

图书出版面面观

[美] 埃弗里特·E·丹尼斯 (Everette E. Dennis)

[美] 克雷格·L·拉美 (Craig L. LaMay)

[美] 爱德华·皮斯 (Edward Pease) 编

张志强 邢鹏 潘文年 黄卫堂 方舒阳 译

方曦闽 校

多视角地审视图书以及图书出版业。

Publishing Books

图书出版面面观

[美] 埃弗里特·E·丹尼斯 (Everette E. Dennis)

[美] 克雷格·L·拉美 (Craig L. LaMay)

[美] 爱德华·皮斯 (Edward Pease) 编

张志强 邢鹏 潘文年 黄卫堂 方舒阳 译 方曦闽 校



河北教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图书出版面面观 / (美) 埃弗里特·E·丹尼斯,
(美) 克雷格·L·拉美, (美) 爱德华·皮斯编; 张志强等译.
—石家庄: 河北教育出版社, 2005.7
(出版人丛书 / 王亚民主编)
ISBN 7-5434-5649-4

I. 图... II. ①埃... ②克... ③爱... ④张...
III. 图书—出版工作—概况—美国 IV. G239.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 116076 号

版权登记号 冀图登字: 03-2002-046

Publishing Books

Copyright ©1997 By Transaction Publishers

Chinese Simplified Characters edition Copyright ©2002 by Hebei Education Press

Published by agreement with Transaction Publishers through Chinese Connection
Agency, a division of The Yao Enterprises, LLC.

All Rights Reserved.

出 版 河北教育出版社
网址: <http://www.hbep.com>
地址: 石家庄友谊北大街 330 号, 050061
发 行 河北麦田图书有限责任公司
制 版 瑞尔彩色制版有限公司
印 刷 山东新华印刷厂德州厂
开 本 720 × 960 毫米 1/16
印 张 12
字 数 146 千字
印 数 1-3000
版 次 2005 年 7 月第 1 版
印 次 2005 年 7 月第 1 次印刷
统一书号 ISBN 7-5434-5649-4/G · 3810
定 价 25.00 元

版权所有, 翻印必究 法律顾问: 陈志伟

如有印装质量问题请与出版部联系调换 0311-88641271, 88641274

邮购地址: 050061, 石家庄市联盟路 707 号中化大厦 1101 室 麦田书友俱乐部
(0311-87731224 E-mail: wfbooksell@vip.163.com)

编者的话

改革开放二十年来，政治、思想、学术、文化等社会环境的转变，使中国出版业迎来了历史上从未有过的繁荣：产业的发展壮大，内容的丰富多彩，都进一步满足了读者日益增长的文化需求。但在不断前进的同时，我们也看到，出版业也面临从未经历过的考验：从国内情况看，各种民间力量的介入，使出版增添了活力，也使竞争进一步加剧；而更多的压力来自外部。根据中美入世双边协议我国的承诺条款，对出版业最直接的影响体现在图书、音像制品分销权的开放上，但这仅仅是表面的，其中还隐藏着更深层有力的冲击：一旦有了进入渠道，待市场发育成熟后，具有资金、技术、人才和品牌优势的国外出版列强，很可能会以先进的管理理念和成熟的市场运作抢占市场，极大影响出版格局。在不可避免的经济全球化过程中，中国出版业很难再完全独立地存在，它将成为世界传媒产业的一个环节，与各国同业在同一个舞台上竞争。面对时代华纳、贝塔斯曼这些年营业额上百亿美元还在不断地攻城略地的国际传媒巨头，面对全球范围内资本自由流动、资源共享有的状况，中国出版业除了充分认识和发挥本土文化优势与之抗衡外，还必须自发地进行方法、体制的变革和调整。

纵观世界出版和传媒格局，以公益为目的的政府、行业、学术出版和商业出版分界十分清楚：公益出版领域，有基金会或相关机构支持，不以营利为目的；而大多数出版社是商业化运作，作为企业在市场竞争中博得一席之地。这对于我国构建未来的出版格局，也具有启发意义。对于大多数将走向市场化和商业化道路的出版社来说，参考

国际知名出版集团一些先进的市场经验、成熟的技巧和运作模式，无疑是一条学习的捷径。而对于整个行业来讲，中国出版正处于历史的转型期，如何既能适应社会主义市场经济体制的要求，增强作为现代产业的整体实力和竞争能力，又能突出其理想追求和文化积累传承的作用，是我们面临的最重要的问题。要解决这个问题，过去的经验已经不能完全满足新形势的需求，全行业都需要面对明天，重新学习。基于此，我们策划了这套“出版人丛书”。

“出版人丛书”介绍了出版较为发达国家的成功经验。针对我国出版业市场经验相对欠缺的状况，我们更多地从企业管理、商业实践和操作技巧的角度选择了一些书目。丛书涉及到出版的每一个环节：从选题策划、编辑过程的每一个细节（如《我是编辑高手》《成功出版完全指南》等）到书的宣传、营销、发行（如《图书营销》等），从出版社形象塑造到经营管理策略（如《图书出版的艺术与科学》），等等，多个层面对现代国外出版业的运作情况进行立体的审视与扫描。丛书的原作者大都是国外出版界成功人士，有精深的专业知识、多年实践经验和业内教育培训的经历，因而本丛书的实用性、可操作性都很强。对于中国的出版人来说，这是一套能够现学现用的实用性教材。至于译者，我们邀请了国内高校的（如南京大学、北京大学、武汉大学等）出版研究人员，以及在出版界有多年从业经验的专业人士。他们既有扎实的英语功底，又有丰富的出版专业知识。可以说，这些书聚集了业内诸多专家的心血。

在编辑过程中，我们也发现，由于每个国家和地区都有文化和制度上的差异，并不是书中的每一种方法和理念都适用于今天中国的出

版业。好在我们做这套书的目的，并不是要中国的出版人亦步亦趋，全盘照搬，而是希望，通过学习和借鉴，吸收总结全世界出版业发展共通的规律；希望中国的出版人，能够在此基础上举一反三，根据实际情况，进行方法甚至体制上的改革和创新，保证我国出版业的健康发展。如果书中所写能引起大家的思考，打开我们的视野，为转型期中不断摸索的同行提供一些有益的借鉴，那就达到了我们编辑这套书的目的。

目 录

序言 /6

引言 /9

第一篇 行业 /17

从家庭作坊到跨国企业 /18

丹·雷斯

“随着电脑时代黎明的到来,或许阅读图书就像骑马一样,将成为贵族精英文雅和怀旧的娱乐方式。”事实上,图书销售在过去40年里取得了持续增长的业绩。麦格劳-希尔出版公司的前高级副总裁在文中解释了这一现象的原因以及行业中出现的一些戏剧性的变化。

图书,另一个勇敢的新世界 /28

耶利米·卡普兰

展望未来对于那些爱书者来说也许是一件痛苦的事情,比如像麦克米伦出版公司以及西蒙与舒斯特出版公司前总裁,他说他还是喜欢四十年代。“下个世纪的某个时候,”他评论道,“我们将处在一个没有图书的世界,这成为最新的技术在出版中的演进的牺牲品。但不会没有作者和读者。”

第二篇 角色 /31

座谈会：十二种见解 /32

查理·巴保编辑

我们请12位出版业的观察家和从业人员对出版业目前的状况和发展方向给出自己的见解。结果也许并不出人意料。他们的回答集中于那些已经困扰他们多年的问题上——资金、技术、文字质量以及学识,并且暴露出对这一领域必然的一种怀旧的保护性心理。

衰退? 什么在衰退? /46

乔纳森·卡普

一位兰登书屋年轻的编辑争辩说,尽管现在有一些相反的评论,但图书和图书出版并没有陷入很糟糕的境地。“如果有什么问题的话,”他写道,“那是读者的品位出了问题,而不是图书的问题。”

肺腑之声 /54

约翰·P·麦克米尔

“约翰,是因为经济问题吗?”当作者宣布将其在纽约的出版机构移到堪萨斯城后,一位出版业的同事这样问他。全球新闻联合组织董事长,安德鲁斯与麦克米尔公司总裁解释了为何这是他一生中做出的最为聪明的一次决定。

走向成熟的文学经纪人 /61

托马斯·L·伯恩

1993年是美国文学经纪人开始出现的第100个年头。他们曾被认为是“寄生的暴发户”而遭到解雇,而如今,正如一位业内学者所说的那样,经纪人现在成了作者—出版社关系的中心。

走向读者的荆棘之旅 / 70

朱迪思·阿沛波姆

纽约作者咨询公司的一位经理说,出版这一行里的阴谋诡计其实并没有那些新作者们所惧怕的那样复杂。“名不见经传,没有任何辉煌的经历,也没有经纪人。这样的出书方式比人们想像中的要常见得多。”

审查制度——敌人是我们自己 / 78

洁思·D·拉尼尔

北卡罗来纳图书馆协会的前主席认为,尽管对于审查制度的尝试已经不是新鲜事了,但造成的威胁却比以往任何时候要大。“比这些更糟的是,图书馆员们、教育者们以及出版者们为排除威胁而主动对审查做出配合。”

书评的文化生态学 / 86

杰拉尔德·霍华德

一种具有启示性的看法认为,当杂志和报纸的拥有者们认为书评无法给他们带来收益时,书评的末日也就到了。一位诺顿出版公司的编辑(他自己形容自己为书评的“瘾君子”)担心在市场主导的社会里图书及文化的未来。“对报纸和杂志的管理者们,我要说:请尽可能用各种办法来支持优秀的图书评论,因为如果你不那样做,你可能会面临一种你不喜欢的文化。”

曼哈顿地区独立书店巡礼 / 105

诺曼·麦卡菲

“没有哪个城市有足够的书店,但纽约除外。这个写作、出版、评论和图书销售的首都拥有充足的书店。”一位作家、格林威治村的诗人,对曼哈顿一些最受人尊敬和爱戴的图书天堂进行了一次游览。

第三篇 影响 / 117

号外！号外！图书作为新闻的不幸故事！ / 118

卡林·罗马诺

“很久以前，人们就已经懂得了图书的价值。”《费城调查者报》一位有教养的批评家抱怨道：如果图书不再能从报纸上获得数量和质量上的关注，就说明了某种迹象。为何媒体都忽视了图书？因为嫉妒、不安全感、短视和陈旧的新闻价值观。

责任：书籍制造新闻之必需 / 128

菲利普·迈耶

每年，都有一到两本爆料的书问世，即使大多数报纸会拒绝刊登这类不可靠的消息来源，但其声势之大总能成为报纸的头版头条。“现代的图书作者已经变得和孤独的小册子作者一样了。”一位新闻学者和媒体评论家如此说道。

总统先生为什么不能写作？ / 134

约翰·马克斯韦尔·汉密尔顿

“出于非常明显的文学抱负和让图书馆收藏他们著作的热情，现代的美国总统们喜欢写作，这种写作被原苏联领导人称之为‘码字’。”路易斯安那州立大学大众传播学院院长回顾了总统写作的历史，得出结论说，在很久之前文学之光已经在总统们心中闪耀。

书籍让生活变得不同 / 147

戈登·萨拜恩 帕特里夏·萨拜恩

图书可以改变人的生活，并且他们已经改变了人的生活。一位前新闻教育者在用同样的问题访问了1400位美国人之后，这样说道。“书籍就像是维他命。”莱尔·布思·卢斯告诉他们，

“当你走进一家图书馆时，多数情况下你总是本能地选择那些能满足你智力或情感需求的书籍。”

关于书的书——贪欲之神与文艺女神 /157

贝特·鲁斯

图书和图书出版一般已经逃过了批评性的仔细审查。然而最近，当学者和出版业内人士发现，当文化与商业碰撞时就会发生不可避免的冲突。正如一位出版学者说的那样，出版业已经到了一个重要的十字路口，商业大道已经威胁到文化之路的空间。如果商业大道拼命扩张，“结果将是好景不再。”

附录 图书的有关数据统计 /168

查尔斯·巴宝编撰

对于出版业一些关键性数据的调查和近年来畅销书的取样。

译后记 /181

序 言

在电视和网络时代，评论家们不时暗示图书是面临灭绝的媒介。他们根据新电子媒体的普及和无法确证的识字率，担心最值得尊敬的图书——世界上最老、一直延续下来的传播媒体——将面临不可预测的未来。自20世纪20年代以来这种争论就存在着，但图书和图书出版依然存在并且繁荣。

20世纪90年代后期，像两个顶尖的连锁店巴诺（Barnes & Noble）和鲍德斯（Borders）一样巨大的、超级市场式的书店开始出现。他们在城市和郊区建立了巨大的零售商店，并配有咖啡屋、盥洗室、阅读区。虽然他们明显威胁到小型独立书店的生存，但整个图书市场的销售额上升了，而且图书的营销比往常更有闯劲。这说明，在媒体大家庭中，图书依然占有强有力的地位。

图书和图书出版有数个化身：他们是产业，是整个大媒体产业中的一员；他们是一种传播物，就像报纸、杂志一样是一种媒体；他们同时也是一种社会力量，是杂志、报纸、电影、电视节目、在线服务等其他媒介的内容来源。作为一种社会力量，它同时也是新闻、信息和舆论传播的工具，当然它也有娱乐的功能。

图书出版分为两个范畴：消费类图书（如一般图书）和教育与专业图书（如教科书）。整个图书出版业的收入在传媒业中占10%左右，比报纸（19.5%）、电视（20.2%）、电影（12.1%）所占的份额小，但比杂志（9%）、广播（4.3%）所占的份额大。据权威性的

投资公司 Veronis and Suhler 声称：图书出版是“传媒业中增长最快的领域之一”。这或许也是近年来许多大的传媒巨人购买图书出版社的原因之一。

图书当然比仅仅赚钱的行业来的高尚。它是思想的转换者，依然是出版中的权威性媒介。1995年，当高科技巨人比尔·盖茨 (Bill Gates) 决定讲述他的经历时，写了《未来之路》(The Road Ahead) 这本书。图书同样是争论的产物，正如从媒介大王默多克下属的哈泼柯林斯出版公司预付金里奇 (Newt Gingrich) 议长数百万美元撰写回忆录这件事中所了解到的。由于面临争议和利益冲突，这笔生意没能成交。这依然说明了图书的重要性 (有时是利润)。从水门事件到白水门事件或是辛普森 (O.J. Simpson) 案的审判，这些重大的争论经常刺激图书合同和图书选题的产生，有些事件本身就是图书的标题。当美国总统和政府或商业机构中的其他领导人需要讲述他们的经历时，便写在书里，而且这些书通常会获得很高的预付款。或许人们并不知道鲁弗斯·乔特 (Rufus Choate) 说过：“图书是惟一不道德的媒体。”他们将图书看做传播最久、最合适的媒体。

当然，图书涉及作者、编辑、文稿代理人、出版社、书店、公共关系、促销努力等多方面的因素。图书同样带动图书节、电视访谈节目、报纸上的书评版等。有些图书通过商业出版社在国内发行，有些被非营利性的大学出版社等发行到了海外。图书同样遭到盗版以及未经原出版者和作者许可就在国际上出版。近年来，图书又被录制成有声磁带、计算机磁盘、光盘。这些情况说明，图书在利用技术手段满足潜在读者的需求。

这本谈论图书出版过程的书，最早发表在哥伦比亚大学1992年夏天出版的《媒介研究杂志》(Media Studies Journal) 上。这本杂志是由我担任执行主任和总编的媒介研究中心的旗舰式出版物，旗下汇集了出版业从业人员和一些学者与批评家。经历了最初

的圆桌会议和一些研讨会，在我和编辑爱德华·皮斯（Edward Pease）以及此后的编辑克雷格·L·拉美（Craig L. LaMay）的共同努力下，这本杂志开始成型。此后，这两人也到了其他地方工作——拉美到了西北大学，皮斯到了犹他州立大学。含有本书内容的那期杂志迅速畅销并被大众媒体和学术出版物广泛引用，还被一些大学选为教科书，帮助我们减少了库存。由于社会对该书的兴趣和需求，我们仍沿用原书名。我感谢前面提到的两位编辑，同时也感谢《媒介研究杂志》的助理编辑德莉斯勒（Lisa Delisle）。同样要感谢我在哥伦比亚大学时的长期助手多兰（Cate Dolan）和我在弗吉尼亚阿林顿自由论坛的行政助理威尔逊（Stephan Wilson）。

弗朗西斯·培根（Francis Bacon）曾经说过：“书有可浅尝者，有可吞食者，少数则须咀嚼消化。”我希望这本书将刺激对话，并在快速增长的传媒业主要把图书当作商业财产和收入来源，而不总是一种严肃的和独立传播内容的媒介的时代，从而带动图书和图书出版。

埃弗雷特·E·丹尼斯

弗吉尼亚州阿林顿自由论坛大学国际联盟

高级副总裁兼执行主任

1996年10月

引言

聪明的评论者早就评价了图书和图书制作的价值。尤金·菲奇·韦尔 (Eugene Fitch Ware) 在《图书》(The Book) 中写道：“人不能造出比书更长寿的事物。” 贾斯廷·麦卡锡 (Justin M'Carthy) 在《图书制作叙事曲》(A Ballade of Book-Making) 中声称：“批评家对图书制作的挑战和辩护永远没有尽头。” 另外一些人还写了赞美诗给图书。如加里森·克勒 (Garrison Keillor) 赞美道：“图书是伟大而古老的发明。它像乌龟一样慢慢地孵化出来，树木的后代就应该像这样轻巧而有形状。图书是令真理充满激情的完美产物；图书包容了我们的日常生活，帮助我们熬过恶人当道时的悲伤日子；当寂寞的读者打开书本、文字又复活时，帮助我们消磨时间。”

一次又一次看到图书被更现代化的竞争者以及社会不再能阅读或厌恶阅读的可怕预言所威胁，图书——“高档的文化”——在这个技术时代将被淘汰。关于图书将消亡、文学退化的警告已经流行了数十年，但图书仍然存在着，图书出版在媒体大家庭中依然是有前景的重要力量。同时，将图书出版业从媒体行业中区分出来更困难，因为图书出版既是一个独立的实体，又是报纸、杂志、电子媒介王国中的一部分。图书，这个最古老的大众媒体，作为辩论和发展思想的载体，从最初就轻易跨越国家和政治的界限，也最早实现了全球性的存在。作为富有活力的证明，图书出版社被全球性传媒

集团生气勃勃地带到了国际市场上。

图书长期以来一直是其他媒体内容的来源。可以在报纸、杂志上连载，可以改编成电影剧本、电视剧，也可以电子形式出版或制成新闻。在公开的市场上，图书提供娱乐、报道，也诱使我们感动，同时也是那些依靠图书提高智力与专业技能、从幼儿到研究生都需要的最伟大的知识工厂。

与现代媒体市场上的其他角色相比，图书只有适度的经济影响。但它对社会和文化的重要性和持续影响是诱人的和令人向往的，就连最理性的批评家都这么认为。图书，以及图书出版是享有声望的，“写一本书”一直是许多人最想追求和最令人尊重的目标之一，甚至对于那些不喜欢写作的人来说也是如此。我们知道，图书有从文学名著到言情庸俗小说的不同分类。人们在滔滔不绝地谈论图书时，并没有完全意识到图书的多种类型：从一般图书到教科书到工具书，从儿童文学到每年出版的其他类型图书。

图书（还有他们的出版者）一直遭到消亡的威胁。主要通过其书籍才被人们所熟知的加拿大媒介领袖马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan）曾预言“印刷的死亡”，电子媒体在很大程度上是它的继任者。当发行量大的报纸、市场化的期刊、广播、电视、计算机和其他的新技术出现时，图书及其出版者早就听到过类似的言论。直至今，图书仍然存在，一方面由于它具有便携性和持久性；另一方面在于它是传递思想和观念的传统介质。从图书这种媒介产品作为思想和信息传播者的社会影响力来看，没有一种媒介能够像图书一样做到这一点。最近，图书和图书出版受到攻击，不仅是因为它属于即将消亡的媒体，而且是因为过去读者心目中神圣的出版社变成了出版伪劣作品和一味追求利润的机构。出版社已经有了不好的名声，批评家们指责出版社以市场导向作底线导致出版物品质降低，出版社即使没被不读书的状况或竞争者淘汰的话，也要因自身的庸俗品位被抛弃。他们认为，金钱已经毁灭和征服了

文学的缪斯，图书品质处于不合理的下降中。

这本书旨在检查和探讨美国图书和图书出版业的现状和未来。随着全球经济和跨国企业集团的出现，书中所探讨的问题，也适用于其他国家，但美国图书出版业有它自己独特的特点和状况值得进行详细的打量和分析。“书籍整洁的外观粉饰了出版业的混乱状态”，社会学家和出版家欧文·路易斯·豪洛维兹（Irving Louis Horowitz）如是说。这个陈述本身是对我们这些知道和愿意知道更多有关作者及其经纪人、编辑和出版专家、图书出版者和销售等情况的人的嘲弄。对那些在远处看看书的封面，对书的形成和销售过程好奇的人来说，本书是关于现代所有权范例的叙述和图书未来内容的预测。

当书评和文学季刊将图书说成是出版社出版的最好作品时，它们有冒险的精神，因为只有少数角色知道整个故事的真相。“书籍整洁的外观”再一次具有了欺骗性。当大多数出版社位于纽约市周围数英里内时，仍有一些大大小小的出版社在其他地方出现，这要归功于电子出版及城市与乡村校园中的学术出版社的活力。出版业及其产品显示了巨大的适应性，既有小作坊式的出版社，也有属于大传媒集团的出版社。当每年出版的大约5万种图书中的大多数不能获得高回报时，畅销书、明星书却全球知名。不管出版的是一般图书还是教科书，被认为是“值得尊敬”的图书出版业代表着一个国家部分的文化和遗产。但在超市书架上摆放的厚颜无耻的言情作品与废纸般的小说，乃至摆放在成人书店角落里的“不堪入目的色情图书”，却是出版社不值得被尊敬的方面。这些都是出版社的产品。

美国的图书出版在公众心中有多个印象：致力于纯文学出版的小而正直的家庭式出版社；传说中形成一个国家阅读趣味的古老出版社中的了不起的编辑们；所得过低的大学毕业生（这中间大多数是女性）形成图书出版的支柱；甄别成堆的没有分类的手稿；名作者和百万美元的预付稿酬；出版商的午餐；暴露在公共舞台之前最先出