

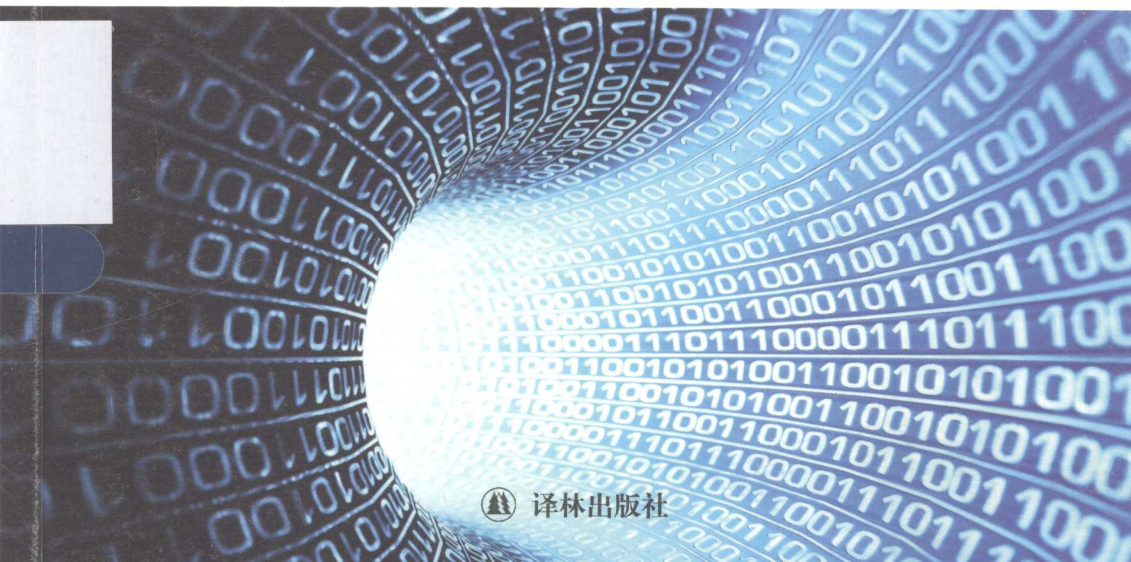
凤凰出版研究译丛

数字时代的图书

Books in the
Digital Age

[英国] 约翰·B. 汤普森 著
John B. Thompson

张志强 等译



译林出版社

014033960

G23
15



凤凰出版研究译丛
周斌 张志强 主编

数字时代的图书

Books in the
Digital Age

[英国] 约翰·B. 汤普森 著

张志强 郝彬彬 姜成松 周一苗
蔡子聪 刘备 陈颖 肖超 张玲 译

何平 姚小菲 郭晶 校



G23/15



北航

C1722273



译林出版社

图书在版编目(CIP)数据

数字时代的图书 / (英) 汤普森 (Thompson, J. B.) 著; 张志强等译.
—南京: 译林出版社, 2014. 3
(凤凰出版研究译丛 / 周斌, 张志强主编)
书名原文: Books in the Digital Age
ISBN 978-7-5447-3642-8

I. ①数… II. ①汤… ②张… III. ①图书出版-研究 IV. ①G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 012907 号

Books in the Digital Age (1st edition) by John B. Thompson
Copyright © 2005 by John B. Thompson
This edition is published by arrangement with Polity Press Ltd., Cambridge
Simplified Chinese edition copyright © 2014 by Yilin Press, Ltd
All rights reserved.
著作权合同登记号 图字:10-2007-286号

本书由北京出版产业与文化研究基地资助出版;同时感谢教育部新世纪人才支持计划、江苏省 333 工程人才培养计划、国家社科基金、江苏省教育厅青蓝工程科技创新团队等项目对本书出版的支持。

书 名 数字时代的图书
作 者 [英国]约翰·B. 汤普森
译 者 张志强等
责任编辑 宋 畅
特约编辑 于伊莎
原文出版 Polity Press, 2005
出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司
译林出版社
出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼, 邮编: 210009
电子邮箱 yilin@yilin.com
出版社网址 <http://www.yilin.com>
经 销 凤凰出版传媒股份有限公司
刷 南通印刷总厂有限公司
开 本 718×1000 毫米 1/16
印 张 32.25
插 页 2
字 数 498 千
版 次 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5447-3642-8
定 价 68.00 元

译林版图书若有印装错误可向出版社调换
(电话: 025-83658316)

主编序

作为中国出版传媒业领军企业,凤凰出版传媒集团一直坚持挺拔主业、多元化发展,努力将自己打造成创新型文化领军企业,努力成为全国出版与文化产业重要的战略投资者,成为享誉世界的出版企业。

翻译出版西方的学术著作,一直是凤凰出版传媒集团的重要工作之一;如在学术界享有声誉的《人文与社会译丛》、《海外中国研究丛书》等,已成为凤凰出版传媒集团的出版品牌。但在已出版的一些译著类丛书中,还没有涉及出版业的选题。

作为知识传承重要中介的出版业,近年来其组织形态、运作方式发生了较大的变化,尤其是数字技术的发展,正在重塑出版业。传统的以纸质图书为主的出版业正面临着数字出版的严峻挑战。欧美等西方发达国家的出版业,在长期的市场经济中积累了丰富的经验,在信息技术方面,这些国家也一直领先于我国,它们最先感受到了数字化技术对出版业的挑战。选择国外优秀的出版研究著作译成中文出版,不但能加深我们对西方出版业的了解,还能从中获得它们的经验与教训,从而帮助、推动我国出版业的快速发展,在我国从出版大国向出版强国的转变中,做出我们微薄的贡献。这就是《凤凰出版研究译丛》的起源。

他山之石,可以攻玉。期待上述译著能对我国出版业的发展提供一定的指导,也期待能有更多的国外优秀出版研究著作纳入到本译丛中出版。

周斌 张志强

2012年12月30日

序 言

20世纪90年代后期,我开始对弄清楚创意产业中不可缺少的重要部分——图书出版业所发生的变化感兴趣。让我感到惊讶的是,书籍在我们社会和文化生活中无处不在(同时,对我们这些在学院工作的人而言,又是我们作为教师和研究者工作时必不可少的一部分),而我们对这个行业目前的组织和它的变化却所知甚少。数字革命激起(而且还在不断激起)对书籍未来的思考——尤其是关于书籍是否有未来——但只有很少的知识涉及这个多半被认为是理所当然的行业里实际上正在发生的事情。

正是基于这一背景,2000年夏天,我试图更为系统地了解英语世界的图书出版业。这本有关书的书是一项花了我之后整整三年时间的研究成果。我要向英国经济和社会研究委员会表示感谢,它们慷慨的资助使我的研究得以成为可能。我同样要感谢我剑桥大学的同事,他们准许我离开两年,使我可以全身心地投入这项研究。我的研究助理阿里斯·梅卡托(Alisi Mekatoa)在收集数据方面非常有策略,同时收集了被使用于不同章节中的有关资料,我非常感谢她的帮助。我同样要感谢阿维尔·西蒙兹(Avril Symonds),他以坚韧不拔的毅力和良好的幽默感为我整理记录了一大堆录音磁带,也要感谢特别仔细地编辑本书的安·波尼(Ann Bone),以及政体出版社中的其他人,Gill Motley, Sue Pope, Neil de Cort, Andrea Drugan, Emma Longstaff, Reitha Pattison, Breffni O'Connor and Marianne Rutter,他们帮助掌控了本书的整个出版过程。最重要的是,我要感谢过去几年里出版业中乐意并慷慨地抽出的时间和我分享了他们的行业知识和对行业认识的许多人。他们中的某些人,还非常大方地同意审阅本书的早期初稿,并给予了大量的评论。为了保护他们的隐私,这些人在书中是匿名的,但书中的一些见解和思想属于他们。他们理应得到本书出版后获得的声誉,而我则独自承担书中所存在任何错误的责任。

汤普森于剑桥大学

引 言

五百多年来,书籍一直都是现代文化的重要特征,是教育和学术所依赖的基础。如果没有以书籍为形式一代代保存、传播、传承下来的资源财富,很难想象西方文化乃至当今世界文明将会是怎样的。但最近几年,却涌现这样的猜想,那就是我们熟知并重视的这个五百多年的文化是否有消失的可能。今天,图书出版业正在经历一场变革,其变化之深刻就如谷腾堡开始用传统的螺旋压印机来生产印刷文本那样。这个变革的动因之一是由数字化引领的科技革命,还没有人能准确知道这个革命将会在图书出版领域怎样演绎。尽管以书的形式被包装起来的内容还是会以各种方式传播,但仍有很多人在思考:印刷书籍是否将会重蹈黑胶唱片的覆辙,最后变成收藏家的藏品,成为已逝岁月的古怪遗物呢?书籍会继续作为重要的形式存在于以电脑、电视为普遍文化形态的世界中吗?这种普遍文化形态所培养的认知方面的态度和习惯,是与阅读一部加长文本所需的耐心大不相同的。有太多关于出版商的传统角色是否会在这个变革中存活下来的猜测,因为无法理解为什么出版商还有必要存在于一个文化产品能够直接用因特网传播的世界中,就像著名的史蒂芬·金将他的小说《骑弹飞行》在网上传播那样。如果消费者能从网上其他资源得到想要的免费(或非常便宜)的内容,那么他们为什么要向出版商提供的内容支付额外的费用呢?

在20世纪90年代这个群情激奋的时代,有关书籍未来的猜想普遍存在。有些评论家宣称他们发现了西方文化中发生的深刻变动,其中之一就是由电子传播所导致的印刷世界的衰弱和暗淡。^①在印刷业内,各种顾问和自诩的专家正预测即将发生的书籍的消亡,并力劝出版商重新改造来适应这个电子时代的到来。但随着新年的到来,人们不久便明白关于书籍未来的猜测被误导了。到2001年底,曾经被预测的“电子书革命”并未到来——它开始看起来像那些失败的科技革命中的一个,但不管怎样,它的发展肯定是被延缓

^① 例如,见 Sven Birkets, *The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in an Electronic Age* (London: Faber & Farber, 1994)。

了——并且互联网泡沫开始破裂,投入到各种网络在线试验中的数百万美元 2 成为泡影。现在没有人严肃地讨论在面临电子书的冲击时即将到来的图书的消亡了。在 20 世纪 90 年代大量投资并试验电子出版的出版商正在细数他们的损失并关闭这些部门。希望赶上电子出版新潮的第三方玩家正努力寻找新的收入来源。尽管电子书革命进程明显放缓,书籍出版业仍然正经历一个深刻、混乱的变化过程。电子书吸引了新闻工作者和其他喜欢讲述引人注目故事和推测文明终点的人的注意,但真正出版的变革正在别处发生。

因此,今天在改变图书出版业的关键因素是哪些?毫无疑问,技术是一个重要的角色,但它不是全部。行业也在经历社会与经济方面的重要转变,而只有将出版业的数字革命放到更宽广的领域,我们才能够理解它真正的意义。自 20 世纪 70 年代起,图书出版业便成为大量的企业合并和并购的焦点,如今行业中一些部门的所有权与管理的结构几乎与四五十年前的出版界没有一点相似之处。现在,很多从事国际和全球竞争的大企业集团在出版界行使着权力,很多独立出版商在这些公司的庇护下不断增加。曾经的“绅士出版商”,他们依赖自身养成的对图书质量和品位的判断来决定出版哪本书或出版哪个作家的书,他们不太在乎成本、销售额等世俗之事。现在看来,这些“绅士出版商”似乎已经不是这个时代的人物了。

如同出版业一些部门的情况一样,图书零售部门也已改头换面。服务本地的独立书店没有消亡,反而随着零售连锁店的兴起找到了自己得以维持的方式。从 20 世纪 80 年代起,零售连锁店的剧烈扩张改变了市场的渠道,也改变了出版商与书商之间力量的平衡。现在出版商越来越少地依赖个人和分散在全国的书商,越来越多地依靠大型连锁店集中买家的重要决策。与此同时,实体书店被由数字革命所创造的零售连锁店这个新玩家所替代,那就是在线书店。像亚马逊这样的在线书店的兴起,为出版商打开了一个通向市场的新渠道,也在一定程度上帮助抵消了独立书店的衰败,但它也给图书贸易注入了新的因素,这不仅打乱了传统图书行业,并给零售业带来了更多的变量。

关于图书出版界是怎样处理这个混乱变革过程的,我们仍然没有一个清晰详细的答案。像现代行业的所有部门一样,图书出版业制造了一个自身健康状况的经常性系列报告^①——这种“制度自反性”是现代社会的独特标 3

^① 例如,见 Vista Computer Services 资助的 Mark Bide, Mike Shatzkin 等人的系列研究在参考文献中以 Vista 1995, 1996, 1997, 1998, 1999 列出。

志。^① 偶尔图书出版业作为其他行业的一部分被研究,这些研究关注商业组织是怎样处理经济、科技的变革的。^② 此外,图书出版业足够大,也足够重要,能引起政府的关注,政府还时不时地委托人撰写这个行业和其竞争状况的报告。^③ 但是,最近很少有人尝试系统研究现代图书出版业,并探究这个行业的特定部门和公司在最近几年是怎样变化的。有大量从谷腾堡时代到19和20世纪的出版史和图书史的学术作品^④,以及大量重新叙述特定公司历史的作品,但是在学术研究领域,当代世界的图书出版总体而言被忽视了。为什么会产生这种忽视呢?

毫无疑问,在一定程度上,这归因于人们所形容的“视听的诱惑”:对于那些对当代传媒和文化产业感兴趣的学者而言,视听领域更散发着特殊的诱惑。与电影、电视业,或那些新科技和互联网等新生业态相比,图书出版业看起来更像是古老的,回归到过去的东西,它一点也不像个未来的行业。这种观点是错误的。出版本身就是一个重要的产业——例如在英国,2000年出版业总销售额(包括所有领域,报纸、杂志和图书期刊)是1,837亿英镑,其中图书和期刊占了1/4;出版业的销售额比药品行业多出很多,药品行业只有1,203亿英镑。^⑤ 而且,出版业加固了现代文化中许多领域的基础,也是传媒、文化产业等其他领域主要的内容来源,包括电影和电视。视听领域和高科技工业也许该散发更多的光芒,但以忽视出版业为代价后聚焦于这些领域则确实是目光短浅。

虽然出版业与传媒、文化产业的其他领域相比,受到的关注很少,但它还没有被学术研究者所完全忽视。有关现代图书出版业的详细分析是科塞、卡

① 见 Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity* (Cambridge: Polity, 1990), pp. 36ff.

② 见 Andrew Pettigrew and Richard Whipp, *Managing Change for Competitive Success* (Oxford: Blackwell, 1991)。

③ 一个最近的例子是英国贸工部委托的研究报告: *Publishing in the Knowledge Economy: Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector* (London: DTI and UK Publishing Media, 2002)。

④ 例如,见 Elizabeth L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Culture Transformations in Early-Modern Europe*, vols 1 and 2 (Cambridge: Cambridge University Press, 1979); Robert Darnton, *The Business of Enlightenment: A Publishing History of the Encyclopedia, 1775—1800* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979); Roger Chartier, *The Order of Books: Readers, Authors and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries* (Cambridge: Polity, 1993); Adrian Johns, *The Nature of the Book: Print and Knowledge in the Making* (Chicago: University of Chicago Press, 1998)。

⑤ *Publishing in the Knowledge Economy*, pp. 3—4.

杜欣和鲍威尔的经典研究。^①这是有关美国图书出版的现状研究,范围从纽约的大众书商(或公众感兴趣的东西)到大学出版社。科塞和他的合作者在编辑决策制定上给予了特别的关注,也用到了“把关人”这个概念来分析出版过程:出版商被看作是“把关人”,他们凭借其组织的地位决定哪些书提供给公众,哪些书要从中去除。这是社会科学研究中的一个典范,向局外人揭示了出版业的运作方式。对局外人来说,这个世界原本是神秘的。然而,尽管非常有洞察力,科塞和他的合作人的工作不再令人满意——原因众多,我主要谈两个。

第一,把关人的概念不足以描述编辑和出版商的选择行为。假设有作者排队通过门,而把关人的任务就是决定谁能通过,谁不能。这种模式是许多年前出版业情况的精准再现,但它和现在大多数出版公司编辑的角色已没有多少相似之处。当然,他们还有这样一些工作——每个出版公司都被提交的建议和潜在作者及代理寄来的出版计划和手稿所淹没,许多编辑确实花费了些时间来处理。但大多图书出版公司,也就是人们所知的“烂泥潭”,只会觉得心烦意乱,而不会依此制订出严格的出版计划。大多数编辑——当然现在大多数成功的编辑——的表现要比把关人概念所揭示的更积极主动。他们积极与他们想要出版的图书和作者交谈,他们积极地走出去,努力向他们约稿。当然,编辑们被动或积极的程度因个体、公司、行业领域的不同而不同。但是即便在那些编辑看起来像二三十年前把关人角色的领域,也越来越不是那回事了。现在,编辑们知道他们的工作越来越多地取决于与各种未来畅销书作者和图书签约的能力,在面对其他编辑想签约同样的作者和图书的竞争时,他们不得不这样做。那种编辑轻松地站在门口,决定哪项计划能通过的观念与今天大多数编辑所处的压力大、竞争激烈的境地越来越偏离。

第二,科塞和他的合作者的作品之所以价值有限,是因为它已经过时了。这个研究始于20世纪70年代晚期,在最近改变了20世纪80和90年代出版业形态的合并、并购大潮之前,在数字革命发生之前。在他们的研究开始后的20年中,出版业发生了巨大变化,出版业不同领域所面对的重要问题已和20世纪70年代前大不一样了。图书市场在很多方面发生了巨大变化,出版业也变得日益全球化(这对于所有工作在英语语言环境中的出版商而言,都是一个特别重要的因素),数字革命也改变了出版业的许多方面。科塞和他的合

^① Lewis A. Coser, Charles Kadushin and Walter W. Powell, *Books: The Culture and Commerce of Publishing* (New York: Basic Books, 1982).

作者的研究在那时候是有开创性的,但它没能对21世纪初的出版业给出一个令人满意的评价。

在更近的几年中,大西洋两岸有一些学者和评论者,他们收集图书出版业的资料,观察市场走向,提出有用的观点,分析行业中的一些领域。^①但最近几年图书出版业最深入的评论来自出版商。安德烈·希夫林(André Schiffrin)当了美国大众出版社潘塞恩(Pantheon)30年的总经理,1989年在与兰登书屋新的拥有者争吵之后,他引领了潘塞恩一股巨大的辞职潮[潘塞恩于1961年被兰登书屋所购,1966年由RCA所购的兰登书屋1980年又被卖给了传媒集团S. I. 纽豪斯(S. I. Newhouse)]。安德烈·希夫林在1990年又找到了一个小型独立出版社新出版社(The New Press)。在《出版业》(*The Business of Books*)一书中,希夫林对当前的大集团时代作出了重要和深刻的反思——希夫林认为这个时代编辑的判断越来越被会计和股东利益至上的标准所取代,这个时代文化的质量和文学的美感因市场份额而牺牲。希夫林写道:“现在书籍仅仅成为大众传媒世界的附庸,它提供轻松的娱乐和慰藉,让读者觉得这些是这个世界上所能得到的最好的享受。其结果就是,在自由社会中对思想传播的严格控制超乎任何人的想象。”^②希夫林在独立小出版商和非盈利书店的工作中看到一些希望,即书籍所滋养的文化不会被完全消灭,但他很清楚在这个并购的时代,这些小公司的命运根本没有保证。

另一部从不同角度出发,但主题十分相似的宏大著作由杰森·爱泼斯坦(Jason Epstein)所著。他曾多年担任兰登书屋的主编,是美国大众出版业中最知名的编辑之一。在《图书业》(*Book Business*)一书中,爱泼斯坦描述了大集团和零售连锁店的兴起,他说道,这些推动着出版业朝着与它本性相冲突的方向发展,因为图书出版业本质上是一个家庭手工业;它本质上是以编辑的忠诚和判断,以及大众不可预知的品位为特征的一门技艺,一种职业。它不是那种适合于协同合作的高投资回报买卖——“一个处在工业化企业集团中的家庭

^① 例如,见 Peter J. Curwen, *The UK Publishing Industry* (Oxford: Pergamon, 1981); Peter J. Curwen, *The World Book Industry* (London: Euromonitor, 1986); Albert N. Greco, *The Book Communicating Idea: The Politics of Scholarly Publishing*, 2nd edn (New Brunswick, N. J.: Transaction, 1991); Eric de Bellaigue, *British Book Publishing as a Business since the 1960s: Selected Essays* (London: British Library, 2004)。

^② André Schiffrin, *The Business of Books: How International Conglomerates Took Over Publishing and Changes the Way We Read* (London: Verso, 2000), p. 152.

手工业没有什么意义。”^①所以,行业中逐步增多的集中化一定会损坏出版业,并且会使公司主管们失望。但爱泼斯坦对未来充满乐观。他总结道,新技术和因特网的兴起能够使出版业再一次成为多样化和自主经营的家庭手工业,能够为网络“绿色地球村”的读者创造并传播内容,能够避开统治现代书业的大型出版集团和超级书店。

希夫林和爱泼斯坦都是很有思想的评论者,他们在美国出版业腹地长时间工作的经历,让他们有独特的优势去审视最近的历史和现在的问题,但他们的观点与他们各自的经历和职业轨迹交织在一起。在变革的迷雾中,他们关于行业的评论并非面面俱到、不偏不倚,也没有像他们所声称的那样:是批判性的记事录。这些都是他们个人的观点,有些评论也甚为武断——文风优雅,轶闻丰富,带有怀旧的色彩——从两个主要参与者的特殊角度来看待这个行业,用自己的话语来记叙这个复杂、混乱的出版界。他们将自己的话语成功记叙下来,并富于表现力地描述出来,这些出色的记叙是对他们作为天才出版家和作者的称赞,但这并不能改变本质上偏颇的事实。爱泼斯坦对于新技术所引领的出版未来的前景,有着强烈的愿望。

所以,我们怎样用更系统的评论来表述今天不断变化的图书出版业的结构呢?要开始这个问题,就有必要看到,“图书出版业”是一个复杂多样的领域,这里有不同种类的图书出版,有不同种类的图书和市场。如果将它们看作一个整体就会产生误导。像希夫林和爱泼斯坦这样的评论家主要是在写大众出版,他们所说的很多都适用于英国、法国、德国和其他地方的大众出版。但是,他们对出版业其他相关领域进行的评论,如学术或教材出版,就没有那么清晰了。所以“图书出版业”的通用概念一定是失败的。那我们应该怎么做呢?

一方面,我们要引入出版领域的概念:图书出版界能被定义为一系列的出版领域。然后我们继续假设每个领域都有其各自特点和动力,每个领域都有与其他领域所不同的历史。在出版业工作的人常会融入到这些领域中的一个,对其他领域却知之甚少。出版界就像一系列的游戏,每一个都有自己的规则,像象棋、跳棋和“大富翁”:你也许非常精通一个游戏,但对其他的你什么也不知道,从不曾玩过或从没感兴趣过。所以,如果我们要理解出版界,知道它是怎么演变的,我们就要专注不同的出版领域,努力重建每个领域与众不同

^① Jason Epstein, *Book Business: Publishing Past, Present, and Future* (New York: W. W. Norton, 2001), p. 8.

的性质和动力。

那么,什么是领域?领域就是一个社会阶层结构化的空间;它是一个资源、权力和它所连带的竞争和奖励的结构化空间。^①市场是领域重要的一部分,但领域又不仅仅只是市场:它们的构成也包括代理商、行业组织和它们之间的关系,销售网络和供应链,以一定方式分布的不同种类和数量的权利和资源,具体的活动和各种形式的竞争等。我想要展示的是每个领域都有一个与众不同的动力——我将它简单地称作“领域的逻辑”——这是特定力量与压力的结果,它塑造了特定机构和组织的活动。领域的逻辑解释了在什么条件下代理商和组织能够参与到领域中,并促进或延缓领域的发展——也就是说,它揭示了在什么条件下它们能够参与到游戏中。但这个逻辑也会有意想不到的后果,它能将不同的代理商和组织推向冲突,就像我们能够看到的那样。

出版领域有很多种,从一般的大众出版到很多更专业的领域——学术出版领域、高校教材出版领域、儿童图书出版领域、艺术绘画出版领域等。每一个都有它独特的特点和动力。当然,这些领域很大程度上有所重叠,它们之间的界限也常常模糊,这个景象又被许多独立的出版公司同时在多领域进行经营活动搞得更复杂。然而,就像我努力所展示的,每个领域都有它所特有的属性和竞争的形式,即使一个特别的出版公司会同时经营几个领域,它们也不会用同样的方式经营这些领域。大多数出版商都意识到如果他们要在不同领域内都取得成功,就得变成每个领域的专家:他们知道不能用大众出版的原则应用于高校教科书出版领域并希望取得成功。因而,经营着多个领域的大型出版公司更倾向于在内部将公司区别开来,这些公司建立专门的部门来积累知识、技能和特长,以便在特定领域中进行有力的竞争。出版公司间的相互竞争只发生在具体领域的背景下,因为只有具体领域的背景中,他们才能与那些寻求获取同样内容或销售相同种类图书的公司展开竞争。

将出版领域从其他与该领域以各种方式相关的社会领域中区别出来,也是十分重要的。例如,不考虑这个领域与高等教育领域(包括大学图书馆界)之间的关系,就不能明白学术出版或学术专著出版。这些领域是不相同的,它们有着不同的社会和制度特点,但它们通过相互的依赖性被联系在一起。所以高校教科书出版领域也是一样:这是个除非某人考虑到它与高等教育领域间的关系,否则就不能够真正了解的领域。而高等教育领域提供了教材出版

^① 这个观点从法国社会学家皮埃尔·布迪厄的著作中借鉴而来,更多的细节在第二章有详细解释。

商(作者通常是高校所聘用的学者)主要的内容来源,提供了由他们编写的内容市场(就形式上讲,是在高等教育机构求学的学生)。对于教科书出版、专业出版、艺术绘画图书出版等而言也是一样的:所有这些出版领域和其他它们所依赖,并在某种程度上依赖于它们的社会领域相关联。虽然相互依存,但这些领域也被不同的利益和逻辑所塑造和控制。例如,高等教育领域有它自身的结构和限制,并有它自身的回报与成功机制,这些与盛行于学术或教科书出版领域的情况不一样。所以,虽然领域间通过相互依存紧密联系在一起,它们也被不同的逻辑所控制,这些逻辑能产生张力、误解和冲突。 8

我们只能通过理解具体的出版领域是怎么运作的以及它们是怎样与社会其他领域相联系的来了解出版界,同时我们也能看到最近几年一些更广泛的发展影响了出版界。有些发展在某些领域中要比在其他领域更有意义,而在各个领域都有一些意义重大的发展,它们得以显现的具体方式通常被领域中独特的性质所塑造。那么,这些更广泛的发展是什么?以下是四种十分重要的发展方式,将要在以后的章节中特别讲述。

(1)资源的逐步集中 在许多出版领域,合并与收购引发了掌控在大公司手中的权力和资源的逐步集中。这个过程通过不同的方式进行,在不同的领域程度不同——而不是一个用相同方式并在相同程度上塑造了所有出版领域的统一进程。集中或“大集团化”已经被明确视为大众出版、教育出版和专业出版等领域的标志;它并没有特别出现在学术出版或学术专著出版领域,部分是因为在学术出版领域中大学出版社的独特角色。被大集团所掌控的出版资源的逐步集中尤其影响了像希夫林和爱泼斯坦这样的评论家,他们所说的也都是正确的——这是根本性的发展方式。但他们对于这种现象的分析很大程度上来源于他们自己的经历,并主要(虽然不是惟独)关注大众出版领域。在其他领域所展现的方式和行业其他部门的发展其实是希夫林和爱泼斯坦没有解释的问题。

(2)市场和市场渠道结构的变化 和资源的逐步集中同等重要的是市场和渠道结构的变化。市场变化的方式在每个领域中都很大不同——特定领域的发展通常是非常具体的。但这种变化在有些方面更是共通的,并能够影响很多领域。其中一个方面就是零售业结构的变化,如美国的巴恩斯 & 诺伯(Barnes & Noble)与鲍德斯(Borders),英国的WH史密斯(WH Smith)书店和瓦特斯通书店/迪龙斯(Waterstone's / Dillons)零售连锁店的繁荣兴起。零售连锁店的兴起从根本上改变了图书销售的性质,也改变了出版商与图书

销售者之间力量的平衡；它也加剧了退货的问题，退货通常是出版业库存管理方面不确定性的主要来源。另一个市场结构变化的普遍因素是网络零售商或者电子商务零售商的兴起，像亚马逊在线、巴诺书店旗下的网上书店等。网络零售开启了市场的新渠道，这个市场是以前所没有的，在出版业（如学术出版）的某些领域，这刺激了再版书的销售，而这些书是相对较小的专家圈子所感兴趣的。但网络零售也给图书贸易引入了一系列全新的不确定性，其中之一是网络零售商自身的财政不稳定性。

(3) 市场和出版公司的全球化 出版大集团的增长、零售连锁店的兴起和网络零售的出现都对市场和出版公司的全球化做出了贡献。大集团都有跨国经营的背景，许多公司越来越将国外市场看作扩张的途径。即便是小型的出版公司也在日益增长的全球市场中找到他们的经营方式——在这个市场中，书籍数据可以在世界任何地方在线获得。出版界的全球化进程已与英语作为全球语言的事实深深联系在一起，这个进程在每个国家、每个领域、每个公司中所扮演的角色各不相同。没有什么比设想出版领域或其他重要领域的全球化是一个平稳统一的过程更能误导人了。相反，当你仔细看实际中所发生的，你会发现不同公司和领域被全球化影响的方式的广泛多样性，反过来又影响了全球化的发展。在日益发展的全球市场中，一家英国中型学术出版商所面对的机遇和挑战与一家小型的丹麦出版商所面对的千差万别。但即便在非英语语言环境中工作的出版商也发现他们的经营环境在发生改变，部分源于英语统治地位的提高和越来越多的理念、作者和内容的国际流通的结果。

(4) 新科技的影响 正如我已指出的，数字革命代表了出版业一支主要的变革动力。在一定层面上，新科技对出版业的影响与新科技对工业其他部门的影响没有什么区别：数字化和计算机化的出版公司将他们的系统转型为信息管理，并使这些系统更加高效、全面和现代化。书籍被制造出来的方式，从排版和设计到印刷，再到库存和供应的管理，也有巨大改变。但因为到最后，出版行当的内容是数字化的资产，所以精确地讲，出版业数字化的影响并不仅仅如此。从这个方面看，出版业跟音乐行业等其他传媒业更相似，而不是与那些关心物质生产有关的行业，如汽车和冰箱等行业相似。诚然，印本书是物质形式，但数字革命使出版商越来越关注这样的事实：他们资产的构成不仅仅是满仓库的书，还有那些体现于书中的内容。正是内容，决定着他们能对内容做什么的版权控制，某种意义上才是他们重要的资产，而不是书籍本身。当然，物质形式的书籍并不是不重要——毕竟，它们是出版商的内容在市场中

实现和交换的重要方式,也是收入的重要来源。这样的情况存在了几个世纪,对大多数领域的大多数出版商而言都是如此,现在仍是如此。但它并不意味着物质形式的书籍仍将长久保持在出版领域中占支配性传播媒介的地位。全球化对出版出版界的冲击,部分在于出版商怎样认识所约稿的内容可以被数字化形式操控和存储,以及他们是怎么经历——有时成功,有时失败——内容以其他形式实现并传播,而非以有封面的印刷图书的形式。正如我们所看到的,这其中有些经验很清楚,其他却仍处在不确定的迷雾中,想要知道情况最后将如何,我们还有很长的路要走。

在探索最近几十年的发展是如何转变出版界的方式时,我没有尝试提供一个全面的评价。鉴于出版业的规模和复杂性,任何全面的尝试都不可避免地会呈现一定程度的肤浅;相反,我关注两个相互关联的出版领域,它们与高等教育领域密切相关——一个是学术出版或学术专著出版领域,另一个是高校教科书出版领域(或我们所称的“高等教育出版”)。首先,这些领域更容易被出版业的评论者所忽视,因为它们与大众出版相比不那么耀眼。大众出版界和畅销书、知名作者更容易被希夫林和爱泼斯坦这样的评论家所关注,并且时而能吸引新闻界的目光。学术和高校教材出版很少被关注,更不用提在备受瞩目的出版业评论中深度分析它们了。然而,学术和高校教材出版占据了每年图书产量的可观部分(英国每年三分之一新书大概就是此类);教育出版总体上(包括中小学校和高校教材)占了图书总体销售的巨大份额(在美国,中小学校和高校教材合计占了书籍销售总额的三分之一还多)。而且,学术和高校教材出版在很多方面要胜过大众出版,成为最近影响出版业的主导力量,也成了新科技进行更深层次试验的地方(期刊出版和教辅出版业也是如此)。

但还有一个学术和高校出版领域应该受到比目前更多关注的原因:这些领域在一定程度上是整个高等教育大厦所依赖的基础。学术出版——大学出版社和大众学术出版商——向来是使学者们的研究成果得以出版并与其他学者交流的主要途径之一,对于那些有兴趣从事严肃学术工作的学生和读者也是如此。从传统意义上讲,学术出版是学术传播的一个重要机制,是高质量内容的主要提供者,是现代社会中知识讨论的驱动力之一。同样,高等教育中整个教育体系多年来更是依赖各种各样可以被推荐和指定作为课程阅读材料的教科书。如果没有书让学生们读,那么高等教育会走向何方?如果学者们不 11

出版他们的研究成果,也没有书来进行讨论,那么又将会怎样?高等教育的两个方面,即教学和研究,在很大程度上依赖学术和高等教育出版的高产出,但对于那些献身于高等教育的人而言,他们对自身的工作(一定程度上是他们的职业或谋生手段)所依赖的行业知之甚少。

并不只有大学在很多方面都依赖于出版业:学术出版商的产出也对公共讨论和争论领域有着重大贡献。我们不能低估书籍在帮助培育判断力和广博的文化方面的重要性,这对我们所称的充满生气的公共领域也是非常重要的。^① 书籍轻而易举地提供了一个个体可以获取的,能够对社会和政治问题发表不间断、有深度的分析和评论的媒介——这些分析和评论能充实和刺激其他媒体中的辩论。当然,不只是学术出版商能够提供这类书籍:很多大众出版商也认为自己能向大众读者提供严肃的非小说类作品。但是,因为大众出版越来越关注,并更多地转向于出版那些有可能获取高额销售,并可以对销售情况作准确预期的作者和图书,因此,学术出版商在出版公共领域高质量内容的任务在加重。学术出版商能够用更长远的眼光看问题,对销售的期盼更小;他们没必要去关注投资的快速回报。因此,至少在理论上,他们有更多的自由去出版对公共讨论有贡献的高质量书籍,即使贡献的真正价值只有在以后才能变得清晰。在2001年“9·11”恐怖袭击的创伤后,大学出版社出版的图书突然成为畅销书,这些书提供给读者有关这个事件的历史背景和深度分析,从而让公共讨论变得更加充实——如,安格斯·格莱斯比的《双子塔》(*Twin Towers*) (罗格斯大学出版社,1999,11),艾哈迈德·拉斯德的《塔利班》(*Taliban*) (耶鲁大学出版社,2000,4,虽然最初是由英国的I. B. 陶里斯出版社所出版)和伯纳德·刘易斯的《错在哪里?》(*What Went Wrong*) (牛津大学出版社,2002,1)。当出版业的发展让大众出版商出版那些不能立即获利的严肃非虚构类书籍变得困难时,学术出版商创造高质量的内容储备以备不时之需就变得比其他任何时候都重要。

学术和高等教育出版领域对高等教育和更广的公共领域都是十分重要的,但这些领域正在发生什么?它们是兴盛还是衰弱?还是处在崩溃边缘?我们对这些教育文化所依赖的领域又了解多少呢?了解对这些领域造成改变的力量和因素吗?如果这些行业从根基上崩溃或改变,我们的教育和公共文化将会怎样?这些是我要尝试回答的问题——至少提供一些我们所需要的背

^① 见 Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, tr. Thomas Burger with Frederick Lawrence (Cambridge: Polity, 1989)。

景材料,前提是我们想要理性和全面地回答这些问题。

形成这个研究的基础调查历时 2000 年到 2003 年三年的时间,调查仅限于学术和高等教育出版;也仅限于英语语言出版中,具体来说,是英美两国的出版业(更多有关研究方法的细节可以在附录中找到)。这个研究聚焦于学术和高等教育出版,这里所用的方式——基于逻辑分析和出版领域发展分析的理念——同样能够正确适用于出版业的其他部门。

这个研究分为四部分。第一部分是关于将出版当做一项商业的概论性问题——是什么样的商业活动,是怎么组织的,出版供应链怎样工作等。同时引入了出版领域的概念,并更深入地考察了出版领域总的属性。第一部分用一章进行了总结,这一章以更多细节探索了自 20 世纪 80 年代起出版业一些标志性的广泛趋势和发展。

第二部分聚焦学术出版和学术专著出版领域。学术出版的属性被学术出版所服务的领域和服务于学术出版的领域之间的关系所定义。在这样的背景下,接着我又尝试揭示 20 世纪 70 年代晚期到 20 世纪 80 年代早期推动这个领域变革的重要动力。最近二三十年中,是什么主要因素使得这个领域发生改变?这个领域内的出版组织是怎么应对这些变革的?21 世纪之初,这些改变又会将学术出版带到何处?

第三部分提供了对高校教材出版领域——或者我更喜欢将它称为高等教育出版领域的相似性分析。最近二三十年,这个领域是怎样变化的?如今又是怎样变化的?这些变化的驱动力是什么?这些变化对今天高等教育出版属性的启示又是什么——更广泛地说,对那些可用的和未来可用的出版内容,以及对高等教育领域教与学的目的而言,有何启示?

第四部分关注出版界中数字革命的影响。我从区分影响的不同等级开始,考察了包括科技、市场和书籍内容的形式之间的关系等更宽泛的问题。接着,我考察了自 20 世纪 90 年代中期起,学术和高等教育出版领域所出现的各种电子出版试验,并试图提供一个对它们的初步判断——说初步是因为很多试验尚在进行中。在最后一章,我尝试表明,无论这些试验命运如何,出版界数字化的影响已十分深刻并不可逆转,因为它已开启了另一个变革——一个安静地隐藏于多数新闻评论家的观察之下的变革——它正在改变并将继续改变出版业的最基本属性,以及我们称之为图书生命周期的东西。