

出版與文化研究

出版與閱讀的未來

授課教授：翟本瑞

報告整理：南華大學出版事業管理研究所研究生

92143003 陳信州

92143007 李冠儀

92143011 葉宗勳

報告日期：2004 年 1 月 7 日

目次表

序曲	3
第一部份：回顧	5
1.1 口語和書寫	
1.2 認知心理學	
1.3 文化霸權	
1.4 大眾文化	
1.5 作者已死	
第二部份：觀察	14
2.1 作家經紀人	
2.1.1 台灣作家經紀人的發展	
2.1.2 作家經紀台灣先例-「紫石作坊企劃創作工作室」	
2.1.3 作家經紀人做些什麼？	
2.1.4 成為一個優秀作家經紀人的捷徑	
2.2 Blog 線上個人日誌	
2.2.1 Blog 的技術起源	
2.2.2 什麼是 Weblog、Blog？	
2.2.3 Blog 與世界接軌	
2.2.4 改變生活方式	

2.2.5 台灣部落格

第三部份：檢討	28
3.0 前言	
3.1 網路書店的發展	
3.1.1 具有開創性的嘗試，只是	
3.1.2 可能的發展與瓶頸	
3.2 電子書、數位內容與線上出版的發展	
3.3 非營利出版的思考	
3.4 出版業集團與華文出版市場的整合	
結語	41
參考資料	42
專書部份	
期刊部份	
網路資料部份	
課前心得暨推薦網頁	43

出版與閱讀的未來

南華大學出版事業管理研究所研究生
陳信州、李冠儀、葉宗勳整理

序曲 (Opening)

從一則廣告談起…

(場景：計程車、司機、乘客、台北街頭)

計程車司機：「唉...空車跑兩個鐘頭，生意難做！...少年耶，你做那一行？」**乘客**：
「我在做貿易。」**計程車司機**：「貿易！？...喔！我以前也是開貿易公司的...東南亞
跑透透...哪有效，說倒就倒！...我看你喔...轉行趁年輕吧！」**乘客**：「不會啦！現在
做生意要靠網路啦！尤其是 HiNet 雙向 512 真的很方便ㄟ！」**計程車司機**：「網路！？
忠孝東路我較熟！」

網路能幫你開出更寬廣的路

.com or out

HiNet 雙向 512 企業生存新 e 靠

(場景一轉 豪華、現代化的大辦公室)

秘書：「老闆...」老闆 (計程車司機)：「是你喔！」業務員 (乘客)：「你又回來開公司啦？」兩人熱情握手。老闆：「厚...開車子哪拼得上 HiNet 雙向 512！！」

速度、創新、強勢競爭，可說是近幾十年來企業經營策略上最關切的問題，然而如何使企業更有競爭力，能在激烈的競爭中脫穎而出，卻已經慢慢不再只是藉此提昇得以增加獲利而已，是否具有競爭力在當下已經演變成了企業是否得以存續的關鍵，而科技就在其中扮演了極重要的角色。不只高新科技產業如此，傳統產業也同樣無法抗拒這股浪潮，當然出版業更無法置身事外、冷眼旁觀，就如同中華電信的這支廣告最後打出來的一段文字「.com or out」，出版業在新科技、新技術的衝擊下如何因應？如何從中為自己開創新局？出版人不能不用心思考這個問題。這個年代的出版人正站在兩個時代的交界，在未來的十年內，甚至二十年我們可能都將不斷地面對新的抉擇，在交界處上的每個決策點，可能都攸關著事業的存續，「.com (Come)」or「Out」，也許就決定在當時能否做出正確的判斷。

在本次的報告中，我們首先將回顧過去一個學期以來「出版與文化研究」課程中關於「閱讀」與「出版」的相關討論，其次，提出目前出版業中重要事件的觀察，最後再由出版業經營的角度來檢討目前出版業所面臨的困境與問題。以下我們的報告就循著「回顧」、「觀察」、「檢討」這樣的脈絡來進行。

第一部份：回顧

1.1 口語和書寫

人類的文明，因為文字的產生而急促的進展，但是，在文字尚未產生之前，人們是如何記錄的、是如何溝通的？依靠的便是口耳相傳。因此口語傳播是人類生活經驗及知識得以傳承的主要方法（賴鼎銘、葉乃靜，1997）。甚至到了文字發明的時代，因為書寫的媒體仍是難以記錄，此一時期口語的傳播仍是佔了一個極大的部份。（賴鼎銘、葉乃靜，1997）

那什麼是口語傳統，就廣義來談，是一切利用口語傳播來呈現的形式，例如相聲、演聲均是。而狹義的則是特別指文字發明以前的原初社會溝通模式或日後被文字書寫紀錄的口語藝術形式。（郭宣韃、林薇瑄、朱珊玉，2001）

現在我們援引兩首《詩經》的作品來看看口語傳統的特色。

《詩經·桃夭》：「桃之夭夭·灼灼其華·之子于歸·宜其室家。桃之夭夭·有蕢其實·之子于歸·宜其家室。桃之夭夭·其葉蓁蓁·之子于歸·宜其家人。」

《詩經·樛木》：「南有樛木·葛藟纍之·樂只君子·福履綏之。南有樛木·葛藟荒之·樂只君子·福履將之。南有樛木·葛藟縈之·樂只

君子·福履成之。」

此處我們可以發現口語傳統的兩個主要特色：套語模式和節奏韻律。帕利將套語定義為：「一組字（詞）在相同的押韻情況下被規律地採用以表達某一特定的本質性觀念。」（轉引自翟本瑞，1993）

除了套語和節奏韻律之外，對主題的聯想和不斷的重覆，如援引的兩首詩有明顯的情況，均是口語傳統中協助記憶的方式。而且口語傳統影響後世頗深，如《調笑令·胡馬》：「胡馬·胡馬·遠放燕支山下·跑沙跑雪獨嘶·東望西望路迷·迷路·迷路·邊草無窮日暮。」

昂格將口說傳統的思維模式和表達特色分成下列幾項：補充敘述而非從屬敘述、概念式而非分析性、贅詞或冗長敘述、保守與傳統、與生活事物關係密切、強烈的口吻、移情投入而非客觀疏離、強調此時此地、情境式而非抽象式（轉引自郭宣慧、林薇瑄、朱珊玉，2001）。

文字的產生，代表著人們的思維模式亦產生了極大的轉變，文字的書寫是絕對線性且連貫，之後隨著時間的推移，不斷的分割和重組。（郭宣慧、林薇瑄、朱珊玉，2001）

當人們有了文字之後，才能發展出一套複雜的社會習慣和思考系統。人們進入了書寫系統後，藉由書寫來建構出自我依歸的邏輯觀來，產生自我的反省。且提供了抽象、不依賴情境脈絡而思考。書寫有下列幾個功能：記憶功能、擴大溝通範圍、訊息交換中介、社會控制的功能、在不同時空媒介寫者和讀者的功能、藝術功能。（翟本瑞，1993）

觀看中國古籍時，我們可以很明顯的查覺一個特點，沒有標點，是要經由讀書人自行句讀，方能在連續不斷的文本之中，將「密碼」拆解成「明碼」。因此保障了讀書人的閱讀權力，也讓知識成爲少數分子所能享有的特權。而連續文本在遭受解碼時，會產生不同的情況，如中國經典之一《老子》首句「道可道非常道名可名非常名」便有二種不同的說法「道，可道，非常道；名，可名，非常名」和「道可道，非常道；名可名，非常名」兩種，此處突顯當貫文本遭到切割之後，意義將會不斷的滑動，使文本的解讀會更加活潑、有彈性和不確定性。（郭宣隼、林薇瑄、朱珊玉，2001）

同時也因爲書寫成冊之後有一個權威性，不容質疑的。有一種連串性、線性的。但是人的思維並非完全呈現線性的思維，不是清楚、單一的，而是多向化的，片段的。也因此書寫系統之下，人們的思考漸漸的呈現一種單一的、缺乏多向。將我們雜亂多向的思維，修枝剪葉的將不要的部份去除掉。

電子文本的出現產生了極大的轉換，讓人們從書寫傳統再度回歸到口說傳統的時代。它徹底的將文本切割和重組。讀者藉由「超連結」活躍於各種不同的文本，將情節和上下文的意義切割，卻也發展出另一種不同的意義。波特說，在紙張文本中「固定」是常態，「變動」是特例，因爲裝訂成冊的書籍穩定而不容易分割；然而在電子文本中卻正好相反，「變動」才是常態，「固定」是特例。（郭宣隼、林薇瑄、朱珊玉，2001）

1.2 認知心理學

何謂認知，簡單說就是人們知識上的獲得和使用。這裡我們可以查覺兩個問題，第一個，知識在我們的記憶之中是如何被貯存的，且貯存什麼記憶內容。第二個，知識是如何被使用或是處理的歷程。而認知心理學就是在探討這些問題，而認知心理學簡單的定義即「為了解人類行為，而對人類心智歷程及結構所作的科學分析。」（鄭麗玉，1999）

而閱讀是一項重要的求知手段，它是一項複雜的問題的解決歷程。是知覺歷程、認知知識和後設認知的交互作用。（陳蜜桃，1992）通常閱讀的認知歷程可分成四個階段：解碼、文字上的理解、推論上的理解、理解監控。

解碼是一種認識字義的工作，是閱讀的基本。而解碼又可以分出兩個不同的歷程，比對歷程，是見字而直接解接字義的心理歷程；補碼歷程，是見字而間接接觸字義的心理歷程。（陳蜜桃，1992）

文字上的理解是從書頁單字中獲得文字上的意義，在解碼的歷程中，就有一部份因為輸入而激發文字上的理解。而文字的理解是由字彙解接和文法解析歷程交互作用而成。（陳蜜桃，1992）

推論上的理解，對閱讀而言是極為重要的，是提供讀者在閱讀概念中更深層和更廣泛的理解。有統整、摘要、引申三個歷程。統整是將文

章中概念的心理表徵前後一貫，摘要歷程會產生一個「鉅觀結構」，如同一個心理大綱，它的處理是靠字和意義兩個線索。引申是藉由先前的知識，來增加前述統整歷程和摘要歷程所建立的前後一貫的意義。（陳蜜桃，1992）

理解監控在於確保讀者能有效的面對其目標。有四個歷程，安排目標、選擇策略、查核目標和補救歷程。他們類似發生於任何情境中的執行歷程，介入安排認知目標並使之有效，被稱之為「後設認知」。（陳蜜桃，1992）

後設認知是「一個人對自己認知過程、結果的覺知及自我調整」，弗拉福認為後設認知可以分成「後設認知知識」和「後設認知經驗」。後設認知知識是指一個人獲得有關認知事件的知識。可分成人的變項（獲得有關人類是認知的有機體之知識）、工作變項（一個人學到訊息性質會影響或限制一個人的處理之知識）、策略變項（一個人學到為達各種目標的有關認知策略的知識），後設認知經驗是對認知和情意的有意識經驗，是可以指導每天認知生活的任何有效的有意識經驗。（鄭麗玉，1999）

由此可知後設認知和閱讀上的理解是息息相關的，後設認知能力佳的，在閱讀理解能力也佳。也因為認知會影響到閱讀層面，如果利用認知心理學的概念來分析閱讀，了解今人的閱讀模式，對出版上有會某種程度的助益。

1.3 文化霸權

霸權是「階段往往會透過非武力和政治的手法，藉由家庭、教育、教會、媒體與種種社會文化機，形成市民共識，使全民願意接受既有被宰制的現況。」所以，會將許多主流文化中的假象、信仰和態度視為理所當然，在常民生活中形成一種微妙且無所不包的力量，利用無形的方式來建構一種文化的屬性和認同。(廖炳惠，2003)

現今西方國家將他們的價值觀大量的傾倒東方世界，因而許多人以西方之價值觀來全面的審查自我本身的民族文化，卻發現許多格格不入之情況，但自我本身文化真是如此不堪，其實不然，因為兩個立基點不同之物，將甲硬套入乙，自然是格格不入。

豐胸、細腰、高挑等等西方美女形像，被引入台灣，所以湧起一股美容熱，墊鼻、抽脂、隆乳，卻造就了許多許多的「四不像」。

因為充斥，所以趨向西化。文化霸權將文化之間的對立、多元性，「融合」成單一性。記得蔡明亮曾說過，如果他們不拍出屬於台灣的電影，久而久之，便會喪失了我們自己本身有的，那我們的思維模式就會被洗腦。

1.4 大眾文化

當我們談到文化時，會很快速的想到兩個名詞，高雅文化和大眾文化。高雅文化，名稱精英文化，就內容而言，大都會描寫一些重大的題材，如同韓愈提出「文以載道」便是，同時也因為他們的受眾其文化素養較高，故會有「陽春白雪」之曲高和寡之感。又因為它是著重在生命、精神上的滿足，推進人們精神的層次。

而相對而言的就是大眾文化，它通常被視之為通俗文化，在描述的題材之中，大都是市井小民之間的愛恨情仇，字句通俗不精練，不會有多深的意涵。大眾文學是與整個社會流行文化及大眾心理有密切的關係，是大眾潛在文化心理的表現，能具體呈現大眾文化或是中下層文化。加上大眾文學有其公式化，能認知道社會的集體潛意識。如同武俠小說，一開始男主角定是家破人亡，後被異人所救，藝成下山，不知人事加上血氣方剛，遭人陷害或是與人結怨，初遇高手，落崖未死，巧遇奇緣，武藝更為精進，巧遇女主角，兩人又因誤會而分開，到結局時定是男主角報得深仇。這裡描繪了男人們的想望，高人一等，外表瀟灑，有紅粉知己（不知一位）相知相守。可是也突顯了另一點，人們不願一開始就是飛黃騰達，定要受到一番的苦難才有好結果。

因也為大眾文化是迎合人們的內心渴求，所以常常是一陣陣的不同風潮，以現今書市觀知，明星文字寫真書、網路文學、影視小說、語言學習等等均是熱門暢銷商品。以明星文字寫真書為例，有許多是以明星

自己本身的心路歷程來勉勵自我的歌迷，如孫協志的《志氣》，也有明星將自己的所知所感，書寫下來，如伊能靜的《生死遺言》，當然更多的就是明星的寫真集，如天心、SHE、周渝民等知名明星均有。在某種程度上，達成了消費娛樂的目的，卻也因為某此出版社在製造的過程之中，不加嚴格把關，造成許多的地雷書，對消費者而言，久了之後，也會喪失信心。

1.5 作者已死

以往，閱讀文本之時總是想要去揣測其作者本身想要傳達出來意涵，想要還原其創作者當時的心態。但是羅蘭巴特提出了「作者已死」的概念，主張作品本身存在於作者以外的生命，因此在作品完成的瞬間，作者與作品的關係便宣告結束，解讀權釋放回歸於讀者手中，這種對於既往觀點的批判與反省，反映出個人感覺結構的差異與對應觀點過程的重要性。（鍾明樺，2002）

例如《自君之出矣》：「自君之出矣，不復理殘機。思君如滿月，夜夜減青輝。」由作品觀之，是一思婦想念丈夫之心情，但是中國士人們大都牽強附會到君主與臣下之關係，以思婦為臣下之概念，以君主為離家遠去之良人。此處就產生了讀書自我本身的解讀，是可以從多面向來探討的，是互動的，是可以被人質疑的。

而讀者的認知和理解是根據他自身對於文本之解讀，和自我本身的成長經驗、學養等相關。也因如此，造就了文本的多樣性和多元性。以讀者為中心，讓讀者得以跨過作者而直接詮解文本的可能和權利，當「作者已死」時，便是「讀者再生」。

第二部份：觀察

2.1 作家經紀人

台灣的出版社要在整個出版市場生存下去，就必須要面臨許多的問題，而解決的唯一辦法就是做適當的轉型經營。而目前最多人所討論的議題就是作家經紀人的角色定位。在英美出版世界裡，作家經紀人是生產機制中不可或缺的角色，如今美國九成的一般圖書，英國每年五萬本新書都透過作家經紀人仲介，經紀人已成爲英美作家進入出版體系的第一道關卡，出版生產機制的第一道守門。

在英美作家經紀人的起源方面，經文獻探討後發現，作家經紀人乃因應圖書生產機制的需求而生。十九世紀英美圖書市場規模擴充，出版業發生專業分化，生產流程及著作權法日趨複雜，使出版成爲超越作家理解的一項專業，加上作家與出版商長期的權利不平等，於是出現了爲作者與出版公司提供仲介服務的作家經紀人。

英美作家經紀人扮演多元的角色與功能，對作家而言，經紀人是推銷員、權利擁護者、編輯、會計師、私人祕書、事業經理人、朋友及心理醫師；對出版商而言，經紀人是免費審稿人、稿源提供者及書探；對整個出版生產機制而言，經紀人扮演守門人、中間人、緩衝器及代罪羔

羊，對整個機制發揮維繫與穩定作用。然而，作家經紀人功能的過度膨脹，也對英美出版業帶來衝擊，其造成圖書生產的異化，並助長了文學的商品化。

按《辭海》的說法，經紀人是給買賣雙方介紹交易並獲取傭金的中間商人。經紀人是市場經濟的產物，在發展經濟，促進流通，繁榮市場等方面發揮著明顯的積極作用。出版經紀人的活動，在國外已經是相當成熟和普遍的現象，從市場潛力的探測挖掘、從潛力作家的發現培養，到策劃具體的作品以及出版設計，再到營銷，是一個體現全程策劃、精心組織和體現高度組織性的嚴密過程。幾乎所有的作家都有經紀人，為其打理業務。

從出版業發展進程來看，出版經紀公司是圖書市場發展到一定階段的必然產物。對作家而言，有了經紀人會是“非常舒服的一件事”，經紀公司會對作家進行整體包裝、宣傳，並可以代作家應付一切繁瑣的事情，比如與媒體打交道，與出版社討價還價以爭取最好的收益等，這樣作家就可以排除干擾，專心創作，同時還可以從經紀公司獲取市場信息反饋，用以調整自己的創作。對出版社來說，經紀公司不僅可以發掘新的有潛力的作者，而且在把作品推薦給出版社時，往往會連帶一整套營銷策劃方案，可以節省出版社不少力氣。

2.1.1 台灣作家經紀人發展

大約在八〇年代以前，台灣的作家皆專心從事於文學創作，作品脫稿後便交由出版社統籌發行，有些作家憑藉著寫作實力，加上出版社的製作促銷，締造了極好的暢銷成績。作家與出版社相輔相成，也成為佳話美談。然而，隨著社會日益多元化的發展，出版環境愈見複雜，作家要考慮與經營的層面愈來愈多，需要耗費的精力和時間，有時甚至超過創作本身。再者，近年來出版社林立，各類型的文學獎不斷舉辦，也為創作新人鋪起了條條青雲路，看起來晉身作家的機會頗多。然而，觀察這些年來在文學獎中展露頭角的新手，能夠再接再勵，持續創作不輟，在質與量上都引人注目的，卻是鳳毛麟角。與西方出版界相比，我們一直缺少的，是對於知名作家與創作新人都很重要的媒介——出版經紀人(Literary agent)與經紀制度。

對於有志創作的新人，缺乏經紀人的作家之路其實佈滿荊棘，即使文學獎中奪得優異成績，然而，在得獎的光環下，創作變成異常沉重的壓力，常常會有後繼無力的情況出現。便是已經成名的作家，經年累月的筆耕生涯，難免會有倦勤或瓶頸出現，造成身心俱疲的無力感。又或者與出版社交涉時，常常會在版稅與出版條件上來回斡旋，面對出版社不合理的條件也投訴無門。至於出版社也沒有多餘的人力，處理堆積的新人稿件，在新資源的開發與尋找上，必然顯得遲緩。這一切累積許久的問題，都可以因出版經紀人而獲得解決。

2.1.2 作家經紀台灣先例－『紫石作坊企劃創作工作室』

英國出現第一位專業作家經紀人華特(A.P.Watt,1834~1914)，是在十九世紀下半葉，自此歐美地區作家與出版社對經紀人的倚賴愈來愈深，及至今日，美國經紀人公司已超過三百家，大部份出版社只接受作家經紀人推薦的作品出版發行。至於台灣地區則於一九九六年七月，成立華人地區第一個作家經紀公司『紫石作坊企劃創作工作室』。『紫石作坊』以全世界華人市場為經營領域，考量作家與出版社的需要，自一九九七年一月到一九九九年十月，已成功經紀出版各類文學創作共三十四種，經紀出版專集的作者十四位，以經紀方式合作的出版社共有七家。成立三年來，並已將作者推介於東南亞與中國大陸地區。

作家經紀人實際上的運作方式就以『紫石作坊』為例，決定以張曼娟為實踐對象的原因是，張曼娟自一九八五年出版《海水正藍》以來，已有十餘年創作經歷，近來卻也在一再尋求自我突破上感到困惑，所以自一九九七年由『紫石作坊』企劃，協力完成第一部有聲書《遇見小王子》，從創意、形式、錄音工程，乃至於與出版社合作的版稅及條件的商談，皆由『紫石作坊』籌劃完成。可以看見出版經紀人為知名作家取得更多轉圜空間，提供更多創意，使作家獲得更多激發與支援。再者，現今作家的活動日趨立體化與多樣化，國內外的演講座談若有經紀人陪同前往，不僅可以避免一些麻煩，也可以加強公關工作，為作家建立人脈和合作空間。過往，中國大陸出版或盜版台灣作家作品的情況相當混亂，曾有不少「版權公司」出現，為作家處理版權問題，並抽取佣金，然而，他們與作家之間的互動闕如，許多作業皆含混不清，衍生更多爭

端與糾紛。因此，台灣較具知名度的作家，對所謂的『作家經紀人』常抱著遲疑的態度。

2.1.3 作家經紀人做些什麼？

作家經紀人是在作家和出版商之間擔任連接作用的人。他們代表作家取得手稿和書，並向能夠出版的人提出建議。爲了完成這個任務，作家經紀人必須同時具有幾個頭銜。首先他們必須是書評人；在擺滿書桌的一堆手稿中，作家經紀人必須能夠挑出贏家。這就要求對所有書籍的廣泛興趣且目光敏銳，並且知道出版商所要尋找的書籍；如果想要生意做得長久，文學代理商在這一步上不能掉以輕心。出版商必須要能夠信賴與他們合作的作家經紀人，他們依賴作家經紀人的判斷力，事先爲他們篩去糟粕，把最有希望成名的書寄給他們。作家經紀人必須非常小心地保住自己的聲譽，使他的名聲成爲好書的可靠來源。

第二，作家經紀人必須具備編輯的功力。實際上，許多成功的作家經紀人就是從編輯的工作上開始起家的。戴著編輯的帽子，作家經紀人必須要能夠意識到一份手稿的潛力，發現那些「未經雕琢的寶玉」，並且能夠引導作家完成出版過程。由於意識到出版商可能靠匆匆一瞥來挑選要出版的書，所以，作家經紀人必須將手稿整理成容易閱讀的形式。

作家經紀人的第三頂帽子是媒人。作家經紀人需要把適當的書介紹給適當的出版商。他們需要了解每個出版商的特殊興趣，並與生意中的

主要決策者保持聯繫；他們必須要知道如何應付公眾，如何在專業人士的會議上、交易覽展會上，以及其他出版界活動中，去會見編輯和出版商——這比那些只知道附上一封客氣的介紹信，將手稿遞交給出版商，要略勝一籌。

成爲一名優秀作家經紀人的捷徑簡單的來說就是必須要具備商業、談話、寫作。商業經理是作家經紀人的另一個頭銜。一旦某位經紀人選定了某一個有希望的專案，仔細閱讀手稿，並找到一位傑出的出版商，那就是關注銷售問題的好時機了。作家們依賴經紀人爲其作品進行談判，這個過程非常複雜，涉及到許多重要的問題，諸如：稿酬、版權、海外版權以及（對於有希望的小說作家來說）拍電影的權利等等。某些作家經紀人會具有法律背景，或者找法律顧問求得幫助。

由於作家經紀人是以佣金的方式交易的，並且只在書賣出後才能拿到報酬，所以，他們對於所代理作家的選擇十分挑剔。除了代理作家，某些作家經紀人也與詞曲創作者和劇作家合作。作家經紀人可能在一家代理機構裡工作，或者開辦自己的個人工作室。

大部分作家經紀人都會發現，在出版界的訓練和經驗，是他們成功的重要基礎。新聞、外語、傳播、市場行銷，甚至法律專業的大學文憑，都可以滿足這一職業的基本訓練要求。

目前當前台灣並沒有施行作家經紀制度的充分必要性及實質可行性，國內作家經紀人仍宜積極培養專業知能放眼未來，因一旦華文市場

形成，屆時必然需要熟悉華文出版市場操作、了解中文讀者品味的經紀人，居間擔任作者與出版公司的溝通橋樑。

2.1.4 成為一名優秀作家經紀人的捷徑

1. 多讀書評

大部分主要報紙在副刊或讀書版上，都會有相關的文學評論；書評家們在此發表他們對各種各類書籍的誠實觀點。讀一讀各大報紙的書籍評論部分，或者上網去讀一讀各個網路書店上的評論家們是怎麼說的。

2. 做一個懷疑者

是什麼使一本書成為暢銷書？那些在各種獎項中得獎的書籍，究竟是為什麼獲獎的？讀幾本暢銷書或獲得大獎的作品，看看能否找到答案。自己扮演一下評論家的角色，判斷一下是什麼特色使其如此暢銷。你可能會發現，也許你並不贊成「專家們」的觀點；只要你有充分理由支持你的決定，這就是你最好的答案。

2.2 Blog 線上個人日誌

2.2.1 Blog 的技術起源

Blog 的源頭在美國，這大概也是 Blog 如今在美國火爆的原因之一。1997 年，當時還擔任美國 UserLand 軟體公司 CEO 的 Dave Winer 發佈了一個最早與 Blog 技術相關的腳本，即“Scripting News”。這個程式推出之後很受歡迎，隨後，UserLand 又推出基於 UserLand Frontier 的工具“UserLand Radio”，這也是如今最受歡迎的 Blog 工具開發之一。

不過在“Scripting News”誕生的前一年，就已經有了 Blog 的最初設想。當時爲了抵制美國《通信規範法》、提倡言論自由，Winer 在 Web 內容編輯/管理的腳本工具“UserLand Frontier”中嵌入了 Blog 功能。當初 Winer 並沒有使用 Blog 這個詞，英文 Blog 是 WebLog 的簡稱，是網路上的一種流水記錄形式，美國網民習慣把寫作 Blog 這個動作叫做 Blogging，而把做這件事的人稱爲“Blogger”。

Blog 網站的更新非常頻繁，RSS 技術恰恰可以提供如此頻繁的刷新率。RSS (RDF Site Summary) 是指將 Web 網站摘要用 XML 以超資料方式描述的結構，其中 RDF 代表資源描述框架。也可以說 RSS 是與 XML 相容的簡單文字檔案，它能夠指向存放附有簡短文本摘要的文章或其他內容的網頁。現在很多主流 Web 站點都設有 RSS 頻道發送資訊，而一些 Blog 工具就可以用來訂閱及顯示 RSS 資訊。例如，W3C 及 Slash dot 等網站已開始使用 RSS 更新網站資訊。許多 Blog 站點在收到這些更新資訊後，即可及時更新和顯示本網站刊登的部分文章目錄及鏈結一覽表，而這種更新資訊就稱爲“RSS 反饋”。

本來 RSS 技術是網景公司爲自己的門戶網站“My Netscape”發送新

聞標題而開發的。最初只能發送標題一覽表，但如果採用 Winer 的 Scripting News 不僅能發送標題，還能綜合提供摘要、等級、著作權、更新日期等資訊。Blog 的特點與 RSS 的優勢相得益彰，後來 Dave Winer 還將 RSS 嵌入到了他開發的產品中，進一步加快了 RSS 在 Blog 中的應用以及 Blog 的普及。此外，Winer 還曾經參與過 SOAP、XML-RPC、RSS、OPML 等協定的開發。

隨後，“Movable Type”中“Track Back”功能的出現將全世界無數個 Blog 連接在了一起，最終促成了獨有的 Blog 文化。

舉個簡單的例子，當你讀了某個網站的文章，希望寫下自己的感想，通常的做法是利用網站準備的討論功能進行投稿。但這樣只是把自己的評論意見寫了下來放在別人的網站上，自己卻什麼也沒有留下。Track Back 的做法則與此有很大區別，它可以把評論寫到自己的網站上，然後向刊登原始文章的伺服器發送該網頁的 URL 及標題、部分正文、網站名稱等。其中發送地址採用原始文章指定的 URL，而這一 URL 就成爲“Track Back Ping URL”。

通過這種方法，原始文章中將包括你的評論。如果你在自己的網站上也設置了 Track Back Ping 功能，那別人又可以通過 Track Back Ping 來發表針對你的意見。後來，Moveable Type 中又繼續充實了網頁模板功能、分類功能、追加評論功能等，並成爲廣受歡迎的構築 Blog 網站的簡易工具。

就這樣，多家網站通過相關話題連接起來，相關站點之間形成一種網狀結構，形成與日記網站完全不同的網路文化。

2.2.2 什麼是 WebLog、Blog？

Blog 是一個新創字，是由 WebLog（網路日誌）衍生而來，更進而發展出 Blogging（使用 Blog 的行為）、Blogger（Blog 使用者，以下權以「站主」表示）等用語。目前兩岸對 Blog 的譯名尚未統一，有人意譯為「網誌」，有人則音譯為「部落格」或「博客」。Blog 泛指具有相同形式的網站或書寫行為：這些網站經常更新（每天甚至每數分鐘）、具有明顯的時間標示，並且反時序排列文章（最新的文章陳列在網站最上方）、以個人敘述為主要筆調、內容中經常夾雜連結到其他網站的超連結。

在這種基本形式下，每個站主往往利用 Blog 各自書寫自己擅長的內容。法學教授每日記下對各種現象的法律見解、程式設計師說明病毒技術的突破、伊朗少女公開討論在現實生活中不被允許的性愛話題等等。不同階級、種族、性別、教育程度的人們，利用自己的 Blog，在網路上思考著迥異的話題。

根據統計，至今年 6 月為止，網路上已經有超過 290 萬個 Blog；單就美國而言，每月就以七千多的繁殖速度快速成長。乍看之下，Blog 只不過是在網路上寫日記，如何能夠如此茁壯，以致於被稱為商業網站旋風後的另一波潮流呢？

Blog 在 1997 年出現時，仍只是少數技術人員的產物，當時上網、編寫、修改及「出版」網頁（讓網頁呈現在網路上）仍需要一定的技術及設備。到了 1999 年，隨著 blogger.com、LiveJournal.com 等 Blog 工具陸續出現，任何人只要懂得上網，配上一台可以瀏覽網頁的電腦，就可以在幾分鐘內出版自己的文字。

這項出版流程的革命縱然偉大，卻尚不足以說明 Blog 所掀起的風潮，就如同即使有了紙筆，也未必能讓所有人興起書寫的動機。

表面上看來，Blog 與私人日記無異，實則擁有許多傳統日記所沒有的效果。以時間作為主要指標，Blog 站主及來自世界各地的讀者們可以強烈感受到彼此生活在同一個世界；再加上連結、評論、TrackBack（跨站引用及評論）、RSS（rich site summary，一種網站標題分享技術）等許多網路功能，讓無數個自給自足的 Blog 串連成網絡，從一個 Blog，你可以找到其他更多相同屬性的 Blog，或者找到意見對立的 Blog。

2.2.3 Blog 與世界接軌

2003 年 3 月 20 日巴格達遭美軍空襲那一夜，數以萬計的人們並非爭相打開電視，而是擠上一個名為 Where Is Raed 的網站，期望能得到巴格達城內第一手的消息，也期望能獲知他們熟悉、卻未曾謀面的伊拉克朋友薩蘭·帕克斯（Salam Pax）是否能在戰亂中倖存。

薩蘭·帕克斯是網路上的匿稱，二字分別與「和平」的阿拉伯文和拉丁文同音。他自 2002 年 9 月開始在網路上生產文字，利用一種名為 Blog 的網路機制，每日隨筆寫下巴格達城內人民的生活以及對英美世界的觀感。網路上的讀者相互告知連結，逐漸形成一個龐大的讀者群。他們從這些文字當中，漸漸體會伊拉克並非如他們過去的印象般，古老、落後而貧窮，那兒的人其實一樣喜愛碧玉或大衛·鮑依的音樂、一樣看著好萊塢電影，更重要的是，一樣是人。

去年 3 月 21 日，帕克斯在巴格達時間六點零五分留下這段文字：「還有兩小時，B52 轟炸機到達伊拉克。」之後即銷聲匿跡。電腦前的人們突然都被捲進這場戰爭，猶如親人陷身戰火中。全球的讀者不斷按著滑鼠，等待網站出現新的訊息，暴增的點閱率終於導致網站服務公司發生故障。幸好，帕克斯沒事，只是無法上網。

由此可知，Blog 簡易上手，所以在戰爭期間，薩蘭·帕克斯可以持續在任一可上網的電腦上撰寫 Blog；由於它是即時的日記體例，所以我們可以從文字中感受到如此「日常」、如此「枝微末節」的巴格達生活；網網相連，網民走告，所以巴格達 Blog 在未經媒體揭露的狀況下，就已經吸引了大批讀者，發揮前所未有的影響力。

2.2.4 改變生活方式

Blog 具有強烈的社交性格，它的生態圈很容易讓站主們不斷對話，

就像許多人覺得手機太具侵略性，而他們尚未學會關機與拒接的本事。雖然各種 Blog 工具的發展，讓人們不到三分鐘、不花一毛錢，就可以建立自己的 Blog，但很多人發現自己並沒有準備好改變某些生活方式，譬如對於隱私、文字、智慧財產以及對人際關係的看法。

雖然 Blog 被認為是近年來最重要的網路現象，人們也不斷試圖為之定義，但其屬性卻一直在改變。有人認為它是一種新的文類、有人認為它是接續 e-mail、ICQ 之後的新一代溝通工具、有人認為它只是小道消息的集合力量。每當人們試圖用既有的觀念定義時，便又立刻發現不足。

Blog 仍在持續發展中。除了許多網路業者及學校單位也紛紛開始提供 Blog 服務外，網路上也陸續出現以照片為主體的 photoblog、聲音記錄的 audioblog，還有配合手機照相功能而崛起的 moblog。更重要的是，搖動各種觀念與制度的「Blog 化」(bloglization)活動，正在持續發酵中。

2.2.5 台灣部落格

早在 2000 年，明日報的「個人新聞台」就已提供了類似 Blog 的出版介面。不過因為沒有支援超文本(hypertext)及目前盛行的 RSS 技術，所以 Blog 最重要的串連特性並不明顯，以致個人新聞台僅只成為文學創作的展示場；新聞台上標示的時間，通常只代表作品上網的日期，而非台長的「今日生活」。嚴格來說，大部分的個人新聞台離真正的 Blog 還有一段距離。

2002 年許多人重新將 Blog 技術及概念引進台灣。其中最重要的就是「藝立協」組織 (<http://meerkat.elixus.org/>)，他們除了推行最流行的 Blog 工具 Movabletype (活字印刷)，也促成了台灣各地的 Blog 串連。到了今年，越來越多團體及個人都開始 blogging，我們也因此看到了越來越多精彩的 Blog。例如以破報為基礎而建立的「台灣部落格」(www.twblog.net)、記錄個人見聞的 schee.info 及 zonble.twbbs.org 等等。

第三部份：檢討

3.0 前言

在先前的兩個部份中分別回顧了關於人類在出版與閱讀、認知上的一些重要議題，以及對於出版業近幾年發展我們認為較為特殊的兩項觀察 – 作家經紀人與 Blog（部落格）線上個人日誌。而接下來的這個部份我們則嘗試由出版經營來的角度看檢討出版經營相關的幾項議題，而這個角度與第二部份出版觀察不同之處在於，觀察主要在指出出版業發展上的可能，以 Blog 線上個人日誌為例，Blog 被譽為下一波的出版，所有人只要有一台電腦、接上網路就可能實現個人出版，出版不再是專業經營體的專利，而變成人人加入的領域，但出版業顧名思義，它是行業、它是企業，既然是企業營利就會是支撐企業存續的最重要關鍵，如果是由這個角度來看目前全球各地的部落格發展可能就會有很不同的評價產生了。從前面對於部落格的介紹，我們可能願意承認部落格的確可能會是「下一波出版」，但是不是也是出版業下一波的營利金母雞，這就有待檢討了。科技對未來的出版會產生相當鉅大的影響與變革，這事實上也是「出版與文化研究」整個課程中被反覆提及的觀念，科技的可能、科技與生活型改變的速度我們無法用現在的價值與認知來推測想像，但是在這一波波的衝擊與改變中，出版業真的找到了營利存續的空間了

嗎？「檢討」這個部份就是想嘗試由這個角度來「檢討」這些議題。以下將逐步地來審視、檢討「網路書店」、「電子書」、「數位內容出版」、「個人線上出版」、「非營利出版」以及「出版業集團化」、「華文出版市場的整合」等等有出版經營上的所可能面臨的問題與困境。

3.1 網路書店的發展

3.1.1 具有開創性的嘗試，只是...

亞馬遜書店的經營受到重視並不在於他們的經營成果有多出色，而在於他們正式引進了一項全新的商業模式，讓傳統書店業開始意識到科技、網路技術對於出版相關經營實體的衝擊已經到了無法不正視的地步。在亞馬遜書店經營的原型中，這是一個無實體、零庫存、高便利性的虛擬書店經營型態，尤其前兩者，也就是無實體和零庫存、這兩項理念的落實將大大地改變書店業經營的成本結構，改變傳統書店經營思維邏輯。除此之外，在網路書店原型的發展上，亞馬遜也創造了網路虛擬商店交易的機制，這些機制的意義象徵了人們對於網路交易信賴感的產生，也讓我們看到了網路虛擬商店在客戶服務上的可能性和可接近性。

網路交易畢竟不若親自到店購買的型態，到店購買，消費者可以親自體驗到所可能購買的種種商品，並根據這些體驗來判斷是否完成購買交易，然而郵購或網路購物則無法提供這樣的經驗給消費者。在網路書店可以提供詳細的書藉資料、可以提供部份內文的預覽、還有頗具水平

的專業推薦書評，甚至讀者也可以親自登上網站寫下自己的書評和所有人分享。亞馬遜很成功地運用創意以及網路的種種實現可能打破了這種限制，也很成功地開創了不同於傳統、更甚於傳統的消費經驗以及互動體驗。

亞馬遜以及後繼跟進的網路書店經營的確在書店經營上帶來完全不同的思考與啓示，只是這麼嶄新的觀念，事實上到目前為止基本上仍算不上是成功的「營利」個案，全球最大規模的網路書店亞馬遜創設至今也經歷了一段不算短的時間，除了「本夢比」的那個年代從股市熱錢中撈了一點，真正靠自己掙來的還是沒幾個子兒。再回過來看台灣網路書店經營的狀況，金石堂、誠品、新學友等實體、網路兼營的連鎖書店集團，在新學友財務危機退出市場後，已有不少人開始預測下一個結束的會是誰了。也許新學友的倒閉還有許多「天災」與「人禍」的因素在，但至少在亞馬遜出現之時，世人對於虛擬商店會創造大額利潤的想像已經逐步幻滅，試想如果網路書店真有這麼大的創利能力，那麼長期的虧損如何解釋？如果真有這麼大的創利能力，那為何沒有能力填補實體書店的營運虧損？不可否認地的確已經有少數網路書店已經正式「宣佈」進入獲利階段，但更大部份的網路書店目前仍在努力掙扎想搆到損益兩平的那條線，甚至有為數不少的網路書店的設置只是基於同業有，我們就不能沒有的心態來做的，不賺錢、賠點錢都無所謂。

總地而言，網路書店不完全是個夢，它有實現的大獲利的條件，但我們可能都必須先更加務實。

3.1.2 可能的發展與瓶頸

網路書店的概念在實行了一段時間之後，雖然不見得是成功的營利個案，但是幾個未來發展的趨勢以及問題卻也都慢慢浮現出來了。以下我們嘗試由以下四個方面來看這些趨勢與問題：

首先，**網路書店從網路商品、書籍的訊息提供慢慢轉變成內容網站**。網路商店的經營上，就如同實體商店區位選擇會以人潮多寡來做為衡量是否設店營運的主要評估一樣，這個評估點的基本思考在於人潮愈多，成交的機會就相對愈多。網路商店在這個商業的邏輯也一樣，愈多的人會到網站上瀏覽，商品藉由網路賣出的機會就相對增加。因此，網路商店除了提供簡單的商品訊息之外，也必須有書評、或其他與可能消費者產生互動的機制，如讀書俱樂部或如亞馬遜書店首創的書評獎勵制度。網路書店在不單只是取得消費決策時商品訊息的管道，同時也是提供可能消費者在線上閱讀、攫取相關資訊的場所。

第二、**網路商店與專業網路書店**。亞馬遜創始人貝佐斯在早期投入網路電子商務時，評估各種商品後，認為書籍是最符合早期網路使用者生活背景的商品，因而投入網路書店的經營。但是隨著網路的普及數位落差的縮小，上網人口的型態與結構已與當時有很大的不同，網路書店的觸角可能必須逐漸延伸、甚至如實體書店複合式經營的方式來調整，逐漸轉型成為不單以販賣書籍，同時也兼有其他商品販賣的網路商店。不論從經濟學上範疇經濟（economy of scope）的觀點，或從管理學上綜效（synergy）的觀點來看，網路書店轉型成網路商店都能獲致單位成本

降低以及單位利潤提昇的效果。然而從專業的網路書店轉型到網路商店只是一種策略思考上的選擇，固守在專業網路書店的市場，若有特殊的設計與規劃仍然可以在特定的利基（niche）市場上生存，只是發展規模可能也會受到一定程度的侷限。

第三、消費者的信任與交易安全機制。線上交易或是郵購等非臨店消費的型態，信任的有無相對地更加重要，如果消費者無法信任業者建立的交易安全機制，網路上的交易就無法順利產生。不論網路書店或其他電子商務的型式，安全的付費交易機制一直都是問題，儘管消費者對於線上信用卡付費或電子錢包的付費型態之接受程度已經有顯著的提昇，業者在線上付費的實質做法也愈來愈趨成熟，但如美國五角大廈的電腦一樣被駭客入侵、層出不窮、不斷翻新的詐騙手法，這些可能存在的有心人士（駭客、詐騙集團）對於消費者心理的潛在影響在網路書店或網路商店的經營仍是必須努力的重點。尤其愈具規模的網路商店這種「消費者信心危機」的發生，對於業者產生的傷害就會愈深。

最後、庫存與配送的問題。無實體、零庫存在網路書店正式啓動之後已被證實，這樣的理想在目前仍以實體書籍販賣為主的市場現實而言有實質的不能。試想如果網路書店在接獲消費者訂書的同時才向出版商或經銷商下單，同樣只是少量的訂書，在這種情況下網路書店與出版商、經銷商議價的籌碼就會受到限制。如我們熟知的，豐田汽車的 JIT（Just-in-time）的生產與供應鏈是經營管理上的典範，但把這樣的概念用到目前網路書店的進銷存管理上，尤其台灣的網路書店目前的市場仍

舊只能以台灣區內的消費者為主，在市場規模上，就實質而言並沒有比目前的實體書店，尤其連鎖書店大上多少，甚至還可能遠小於這些連鎖實體書店。在這種現實情況下，網路書店零庫存的理想是受到挑戰的。如果無法實現零庫存，要提昇網路書店業者本身的議價能力，就有可能必須面臨是否建立倉儲或是尋求與物流業者結盟共同建立書藉倉儲配送的整合系統。但這不就又是一筆成本了嗎？

網路書店經營概念的引進，改變了我們對於傳統書店經營的成本計算觀念，但實際營運的結果發現，我們改變的方向可能沒錯，只是我們可能還要再往回修正一些。網路的發明的確挑戰、也打破許多經濟學的看法，但經濟學上有個鐵律，到目前為止至少還沒被網路書店打破 - 天下沒有白吃的午餐！！

3.2 電子書、數位內容與線上出版的發展

電子書、數位內容出版以及線上出版毫無疑問地都是科技世界下的產物，科技已經開始改變我們與書和閱讀之間的關係，未來我們的生活中面對的”書”不再被稱為”書”。但不論是電子書、數位內容出版或是線上出版在目前發展下都面臨了以下三大問題：

首先，**他們都需要特定的載體和閱讀的工具，這使得閱讀的地點受到限制。**以目前發展的情況來看，電子書需要特定的閱讀器才能讀取電子書數位檔案中所建置的內容；數位內容出版品，則可能需要電腦或是

影音播放器材，如隨身聽或 VCD、DVD 光碟機；線上出版品則除了電腦或是能上網執行瀏覽的界面外，還需要有網路，這些現況都使得閱讀必須受限於特定場所或地點才能進行，而不再如以往我們只要帶著紙本書，隨時隨地只要停下來，有零瑣的時間就能進行閱讀。即便目前閱讀電子書、數位內容出版或線上閱讀的硬體媒介有愈來愈輕便的發展趨勢，仍然沒辦沒有有效的解決這些問題。再者由於硬體發展程度還未達平民化、普及化的水平，在電子書、數位內容及線上出版相關內容產業的發展也會連帶受到影響，尤其在量上的不足，這又會回過來影響硬體開發的進展，因而形成一個惡性循環。

科技進展的速度無法用我們當下的感官經驗來想像，事實上不論在電子書、數位內容出版品或是線上出版品相關的技術，我們不敢說已經完成成熟，但至少已經可以稱得上「具備」。尤其隨著二十一世紀初最 HOT（熱門）的那顆“米”－奈米技術（Nano tech）和無線網路的快速發展，在材質及晶片生產技術上已經有了重大的突破，未來的電子紙目前的技術已經可以捲、可以折、薄到與我們平常書寫的紙張一般厚度，儲存裝置上一張直徑八公分的光碟現在已經可以裝下接近 1 GB 容量的數位資料，更不用說蘋果電腦（Apple）的 *i-pod*，一個小小不到三十五立方公分的體積內不只裝了播收數位音樂所需要整理晶片，還包含了 40 GB 容量的硬碟，這個容量以目前大眾已經相當熟悉的 MP3 檔案的平均大小來折算至少可以裝得下一萬二千首的 MP3。另外無線網路的發展，網路不再侷限在定點，人們不再被煩人的線路綁在同樣的一張椅子上，

現在有可無線上網的器具，手機、電腦、PDA，我們可以隨處開始任何即時更新訊息的閱讀。

基本上來說，電子書等新時代可能的出版主流型態，技術都具備了，只是這些技術是否已經達到可以平民化價格普及到所有地方，這個速度我們沒辦法準確評估，它可能很快、也可能還得再等一個世代（三十年）。

其次，**閱讀習慣的改變**。在人類文明史上，我們經歷了很久一段時間的紙本閱讀型式，不同的閱讀模式影響人思維與活動的模式，反過來不同的生活價值、生活型態也會再回過頭來影響我們的思維方式。如同前述反覆強調的科技影響力，未來由形形色色科技成果所共同構畫出來的未來預想圖的輪廓似乎愈來愈清晰了。人類文明史在每次重大技術的出現都改變了人類的閱讀與學習方式，我們相信未來人類的閱讀在當下可見的科技發展趨勢下會再面臨另一波的改變，只是還要多久，仍然是未定之數，同樣的，它可能很快、也可能還得再等等。

最後，**版權與付費機制的問題**。電子書與數位內容出版目前已有初步的付費機制雛型了，線上出版同樣也開始有正式的線上出版品交易機制實施了，但人們對於業者的訂價的標準（供給者出價）與消費者願付價格（需求者出價）之間的連結似乎仍不明確，在傳統經濟常模下供給和需求在近四個世紀的觀察、研究下，我們已經能夠很清楚地掌握到這兩者之間的關聯與運作規則，然而對於網路或數位商業行為嚴格說來，只能算是在摸索的階段。在供給價格與願付價格之間的這條脈絡沒辦法

釐清，所謂新世代出版的營利勢必將承擔更多的風險和挑戰。

版權的問題在未來出版中，可能不是最嚴重的問題，成熟付費與交易機制的發展可能才是嚴重的大問題，不論電子書、數位內容出版或線上出版在這方面都還在嘗試、實驗的階段，這是目前發展上的困境，但我們恐怕要關注的還不只是這個目前的”困境”，還得多想想這個問題會不會在未來演變成無解的”絕境”。

我們欣然迎接科技為人類生活帶來的改善，也願意伸出雙手擁抱科技對人類生活產生的改變，但就出版業者而言，就如同一開始提到的，沒有錢，沒有利潤就沒有企業。如果這樣的改變可能會讓他們從此消失，那麼這樣的改變可能就一點都不好玩了。

3.3 非營利出版的思考

出版有悠久的文人傳統，出版存在的價值不單是企業營利的工具，更重要的意義在於文化、知識的傳承，並進一步求匡正、導引社會價值的形成。甚至應該說教育與傳承才是出版的主要任務，營利只是附加的利益之一。但是平心而論，出版社的經營如果不為營利、不為商業利潤，那麼這個行業如何存續？一個出版人的典範應該兼具有文人的理想和商人的務實。只是但如果出版人自己身處危殆、朝不保夕，怎麼會有餘裕去實現這樣的理想呢？在這種情境下還能堅持理想的，是文人。懂得向現實妥協的，是商人。在無法兼求的情況下，”理性”的出版人通常會

是商人。

只是如果出版界只有商人，那我們的社會、文化會是什麼樣的模樣？我們不去想像這樣的問題，在現實之中總會有一群”不理性”文人願意奉獻、投注自己的心力，而事實上這樣的角色對整個社會而言，也的確是不可或缺的要角。有他們的存在某些在商業利益考量下可能被犧牲的元素才得以被保存、延續下來。這樣的文人出版，我們不妨也套用非營利事業的觀點稱之「非營利出版」。

在「非營利出版」這塊版圖中，我們要思考的重點是如何善用非營利出版有限的所得以及可能獲得捐款來發揮更大的社會功能，而線上出版的模式可能可以給這個領域一些啓示。在前面討論線上出版或數位內容出版時，我們討論到付費機制的問題，其中也提及對於未來可能的主流出版型式，我們仍在摸索的階段，還在尋求付費營利的可能。但在此之前，其實我們反而已經先看到了這些所謂未來主流出版型式的不付費可能。在未來出版的發展中，尤其線上出版，可能可以為非營利出版做出極大的貢獻。

網路截至目前為止的發展，仍然無法很成功地發展出具有強烈排他性的機制，因此網路上的出版很容易在轉載與複製過程中快速地傳遞出去，並且在這個過程中，轉載、複製的人幾乎不用花費任何成本就完成了這樣的行爲，至於原始發表人的訊息更是在完全沒有成本的情況達到傳播的效果，而這樣的出版傳播特質正好就切合了非營利出版事業的需要。因此，如何在善用科技發展的成果來把非營利出版推向另一層次的

領域，或許具有文人性格的出版人可以好好地思考這個問題。

此外，科技除了可能在成本支出上幫助非營利出版實現另一種可能，同時，它也可以使非營利出版在內容經營上有更豐富的變化。如數位內容的非營利出版品，可以為出版內容增加多元性、互動性，宗教團體以往以善款印製善書傳播的方式，轉換成多媒體互動光碟的形式？在製作形式與傳播方式改變是否也能達到同樣的目的呢？非營利出版，在未來、在科技的推力下，可能還有許多想像的空間等待開發。

3.4 出版業集團化與華文出版市場的整合

在國外出版業集團化的案例已不在少數，但國內在規模上、在成果上值得重視的個案似乎目前為止也僅止城邦集團一例。城邦集團在合併之後，效益已經慢慢浮現出來，但實質上城邦集團目前各子單位的運作仍是處於合而不併的階段，表面上這些子單位（出版社）都是屬於城邦集團，但實際上仍是各自有各自的運作，在集團內部的資源整合不高，也因此這個合併案到目前為止似乎只是雷聲大雨點小，沒有給國內的出版業有太大的衝擊。

兩岸入世（WTO）後產業因應策略思維，這個話題已經談了近十年了，加入世界貿易組織不只台灣，許多亞洲發展中國家也把入世做為國際貿易政策上的最主要規劃，而這些亞洲發展中國家當然也包括了目前當紅的中國大陸。在農業問題上對亞洲各國或是兩岸之間基本上都是無

力的掙扎，但在其他具有發展條件的產業中，各國都已經有積極的動作，並且在最近的兩三年內也已經慢慢看得到成果了。以台灣金融業為例，台灣自金融開放以來，民營行庫林立，表面上看起來相當活絡，但實際上以台灣這麼小的市場規模而言，並不足以胃納這麼多的金融機構，同時對因為市場小、投入競爭的業者多，造成了台灣到處是銀行，但通通不夠大的窘境。在未入世以前的競爭強度上，多數的銀行都還能勉強過關，但是入世之後國外大型金融集團進駐之後，競爭的強度會完全不同，小規模的銀行在這樣的競爭之下，還能留下幾家值得商榷。屆時勢必有不少銀行面臨倒閉或被兼併的命運。但是這樣的危機在金控法通過後，國內金控集團的大幅度整併，國內金融集團的競爭體質已經大大不同了，以富邦金控為例，目前雖然還不是亞洲最大，但是在亞洲金融集團的地位及影響力已經成長到了讓人無法輕忽的程度。但反觀出版業，台灣的出版業有一個城邦集團，但這兩個”邦”在各自領域中的成果卻完全無法相比，富邦已經有相當不錯的合併綜效顯現出來，但城邦現在還看不出來未來有多大的潛力。

同樣面對入世的問題，國內還有發展空間的產業都在積極調整產業結構，積極嘗試整併或策略聯盟的方式來改善產業競爭環境，但遺憾地，台灣的出版業在這方面的動作似乎並不積極。事實上國內許多產業都面臨了和出版業同樣的問題 – 粥少僧多。而且如果有大和尚倒好，偏偏全部都是小和尚。前述金融業就是一例，我們關切的出版業更是如此。

兩岸入世之後，台灣的出版業者對於華文出版市場整合有很高的期

待，但我們現在的優勢在那？我們能拿什麼和日本、大陸的大型出版怪獸競爭？「印刷工藝之美」？比上，我們在這方面還比不上日本，雖然這個差距並不大，但比下？仔細觀察大陸近幾年的出版印刷水平，其實我們已經不算有餘了？而且這個差距同樣不大。如果技術和經營體質都無法和人競爭了，那麼台灣出版業的未來還剩下什麼？我們拿什麼來毒人家分一杯羹呢？這個問題值得我們深思。

兩岸攜手邁進大華人出版市場，這個絕對是美好並且可能實現的願景，只是如果沒有積極的動作和調整，沒有強有力的競爭優勢，最後人家未必就會牽你的手和你一起走。

結語 (Conclusion)

對於這個世代的台灣出版人來說，我們可能正站在兩個時代的分界點上，我們要掌握未來生活型態的動向、要面對未來人類出版及閱讀方式的轉變、要面向科技發展的種種可能，也要面對未來國際經濟型式轉變下兩岸華文出版市場，甚至全球出版市場可能的變化。這樣的氛圍對樂觀的人而言，未來的出版包山包海、不愁沒位置、不愁沒機會，但對悲觀的人而言，談到出版的未來時，可能腦海裡浮現的第一個映象會是「出版還有未來嗎？」

但相信絕大多數的出版人對於未來的看法並不是這麼樣的極端，甚至相信為數不少的人，對於未來是種焦慮和徬徨……但這樣是對的。面對未來出版業可能的發生或正在發生的鉅大轉變，我們不該太過樂觀，因為，太過樂觀可能是危險的，在未來我們也許會有很多機會，從事各式各樣出版的機會，但不見的有錢賺，再者，過度樂觀經常也容易導致判斷失焦，這也不見得是好事；其次，我們也不用太過悲觀，因為，未來也許還會出現更多更成熟、更清晰的趨勢和可能，現在只是時機還未到臨。但不用太過樂觀、也不用太過悲觀這可以理解，可為何焦慮、徬徨是對的呢？因為焦慮才會讓我們更深切地反省過去、看待未來。在這個分界點上的出版人需要更加務實、更有創意、更有活力。

參考資料

壹、專書部份：

鄭麗玉（1999），*認知心理學*，五南出版社。

陳學明（1996），*文化工業*，揚智文化有限公司。

翟本瑞（1993），*心靈、思想與表達法：一個文化相對主義的反省*，唐山出版社。

貳、期刊論文部份：

賴鼎銘、葉乃靜（1997），*從口語到書寫傳播*，*圖書館館刊*（台大），第十二期，143-160 頁。

張汝倫（1995），*大眾文化霸權與文化生態危機*，*臺海兩岸*，1995 春季號，88-91 頁。

陳蜜桃（1992），*從認知心理學的觀點談閱讀理解*，*教育文粹*，第二十一期，10-19 頁。

參、網路資料：

鍾明樺（2001），*文化解讀－以羅蘭巴特與符號學為例*。

課前心得暨推薦網頁

92143001 高雲換

http://www.apabi.com/news/news_2/20030806.htm

網路出版：共創共贏

<http://www.gaya.org.tw/journal/m23/23-main1.htm>

電子出版的歷史與未來

<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/28/28-27.htm>

出版產業的未來：一個研究對象的分析

http://www.sinica.edu.tw/~cdp/project/01/3_1.htm

文獻處理實驗室 資訊科技對人文、社會的衝擊與影響

第三章 資訊科技與人的處境

面對未來的圖書出版事業，將不再是一場「無規則的單兵作戰」，而是一種從創意、編輯、包裝、廣告到行銷的「聯合作戰」手法；在邁進世界出版舞台之際，則更需要政府和業者制訂進軍策略，以進行一場浩大的「總體戰」。

由於電子科技不斷地革新，只要將數十鉅冊的文字書濃縮成薄薄的光碟片，放進「光碟唯讀記憶裝置」（CD-ROM）中，幾個按鍵之後，幾秒

鐘之內，所要選讀的書便在電腦顯示幕上出現了。如此方便的「電子書」，已不再是人類的夢想，而是即將出現在跟前的事實，尤其即將面臨「電子書」掀起革命性的巨變，誰敢說未來電子書不可能取代紙張印刷的文字書呢？

網路出版是一種新興的出版形式，上個世紀末期在全球應運而生，這是繼圖書、報紙、期刊、音像製品和電子出版物後出現的又一種出版形態，並將成爲互聯網上的一個重要行爲之一。網路出版目前主要有線上閱讀、eBook（電子書）、POD（按需印刷）等形式。其是以網路爲介質，大幅度簡化出版程式，降低出版成本，通過網上支付系統完成下載圖書或實現在線閱讀的一種交易過程。

在可以預見的時間裡，電子書與紙本書是長期並存的、優勢互補、相互促進的。網路出版對未來發展影響很大，技術在不斷變化，網路也不斷在延伸，市場會逐漸形成。因此，對於出版的未來，我們應該有更積極審慎的行動去深入研究並了解，因爲，網路出版更大的意義在於未來！

隨著資訊科技的發展，人類知識的總和不再是數量龐大的資料，或是藏書豐富的圖書館。知識性的資產本身的價值將貶值，而提供知識的「過程」和「服務」的價值將看漲。虛擬世界的多元化現象（「同質」但又「多元」），這種同質化社會（科技意識的同質化作用）的多元化現象表現爲：透過電子傳媒資訊對「實在」（reality）的再現，是如此真實，以致真假不分，造成各種世界觀的繁衍、多元化和彼此的競爭。「實在」通過各種媒體的再詮釋再現，以致無法找到究竟的「真相」，於是，真假更不易區分。以電腦作爲載體，導致人與知識關係的變化，對於閱讀的未來也將產生不一樣的變化。

92143002 劉品岑

<http://www.evta.gov.tw/employee/emp/001/009/a052/61.htm>

出版業未來展望

<http://www.publishing.com.hk/qushi/qsmore.asp>

出版之門

正如翟老師上禮拜在說到電子文本、電子書、電子出版、線上閱讀時，有提到關於出版與閱讀的未來部份，將來出版的轉變，絕對會大大的不同以往，單從近年來的網路出版與閱讀部分本身，就已經有不小的變化，何況是對傳統的影響，可見得在不久的將來，傳統出版與閱讀習慣還會有持續的衝擊、更大的改變，那麼遲早會踏入業界的我們該怎麼去提升自己來應對未來呢？

從口說傳統與書寫傳統，到電子出版與線上閱讀，這樣的轉變相信在過去的社會是無法想像的，就像我們現在，就算網路已經相當普遍，但大部分的人仍無法想像未來會是什麼樣的景象？甚至會害怕去做改變，因為不可知、又無法預測掌握，所以寧願固守傳統與保留現況。

可是這樣的潮流已經無法抵擋，而許多人都在探討網路電子書對傳統印刷出版業的威脅與衝擊！有人說紙本書的消失是遲早的事，而有人說電子書不會有未來，當然也就會有一派人提出平面與網路出版，兩者在未來未必是一種競爭性的關係，而如何雙贏將是未來出版業的挑戰之一，並考驗著出版人——也就是我們的智慧。

因此，未來除了有時代趨勢潮流的推動之外，相信更多部分會是我們去創造的，翟老師曾提過，其實不需要有多麼地優秀，只要比別人肯多做一點點就好，如此一來，便可學得更多、眼界相對也更深廣，相信將來機會也會比別人多，而當機會來時，我們也相信自己可以有足夠的能力去學習與突破困難。

92143003 陳信州

這學期以來，電子書是一直被提及的，記得老師說過，目前的技術可稱的上成熟，但因為人們的閱讀習慣，讓電子書暫時發展不太起來。也依稀記得有人說過，電子書的前景看好，但如何去發展，仍是眾說紛云。

閱讀習慣真是不能改變嗎？人的想法都是固定的嗎？從學期初的「口說傳統與書寫傳統」，我們清楚的明瞭到人思維的變遷。認知心理學、麥克魯漢、羅蘭巴特……，再再的顯示出一種極大的變化，一種和以往數千年來的習性所產生的不同。

看到老師上課時所提及的，對我而言，匪夷所思，卻突顯出未來的奧妙（呃，想不出用什麼詞）。

反正，就隨遇而安吧！（好像有點太樂觀了）

92143007 李冠儀

<http://www.prock.com.tw/> 張曼捐與紫石作坊

台灣第一個作家經紀體系的工作室

因為科技，讓傳統在未來變的不一樣，在未來，閱讀有很多種可能，或許現在看未來的趨勢有太多的不可能，但是，誰可以說所有的天馬行空的想法，不可能成真？

台灣的出版社要在整個出版市場生存下去，就必須要面臨許多的問題，而解決的唯一辦法就是做適當的轉型經營。而目前最多人所討論的議題就是作家經紀人的角色定位。作家與出版社相輔相成，也成為佳話美談。然而，隨著社會日益多元化的發展，出版環境愈見複雜，作家要考慮與經營的層面愈來愈多，需要耗費的精力和時間，有時甚至超過創作本身。再者，近年來出版社林立，各類型的文學獎不斷舉辦，也為創作新人鋪起了條條青雲路，看起來晉身作家的機會頗多。然而，觀察這些年來在文學獎中展露頭角的新手，能夠再接再勵，持續創作不輟，在質與量上都引人注目的，卻是鳳毛麟角。與西方出版界相比，我們一直缺少的，是對於知名作家與創作新人都很重要的媒介——出版經紀人(Literary agent)與經紀制度。

92143008 黃怡茵

http://www.ncl.edu.tw/cl_ebook/list_010.htm - list10 《人生的閱讀》

文中提到，閱讀是生活的一部分，離開閱讀，生命會失去許多樂趣；然而，閱讀也只是生活的一部分，只有閱讀，生命同樣會失去許多樂趣。而閱讀重要的是為了愉悅（gaudium），而不只是為了快樂（laetitia）。

另外，還有四季閱讀和心情閱讀系列書目，文中充斥著許多有趣的觀點，除了帶給讀者對閱讀不同的見解，還讓讀者體驗到閱讀裡，其前所未有的新奇美好之境界。

<http://udn.com/NEWS/READING/REA2/1760187.shtml>

《SARS 大浪衝擊 飄搖的出版一年》

此文是在回顧今年出版市場的情況及未來展望。

世紀末的閱讀，是反中心化的拼圖式閱讀。太多龐雜多元的各類型讀物，讓讀者淹沒於前所未有的資訊泛濫中，其思考也逐漸傾向平面化、淺薄化甚至缺乏整體分析能力。閱讀，是在精神空間中任意移動，且可從文字中獲得一些想法，將想法轉變為深度的思考，再行諸於文字。在隨手的翻閱中，我們可慢慢採集著不同的想法與樂趣，逐漸拼湊著屬於自己的思考基本架構。閱讀的樂趣不在於輕鬆地讀，然後輕鬆地遺忘，應該是要深刻咀嚼後所產生的領悟與感受。

今日的閱讀，會引導整個時代的變動和走向。出版，只能勉強地因應、追趕閱讀的變動和走向。因此多抽空在世紀末閱讀吧！多選擇一些能夠讓

大腦思考的書，才能在後現代的亂序中，建構自我邏輯推理能力，而不隨波逐流，並促使整個社會產生正面動力。身為歷史臨時守門員的我們，絕對有必要從閱讀行動中，尋求能夠洞悉時下、建構未來的智慧，並思索個人在全球化的閱讀版圖中，是站在哪一個位置，來閱世界、讀自己，且要如何找到通往希望未來的美好之路。

92143010 許丞宏

與有聲有畫的電子傳媒比較，報刊作為文字傳媒往往給人一種死板沉實的感覺，欠缺一點活潑。但隨著國際電腦網絡的興起，不少報刊都在網上發行電子版，而它們最大的特色，就是打破紙上印刷的框框，嘗試跨媒體和互動的出版，並為讀者加添額外的資訊和服務。網上報紙除打破了原來報紙在版位和內容的舊有模式外，它在媒體的使用和與讀者間的關係上亦有新的界定。一直以來報紙以文字作為媒介，但網上報紙採取跨媒體出版，除加入插圖或動畫作裝飾外，有時按動網頁上廣告的符號，便可即時收看宣傳片段，更有網上報紙打算放進重要講詞和會議聲帶。發展下去的話，文字與電子傳媒在網上的分別還大嗎？總括來說，網上報刊為傳統出版業帶來全新的面貌，報刊的角色已不再單是報導新聞，而是一所資料庫、個人資訊服務中心、跨媒體資訊發放網址。對於以上種種的改變，出版業工作者在感到無限興奮之時，也許更需要有跨媒體的知識和更廣博的潮流觸覺，否則便不能跟上未來資訊傳播業的發展。

92143011 葉宗勳

關於我國音像出版業發展戰略的幾點思考，張凡，原載於《中國出版》，
網址：「<http://www.sinobook.com.cn/press/newsdetail.cfm?iCntno=1210>」。

出版業如何參與「挑戰二八」－出版業對「數位內容產業推動方案」
之看法與建議，林訓民，網址：

「<http://childrenpublications.com.tw/history/talk911217.html>」。

在苦惱著「出版與閱讀的未來」這個主題的心得以及報告該如何下筆時，腦海裡浮現了法國文豪狄更斯（Charles Dickens）在雙城記（A Tale of Two Cities）中一段文字：「那是最美好的時代，那是最糟糕的時代；那是智慧的年頭，那是愚昧的年頭；那是信仰的時期，那是懷疑的時期；那是光明的季節，那是黑暗的季節；那是希望的春天，那是失望的冬天；我們全都在直奔天堂，我們全都在直奔相反的方向－簡而言之，那時跟現在非常相像，某些最喧囂的權威堅持要用形容詞的最高級來形容它。說它好，是最高級的；說它不好，也是最高級的。¹」

¹ 譯文節錄自「http://staff.whsh.tc.edu.tw/~huanyin/mofa/d/dickens_1.htm」，同時摘錄本段英文譯文如下：「It was the best of times, it was the worst of times, it was the age of wisdom, it was the age of foolishness, it was the epoch of belief, it was the epoch of incredulity, it was the season of Light, it was the season of Darkness, it was the spring of hope, it was the winter of despair, we had everything before us, we had nothing before us, we were all going direct to Heaven, we were all going direct the other way--in short, the period was so far like the present period, that some of its noisiest authorities insisted on its being received, for good or for evil, in the superlative degree of comparison only.」

出版與閱讀的未來？是的。「出版與閱讀」在課程中，我們從人類的認知到網路書店，再到電子書、電子出版，在這個軌跡中我們的確看到了「出版與閱讀」的未來，也看到了人類閱讀歷史從未停止過的改變。但是，「出版」的未來等於「出版人」的未來嗎？這兩者真的可以劃上等號嗎？這個疑問從課程開始到最後始終沒有停過。科技讓我們對出版有無限的想像，未來的確可能是「最美好的時代」、是「最智慧的年頭」、是「信仰的時期」、是「光明的季節」，也是「充滿希望的春天」，但是對於以出版事業營生的出版人而言，未來也是最美好的時代嗎？會不會反而是最糟、最愚蠢、最懷疑、最黑暗，也最失望的時代呢？

在前幾週的課程中，我們討論了網路書店、討論了電子出版，科技與網際網路以超快我們想像的速度在發展，出版的模式與閱讀的習慣似乎也勢不可擋地被科技、網路往它們前進的方向推動，電子出版、數位內容與線上閱讀看來已經不可以避免的趨勢，雖然我們不知道人們完全從現在的閱讀習性中完全切換至「未來的閱讀習性」還需要多久的時間。但很清楚的一點是，這個時代可能就如麥克魯漢所說的「人人都是出版家」任何人只要有台電腦、接上網路或者印表機，每個人都可以很容易地來完成過去需要專業人員與設備所能完成的「出版」，此時，過去和現在我們熟悉的專業出版會受到什麼強度的衝擊，這我們無法估算。那順應趨勢切進未來的出版中呢？沒錯，這的確是種選擇，只是到目前為止，不論電子書或是線上出版，抑或者這兩年也終於出現盈利的網路書店，在這些所謂「未來」的領域，其實嚴格來看都還不具有成熟的交易機制，換個說法，也就是在這些「未來」裡我們其實還看不到「錢」在哪裡。

在歷史的軌跡，很長的一段時間裡，閱讀和出版都是讀書人、知識份

子的專利，在這個脈絡下，出版的教化功能以及出版在文化傳承、知識傳播上的角色也一直是種傳統，換言之，在這種傳統下，出版不單是行業、具有營利性質存在，同時它也肩負著另外一重的神聖使命。我們可以同意出版人應該具有理性與懷抱，但是沒有「錢」，出版人的未來在哪裡呢？我們常會這麼說「講錢，太俗氣！」但是沒有錢，絕大部份的「理想」最後的下場就只會是空中樓閣，出版人的未來不會是「最美好的時代」，更不會是「充滿希望的季節」。

或許這樣的看法太過悲觀、太過消極，但就像一開始雙城記的那段文字中「某些最喧囂的權威堅持要用形容詞的最高級來形容它。說它好，是最高級的；說它不好，也是最高級的。」在任何時代，我們都會看到完全相左的兩個「最高級」，有「壞」的一極，自然也有人大力吹捧著「好」的一極，處在兩個時代的交界，「好」和「壞」也許都被相當程度地放大了。「未來出版」的現在進行式，其實不是進行的很順利，但儘管如此，我們的周遭氛圍還是比較多「好」的最高級。「好」和「壞」的極端對我們都充滿了啓示，在這個分界點上的出版人需要更務實、更冷靜的心態來看待變局。

92143012 蔡秉羲

<http://www.cgan.com/book/books/column/ebook/03110303.htm>

展望電子書的未來之路

<http://www.lcenter.com.tw/2002edu/article.asp>

快樂閱讀，開啟未來希望

出版到底發生了什麼事？

當沒有實體的圖畫文字已竄流於網際網路十年時，當讀者每天習慣閱讀電腦螢幕十個小時，出版者考慮要出版電子書了嗎？

電子商務未來發展潛力無窮，其中一項最大的改變，就可能是「閱讀習慣」的徹底變化。

未來到 2008 年時，數位閱讀地位已漸成型，預計數位出版產值佔所有出版通路產值 20% 以上，節省超過 10% 的資源浪費與降低 20% 的出版成本；預期約有台幣超過 400 億元的直接與間接產值，超過 60% 之網路人口，體驗閱讀數位出版品的經驗。

「數位出版」在國外，因為眾多出版社的加入，已經慢慢在市場上嶄露頭角，並且佔據相當可觀的市場；反觀華語文地區，卻因市場規模受限無法快速膨脹，如果華語文地區始終停滯不前，預計這項未來出版業的數位市場，將會慢慢被歐美日所佔據。

(參考資料出處：<http://www.magazine.org.tw/events/085.htm>)

推動電子書產業發展的有三大技術：網絡的普及、數字版權技術的成熟以及顯示技術的成熟。尤其是顯示技術方面，有一個很新的重要概念--電子油墨（E-Ink）。現在很多人覺得屏幕閱讀不如看紙書舒服，根本原因在於屏幕介質的顯示分辨率還不到紙介質的十分之一。電子油墨就是將延伸傳統紙張的概念，用與激光印刷同樣高的分辨率、甚至更高的分辨率來顯示文字、圖片、視頻，而且介質和紙一樣柔軟，可以折疊，便於攜帶。也許 10 年以後，我們在吃早餐的時候，會把基於電子油墨技術的電子紙接到互聯網上，下載很多最新的信息，包括報紙、書刊、電視節目，吃完飯後，在坐車上班途中閱讀欣賞。到那個時候，網絡出版市場的覆蓋面將會更加廣泛，電子書將不僅特指讀書的概念，可以延伸為可隨著攜帶、不斷更新內容的電子報紙、電子期刊甚至是電視節目庫。

(<http://www.cgan.com/book/books/column/ebook/03110303.htm>)

92143013 陳柏州

<http://www.lib.ntu.edu.tw/pub/mk/mk47/mk47-01.htm>

電子出版與圖書館學術研討會

<http://www.cgan.com/book/books/print/netpub/link/21century.htm>

網絡出版

在台灣經濟起飛的初期，教育的地位也水漲船高，伴隨而來的即是出版社的蓬勃與多元化的出版品種類。書店林立，也出現了所謂的連鎖書店，如金石堂等連鎖書店，隨著現代科技發達，網路平台盛行，既而有所謂的網路書店，比如亞馬遜網路書店或博客來網路書店等等。隨著時代的變遷紙本出版品的本質並未有所改變，改變的只是紙本的品質與出版的手法及銷路的型態，但是由於網路的興起，科技的發達，造就了無限的可能與改變。網路與科技讓我們從實質紙本出版品的閱讀跳躍到電腦螢幕上，甚者，所謂的電子書閱讀機，例如松下的電書機²或摩托羅拉的「WDA³」，改變了現代人既有的閱讀習慣。也許上一輩的人群並不青睞，但是，科技顯現的是未來，未來的新世代，一出生對舊有的東西並沒有所謂的習慣或者接受與否的問題。現在的重點則是未來閱讀方式的發展，有人認為未來生活充滿科技，反過來說，卻也有人認為未來科技充斥，人類終將趨於原始的自然。然而，未來的趨勢我們無法掌握，我們唯一可曉得是現在閱讀發展的

² 松下的電書機(一具跨頁雙面的閱讀機，像翻開的書本一樣)。

³ 摩托羅拉的「WDA」，穿戴式的個人無線數位助理。有無線耳機、無線的眼鏡顯示器，以及以手機為基礎的資訊交換中心。目前那個眼鏡顯示器可以有 600 x 800 的螢幕解析度，透過光學鏡片調整，眼睛可以自然地對焦在正常閱讀的焦距上(雖然實際距離只有一公分)。

趨勢與即將改變的閱讀習慣。

【參考資料】：

http://epaper.Pchome.com.tw/archive/last.htm?s_date=last&s_code=0348

陳穎青專欄-出版業參考消息，2003-12-11：電子書的「殺手級硬體」

92143014 黃薇蓉

<http://cls.admin.yzu.edu.tw/present/la900823.HTM>

介紹文學電子報和超文本

文章內容提及網路文學、文類革命，還有介紹文學主題網站，如 臺灣文學研究工作室、詩路：臺灣現代詩網路聯盟 等。

<http://netcity6.web.hinet.net/UserData/suhwan/mi04a-05.html>

米羅 卡索超文本作品研究

透過問答集討論網路超文本作品與傳統紙文本作品給予讀者的感受。

<http://www.monkey.com.tw/young/bbs2/bbsresp.asp?idx=16>

3 D 文學世界

新一代網路作家傑 狄勒繆斯 (Jay Dillemath) 自稱受不了「傳統」超文本作品，並強調：「我們確信超文本文學必須更能吸引讀者的投入，才不至於被淘汰。」基於這個信念，狄勒繆斯和夥伴創作了網路上第一部「3D 虛擬實境」文學作品，叫《Holo-X》。顧名思義，作品嵌入互動的 3D 環境，還使用多種業已發展成熟的網路功能。

凡是非平面能印刷的，且只能在電腦或網路上進行閱讀操作的文學，都可稱之為「超文本文學」，當然包括「超文本詩作」。至於作品中能發揮超文本技術的多寡，並非絕對重要或絕對全部具備：有動態設計的，不見得一定要有多向路徑連結，反之亦然。有多向路徑連結的，不見得要有互

動書寫，反之亦然。例如白靈的作品「女人」(見 <http://netcity7.web.hinet.net/UserData/ssl/Woman.swf>)，純粹是文字圖象變化過程的動畫，但它只能在電腦網路上閱讀，且難以在平面媒體印出，所以可以將之歸類為「超文本文學」的作品。

研究超文本的人，常引用巴特的「作者已死」來描述超文本時代的創作。德勒斯的 rhizome 也常被用來形容超文本的聯結總相。忽然間，法國學者早年見解成了未來時代的預言；未來一定是這樣的了，人們不得不這麼想。可是，六十年代七十年代的眼光，真的能有效地解釋下一個時代的現象嗎？超文本、網路是新興而出的文化產物，它的發展事實上還在初期未定的時候，而現有的文化理論，是根據已經存在的、甚至歷史的文化所做出的推論結果，理論一方面已十成熟，用來分析網路，恐怕有點殺雞焉用衝鋒槍，而另一方面，難道理論家不該花點腦筋，根據文化現況耐心地推論出一套合理見解，而非套用現成？

92143016 黃世明

http://www.google.com.tw/search?q=cache:hHA2Le1KU6sJ:www.ncltb.edu.tw/ncltb_c/literary/publish/p3-3/pb3-307.htm+%E9%96%B1%E8%AE%80%E6%BC%94%E8%AE%8A&hl=zh-TW&lr=lang_zh-TW&ie=UTF-8

由書媒體探討當代閱讀的意義

<http://www.evta.gov.tw/employee/emp/001/009/a052/61.htm>

出版業未來展望

http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/book/2003-11/05/content_1161741.htm

閱讀改變人生

<http://www.moderneducation.com.hk/bulletin/content/66/66bulletin10.htm>

整合閱讀：資訊科技與語文教學

未來是聾是啞或盲
總不見未來
才顯得精采
生命中有許多的轉折
每個轉變
多少會激起不安的漣漪
不過只要自己站穩陣腳
步步的往前行
不畏懼坦然的面對
相信依然會成就不同的燦爛

時間將所有的事情往前推進，也改變了幾許。過去累積而成今天。以往單純簡單了事情，如今卻成複雜了；從前困難重重的事情，卻變得那麼輕而易舉。

人生有許多階段，每個階段各有其發展與張力。出版與閱讀何嘗也不是如此，我們從不能預見未來會是怎樣的階段，不能用我們現在的想法去判斷，因為未來是那麼不可思議。

常天方夜譚的思索，以後我們不需要閱讀與背誦，只需要有一晶片輸入我們的大腦，那麼知識便可以無窮。科技的發達改變了很多事情，電腦輸入與語音輸入取代了傳統的紙上書寫，線上影音瀏覽取代了紙本閱讀，線上及時出版取代了繁複的出版流程，在在都在改變。

不管改變是什麼，我們都還是要積極往前邁進，挑戰屬於我們的未來。