等概念在不同程度上对“电子出版物”的概念做出进一步拓展。

此外,传统的音像制品与电子出版物在生产方式和呈现形式上有所不同,所以市场渠道和管理模式也会有所不同。但随着数字信息传播技术的发展以及各类阅读终端对全媒体资源的全方位支撑,音像制品和电子出版物在传输、存储、呈现、阅读方式上呈现完全融合的趋势,音像制品与电子出版物之间的界限已经越来越模糊。

## 2 电子出版物管理中存在的问题

《电子出版物出版管理规定》在概念上和操作中对电子出版物进行了规范,但相对于日新月异的出版物形态以及媒介融合的趋势,其管理范围和管理思路已经显现出一定的不足,主要表现为以下几个方面。

### 2.1 对出版物、出版行为的认定不够清晰

#### 2.1.1 电子词典、学习机、电子导航地图等产品是否属于出版物?

这些产品具有一定的共性,都是专用电子设备,因此长期以来并未被纳入出版物范畴,其上市销售也仅需通过工信部的3C认证(China

\* 本研究成果由国家社会科学基金重大项目“我国文化产业政策研究”(项目批准号:09&ZD015)资助。

Compulsory Certification, 中国强制性产品认证)而无需出版管理部门认可,但其内置的词典和导航电子地图却是出版管理部门明确认定的出版物。

一般来说,大品牌的电子词典生产厂家都会购买正式的版权词典,虽然在其电子化的过程中也会有一定的编辑加工内容,如根据显示屏大小对内容格式进行调整等,并基本能够保证词典的准确率;但小品牌或山寨版的电子词典则存在大量的盗版行为与较高的差错率。而电子导航地图的生产,依国家测绘局相关文件规定,必须执行严格的审图和出版流程。类似的,很多学习机产品也未按出版流程进行管理。

如果认定电子词典、学习机、电子导航地图等产品属于出版物,那么是否需要按照现有出版物管理规范,为每个产品配备一个书号?如果仅将它们当做一种电子设备,那么是否需要对其内置内容的版权授权过程进行登记备案?目前对此尚没有明确规定。

2.1.2 将图书等内容内置于电子阅读器或其他终端的行为是否属于出版行为?

这种行为可以大致分为两种情况。

一种情况如汉王电纸书。汉王所做的工作更类似于对传统出版物的复制,将合作单位的版权内容数字化、格式化后再现于电子阅读终端(目前的汉王电纸书出售时内置图书就达千余种)。这一过程改变了出版物的呈载介质,原来的纸质图书转化为电子形式,其字体、页面排列等都会有一定的变化。按现有《电子出版物出版管理规定》第21条:“同一内容,不同载体形态、格式的电子出版物,应当分别使用不同的中国标准书号。”那么,电子阅读器等终端对版权内容的再现,是否应被认定为是二次出版行为?是否需要向出版管理机构申请书号?还是仅将这一行为视做是出版物的复制过程?iPad等移动终端上的内容产品也都面临同一管理问题。

另一种情况如盛大文学,其以网络原创文学为出版内容,本身就是一种网络出版行为。但随着盛大“锦书”的推出以及各种移动互联终端的日益普及,其内容销售模式被转化到移动终端、手机、电子阅读器上时,是否也需要沿用类似图书书号的管理方式?或是采用某种统一的标识符进行管理?这些问题都尚无定论。

2.2 对出版主体资质的认证不够明确

现有电子出版物在出版运营过程中对出版物、出版行为的认定尚不够清晰,造成对出版主体资质的认证不够明确。

2.2.1 民营电子出版企业的出版资格问题

如果将电子词典、学习机、电子导航地图视为一种出版物,则其生产厂家便需要具有出版资质。实际上这些厂家进行内容开发,如各类学习机中的教程、网络文学的原创作品等,本身就是一种出版编辑加工行为,但是在目前的制度体系中,这些以民营资本为主的生产厂家并不具备出版主体资格,它们只能通过与传统出版单位的合作来适应规则,或者干脆不把自己从事的工作视为出版行为。如何认定民营电子出版企业的出版主体资格,是一个犹待明确的问题。

2.2.2 特殊内容的出版资质管理问题

传统地图需要由国家测绘部门审图后才可正式出版;而从事地图出版的单位也必须有获取资质的地图审图人员,才能获得地图出版资格。这样的管理方式可以避免重大错误的发生,同时维护国家安全。同样,从事电子内容开发的企业,如电子词典、学习机、电子导航地图的生产厂家,以及从事电子出版物进出口贸易的企业,也应当配备获取资质的专业编辑出版人员,才可申请特殊内容的电子出版资质。

2.3 电子出版物的书号和格式问题

2.3.1 电子出版物的书号管理问题

现有《电子出版物出版管理规定》中规定:“同一内容,不同载体形态、格式的电子出版物,应当分别使用不同的中国标准书号。”那么,如果同一图书内容授权两家企业的电子阅读器使用,这两家电子阅读器企业是否要分别申请不同的书号?每台电子阅读器可以内置数千册图书,如果每本都需要申请新书号的话,这无论对出版管理部门还是对电子阅读器生产企业来说都是巨大的工作量,而且很容易引起版本的混乱。因此现行规定并不科学,亟待完善。

2.3.2 电子出版物的格式管理问题

同样的内容在不同的电子出版终端上,可能会有各种各样的差异。如果它们都使用同一个标准书号,便可能导致出版物内容的不可追溯,从而影响电子出版物的文献属性。例如,某一内容在A终端上

出现在第50页,而在B终端上出现在第80页;或者出现更严重的字符、公式、图表错误。因此,迫切需要建立电子出版物特别是电子图书的统一标准,以规范其加工生产,同时方便用户的阅读和使用。

#### 2.4 电子出版物的版权问题

##### 2.4.1 关于版权及部分版权授权的登记管理

除原创性作品外,电子出版物的出版过程中大多存在版权的授权或转让环节,但目前我国尚未建立有关版权或部分版权的授权转让登记制度,使得对版权的监控和对盗版的打击存在一定的欠缺。我国《著作权法》第十条明确规定,著作权包括发表权、复制权、发行权、信息网络传播权等。以现有电子图书来看,既有版权方授权在某种介质上发表,如电子词典、电子图书的出版;也有授权复制和发行,如电子导航地图、数据库的出版等。出版管理部门应当就版权的授权转让行为建立登记备案制度,以明确各方的版权利益。

##### 2.4.2 未通过出版环节进行版权转让

这仍然是一个出版行为的认定问题。例如,某些视听内容原本通过广电媒体或在网络中播出,并未申领出版物的版号;而某些移动阅读(播放)终端的生产厂家,直接向视听内容的制作方购买了版权,打包内置于播放终端中,或当作独立的商品出售。如果将这种行为视为出版行为的话,则首先生产厂家应当具备出版主体资格,其次每段视听内容也应取得出版物的版号。

##### 2.4.3 统一版权标识问题

应当规定以某种方式将各种版权相关信息公布出来。例如,每本电子图书前应当标识作者、出版者、发行者、版权授权登记、相应书号(或电子书号)、定价、出版时间、出版介质、出版格式等信息;而电子词典、电子导航地图或其他移动存储介质出版物,则应在说明书或单独制作的标识卡中体现与版权相关的所有信息。

### 3 电子出版物管理的政策突破途径

综上所述,现有的政策规范已无法满足对于电子出版物的管理。延续原有的纸质、音像、电子、网络出版物的分类管理,已经完全不能适应信息传播技术发展所带来的革命性变化,传统的出版事业管理原则也已远远落后于各类出版产品的

开发与生产。因此,政策上的突破将成为电子出版市场健康发展的必需。

政策突破可以从四个方面展开:一是明确哪些产品属于出版物,哪些行为属于出版行为;二是明确从事出版行为的主体必须具备的资质和准入门槛,尤其是对于特殊内容出版物;三是加紧建立电子出版物标准体系,完善对出版内容的统一身份认证;四是建立完善的出版物版权登记与授权备案制度,并强制要求在所有出版物上明确标示。

随着科学技术的进步,出版物与其他产品的界限会越来越模糊,出版物之间的类别区分也会逐渐淡化,但是以内容版权为核心的出版、生产行为将会一直持续下去。因此,对出版产业来说,加强版权制度的建设将是未来出版管理的核心。

#### 简讯 《百年清华 百年外文》首发式在清华大学举办



2012年4月12日,《百年清华 百年外文》首发式暨清华大学外国语言文学系建系86周年庆祝大会在清华大学大礼堂召开。原系主任吴古华教授、程慕胜教授,原系总支书记李仙根教授、王瑞芝副教授,清华大学研究生副院长何福生教授,清华大学出版社总编辑吴培华等应邀出席了会议。

培华等应邀出席了会议。

《百年清华 百年外文》文集是清华大学外国语言文学系建系85周年时编辑定稿的一部纪念性文集,分“历史回眸”“因为有了他们”“才有了他们”“薪火相传”“系友寻踪”“对根的回忆”“附录”七个部分。文集回顾了清华外文系的历史、组织机构沿革,介绍了清华外文系早期的部分名师,如吴宓、瑞恰慈、王文显和燕卜苏等,总结了各历史时期人才培养和学术科研的情况,还介绍了知名系友撰写的文章或对他们的访谈。

《百年清华 百年外文》主编覃学岚副教授简要介绍了文集编撰的初衷、主要内容及出版经过。程慕胜教授,刘世生教授,文集责任编辑、系友宁有权分别致辞。大会由吕中舌教授主持。

(张昕)