

出版概论

〔英〕斯坦利·昂温著 菲利普·昂温增订

谢琬若 吴仁勇译



Books have played an important role, that cannot be overestimated in human social life. It is an indispensable means of spreading culture, knowledge and information and in helping to promote prosperity and development of the human society. It also plays a role of facilitating the flow of culture between different countries and in enhancing friendship among peoples of the world. The flourishing of book publishing also signals that of science and culture in a country.

中國書藉出版社

出版概论

- [英] 斯坦利·昂温著 菲利浦·昂温增订
- 谢琬若 吴仁勇译

中國書籍出版社

1988 北京

THE TRUTH ABOUT PUBLISHING
SIR STANLEY UNWIN, LL.D.

Eighth Edition, 1982

revised and partly re-written by

PHILIP UNWIN

Academy Chicago

出 版 概 论

[英] 斯坦利·昂温 著

菲利浦·昂温 增订

谢琬若 吴仁勇 译

中国书籍出版社出版
(北京市西城区西绒线胡同甲7号)
北京华新科技印刷厂印刷
新华书店北京发行所发行

开本787×1092毫米 1/32 印张7.75 字数156千

1989年5月第1版 1989年5月第1次印刷

印数1—2500册

书号: ISBN 7—5068—0031—8/G·12 定价3.30元

总 序

DJ32/03

创建具有中国特色的社会主义出版学、编辑学、发行学的拓展性任务，已经具体地落到了当代出版工作者的肩上。这绝非是偶然的，而是我国出版事业历史进程中的一种必然趋势。尤其是近几年来，由于中国出版发行科学研究所以及各地研究机构的相继建立，有关出版发行学术性刊物的纷纷诞生，高等学校图书编辑专业、发行专业的开设，则进一步使我国出版界的学术研究活动空前活跃。尽管目前的研究还处在披荆斩棘的草创阶段，而且会遇到许多难以想象的困难，但是，精诚所至，金石为开，我们深信，我国出版科学理论体系的建造工程终究是会胜利完成的。

应运而生的中国书籍出版社为了推动出版发行科研事业的前进，为了交流学术研究成果，已经出版了《出版知识丛书》，而今又推出《出版知识译丛》，选择介绍国外有关的学术专著和参考资料，这是一件很有意义的事情。尽管其他国家的出版实际与我国不同，但是借他山之石可以攻玉，从中能

够汲取丰富的营养，以开扩我们的视野，丰富我们的思路，不仅对于我国出版界目前正在积极推进的改革事业有好处，而且对我国出版发行科学的理论化和系统化也是有益的。

编辑出版一套有价值的《出版知识译丛》并非易事，希望出版界的有识之士、翻译家们给予热诚支持。

边春光

1988年10月

前 言

图书贸易的秘密公开化后，受到了沉重打击，20年代中叶本书首次问世后不久，才从这种打击中苏醒过来。其时，把《出版概论》当作图书贸易的《圣经》就成为流行之举了。我父亲对此从不加以反对。在两次世界大战之间的年代里，在此传统教科书不断修订的过程中，英国出版商几乎没有一个不是通过本书不断修订的各个版本中所提到的基本法则学会图书贸易的。

但是即使最好的教科书，在50年之后也必将被修改得面目全非。因此虽然这本教科书已经处于《圣经》的地位了（我父亲1968年去世时《概论》仍被普遍认为是出版界的《旧约全书》），它问世时文章的措辞以及当时实践中的某些细节仍使当代读者无法接受，从而使

他们忘掉了本书所论述的基本原则并未改变。

本书早期版本的措辞确实带有专断性质。它显然是为作者们撰写的，而作者们(与其他人)只有完全服从本书提出的意见才能获利，这是显而易见的。这类家长式的说教在今天已不能如以往那样被人接受了，加上历次再版期间，贸易实践中又必然出现的许多小小的调整，这就是我父亲毕生的出版伙伴、我的堂兄弟菲利普·昂温在负责出版我父亲去世后的版本时所遇到的问题。

第八版书采取了折衷办法，希望读者也这样看。这并不是菲利浦试图破坏原作古拙、简洁的韵味，而是某些死板过时的东西事实上的确需要改写。因此原则不变，只在做法上有些变动。尽管在我们动荡的贸易中存在已经发生的和目前正在发生的实际情况，本书仍不失为反映英国图书出版实践最可靠概观的著作。

但是书中的论点在 80 年代的美国会行之有效吗？究竟产生了哪些实质性的变化使斯坦利爵士心目中的《概论》可能行之无效了呢？读者必须对此作出自己的判断。对于我来说，我相信那些行之有效的细节，这是我父亲以其小型自由贸易者保存自己的本能所从事的工作。这些细节显示了某种程度的时代特征，而且总带有以英国为中心的特征。这一情况并未阻止 14 家外国出版商不顾各自贸易传统上的差异显然比美英之间的大得多，而仍将《概论》翻译成其本国文字。这些翻译出版商已经发现，而且美国读者们也会体会到本书是一种哲学与常识间本质性的结合。斯坦利爵士的探讨始终

不让读者忘记出版是商业性质的，同样也不能忘记商业上的苛求绝不能成为借口，宽恕那些经不起最严峻、最公开的道德分析的行为。

事实上，斯坦利爵士写作的时候，计算机时代尚未到来，他还不可能想到要向电子与视听方面转移。当时人们会认为大量刊登广告与大量报道是毫无利益的低级趣味；退货也不成为问题。但宝贵的计算机是一种工具，使用它所达到的目的和办事人员的愿望是一致的。在收音机和电影出现的时代，人们认为它们预示着阅读和图书要让位，就象今天人们认为电视机和家庭录象机威胁到阅读与图书一样。同样“销售实况”也仅是我们时代语言的一种措辞；人们需要通过有力而正直的方式把所生产的东西销售出去，这种情况没有改变，同时，除了运输人员以外，能从今天大规模双道来回交通线上受实际利益的又是谁呢？

在斯坦利爵士时代，英国图书贸易的保护性本能大大超过美国出版商，在某种意义上说今天仍然如此，尽管美国印刷商恪守制造业条文以表明自由市场的优点并非是美国人人信奉的概念。斯坦利爵士受过第一流的经营德文图书贸易的教育，他坚信一种秩序井然的贸易结构，他认为作者与公众可通过自愿维持图书的国内转销价格制度，和通过出版商对各种海外市场情况的全面掌握和明细知识而得到最佳服务（在斯坦利爵士的时代，美国受到来自国内市场法律方面的约束，而对国外市场则不感兴趣）。斯坦利爵士还主张再版多年前的书籍。这一绝妙的主张有如威力巨大的雷神。但近年来，

它对也认为并非新奇即好的美国人已明显地造成更大的困难。

斯坦利爵士主张的图书贸易内在稳定性在过去的10年或20年中受到了严重的损害，这完全不是由于他认为应由图书贸易界自行检查的范围受到了国际、国内法规的侵扰的缘故。我们今日生活中的官僚主义的和无效益的复杂性一定会使他感到震惊和沮丧。读过他著作的某些人可能会认为由于他对法人组织问题很不重视，其看法是老式的，信息是过时的。他（和我）都会非常不同意这种观点，他清楚地看到出版工作是怎么回事，就其工作范围内的情况而言，其基本的经验教训是简单明了的。出版社规模小不仅好，而且会有很高的责任感。无论问题涉及的范围多么宽广，其基本单位总是具体的一本书。任何声称要成为一位书籍出版商的人首先是其作者作品的受托人。为了证明自己值得人家信托，出版商必须了解他业务的各方面情况和各种细节。这就是《出版概论》的理论基础。

雷纳·昂温

1982年7月1日

第八版序言

按照通常的深思熟虑，已故斯坦利·昂温爵士指示在他去世之后，本书的版权应转交三位受托人：他的儿子雷纳（现为乔治·艾伦与昂温公司的董事长）、查尔斯·弗斯和我。我们的职责中有一项是必要时安排文本的修订工作。我们必须授权我们三人中的合适人选负责这项工作。由于我在三位受托人中首先退休，其职责就移交给我来承担。

在准备修订这一本已被公认为图书业方面的经典著作之初，我征求了出版界同事、书商、著作经纪人与作家协会等的意见。我提醒每个人，本书首次写于50年前，尽管上一次修改本已经由作者本人于1960年完成，当时全部事实已有很大改变，本书的结构及措词实际上保持了首次问世以来的原样而没有改变。所

有受到我们咨询的人都赞成保持原样而只作适当的修改。

作者当时的合伙人艾伦与昂温公司认为该书销量不大，而不准备投资出版这本著作，但事实已证明本书是该公司销售最经久不衰的书籍之一。此书被翻译成13种语言^①，在国外与英国一样，为作家们所广泛阅读，而且是出版社经常用以要求新手阅读。作者去世后的第二年，该书销售量在400本以上，在半个世纪中该书的需求量始终稳定，这一点给人留下了难以忘怀的记录。

长期以来被出版界誉为“老祖宗”的斯坦利·昂温，在此书问世时只有42岁。12年后他的出版机构已经站稳，并且获利了，但是那时他缺少的是在所选职业——“书业”中的个人地位，而获得这一地位正是他写此书的目的之一。达到这一目的的速度超过了他最乐观的预测。有许多人为此目的写作，但在1926年以前却没有出版商这么做过。同行的承认来得异常迅速。阿诺德·贝内特写了他从此书“了解到的东西达五百种之多”，乔纳森·凯普则称赞它是“出版商的圣经”，与此同时出版商协会连忙弥补其早些时候拒绝作者入会申请的过错。他不仅受到协会欢迎，而且很快就被选进协会的理事会，并且成为出版商间亲密合作和使协会成为更活跃、更有效率的贸易组织的先锋。

这一切均载于斯坦利爵士的自传《一个出版商的真相》中。

^① 1976年时的统计数字。

《出版概论》第一版问世时的气氛在《导言》的开头几句中就明确地提到了：

“出版商是遭到许多谩骂的人。从数量比例看问题，我怀疑社会中还有哪类人会受到如此多的批评，对其每一缺点会作出如此多的宣扬。对大群黑羊中最黑者之罪用最白的羊的标准来衡量。直到最近细读《作者》杂志的一些专栏时给人留下的印象是：所有出版商在任何时间、任何时机中，完全、仅仅、必然受罪恶目的的驱使。出版商的处境是闻所未闻的……。出版商的工作是不易的，图书出版的整个过程比上代人所经历的要复杂得多。”

写作本书的第二位目的是“去掉出版的神秘感”，向作者解释事情怎样进行，在他们把手稿委托给出版商的受稿人之后，或在那个时代更可能是交给办事员之后，又发生什么事情；首先要与作者面对面地叙述出版商的情况。许多维多利亚时代的出版商，曾经不是毫无原因地受到某些作者的粗暴对待，但是也存在另一方面的情况。道理并不都在作者一方，出版商肯定也有他的情况，而斯坦利·昂温则决定将这些公之于众，毫不迟疑地透露经济事实和数字，这些在当时是被看作不能讲出来的。本书的重要成果之一是使人更好地了解出版商的处境及多数书是出版商在狭隘经济极限的情况下出版的。

作为一个高度评价自己所从事的职业的人，尤其是作为一位贫困青年，他利用在德国当学徒时的部分时间，过细地掌握了出版实践的每一细节，而又乐于将它们详细地讲给他人

听。这里把一切都讲得很细致。有些人可能认为出版的技术性与医学或工程学相比是简单的，然而却被不必要地复杂化了。作者有自己的观点，时不时地透露出来，显示了出版的复杂性，但是再复杂，也不过表示作者乐意运用其异常活跃的头脑罢了。然而，愿意不厌其烦地按斯坦利爵士所讲述的每一个事实及其历史情况去做的读者会获得出版方面的真知卓见，这类知识不论对作者还是对初出茅庐的出版商都是十分珍贵的。作者会事先对许多与出版商的手续不可分割的奇特而又看来不合理的过程有所准备，而初出茅庐者则能避开过去许多毫无经验的出版商所碰到的礁石。

纵观全局，本书主要以出版商作为个人，站在投资于此、由自己作主、作出所有主要决定的立场上而写出来的。而今天多数可能成为出版商的人阅读此书时，不见得处于这种地位，他们更可能作为晚辈开始在一家已站稳的出版社中工作。必须认识到，一家大型出版社在很大程度上，是由许多小出版商集合而成的组织。各有关的个人可能叫做编辑或负责人，他们可能是董事或合伙人，但每个人对这里的基本思想应有一定的基础知识。虽然现代青年出版商将毫无疑问地以某种形式控制财务，他们基本上是为本身利益奋斗的“出版商”，其成功全靠选择原稿时作出正确的判断，得到并保持作家的信任，并且能管好以低廉的价格生产、销售其出版物。

在这些活动中会遇到斯坦利所描写的经常是十分平凡的每一个细节。尽管当代图书的主题与其青年时代有极大的区

别（且不说图书的价格），但他的原则还是和以往一样适用。

许多人会说任何教科书无论写得怎么好，20年后，也要重新写过，因为主题的背景与环境都会发生根本变化。初看起来，在70年代的社会经济趋势下，本书应设法更新，重写每一章节。然而，假如这样做，就会牺牲原书的一些精华与风格，牺牲作家朝气蓬勃、乐观向上、鼓动力极强的个性，也会牺牲不受任何人的怀疑所影响的自信心，以及其笔触的正确性和表达的清晰度。

他的语调象无所不知的老师，严格而慈祥，他对所有准备深入研究这一主题的人提供有用的学问。因此我们想最好尽可能维持原书的结构不变，补充必要的新材料，而尽量删节已经无用的东西。许多部分已经改写，在许多地方，用加方括弧的办法插进了编者的注释。最后一章在于总括过去15年的变化，并设法对出版远景作一简洁的展望。

首先我要感谢我的堂兄弟雷纳对重新修订的文本作了仔细的审阅，感谢他建设性的批评与建议，也要感谢我多年的同事，查尔斯·弗思，感谢罗纳德·埃姆斯，他们对有关“生产”的各章提供了有价值的帮助。我也衷心地感谢作家协会的菲利普·马可利什小姐和维克托·博纳姆·卡特的建议，并向出版商协会的罗纳德·巴克和马丁·巴拉德致谢。

菲利普·昂温

译者的话

本书于1926年出版，书名《出版实况》。作者为斯坦利·昂温（1884—1968）。写作本书的原来意图是使作家们了解出版的业务情况，但不久即受到英国出版界的广泛重视，曾多次再版。50年代英女王晋封斯坦利为爵士，以表彰其对英国出版界所作的贡献（包括本书在内）。

从第二版到1960年第七版，都由斯坦利本人根据出版界的发展情况加以修订，其第七版修订得更多。第八版有两个版本，一个是英国版，1976年英国乔治·艾伦与昂温有限公司出版，只用斯坦利名义，虽然其时斯坦利已去世，是由其侄子菲利浦修订，并补写了最后一章的。另一个是美国版，1982年出版，写明“由菲利浦·昂温修订并作部分改写”。可能由于

此书被誉为“出版业的圣经”，修订人尽量保存其原样，而将自己增订部分放在方括弧内以示区别，最后一章也说明是后补的。这1982版实际是最新版本，也是本译本的母本。

本书在世界出版界享有一定声誉，有14个国家出过本国文字的译本。日文版根据书的实质，改名为《出版概论》，我们这个译本，也采用这个名称。由于很多情况不一定适用于我国出版界，而且进入计算机时代后，许多工作起了一定的变化，今后的变化可能会更大，但是作为外国出版业的经典著作，对我们了解国外出版情况，还是会有一定的参考价值的。

目 录

前 言	1—4
第八版序言	5—9
译 者 的 话	10—11
1	第一章 收到稿件
8	第二章 估算
17	第三章 书价和生产过剩
27	第四章 协议
53	第五章 生产
91	第六章 国内市场
114	第七章 出口市场
129	第八章 广告和宣传
150	第九章 版权和“各种权利”
181	第十章 出版业务的其他方面
201	第十一章 作为职业的出版业
210	第十二章 后记：1960~1975