

汉译德国出版词典

Ursula Rautenberg & Ulrich Jörg 编著
曹纬中等 译



中国书籍出版社

汉译德国出版词典

Ursula Rautenberg & Ulrich Jörg 编著
曹纬中等 译



中国书籍出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

汉译德国出版词典 / (德) 劳腾贝格, (德) 约克编著; 曹纬中等译. —北京: 中国书籍出版社, 2009. 9

ISBN 978 - 7 - 5068 - 1942 - 8

I. 汉… II. ①劳…②约…③曹… III. 出版工作—德国—词典
IV. G239.516 - 61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 173919 号

本书由德国瑞克拉姆出版社授权中国书籍出版社独家出版发行中文版
著作权登记号/图字: 01 - 2009 - 5610 号

特约编辑 / 姜晓娟

责任编辑 / 毕 磊

责任印制 / 熊 力 武雅彬

封面设计 / 柏文时代工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址: 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话: (010)52257142(总编室) (010)52257152(发行部)

电子邮箱: chinabp@vip.sina.com

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京京海印刷厂

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 20.75

字 数 / 420 千字

版 次 / 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

定 价 / 38.00 元

版权所有 翻印必究

编纂、审校人员

编著：〔德〕 Ursula Rautenberg Ulrich Jörg

翻译：曹纬中 丁 恺 李 珈 李 瑞 麦韵琳
彭燕艳 殷海涛 赵 腾

审校：Ulrich Jörg 曹纬中



序

本书旨在使中国读者能够对德国图书的研究成果、德国图书的历史与现状以及德国图书经济的情况略窥一斑。本书的基础是《瑞克拉姆图书专业词典》(Reclams Sachlexikon des Buches), 从中挑选出了部分内容。该词典由笔者编纂, 最早在 2003 年初由位于斯图加特的瑞克拉姆出版社(Reclam Verlag)出版。作者和出版社出版该词典的目的在于提供一本使用方便、价廉物美同时知识覆盖面广的参考工具书, 其针对的读者是那些希望案头有一本关于“图书”的小书册的图书贸易行业从业人员, 从事图书专业教育、学习、实习人员以及普通业余爱好者。其令人意外的销售业绩使得在当年就有了再版的需求。该词典的修订版在 2003 年秋天出版。

原版词典中包括 1 600 个词条。它们从生产制造、经济贸易和文化等方面对图书媒体进行了介绍, 内容兼顾了生产技术与贸易、市场与营销、权利与媒体审查, 以及排版与阅读、书写与印刷、图书装帧与插图等。词典中的文章也涉及历史方面, 把对图书发展的介绍从历史过渡并引申到当今。作者都是在相应实践领域的图书学家或专业人员。

本书从该词典中选取了 301 个词条, 对部分词条内容进行了删节, 并根据现实发展作了更新。全书重点在于图书现状和图书经济, 在一些阐述基础性知识的内容中也有意识地对相关历史作了介绍。

本书的主体是专业词典部分。为使读者对按字母排序的单个词条及其之间的联系有更好的理解, 在本书的起始部分编排了两篇概览性介绍文章。其中之一是弗克尔·提特(Volker Titel)撰写的“德国图书市场概览”(Der deutsche Buchmarkt im Überblick), 该文系统地介绍了德国图书市场的情况。另一篇是乌苏拉·劳腾贝格(Ursula Rautenberg)的“图书的历史与现状”(Geschichte und Gegenwart des Buches), 它概略地介绍了德国图书历史发展的基本情况并借助图书使用和图书社会地位的实例阐述了图书的现状。



本书还附有一份精选的专业词汇表和参考书目以补充完善本书内容。参考书目汇总了在文章中提及的参考文献并进一步补充了一些权威著作。其最后更新日期为 2008 年 1 月。

笔者非常高兴本书能够问世。这里要向所有对此作出贡献及帮助的人士表示感谢。首先要提到的是在埃尔朗根—纽伦堡大学图书学专业就读的中国学生，他们是曹纬中、丁恺、李珈、李瑞、麦韵琳、彭燕艳、殷海涛、赵腾。他们在学业之余花了一年半的时间将德语文本译成中文。这项工作绝非易事。因为不仅专业术语的翻译有一定难度，在翻译中还要处理一些由于某些概念和现象在中国图书行业中不存在而没有相应中文专业术语的情况。

乌尔里希·约克 (Ulrich Jörg) 博士以其高度的责任心并凭借中文学术基础对中国学生的翻译初稿从内容正确性和可读性两方面进行了审核，从而使译稿的质量得到不断完善，这里要向他致以特别的感谢。此外曹纬中先生也依据其专业及语言知识在结稿阶段配合约克博士对大部分稿件进行了审校，这里也要感谢他做的重要工作。来自中国郑州航空工业管理学院信息学院的刘焕成教授在埃尔朗根—纽伦堡大学图书学系交流访问期间也对本书中文译稿提出了不少宝贵意见，也向他表示谢意。

另外要感谢的是原版《瑞克拉姆图书专业词典》的版权持有人瑞克拉姆出版社。弗兰克·R·马克思博士很友善地许可了将所选内容译成中文并在中国出版社出版。原文的各位作者也对翻译事项给予了认可，他们是：

Björn Biester: 博士，历史学家（慕尼黑）

Kerstin Emrich: 埃尔朗根—纽伦堡大学图书科学系研究员（埃尔朗根—纽伦堡）

Monika Estermann: 博士，德国图书贸易交易所协会历史委员会委员（法兰克福）

Jochen Goerke: 图书装订工艺专家，聋哑职业学校印刷科技专业教师（埃森）

Peter Lutz: 博士，格斯滕贝格法律协会（慕尼黑）

Rainer Moritz: 博士，霍夫曼·坎佩出版社（汉堡）

Arno Mentzel-Reuters: 博士，德意志历史文献图书馆（慕尼黑），埃尔朗根—纽伦堡大学（埃尔朗根—纽伦堡）编外讲师



Ursula Rautenberg: 教授, 埃尔朗根—纽伦堡大学图书科学系教授 (埃尔朗根—纽伦堡)

Sandra Rühr: 博士, 埃尔朗根—纽伦堡大学图书科学系研究员 (埃尔朗根—纽伦堡)

Volker Titel: 博士, 埃尔朗根—纽伦堡大学图书科学系 (埃尔朗根—纽伦堡)

Dirk Wetzel: 博士, 图书贸易管理硕士 (埃尔朗根)

还要真诚感谢的是将本书纳入出版计划的中国书籍出版社, 同时也藉此机会向长期以来给予我们珍贵支持的中国出版科学研究所副所长辛广伟先生、中国出版科学研究所国际出版研究室副主任姜晓娟女士以及武汉大学出版科学系主任黄先蓉女士表示深深的敬意!

如果本书能够引起中国图书学专业师生、图书出版和贸易从业人士的兴趣的话, 这将对译者和编者最大的奖励。我们希望能够成功地向大家提供一个对德国图书贸易初步的印象和认知的引导。

本书的翻译与原文一样尽量保持学术性语言风格。对于专业术语, 译者参照了相关的德汉词典如《德汉法律经济词典》(杜景林、卢湛编, 法律出版社, 北京, 1997), 其他有关德国图书市场的中文著作如《世界出版业——德国卷》(宋晓红、韩云著, 世界图书出版公司, 北京, 1997) 以及中国图书及出版学或者相关学术领域的专业文献如《出版专业实务》(初级) (中国编辑学会、全国出版专业职业资格考试办公室编, 崇文书局, 武汉, 2007)。

本书的词目表按拼音顺序排列。同一词条不同含义的翻译以分号间隔, 相同含义以逗号间隔。在正文中带下划线的词语可参见相应的词条。若词条词首带括号者均按词条中心词拼音排序。如, 词条“(图书)装帧”划归于拼音首字母“Z”之下, 而非“T”。在正文中提到的机构与协会、图书业及图书馆方面的专业文献(有时连同所属的作者或编者)、学术以及行业期刊和出版社(图书企业), 其名称都同时注明中文和德文。

汉德和德汉专业术语对照表除了包括词典词目以外, 还包含了在本书中出现的图书行业及其他专业术语。该术语对照表分由四个部分组成: 图书行业专业术语、图书经济领域重要的机构和协会、学术及行业专业杂志、法律法规。词目表中的词条及对应的翻译在专业术语对照表中以粗体标明, 相应



词条出现在其他文章中的不同含义的翻译则不予特别标注。

本书的参考文献在书末按照德国参考文献标准格式列出。其基本格式为：“主要责任者姓，名：文献名．出版地．出版年．”有多名主要责任者的，其姓名以“/”号分隔。依据具体情况，文献名后有时会带有册数、版次的说明，出版年后会标明起止页码，有特别说明的会在最末尾括号内标注。例如：“Kapp, Friedrich / Goldfriedrich, Johann: Geschichte des deutschen Buchhandels. 4. Bde. Leipzig 1886 – 1913 [Neubearbeitung s. : Geschichte des Deutschen Buchhandels.] .”其他形式的文献，如报刊文章、作者未知的公开声明、第一手统计资料等文献的标注均在此格式基础上略作变化。每篇文章后均以缩略格式列出该篇文章中所引用的参考文献，其基本格式为“主要责任者姓 出版年”，例如“Estermann 1998”。

由于译者水平有限，错漏之处在所难免，敬请读者指正。

Ursula Rautenberg, Ulrich Jörg

2008 年 3 月

(翻译：曹纬中)



图书的历史与现状

册页形式的图书在西方文化形态中的历史几乎可以追溯到两千年前。公元五至六世纪西罗马帝国衰亡之后，古罗马时代后期的文字传统在中世纪早期得到了传承。该时期的文字和图书文化与拉丁语和教会机构及其修道院继承古罗马传统的书写文化有着密切的联系。在修道院写字房或教会学校内制作的手抄本只供小部分受过拉丁语教育并有阅读能力的阶层阅读，因为直到中世纪高级教育几乎只在神职教育中进行。作为一种天启教和教典宗教，基督教依据圣经而尽可能通过单纯的文字形式流传，以保持其教典的纯净性不受异端邪说的掺杂。中世纪与以神职人员为主的知识界相对的是一种自信的（贵族的）世俗文化，其文化特征与口耳相传的日尔曼传统一脉相承。这种文化在政治上处于统治地位、没有或仅有有限阅读能力的贵族阶级中流传。贵族们通过文书处和宫廷牧师来使用文字和书籍工具。文字文化和对艺术的倡导是宫廷交际生活的一部分。这一情况随着上层阶级中文化教育的普及，特别是随着 13 世纪城市中产阶级的产生而在中世纪晚期发生了变化。以文字形式记录下来的实用性内容越来越多，而不再仅仅是圣经那样的宗教教典，也不再仅仅是神学、科学和文学。一般来说，许多在图书印刷中才产生的流程在 14 世纪就已经明显显露了端倪。图书发展成为了一种符合商业、管理、时代编年和行业专业知识的日常需求的媒体。但同时它继续主要承担着权威的功能，即那些被人们终生阅读的相对少数的教典文章中传递着超越个人的意义，其一再地确认一种固定的、具有强烈基督教色彩的世界观和主流的价值取向。

自从大约 15 世纪可重复使用的活字印刷技术在图书生产中得到应用以来，图书贸易相对中世纪的手抄本贸易而言发生了广泛深远的变化。一个图书版本将是针对一个未知的客户群批量生产，而不再只是应某个委托人的要求进行一册或少数几册图书的制作。图书生产的组织不再仅仅出于满足需求



的目的，而是要唤起需求。近代初期在图书贸易领域发生的结构重组，导致了从事图书生产的企业的专业化和职业化、行业分支的细分以及图书贸易专门交易形式的建立。在印刷图书贸易中大量的同质商品必须尽快在零售贸易中进行销售，而中世纪的图书市场结构对于批量商品来说既不利于其销售，也不利于其市场开发。因此，早期的印刷出版商必须找到一种企业管理模式，使其能利用具有图书仓库的印刷工厂或分部在远程贸易中挖掘整个欧洲市场的潜力。1490年以后产生了独立的图书零售行业（书贩），其商业模式为摊位零售或旅行推销。在法兰克福（美茵河畔）、安特卫普、里昂、威尼斯等地举办的面向全欧洲的商品展销会，同地区性的展销会一样成为图书交易、结算以及同书贩和终端客户接洽的场所。

“出版”（Publizieren）一词很快和“印刷”等同起来：只有被印刷的才算被公开出版。这使媒体监控的效率得到极大的提高，因为监控机构可以利用新的图书贸易中介组织开展工作：近代早期的审查制度基本上是事前或预防性审查（获取印刷许可）。德国在16世纪下半叶建立了针对整个图书行业的国家监控体系，该体系一直保持到1806年神圣罗马帝国解体。图书印刷在社会文化领域与中世纪晚期图书传媒的功能多样化以及对文字产品需求的上升密切相关，因而它可被视为对业已存在的文化和社会需求的量变反应，导致了图书价格中期性的下降并使图书在日常生活中的重要性得以提升。

在15世纪末期和16世纪，图书被赋予了新的媒体功能。当时它先是作为知识存储的载体被应用在日益被视为实用科学的自然科学和工程技术中。图书中的图像，即图书插画，也开始应用到对新知识的描述和学习中。在宗教改革和反宗教改革的运动中，图书和平装书被用于实现反抗和宣传的目的。图书媒介在短期内成为在传统的精英交流层面和狭窄小集团利益之外形成的广泛的社会公众舆论的工具之一。

直到近代早期，约1800年左右发生的“第一次阅读革命”才引起了与图书印刷技术效应相应的图书传媒的结构变化。这一变化并非取决于技术或经济条件，而是以社会和文化方面的变化为基础。在启蒙运动中产生的中产阶级价值观引发了旧社会价值准则体系的变更，这为中世纪和近代早期高度重复性的教典读物阅读向广泛性阅读——主要是对娱乐性读物比如小说的一次性阅读——的过渡创造了条件。随着自信的、反封建的资产阶级的诞



生，书籍读物成为表达资产阶级解放思想的工具。资产阶级通过在启蒙运动中产生的，倾向于实用性的文化理念而区别于封建贵族阶级和第三阶级。宗教读物普及到了小资产阶级和农民阶层中，而新兴资产阶级读者群体则偏爱报纸杂志、专业读物和旅行报道。纯文学、叙事散文以及小说的兴起主要归因于资产阶级的女性读者群体。这种引发情感共鸣的阅读立刻招到了对（主观臆测的）“读书癖”和“读书瘾”的批评。1800年以后，图书不再是世俗的和教会的机关组织进行社会教化的工具。从此，阅读是为了满足各种情感和智力上的、社会性和私人性的需求。在当时的读物类型中，纯消遣性读物、休闲益智性读物同与职业相关的专业性读物以及娱乐性读物并立，这一正在发生的阅读群体的分化决定了一直延续到当今的现代阅读行为的特性。

在19世纪期间，随着学校教育的改善、工人工作时间的缩短、新闻出版规模化以及全民教育的实施而产生了工人图书馆和民众阅读室。这一阅读现代化的过程也开始在底层的市民阶层如工人阶级和小资产阶级中得到发展。1900年前后，在绝大部分的国民中，主要是城市居民里，实现了扫盲：人们称之为“第二次（量变性）阅读革命”。但是想通过图书读物对下层阶级进行政治启蒙而实现社会变革的希望却落空了，因为业余时间的读物仅仅被限制在消遣和娱乐读物上。这一状况最迟在1848年革命失败后也蔓延到了中产阶级中。实现了扫盲的国民能够真正阅读图书的前提，在于由19世纪工业革命所引发的图书生产中的技术革新。在造纸中使用的新原料（木制纤维和化学纸浆取代了布料纸浆）、排版和印刷机械以及工业化装订工艺使生产价廉物美的图书成为可能。

19世纪重要的图书行业改革也为现代德国图书行业奠定了基础，其在组织机构和销售结构方面属于当代世界最有效率的行业之一。早在1825年就在莱比锡成立了第一个作为全德国出版商和书商利益代表的“德国书商交易所协会”。全行业联合起来反对媒体审查制度、出台第一部著作权法在遏制翻印行为的过程中起到了决定性作用。然而图书行业内部的统一性制度化却直到1887年的“克鲁纳改革”以后才得以实现。该次改革最重要的一项决议就是在协会会员中实行统一定价制度，自此以后该制度一直存在于德国图书行业中并在2002年10月1日被写入“图书统一定价法”中。

在19世纪末20世纪初，一个巨大并且极其多样性的图书阅读群体面对



的是机械化排印装订的平民化图书。具有历史讽刺意味的是，在这一时刻图书就已经要同属于规模性媒体的报纸杂志和新兴的影音媒介分享公众的注意力了。这一媒体竞争现象在 20 世纪末随着数字媒体的出现而扩大。

在当今社会上图书处于何种地位呢？一种揭示图书媒体在社会上真实现状的方法是分析媒体使用数据，该数据来源于量化的实际统计调查。最近的一次大型国民阅读行为民意调查始于 2000 年。该项名为“新千年德国阅读行为调查”（Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend, 2001）的研究主要由联邦教育和科研部资助。这里将简单地介绍一下这一代表性研究项目最重要的成果。

该项研究以问卷调查的形式为基础，调查人员带着专门设计的问卷亲自访问了 2 530 名调查对象，此外还按照固定的模式作了 120 个一小时的访谈。选择的受访对象构成了德国国民中具有代表性的一个横断面。1992 年两德统一后马上提取的统计数据可以作为比较性数据而用于分析未来的发展趋势。

从 1992 到 2000 年，德国国民在日常工作日中可自由支配的时间从 4 小时 21 分钟增加到 4 小时 42 分钟。德国人在周日有 8 小时的自由支配时间。受访对象每天或每周多次在可自由支配时间内按下列排序使用媒体：

看电视：97%

看报纸：87%

听广播：85%

看期刊杂志：71%

听 CD、唱片、磁带：27%

非小说类通俗读物或专业类图书阅读：19%

小说、短篇小说、诗歌阅读：14%

电脑上网：14%

电脑单机：13%

录像机：11%

1992 年和 2000 年就图书阅读频率的访问调查结果显示，只有一少部分德国国民每天都读书，更多的德国国民声称自己为不读书的人。2000 年只有 6% 的受访者每天读书，22% 每周阅读图书多次，13% 每周阅读图书一次，10% 每 14 天一次，8% 每月一次，13% 很少阅读图书，28% 从不读书。与



1992 年相比而呈现的阅读频率下降的现象主要发生在 30 岁以下的青少年中。

从图书类别来讲, 2006 年 60% 的受访者阅读文学类图书, 49% 阅读非小说类通俗读物, 45% 阅读指导类图书, 35% 阅读学术类文献, 34% 使用辞典等工具书。自 1992 年以来的趋势分析中, 非小说类通俗读物、专业类图书读物和进修类图书的阅读时间和频率明显上升, 娱乐类读物则基本保持不变。主要阅读计划的调查显示了如下的阅读倾向:

22% 的受访者为了进修而读书。这类读者比较年轻 (20 及 30 岁以下), 男性读者比例稍大于女性。进修型读者多为受教育程度较高的人群。

15% 的受访者为了获取信息而读书。这一类读者包括所有年龄段中受过较高教育的人群, 其中, 男性略多于女性。

14% 的受访者根据一定的主题或是自身的爱好读书, 这一类读者包括了所有年龄段, 男性和女性大致相当, 受过较高教育的读者略多一些。

关于阅读行为到底是增多还是减少了的问题很有意思。根据 4 个指标 (图书阅读频率、每年读过的图书数量、阅读强度和阅读在业余活动中的重要性的自我评价) 可以分为下列阅读类型。2000 年全体国民中有 28% 的人经常阅读, 27% 的人属于平均水平, 20% 的人阅读较少, 28% 的人基本不读书。经常阅读的人群中女性 (31%) 要多于男性 (28%), 年龄超过 50 的人比较少 (24%), 较常见的是高中学历 (59%) 和大学在读 (68%) 的人。经常阅读的读者数量比 1992 年的调查结果 (25%) 提高了 3%; 平均水平的读者数量 (1992: 22%) 上升了 5%。相对的基本不读书的人 (1992: 28%) 和较少阅读的人 (1992: 25%) 数量则下降了。尽管人们必须承认, 较少阅读和基本不阅读的人占了国民总数的 45%, 但令人高兴的是, 阅读强度明显地上升了。虽然经常阅读的读者可自由使用的时间 (每天 311 分钟) 比基本不读书的人 (每天 370 分钟) 要少, 但他们在业余时间中把读书置于较高的优先地位。他们的阅读兴趣很广, 在这一组别中图书没有受到高使用率的电脑的排挤, 而是受到其补充。较少阅读的人只对少数主题感兴趣, 他们在很大程度上使用电视来进行娱乐活动和获取信息。该项研究证实了家庭情况对社会总体阅读行为的重要影响: 如果父母读书的话, 则子女就会成为经常阅读的人。

图书的重要性除了其使用数据以外还表现在其通常的社会意义上。像所



有其他媒体一样，图书具有由个体、社会和文化决定的综合性的社会意义和价值。这来自于对一种媒体的价值和意义的学习认知，同时也来自于日常生活中获取媒体信息的经验，这不仅取决于该种媒体提供了什么信息，还取决于该媒体具有的信息筛选的条件。据此，图书始终享有较高的评价，这不仅是因为它是拥有数百年传统的可靠的信息载体和知识存储媒介（在欧洲，册页形式的图书的广泛使用是在 15 世纪 50 年代欧洲印刷机发明后开始的），也取决于它的媒体特征。媒体特征决定了人们日常使用该种媒体的行为特点和这种媒体在人们心目中的形象。那么，简单来说，究竟图书有哪些最重要的媒体特征呢？

参与图书媒体交流的关键是“阅读”这种文化技术。与观看图像相比，阅读还需要具有对文字含义结构的认知能力。那些不熟练的、未经训练的阅读者会从吃力的阅读中感受到这一事实。这一事实在图书上表现尤其明显，对综合性高难度内容的理解能力属于图书的媒体特征之一。因此，媒体竞争不仅存在于图书和影音媒体之间，也存在于图书和同为印刷媒体的报纸和杂志之间。

图书是一种将读者与外界单独隔离的媒体。只有在少数十分仪式化的情况下图书才会被朗读（例如儿童或者作者朗诵会）。多种媒体的同时使用也是不可行的，因为广播或电视很快会被全神贯注的阅读者当作背景噪音而忽略。阅读时眼睛的高度集中也使得几乎所有的其他活动无法进行。

图书是需要花钱费力获取的媒体。这与图书媒体特有的内容单独性有关，即在图书中语言和图形符号被固定地记录下来。这里第三媒体（译者：指广播电视等）有其优势，尽管它需要相应的接受仪器，但所有传送的内容形式无需花钱费力即可抵达“家里”。这一切决定了图书不仅在读者主观上，而且与其他媒体相比都是一种不轻松的、昂贵和阅读缓慢的媒体。

然而这也保证了图书能够使人类的知识持久流传，因为文字符号被固定在制作具体书本的承载材料中。一次性书写或印刷在图书中词句的失传，只会由文字的消亡或文字载体的毁坏引起而与技术性的循环周期无关，而第三，特别是第四媒体（译者：指媒体数字技术）则为技术循环周期所左右。作为文字的衍生物，图书媒体基本不受空间和时间而只受承载材料的耐久性以及媒体机构生产和传播能力的限制。



图书文化并没有终结的迹象：2007 年德国图书市场也实现了明显的增长。与 2006 年相比，图书和听书在零售书店、百货商场和电子商务等各销售渠道中实现了总共 3.9% 的销售额增长。即便是包含图书式内容的电子媒体形式及其在互联网上的传播在将来也会进一步增长（如布洛克豪斯出版社将其综合性的，具备多媒体属性的《布洛克豪斯百科全书》自 2007 年 4 月 15 日起在互联网上免费发布，其经济来源主要依靠广告），印刷图书仍然保留着它的实物形式。媒体发展历史表明，“旧”媒体不会被“新”媒体所排挤，而是在媒体演变过程中保持存在。因此我们不认同媒体竞争的说法，而认为这是一种媒体互补。在信息社会中，对复杂内容的阅读和理解是使用所有媒体的前提条件：没有这一基本的文化技巧就很难实现对所有媒体的有效使用，因为只有极少数媒体完全没有文字或附属文本的成分。熟练的读者会表现出策略性：他针对具体的信息、知识和娱乐需求会找到适合的媒体。具体选择何种媒体取决于多种因素，但归根结底取决于哪种媒体提供了解决问题的最佳可能。图书始终是其中的一个选项，而且决不是最差的那一种。

作者：Ursula Rautenberg

翻译：曹纬中



德国图书市场概览

1 基本概念

图书贸易作为文化产品的中介环节，涵盖了图书行业中所有从事出版物规划、设计及销售的企业。其中又分为图书出版业和图书发行与零售业。

图书出版业的主体是出版社。它通常从事从组稿直到预备出版阶段的稿件编辑加工工作和采取不同的销售策略将图书打入市场的工作。印刷、装订等具体的图书制造过程则不属于图书贸易的范围。

从事图书发行与零售业的企业从出版社购入图书并继续销售。其中又可分为主要在行业内从事图书商品（除图书外还有挂历、听书和电子图书）中介业务的图书中间商和通过不同商业形式将出版物直接销售给终端客户的图书零售商。

2 历史发展

自古希腊时期产生图书贸易的雏形以来，历史上值得注意的图书贸易的发展与中世纪手抄本文化密切相关。修道院、寺院的图书馆、写字房以及大学（自 13 世纪起）是手抄本交易的主要参与者。大部分的这类交易建立在按需生产的基础上：手抄本一般根据客户的委托而抄写，或者是摹画。也就是说生产出的手抄本总是有确定的买主的。

15 世纪下半叶出现的活字印刷技术从根本上改变了这一情况。从此一本著作可以以较大的印数来生产。这一技术进步同时也带来了两个方面的问题：一方面生产投入增加了，另一方面同一版中的大部分图书在生产的当时并没有确定的买主。正是在这种投机性的、资本密集型的存储式生产兴起之



后，书商们才开始对跨地区、多样性传播一本著作的销售策略有所需要。在图书印刷时代的早期，那些被称为“印刷出版商”的书商是图书贸易的主要参与者，他们以流动贩卖的形式把他们的产品由产地销往外地。

由于销售策略日益重要，与之相联系的出版商的品牌效应及财政功能亦逐渐强化，这导致了16世纪图书贸易行业同印刷业越来越明显的分化。印刷业者从此主要按照出版商的委托进行生产。出版商则同时也作为零售商向终端客户进行销售。这些出版零售商的业务范围是跨地区的，它主要通过有二百多年历史的图书博览会——图书交换贸易来实现：在图书博览会上〔主要是法兰克福（美茵河畔）和莱比锡书展〕书商们用自己的一部分出版物去换取其他书商的图书，然后再同自己的图书一起回到本地区出售。

在18世纪，这一长期实行的贸易原则开始产生动摇，因为不同地区间日益严重的产品供应失衡使得货货交换贸易的实行日渐困难。在新教区，如柏林，特别是莱比锡，随着有启蒙意义的德语作品开始受到关注以及著名作家与出版社日益紧密的联系，使得这些地区出版的图书的需求量整体上明显提高。18世纪中叶，莱比锡地区的书商单方面宣布实行钱货交易，即直接的现金交易取代了货货交换。随后在1788年出台的纽伦堡协议中，人们制订了新的商业原则。该原则使德国图书贸易在随后一段时期内具有鲜明特色。

这一新原则被称为“有条件交易”，其核心思想在于零售商全年皆可向出版商订货，未售出的图书在规定期限内可以退还（退书）。对于德国图书行业结构来说，这一商业惯例的根本性变革主要在以下三方面产生了影响：首先，出版和零售两大经济环节由于货货交换的废除而得以分化独立；其次，图书中间商由于全年性交易往来对中介的需求而在德国图书贸易体系中获得了关键性地位；最后是图书博览会的主要作用从货品交易转变为交易结算。

总的来说，19世纪的德国图书市场呈现了强劲的增长：德国每年出版的新版图书品种从1800年前后不到4 000种跃升至世纪末的20 000种。书业企业的增长更为明显：1800年前后全国只有400多家书店，而到下半世纪在《德语区书业黄页》（Adressbuch für den deutschsprachigen Buchhandel）中收录的企业数目已经达到了10 000家。伴随强劲增长而来的是各种矛盾冲突可能性的增加，人们于是在行业内、外部制订了数量众多的规章制度以对其压