



6-12

追求卓越的耶魯大學出版社

－大學出版社系列報導之一

國家圖書館編目組

林 串 良

美國耶魯大學出版社（Yale University Press，YUP）係創立於1908年，其創立理念在於滿足大學成員的需求，並廣泛傳播知識成果。（注1）耶魯大學出版社係由George Parmly Day創辦，他認為大學出版社是大學的延伸，涵蓋整個學術領域。耶魯大學出版社的圖書除了內容受到肯定之外，也以外觀精美而著稱，先後得過許多獎項，包括普立茲獎，並且出版過相當多的暢銷書。（注2）

耶魯大學出版社雖不是全美最早設立的大學出版社，卻頗有規模，是美國大學出版社中唯一能與英國牛津大學出版社及劍橋大學出版社相媲美的，（注3）在美國的大學出版歷史中佔有重要的地位。（注4）耶魯大學出版社的ISBN為0-300，於1937年加入美國大學出版社協會（Association of American University Presses，AAUP），也參與CIP。

1961年7月，耶魯大學出版社、芝加哥大學出版社、哥倫比亞大學出版社在英國倫敦聯合成立了一個小型的經銷處（Distribution Office），日後逐漸成為耶魯大學出版社不可或缺的一部分，其原因或許就如同耶魯大學出版社的領導人John G. Ryden所說，倫敦辦事處（London Office）強化了耶魯大學出版社出版計畫的多樣性以及國際性，同時也在美國的暢銷書佔有極大的比例，對於耶魯大學出版社的財務收入具有相當重要的貢獻。1970年代初期，耶魯大學出版社倫敦辦事處的角色從經銷美國出版的圖書轉變成為以出版為主，並於1974年首次出版《英國藝

術研究叢書》（Studies in British Art Series）。（注5）1997年，耶魯大學出版社倫敦辦事處的領導人John Nicoll終於因為他個人以及出版社長期致力於學術出版的努力而獲頒Heywood Hill文學獎，這也是該獎項首次頒贈給作者以外的個人。

組織與經營概況

一、出版社組織

美國耶魯大學出版社除了位於New Haven的總部之外，在英國倫敦也設有辦事處。耶魯大學出版社目前係由John G. Ryden領導，除了財務、智慧財產權、契約、發展等行政事務之外，主要包括採訪編輯（Acquisitions Editorial）、文稿編輯（Manuscript Editorial）、市場（Marketing）、設計與生產（Design and Production）、營業（Business）、電腦服務（Computer Services）、許可以及附屬權（Permissions and Ancillary Rights）等部門；位於英國倫敦的辦事處主要包括採訪編輯（Acquisitions Editor）、市場行銷（Marketing）、對外權利（Foreign Rights）等單位。（注6）

耶魯大學出版社是耶魯大學一個獨立的部門，擁有自己專有的管理委員會。（注7）透過耶魯大學出版社的傳播力量，耶魯大學擁有更廣泛的影響力，這些作品匯集了浩瀚的知識，對世界各地無數的學校、圖書館和家庭具有啟發的作用，曾經擔任耶魯大學出版社出版委員會主席將近20年的耶魯大學名譽教授Jaroslav Pelikan甚至將耶魯大學出版



社戲稱為耶魯大學的秘密武器。（注8）

二、目前經營概況

耶魯大學出版社是規模最大的美國大學出版社之一，每年出版的新書超過220種，再版的平裝書則有70種，所涵蓋的學科領域相當廣泛。（注9）1998年出版的圖書共有283種，1999年增加為364種。截至2000年為止，仍在印行的圖書共有3,331種，期刊則有 *Yale French Studies* 1種。（注10）耶魯大學出版社對於海外市場的拓展相當積極，1961年於倫敦設立分支機構，除負責藝術史及歷史二大主題出版外，還負責所有耶魯大學出版品對全歐洲、中東地區、香港、新加坡等地的經銷。（注11）耶魯大學出版社倫敦辦事處於1980年的圖書出版量為12種，1990年增加為36種，1997年則是出版了60種圖書。（注12）

耶魯大學出版社的銷售對象除了學術市場之外，也擴展至商業市場。1994年，耶魯大學出版社取得英國倫敦國家美術館（National Gallery of London）圖書的獨家經銷權，並且與美國以及英國的許多博物館合作出版。2000年5月，又取得紐約大都會博物館（Metropolitan Museum of Art）所出版之學術出版品以及展覽目錄的全世界獨家經銷權。耶魯大學的出版領導人 Tina C. Weiner 表示，耶魯大學出版社很樂意能夠成為世界性的經銷者，同時佔有商業以及學術市場。她認為這兩個不同的市場具有彼此協助的作用，而且將會形成相互依存合作伙伴關係的基礎。（注13）也正因為如此，耶魯大學出版社倫敦辦事處的學術性圖書除了必須與牛津大學出版社以及劍橋大學出版社競爭之外，同時也會面對來自商業出版社的挑戰。（注14）

在外銷方面，加拿大地區必須增加7%的G.S.T.稅率，有關運送及處理費用為第一本書收取3.5美元，之後每增加一本，各再加收0.75美元。大部分的訂單都在5個工作天之內運送，但送達時間通常需要3至5星期。在澳洲、日本、韓國、拉丁美洲、紐西

蘭以及臺灣地區，所有訂價皆以美金顯示，每個國家所需的運送費用和時間都不相同。海外的圖書運送都採用水陸郵件（Surface Mail）運送，送達時間通常需要6至12星期，帳單同樣是以水陸郵件方式送達。如果有必要的話，也可以透過航空郵件的方式來運送圖書，但必須加收一些額外的費用。至於歐洲、中東、印度、巴基斯坦、東南亞以及非洲地區，其運送皆由耶魯大學出版社倫敦辦事處統一處理，其方式亦如前述。（注15）

耶魯大學出版社提供大量進書可以享受折扣的優惠，（注16）書店則可享有六折的折扣優惠。（注17）在退書政策方面，發票日期一年半之內，完好的圖書可以連同送貨單一起退還；若沒有送貨資訊的話，僅能折半。圖書若有短少或是破損，必須在6個星期內通知。（注18）至於銷售額，以1998年的資料而言，耶魯大學出版社的年銷售金額大約為1,750萬美元。（注19）

出版特色

一、主要出版方針

耶魯大學出版社主要係出版學術性的資料，包括藝術、宗教、文學、女性研究、心理學、政治學、歷史以及猶太研究，同時也有特定教學計畫的視聽資料以及唯讀光碟。（注20）根據2000年的編輯計畫，出版品的範圍主要涵蓋人文學、社會科學、行為科學、自然科學以及醫學。除了經由每年舉辦的年輕詩人競賽所提交的耶魯叢書之外，並不接受詩集作品，而紀念論文集以及曾經出版的文集也很少被接受。除此之外，耶魯大學出版社也有聯合發行或是共同出版的計畫，這些特別的叢書相當多，例如《中國文化與文明》、《早期的中國文明》……等，同時也與 Paul Mellon Centre 共同出版了許多有關英國藝術研究的圖書。（注21）

二、選書計畫與稿源

耶魯大學出版社的選書工作是透過出版委員會（Committee on Publications）來進行。



曾經擔任耶魯大學出版社出版委員會主席將近 20 年的 Jaroslav Pelikan 認為，對於學術出版社而言，出版委員會扮演著相當重要的角色。當採訪編輯發現有可能可以成書的文稿時，出版委員會的工作就開始了，他們的工作是使人相信該書的學術性、內容以及適合讀者閱讀。首先，他們會將文稿送給與該書內容相同領域的學者進行審查，有時候也會採用匿名審查，以確保公平並且避免學者們在閱讀時產生偏見。這些「讀者」負責評鑑該書的見解和觀點是否具備強而有力的說服性，而編輯則會將他們的意見彙整，送請出版委員會決定是否出版。

出版委員會係由許多不同學科領域的耶魯大學教授組成，入選條件包括學識、判斷能力以及快速閱讀的能力。委員們通常無法看完所有的文稿，許多委員只是看其中幾份或是樣本，但是他們會去閱讀並且據以評鑑文稿編輯做了什麼，出版委員會評鑑那些評鑑者。他們希望能在送進出版委員會之前，就先把比較差的計畫過濾掉。如果編輯和出版委員會的委員們能夠就哪些文稿並不適合出版達成共識的話，將是最好的結果。出版委員會的成員會有一些變動，每年都會有一些新的委員加入。但是，耶魯大學出版社會盡量避免在同一年內更換太多出版委員會的委員，以保持連貫性。

接替 Pelikan 擔任出版委員會主席的 Donald Cohen 則是認為，大學出版社要從上百種文稿中進行挑選，應該要依循公正、適當的原則以及標準。出版社的編輯必須面臨許多挑戰，包括：出版權威性的圖書、發掘具有創新見解以及能夠預示新領域的圖書、接受某些具有風險的圖書、拒絕某些太過平凡或是風險性太高的圖書、避免為著名學者出版低於他的能力和潛力的圖書，以及介紹年輕學者的作品，儘早發現其價值。在面對這些挑戰時，編輯可以尋求出版委員會的支援，以設定並維持標準。（注 22）

三、出版品之類型與特色

耶魯大學出版社所出版的學科主題包含藝術、宗教、文學、歷史、婦女研究、政治學、心理學等，出版作品還包括中國歷史方面的研究。（注 23）耶魯大學出版社的中國研究圖書，似以歷史見長，如《商代文明》（Shang Civilization）、《漢代文明》（Han Civilization）、《中國的一天》（One Day in China）.....等。（注 24）

四、電子出版概況

在電子出版方面，耶魯大學出版社是最早出版多媒體光碟的大學出版社之一。（注 25）雖然許多出版社已經開始採用電子媒體來出版學術性的作品，但是耶魯大學出版社可說是這種轉變的開路先鋒。1992 年，耶魯大學出版社成為第一家出版多媒體光碟的大學出版社，出版了一個叫做 *Perseus* 的光碟資料庫，其內容為古希臘的歷史、藝術、文學以及語言學。*Perseus* 對於古希臘羅馬文學的教學具有相當深遠的影響，同時也成為其他光碟資源競相仿效的典範。除此之外，耶魯大學出版社也出版了許多不同學科領域的多媒體出版品，而且都獲得高度的肯定。例如 *A la rencontre de Philippe*，是一個互動的光碟影像計畫，可以提升學生的法語會話能力；*Interaction of Color* 是 Josef Albers 作品的互動光碟版；*Bird Anatomy II* 則是鳥類解剖學的多媒體研究。1995 年，耶魯大學出版社開始經銷倫敦美術館完整插畫目錄 *National Gallery Complete Illustrated Catalogue* 的光碟以及叢書。其他的計畫仍在進行中，例如相當暢銷作品 *Encyclopedia of New York City*，就是與紐約歷史學會以及 Steeplechase 影片公司合作的。該計畫把紐約市的歷史做成互動式的多媒體光碟，該計畫將文字資料以及豐富的視覺資源結合成為完整的資料庫。為了因應學術性電子出版品持續成長和轉變的趨勢，耶魯大學出版社也很積極規劃相關事宜。（注 26）



五、最具代表性以及獲獎之圖書

耶魯大學出版社所出版的圖書經常得獎，其中特別值得一提的是1997年與中國大陸合作的《中國文化與文明叢書》(Culture and Civilization of China Series)。該叢書的第1冊為《中國繪畫三千年》(Three Thousand Years of Chinese Painting)，該書由6位中國以及西方學者執筆，附有大量的精美插圖，被華爾街日報譽為「是相當非凡的圖書，西方世界可以藉由該書瞭解其所蘊涵的藝術，可說是一本必備的圖書，堪稱是一項傑作。」該書除了榮獲美國出版協會學術出版部(Association of American Publishers Scholarly Publishing Division)頒贈R. R. Hawkins獎的1997年最佳圖書之外，同時也獲得美國大學出版社協會頒贈圖書設計與作品的獎項，同時以英文、中文以及法文出版。中國大陸首任駐美大使柴澤民表示，一本好書就如同是一位大使，有助於美國人民瞭解中國。(注27)

有關耶魯大學出版社自1998年以來得獎之作，可連線<http://www.yale.edu/yup/awards.htm>查詢詳細之書目。

推廣策略

一、推廣學術出版品之管道與方式

耶魯大學出版社推廣學術出版品的行銷管道包括直接郵購、代理商、零售商以及批發商。(注28)在網際網路方面，耶魯大學出版社全球資訊網的網址為<http://www.yale.edu/yup/>。該網站係於1995年11月建置，1997年改版完畢，可以提供讀者24小時檢索資訊，而且仍一直在持續的更新與擴展。根據1999年的資料顯示，每個月從世界各地連結該網站的次數將近5萬次，其中約有10%是來自美國以及加拿大以外的地區。耶魯大學出版社的網站也提供線上訂購服務，允許讀者透過網路使用信用卡訂購圖書。該項服務從1997年開始提供，到1999年為止，平均每個月大約增加3,500美元的收入。該網站

也增加了開發新讀者的機會，因為耶魯大學出版社會把他們發行的圖書用電子檔傳送給適合的網站以及討論群，請站長張貼相關的圖書資訊，並且提供連結至耶魯大學出版社的網站。(注29)而為了開拓教學市場的需求，耶魯大學出版社的網站也提供一個「教授資源中心」(Professors' Resource Center)的檢索功能，以便其尋找課程所需的出版品，同時也可以線上填覆訂購需求表。(注30)

耶魯大學出版社的專屬網站具有提供線上目錄的功能，此一管道增加了許多銷售量。讀者可以經由該網站取得每季的完整線上目錄，資料開始時間是1996年秋天。除了提供個別的網站之外，耶魯大學出版社也加入了美國大學出版社協會線上聯合目錄(AAUP Combined Online Catalogue)，其網址為<http://aaup.princeton.edu>，目的在於藉由合作的行動來開發網路上的市場。該線上聯合目錄涵蓋將近100家學術出版社超過10萬種出版品的書目資料以及訂購資訊，讀者可以從該網站輕易檢索任何耶魯大學出版社現有的出版品資訊。線上討論也讓耶魯大學出版社加強了與讀者溝通的機會，並且鼓勵讀者彼此互相討論。(注31)

二、可供圖書館或一般讀者選購依據之出版資訊

耶魯大學出版社的網站每月都會選介耶魯大學出版社的優良叢書，而且從網站中也可以連結耶魯大學出版社的一般資訊以及超過2,000種該出版社所出版之圖書的介紹。這些圖書介紹通常都附有完整的彩色圖書封面，有些甚至還包括目次、章節樣本以及插圖。(注32)除此之外，耶魯大學出版社還提供電子郵件目錄服務(E-mail Catalog Service)，讀者可以先選擇27個自己有興趣的主題或學科，耶魯大學出版社每兩個月就會過濾並且篩選符合讀者興趣而且即將發行的圖書，透過這項服務來主動告知讀者相關的出版資訊。(注33)



他山之石

雖然耶魯大學出版社擁有相當高的知名度和銷售金額，但是要出版更多的好書仍然必須依賴雄厚的資金。爲了募集資金，耶魯大學出版社在開拓財源方面的努力也相當積極，其作法或許可以提供國內大學校院設立出版社之參考：

一、藉由出版好書爭取基金會的獎助：

耶魯大學出版社與中國大陸合作的《中國文化與文明叢書》曾經於1998年5月獲得Starr基金會頒贈100萬美金的獎助，爲大學出版社從單一計畫中所獲得最高額的獎助。耶魯大學出版社的領導人John Ryden說明了該項獎助的重要性，他表示，由於閱讀的本質是一項私人的行爲，致使我們有時會忘記了圖書其實是一種社會改變的工具。中國大陸的圖書曾有一段時期是封閉的，現在中國大陸願意開放，所以他們認爲機不可失，這也是發行這套叢書的原因。但是，他們還是需要資金的援助，因此Starr基金會的獎助對他們而言是相當重要的，如此才能平衡出版圖書所需的合作、差旅、計畫、研究、撰寫、編輯以及翻譯等高成本的費用。（注34）

二、成立耶魯大學出版社之友：

耶魯大學出版社擁有一項秘密武器，就是「耶魯大學出版社之友」（Friends of Yale University Press）。從1992年以來，耶魯大學出版社之友有助於耶魯大學出版社鞏固其長久以來在美國最大以及最卓越的學術出版社之一的地位。由於他們在資金方面提供挹注，才使得一些必須耗費高成本的大規模圖書出版計畫得以順利進行。除此之外，耶魯大學出版社之友也參與耶魯大學出版社推廣其出版品的演講、閱讀、教育以及小組討論等各種活動。（注35）

結語

從以上的介紹，不難瞭解耶魯大學出版社無論在出版計畫的擬訂、執行或創新，都經

過完整的思考和評估，同時也能配合靈活的行銷策略，來達到推廣優質圖書的目的。其結果，不僅造就耶魯大學出版社的金字招牌，其實最大的受惠者還是廣大的讀者群。以出版精緻圖書而享有盛名的耶魯大學出版社並不以既有的成果爲滿足，未來仍會繼續推陳出新，除了專注於本身出版品的開發之外，同時也會持續與其他單位進行合作出版計畫，並且經銷其他機構的優良出版品。不自我設限，擁有無限的發展潛力，追求卓越出版的極致，或許可視爲耶魯大學出版社未來願景的最佳詮釋。

就如同耶魯大學以其卓越的教學品質和研究創新贏得學術界的認同一樣，耶魯大學出版社能夠在衆多的大學出版社中崛起，並且位居領導地位，真正成爲耶魯大學的延伸，確實有許多經驗值得我們效法。就編輯理念而言，他們希望能夠「把好書做得更好」。耶魯大學出版社文稿編輯部門的負責人Meryl Lanning表示，一個真正的編輯必須具有可以把原稿完全改寫的能力，但是一個好的編輯更需要與作者的精神完全契合，用適合作者的風格來進行編輯，而非只是呈現編輯自己的風格。文稿編輯必須擁有廣泛的知識背景，而採訪編輯則應具有特定學科領域的專才。（注36）耶魯大學出版社擁有堅強的實力爲後盾，透過分工合作，每個人都專注於自己的職責，不凸顯自己，講究團隊精神，才能造就耶魯大學出版社成爲作者與讀者之間主要的學術溝通橋樑。就如同大學圖書館一樣，大學出版社與大學本身具有相當高度的連動性，耶魯大學的學術聲望和地位固然爲耶魯大學出版社提供了一個相當有利的發展基礎，但是出版社的堅持和努力才是更爲重要的成功關鍵。耶魯大學出版社除了堅持出版好書的理念之外，同時也能兼顧商業市場的需求，並且放下身段去開拓更多潛在的讀者群，藉此來推廣他們的出版品，而這些作法都無損於耶魯大學出版社的口碑和定位。不容諱言，耶魯大學出版社能夠提供



如此高品質的出版品，確實有其先天上的優勢，但能長久維持聲譽不墜並且持續求新求變，就不只是這麼簡單的理由可以說明了，而這也才是值得我們學習的地方。

注釋

1. 萬宇，巢乃鵬，〈歐美大學出版社的出版理念〉，《出版發行研究》，2000年第10期頁68。
2. (A Short History of Yale University Press)，available from http://www.yale.edu/yup/about_yup.html
3. 陳素娥，邱炯友，〈臺灣地區大學出版社之問題與展望〉，《教育資料與圖書館學》，33：4，民85年6月，頁432。
4. 巢乃鵬，〈學術與市場：剖析美國大學出版社發展歷程〉，《中國出版》，2000年第10期，頁58。
5. Tim Shea，Yale University Press in London，available from <http://www.yale.edu/yup/yuplondonEPS98.html>
6. The Association of American University Presses Directory 2000-2001 New York：The Association of American University Press，2000，pp. 205-207。
7. 同註2。
8. Edward Anthony，Yale University Press's Secret Weapon，available from <http://www.yale.edu/yup/secretweaponEPS98.html>
9. Yale University Press is Now Exclusive distributor of Metropolitan Museum of Art Publications，available from <http://www.yale.edu/yup/yalebooknews.html>
10. 同註6，p. 207。
11. 同註3，頁433。
12. 同註5。
13. 同註9。
14. 同註5。
15. Available from http://www.press.uchicago.edu/cgi-bin/sc_tcs.cgi/yale
16. David U. Kim and Craig A. Wilson，Policies of Publisher：A Handbook for Order Librarians，1995 Edition (Metuchen：The Scarecrow Press，1995)，p. 294。
17. Louise Gagne Edited，Publishers Directory，18th ed. (Detroit：Gale，1998)，p. 1438。
18. 同註16，pp. 294-295。
19. 同註17。
20. Ibid.
21. 同註6，pp. 207-208。
22. Jaroslav Pelikan and Donald Cohen，A Scholar's Delight：The Committee on Publications at Yale University Press，available from <http://www.yale.edu/yup/PelikanEPF97.html>
23. 同註3，頁433。
24. 王錫璋，〈大學的第三種力量－大學出版社的角色與功能〉，《在圖書與圖書館論述集續集》，臺北市：文史哲，民74年4月，頁140。
25. 同註2。
26. Mary Coleman，Electronic Publishing at Yale，available from <http://www.yale.edu/yup/epubEPF97.html>
27. Linda Klein，Good Books Our Ambassadors，available from <http://www.yale.edu/yup/goodambEPS98.html>
28. 同註16。
29. Mary Coleman and Tim Shea，Yale University Press on the Web，available from <http://www.yale.edu/yup/webcolemanEPS99.html>
30. Available from <http://www.yale.edu/yup/professors.htm>
31. 同註26。
32. 同註29。
33. Free Service Alerts Readers to New Releases from the Press，available from <http://www.yale.edu/yup/newreleasesEPS99.html>
34. Edward Anthony，Presses Wins Starr Grant，available from <http://www.yale.edu/yup/starrgrantEPF98.html>



35.同註8。

36.Larry Switzky, (Making Good Books Better), available from <http://www.yale.edu/yup/BetterSwitskyEPS99.html>

參考書目

一、中文部份

- 1.王錫璋，〈大學的第三種力量—大學出版社的角色與功能〉。在《圖書與圖書館論述集續集》，頁140，臺北市：文史哲，民74年。
- 2.陳素娥，邱炯友，〈臺灣地區大學出版社之問題與展望〉。《教育資料與圖書館學》33卷4期，民85年6月，頁432。
- 3.巢乃鵬，〈學術與市場：剖析美國大學出版社發展歷程〉。《中國出版》，2000年第10期，頁58。
- 4.萬宇，巢乃鵬，〈歐美大學出版社的出版理念〉。《出版發行研究》，2000年第10期，頁68。

二、英文部份

- 1.Anthony, Edward. Presses Wins Starr Grant.
<http://www.yale.edu/yup/starrgrantEPF98.html>
- 2.Anthony, Edward. Yale University Press's Secret Weapon.
<http://www.yale.edu/yup/secretweaponEPS98.html>
- 3.The Association of American University Presses Directory 2000-2001.
New York: The Association of American University Press, 2000.
- 4.Coleman, Mary. Electronic Publishing at Yale.
<http://www.yale.edu/yup/epubEPF97.html>

- 5.Coleman, Mary and Shea, Tim. Yale University Press on the Web.
<http://www.yale.edu/yup/webcolemanEPS99.html>
- 6.Gagne, Louise edited. Publishers Directory. 18th ed.
Detroit: Gale, 1998.
- 7.Kim, David U. and Wilson, Craig A. Policies of Publisher: A Handbook for Order Librarians. 1995 Edition.
Metuchen: The Scarecrow Press, 1995.
- 8.Klein, Linda. Good Books Our Ambassadors.
<http://www.yale.edu/yup/goodambEPS98.html>
- 9.Pelikan, Jaroslav and Cohen, Donald. A Scholar's Delight: The Committee on Publications at Yale University Press.
<http://www.yale.edu/yup/PelikanEPF97.html>
- 10.Shea, Tim. Yale University Press in London.
<http://www.yale.edu/yup/yuplondonEPS98.html>
- 11.Switzky, Larry. Making Good Books Better.
<http://www.yale.edu/yup/BetterSwitskyEPS99.html>
12. Free Service Alerts Readers to New Releases from the Press.
<http://www.yale.edu/yup/newreleasesEPS99.html>
13. A Short History of Yale University Press.
http://www.yale.edu/yup/about_yup.html
14. Yale University Press is Now Exclusive distributor of Metropolitan Museum of Art Publications.
<http://www.yale.edu/yup/yalebooknews.html>
- 15.http://www.press.uchicago.edu/cgi-bin/sc_tcs.cgi/yale
<http://www.yale.edu/yup/professors.htm>