



引領學術出版規範的芝加哥大學出版社－ 大學出版社系列報導之四

P33-29

國家圖書館閱覽組

周淑珍

歷史沿革

芝加哥大學出版社（University of Chicago Press，以下簡稱UCP）是北美規模最大的大學出版社，它與母機構芝加哥大學於1892年同時成立。但早在1891年時，已開始發行期刊及圖書。其主要的功能是經由圖書和期刊，廣泛地創作與傳播包括母機構的成員以及其他相關領域學者的學術研究的成果，不僅可成為大學的公共關係部門，並且能為知識學習者提供良好的服務。除此之外，它受命經營印刷工廠，用以印刷和發行大學相關的文獻資料，例如：學校課程的目錄（catalogus of courses），以及經營大學書店等。它也為新成立的大學圖書館和研究室提供購書的服務（注1）。

William Rainey Harper是芝加哥大學的首任校長，於1891年創立UCP，他始終認為出版是大學不可或缺的面向，藉著出版學術書刊可進一步將大學學術研究人員的影響力延伸至全世界（注2）。Harper認為必須在三個部門底下籌備大學業務，其中之一就是大學出版業務（University Publication Work），包括印刷和出版正式的目錄（official catalogue）、具科學特色的文章和期刊，以及大學教師撰寫或編輯的書籍等；藉由和其他出版商彼此交換相類似的資料以徵集出版品；為大學社群和圖書館購買圖書資料。（注3）。Harper始終給予UCP其個人的關注

與管理，但這並非全然為大學出版社的優點（注4）。

由於獲得John D. Rockefeller捐贈的基金，於1902年，新大樓落成於Ellis Avenue上，以因應大學出版社多樣化的業務（出版、印刷、銷售／交換、購買等）；為慶祝芝加哥大學十週年慶的一系列專書也創始於此時，有益於UCP吸引全世界的注目，不過這些圖書雖然令人印象深刻，卻不暢銷，因此出版這些書的成本損失使大學出版社陷入財務危機。但是校長Harper依然堅信大學出版社存在的價值，因為沒有任何其它系列的科學刊物在範圍上如此廣博、如此重要，且可以為其他學術性機構與私人企業所收錄（注5）。

然而1903年是一個轉折點，芝加哥大學董事會同意贊助UCP每年的書刊製作的成本，並捐贈14萬美元的基金。即使如此，在1917年，董事會仍被迫增加大學出版社的投資成本。而當時（1900－1919）管理UCP的主管Newman Miller認為大學出版社應該建立在穩固的財務基礎上（注6），並為UCP奠定可信賴的經營方式。由於大學出版社採購圖書的業務，不只包括芝加哥大學書店，同時也為許多大學的其它部門，主要為研究室購書，因此Miller為降低人事與經費，便終止為其它研究室購書的事務，使UCP能夠專職於印刷、出版與銷售書刊的業務。

早期，UCP的功能為印刷與出版由大學教師所籌劃與編輯的圖書。1905年，校長



Harper 極力主張廢除這種劃地自限的作法，鼓勵主動向校外的學者專家徵集合宜的書籍。

1919 年，董事會試圖重整 UCP，首先便是將書店從出版社獨立出來；UCP 成立大學出版委員會（Board of University Publications），由全校教師（faculty）組成，由 Harper 擔任主席，主導策劃學術研究的傳播，以決定出版社的編輯政策與繼續出版手稿。

直至 1931 年，UCP 的商業性事務仍掌控於董事會之手，負責出版社的管理與營運。後來由於經濟不景氣的緣故，於 1955 年終止對於 UCP 的補助，藉由限制 UCP 的圖書與期刊出版的工作，以減少人員的配置，採取的措施包括：削價出售庫存書，以減少庫存量；投遞直接郵件給某些特殊讀者；某些過於專門、艱澀難懂的書，列為非必要出版品；有些則以平裝書出版。這些策略很快便使得財務收支達到平衡，其中部分原因是福特基金會（Ford Foundation）對於印刷成本的補助，使得 UCP 能有盈餘回饋芝加哥大學，彌補其早期對於大學出版社的投資（注 7）。

組織與經營概況

UCP 底下由出版、印刷、採購和行銷等部門所組成，所有的運作設有一位主管負責管理一般行政（注 8）。

- 一、採購編輯部門底下依學科分工，涵蓋人文學科及自然與社會科學。
- 二、手稿編輯部門。
- 三、行銷部門底下依不同職責分工：1. 負責有關行銷的財務工作；2. 銷售代表（可分為紐約地區、中西部、東岸地區、西岸地區）；3. 國際銷售業務和網路行銷；4. 推銷；5. 廣告業務；6. 展示會。
- 四、設計和製作部門。
- 五、期刊部門：已出版 50 多種期刊，並設立網站（<http://www.journal.uchicago.edu>）。設有出版、電子出版、資訊系統、行銷、廣告、銷售、原稿主編（Chief Manuscript Editor）、訂閱服務等單位。

六、商業辦公室和倉儲（Business Office and Warehouse）

設有 1. 主要的財務人員；2. 出版社、期刊部門會計師；3. 讀者服務；4. 管理資訊系統員；5. 版稅負責人；6. 倉儲行銷主任。

七、資訊系統部門

Paula Barker Duffy 接替 Morris Philipson，於 2000 年 8 月正式接掌 UCP 的主管，Duffy 擁有哈佛大學企業管理碩士學位，之前為 Free Press 的發行人，為該出版社大幅增加營利所得（注 9）。而 Morris Philipson 則於 1967 年被指派為 UCP 的主管，在他任期內，發揮許多創意幫助 UCP 從小規模的營運，成長至一個擁有 261 種圖書，50 種期刊，以及高達 4 千萬美元的銷售額的出版商。這些成就使得 Philipson 獲得 2000 年的 Curtis Benjamin Award for Creative Publishing（注 10）。

UCP 的規模並不足以完全顯現出其特色，從 1956 年開始，其自給自足的經營方式，以及長達 33 年以來，在主管 Morris Philipson 的帶領下，有不少傑出的表現。因為深刻體認到期刊對於學術研究的重要性，自 1956 年以後，努力創辦新期刊；遊說已發行的期刊交由 UCP 發行；並容許每一卷期增加額外的頁數、招攬更多的廣告以增加盈餘等措施（注 11）。因此使得該出版社贏得 1981 年 PW's Carey-Thomas Award for Creative Publishing 的榮譽。Philipson 則以 1982 年獲得 PEN America Center's Publisher Citation 為榮，因為他向來樂於從事多項冒險計畫，以維護學術研究之最高水準為職志。並將海外所出版並且具發展性的作品翻譯成英文後再行出版，對於此項費用將轉稼於第一次印刷的成本上，提出一個簡易的解決之道，也就是微幅地提高該出版社所出版全部圖書的售價，藉以分攤翻譯外文的成本（注 12）。

出版特色

一、出版方針

UCP 出版的刊物類型有圖書與期刊。主題



範圍涵蓋社會科學、科學以及人文與藝術，不包括小說、詩集（poetry）或傳統教科書（coventional textbooks）。

另有特殊的書籍版本（imprints）：Phoenix Books（一般平裝本）、Midway Reprints（低印量平裝再版書）。

UCP 的出版方針主要是為專家學者及一般社會大眾出版學術性的圖書；對於主動提供的書籍，必須具有學術性才接受（注 13）。大部分的期刊都經過同儕評閱過程，為讀者提供一個可信賴的學術性作品（注 14）。稿源除了大學本身的研究人員，也包括其他相關領域學者的學術研究的成果（注 15）。

二、電子或網路出版概況

除了紙本式資料，可選擇的形式另有光碟（CD-ROM）、磁片（diskette）兩種（注 16）。UCP 出版的期刊，約有 40 種，包括法律、人文學科、科學、社會科學等主題，可經由網路提供電子全文，許多期刊提供讀者最近 5 年的 PDF 電子檔格式，也可獲得紙本式的期刊內容（注 17）。

大學出版社也開始數位先導計畫。UCP 接受來自 Andrew W. Mellon 基金會 1 千 5 百萬美元的捐贈，用以設立芝加哥數位發行中心（Chicago Digital Distribution Center，簡稱 CDDC）。CDDC 包含一個短期的數位出版中心以及一項名為 BiblioVault 的計畫，Biblio Vault 是將舊書與新書以數位形式儲存的電子寄存計畫，包括各個合作的大學出版社（Notre Dame、Ohio、Ohio State、Wisconsin、Alabama、Iowa、Minnesota、Northwestern、Tennessee、Temple 等大學）的出版品。不僅有助於短期出版品的管理，允許少量的圖書印行，而且也可經由線上查尋獲得此出版品，為大學出版社的出版品提供更佳的取用性，其目的是希望提升圖書的銷售量，且指引讀者有那些書可在圖書館找到。

UCP 所屬的商業發展部門的主管，目前同時負責 CDDC 計畫的 Mary Summerfield 表示，

除了將補助金用於轉換庫存書為數位形式外，其餘的經費將用來發展軟體，可提供大學出版社管理者一個有效益的經營管理工具（注 18）。Mellon 基金會對於 CDDC 發展一種對研究人員與出版商皆有利的智慧財產管理系統深表支持。

UCP 的主管 Duffy 表示，CDDC 的成立能夠結合各大學出版社，使用新科技，為專家學者與圖書館提供絕版的書籍，確實支援學術社群的研究與教學。芝加哥大學圖書館館長 Martin Runkle 對於 CDDC 計畫為使用者創造一種可接受的圖書傳遞系統，以獲得有價值的資料，感到欣慰。芝加哥大學出版社向來為學術出版的領導先鋒，該項創新的成果，代表的正是不斷為學術社群與讀者提供高品質的知識作品（注 19）。

三、得獎或代表性圖書

UCP 早期出版許多的暢銷書，目前依然受大眾歡迎，例如：《The Complete Bible: An American Translation》，有關聖經方面的研究也是該出版社的優勢之一；1899 年出版的 John Dewey 著的 *School and Society*，為一部對於文化發展深具影響力的作品。（注 20）。

教科書系列起源於 1900 年，1930 年代出版平裝本教科書，主要著重於自然科學、醫學和生物學等方面，以滿足芝加哥大學師生的需求，並無其它的市場銷路；由於普及性教育思潮之推展，融入芝加哥大學的教科書中，不但可服務本校的師生，也可推薦給有興趣的民眾作為休閒性的讀物。目前少數仍在印行並且使用的教科書有：《Animals without Backbones》、《Down to Earth》等。1939 年以後已轉變為以營利為主的出版品。Phoenix 書籍也已發行 3 百多種，一年可賣出一百多萬冊。1956 年，UCP 決定從事大規模量產出版平裝書的計畫，例如：Midway Reprints，主要是將庫存書重新印刷，再以平價嘉惠學生（注 21）。

1943 年出版的 *A Dictionary of American English on Historical Principles*，為 UCP 贏得



Carey-Thomas Award for Creative Publishing；與1948年出版的 *University of Chicago Spanish Dictionary*，投資於這兩本字典的編纂頗具價值，因為這兩項編纂計畫並沒有獲得任何補助，卻是質量俱佳的學術性著作，也為UCP帶來可觀的利潤；同為1948年出版的 *A Greek-English Lexicon of the New Testament and Other Early Christian Literature*，更進一步提升UCP在詞典編纂上的成就。再值得一提的是 *University of Chicago Spanish Dictionary* 才於今年（2002年）9月出版第15版，強調新穎性，亦即將語言與文化結合，確實掌握當代重要的詞彙；範圍上著重於英文與西班牙文兩種語言，字詞解釋明確，適合各種對象使用，因而使該本字典成為字典中的權威（注22）。

1951年上任的主管 Morton Grodzin 認為凡具想像力與活力的學者，便能做好出版的工作。其延續前一任主管 William T. Couch 的採購編輯政策，並致力解決有關大學期刊的赤字問題。此一時期最著名的書籍為 *Atoms in the Family*；以及有關公共事務的書，例如 *American Diplomacy 1900 - 1950*。除了回歸傳統的編輯政策，採納校內教師所寫的書刊之外，同時也向外延伸至其它的機構，*The Correspondence of Edmund Burke* 便是與劍橋大學合作的成果。

於1993年出版的 *The Chicago Manual of Style*，目前最新版本為14版，自1906年開始便樹立一套編輯標準，對於標點符號、外國語言、索引、排版的用法有嚴密的規定，為作家、編輯者、校對者、索引者、與出版者提供一致性、系統性的指導方針（注23）。歷經一世紀的不斷更新，該手冊已成為出版業具權威性的代表作，預計2002年出版新版。

14版是一完全修訂與更新的版本，在格式、用法、以及術語上有很重要的改變，其特點為容易使用，有豐富的範例。在經過長久的持續編輯與修訂，14版的主要的改變

分為兩方面。

首先，使編輯標準更具系統性、反映當代的用法，並且更容易使用。關於引用方面的修訂，在詞類與標點符號的改變有詳細的描述；在名稱和術語的章節中，發展為包括國籍、種族的論述；外語方面，有一個現代以色列語的部分；針對複合字、字首與字尾的拼寫原則以表格列出。

再者，最完整的修訂是關於文獻著錄（documentation）的部分，主要陳述於15章與16章，15章為人文學科部分，16章則是自然科學與社會科學所偏好的作者—年代（author-date）格式。註腳與書目個別被討論，並有許多引用資料的例子，從中世紀的文獻以至電腦程式，以及引用電腦資料庫、網路資源、與其它電子文件等。

至於其它的改變則強調出版方面的發展趨勢，包括排版、設計、印刷、與裝訂的新科技，以及出版的責任將轉移至個人電腦時代的作者與編者身上。對於首次且為自行出版的作者，也有一些關於書籍外觀，諸如封套、封面，以及如何展現國際標準書號（ISBN）號碼與條碼等新資訊。為因應現今的法律、工作業務上的需要，重新修改版權與授權的部分，對於「合理使用」有較多的解釋說明（注24）。

Kate L. Turabian 所編寫的 *A Manual for Writers of Term Papers, Theses, and Dissertation* 為 *The Chicago Manual of Style* 的簡版，主要作為學生撰寫研究報告、論文時參考的資料（注25）。

行銷策略

Newman Miller 為吸引起書商和圖書館館員對UCP的圖書產生興趣，因此採取下列措施：1.在 *Publisher's Weekly* 刊登廣告；2.編纂圖書目錄，並收錄於 *Publishers' Trade List Annual* 中；3.在美國東西岸建立銷售代理商和圖書庫存的場所（depository）；4.與國外大學或企業簽定契約以代理英國、德國、日



本、中歐與中國等國家的大學出版社之書刊；5.與英國劍橋大學出版社建立密切的聯繫。不過由於缺乏人員與經費，以致於這些努力變得毫無成效。

強調動態的（dynamic）出版計畫是 Donald P. Bean's 持續不斷努力的成果，以改善大學出版社圖書的銷售量與降低成本，最傑出的一項計畫是他於 1934 年與商業教科書和商業出版公司達成一項合作協議，將 UCP 所編輯與出版的圖書，交由商業機構促銷與發行。不僅增加大學出版社的收益，而且其目的在於將每一本為讀者所寫的書，儘可能地送達到讀者手上，這對於大學出版社而言是一種特殊的責任與挑戰。Bean 使 UCP 成為全國圖書出版商協會（National Association of Book Publishers）的會員之一，為美國大學出版社協會（Association of American University Presses）的前身（注 26）。

現在 UCP 在網路上建立屬於他們自己的網站（<http://www.press.uchicago.edu/>），利用網頁提供圖書查尋途徑與訂購資訊及其方式。

一、提供查尋圖書的途徑

在 UCP 網頁上提供 4 種查詢圖書的途徑（注 27）：

1. 綜合性新書介紹（New general books）
2. 主題目錄（Subject catalogs）
主題目錄（subject catalogs）是介紹有關該出版社最近出版，以及所推薦的書籍，完整的書單必須在“subject catalogs”底下點選網頁的“complete subject index”或“search”以查尋完整的目錄；也可以在查詢某一主題後，繼續點選“search our title database”，使用主題辭彙查詢。然而「主題目錄」是查詢某一主題所優先建議的方法。
3. 依主題刊載新發行的書（New releases by subject）。
4. 以 E-mail 的方式提供讀者新書通告（Email notification）。

二、訂購的資訊及方式

1. 個人讀者（individuals）

（1）鼓勵個人光臨當地的書店

有關的資訊可查詢 UCP 網站上所推薦的美國書店（US booksellers）和國際書店（international booksellers）。前者首先依美國東部、西部、中部及美國連鎖書店（American Chains）四個地區排列，在東部地區底下，先依州別排列，再列出各出版社的資料，包括出版社名稱、地址、電話、傳真、網址；美國以外的地區欲購買 UCP 的刊物，可點選後者，先選擇國別／地區，包括加拿大、澳洲、英國、歐洲、日本、臺灣等地，國別／地區之下再分別依序列出版商的名錄。英國及歐洲地區的個人讀者可向出版社“John Wiley Distribution Centre”訂購，可快速地獲得書籍。

（2）直接向 UCP 訂購

訂購方式可以使用網站上安全可靠 shopping cart system 線上訂購圖書，此系統可接受信用卡、支票或現金付費。或者你可以從網站上印出「訂購表格」（order form）經由電話、傳真或郵件訂購；因為網路安全的問題，並不推薦使用 E-mail 的訂購方式。

2. 提供電子形式的書目資料
UCP 並且提供一個公用的 FTP 資料庫（site）：[ftp.aaup.uchicago.edu.](ftp://ftp.aaup.uchicago.edu/)），用以儲存各書店經銷該出版社的書目資料或其他有關的必要資訊。
3. 每一圖書的款目底下皆可點選並查詢該出版社所推薦的美國國內書店及國外的書店清單。並提供 E-mail 帳號讓讀者對於此圖書提出其問題與意見。
4. UCP 編輯的 *The University of Chicago Press Catalogue of Books and Journals, 1891 - 1965*，是該出版社的特色的之一，使讀者可以知道它所出版的作品及作者書單，也可一窺該出版社之編輯政策的演變以及長久以來所欲建立的學術遠景（注 28）。



展望未來

1999年，UCP已有4千2百萬美元的收益，並出版172種新書，49種學術性期刊，以及將89種已發行的平裝書重新印刷。新主管Duffy將著重UCP的商業取向，她表示：未來將會努力為學術研究與評論，開創新的傳播管道，出版一些不具市場發展潛力的書籍，希望在21世紀能更加確立該出版社的學術傳播地位（注29）。

結語

大學出版社為大學、學院或學術機構所成立的非營利部門，主要任務係配合其母機構教學、研究工作之進行，出版學術性作品及與地域相結合之著作（注30）。

一、設置功能

UCP成立的目的是，出版大學教授研究的成果，並且擴展大學的影響力至校園以外的地方。大學出版社不是一所機構的附屬產品，而是構成整體所必需的組織，透過它的出版，大學能將其作品推展至全世界（注31）。

假如想要獲知一所大學的主要目標及所抱持的信念、知曉其最高的目的為何，以及了解其必要的本質，應該閱讀大學出版社所出版的目錄。並且整合至其他大學出版社的目錄中，更能展現給全世界的讀者（注32）。

若要評估UCP對於芝加哥大學的貢獻，可由兩方面著手。以社會學學院為例，首先，芝加哥大學的師生所發表的學術性文獻有多少比例是刊登於American Journal of Sociology中？其次，有多少比例的專書是由UCP所出版（注33）？

因此，由設置功能而言，成立大學出版社可以鼓勵教師在教學之餘，致力於學術研究，並將其研究成果出版，有助於提升大學的學術聲譽及建立良好的形象。

二、組織與經營

就UCP的組織分工來看，採購依學科劃分，並設有圖書、期刊、行銷、資訊系統等

部門。該出版社底下設有一位負責人，各部門也都具備專責的主管及專業人員，統籌規劃學校各種刊物之編輯、出版、印刷、發行等。在這種發展下，至1991年時，UCP已成為全美規模最大的出版社之一。

一所成功經營的大學出版社，除了需要大學行政當局精神上和財力上熱忱的支持外，也需要有力的專任人員來領導主持出版事業，所屬人員更需具備有關出版方面的相關知識，以及不斷地創新與改變，才能確保其永續經營。

三、行銷策略

利用科技可以幫助大學出版社提供產品及服務給讀者。

1. UCP設立其專屬的網頁，網頁上有其專屬的標誌（logo），就行銷的第一步來說，可達到吸引使用者注意的目的。除此之外，在其母機構芝加哥大學的網頁下，也可連結該出版社，提供多種途徑選擇使用。
2. 讀者對於UCP的刊物有任何的詢問與意見，皆可利用其E-mail、電話與傳真回饋給出版社，加強出版社與讀者的互動，以口碑創造行銷。
3. 網頁上可提供目錄，收錄書評、新書簡介等，使讀者可進一步獲取相關書籍的資訊。
4. UCP除了設有圖書行銷的部門，在期刊及倉儲等部門也分別設立行銷的單位。其工作內容，包括：在國內及國外設立書店銷售據點、透過網路行銷、刊登廣告以推銷出版社的刊物、招攬廣告以開財源、並舉辦書展等。
5. 芝加哥發行中心（Chicago Distribution Center）也代理發行其他大學出版社的出版刊物。

由此可知，大學出版社的行銷不但應該設有專責單位，聘雇專門人才負責，行銷管道更應該是多面向的，並藉由各個大學出版社的合作，提供讀者最佳的服務。

END



注釋

- 注1：Catharine Seybold, The beginnings of the University of Chicago Press, Scholarly Publishing, 23(3), Apr. 1992, p.178-184。
- 注2：Connie Goddard, University of Chicago Press celebrates its centennial, Publishers Weekly(July 1991), p. 15。
- 注3：同注1。
- 注4：The University of Chicago Press Catalogue of Books and Journals：1891-1965，(University of Chicago Press, 1966)。
- 注5：同注4。
- 注6：The University of Chicago Press and the rise of the Chicago School of Sociology 1892-1920, Publishing Research Quarterly 12: 3(Fall 1996), p. 30。
- 注7：同注4。
- 注8：University of Chicago Press, The Association of American University Presses Directory: 2000-2001, (New York: AAUP, 2000) p.45-48。
- 注9：Duffy to head University of Chicago Press, Publishers Weekly(April 2000)。
- 注10：Philipson wins Curtis Benjamin Award, Publishers Weekly(May 2000)。
- 注11：同注4。
- 注12：同注2。
- 注13：University of Chicago Press, Publishers Directory 1998, (Detroit, Mich.: Gale Research Co., 1997) p. 1325。
- 注14：JSTOR: The University of Chicago Press, <http://www.jstor.org/journals/ucpress.html>。
- 注15：University of Chicago Press, The Association of American University Presses Directory 1997-1998, (New York: AAUP, 1997) p.47-48。
- 注16：同注13。
- 注17：About: University of Chicago Press Journals Online, <http://www.columbia.edu/cu/libraries/indexes/chicago-jour.html>。
- 注18：University presses embark on digital initiative, Publishers Weekly(November 2001)。
- 注19：University of Chicago Press Receives \$ 1.5 Million Grant from Mellon Foundation, <http://cddc.uchicago.edu/CDDC/pr/pr0110.html>。
- 注20：同注2。
- 注21：同注4。
- 注22：The University of Chicago Spanish Dictionary, <http://www.press.uchicago.edu/cgi-bin/hfs.cgi/00/15264.crl>。
- 注23：The Chicago Manual of Style: The Essential Guide for Writers, Editors, and Publishers (14th Edition), <http://www.dictionary.com/bookstore/chicagostyle.html>。
- 注24：Chicago Editorial Staff: The Chicago Manual of Style, <http://www.press.uchicago.edu/cgi-bin/hfs.cgi/00/12245.crl>。
- 注25：同注4。
- 注26：Recent and forthcoming general interest books from the University of Chicago Press, <http://www.press.uchicago.edu/News/newbooks.html>。
- 注27：同注26。
- 注28：How to contact the press, <http://www.press.uchicago.edu/Misc/Chicago/infopage.html>。
- 注29：同注9。
- 注30：陳素娥，邱炯友，〈臺灣地區大學出版社之問題與展望：以中國大陸及西方演進為例〉，《教育資料與圖書館學》33卷4期(民85年6月)，頁428。
- 注31：同注4。
- 注32：同注4。
- 注33：同注6。