



大英百科全書免費上網的衝擊

黃慕萱／國立臺灣大學圖書資訊學系教授

"Encyclopaedia Britannica, the longtime leader in information that has lost its way in the Internet era, is giving away its knowledge for free in a desperate bid to stay afloat." (From Dave Carpenter, The Associated Press, Oct. 19.)

1999年10月19日，總部設在芝加哥的大英百科全書公司跨出其網路上的一大步（網址為www.britannica.com），提供使用者免費上網檢索，厚達32巨冊四千四百萬字的「權威資訊」，將可透過全球資訊網呈現在終端螢幕上，誠可謂網際網路使用者的一大福音。但也因為受其盛名之累，網站開張的第一天，數千萬讀者蜂擁而上，軟硬體均無法負荷大量使用者，網站即告當機，僅有十萬左右的使用者成功地到達其首頁。至筆者提筆為文止（臺北時間11月4日上午10點），網站上的訊息仍為"coming soon"，這對大英百科全書公司而言，無疑是一件相當尷尬的事。

在討論《大英百科全書》免費上網的衝擊前，先行簡介《大英百科全書》的歷史，以便更加瞭解大英百科全書公司，近年如何在困境中力求突破。《大英百科全書》從1768年到1771年在蘇格蘭的愛丁堡出版，就一直以「老牌且連續出版的英文工具書」自許。1901年正式歸化美國，但在名稱上還是使用英式拼音的「encyclopaedia」，而非美式拼音的「encyclopedia」。期間歷經相當負盛名的第九版與第十一版，一直為學術圖書館或藏書家珍藏的對象。而後在其他百科全書的競爭之下，雖然有些起伏，但自十五版大幅改版後，由於其學術性與權威性，臺灣大學圖書資訊學系沈寶環教授以「龍頭老大

的大英百科全書公司」稱之，更可確知其在百科全書中穩定且無可取代的地位。

在長達231年的歷史中，大英百科全書公司在1989年達其營收高峰，營業額高達六億五千萬美金，業務人員多達兩千三百多人左右。但自此以後，公司營運狀況每下愈況，據估計目前其百科全書銷售量僅達全盛時期的兩成，員工亦驟減至三百五十人左右。事實上，過去美國人的家庭，擁有一套百科全書是身分的象徵，尤其是極具權威與學術性的大英百科全書。不過，以其目前的銷售量來看，大英百科全書公司過去以推銷員挨家挨戶的拜訪求售，正面臨該有史以來最嚴酷的挑戰。

大英百科全書的沒落和其不能善用多媒體的資訊科技有相當大的關係。自微軟公司1993年出版"Microsoft Encarta Multimedia Encyclopedia"後，由於Encarta電子版百科全書圖文並茂且售價低廉，讓以內容取勝的大英百科全書公司無法招架。事實上，微軟公司當初屬意的合作對象，即為最具權威性的大英百科全書，但大英百科全書公司拒絕此一合作機會。雖然大英百科全書在1994年即推出光碟版，其文字內容還是維持過去的權威與專業，但視覺效果和資訊科技的應用欠佳，完全無法帶動其銷售量。而後大英百科全書在1994年率先上網，但由於其一年收

取85元美金年費，不符合網際網路資訊免費的潮流，再加上缺乏視聽效果和圖表，仍然無法在銷售量上獲得突破。

10月19日，大英百科全書背水一戰，宣佈完全免費上網，除以多媒體方式呈現其金字招牌的大英百科全書內容外，尚包含75種高品質雜誌（如：Time、Fortune、Sports等），華盛頓郵報等報紙，甚至連電子郵件、股市消息與氣象資訊都有提供，也將具備電子商務的功能。大英百科全書的絕地反攻，雖然成效未卜，但第一天就因吸引過多使用者而當機，亦可視為讀者對於其過去努力與成績的一種肯定。

大英百科全書公司表示，其鉅著仍將以紙本方式繼續發行，將於公元2001年以40巨冊呈現，亦同步出版光碟版和網路版。此舉充分顯示，在可見的未來，仍將是多元資訊媒體並列的局面，紙本、光碟及網路均有其市場。但可以證明的是，百科全書過去挨家挨戶推銷的模式，所能接觸的潛在顧客數目，絕對不及網路能接觸的使用者數目。同時，大英百科全書公司第一天開張就因網路塞車而當機，亦可證明使用者對高品質資訊的重視。

以後，大英百科全書將和許多網站一樣，靠網路上的廣告收費和電子商務創造盈餘。不過，大英百科全書公司亦提供另一種選擇，如果你不想看廣告的話，可以使用其原先的網站（其網址為www.eb.com），但一個月必須繳交5美元。圖書館雖然不是營利單位，但在面臨越來越多高品質網站的競爭，圖書館未來將如何生存發展，是相當值得我們深思的重要問題。如果換一種角度思考，圖書館能提供高品質的資訊與服務，沒有廣告和商業行為，反倒可能成為其吸引使用者使用的最大誘因。

根據觀察，目前使用者在尋找資料時，通常還是先查檢印刷型式的資料，然後再找尋相關網路的資訊，完全依賴網路資源的時代應該尚未到來。許多人在網路上找尋資料時，也經常埋怨找不到相關資料，這種要求資訊品質的觀念，不但是大英百科全書上網的本錢，也正是其能吸引上千萬使用者同時上網的關鍵。不過，即使是如大英百科全書之出版業巨人，亦不能忽視資訊科技，必須應用網路無遠弗屆的影響力；在螢幕上掌握所有相關資料的方便性；及其免費上網對使用者的吸引力，充分掌握並駕馭資訊科技，才能延續過去輝煌的成就。

圖書館一向被視為提供有組織資訊的機構，而且是專業提供資訊的最老牌機構。然而在邁向資訊時代之際，此資訊機構的未來及前景反而遭到質疑。事實上，圖書資訊學專業被質疑的原因和其不能有效掌握資訊科技有很大的關係，就像大英百科全書公司一樣。尤其是身處在資訊經濟(information economics)以及知識經濟(knowledge economics)逐漸走紅的同時，如果大家肯定資訊有價，那不管是那一個行業，只要能做好整理組織資訊和提供資訊的服務，一定會是資訊時代的當紅炸子雞。事實上，整理、組織、分析和提供資訊，正是我們這個專業責無旁貸的工作。

大英百科全書近年來銷售量的巨幅下滑及其免費上網之舉，再次提醒我們在資訊科技潮流中求生存的困難，如果不跟著進步，不論極具專業權威或是擁有信譽的金字招牌，都難逃沒落的厄運。因此，面對數位革命的衝擊，圖書館應當更積極思考其所應提供的服務，結合有關資訊科技，只要能真正做好整理組織資訊和提供相關資訊的工作，此行業一定能繼續成長茁壯。