

序言

大學教育的三大支柱力量應為優秀的師資、優良圖書館設備服務、以及健全的大學出版社。以「大學的第三勢力」自許的大學出版社在具有傳播學術與知識功能的同時，亦應具有影響社會、啓迪思潮的教育功能，對大學母機構更須有推展其所屬理念、特質和形象的公關功能。在歐美等國，大學出版社在出版上佔有重要地位，其所出版之學術著作，更是大學聲譽與學術推廣之延伸，也使得大學與大學出版社具有相輔相成效果，如牛津大學出版社、芝加哥大學出版社、約翰霍普金斯大學出版社等均是極佳例證。海峽兩岸大學以中國大陸之大學出版社發展較為完備，已有 100 餘所大學設置有出版社，近年更成立「中國大學出版社協會」。相對於此，台灣之大學出版社則仍處萌發階段，儘管目前已有 160 所之大學校院，卻僅有極少數院校設置大學出版社(中心)系統性地出版書刊。相較於歐美國家與大陸，台灣的大學在出版事業上，未來顯然有極大之發展空間。

淡江大學資訊與圖書館學系秉持大學出版社之健全乃為實現學術「國際化」、「資訊化」與「未來化」策略之理念，近年來結合了課程設計與研究計畫案，陸續發表期刊系列論文；並持續針對全台灣國立、私立大學之相關大學出版中心、出版社（組）作全面性之調查及訪問，目的即在對台灣地區之大學出版與學術研究發展作一概況性瞭解，期望從調查中建立台灣地區大學出版社之發展指標與學術出版之前瞻研究。此外，鑒於學術出版環境變遷與圖書出版產業瞬息萬變，海峽兩岸大學出版社也各有發展，為使台灣與中國大陸之大學與其所屬大學出版社能於學術發展與華文出版上有更多互動，淡江大學資訊與圖書館學系於是展開籌劃運作，協同五南圖書出版公司與中國大學出版社協會成功地召開了極具規模與時代意義之實務暨學術研討會：「2003 海峽兩岸大學出版社暨學術出版研討會」，冀望藉由此活動，就大學出版社合作與經營深入探討，以期充分整合並呈現教育、文化與學術傳播之多元意涵與資源；進而能對台灣各大學出版社的創設與發展有所助益。就整體效益而言，本書配合研討會舉辦而付梓，將有利於激發學術界與出版界對大學出版資源之重視，並在合作共享之理念和環境中，更積極開創學術出版之價值，創造一個更適合未來科技發展之資訊出版與學術傳播機制。

本書內容彙集海峽兩岸多位專家學者之實務經驗與理論闡述，分就「會議論文」和「參考文獻」兩篇作編排，第一篇為「會議論文」，內容包括：

1. 定位與前瞻

大學出版社在電子出版與數位內容計畫的經營，從市場、管理模式運行機制來看其定位與發展的大方向。

2. 學術生產

學術發表的編輯作業(編印企劃)、同儕評審(審查機制)的現況，以及在電子出版時代中，學術傳播的新發展。

3. 流通與行銷

圖書市場之流通與行銷，有賴媒介信息資源與傳播優勢、出版媒體互動，來形成資源共享、媒體互動的理念和運作，協助圖書選題之策略與訂價發展模式，並論及商業出版社是如何經營學術書市場，電子商務的角度應該如何看待等問題。

4. 變遷中之大學出版社

兩岸大學出版社的經營模式與未來發展探討，以及在電子出版環境中的因應。發展科技書刊對出版社所帶來的機會與相互關聯性，還有科技與醫學出版的現況與問題。

5. 學院之另類出版

有別於以往或特殊的學術出版型式。ISBN/CIP 資料庫、電子化學術研討會、灰色文獻等議題。

6. 台灣地區大學出版之產銷與管理

國內大學出版社的規模無法與國外相提並論，只能維持基本營運並擔負提升母機構學術地位的基本任務，遑論營利與對大學母體有財政上的助益。在面對這樣的環境中，其做法又該如何？

第二篇則為「參考文獻」，內容從大學出版社與大學圖書館之關係論起，介紹了多國的大學出版社經營發展個案，最後復歸於網路科技時代下，學術出版社群之新作為與新氣象。此編排體例不僅突破傳統會議論文集之形式，更使得本書具備「學術出版」主題專書之實質。

本書之出版，亦承蒙淡江大學、國家科學委員會、中華文教基金會、華藝數位藝術股份有限公司、文化建設委員會、教育部、飛資得資訊有限公司等贊助與協助，特此致謝。