

# 约翰·B. 汤普森对出版的哲学思辨、 前瞻分析及其现实价值

吴 贇 潘一棵

**【摘 要】**从汤普森的学术实践历程与出版研究转向切入,考察汤普森对于出版的哲学思辨和学术研究,梳理其有关数字出版革命的前瞻分析,借鉴汤普森的出版思想观照当下社会转型期的出版实践与出版研究具有重要的现实价值。汤普森有关出版的研究中交织着对于“人的主体性”的诠释:出版场域由具有能动性的人所组成,无论是出版实践还是出版研究都需要植根于人的生活、承载人文使命;相较于数字出版革命带来的技术和产品变革等表象,学界和业界应更多关注表象背后的出版人实践和知识产权价值的深刻变革。

**【关 键 词】**约翰·B. 汤普森;出版;出版学;数字出版革命

**【作者简介】**吴贇,潘一棵,浙江大学传媒与国际文化学院。

**【原文出处】**《出版发行研究》(京),2022.9.55~62

**【基金项目】**本文系浙江大学文科重大基础理论研究专项课题“英美出版研究的学术史与知识地图”成果之一。

剑桥大学社会学系教授约翰·B. 汤普森(John B. Thompson)是为数不多的将研究重点放在媒介与社会发展、新传播技术和出版产业等方面的社会学家。他有着深厚的社会学、哲学理论学养,主要著作已被译成十几种语言。作为英国知名学术出版社政体出版社(Polity Press)的联合创始人,汤普森为出版学提供了一个贯穿内外群体认知的可贵视角,同时汤普森的哲学素养也令他的媒介分析展现出“以人为本”的价值立场。汤普森的研究内容广泛又自成体系,其早期理论研究所揭示的媒介与社会的广泛勾连赋予出版学作为一门学科展开学术研究的意义,而其后期借助布尔迪厄“场域”理论对出版实践进行的经验研究,则展现了出版业的运行模式、内部结构等细节,同时汤普森对数字出版革命的研究也为出版的理论与实践发展提供了路径指引。尽

管国内外学者对其作品予以高度评价,但目前部分汤普森著作尚未出版中文译本,学界尚未出现针对他的研究专著,从传播学、出版学视角切入的专题论文也较为少见。因此,有必要以汤普森整体理论体系为背景,以“出版”为锚点对汤普森相关学术思想进行梳理分析。

## 一、汤普森的学术实践历程与出版研究转向

汤普森出生于第二次世界大战硝烟弥漫的年代,成长于战后科技日新月异、生产效率快速提升、传媒业成为全球性重要产业的变革时期。在他的早年成长时期,意识形态理论和文化批判理论是社会理论界流传最广、影响最大、最具争议的两个关键理论;同时,这一时期的传播效果研究从“魔弹论”转向有限效果论。受到成长环境和西方现代社会理论的影响,汤普森关注当代社会和政治理论、媒体与现代

文化社会学、传媒业的社会组织、出版业结构的变化、数字革命对社会和政治生活的影响、政治交流形式的变化等议题,也关注传媒机构中具有丰富面向的“人”的互动关系。结合汤普森主要论著的出版时间,可将其学术研究大致分成以下三个时期。汤普森自言其三个阶段的研究工作贯穿着理论研究和实证研究两条轨迹。<sup>①</sup>从意识形态研究到出版研究,从社会学家到传媒研究专家,变化的是汤普森具体的研究焦点,而不变的是汤普森一直以来对媒介与社会生活的观照。

### (一)早期:关注哲学社会科学

第一时期是从20世纪70年代中期至80年代中期。汤普森1975年获基尔大学社会学和哲学学士学位,1979年获剑桥大学博士学位。1979—1984年,他在耶稣学院担任研究员,1985年成为剑桥大学社会学讲师。<sup>②</sup>这一时期学界对意识形态的讨论十分热烈,汤普森在这股热潮中进行冷思考,认为在讨论这一话题时应辨清何为“意识形态”。因注意到19—20世纪政治权力与象征性权力之间的关系发生变化,汤普森以解释学研究开启自己的学术生涯,后来便聚焦于意识形态研究,以哲学解释学的研究方法作为其方法论。其间他关于社会与政治理论研究的代表作有《批判性解释学:保罗·利科和尤尔根·哈贝马斯思想研究》(1981)和《意识形态理论研究》(1984)。汤普森对解释学和意识形态理论的专注持续到了1985年左右。1984年汤普森与社会学家安东尼·吉登斯(Anthony Giddens)、政治学家大卫·赫尔德(David Held)共同创办了致力于社会科学学术出版的政体出版社,这两位合作者对汤普森的学术研究有相当多的建议、支持与启发。汤普森在他与赫尔德主编的《现代社会理论:安东尼·吉登斯和他的评论者》(1989)中对于吉登斯的结构化理论进行了概括。尽管汤普森对吉登斯的观点持有批评取向,但汤普森承认吉登斯是一个特别值得他感激的人,吉登斯的意识形态理论、社会结构理论对其影响很大。

### (二)中期:转向媒介社会学与文化社会学

第二时期是从20世纪80年代中期至20世纪末。这一时期汤普森将研究兴趣向媒介社会学与文化社会学迁移,出版了《意识形态与现代文化》(1990)、《传媒与现代性:传媒的社会理论》(1995)、《政治丑闻:媒体时代的权力和知名度》(2000)。2001年,他荣获阿马尔菲欧洲社会学和社会科学奖(the European Amalfi Prize for Sociology and the Social Sciences)。

霍克海默(Max Horkheimer)、阿多诺(Theodor W. Adorno)和哈贝马斯(Jürgen Habermas)等法兰克福学派的学者都曾以不同方式分析传媒产品的意识形态属性。他们根据媒介机构的特征、功能和媒介信息的特点来阐释大众传播的意识形态性质与倾向,认为媒介机构所生产的大众文化本质上是商品生产、消费体系的产物,执行着意识形态控制的功能。20世纪80年代以后,随着大众文化的快速崛起,一些英美学者对法兰克福学派的观点表示质疑。例如英国学者约翰·费斯克(John Fiske)在《电视文化》(1987)、《理解大众文化》(1989)等作品中倡导文化消费者在接受信息过程中的积极主动性。这对于汤普森批判地分析意识形态与现代文化、从社会的角度看待传媒信息接收者等给予了启发。

汤普森著作中也时常见布尔迪厄社会学思想的精华。自1991年起,布尔迪厄的代表作如《学术人》(1991)、《实践感》(1992)、《文化生产场》(1993)、《艺术的法则》(1996)、《科学之科学与反观性》(2004)相继在汤普森所创办的政体出版社出版,这家出版社也是布尔迪厄著作在英国的主要出版商。<sup>③</sup>汤普森还曾担任布尔迪厄《语言与符号权力》一书的编辑。汤普森认为布尔迪厄是20世纪后半叶最优秀的社会学家之一,他在自己的研究中借鉴并拓展了布尔迪厄的研究视角和路径。

### (三)后期:出版、人文和社会

第三时期是从21世纪初至今。汤普森2001年被剑桥大学聘为社会学教授,2004—2007年任社会学

系主任,2016年当选英国社会科学院院士(FAcSS)。这一时期,出版业的并购浪潮、传统图书与电子图书的博弈、零售商与出版商的折扣之战、零售渠道高退货率等现象频出。与此同时,政体出版社日益成为英语世界人文社会科学领域的重要出版机构,形成可与牛津、剑桥、麦克米伦等老牌学术出版社比肩的水平,并且在社会理论书籍出版方面体现出其学术优势。由此汤普森对出版研究倾注了越来越多的精力,也凭借自己的出版实践和在实践中积累的经验、人脉、资料做了不一样的出版研究。例如2005-2009年,汤普森用四年时间投身大众出版领域,深入出版集团内部了解从业人员的工作内容与形式,并对他们进行了280余次访谈以获取一手资料和数据,从中发掘有深度的问题。《数字时代的图书》(2005)与《文化商人:21世纪的出版业》(2010)就是汤普森研究兴趣转向出版研究后的重要代表作。

这一时期他对经济、政治、文化和社会等议题的关注进入了一个新阶段,从中观的出版业到更为广阔的媒体和文化行业,汤普森从时代的视角洞悉人类社会传播事业的结构变化。他承接了“出版业的数字革命”等一批研究课题,发表了《学术出版的生存策略》等研究论文。汤普森在解读传媒业之余,在这些学术成果中分析了经济、政治和社会之间的张力,主张以人道的态度看待经济危机。<sup>④</sup>

## 二、汤普森对出版论题的哲学思辨

以麦克卢汉(Marshall McLuhan)为代表的许多媒介技术学派的学者秉持“用时间消灭空间”理念,<sup>⑤</sup>主张用技术进步来增强人们对实在空间的掌控力。然而媒介技术对人的影响是建立在人类社会的复杂性基础上的,正如汤普森所言,印刷媒介交织着工业资本主义的发展和现代国家的兴起,技术的背后充满了“人”的斗争和围绕个人权利的奋争,人们在看到媒介增强人们掌控实在空间能力的同时,也应对技术保持警惕。

### (一)印刷术“赋权于人”命题的批判

在媒介演进历程中具有里程碑意义的印刷术是

传播研究者难以绕开的话题。印刷术的广泛运用使书籍变得更不易控制,印刷术所具有的解构权威的力量在许多学者的论述中都得到关注。尽管印刷术一定程度上带来了文化、知识的扩散,但汤普森看到了这一过程中新的权力中心:“近代欧洲早期出现的印刷出版机构既是经济机构,也是文化机构。这种‘双面人’的特征反映在许多早期出版社的独特氛围中,这些出版社不仅是商业场所,也是神职人员、学者和知识分子的聚会场所。此外,印刷商和出版商关心符号形式的商品化,这意味着他们与宗教和政治当局的关系极为重要,其中充满了困难。印刷业的兴起创造了新的象征性权力中心和网络。”<sup>⑥</sup>

汤普森指出,这些中心和网络一般不受教会和国家的直接控制,但教会和国家试图利用这些中心和网络,并不时加以压制。印刷术在一定程度上让民众得以接受原先由特定群体所控制的文化知识,文字的学习和阅读能够培育民众理性化思维,但由于印刷术的所有权和文字的解释权掌握在少数人的手中,一项新技术难以摆脱经济、政治桎梏。正如汤普森所强调的:“媒体和现代社会的发展在一定程度上是由印刷业推动的,但其后果远远超出了印刷业本身的考虑。这是一个复杂的过程,与教会不断变化的地位以及民族国家的发展和巩固交织在一起。”<sup>⑦</sup>此外,印刷机的发明一方面使得书面信息以从前不可能的规模和速度进行复制,促进信息传播和商业开发,但版权保护技术和规章难以同步匹配,“对作品的‘原创’和‘真实’概念产生了深远的影响”<sup>⑧</sup>。

在人际传播过程中,印刷媒介能够创造某种社会情景,通过信息传递和符号交流把相关个体联系在一起。然而,汤普森对于印刷术所创造的人的身体在场的“缺席”,以及借助媒介的中介作用、脱离面对面人际传播体验的交流方式的有效性持怀疑态度。汤普森注意到印刷媒介传播过程中缺乏面对面的互动,指出在这一传播形式下传播者和受众之间是一种“媒体准交流”模式,所谓“准”交流,是指

和人际互动交流具有相似性,但并不相同。汤普森指出,不同于面对面的人际互动,“写作使得与过去以及身体不在场的个人的交流成为可能,写作的发展过程极大地加速了时间—空间的这种疏离”<sup>⑨</sup>。汤普森认为,一方面,书写的文本打破了对话情景的狭隘性,使得任何能够“阅读”的人都可以进行解释和判断;但另一方面,“书写出来的著作”的显著特点是“疏离”:符号及其社会作用的疏离、文本的意义和作者意图之间的疏离、读者阅读语境与书写文本语境的疏离、文本及其指称对象的疏离。

汤普森认为,印刷媒介在信息传递的过程中具有“独白”性质,读者静静地、一言不发地阅读是通过印刷媒介接收信息的典型模式,在此过程中人们拥有自己的个性空间,可以通过阅读这种仪式在自己的生活经验和作者的世界之间展开个性化的精神交往,可营造与外界隔离的“个人空间”。印刷媒介在突破空间限制进行传播的过程中,造成了新的空间区隔。汤普森对于印刷术“赋权于人”的思考某种程度上可以归结如下:一方面,人们努力让实在空间实现媒介化,从而增加人们对实在空间的控制力;另一方面,印刷媒介在增强人们控制力的同时形成了新的权力中心,并再生产出人与人之间的社会关系、权力关系,所谓的技术赋权在某种程度上是一个伪命题,人在技术面前应当保持警惕。

## (二)对出版规制的建设性反思

在汤普森看来,印刷和出版的早期发展与新兴民族国家行政当局行使政治权力复杂交织。新兴民族国家当局积极利用报纸来传达官方的各种公告,但也设法限制或压制出版那些被认为是异端或危险的材料。汤普森指出,行使检查权并不是一个新现象,整个中世纪期间教会当局针对异端材料也采取了管制措施。“随着印刷术的问世,对管制的关注变得更为系统和世俗化了。”<sup>⑩</sup>汤普森对欧洲地区不同国家的出版规制历史进行了梳理,他指出,争取出版自由的早期斗争实质是对国家控制的斗争,这种控制有各种形式。在某种程度上,这种斗争与自由派

民主思想的发展相一致,并在后者那里得到有效呼应,后者关注界定与维护个人反对国家权力过度压制的自由。在汤普森看来,在19世纪早期英国报业反对印花税(所谓“对知识征税”)时,早期的自由派思想家如杰里米·边沁(Jeremy Bentham)、詹姆斯·穆勒(James Mill)和约翰·斯图尔特·穆勒(John Stuart Mill)的作品对出版自由作了有说服力和影响力的辩护。“出版自由”口号的提出也意味着一种独立的关于出版的观念的产生,它是宗教改革后经过资本主义经济、政治的糅合而产生的个人权利观念在出版领域的反映。

汤普森认为,传统的自由主义理论对经济活动采取自由放任的态度,低估了媒体机构依赖高度竞争的资本积累过程所带来的危险。<sup>⑪</sup>为了超越传统自由派的出版自由理论,并思考当代传媒产业发展最合适的体制构架,汤普森主张有调控的多元主义原则,该原则某种程度上蕴含了哈贝马斯“交往行为理论”的内涵,<sup>⑫</sup>主张通过生产者与消费者充分的交往互动来保障消费者需求的满足。汤普森指出,处于险境的并非只有消费者选择自由,而且还有一大批可以表达不同观点的公共论坛的存在。传媒产业中资源的公司化集中不只是对个人作为消费者的威胁,也是对个人作为公民的威胁。<sup>⑬</sup>

汤普森认为传媒产业在资本主义市场经济条件下将走向兼并、集中的道路。这种发展道路导致大众传媒产业的资源集中于私人之手,言论自由反而面临来自私人传媒机构无阻碍发展的威胁。<sup>⑭</sup>汤普森意在探寻市场调节与政府规制之间的平衡点,以建立多元、透明的传媒产业结构,维护作为消费者和公民的社会个体的权利。

## (三)对出版媒介“公共性”的批判与重构

在法兰克福学派第二代旗手哈贝马斯笔下,资产阶级的公共领域最初从文艺领域发展而来,后来变成对政治问题有直接影响的一个公共领域。在17世纪末和18世纪初,巴黎、伦敦的沙龙和咖啡馆成为讨论和辩论的中心,那里是私人聚会讨论文艺问题

以及人们普遍关心的问题的主要场所。进入18世纪后,报刊越来越趋向表达政治观点,成为批判性政治辩论的主要论坛,对国家官员的行动不断进行评论和批评。在看到印刷媒介传递“公共舆论”的同时,汤普森指出,虽然资产阶级公共领域在原则上对一切私人开放,但在实践中则限于人民中的有限部分,其中有效的接纳标准是财产与教育:在实践中,公共领域由18世纪资产阶级中有阅读能力的公众组成。这两点有效接纳标准往往限于同一批人,因为教育主要决定于一个人的财产权利。<sup>⑤</sup>

在汤普森看来,尽管哈贝马斯所提出的公共领域思想具有极大价值,但是所谓平等的进入权难以实现,资产阶级公共领域的某些方面是阶级利益的某种掩饰的表现,公共领域因局限于“精英的、资产阶级白人男性”也为许多学者所诟病。由此,在汤普森笔下,以面对面交流发轫,通过出版媒介扩大影响力的早期公共领域之“公共性”具有内在弱点。

汤普森还指出,哈贝马斯思考的公共性是一个用场所和对话概念来定义的模式,这是以共同在场(Copresence)为核心特点的公共性的传统模式,要求人们聚集在共同的场所一起讨论普遍关心的问题。<sup>⑥</sup>汤普森认为,媒介迭代创造了一种非在场的(Non-localized)、非对话的(Non-dialogical)、无限开放的(Open-ended)公共性,信息的共享不再受限于特定的场所。在此基础上,汤普森借用案例剖析了这类“公共性”所具有的两面性。汤普森对于出版媒介所具有的公共性持乐观态度,认为其超越了传统口语传播时代的作为共同在场的公共性,但对于媒介在带来“公共性”的同时所具有的内在风险,汤普森也予以强调。

### 三、汤普森对数字出版革命的前瞻分析

数字技术革命对出版业的影响在20世纪80年代中期开始显现,进入90年代后受到越来越多的关注和投资。然而在上世纪末、本世纪初网络经济泡沫和全球经济发展总体滞缓的共同影响下,人们开始怀疑数字革命能给出版业带来的变化。汤普森认

为应深入考察数字出版的特点及其未来,不能只关注技术变革,还应关注出版物内容所植根的社会土壤和被使用的社会实践。在汤普森看来,产品的变革只是表象,背后蕴藏着出版人实践以及知识产权价值的深刻变革。

#### (一)支持与怀疑之间:汤普森的审慎态度

汤普森指出,在2008年之前,由于电子书在大众出版市场的销售状况持续萧条,学界和业界对于数字出版革命的意见产生了较大分歧。数字革命的支持者认为“未来是数字的”,在电脑、iPod和手机陪伴下成长起来的“数字原生代”能够适应屏幕阅读的方式,并且电子书具有携带的便捷性,随着技术发展和价格降低,出版业也将像音乐产业那样实现大规模数字化。而在数字革命怀疑论者的眼里,纸质书的内容和物质形式之间的结合具有独特性,其美学价值、收藏价值和阅读体验都是电子书无法比拟的。汤普森随后指出,当以Kindle为代表的新一代电子设备带来2008年后剧增的销量数字后,大多数人对出版业数字革命的未来抱持乐观和支持的态度。

汤普森认为,世界本身比技术决定论者所认为的那样复杂得多,对数字革命的未来表达支持或是怀疑的简单推测很少能产生坚实稳固的成果,人们应该将数字革命置于行业架构和场域运行逻辑中进行考量,从业务系统、内容管理和控制、市场营销和服务提供、内容传递等层面分析数字化对出版业的影响,同时从出版场域中已经发生或正在发生的事情中提取普遍性的经验。一方面,这能让我们更好地理解为何数字革命在出版业内某些场域的运作更为成功,而在另一些场域则相对无效;另一方面,我们能更为深刻地了解正在改变(或将会改变)出版业的新技术的作用方式,更好地理解出版业的实践、局限和机会。<sup>⑦</sup>

#### (二)出版管理方式与图书生命周期重塑

汤普森认为,电子书的出现只是一场更为深远的转变的表象,表象背后隐藏着贯穿于业务系统、内容管理和控制、市场营销和服务提供、内容传递等层

面的革命。他指出,从20世纪80年代开始,大部分出版机构持续投资和引进计算机和数字化业务系统,出版机构管理系统、管理信息的集聚和流通均实现了数字化。相较于其他行业,业务系统的计算机化对于出版业的影响在某种程度上更为深刻,因为出版商处理的文本和图像等原始内容都是可以进行数字化编码的内容,从创作、管理、修改到转化内容的整个工作流程在理论上都可以数字化形式进行。<sup>⑧</sup>汤普森认为不同内容形式和出版类型对于电子化传递具有不同的适应性,因此数字化革命在内容传播方面的影响较为深刻且难以测量。

汤普森重点分析了桌面出版和数字印刷对出版业实践的影响。从高度组织化的传统出版到数字化桌面出版,新技术从根本上改变了出版者的角色,出版工作的专业壁垒被打破,成为可被自由职业者所分担的工作。数字印刷的发展某种程度上改变了传统的出版商业模式和图书生命周期。汤普森比较分析了传统出版商业模式和数字印刷所催生的按需出版模式:传统平版印刷的前期组建成本较高,但随着印刷数量增多,单位成本会递减;而数字印刷的单位成本偏高,适合低销量、高定价的出版物。对于一些在传统商业模式中已进入市场衰退期的出版物,通过按需出版或较短周期的重印,这类图书能得以重流通领域,数字出版因此使得图书具有永垂不朽的潜力。<sup>⑨</sup>汤普森认为,在出版商把握质量、成本和印数之间平衡的基础上,数字印刷使出版商能更灵活地应对市场动态行情,有效管理现金流并降低风险。但他也指出,即使数字印刷能使出版商印刷销量较少的图书并且延长这些图书的在售时间,但仍然难以解决出版商所面临的“出版创造利润的书籍”这一根本难题。

### (三)内容数字化传递的适应性比较

汤普森认为,出版领域数字技术的利用所能实现的增值程度在某种程度上取决于内容的本质属性——有些形式的内容先天就比其他形式的内容更适于数字化传递。<sup>⑩</sup>汤普森在区分出四种基本的出版内容形式的基础上,细分了八种形式的出版内容(见表1)。

汤普森对不同内容进行了界定:数据即本质上是有条理的、按不同层级呈现的数字汇编,如股票价格、金融数据;信息是指基本的描述性内容,如法庭事务记录、商业基本信息;知识的内涵相对更为丰富,它关涉一种阐释和分析的努力,一种为认知世界提供理论、争论或阐释框架的尝试。在知识这一内容形式之下又包含四种类型,其中两类是离散成果和聚合性知识。所谓离散成果,是指用简明形式表现出的某些特别的科学实验成果或其他知识,典型的出版形式是期刊文章;聚合性知识是指能将分散的成果汇聚成能为特定的主题提供持续性服务的扩展型文本,其典型代表是工具书。汤普森进一步指出,数据、信息、离散成果和聚合性知识的本质是细碎性内容,能被聚合成多种形式的集合体,因此数字化传递能够在诸多方面增加其实际价值。

汤普森认为,与细碎性内容相对的则是渐进累积性内容,包括知识类型下的另外两类内容(教学知识、持续争论)以及叙事内容。其中,教学知识是指为某一学科圈子外的个人传授理论、概念和事实的知识,其典型形式是应用于教育机构结构化课程环境中的教科书;持续争论的知识是指对于需要深入验证的学科内容或延续性文本的持续辩论或分析,主要出版形式是学术书籍或专著。汤普森所指的叙事内容形式包括小说和非小说,主要是指具有开头、

表1

出版内容的形式及其特性

| 数据       | 信息 | 知识   |            |      |      | 叙事  |    |
|----------|----|------|------------|------|------|-----|----|
|          |    | 离散成果 | 聚合性知识      | 教学知识 | 持续争论 | 非小说 | 小说 |
| 细碎性、高适应性 |    |      | 渐进累积性、低适应性 |      |      |     |    |

情节和结尾的连续性故事。这四种内容形式需要耐心和时间去阅读,读者难以在任意点切入阅读,且阅读通常需要延续一段时间。汤普森基于不同类型出版场域处理的主要内容形式以及使用这些内容形式的机构和社会实践活动的本质属性,认为教育出版、学术出版、大众出版三大场域的内容数字化传递适应性依次递减。

在汤普森看来,尽管数字化传递能通过简化检索、加入多媒体成分等方式为这几类内容形式增添价值,但长篇幅内容的阅读转移到线上环境不仅要克服技术的限制,还要克服诸如阅读习惯、收藏偏好等社会文化方面的障碍。汤普森对于不同内容形式数字化传递的内在适应性的分析,在某种程度上即是对使用者接受行为的分析,而这背后涉及出版商的成本、利润等复杂考量,正如汤普森所指出的,相较于技术问题,社会、文化和经济问题才是关键的问题。

#### (四)数字出版革命对知识产权的影响

在纸质出版时代,版权受到非法复印等盗版方式的威胁。随着数字出版物的出现,非法出版和流通的问题上升到一个新的层次。<sup>④</sup>汤普森在《数字时代的图书》一书中指出,由于数字化传递的出版物的复制与共享更为便捷,来自搜索引擎、个人以及其他各类主体的盗版威胁接踵而至,而出版商应对盗版威胁的方式主要有三种:加密、诉诸法律和主动向市场提供正规的电子版本。

汤普森指出,出版商对于第三方公司不同类型的数字采样业务持不同态度。亚马逊的“搜索图书内部”和谷歌的“图书搜索”从出版商的服务器中进行图书样本页提取,在某种程度上既有利于出版商控制版权,又能起到宣传图书的作用。而在谷歌的“图书馆计划”架构下,用户可以浏览公版图书的所有文本内容,还可以通过谷歌的“摘要”功能对仍受版权保护的图书进行部分浏览,这一做法令许多版权所有者难以接受。在出版商和作家协会对谷歌侵权的反抗行动中催生了图书版权登记机制,同时各

方人士也认为,公版作品和难以确认版权所有者的“孤儿作品”的版权归属应当由公共利益所决定。汤普森认为,围绕版权的争议表明,出版商和出版界的其他相关参与者处于一个多方争夺利益、难以掌控的世界中。

在数字技术的冲击下,汤普森对于知识产权的价值感到担忧。由于数字化内容的格式与电子书匹配与否是确保阅读体验和保护版权的重要保障,大型科技集团利用低廉的图书价格带动硬件设备销售,以此巩固其市场优势地位。汤普森指出,电子书过低的售价容易导致消费者认为纸质图书的价格主要由纸张和印刷的成本决定,从而进一步认为图书的内容价值如同其呈现在电子书市场上的售价那般低廉;同时占据电子书市场主导权的大型科技集团能在与出版商谈判过程中获得更多压价的筹码,而难以真实反映内容价值的不合理定价会影响到出版业健康发展。在汤普森看来,针对电子书定价的博弈正在将内容变得日益商业化,内容沦为零售商销售硬件设备、提升市场份额的炮灰,这一状况“引发了创意产业的重构,一种对知识产权的贬低,一种对内容的持续贬值,并在很长的时间里导致内容的质量难以得到提升”<sup>⑤</sup>。

#### 四、汤普森学术思想对于出版业和出版研究的重要价值

出版业的诞生源于人类从物质性向灵性发展,是人类在物质生活达到一定水平后探寻精神需求的产物,出版从诞生之初即承载着人文使命。然而在转型期历时性矛盾共时性凸显、经济场域挤压出版场域、出版理论体系尚不成熟等诸多因素影响下,无论是出版业还是出版研究都存在诸多需要反思和追问的空间。汤普森对出版的剖析,展现了出版场域内部行动者之间的张力、场域之间的互动关系以及技术和文本背后人的主体性。

##### (一)出版业的发展进路

##### 1. 立足市场主体,避免陷入“技术谬论”

汤普森在其出版研究中指出,数字革命正深刻

变革出版业,在其业务系统、内容管理和控制、市场营销和服务提供、内容传递等层面注入了“高效”因子,市场调研和反馈变得更加便利,内容的创造、开发与用户及相关媒介的需求得以协调。然而电子书的发展仍面临诸多难以解决的困境,如硬件问题、格式问题、价格问题以及最为棘手的版权保护问题。汤普森批判性地指出,如今出版业内许多人轻易接受所谓的“技术谬论”,他们假定技术是社会变迁的先锋,认为将所有内容数字化之后就能改变出版业的状态。他认为:“技术必须是情境化的,即在分析它们的时候,必须结合它们被开发和被使用的特殊社会背景,考虑到用户到底在利用这些技术做些什么、他们想要什么、他们会为哪些东西买单。”<sup>②</sup>例如,读者喜欢阅读电子书还是纸质印刷品?读者通常在什么场景下阅读,阅读的目的是什么?特定类型的作品对特定群体有什么意蕴?为什么有些在线获取的内容能吸引读者为之付费?从长远来看,什么样的出版内容是真正让人性臻于完美的?汤普森在2021年的一次访谈中指出,亚马逊积累了大量“信息资本”,使其作为零售商拥有明显的谈判优势,但图书对于其象征资本和声誉的积累仍然具有重要意义,在这一层面科技巨头目前仍旧离不开传统出版机构。<sup>③</sup>汤普森这一观点表达了技术无法主宰文化的理念:与其寄希望于技术改变一切,不如将作为市场主体的“人”的需求及其应用场景置于思考的首位,将自身整合进社会服务体系之中,这样出版机构才能更好地在数字革命中找到自己的前进方向。

## 2. 联动组织内部主体,实行人本管理

从汤普森对出版的分析中可见,出版场域内外主体构成“牵一发而动全身”的关系网络,主体间的协调和联动是组织效能发挥的关键。组织是一个相互连接的、整体的“生态系统”,组织活力的激发依靠个体价值和集体智慧的结合。在智力活动占比较大的出版组织中,“人的价值”的发挥和集合占据更重要的位置。汤普森在发展布尔迪厄资本理论时创造性地增加了知识产权资本和人力资本,而这两类资

本就根本而言都与人相关,涉及人的权益维护与人的能力调配。随着数字技术不断冲击出版业,出版组织仅仅关注产品 and 市场并不足以在重围中脱颖而出,而应将业务与人类基本理想相联结,强化价值协同的合作型团队,将组织目标和员工的个人需要、职业抱负融为一体,化管控与命令关系为以人为本的耦合关系。

## (二) 出版研究的发展进路

### 1. 深入行业内部,记录出版人真实脉搏

出版是人类文化的重要方面,是社会知识流通的中介,也是建构社会思想的载体。当前的出版研究较多关注出版的产品、制度、战略等层面,在这些研究中“出版机构”“出版产业”被视作一个整体,难以看到其中具体的“人”的互动及价值。自1993年张如法先生出版的专著《编辑社会学》开创编辑学对“人”的研究的先河后,编辑出版研究界很少有成果系统地发现人、关注人。近年来,社会文化环境、出版行业结构和读者阅读偏好等都发生重大转变,新时期出版场域行动主体的互动关系、出版业人事管理机制的更新、出版人才的培养等是出版研究的题中应有之义。汤普森从社会学视角呈现出版业生动图景,为我国出版研究带来深刻启示,学界应深入出版场域内部,通过田野调查、问卷调查等方式记录一线出版人的点滴感悟、真实脉动,掌握有关“人”的第一手经验材料,并在此基础上提炼出契合行业内外主体需求的出版理论。

### 2. 借力成熟学科,建构出版研究的中层理论

结合汤普森关于出版的研究可以看到,中观的出版场域与宏观社会结构、微观社会生活实践之间都存在张力:出版物的诞生具有其社会历史背景,而出版物的消费主体能够依据其主体能动性进行创造性解读;出版场域中的行动主体之间具有复杂的动态权力关系,而这一场域与其他场域也在挤压中共生;社会实践中的个体行动受制于社会结构,但个体在结构中汲取规范和资源后能够再生产出结构。当前出版学的基础理论体系亟待建构、完善,强化学科

基础并进行默顿(Robert King Merton)所言的中层理论建构是出版学建立学科合法性的必经之路。默顿提出的中层理论是介于细碎的日常微观假设和大一统理论之间的理论。<sup>⑧</sup>这一研究范式在绝对微观和绝对宏观之间找到了中间道路,使其既能观照人们日常生活中的具体细节和情境,亦能借助中观理论架构,以接近更加具备解释力的理论建构。

在当今时代背景下,出版环境复杂多元,技术和资本的冲击不断加剧,出版研究一方面要自觉将出版与社会历史进程相联系,在认识论层面发挥理论研究的想象力,同时借力社会学等成熟学科范式,把握自身定位,在与成熟学科的对话中形成相对成熟的理论框架;另一方面,也应通过个案、现象等可验证的经验材料提炼出基础性的出版理论,以更好地指导出版实践发展。

### 五、结语:汤普森出版思想的人文关怀

汤普森有关出版的研究中交织着对于“人的主体性”的诠释:出版场域由一个个具体的“人”所组成,行动主体间存在复杂的互动关系;汤普森将出版机构置于社会学视域予以考察,出版的社会性得以凸显,以往偏向于出版机构的权威性一定程度上得到解构,读者的主体性增强;历时性地考察出版技术的发展过程,可发现其中也交织着人的斗争和对个人权利的争取,依靠出版实现人的全面发展任重而道远。对于数字出版革命,汤普森认为相较于技术,更应关注的是出版物所植根的社会生活和被使用的社会实践;相较于产品变革的表象,更值得关注的是表象背后隐藏的出版人实践以及知识产权价值的深刻变革。

#### 注释:

①王杰,徐方赋.我的文化社会学视角:约翰·B.汤普森访谈[J].文艺理论与批评,2009(5):38-47.

②普森学术履历[EB/OL].(2022-03-16).<https://research.sociology.cam.ac.uk/profile/professor-john-b-thompson>.

③维嘉.出版场中的象征资本:汤普森对布尔迪厄的学术重构[J].学海,2018(4):136-143.

④hompson J B, Avramopoulou E, Pasquetti S. Suffering: The Human and Social Costs of Economic Crisis[C]//Castells M. Europe's Crises. Cambridge: Polity, 2017: 148-177.

⑤“用时间消灭空间”是马克思在19世纪中叶提出的传播设想,意在表示资本主义社会发展中追求的将商品在不同空间转移的时间缩短至最低限度的理念。

⑥⑦⑧Thompson J B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media[M]. Cambridge: Polity, 1995: 66, 61, 21.

⑨约翰·B.汤普森.意识形态理论研究[M].郭世平,等,译.北京:社会科学文献出版社,2013:176.

⑩⑬⑮约翰·B.汤普森.意识形态与现代文化[M].高钰,等,译.南京:译林出版社,2005:193,283,123.

⑪Thompson J B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media[M]. Cambridge: Polity, 1995: 240.

⑫罗金成,杨奔.公共性概念的变迁——从哈贝马斯到汤普森[J].学术论坛,2014(9):97-103.

⑬石泉.约翰·B.汤普森现代文化理论研究[D].北京:首都师范大学,2013:34.

⑯Thompson J B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media[M]. Cambridge: Polity, 1995: 244.

⑰⑱约翰·B.汤普森.数字时代的图书[M].张志强,等,译.南京:译林出版社,2014:459,337.

⑲⑳约翰·B.汤普森.数字时代的图书[M].张志强,等,译.南京:译林出版社,2014:475,333.

㉑约翰·B.汤普森.文化商人:21世纪的出版业[M].张志强,等,译.南京:译林出版社,2016:280.

㉒约翰·B.汤普森.文化商人:21世纪的出版业[M].张志强,等,译.南京:译林出版社,2016:291.

㉓约翰·B.汤普森.数字时代的图书[M].张志强,等,译.南京:译林出版社,2014:330.

㉔Jeffries J N. Publishing's Digital Disruption PW Talks with John B. Thompson[J]. Publishers Weekly, 2021, 268(13): 53.

㉕罗伯特·K.默顿.社会理论和社会结构[M].唐少杰,齐心,译.南京:译林出版社,2006:59.