For Authors For Readers



因作家而生、为读者而存在

目录

凝煉纯粹,一如电子书应有的姿态 鎌田纯子 2 从工程师到作家 藤井太洋 5 变化莫测的时代,进化中的青文出版社 黄咏雪 8 类比与数位之间逐渐消失的界线 大谷和利 10



凝煉纯粹, 一如电子书应有的姿态

株式会社 Voyager 董事长 鎌田纯子

有搜索功能的书

人们会阅读电子书吗? 怎样的形式和模样,才能让读者愿意阅读呢? 什么主题或内容最适合电子书? 我们 VOYAGER 从1992 年创立开始,便一直在追寻这些问题的答案,并且确信大众会「阅读」电子书。当年既没有智能型手机、也没有平板计算机,十几、二十年前要读电子书的话,必须打开个人计算机。现实就是这么残酷。

初期的电子书经常被拿来和纸本书做比较,因此经常听见不堪入耳的评语,例如:纸本书能翻页、能在喜欢的地方画线、还可以注记;电子书做不到这些,还需要特殊的软件才能看,此外,屏幕像素密度低、看起来好廉价。确实,我也认为当时的电子书充满缺点,但仍有可取之处:一张不到20公克的CD光盘可以容纳100本文库本的内容,还可以进行搜索。

于是我试着回想,在那个只有少数 IT 技术人员才能使用网络的年代,当时大家是怎么买书的呢?在通勤、通学途中的书店里随兴买个几本;或是拿着报纸的广告截角到附近的书店订书,10 天后书才到货,大概是这样的状况。现在又如何呢?书店数量大幅减少,仅剩 1999 年时的 62% (*1)。这代表买书变得不方便了吗?不,现在只要想买书,在网络书店订购当天就能拿到,二手书也能够这样买到,就连图书馆的藏书状况,也能通过网络查询。当一本书上架到网络那一刻起,就有机会通过各种方式取得。有了网络之后,我们买书和读书的型态已然改变。

全世界都在使用因特网,进行各种信息的交流,网络在现代社会,已如水和空气般不可或缺。尤其取得信息的简易与便利性,俨然超越以往,在日常生活中,只要一有想知道的事情就会立刻上网查询,然而一旦习惯了这样令人无法招架的恩惠,便很难再转而使用其他的方式。

电子时代的破坏式创新

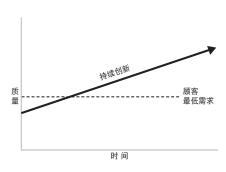
举例来说,想一想新闻的状况吧。比起报纸、电视或广播,经由网络传播的新闻逐渐增加。

2014年3月,美国大型报社纽约时报,有一份名为「Innovation (创新)」的公司内部报告外泄,在网络上流传,内容写的是唯有公司和记者双方都勇于改变,纽约时报才有可能继续生存下来。读者通过推播至社群网站和智能型手机的新闻取得最新消息,尽管纽约时报能够提供优质报导,读者数量却仍远不及新兴的媒体管道。该报告指出,就是这些易于接触的媒体持续抢走了读者。

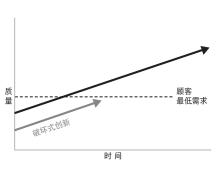
报告中以数码相机为例,说明了 disruption——「破坏式创新」这样的机制如何产生影响,在此译成中文与大家分享。

「破坏式创新者」推出新商品时,最初看起来并没有威胁性,他们的产品看来廉价,质量也差——至少一开始是如此。(略)加以时日,「破坏式创新者」大多会利用新的科技来提升自身的产品的质量,当产品对于大部份消费者而言已是「够好」的状态时,便会成为市场的引爆点。

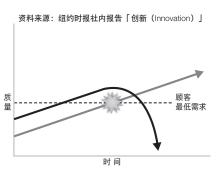
以数码相机来说,对大部份顾客而言品质「够好」,大概就是能拍摄足以完美印出明信片大小照片的水准。最早的商品和玩具没有两样,光是要印出名片大小就相当勉强,更别提要用那样的东西替自己珍贵的回忆拍照留念。然而,当商品几经改良,直到可以印出明信片大小的这一刻,便成了数码相机市场的「引爆点」。数码相机除了可以在拍摄的时立刻确认拍出的效果,还能在家自己打印,真的非常方便。



现存企业会持续革新,不断针对产品进行改良。他们的焦点只有一个,就是提升自身产品的质量。



「破坏式创新者」推出新商品时,最初看起来并没有 威胁性,他们的产品看来廉价,质量也差——至少一 开始是如此。



「破坏式创新者」会利用新的科技来提升自己的产品的质量,当产品对于大部份消费者而言已是「够好」的状态时,便会成为市场的引爆点。

同样的事情也发生在电子书领域。随着装有高分辨率接触屏的智能型手机普及,成为令人爱不释手的随身携带装置后,人们便能 24 小时随时连线浏览网络书店。此外,电子书格式也朝国际标准化迈进,除了欧美的语言,日文和中文也能以 EPUB 格式制作了。例如,竖排版的书本,也开始能够以右翻的方式进行阅读;而横排版的内容则相反,可以左翻阅读。也就是说,有了 EPUB 格式之后,就连日本的漫画都能贯彻最初的版型设计概念,在电子版的页面上也能正确显示内容。

以前我们说电子书劣于纸本书,是无可奈何的事实。但重新 检视现况,会发现时代已经不同于往日,许多技术上的缺失都 能迎刃而解。对读者而言,电子书早已达到「够好」的状态了。

书是信息与知识的套装组合

电子书对于作家又如何? 以作者的角度列出电子书的优点。

- ① 可以进行个人出版
- ② 没有库存风险
- ③ 用个人计算机就能制作

还有其他优点,无疑都显示出电子书作为媒体的高流通性、 低花费、制作方式简易等优异特色。

现在,VOYAGER 所关注的是书本最初的功能。书是信息与知识的套装组合,人们以书得形式留下自己想诉说的主题,而这个套装组合中的一字一句都被赋予了想传达给读者的讯息。然而如何包装呈现是非常重要的因素,与发表在网页和博客上的文章有很大的不同。写下想传达给读者的东西,将内容重整后打包组装成为书,还需要反复修改,低成本的电子书就相当合适。若有文字无法呈现的部分,还可以嵌入网络上的图片、影像、网页的链接也一并纳入内容。

个人制作书的时候,最困难的是如何判断作品已达到能够出版的状态。若是商业出版,只要完成草稿,编辑说OK就可以了。但个人出版的话又该怎么办呢?

简单地说,就是下定决心展现成果罢了。只要抱着一定要让作品问世的心态写作,向读者诉说意旨的强烈心情便会自然涌现。尽管文章的表达方式非常重要,但唯有统整集结成书之后,才开始拥有读者,毕竟,愿意阅读草稿的只有编辑而已。

制作书的时候,还有一件事情非常重要,就是要注意著作权的问题。例如,引用的时候一定要明确注记出处,若在书写时不特别留意,没有将引文与自己写的内容做区隔,也是违反规定的行为。2015年日本修订了著作权法之后,制定出电子出版权的相关规范;另外,TPP(跨太平洋战略经济伙伴关系协议)的协商中,著作权保护期间的延长问题也浮上台面。

在这样的背景下,便有适合创作者阅读的著作权入门书籍出问世了,内容深入浅出,让不太熟悉法律的人也能看懂,例如

《我专为想彻底了解著作权的人而写——创作者须知的权利与法律(クリエイターが知っておくべき権利や法律を教わってきました。著作権のことをきちんと知りたい人のための本)》(著/鹰野凌、监修/福井健策、发行/impress)或《18岁的著作权入门》(著/福井健策、发行/筑摩书房)若想制作电子书,不妨挑一本来读读看。

只需5分钟就能把Word文件变成电子书的「Romancer」

1996年,日本的出版营业额达到顶峰,比现在多出五成,超过2兆6千亿日元。现在,谈到市场规模与书店数量萎缩的情形,若以出版社的角度来看,就会说「还是以前好」。

纸本书的制作,从将原稿印刷、装订、在工厂量产、通过经销商才流通到书店,工程浩大,需要专业的经验和组织架构才能完成,还得花上数十万日元以上的费用,对个人来说是很难实现的过程。然而制作电子书不需要这么费工夫,全程都能在个人计算机上操作,也只需要少许的花费便能集结成书。如果想出版的是纸本书,不与出版社合作是很难实现的。

电子书,标榜的就是个人也可以完成出版。只要利用 Amazon 的 Kindle Direct Publishing 或是 Apple 的 iBooks,就能将作品贩卖到世界各地。然而上述的这些电子书店,都统一要求使用 EPUB 格式的文档。而决定要做电子书的时候,大家或许又会因为不知道如何制作 EPUB 文档而感到踌躇。

因此,Voyager 开发了制作电子书的网络服务,称为Romancer (https://romancervoyager.co.jp)。在这里,就可以将Word 档转换成EPUB 格式。只需

- ① 准备好原稿文档
- ② 将文档上传
- ③ 按下转换文件按钮

这三个步骤即可。

您也可以在 Romancer 发表您的电子书,只要利用电子邮件或自己的博客、Twitter、Facebook等,告诉大家电子书的网址,就完成了。只要点击链接,就能打开那本书来阅读。

这个机制使用了我们于 2011 年开发的「BinB」电子书阅览系统。BinB,即为 Books in Browsers 的第一个字母。这是一个用网页浏览器阅读电子书的系统,不需要下载任何专属的阅读应用程序。

新的出版社群

现在,人们不仅开始阅读电子书,更有一些由作家构建了自身作品的电子版全集资料库,像池泽夏树的「impala e-books」



点进「Romancer」的网页,呈现管理画面、作品列表、制作指南、出版 支持等菜单。

(http://wwwimpala.jp/),在第一阶段就进行了40多本作品的电子化。池泽先生于2014年开始这项企画时,曾表示「电子版如天使一般轻盈地在纸本书沉重的躯壳上空飞舞,这不也是美好的光景?而读者拥有选择的自由」(*2)。2015年,片冈义男也建立了作自身作品的电子版全集资料库。

「impala e-books」的出现,意味着作家自己通过网络与读者串连的环境已然成形,新的出版社群就此成立。

以前,我孙子武丸与井上梦人等作家曾携手合作,设立了网站 e-NOVELS,目的是为了建立能编辑彼此作品的平台,并以作者个人的身分发表小说互相交流。后来虽然 e-NOVELS 这个网站结束了,不过志同道合的人集结在因特网,致力打造发表创作的空间早已不是新鲜事。

就网络上的文学社群而言,历史最悠久的就是青空文库(http://wwwaozoragr.jp),这个网站于1997年,在已故的富田伦生等人登高一呼之下创立。著作权保护期间结束的作品,由志愿者将内文输入、校对,且发表在网络上让大家可以免费使用。早期只有中岛敦的《山月记》、二叶亭四迷的《我的言文一致的由来》、森鸥外的《高濑舟》、与谢野晶子的《乱发》(明治34年版与昭和8年版)五部,迈入第18年时累积超过了13,000部作品。

最近还有翻译家青山南于 2011 年发表的户山翻译农场(http://www.ttfarm.org)是由早稻田大学的大学生与研究生合力翻译美国短篇小说家欧·亨利的所有著作,并发表于该网站。这些内容详细解读了 20 世纪初期纽约的时代背景,进一步追求着更深入的翻译表现。这项活动得到筑摩书房编辑的青睐,经过青山南的监修,于 2015 年 5 月以文库版的形式出版了《欧·亨利纽约小说集》。

留给明天

电子书并非为了对抗纸本书而生。二十年前做不到的事情,

今天已经可以实现;未来的 20 年之后,人工智能发达,人们或许不须执行搜索功能,只要脑中动念就能达到目的。那样的未来,背后肯定有高度的科技支撑。

其实书的根本,就是人们绞尽脑汁留下的一字一句。现在大部分的电子书,都是由纸本书进行电子化之后的产物,因此经常被嘲笑为 Print under glass(玻璃底下的印刷品)。尽管如此,只要是电子书就可以搜索。

因为经济关系而无法出版纸本书的课题若能由电子书来解决,那便是最有魅力的优点了。人们需要信息,便会动手搜索,而搜索结果的其中之一,就有我们的电子书。尽管现在仍有 DRM (数据版权管理)等阻力,还称不上是理想的搜索环境,但相信时间可以解决这样的困境。

ETERNITY: 永续性

BORDERLESS: 国际性

OPEN: 开放性

ORIGINALITY: 原创性

KNOWLEDGE: 知识/情报

SOCIAL: 社交性

秉持着电子书的这几项特性,我们会继续思索,并努力执行 电子书能够完成的事。

* 1 资料来源:日本著者 促センタ
* 2 http://www.impala.jp/e-books/about.html



鎌田纯子 (Kamata Junko)

1957 年 生,任 职 于 Pioneer LDC,从 事 LD (Laser Disk) 市场引进与多媒体作品企划。于 1992 年参与了 Voyager 公司成立,担任 CD-ROM 内容、网站制作规划、电子出版相关工具的制作与销售等工作。2013 年 10 月起担任董事长。

从工程师到作家

作家 藤井太洋

「写小说吧」

2011年,由于福岛第一核能发电场发生事故后限电,那年夏天规定不能开空调而闷热不已。当时身为计算机软件开发公司员工的我,心中产生了写小说的想法。连日看着新闻报导咄咄逼人地重复着「辐射能」这个字眼,才知道高能量加速器研究中心教授所谈的辐射能研究,其实已经有超过100年的历史,这个事实震慑了我的心。

我没念过科学,也没接受过报导写作的训练——但若是通过小说,用说故事的方式,我应该可以传达些什么。心中有了这样的念头之后,我便开始写起小说。

和书有关的工作

其实我不是第一次写书。

2003 年,我替一款叫做「Shade」的 3D 计算机绘图软件写了教学书,后来因此到开发 Shade 的公司 e-frontier 任职,又陆续写了 2 本 Shade 的导读指南,还有 Shade 的新闻稿或网站上的宣传文字,与商品一起盒装的使用说明书等等,以一个上班族来说,我写的文章算多了。

制作书,其实也不是第一次。

1996年,我的第一份工作,是在位于饭田桥的制版公司「帆风」担任 DTP(桌面排版,desktop publishing)的工程师。当时,或许因为使用文字编辑软件的公司还很少,所以也会接到将手写稿制书出版的工作,因此有关出版的从头到尾所有的步骤,我都学过一轮。而 1999年,帆风受到航空自卫队滨松基地的委托,制作未来要展示在广报馆(公开展示馆)的写真书。于是从规划、采访、撰稿、安排摄影、编辑、设计、插画,乃至最后印刷入库,全由我一手包办,累积了宝贵的经验。另外,由于 e-frontier 旗下有出版社,因此任职期间我也从经营的角度,学会了出版的商业模式。

事实上,只要完成小说内文,画好封面插画,用桌面排版软件以文库本版型完成排版,印刷、制作书后取得 ISBN 编码,就能在小通路开始销售了。但是,我的经验与产业知识告诉我,印刷本是一翻两瞪眼的事,通常只有一次机会。然而这个年代,就算是专业人士做的书,也可能只卖得了几百本,所以只能追求反复修正的方式了。

自然而然的,我开始思考通过电子书销售的可能性。

不过,当时就算是 Kindle 引进日本这样重要的事情,也只有日经新闻做了简单的报导。

我并不担心 Amazon、Apple, 或是如 Kobo 等采用 Adobe 排版 引擎的平台能否正常显示竖排日文书。早在 2011 年,我因感兴趣而从事过 HTML 应用程序的开发,当时便已确认只要用 Apple 打造 网页浏览器 Safari 而制作出的开放源代码 Web library 「WebKit」,就能显示出竖排版内容。

反倒是电子书通路的状况,才令人完全摸不着头绪。2009年 Amazon 发表了使用特有格式的 Kindle Direct Publishing(KDP), Apple 也有 iPhone 与 iPad 可以使用的 iBooks store,可以像 iTunes 那样提供自力出版发行的管道。反观日本,大出版社光顾着和国外的个人出版平台签约,Amazon 和 Apple 的个人出版不知道要过几年才会进军日本,完全无法预测,而当时加拿大的 Kobo也还尚未推出具有个人出版功能的「Kobo Writing Life」。尽管我知道日本电子书特有格式「XMDF」的存在,但却没有提供个人上架销售的管道。

不过,倒是可以利用和青空文库相同形式的文档,放到 iOS 的「i 文库」供大家阅读。或是用 EPUB 各式放到 iBooks,虽然 仅支持横排,但仍可以轻松地打开来看。用这样的方法,确实 可以让电子内容自由流通。

无论是青空文库的文档或是 EPUB, 都是开放格式,不需要特殊软件,青空文库格式转换成 EPUB 也很简单。

于是我决定了用这样的方式撰稿。

2011年9月,我开始寻找与使用青空文库相同注记法的纯文本撰写工具。

在通勤时间写稿

因为当时还是全职上班族,我决定在通勤时间写作。一开始使用在iPhone和iPad也能撰稿的应用程序「iText Pad」。标注假名、旁注标记、竖排中横排等,都与青空文库所使用的竖排书注记方式相同,因此我用得很开心。

可是,写到 4,000 字左右,我便遇到了瓶颈,原本使用同一文档撰写下去其实是有困难的。要在横长达数米的文字中移动,虽然用 iPhone 的滑动功能会比用 PC 来得轻松,却很难找到想下笔的位置。

于是我开始寻找撰写小说的应用程序,因此尝试了许多海外的程序。

我试了好几个评价不错的应用程序,像「Storyist」或「A Novel Idea」等等。然而在尝试的过程中,我发现我从这些程序里学到了写小说的方法、该有的心理准备,以及海外的出版文化。

打开这些应用程序,第一个映入眼帘的便是这个画面。

"伟大的故事 藤井太洋著"

虽然一开始觉得很想笑,但这也让我了解到,原来国外的人 是以这样的气魄在写作的。于是我决定向他们看齐。

接下来,就要使用者输入「Pitch(梗概)」。不是要你输入章节名称,也不是要你开始撰写内文,而是要你先说明打算写出怎样的小说。这个步骤出乎了我的意料,然而接下来还会教你「Amazon商品介绍说明风格」等写法,更让我惊讶不已。

这些小说撰稿应用程序,都将内容分成章(chapter),再细分成节(session),文档都是别独立,无一例外。或许一方面是为了方便做编辑置换,但同时也要求撰稿人以这样的单位书写,让每一段落的文章更具完整性。

使用这些写小说的应用程序,让我学到很多。然而其中「在撰写梗概的阶段就要明确定下 SW1H」这一项指南,直到今天对我来说还相当受用。虽然是后话,不过我与出版《Gene Mapper 基因设计师》英语版的 Haikasoru 编辑聊天时,他说到:「(日本作家很能写作)连载短篇集很难卖啊。」听到这样的话,便觉得感触很深,因为这都是无法将所有情节转折统整在一个短的篇幅所致。

何人、何时、何地、何事、为何发生、如何发生——这些就是情节内容,在开始下笔的阶段,明确规范出这几点是非常重要的。

原来不知不觉中,我从这些应用程序当中学到了很重要的事情。

总之,我在通勤的电车上用 iPhone 开始以较短的小节篇幅写作。换了好几个写作的应用程序,也接受了朋友们的建议。原本只打算写成短篇的《Gene Mapper 基因设计师》,花了六个月





(左) Gene Mapper 的初稿。出现在故事里的公司名称等,在出版后有所不同。

(右)应用程序 Manuscript 的 metadata 编辑画面。

改写后,却有了较短长篇「初稿」的模样。那是 2012 年 3 月的事了。

用稿纸版型确认之后,已经有200页的篇幅。

接着,转换成日文电子书时,情况有了很大的变化。

编辑 / EPUB

请朋友读草稿的这段时间, 我开始了出版的准备。

一如以往,除了日经新闻有 Kindle 的观察报导以外,日本完全没有个人出版平台相关的任何动向,因此我决定靠自己的力量来销售《Gene Mapper 基因设计师》的电子书。

我在 e-frontier 任职期间,对于电子内容的销售已有了相关经验,知道需要准备什么。我需要电子书文档、信用卡结账方式、还需要具有独立网域的网站。

信用卡结账的方式,我决定使用刚推出的「Gumroad」服务。

在 Gumroad 上的销售额,会转汇到 PayPal。虽然这样会被收取两次手续费,但我已决定将《Gene Mapper 基因设计师》的价格订为 500 日元,这样一来 Gumroad 与 PayPal 的手续费加起来也不超过 100 日元。比起国内其他信用卡结账平台,不但费用低廉,使用也很便捷。当然也感谢时代的变迁,让读者无须登录会员也能使用信用卡结账。



Gumroad 的购买画面。购买时并不需要登录会员,让消费者可以脱离了那些繁琐的姓名地址输入步骤。

在我撰写《Gene Mapper 基因设计师》期间, EPUB 的技术与环境已经大幅改善。横排书可以用 iBooks; 乐天 Kobo、纪伊国屋书店的 Kinoppy 等也开始可以在 iOS 显示出竖排的 EPUB。

对于能够在电子书上阅读竖排版书内容,让我感到非常振奋。于是,我开始着手研究把刚写好的《Gene Mapper 基因设计师》能够转成 EPUB 的程序。

我的原稿本来就使用了可以转换成 XHTML 的青空文库注记法,因此转成 HTML 的标记并不难。可要制作一个指令就能转换完成的程序,开发需要花上一个月时间。原稿只有 200 页左右,其实用手动制作几个小时就能完成。因为还要上班,我没有足够的时间去做出版前的多次修改,所以不得不借助自动排

版工具。

为了更轻松而给自己找麻烦,这种称为黑客精神的心态,对于现今以职业作家身分持续写作的我而言,仍是很大的支持。 虽然撰稿时使用青空文库的注记方式,但只要将注记转成 InDesign 用的标注文字,就能用已在 Indesign 设定好未来成书的 版型读取,这样简便的作法,对于让原稿在各软件间的转换过 程减轻不少作业上的压力。

准备过程中, 我听到了一个重要的消息。

收购 Kobo 的乐天,要开始在日本销售电子书,并且在 7 月开始启用以 EPUB 为基础的自助出版平台 Kobo Writing Life。

我之前就想过,等这个平台进军日本就要试试看,因此我决 定以此为中心开始销售工作。

开始销售、并在 Kindle 排行第一

2012年6月,我着手准备在美国的 Amazon 和 iTunes 销售电子书。通过电话取得美国缴税者号码 (EIN),并将制成 EPUB 的稿子上传,确认使用方式。上述两个网站,都不是很适合销售日文书,甚至 iTunes 根本上传不了日文的 EPUB。至于 Amazon的 KDP,我倒是参考了使用波兰语等系统不支持的人提供的Tips,尝试之后确认到可以用横排的方式销售《Gene Mapper 基因设计师》。

在我做这些事情的时候, Kobo Writing Life 在 7 月的第二周启用了。由于我在 Amazon 和 iTunes 都已登录过, 因此在这个平台上登录《Gene Mapper 基因设计师》的初版数据时非常顺利。

为了确认销售商状况,我检查了一下已经正式上线的乐天 Kobo 网站,然而却感到了难以言喻的压力,因为我看到了《罗马浴场》、《冰雨》,而在科幻类别有《银翼杀手》等有知名度的「书」。而我生平写的第一本小说《Gene Mapper 基因设计师》也会成为这书海中的一本。我并非害怕自己的身分曝光,我担心的是众人对自助出版作品的看法,或许就会成为定见。

《Gene Mapper 基因设计师》恐怕是日本人第一次尝试个人出版的方式上架电子书,我能预见,会有几位朋友捧场购买。内容还算不错,所以他们或许会替我推荐,或许会帮我写书评——然而,我不希望这些感想看起来像别有居心。

看来要做的事越来越多了。

贩卖必须公正进行,意思就是不得不将这些交易的数据透明化。因此,我决定开始《Gene Mapper 基因设计师》的市场营销工作。就像在公司销售电子内容时一样,我在官方网站的设计上费了不少心思,并且撰写新闻稿,在网络上注销广告。为了卖一本书做到这种程度是有些夸张,然而每当我多做一件事、增加了营销规模,就更安心一点。因为采取这样循序渐进的方式,只要出现了非法、令人觉得不舒服的因素,立刻就能发现。

就这样,7月25日上架的《Gene Mapper 基因设计师》,在开始销售后不久便在 Kobo 上名列前茅;Amazon于 10月底开卖的 Kindle Store,也有不少读者下单,尔后更在各主流出版社的作品中脱颖而出,留下 2012 年文艺类别中销售第一的纪录。

变身专业作家

2013年3月,我将书上架销售在Apple销售平台iBooks Store的同时,辞去了现任公司的工作。因为自从《Gene Mapper 基因设计师》在 Kobo 和 Amazon Kindle 获得好评之时,公司业务量也剧增,于是把身体搞坏了。

深居简出的这段时间,我花了一个月把和早川书房约定的《Gene Mapper》增补修订版《Gene Mapper -full build-》完成之后,便决定好好休养身体。原本想等身心调整好之后再找新工作,便开始写《Orbital Cloud》当成写作训练,写了一个月、两个月、进入第四个月的时候,我发现情况有了转变。

出社会之后,我从事了舞台美术、DTP、多媒体内容与网页制作、设计师、插画家、软件开发等等经历了各种职务内容;在待了将近10年的公司里,也几乎每年都会经手不同的企划工作。早已习惯目不暇给多变生活的我,竟然每天只坐在书桌前,写着同一个故事《Orbital Cloud》。

虽然不知道能持续多久,下定决心继续写书的时候,距离《Gene Mapper 基因设计师》发售过了一年。

这时电子书相关的环境也有了很大的变化。除了 Amazon,拥有 Kobo 电子书店的乐天、Apple 等平台商之外,日本已经有许多出版社与制作公司投入电子书的行列,电子书和纸本书同时发行的状况,也开始成为常态。

让我感到非常荣幸得是有好几家出版社愿意销售我所写的故事,因此现阶段暂时没有自助出版的计划。

然而,我一直思考着只有电子书才能呈现的作品。

根据翻页速度,Ruby(日文假名标音)的数量也会随之变化。 隔一阵子再看,就能看见新增的导读或叙述说明。

既然是因计算机而生的书籍,就一定能用音乐、影像以外的方式提供读者新的阅读体验。等到书籍再次以不同的面貌重生之时,我期许自己以「现任作家」的身分,在第一线从事执笔工作。

今天,我也一边思考着这些,一边写着小说。



藤井太洋 (Fujii Taiyo)

1971 年生。2012 年以个人身分出版电子书《Gene Mapper 基因设计师》而成为话题;次年,由早川书房出版发行增补改订版《Gene Mapper -full build-》。2014年发表《Orbital Cloud》,获得第35届日本SF小说大奖。最新作品为描写个人信息危机的警察小说《Big Data Connect》。

变化莫测的时代, 进化中的青文出版社

青文出版社 总经理 黄咏雪

过去的青文出版

「青文出版社股份有限公司」成立于 1964 年,尽管青文直至 1990 年才正式踏入漫画市场,仍是台湾漫画市场中的佼佼者。小学馆与讲谈社是当时青文通过授权引进儿童向漫画作品的出版社,青文从一家出版文史哲学术专业著作的出版社,逐步转型为漫画出版社,广为周知的长销漫画计有《哆啦 A 梦》、《神奇宝贝》、《名侦探柯南》、《圣斗士星矢》、《网球王子》等等。如果将青文出版过的作品数做一统计,大约有 3,000 万册漫画作品数曾在市场上流通,光《名侦探柯南》单期最高销量就可达 11 万册。漫画杂志发行量的最高纪录是与小学馆共同合作的《快乐快乐月刊》创刊号,其发行册数达 15 万册,这些数字无疑证明了台湾人有多么喜欢日本漫画。

除此之外,青文也积极努力经营本土创作,漫画家周显宗作品《折纸战士》,在国内外荣获多项大奖,同时授权出版到韩国、中国大陆、香港、新加坡、马来西亚等地区,进而拍成电视动画,在亚洲各国播映,是台湾第一部本土漫画改编为动画,驰名于国际间播映的作品。插画家 VOFAN 的作品,授权日本 enterbrain出版,甚至于被封为「光之魔术师」,获日本宝岛社《2013年度最厉害轻小说》票选为最受瞩目的前三十位插画家,同时担任日本电玩游戏「时之永远(时と永远~トキトワ~,万代)」的角色设定绘师。

1999年青文更积极跨足海外市场,设立「香港青文」,除了出版漫画之外,也增加日系电玩杂志、电玩攻略本、日系模型杂志与日系流行杂志,奠定在台的日系流行娱乐情报出版市场龙头地位。而出版发行量与销售量均名列前茅的流行杂志《mina》、《ViVi》、《with》,在台湾最强大的7-11便利商店体系中,女性时尚杂志市占率最高接近50%,堪称台湾、香港两地,首家开创日系国际中文版杂志出版与广告市场的出版集团。

台湾出版市场的荣景与剧变

许多人可能会想台湾人口约 2,200 万人, 大约不到日本人口的五分之一, 日本漫画在台湾能有多红? 事实上, 台湾是日本漫画授权海外数量最多、授权金额最高的地区。然而这样的好景随着近十年出版市场日趋萎缩, 漫画市场也遭遇到了巨大的冲击! 根据台湾财政部营利事业家数及销售额数据库统计, 2014年出版家数比起 2013 年减少了 24家, 营业产值衰退 43 亿元 (一元=4日圆: 2015 年6月资料), 成长率是-15.94%。2010 年以来,衰退率总共是惊人的 38.25%。但这只是平均数,有相当比例的

出版社, 衰退率比这个数字更惨。

2013、2014年台湾出版社家数与销售额统计

	出版社数	营业额(千元)	成长率(%)
2009 年	1,729	32,190,576	_
2010 年	1,752	31,366,056	▽ 2.56
2011 年	1,771	36,751,031	17.17
2012 年	1,740	35,244,446	∇ 4.10
2013 年	1,750	35,236,761	∇ 0.02
2014 年	1,745	26,995,482	▽ 23.39
2015 年	1,721	22,692,176	▽ 15.94

数据源:台湾财政部「营利事业家数及销售额数据库」

而 2015 年 1 月,另一方面,出版量也持续减少。由台湾国家图书馆发布的数据看来,2013 年到 2014 年间,共减少了 502 种,幅度非常大。

台湾的出版量

	出版量	前年比
2010 年	43,209	_
2011 年	42,570	∇ 639
2012 年	42,305	∇ 265
2013 年	42,118	▽ 187
2014 年	41,598	▽ 520

数据源: 台湾国家图书馆「台湾图书出版现况及其趋势分析」

追根究底,漫画出版衰退之最主要原因就是消费者阅读习惯的改变,随着智能型手机、平板计算机的普及化及行动上网时代来临。虽然既有纸本书仍然有死忠读者拥护,但对行动载具重度使用的年轻族群而言,电子书携带方便、随时随地可阅读,又不像纸本需要较大储放空间的特性,是较具吸引力的。加上大陆网站大量推出所谓的「汉化版」,将未取得版权的日本杂志或单行本内容发行的隔日就可以快速翻译成中文版,免费供人阅读。而台湾取得合法版权的出版社需要经历授权签约与制作审查的时间,难以与这种快速又免费的「汉化版」相抗衡。

为了对抗以上趋势,我们亟思改革。正逢此时,日本出版社对数字授权策略也开始转变。根据小学馆所提供的资料,2013年日本出版的整体产值(漫画占其中的80%),纸本是1兆7千亿日元,电子书则成长到1千亿日元。既然漫画电子书在日本国内如此蓬勃发展,各家出版社也转而思考海外的情况是否也大有可为?因此,对于台湾的数字授权亦转趋开放。

根据台湾远见天下出版的《远见》杂志 2014 年针对电子书的调查,仍有 53.4%的人知道电子书但没有读过,46.4%读过电子书,尚有 0.2%表示不知道有电子书。当纸本书与电子书价格接近时,77%会选择纸本书,18%选电子书,5%表示不一定。阅

读电子书的装置,28.6% 为手机,28.3% 为平板,36.5% 为个人计算机,6.2% 为专用阅读器,最后的0.3% 为其它载体。通路销售比上,30% 为 google play,b2b 和 b2L 共占40%,项目占20%,其他零售仅占10%。热门种类排行如下:第一,财经企管、理财、言情小说、轻小说;第二,饮食、兴趣、宗教、语言、计算机;第三,漫画、文学小说、类型小说。

然而现行架上的漫画品项数其实相当少,此外,台湾电子书的定价逻辑也各有不同,有仿照大陆的包月制,以月租定额无限阅读;也有单本计价,在单本计费的价格上从五折到七折不等;更有图书馆的项目采购,因应公家机关需求以B2B的方法供应;这造成了台湾出版社在跟日本争取电子版权后作二次授权的困难。

而各家所需的文件格式也不尽相同,原有纸本出版权利的出版社得花一定的人力和物力才能符合各种平台的规格。以台湾出版的消费市场来看,无疑是吃力而不讨好的事。若电子的出版并非本土原生内容,在版权上的费用无法降低,加上数字发展中电子平台的强势压力,担任架接角色的纸本书版商只会面临更严苛的微利时代。也因为这个原因,能下定决心投入数字发展的出版社微乎其微,在大环境中没有足够的品项数和吸引人的内容可以让消费者向电子书靠拢,也是在推广过程中要面对的困难。

青文的电子书变革

然而全球数字化绝对是无法逃避的狂潮,但若继续停留只发行纸本,留恋于有形的实际利益数字,便无法看到无形的数字 化可能性。同时发展电子与平面两种版本的话,亦无法全力专 注发展数字。人类古文明的结绳记事,到竹简到纸张的传递, 在在都只是为了知识流通的方便。无论何种形式的阅读方式, 不变的是读者要读好书,以及如何让好书被读者所知道。电子 书只是更方便和实时的知识传递和推广的一种形式,不论以什 么方法流传,都无损于知识的价值。过去的单向阅读,转化为 互动的阅读模式,这绝对是纸本所无法满足的。

于是青文出版改革的第一步,就是将原本与小学馆共同合作的《快乐快乐》月刊改为免费阅读的在线漫画杂志《无限志》。根据我们为期半年的问卷调查,已经有百分之八十以上的漫画读者适应了数字阅读型态,每天花至少一小时使用智能型手机或平板来进行阅读。根据日本电子书收益可占出版全体营收的30%,而2014年统计台湾电子书收益仅占全体收益的1%,也使我们更相信电子书在台湾有很大的成长空间。因此,于2015年2月开始与日本最大的电子书系统公司VOYAGER合作,以串流的方式提供在线阅读,让读者不必先下载专属软件,只要使用PC、手机、平板等各种习惯的载具,可以随时随地自由自在欣赏漫画!

另外, 青文将计划与出版产业上游厂商合作, 将旗下所有出



《无限志》首页

版品产制格式统一转为 EPUB3.0。此格式可将统一把电子书提供给下游电子书贩卖厂商,提供给更多消费者阅读与购买。未来在青文出版的电子书平台,除了购买及租看纸本外,也多了电子书籍试阅与单本购买的选择。此外,也计划推出 EP 同步(纸本与电子版同时发行)。电子版贩卖外,并再授权给其他电子书平台,藉此,让原授权方日本出版社可多出数个管道增加版权收入,以扩大电子版权采购。

当然在这项计划就如同前面所说,在没有支持的状况下,几乎没有出版社能够执行电子书的计划,因此青文下了一个跟其他出版社不同的决定,也就是青文 2015 年「平网合一」计划的诞生,意思是,必须将既有的产制流程进行变革。过去的文字编辑与美术编辑工作内容不能再只是顾及纸本,未来青文的文字编辑必须在编辑的同时使用 markdown 语法同时产生出电子书,美术编辑也必须使用 CSS 或 html 制作出电子书。为了做到这点,部门间必须不断进行讨论与实测,甚至于要做「工作流程分解」(workflow breakdown)。过程是痛苦的,有些许编辑因为不能适应而表示反对,而这些身为最高管理者,更重要的则是以身作则「坚持」下去,并让员工看到改变的「决心」。唯有这样,员工才能团结一致地跟随公司。

一个企业必须想到未来的「系统」与「生态」在哪,并做有效的管理,而非沉醉于短暂的「机会财」结果当中。青文虽然目前仅做为一家出版社,但对于未来,青文期望能由传统出版产业转向服务产业,从单纯贩卖内容转换到内容加值服务的服务业,以提供广大读者阅读的服务来获取广告或授权之利益为未来获利模式。就像我们转型后的杂志名称一样:无限,英文即 infanity,意味着永恒与无限、死亡与重生。随着网络速度的加快,我们相信数字阅读的成长已然蓄势待发、势在必行,发行纸本能接触到的读者有限,而发展数字能接触的读者却是全世界!



黄咏雪 (Suzy Huang)

台湾国立成功大学 AMBA 经营管理硕士,青文出版集团总经理。就任后将青文打造为台湾女性杂志第一品牌,并担任中华动漫画同业协进会、台北市杂志商业同业公会理事多年。于 2014 年获颁台湾前 100 名 MVP 经理 A 26.

类比与数字之间逐渐消失的界线

独立撰稿人、科技作家 大谷和利

跳脱二元论

在此,我想花一些篇幅深入谈谈,现已发生的「类比」与「数字」两个概念的融合。

人们在各方面,总喜欢用二元论的思考模式定义两个对立的概念,只要这么做,就能把复杂的世界稍微单纯化。因此,人们在思考时,开始会将事物分成天然与人工、文科与理科、现实与虚拟、类比与数字、原子(物理的世界)与位(计算机所使用的数据)。的确,遇上了新的概念或价值观时,通过既有立场和原有的东西作对照与比较,对于理解新的事物相对有效。

然而,这样的状态持续不了多久,重新思考之后,有时候会发现无法用二元论来解释的状况。例如笔者就对于某件事情以天然或人工来划分,感到很不可思议。这是件与河狸(beaver)有关的事情。

总所周知,河狸会将河边的树木咬断,与泥土混和,制作成阻挡河流的大型水坝。根据维基百科的资料,目前已确认世界最大规模的河狸水坝,就在加拿大埃布尔达省的国家公园境内,该水坝长达 850 米,未来还可能持续扩大。

但,笔者的疑问并非质疑「河狸筑起水坝」一事的真实性, 而是对于「河狸所筑的水坝被视为自然的一部分,而人类所造 的水坝却被视为人工产物」这个概念感到奇怪。

也就是说,若将水坝视为河狸进化过程中所产生的「发明」为自然的一部份,那么同样身为动物的人类,应自身需求而「发明」出水坝以及相关的工具与材料,或是都市、建筑物、汽车等等,不也是自然的一部份吗?而且河狸所筑的水坝,有时也会成为破坏环境的原因之一,却不会因此被当做破坏环境的人工产物。

尽管这是比较极端的例子,但近来打破文科与理科领域的跨学际人才养成;在真实的风景上电子机器生成虚拟图像的AR(扩增实境)技术;因活用3D打印而消失的位与元素之间的隔阂,用计算机直接控制实物生成过程;或者是将周边所有装置通过联网,进行自动化的IoT(物联网,internet of things)等,也都变得相当普遍。支撑二元论的界线,已经越来越模糊。

纸本书的对手是电子书吗?

在书籍领域谈谈以上话题。从前,人们说类比(纸)的书籍(商业印刷品)会因为数字(电子)出版品的崛起而消灭。的确,

根据出版科学研究所于 2015 年 1 月 26 日发表通过经销商贩卖的 2014 年出版物推测销售金额(不含电子书)的数据看来,比前一年少了 4.5%,共计 1 兆 6,065 亿日元,自 1950 年起开始调查以来,萎缩达到最大幅度。

然而,实际上日本的纸本书销售金额,自1996年的高峰之后,便一直都是减少的趋势。与高峰的年度数据相比,2014年的金额整整缩减了40%。说到1996年,虽然光盘技术普及,字典等多媒体内容出版开始受到瞩目,但仍未占有庞大势力。因此,90年代后期开始纸媒出版不景气直接的原因,与其说是电子书崛起,不如说是因为日本人远离阅读,或者说原本就有些泛滥的书籍与杂志终于进入自然淘汰的时代,而且这样的状况持续到2000年以后,甚至有加速进化的倾向。

根据 ICT 总研的调查,2011年电子书市场规模约671亿日元,2013年则扩大至963亿日元,并预估2017年会达到2000亿日元的规模(约为2011年的三倍)。由此可见,电子书市场本身虽然前景看好,但与纸书销售金额减少的幅度相比之后,就能理解并不是电子书抢走了纸本书市场。

而且,若深究书籍本身就会发现,每新书发售都会创下百万销售纪录的「哈利波特」系列与村上春树各个作品,其爆炸性的受欢迎程度在日渐萎缩的整体出版销售金额当中,仍能创下比前一年更高的收入。这么一来就很清楚,不景气的原因其实是内容企划与发掘市场能力的问题。

反观依赖广告收入的杂志, 倒是真的因为免费报或网络内容产业的竞争而逐渐失去市场。尤其现今消费者需求与嗜好变得多样化, 能将其划分得更细、更精准, 呈现广告与各种内容的在线杂志或新闻网站, 更让印刷的期刊吃足了苦头。

另外,对于一出生就在电子机械环绕下成长的新世代而言,他们倾向将身上能动用的金钱拿来缴通讯费或购买应用程序,而旧世代用来阅读的闲暇时间,他们则花在社群网站、游戏,或使用 YouTube 观赏影片等等,金钱与时间的消费方式有了很大的变化。

因此,与其说「纸本书的对手是电子书」,不如说是「出版产业与电子娱乐产业的全面对抗」更为正确,其实不只有纸本书,就连曾在媒体界呼风唤雨的电视产业、被称为耐用品之王的汽车产业,也面临着相同的状况。

结合纸本与电子应运而生的全新阅读体验

未来纸本书是否能继续生存下去?或者说,比起纸本书,电子书有某些优点,却也有某些缺点……以往人们总是习惯使用对立结构来讨论这个议题。

然而,无论是杂志或书籍,还是纸本书或电子书,今后只要是「书籍」这个大构架下的产物,该如何发展出与其他媒体或娱乐产业并驾齐驱的系统架构? 我觉得跳脱二元论,找出融合类比与数字双方优点的解决之道的时代已经来临。改变现况的关键工具之一,就是智能笔 Smartpen。

假设现在有本未来的书籍,而这书有纸本,以及支持智能型载具(笔者使用的是 iPhone,不过 Android 手机等也是一样的)相同内容的电子书,而且有同时购买两种版本的优惠组合。

笔者会将 iPhone 放进包包(口袋也可以),开始阅读纸本版。 纸本书的触感,还有阅读时所感受页数的厚度,都是令人喜欢 纸书的原因,于是我快速地翻着书页,确认着自己读到什么地 方。要是看到喜欢的句子,我就在旁边用智慧笔画线,而这手 绘的标线,同时也会显示在 iPhone 里的电子版。当然我不需要 特地将电子载具取出确认,可以继续埋头阅读。

读了一会儿,看见了不熟悉的语句,我就用智能笔把这个单词圈起来,再看一眼手腕上的 Apple Watch 画面上所显示的其单词的音思。

又读了一阵子,出现令我感同身受的句子,想与朋友分享。 这时我把这个地方用方框标起,写下感想,再从书页角落按下分享按键。而现在,除了我自己的 iPhone 里同样的页面,拥有同一本电子版的所有朋友,书上都会显示出与笔者所标记相同颜色、相同框线、感想的笔记。

因为读得很投入,一下子就读完了。内容非常精采,想写读后感寄给作者,便在感想栏写下内容后按下分享按键,这么一来,感想文就会寄到作者的电子信箱。要是有机会遇见本人,一定要请作者用智能笔签名,这样也能留在电子书上,成为很棒的纪念。



圈起生词, Apple Watch 上会显示出词意;写下感想,就可以分享在朋友的电子书上。



运用上蕴藏各种可能性的智能笔(照片取自 NeoLAB Convergence 公司网站)。

无意间拿出 iPhone 确认画面,发现刚才分享的内容已经有朋友来留言了。

·····如此这般,笔者将自己对未来书籍的想象稍微描绘出来,各位读者觉得这是天马行空吗?

其实, 笔者在不久之前, 就已经开始使用 Neo Smartpen N2(以下称 N2)的笔记系统, 在思考如何加以运用时, 以上所述书本的新样貌便浮现了出来。

N2 是韩国 NeoLAB Convergence 公司所开发,是该公司数字笔的第二代产品,现在已支持 iOS 与 Android 系统产品。

笔尖具有相机功能,可以读取印在专用笔记本上的特殊纹路 并转换成坐标,在已配对的智能型手机或平板计算机的笔记本 应用程序上,便会同时出现一模一样的笔迹。另外,只要在书 页的角落按下邮件图标,就可以将笔记或插图传送到事先指定 好的电子邮件地址。

笔尖还可以做到 256 段压力感应,通过笔画方式储存数据, 无论放大、缩小都能保有细节(分辨率为 1,100dpi)。

同样的技术其实早已存在,不过一旦拥有如 N2 一般硬件的完整性以及软件运用上的弹性,要实现上述应用在书本上的情节是非常有可能的。况且, N2 本身就能储存 1,000 页 A4 的资料,还可以随时将数据同步在其他电子载具上,光是带着纸本书和智能笔外出散步,也能有相同体验。

尽管还有许多障碍需要突破,然而各种科技让环境更加友善,或许让书本的世界超越类比或数字,进入下一阶段的日子已不远矣。



大谷和利(Otani Kazutoshi)

1958 年生。以科技作家的身分活跃于各大媒体,曾经访谈过贾伯斯、比尔·盖兹、斯蒂文·沃兹尼亚克等人。现任原宿「AssistOn」董事、NPO法人「MOSA」副会长。著作有《Apple 的未来(アップルの未来)》、《为何成功的企业重视「照片」(成功する会社はなぜ「写真」を大事にするのか)》等书。

VOYAGER 的书

片冈义男的 100 本电子书 2015年7月1日开卖!













池泽夏树 电子个人全集 [impala e-books] 系列持续推出新作



マニフェスト 本の未来 <u>Book</u>:











TEXT: the next frontier 凝望书与出版的未来













VOYAGER

因作家而生、为读者而存在

2015年 7月1日 日文第一刷发行

中文(简体字版)第一刷发行 2015年10月1日

平野甲贺 封面设计 封面插图 うえむら

內文设计 株式会社丸井工文社 中文(简体字)翻译 金参女/蔡君平 中文版排版 奧嘟嘟工作室

发行所 株式会社Voyager / Voyager Japan, Inc.

〒150-0001 东京都涩谷区神宫前5-41-14

http://www.voyager.co.jp/

tel. +81-3-5467-7070 fax. +81-3-5467-7080 e-mail. infomgr@voyager.co.jp

- ·本社刊所记载的内容、金额等可能在未经预告下变更。
- ・T-Time、.book / dotBook、BinB、Romancer及其标志是株式会社Voyager的注册商标。
- ・其他记载的公司名称、产品名为各公司的注册商标或商标。