

【仕分け】の時代の学術出版

新しい学術コミュニケーションの形を求めて
あるいは電子出版時代に学術出版は存在意義を示せるか

京都大学学術出版会 鈴木哲也

はじめに

「出版パッシング」の危機の内実を捉えられないでいる学術出版，大学出版

- ・見かけ上の，ビジネスの「拡大」
- ・学術コミュニケーションの本質に関わる総括のない思考停止
- ・なにより，新しいコンテンツの開発に向けての実践的な試行錯誤の不足

存在意義を見いだすには，

- ・根源的な問題の見直しと，
- ・思い切った再整理と新しい技術の活用方法の模索
- ・セクターを超えたネットワーク

が必要

1 本当に豊かになったのか？ メディアの多様化と学術コミュニケーション ——学術コミュニケーションの変化と出版の疲弊

1) 研究の観点から

- ・研究成果の量そのものの急増／研究成果の形の多様化
- ・にも拘わらず増え続ける，「出版」へのニーズ
→出版ニーズを利用した，低質のビジネス

- ・結果としての「出版の疲弊」
学術書のクオリティの低下
異様な「廉価化」と，異様な高価格化
→研究者の「学術書」ばなれ

Chodorow, S (1999) The Once and Future monograph, in M. M. Case(ed.),
The Specialized Scholarly Monograph in Crisis or How Can I Get
Tenure If You Won't Publish My Book? Association Research Library.

2) 教育の観点から

- ・大学院重点化と，大学院教育の激変：「教科書」の問題点

3) オンライン化の光と影

- ・学術コミュニケーションの狭域化

Science 2008年6月18日号

“Survey Finds Citations Growing Narrower as Journals Move Online”

“Electronic Publication and the Narrowing of Science and Scholarship”

- ・学術雑誌版元の寡占化と価格高騰

Trends in Scholarly Journal Prices 2000-2006

学界・研究機関の反発 The Economist 2004 8. 5

- ・生産される論文の質は？：国文学データベース化の結果

4) 既存パラダイムからの脱出の展望を見いだせていない学術出版

「デジタル化の潮流に乗り遅れている大学出版部」

Ithaka, University Publishing in A Digital Age 2007. 7

2 原理的な問い直しと「仕分け」による、新しい可能性の模索

——学術コミュニケーションの再構築のために

1) 「新しい学術コミュニケーション」の要件

- ・速報性と領域性／非速報性と汎領域性：双方を満たすメディアと質の使い分け
- ・国際性と 英文による発信は不可避 それだけでなく、日本語でも届けること
- ・教育の観点
学術研究の深さ（歴史性・階層性）と、広さ（パラダイム指向的意味）の提示
- ・多様な技術・メディアの効果的利用

商業セクターとしての観点

- ・「学術書」の役割を長期的な視点で再考する必要

2) どう仕分けるか

- ・コンテンツの性格による仕分け／技術適合性による仕分け
→全体としては「出版」による成果公開は制限されるべき
紙が有効であり得るもの
領域包括的・体系的なレビュー
普遍的な知識（特に歴史的・古典的な事柄）
領域超越的なパラダイム指向の研究

紙であることによる限界があるもの
実験・観察・採集プロトコル等
リーディングス

紙である必要のないもの
短期的、あるいは個別な知見・研究

紙でないことによって公開が可能になるものも
たとえばフィールド研究におけるフィールドノート

3) 一つの試行錯誤（京大学術出版会の場合）

- ・本格的な包括的概説書／古典／英文書／新しいタイプの教科書

→学術コミュニケーションの創造による市場の創造

たとえば、ベゴン『生態学』

「西洋古典叢書」「近代社会思想コレクション」

『西洋古典学事典』

・リポジトリへの協力の経験から

4) 電子学術出版の直近未来的と問題点

- ・「電子書籍元年」フィーバーの中で見えてきたこと

電子書籍の中心は「高校生に携帯で小説を読ませる」こと？

共通フォーマット作りの考え方 実際の市場措置

おそらく、(当面の間) 電子学術書は一層周辺化される----

- ・電子学術出版の直近未来的な4つの形

■既刊コンテンツの電子化，コースウェア化とライセンスビジネス

「新入生おすすめの本」のバンドル化 大学生協等との共同

書籍横断的なコースウェア化

■新刊の開発1 研究書

認知科学，臨床医学分野

フィールド科学分野のプロトコル的コンテンツ

他領域・長期のリファレンスに耐える，総合的な事典

■新刊の開発2 教科書

用語解説，資料参照，具体的課題での演習などの盛り込み

視覚・聴覚・(近未来的には触覚的) 体験，仮想実験の提供

学習者のレベルによって可変的なコンテンツ

■新刊の開発3 資料

事典的なもの

研究「一次資料」の公開 特に歴史的な観点で

3) 克服すべき問題

- ・新しいタイプのコンテンツの開発力を持っていない業界構造

最も基本的な文字と動画の適合的相関も分からない

- ・予想外に大きな費用

改めて，印刷コストの「小ささ」を実感

「動画産業」と「文字産業」の費用格差

- ・普及販売システムの未確立

「垂直統合」モデルへの対応の難しさ

5 終わりに セクターを越えた共同こそが鍵になる時代