

Let's Talk about the Book of the Future



江戸時代の出版人、葛屋重三郎所経営の書店。
当時の書店、也是与作家携手制作书的出版者，
因此在葛屋店内可以看见店员忙着制书的样子。
(出自国立国会图书馆藏《画本东都游》)

一起谈谈书的未来

目录

电子出版的时代当真到来 鎌田纯子 2

菊与 Kitty (凯蒂) 猫——日本如何妥善运用「卡哇伊」的力量 Matthew Alt 6

向世界挑战 藤井太洋 8

细说来自小豆岛的杂志《乘上那艘船吧》 平野公子 12

一位写作者的存在 片冈义男 14

电子出版的时代当真到来

Voyager 股份有限公司 董事长 鎌田纯子

Voyager 于 1992 年创立，成为专门从事数字出版的公司。刚创立的那段时间，经常有人问我们：「纸本书会消失吗？」当时，纸本出版的成长速度正好达到顶点，因此完全不觉得纸本书会消失。然而放宽视野综观至今日，眼前的现实或许让这个想法不再成立。

我认为，或许不应该把书当成会永远存在的事物。毕竟，当制作端所付出的努力没有得到回报，那么世界上所有的事物都很难存续——这样的看法或许比较正确。

纸本书不会轻易的消灭，然而正因为如此，人们更难察觉其本质丧失的危机。现在，已经不是光有出书的想法就能出书的时代，尤其商业出版销售通路体系产生了不可逆的歪斜，导致书籍种类限缩的情况非常严重。

从现实面来考虑，只要没有人做出版，出版业就会消失。电子书籍，就在这样危机的时代之中萌芽。让我们回顾一下以往的出版流程。

电子书籍的作用

Voyager 刚创立时，数字什么都能做到的潜在可能性吸引了我们的目光。于 1993 年开卖日本最早的电子出版工具名为「Expand Book」，意思是书的扩充。那是将图片、声音、图像文件搭配文章做成书的计算机软件。

做成的书存于磁盘或压制于 CD-ROM，主要的销售点是电器行的计算机软件区。当时个人计算机逐渐成为电器行的主力商品，因此便以硬件配件的名义请对方帮我们卖书。尽管有《A Hard Day's Night》、《新潮文库 100 册》等热销作品，但大部分的电子书都卖不出去。

等到 CD-ROM 软件销量开始下滑的时期，Expand Book 也正式遇到了瓶颈。数字呈现不再那么新鲜，需要计算机才能阅读、无法随身携带等等，光靠软件无法解决的缺点因而凸显了出来。

当时得以继续撑下去，是因为除了我们以外，还有其他人也注意到数字化的优势。青空文库（<http://www.aozora.gr.jp/>）的创始人，已故的富田伦生先生就是其中一人。由于他本身的非小说作品遭到销毁，于是他开始关注作家留存自己作品的方法。

我们之所以开始着手青空文库的检索数据库，是因为眼睛不方便的朋友给了我们勇气。他们是这么说的：纸本书只是一些纸束，

触感光滑却无法阅读。不过电子书是数据，可以发声朗读，这才是真正的书。于是我们开始思考，电子书不仅止于外型的功能，应该拥有更具深度的作用。

出版的极限

另一方面，纸本出版在这 20 年之间又有怎样的变化呢？

书的销售通路，主要由出版社、称为经销商的批发业者以及书店所构成。通过经销商，各出版社的书得以在全国各个书店铺货，来到读者身边。（参考图 1）

这个流程的特征，在于全国所有书店的贩卖价格都要统一（再贩制度 / 再贩卖价格维持制度）。这样的贩卖方法，其实是委托销售，退货回来的商品可以再次出货到需要的销售点，届时，书店仍有义务以与新品相同的价格上架贩卖。这是日本当地特有的销售系统，除此之外规则皆大同小异。

通过这个通路体系，出版市场于 1996 年达到 2 兆 6564 亿日元，为出版业产值巅峰。尔后至 2015 年止，市场萎缩了 40%，下滑至 1 兆 5220 亿日元。（参考图 2）

日本出版社间数最多的时期为 1997 年，4,612 间；2015 年则为 3,489 间。书店数量亦持续减少，从最近十年来看，2005 年为 17,135 间^(*)，2014 年则为 12,793 间^(**)。对出版业界相关的人来说虽然是常识，但却几乎没有人意识到这是个危机。

把这些数字告诉现今的大学生，对于自己出生的年代是出版业巅峰这件事，他们大多直率地表示「好惊人」、「之前根本不知道」。

出版市场的衰微，也影响了出版的趋势。

商业出版社所出的书是消费者取向的商品，只要卖不出去就无法存续。因此出版社的专业分工重点，便转而摆在如何从作家身上拿到受欢迎的作品，所以出版内容便往好卖的主题、好卖的作

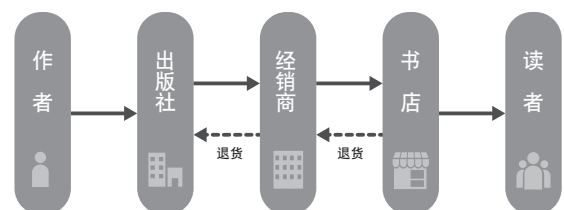


图 1：商业出版的销售通路有很多，最普遍的就是通过出版经销公司（经销）与书店的路径。近来出版社与书店直往的案例也逐渐增加。

纸本出版销售金额

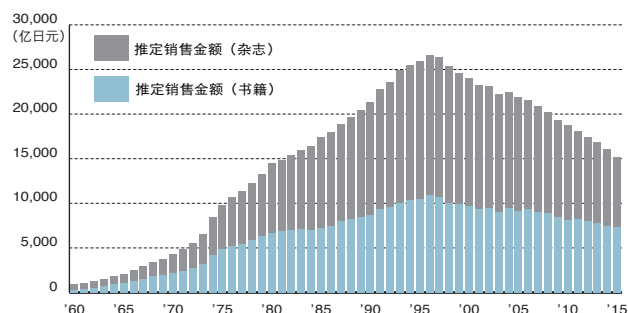


图2：纸本出版（书籍、杂志合计）于1996年达到巅峰，尔后市场持续萎缩。资料出自出版科学研究所「出版指标年报」。

家那个方向一面倒。那么这样的措施能够使市场恢复往昔荣景吗？答案是没那么简单。在此趋势下，市场追求的是能够创造更高利益的销售形式，搭配各种媒体的需求。很明显，现在出版社更重视作品是否容易改编成动画、电影或是电视剧。

另一个显而易见的倾向，为了填补营收减少的部分，出版社只好增加出版的刊物量。1960年的出版刊物量为11,173册，随着战后景气回升，出版市场迎来顶峰的1996年则是63,054册，但2015年却增加了25%，有76,445册之多。（参考图3）

将近40%的高退货率亦是一大问题。为了保存回到出版社的退书，大型出版社的仓储经费每年多达数亿日元。只要能减少库存，就能省下一笔金额，然而无论怎么想办法，处理库存的书还是很有限。既然继续留存也没有用，最后只好将卖剩的书当成产业废弃物，索性销毁裁成碎片。

过剩的出版量与高退货率、销量减少与相继倒闭的书店，所有的现象都在显示，从明治时代以来支撑商业出版的销售通路制度，已然走向灭亡。为了因应大量生产、大量消费而生的流通系统，再也不会会有更多纸本书加入，就算是大型出版社，也同样面临这个严重的问题。现在出版不是只要出书，还要做会员制度规划管理，举办演讲或读书会，企划各式各样的推广手法。

网络时代

导致这一连串变化的，就是被称为18世纪产业革命以来最大革命的因特网。

各位应该知道，最近使用在线书店的人越来越多了。例如与纪伊国屋书店、丸善、淳久堂、文教堂合作的日本网络书店honto，最大型的莫过于诞生于美国西雅图的亚马逊书店。

在亚马逊上架贩卖的书，其实很多都没有通过经销商。任何人

书籍销售数量与出版量

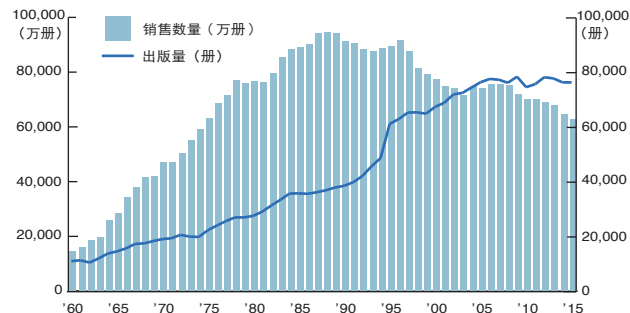


图3：从图表可以看出，尽管出版量增加，却无法带动整体销量。资料出自出版科学研究所「出版指标年报」。

都可以与亚马逊直接交易，无关个人或法人，只要在网页上申请，并同意使用规范即可。利用同样的方式，电子书也可以在亚马逊营运的Kindle Store上面进行销售。

其实网络上已经有各种电子书书店如雨后春笋林立。除了Kindle以外有哪些书店呢？iBooks Store、乐天Kobo、Yahoo! Bookstore、Comic seemore、BookLive!、纪伊国屋书店、Line Manga等，上述的每一个书店都能够通过智能型手机访问，购买之后就可以立刻阅读。

从2010年起，电子书就可以通过智能型手机阅读了。二、三十岁的年轻人生长在电玩等各种娱乐都唾手可得的环境之中，智能型手机不离身，收集信息与社交全通过网络。这个世代的智能型手机持有率，从iPhone上市后短短9年之间就达到了90%^(*)。

纸本与数字两种版本同时出版的案例也增加了，这样一来，读者可以选择自己喜欢的阅读方式。数字方面则是使用EPUB这个得以在网络流通的国际标准电子书格式，2011年10月，EPUB规格追加了日本书籍所需要的竖排版面与翻页方向等样式，让电子书变得更容易制作了。

我还听说出版社与作家之间签订的出版合约，近来也将数字化条款包含在内，因此在数字化权利方面的手续也已准备周全，出

电子出版的市场规模

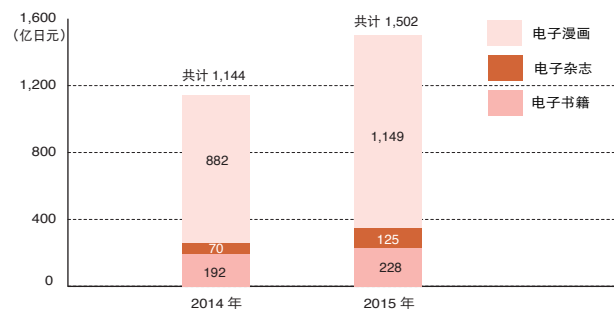


图4：出版科学研究所「出版指标年报」指出，电子出版统计数据于2014年终于公开，在纸本书被归类在「书籍」、「杂志」的漫画内容则另辟一类做计算。

版社一开始就囊括了所有相关权利。漫画和轻小说的两种形式同步出版已是标准流程，因此，漫画在数字方面的销量比前一年上升 30%（参考图 4）。

现在的电子出版真的很幸运，无论是行动载具、书店或是作品，都为数众多。

书的原点

如果出版社先将权利从作家身上延揽过来，那么根据商业出版的原理，畅销类型书籍会优先数字化，这样一来，电子书的作用就会受限于得先将内容从纸本书转移至数字。欧美有人戏称电子书为 Print Under Glass（玻璃下的印刷品），也就是在揶揄将纸本书内容特地压在玻璃之下阅读这件事。

电子书市场的成长，和刚起步的时期想比，已不可同日而语。但若一直维持 Print Under Glass 的形式，那电子书的世界就只会是从纸本出版切割出来的一小块，是扭曲的缩影，这就是电子书的危机。

出书在英文里称为 publish，是从拉丁文的「人们（popul）」这个名词，衍伸为告知人们的动词。Publish 有公开、宣传、出版的意思，而书的原点，便是将信息整理之后统整装束，献给读者。

一直以来，只要我们有想知道的事情，就会依赖书本，从绘本开始，我们读过教科书、参考书、实用书籍、小说、非小说、字典、百科全书。书有起头和结尾，信息依序排列，同一主题也有适合小孩和适合大人的、适合入门者乃至专家的各种阶段，这些都帮助我们吸收知识。

有人跟我说过，无论遇到怎样的问题都可以免费查询，所以只要网络就够了，书和杂志都会消失吧。然而这样的想法，便是对书统整装束的好处视而不见。将取之不尽、用之不竭的庞大信息依照关联性妥善整理，才是书这个媒体的意义。

而我们想做的，就是将数字的优势融合到书的好处当中。对书而言，数字的好处应该可以视为因特网所创造出平等的信息发布环境。

在网络上，可以撰写博客当成日记、可以在 Facebook 或推特上发表参加活动的经过、可以投稿食谱网站、也有人在 YouTube 上公开自己的影片。无论是谁都能自由参与，因此众多的信息便聚集到了网络上，而我们也可以自由地串连这些信息。

未来，电子书会在因特网这片土地上生长，成为同时拥有书本既有优势与数字优势的甜美果实。

这一切都立基于网络上所有自由的活动。个人的想法优先于出版社的考虑，因此可以依照个人意志出书，这是跳脱既往出版窠

臼的全新挑战。另外，关于与因特网融合的部分，例如可以直接链接网络上的影片或音频、可以规划连动社群网站等等，除了包装整束的功能，更可以做到与因特网结合。

为何电子书不能像因特网那样普及？为何电子书的类型如此局限？只要这些问题没有解决，就不能尽情欢呼。花了 20 年一路走来，或许是因为从一根草都没有的荒野一步一脚印耕耘的缘故，我们经常在脑中提醒自己，现在还不能算是成功。

将数字的优势与书结合

然而，也不需要那么悲观。现在大家认为像空气和水一样理所当然的网络，其实直到数年前都还像圣母峰山顶那样遥不可及。当时普遍的想法都是认为网络很难，根本连用都不想，也并非伸手就能取得的东西。这个现象，因为手机和社群网站而有了改变，而今因特网遍及了这个社会的每一个角落，电子书所需的基础建设问题已经解决。

剩下两个问题。第一，是让出版人得以自在使用、轻易制作电子书的道具。

若可以简单制作，那电子书就再也不会是 Print Under Glass，便能成为推动多元化电子书世界的力量。

那么，怎样才能简单制作呢？首先作者本身就能使用自如、不需要 IT 技术、还要廉价，而且制作出来的书容易公开，必要的时候可以接收服务支持等。

因此我们的解答就是 2014 年 7 月推出的自由网服务「Romancer（<https://romancervoyager.co.jp/>）」，主要的使用者是自行出版的个人作家。

在开发的阶段，必须决定的是要让哪些档案成为可用的素材，以及可以让怎样的类型做成电子书。我们的结论是，若要让个人作家广为尝试电子书这种新媒体，接受大家广泛使用的 Word 档应该会很有帮助。同时，也可以使用 PDF 制作，而最后完成的电子书格式，会是适性极高的 EPUB 档案。（参考图 5）

另外，必须解决如何让大家知道有这些书这个问题。以商业出版来说，为了宣传营销买报章杂志广告所投入的费用，少则数万日元，一般来说都落在数十万日元。如果书评专栏和新书介绍的区块里的作品，大部分都来自广告主的话，这样的方法终究不适合个人出版。

便于个人使用的方法，应该是将个人与个人之间做串连。只要能够活用日常的数字工具，如 e-mail 或社群网站，就能将作品亲自交给读者。

方法有很多，不过，像是在邮件中添加附件，或是在个人网站

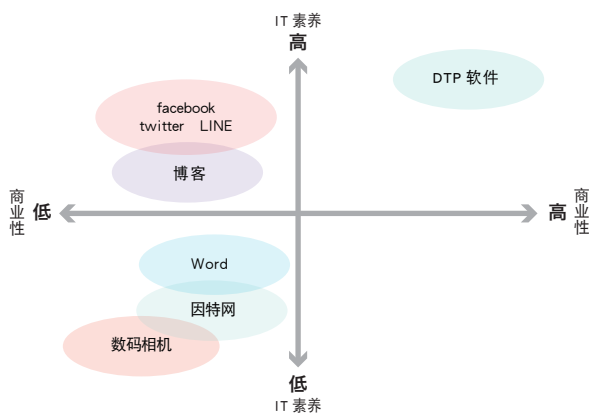


图 5: 根据 Romancer 开发前的调查，作家撰写原稿时较多使用 Word 这样容易入手的应用程序。然而一般的商业出版，则经常使用专业的 DTP 软件进行编辑，所以最终的档案无法留存在作家手边。

上设置下载按钮，乍看之下很不错，然而事实上大多数的人都会开始阅读的阶段感到迷惘。由于阅读需要专属的应用程序，读者看过邮件内容或社群网站的发文之后，就会不知该如何是好而踌躇不前。电子书也是书，阅读应该要更容易才对。

Romancer 所提供的方法，是每一本书都有专属的 URL。只要将 URL 通过 e-mail 寄出，或是贴到社群网站上，读者就可以直接点击阅读。

作者与读者之间有了直接的连结，就是书本未来的形式。

作者与读者，还有社群

接下来介绍 Voyager 在 2015 年 7 月开始进行的案例，也就是「片冈义男著作全面电子化计划」，包括代表作《给我慢摇滚（スローなブギにしてくれ）》、《他的机车，她的小岛（彼のオートバイ、彼女の島）》、《Main Theme（メイン・テーマ）》，我们终于集结了 200 部作品。由于按照撰写年代依序发表，因此现在架上有许多以机车、冲浪为题，具有 1970、80 年代美国氛围的特色作品。

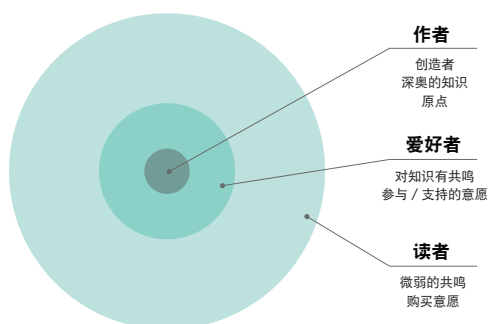


图 6: 社群的印象

这个企划以片冈义男 .com (<http://kataokayoshio.com>) 为中心营运。

企划进行的过程中，新的想法在我们脑中萌生，想试试如何翻转一位作者所有的心血结晶。于是公司里年轻的同事便开设了「片冈义男散文 365」这个专区。

我们正号召片冈义男的拥护者也参加整个企划之中。我有种预感，这次的挑战将会萌生出一个新的社群。

至今，读者所做的就是买一本喜爱作家的书便结束了，然而因为网络串起作家与读者之间的关系，应该说更亲密才是。（参考图 6）

片冈义男先生的态度非常开放，表示什么都可以做。他愿意接受读者的生日祝贺讯息、提供自己拍摄照片的写真集「kataoka photo」，对于作品以外能让读者享受的各种好玩事物，都很积极参与。

以往，我们以为只要硬件更新进化，电子书就会变得再也不能阅读，那些扣人心弦的作品就会化作泡影。不过，这些令人难受的经验已然成为过去。

网络已渗透到我们的生活当中，犹如底片变成数码相机一般，犹如马车变成汽车一般，人并不会放弃可以轻易读书的环境。只要有出书的想法就可以出书，我们再也不需要主动放弃这样的自由了。

（*1）出版 news 公司〈出版 news 2016 年 6 月中旬号〉

（*2）日本出版贩卖有限公司〈2015 出版物贩售额现况〉

（*3）总务省“平成 27 年版情报通信白皮书”智慧型手机持有年龄层现况



鎌田纯子 (Kamata Junko)

1957 年生，任职于 Pioneer LDC，从事 LD 市场引进与多媒体作品企划之后，于 1992 年参与了 Voyager 公司成立。尔后负责光盘内容、网站制作规划、电子出版相关工具制作销售等工作。2013 年 10 月起担任董事长。

菊与 Kitty (凯蒂) 猫——日本如何妥善运用「卡哇伊」的力量

Alt Japan 股份有限公司 董事副社长 Matthew Alt

《菊与刀》的时代结束……

属于海上自卫队第二护卫群的「桐岛 (kirishima)^(*)」是搭载了神盾 (Aegis) 弹道导弹防御系统、一对方阵近迫武器、4 座 Mk 36 SRBOC (Mark 36 Super Rapid Bloom Offboard Countermeasures) 干扰丝 (chaff) 发射机的最新型飞弹护卫舰。在 2015 年的舰队周 (fleet week^(*)) 其中一个环节，便是可爱的吉祥物说明护卫舰的装备。贴在灰色防御壁上的奇妙海报，上头有着该舰艇的微笑 Q 版角色图样，「桐岛非官方吉祥物！Chaffy^(*)」，还描绘着干扰弹 (chaff bomb^(*)) 的发射时「砰！砰！」的拟声语。将敌军导弹飞来的模样描绘得如此可爱的模样，在西方人眼中看来感觉相当奇妙，很难理解为何日本会这样看待 70 年前在太平洋上掀起的激战。我的祖父是美国海军战舰「阿拉巴马」的船员，我只能想象爷爷对于这样的日本会作何感想。

日本与美国在历史、政治、经济三个面向都有很密切的关系。尽管一度敌对，80 年代在经济上反复激烈竞争，但日美同盟关系却如美国国务院所说是「美国在亚洲安全保障之基石」，拥有相当的重要性。美日的外交关系不仅于亚洲地区，其影响力也遍及全世界，2015 年夏天因重新检讨「美日协防协议」而引爆话题，两个经济大国之间的关系又更上一层楼。另一方面，1853 年黑船出现导致日本结束锁国之后，日美关系亦可视为一段误解的历史。

1946 年出版的人类学家鲁思·潘乃德 (Ruth Benedict) 在世界大战期间执笔撰写的《菊与刀》，分析了二次世界大战中日军的难解行为，尽管采取了土法炼钢的调查手法，却大大影响各地对日本在战时所采取行动的理解。菊花是天皇的家徽，是象征日本人爱国心与传统文化的花朵。在潘乃德的时代，日本在尔后崩毁的大东亚共荣圈中扩大军力，菊与刀于是互相辉映。然而由于时代转变，日本已经成为潘乃德无法想象的国度。刀已然成为武士、

机器人、动漫美少女主人公的象征。

「Cool Japan」的走向

战后，日本已非军事国家，而是走上了经济大国的道路。由于保护主义的通商条约的缘故，以及国内汽车产业与电子产业的创意与技术开花结果，70 年代至 80 年代这段时间日本以制造大国之姿崛起，进而席卷全球市场。近年，制造业从日本国内移向以中国为首的亚洲各国，日本主要产业则从制造业转为娱乐产业，也就是将重心转移到美国政治学者约瑟夫·奈尔所说的「软实力 (Soft Power)」产业。

所谓的 power 指的是什么呢？人际关系中的 power，指的是改变他人的行动与意志的力量，然而在外交这样的竞争关系中，财力与武力也包含在内。日本在国安方面完全仰赖美国，在军事上是弱势；然而在信息错综复杂的现代社会中，真正的力量并不是武器或军事力，而是可动摇他人的魅力、操纵形象与观点的能力。日本是不能对外出兵的国家，因此在数十年前就已经开始进行所谓的「魅力攻击 (charm offensive)」。

讽刺的是，近来日本的领导者们并不认同自己国家所拥有的这份真正实力。日本的创作者只着眼于国内市场，完全没有留意国际的评价。尽管有部分作品在海外市场销售，成功还是因人而异，这个倾向尤其在英语地区更加明显。翻译的作业也并非委托专业译者，而是直接交给购买版权的外国代理商负责，结果在国外流通的作品便有了奇妙的本地化面貌。例如《马赫 GOGOGO (マッハ GOGOGO)》(英语题名为《Speed Racer》) 为了隐藏原作国籍，将角色和情节进行变更，台词速度也像绕口令一般快得很滑稽，因此成为笑柄。

尽管如此，日本的流行文化仍开始对全球产生不可思议的影响。80 年代，当时美国人曾用球棒将日本车砸得粉碎，也就是称为「痛击日本 (Japan Bashing)」的时期，大人对于进口车深恶痛绝，小孩却因其他的输入产品而兴奋不已。以《阿基拉 (AKIRA)》为首的日本漫画 (超时空要塞)、玩具 (变形金刚)、电影 (哥吉拉) 紧紧抓住了美国年轻人的心。90 年代初期，任天堂等日本制电玩的崛起，更加助长了这样的趋势。2000 年初期，受到日本流行文化影响的孩子已长大成人，开始独立创作，如好莱坞的电影导演华卓斯基姐妹与昆汀·塔伦提诺，都公开承认自



已受到日本文化的影响。

日本文化所带来的这些影响，日本政府称之为「Cool Japan」。Cool Japan 这个名词长年以来一直存在，但直到 2013 年 10 兆日元经济刺激政策之一的 JAPAN 品牌制作支持事业（JAPAN ブランドプロデュース事業支援）正式采用之后，Cool Japan 才正式成为官方口号。所谓 JAPAN 品牌制作支持事业，指的是赞助「因应海外市场需求推出独具魅力的日本制商品之事业」的基金团体。至于这项主导性计划是否成功，现在还言之过早，也有可能只是沦为政客纸上谈兵，导致投入的钱最后不了了之。然而可以确定的是，日本政府企图赢取国外哈日族的心。

讽刺的是比起过去，现在日本国内工作室的作品并不符合海外市场的需求。今天日本流行文化推崇的是强调女孩性感面向的「萝莉塔」风格，这一点让外国人感到不愉快，像「舰队 Collection」这样的插画，以及 AKB48 就是一例。以往充满肌肉的英雄或恐怖的怪物盛行，如今众人的喜好变得更柔软，阴柔的女性角色取代了阳刚的男性角色，日本人的喜好有了大幅的变化，与所谓的「刀」渐行渐远。

日本「卡哇伊」的潜力

如果说阳刚、硬派的男性价值观造就了日本在 20 世纪时的形象，那么日本 21 世纪软实力的象征又是什么？我认为是「Hello Kitty」和她的伙伴。日本的可爱吉祥物，就是日本文化当中「卡哇伊」最有力的表征。

将「卡哇伊」直译成英文是 Cute，但用法上有所不同。最普遍的概念是简约的线条、圆润的形状、大大的眼睛、比例平衡的外观，进而演绎出少女的纯真与稚嫩，就是卡哇伊最大的特征。因应消费者需求的结果，可爱的范围被无限上纲，就像 Photoshop 的滤镜功能一样无论什么都能够套用。要理解在外国人眼中自相矛盾的日本文化，就得看透这个滤镜、解开暗号，如此一来便能掌握关键。从畅销漫画乃至影视偶像，卡哇伊可以视为涵盖日本流行文化的暗物质（dark matter），尽管不易察觉，但确实存在。不仅限于创作者，乃至为了宣传而制作吉祥物的地方自治团体、自卫队等政府机关也加入了卡哇伊的行列。

就连在日本住了十年的我，在 2015 舰队周登船看见那么多可爱的海报之前，也没有注意到这其中的奥妙。除了海上自卫队使用可爱的吉祥物，陆上自卫队也采取了相同的做法，例如那一年所展示的，还有在机身侧面漆上可爱美少女角色的眼镜蛇攻击型直升机。日本的武力是世界最高规格的，潜水艇、战机、导弹防御系统、航空母舰等最新设备的背后，则有稳固的美日共同协防

协议撑腰。人类史上出现过各式各样的军队，然而自卫队则是史上第一只可爱的军队。

要说明「卡哇伊」与军队这个奇妙组合有很多方法，其一就是早稻田大学教授于 2014 年受到纽约时报邀稿时所提到的一段话：「日本已经完成避免重复战争历史的机制^(※5)」。也就是说，困难的课题能够藉由「卡哇伊」的力量转化为无害。

这充其量是解释现况的其中一个说法，也不代表这就是正确的诠释。登上「桐岛」之后所遇见的自卫队员，没有一个轻率看待自己的职务或是战争的严重性。对于有着各种难题的日本而言，可爱的吉祥物确实扮演了重要的角色，而这个事实在日本各地都可以看见：提醒行人注意的道路指标、隐疾治疗药物的宣传用吉祥物，就连税务署的纳税说明也使用了可爱吉祥物。可爱的形象可以吸引人们注意，勾起人们的兴趣与关注，这并不是一件坏事。毕竟，日本人需要深入思考军队这个概念。

仔细想想，军队使用可爱吉祥物的时代其实没什么好恐惧的，真正应该害怕的，是军队不使用可爱角色也能立足，也就是日本社会对于军队的作用感到自在的时候。我对自卫队员致上最深的敬意，但我还是祈祷日本社会不要将军队视为安心的存在。无论是日本、我的祖国，或是世界上任何一个国家，我都衷心的祈求不会有士兵轻易地被送上战场。

(※1) [https://ja.wikipedia.org/wiki/きりしま_\(護衛艦\)](https://ja.wikipedia.org/wiki/きりしま_(護衛艦))

(※2) 自卫队观舰仪式的一部分，是对外公开的活动

(※3) <https://pbs.twimg.com/media/CQ68Q2EVAACKg.jpg>

(※4) 为了扰乱敌人飞弹目标所发射的扰弹

(※5) <http://www.nytimes.com/2014/03/13/opinion/kato-from-anne-frank-tohello-kitty.html>



Matthew Alt

AltJapan Co, Ltd. 董事、副社长。从专利乃至娱乐领域，着手各方面的翻译工作，同时也以日本流行文化为中心撰写许多报导与书籍。担任日本文化厅等单位举办的「漫画翻译大赛」评审。目前在向海外介绍日本的电视节目《Japanology Plus》(NHK WORLD) 当中担任记者。

摄影 © Dan Szpara

向世界挑战

作家 藤井太洋

第一次的国外出版

想传达给朋友与认识的人们。

以这样的想法开始撰写的『Gene Mapper』，希望翻译成英文和中文，让国外的朋友们也能读到。如果可以的话，希望能够通过他们推荐给周边的人。

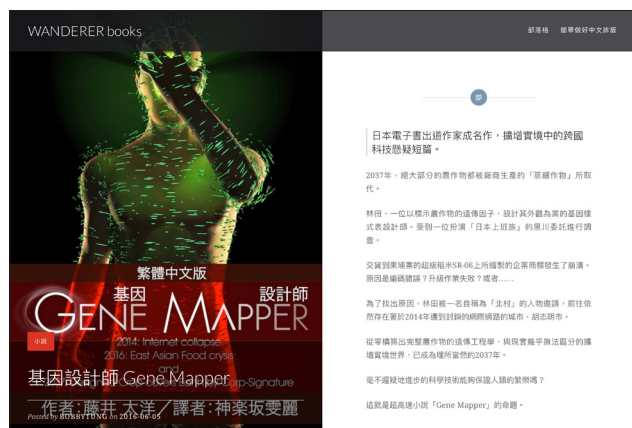
第一步的翻译姑且不论，通过在我前一份工作中成功进口软件贩卖，和国外市场挑战失败的经验，让我体会到了第二部的实施困难。

内容要超越语言的障碍，有两项较重要的先决条件。【本地化 / Localize】必须经由当地人之手完成，而且也需要能够将其推广的人。不管是多么「优秀的作品」，并没有光是由创作者制造出英文版与中文版，然后拿到现地就能得到推广是一件很难的事情。

如果是小说，就必须有翻译者与当地的出版人不可。

幸运的是，在中文圈的台湾，很快就开出了一条路。在国际书展上相识的 Voyager 的萩野先生，介绍了在台湾从事电子书出版的董福兴 / Bobby Tung 先生。过去曾在日本从事编辑工作的董先生，也对规格与实际状况有相当落差的直排 EPUB 有深厚的造诣，作为与日文相同以直排的繁体中文进行出版的伙伴，可说是最好的对象了。如果有了繁体中文版，那么要在中国本土翻译为简体中文，则几乎以繁转简的单纯作业就能完成。实际上，翻译完成的『基因设计师』在通过董先生的出版社 Wanderer，与在 Kindle 尚未开始营运的台湾独立系统的电子书店发售，也在中国本土名为「唐茶」的电子书店上架。

董先生所雇用的翻译者是以【神乐坂雯麗 / Kagurazaka Wenli】



繁体中文版『基因设计师』的销售画面（引用自 Wanderer 网站）

为笔名，对日本动画与游戏文化都非常熟悉的译者。翻译工作想必也费了一番功夫，只是对于无法阅读中文的我来说，并不太能了解到其细微之处。日后当我与雯丽本人见面，他提到日文中的双重否定句型颇为伤神时，我顿时对于无法阅读译文这件事感到十分懊恼和恐惧。毕竟即使在日文中，双重否定也并不被视为是一种好写法。

如此这般，中文版便以个人出版的形式问世了。根据收益报告，应该也送到了数百位读者手中。虽然因为有了这个版本，不久后早川书房的『Gene Mapper - full build-』无法商业出版，但即使如此，在那时候的作品能超越国界这件事情，依然是我的一大财产。

要挑战中国本土市场，需要出版者的这件事并没有改变。虽然我知道，所谓有碍国家统一的作品在中国是不被允许出版的，今年九月由于我受邀出席在北京举办的星云赏颁奖典礼的关系，得以有机会刊载一部短篇于「科幻世界」这本当地的 SF 杂志。因此我提供了两部作品进行参考。

其中之一是事前就预料到大概会被拒绝的提案，果然如此。这部作品是收录在『伊藤计划纪念文集』中的「公正的战斗规范」，是一部主角身为被流放到新疆的天安门事件参加学生之子，而在青藏铁路上与煽动东突厥独立的恐怖份子战斗的故事。负责人笑称「这大纲不行啊。还真能把这么多关键词给凑在一起哪」。

原本，我就没有想过「公正的战斗规范」能以中文出版，一位听闻此事的中国作家，告诉我只要稍加改写就可以了。实际上，据说也翻译出版了许多将中国共产党刻画为反派的作品。只要将中国改称为「C 国」，或是机械性地把地名替换为越南地名来出版就可以了。这种微妙之处，我们当然无法领会。这说明需要一个相当熟悉这一领域的出版者。

中断了的英文版个人出版

倒推时间序列。

个人出版的中文版，由于有着像董福兴这样优秀的伙伴而踏出了第一步，但个人出版的英文版，最终并没有进行。

英语比其他的语言更为重要。

只要一度英语化，则被其他语言圈的读者阅读到的机会也会增加，也能帮助销售。特别是在亚洲区域，「来自」英语圈的作品，可说是压倒性地有利，如果仅仅从销售面来考虑，从英语再翻译

的作品更可说是值得感激的存在。

但是，翻译为英语的成本非常高。以『Gene Mapper』来说，我了解到委托给专业的翻译者需要花费 300 万日元左右。因此我便在职业媒合网站上，寻找以英文为母语的翻译者。

虽然这是题外话，但我曾经因为被建议「要译成英文，能够正确阅读原文的日本人译者不是比较好吗？」而感到惊讶。这不行。完全没有意义。就因为最后的成果是英语小说，不是用英文写小说的译者来翻译是绝对不行的。可以的话，我希望能找到居住在深植英语文学文化环境中的人。

因此，虽然很不好意思，但我将登录有许多日英文译者的新加坡与非律宾、印度排除在外。尽管实际上可能有非常优秀的译者，但命中的可能性并不高。另外，由于有着翻译家工会，而无法以低价接案的美国、英国、澳洲与新西兰译者也出局了。

必然地，作为选择对象的国家十分有限。虽然在芬兰或挪威等国也有当地的作家以英语写小说，但我无法找到精通日文的译者。在我如此寻找的过程中，我发现了一位爱尔兰翻译家。虽然他平常似乎是从事翻译制药公司的说明书等文件，但通过博客，我了解到他喜爱菲利普·狄克的作品，因此就联系了他。他当时似乎正在中南美洲旅行中，这种波希米亚气味也令我中意。

对于人在巴拿马的他，我提议付一般翻译费用的一半价格，另一半则以权利金补偿的形式合作。交涉进行得非常顺利，初稿也依照日程完成了。不巧，我由于业务缠身，身体不适，无法仔细检阅他的译文，加上依然无法找到推广英译本的方法，这次尝试只好作罢。

在英文版已由旧金山的 Haikasoru 出版的今日，我依然与为我翻译这个「私家版本」的译者保持联络。他在对自己的译本无法问世这件事情表达遗憾的同时，也向我传达了祈求我能获得成功的祝福，令我非常感谢。

就我来看，这是个不错的英文译稿，而我的朋友们也一定能乐在其中吧。但是我实在是无法在没找到具有「想推广它」这种意志的出版人的状况下继续进行英文版翻译工作。虽然能够上架到网络书店平台、能够刊登广告，但若只是出现一两读者，没有具有推广意念的出版者，便只会遭到埋没。

今年，我听闻有一位西班牙语系的科幻作家，自行制作英文版作品，再交由英语圈的作家改稿后进行个人出版的例子。作品本身相当有趣，作家也进行了十分努力的促销，但却无法得到英语读者的评价。以自己的英译为基础，再通过他人完稿这种作法，我也想日后在线杂志上尝试，但通过这个案例，我感到作为一本独立的书籍来销售，出版者还是必要的。

来自英文版出版社的两个提案

再次挑战英文圈的道路是通过早川书房『Gene Mapper -full build-』的商业出版而开启了。虽然有数次机会与英语圈的出版社讨论，但从两个出版社都得到了同样的担忧：赞扬源自美国西岸的开源文化、以他们发展出的商业模式为主轴线的这个故事，是否能让居住于现场，也深知这些事物黑暗面的美国读者们简单地接受呢？虽然这是非常为难的意见，但我十分感谢他们非常深入地阅读了这个故事，甚至达到探讨作品主题的深度。

非常令我感激的是，根据地置于旧金山的 VIZ MEDIA 的副牌（相当于出版品牌）Haikasoru 即使如此，也依然表达愿意出版英文版。由吉姆·哈伯先生进行的翻译也如期完成，在初稿出炉的时候，编辑对我提出了两个方案。

第一是希望变更登场人物的姓名。在『Gene Mapper』的原文中，由于特别强调自然的对话语句，在对白中多以「～桑（さん）」称呼角色的姓氏，但在英文版当中的对话，则变更为对话中称呼其名（First Name），在旁白或独白中才书写姓氏的形式来翻译。编辑指出人物的名字太过相似，因而降低了可读性。

阅读过后，我也同意确实有不易阅读的问题。将故事中三个主要登场人物黑川、北村、金田三人的姓氏拼写为罗马字母，就是 Kurokawa、Kitamura、Kaneda。全都以「K」开头、以「a」结尾。加上主角名为 Hayashida（林田），这一来所有的日本人物的姓氏全都以「a」结尾了。这实在不妥，因此我将北川的名字更改为 Yagodoh（【矢御堂 / ヤゴドウ】），并且添加了主角在初次听见这个名字时的内心独白。

另一个提案，则是追加尾声。负责的编辑似乎认为『Gene Mapper』会有续集，因此希望我无论如何能够增补与续篇有所关联的内容。确实，与近年的娱乐小说相比，以相当于日本单行本



『Gene Mapper』英文版。以早川书房的纸本书为基础，于 2015 年由美国 Haikasoru 公司出版

的平装书规格印制、不满 230 页的『Gene Mapper』可说是简短的作品。经常被提出比较的保罗·巴奇加卢比『曼谷的发条女孩(The Windup Girl)』有 350 页、『神水(The Water Knife)』更有 384 页。被认为会有续篇既不是没有道理，也不是完全没有模糊的想法。因此，我将用于续编序章的场景作为新稿写入了尾声当中。有了这段追加内容，当读者阅读完『Gene Mapper』时的满足感也会提高吧。这部份的新内容，我也想找机会公开发表。

翻译的教诲

虽然通过明示的要求进行的变更只有两处，但译者吉姆·哈伯先生也修正了原文中的许多错误之处。毕竟『Gene Mapper』是我的第一本小说，依然有许多我技术所不及的部分。在翻译中，独白与客观描述被明确地区分，重复的叙述部分也被统整起来。如果现在才开始写的话，应该是这样——这类的部分也非常多，让我能确认自己的成长。

当然也有令人难过的事。主角曾经对某个登场角色惊呼「原来是女人」的部分，被很干脆地删除了。虽然我并非有意歧视女性，但却歧视了。这在翻译中也被暴露了出来。实际上，或许只是因为以「he」和「she」明确地显示性别的英语中，难以隐藏登场人物究竟是男是女，因而加以删除了也不一定。无论如何，这个修正真是令人费心了。

后来，有一个在我确认译稿的时候没有注意到的，让我更认识到吉姆·哈伯先生优秀之处的机会。去年夏天，在旧金山的书店举办朗读会的时候，我发现为了练习而朗读着的『Gene Mapper』被附加了新的价值。译者所选择的单字节奏，非常令人舒适，回响在纸页上。就像我们会挑选汉字一样，吉姆·哈伯先生则是挑选了读音。

让我学习到如此之多的『Gene Mapper』英文版，交给吉姆·哈伯先生翻译实在是太幸运了。

译者必须比小说家更会写小说。

「国际化」的重要性

当我阅读着这出自我手，却由比我更加优异的人所翻译的英文版小说时，我决心此后我要写出更多能够被翻译的作品。

虽然这做起来比较难，但是在我的前一份工作中得到了提示。

在软件开发中，将产品推广到海外时，必须考虑「本地化」与「国际化」。列表或对话框、内容的翻译作业，以及整備销售网属于本地化，而使其成为可能的便可称为「国际化」。这是将文

字序列分割为可以自程序代码中置换的资源，以 Unicode 进行内部文字编码，让软件不致于与运作的 OS 或浏览器的语言发生冲突的开发作业。虽然相当不起眼，但如果在此有所怠慢，则本地化的工作将会非常辛苦。

就文学而言，本地化就相当于译者的翻译与出版社的营销。那么，有相当于国际化的部分吗？有作者的着力点吗？

我认为有。从宏观角度来看，便是作品的独立性与主题的普遍性，而微观角度则是提高文字的整合性。

普遍性主题与国际化的关系非常浅显易懂。死别的悲苦与喜获麟儿的喜悦都是世界共通的。在此我想说明有关独立性的部分。我认为如果作品值得作为单独鉴赏的对象，便更容易跨越语言的障碍。例如，我在故事的重点部分，并不引用其他文学作品或评论、歌词等等。虽然我描写了有音乐播放着的场景，但也不会写上其曲名。虽然在科幻小说中，这些元素本来登场机会就不多也是理由之一，但如果为了触动读者的感情，而借用他人的作品，被接受的方式将会随着世代与文化背景而发生变化。如果我能写出超越借用而来的作品的描写，或许我会这么做，但是如果要是书写到如此程度，根本没有必要进行具体的引用。

当然，不可能有从文本中脱离的作品存在，但是我认为意识到这一点来书写，能够使作品独立，进一步更易于跨越语言的障碍。

『Gene Mapper』在 Amazon 与 Goodreads 都得到了许多评论，有趣的是，这些书评的内容与日本读者的书评并没有太大的差异。例如，陆地相连的设定很真实、扩增实境与遗传因子重组的结合十分有趣，无法停止翻阅等等。当然，人物的描写太过平淡、对话过于单调等负面评价，也是大致相同。

哈伯先生的翻译自不待言，我想「国际化」是顺利成功了。

在美国的宣传活动

为了推广如此这般译为英文的『Gene Mapper』，我参加了在华盛顿州的斯波坎举办的 SF 大会 Worldcon。

通过 Haikasoru 出版社的安排，我在旧金山停留了约两天，并在 Borderland Books 书店举办了朗读会。

也许各位也曾在电影中看过，在美国，说到作家进行书籍的宣传活动，就是在书店举行的 Reading——朗读。

我也在书店一个角落的桌前，朗读了被译为英文的『Gene Mapper』开头部分，以及名为矢御堂的黑客化身为犬的姿态出现的场面。就如前文所述，吉姆·哈伯的译文非常易读，只要能够留心单词的断字，就连不是原生英语使用者的我，也能发出地道的英语发音。

被误会的话就不太好了，这可不是对爱读者的服务。而是针对对这本书一无所知的人们所进行的宣传活动。不但是朗读坐在椅子上聆听的人，也对着在书架前寻找书籍的读者朗读。朗读结束后，我会暂时留在桌前，与前来的人们对话，如果读者希望的话，也会当场签名。这是个耗时一整个下午的活动。

接着我前往 Worldcon，参加数个专题讨论会、进行朗读，与美国科幻社群的成员们围着咖啡桌坐在一起。在一个互动环节上我受到最大的冲击，这场讨论会集结了很多塞伯朋克与恐怖小说等次领域代表作家。与在场的三位听众，即席编出一场表现这些次领域的短剧（Skit）。编剧的时间是3分钟。我完全无能为力。但是，其他作家们在被赋予的3分钟内，编出了长约5分钟左右的短剧，与听众一起卖力演出。这时的我，理解到表演与文学有着强烈的连结，而英语圈的作家学习到这种关联，并且有如呼吸空气般余裕自如。

有机会与许多资深作家并肩围着一张桌子谈话的这一星期，可说是光用充实这两个字无法表达的时光。

我时刻放在心上的，就是我只是个普通的作家。当在国外的時候，「我来自日本」这种话是没有意义的。人们来自阿拉巴马，来自洛杉矶、来自中国、甚至来自内战尚未终结的叙利亚。日本有着动画、漫画等了不起的作品虽然是事实，但这件事与我没有任何关系。我通过一再重复「我写了一本塞伯朋克的新书，为了宣传来到这里，『Gene Mapper』会是你初次读到的作品类型」这句话，交到了许多让我今年也想前往参加 Worldcon 的朋友。

朝向世界

虽然我把英文版版税都花在了机票和住宿费上，但也慢慢取得了成果。

我的商业出道短篇「Collaboration」的英译版「Violation of the TrueNet Security Act」，在 Worldcon 相识的编辑尼尔·克拉克先生收录在年刊杰作选辑『The Best Science Fiction』当中。日本作家的科幻作品，被收录在英文圈的杰作选辑当中，据说是在2000年菅浩江作者的作品「雀斑人偶（そばかすのフィギュア）」被选以来的第一次。

今年11月，则有新加坡的文艺节活动邀请我参加。推荐我是在 Worldcon 相识，现在也保持联络的新锐科幻作家刘宇昆。邀请我前往中国参加星云赏的伙伴中，也有好几个在 Worldcon 上认识的朋友。

我希望能够把握这份幸运。

因此我该如何是好——之类的事情我完全不苦恼。我会书写具



摄于参加 Worldcon 的在线杂志「Lightspeed」摊位。短篇「Violation of the Truenet Security Act」刊登于「Lightspeed」後，收录于由尼尔·克拉克所编的杰作选集中。

有普遍性主题而独立的作品。然后我会前往当地，以一个普通作家的身分宣传和服务于读者，与作家和编辑们保持交流。只有这样，才会得到更大步飞跃的机会。

对于43岁才出道的我来说，剩下的时间并不多。往后我的体力大概还有20年的时间可以写作吧。我知道在这20年内肯定的一件事就是无法把我现在手中所有的构思全部写出来。

所以不必担心没有内容或主题可写。



藤井太洋 (Fujii Taiyo)

1971年生。2012年，个人出版的电子书『Gene Mapper』被关注。次年，由早川书房出版增修改订版『Gene Mapper -full build-』，正式成为商业作家。2014年出版的『Orbital Cloud』获得第35届日本SF大奖、第46届星云赏日本长篇部门受赏。日本SF作家俱乐部第18任会长。

细说来自小豆岛的杂志《乘上那艘船吧》

媒体制作人 平野公子

只要有网络，在哪里都能生活

我与书籍设计师平野甲贺一同移居小豆岛，至今已过了两年半。

为何要搬家？为何是小豆岛？这些问题其实没有明确的答案。当时大概觉得只要远离东京哪里都好，如今回想起来，因为剧场经营把我压得喘不过气才远走高飞，这是最大的动机，其他原因倒是很模糊了。但老实说，比起思考我更擅长行动，所以先斩后奏，反正在行动过程中理由会自己出现。幸亏冥冥之中自有安排，回过神来，我们银发族夫妻俩不知不觉已经完全成为岛上的居民，现在还与一群年轻的伙伴过着忙碌又开心的生活。我有勇无谋的举动总是拖累了丈夫，对他觉得有点不好意思，我还是会反省，可毕竟我50年来都这么不长进，也只能请他免了无谓的抵抗。

但有一件事情，只有这件事情是确定的，那就是若非现今网络四通八达，我是不可能搬到乡下地方，更别说是离岛了。就算来到岛上，平野甲贺也能继续装帧的工作，我也可以通过网络做做和书有关的工作、办办活动什么的，因此网络是移居异地最重要的工具。

再说，由于在偏远小岛上生活，许多事情都有了变化：便利的事物不再方便、苦闷的心情变得轻松、疏远的关系变得亲密、简朴的生活变得奢侈。丈夫原本就是从容的人，这下他的从容度大增，一大早起床练字、进行装帧工作、逗猫、割草、用心烧柴，恐怕他完全不知道今天是星期几，闲适的程度大概是如果去做检测，肯定是老人痴呆的后备军。而我则是每天睡到很晚，岛上的人和事物都太好玩太好玩了，所以每天到处乱晃，然后喝酒喝到很晚。一旦过着这样的生活，就会觉得我出生的故乡东京已经离得好远好远。

将生活真实的模样做成书

原本我们夫妇就打算安静养老，所以我离开故乡前，明明发誓要当小豆岛的 Venetia Stanley-Smith 每天弄弄花草，绝对不要做耍流氓的事，没想到现在却领着一群年轻人举办活动、接受各种移居的咨询、帮忙一些行政手续、企划展览。到头来我敌不过自己的天性，一点也闲不下来，身为顾问的我，在写这篇稿子的5月22日此时，正在准备举办小豆岛第一场落语大会。

尽管如此，岛上年轻人的活力总是令我惊艳。虽说不上是多么

有经济效益或是创造了多大的利益，但除了能维持生计，他们在工作寻求乐趣的方式，以及付诸实现的技能与执行力，乃至互助能力都带给我很大的刺激。因此我便会想，事到如今就在这岛上尽力试试看吧，于是又沾染上那个豁出去一决胜负的坏习惯。

首先，我想到的是将在此生活的人们最真实的模样出书。

还在东京时，我和晶文社的齐藤有些交情，便找他商量，结果他回答我：「办得到的话就试试看啊」。他当时一定半信半疑，但我还是很感谢他这么说，就这样，我重拾了在故乡东京的一条人脉。然后，我请17位年轻人针对自己的工作、或是自己经手的活动等等皆可，总之想写什么就写什么。至于7个产地的介绍插画报导，则是请插画家 Obika-Kazumi 花一年的时间撰稿。好不容易从17个人手中拿到了原稿，但文章长短不一，有像写自传一样长到不知从何读起的，也有不到半页的短文。大致看过了一遍，这些文章究竟要传达什么讯息给人们呢？这让我头痛不已。

到底该从哪里开始下手呢？

我先请看起来比较愿意重写的人再挑战一次，这次我事先告诉他们字数。其他的原稿，我则是一边想着写作的人仔细阅读，虽然对他们有些不好意思，但我直接将文章增删修改、把段落调换顺序等等，大刀阔斧的做了较多调整。就这么和齐藤两次、三次商讨之后，直到去年年底，终于掌握整体的页数。接着，在今年二月，我们的书《来小豆岛玩吧》（晶文社）终于问世了。

现在回头阅读，就会看到很多失败之处，会让我羞愧地想找个洞钻进去。不过，也多亏了这本书，我才有机会看到这座岛屿不同的面貌。令我意外的是，居然有远在最北端的北海道关注我们的人，而岛内的人们也能通过这些文章互相了解彼此，对大家来说都有新发现。



参与的成员拿着好不容易做成的书，一起拍纪念照。（照片提供：三村光）

与小豆岛文学的邂逅

其实，在做这本书的同时，我因为岛上行政中心工作的关系，还经手了另一件完全不同的事情。

小豆岛是同时同地孕育出壶井荣、壶井繁治、黑岛传治3位文学家的稀有场所，也是流浪俳人尾崎放哉临终之处。尽管我原本只知道壶井荣《二十四之瞳》这部作品，来到岛上以后我贪心的读了黑岛传治、还有壶井荣多达1600部作品；大家带我参观了保存至今壶井夫妇的家（从这里可以看见《二十四之瞳》故事舞台的分教所）、黑岛传治的家（80年前的随笔散文中出现的房屋格局！），当时我心中热血沸腾，便非常想用自己的方式让他们的作品再一次与世人相见，而这样的想法越来越强烈，再也无法压抑。于是我先试试水温，利用他们的作品在岛上开小型的朗读会与读书会之后，发现岛上的居民都没读过他们的作品，通过朗读的方式，大家一起重新发现这些故事的美好，非常有意思。

然而，我想尝试更有规模的方式。若住在岛上的我不做，还有谁会做呢？

我特别受到壶井荣说故事的方式吸引，通过少女荣仔细观察岛屿生活的眼睛，我从这些栩栩如生的故事想象着100年前岛屿居民生活的模样。更进一步想，难道其他地区的平民生活不也是如此吗？说得夸张一点，100年前日本平民的生活，就在故事当中生生不息，这么一想，就觉得壶井荣的眼睛与耳朵果然不简单。难道荣的短篇作品不能重新编排推出短篇集吗？难道不能从儿童文学书当中的作品做选集吗？……后来让我灵光一闪的，就是电子书。

于是，尽管对电子书毫无概念，我仍立刻找Voyager的萩野先生商量。印象中，他回答我的第一句话是：那自己就可以做啦，我教你怎么做吧。

所以呢，重头戏又来了。

尽管距离上一本书《来小豆岛玩吧》出版才几个月，但后来陆续续又遇见了好多人，发生了好多事，都来不及收录在书中。只是这次不能再出书了，没人要帮我们出了，不过是不是可以开发一个随时更新岛屿生活现况的媒体？然后在里面放置岛屿文学家的电子书柜？有可能同时实现这两个愿望吗？当然我也同时写信与野先生商量，持续思考的结果，决定发行电子杂志或许是比较妥当的作法。

电子杂志终于启航

思考到这一步时，我把事情的来龙去脉全说给平野甲贺听。聊



7月1日启航的电子杂志《乘上那艘船吧》。有可以免费阅读的报导、散文、以及影像。
<http://sonofune.net/>

到一半，他便要我想杂志的刊名。也对，我明明是会先想刊名的人。当时对杂志大方向已经有构想，当然要找谁写连载专栏、要做成怎样的网站、谁要负责杂志的营运等等，一大堆事情都还没决定，但某一天，来自小豆岛的杂志「乘上那艘船吧」，这个标题突然浮现出来。无论是前往岛屿或是要离开，若不搭船哪里都去不了。不可思议的是，只要搭上那艘船，便会开始梦想是否能航行到天涯海角。就是这个了。我把想好的刊名告诉他，写字大师立刻在当天就把《乘上那艘船吧》的logo做好。我已经没有退路了。

后来我决定将电子杂志的连载工作，交给岛上的年轻人以及在冲绳、甚至台湾或香港等国外生活的年轻人，所以这艘船会承载各式各样的东西。自愿负责所有电子书设计的平野甲贺，建议我们分做小豆岛文学家的古籍重编工作、新人写手的书架、娱乐类型的书，内容范畴终于扩展开来，书的设计也非常美。虽然能利用网络的特色，将活动信息、影片或图像等把网页做得很多采多姿，但我还是想做一本以文字为中心的杂志，更期待电子书与纸本书的交互作用，希望读者可以尝一尝杂志里介绍的小豆岛特产。

《乘上那艘船吧》靠着4位编辑（所有人都没有相关经验）便启航了。我们没有资金，向读者收取年度订阅费2000日元，与网络信息免费这个既定想法背道而驰，这样的做法究竟能得到多少声援呢？这是我们的挑战。



平野公子 (Hirano Kimiko)

1945年生于东京神田。媒体制作人，曾企划过许多出版品与舞台表演。2005年起至2012年止，担任小剧场岩户剧场（シアターイワト）的营运代表。2014年移居小豆岛，为小豆岛乡村文化复兴顾问。《乘上那艘船吧》总编辑。

一位写作者的存在

作家 片冈义男

如果回溯我母亲的父方家族约两百年，据说当时有一位写作者。这确实似乎是事实。从现在算起两百年前，就是一八〇〇年代初期。检视历史年表，会知道当时伊能忠敬还精神十足地测量步数。『东海道中膝栗毛』的初篇也在这个时期出版。

虽然至今无人知晓我的祖先到底写了些什么，无论如何，他一定写着对我来说难以读懂的毛笔字，将文章写在厚度能编成一本书的纸张上，然后请雕刻木板的师傅刻版。包括用这木版印刷在纸上，之后再将其制成书籍的作业，应该就是我的祖先自己完成的。

印了几本？一本卖了多少钱？如何做的销售？买家又是什么样的人？虽然一无所知，但若只是享受这种朦胧的推测乐趣，不管怎么想都是自由自在的。

或许不是人人都能买得起的东西。也许是一些比较赋予的，而且有知识教养阶层的人们，才会买吧。比方说，祖先会不会是挨家挨户拜访有钱的望族们，请他们掏钱购买自己的新作的呢？我感觉假如以近江八幡为中心，搜索古宅的老仓库的话，有可能会找到那么一两本。读物对象可能是寺院也不一定。或者完全相反，若是『东海道中膝栗毛』流派，或是其类似的流派，销售渠道跟读者一定会完全不同吧。

他似乎非常专注于写作。因为当时的家境不错，可以放弃本职工作。顺便一提，母亲的父方家族，是能够追溯到圣德太子时代，近江八幡的念珠制造商。为人极为务实的圣德太子，将振兴地方产业作为目标之一，建议我的祖先能够从事瓦片或念珠的制造业。祖先选择了念珠。

◎

说起为什么要写这些，是因为我思考着，身为写作者却不只是专注写作，无论是印刷和装订制本，甚至连贩卖都由自己完成的两百年前的祖先，与今日在此一样身为写作者的我之间的差异。他在身为一位专业著述者的同时，除了雕刻木版以外，其他所有作业基本上都是独立完成的，也就是一人出版社。而我只专注于写作这一件事。自从我所写的东西成为活字印刷以来已经过了半个世纪，在这段时间内所写的原稿，全都是由出版社委托我写的东西。编辑会问有什么好题材，或者即便对编辑一言不发，他也会有所提案等等。只要出版社有编辑在就可以。总的来说，全都是应要求所写的东西。当然，用什么方法写些什么，还是出自我

个人自发性的一些灵感。

在我至今为止写的那些书，以及身为其作者的我自己之间，一本都不例外，其中都有出版社的介入。作为一件理所当然的事情，谁都没有多想。但如果仔细想想，这难道不是一件惊讶的事情吗？为什么惊讶？原因有好几项，待我按顺序下笔。首先最令人惊讶的，就是当写下原稿，让其成为校样，在我只进行所有必要的订正后，它就离开我的掌握了。这种事实难道不惊讶吗？我不但不参与修订版成为一本书的作业，而且当它制成书售到卖场，摆放到书架的整个过程都接触不到。

这就是两百年的差距啊。先祖与我们相隔的这两百年中，一切都有所进步，产业技术也发达至极点，确立了非常细致的分工制度，各种职能一项一项成立为产业或职业，并且能带来报酬——这种解释，只不过是现状的平铺直叙。所以写作者也是这些分工里的一个职能而已。如果想要密切参与将原稿变成书为止的过程，其实并不难。要想自己完成制本工作，那也没问题。为第一次编出自己理想的书而感动，因而感到幸福也是充分可能的事情。不过如果谈到把印刷出来的这些书，全部自己去销售，恐怕大部分的作者都会说不要吧。因为大家很清楚付出的辛劳与成果太过不成比例。而根据我的判断，出版社问题的核心，正在于此。

◎

出版社所生产的书籍，经由合作的中间流通代理商，再到零售书店贩卖代理业流动着。据说日本的零售书店一年会有一千以上停业。也有编辑说过，如果要我自己做什么生意的话，唯有书店我是绝对不会开的。他是一位在知名出版社累积丰富的业务经验后，被配属到编辑部从事编辑工作的男士。他说「唯有书店绝对不开」的理由是：工作非常琐碎庞杂、营业额不高、工作量庞大，利益却微薄、要动用到全家的劳力工作、无法休假，诸如此类。

存在着许多毫无魅力的书店这一事实，关心这一行业的人都会认同吧。我认为这是盈利的问题。被一坪店面一天该有多少销售量这种计算所支配的书店的书架，还有任何空间，到处都显露着这种满溢而出的计算。虽然规模越是庞大的出版社，越把「出版是文化事业」这种话挂在嘴边，但就算规模再庞大，「漫画书的销售量又下跌了，哎呀该怎么办」，其实只不过在乎的是这种极度浅薄的东西。而规模庞大的出版社，又制造出了书店的低利润、重度劳动、缺乏魅力的书店、倒店数量的增多这些因素。正是因

为规模大，所以有着余裕，才能够把书价压得很低。

假设我随意逛进一家书店，买了三千日元的书，如果书店得不到定价的百分之二十五，也就是七百五十日元的利润的话，店方不但会理所当然苦于经营与劳作，而作为一家书店的独自魅力，也不可能有所展现。而且百分之二十五这个数字，与其说是最低限度不如直接说是下限。在现在的日本经营书店，能够支持这些无论如何想从卖书这件事情中找到某些价值，继续这份工作的人，就是从这百分之二十五的利润得以坚持。

越是采取压低定价策略而存活至今的大型出版社，越难以制作出能将定价的四分之一回馈给书店作为利润的书。这就是强迫全国的零售书店为之牺牲的大规模出版社最大的弱点。这里，虽然我自己这么说了，但如果加以仔细分析的话，内容想必会复杂多样、谈起来大家吹胡子瞪眼睛，最后大概会变成在讨论战后的日本到底是怎么一回事吧。



至今为止，我所写作的所有书籍虽然都有着出版社的介入，但不管是在哪份工作中，我的来往对象就只有责任编辑一个人。我一次也不曾意识到存在于编辑背后的公司。因为这不是一份以公司为来往对象的工作。对于我这样一个写作者，每当不同的工作来临时，就会有一位编辑登场。这样的关系还算愉快的。而当它往糟糕的方向倾斜时，必然与背后的公司有着密切的关系。

因而，对写作者来说，他们最最乐意的，就是在每次工作中，只与一位编辑为来往对象，将这个想法延长思考，就会浮现出一个构图：如果这样优秀的编辑，同时也是一位规模极小出版社的优秀经营者最好。假如同时身为编辑与经营者，那么业务，也就是贩卖的领域中，也将有更多的工作机会。在此我们继续延长思考的话，则会遭遇到「写作者只停留在写作者的角色就好吗」这个问题。换个方式问，就是「写作者难道不能成为贩卖者吗」这个问题。所谓贩卖印出来的书是如何一回事，在这个最困难的事情上，只是把身为写作者的我，与一人出版社的编辑、经营者，排在同一条线上。

不管哪家出版社，至少也都该拥有一家贩卖自家书籍的零售书店，这是我从很久以前就持有的看法。让其财务独立，让编辑与业务员们亲身体验零售店铺的运作。卖书的困难，以及藏在它背后的魅力，久而久之，不知何时所产生了这样的看法。

大规模出版社维持的低价设定，是把伴随着卖书这件事的难处，意图利用自身规模庞大的优势加以闪躲的结果。以为越便宜就会越好卖。零售书店没完没了的大量倒闭，就是将卖书的困难透过流通系统加以扩大的形式，强迫这些小店背负，最后将其压



▶ 片岡義男.com
▶ kataokayoshio.com

现在与 Voyager 共同进行「片岡義男 全作电子化计划」。已完成了 200 部小说作品的数字化，上架各书店贩卖中。后续也将陆续公开约 300 部作品。

网站除提供出版信息、活动 / 促销信息、刊登信息等最新资讯之外，并每天免费更新短文。自己所拍摄的照片 5000 张，亦有「片岡義男 全作电子化计划」的支持介绍。

垮的过程。贩卖。这是最困难的。所谓卖书这件事，到底是什么呢？既然因为要卖，所以要设想利润，那么围绕着书籍的利润，究竟是什么性质的东西呢？在一路思考这些困难的问题之后，最有效果的，果然还是将所有规模一口气缩小到最小单位吧。在这个意义上，我们可以把最大的希望寄托在一人出版社上。



对我的祖先当中那一位写作者来说，他主要的销售场所应该就是京都吧。京都也一定有着书店。但是即使是都城，也难以想象书店会兴盛到每个路口都有一间。两百年前的京都，不知有没有五间书店。假设有，围绕着这五家书店做生意的祖先，要是知道这五间书店中，有三间书店各卖掉自己的一本著作，那一天他应该就会在旅社的一室安下身来，感到无比满足才对吧。

（编辑部注）本文由 2002 年 9 月发行的「季刊・书与计算机」刊载的文章「工作对象一直都是一个编辑」改写而成。



片岡義男 (Kataoka Yoshio)

1939 年生于东京。战时疏散至山口县岩国，移至广岛县吴并在濑户内生活，13 岁返回东京。就读早稻田大学时开始投稿专栏及译稿至『神秘推理杂志（ミステリーマガジン）』，1974 年以『向白色波浪的荒野（白い波の荒野へ）』出道成为作家。2016 年发表了自传小说『咖啡和甜心圈、黑色毛衣的领带（コーヒーにドーナツ盤、黒いニットのタイ）』。坚持致力于在写作、翻译、摄影等领域。

片岡義男 全著作电子化计划 赞助者募集中！ 将来的书就是以下的模样



用电子书读 池泽夏树「impala e-books」 有很难到手的初期作品，也有人气新书



Text: the next frontier 凝望书与出版的未来



一起谈谈书的未来

2016年9月1日 日文第一刷发行
 2016年12月15日 中文（简体字版）第一刷发行
 发行者 鎌田纯子
 发行所 Voyager股份有限公司
 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-41-14
<http://www.voyager.co.jp/>
 tel. +81-3-5467-7070
 fax. +81-3-5467-7080
 e-mail. infomgr@voyager.co.jp
 封面插图 葛饰北斋
 封面设计 平野甲贺
 内文设计 丸井工文社股份有限公司
 中文翻译 金参女、蔡君平
 中文版排版 奥嘟嘟工作室

- ・本型录所记载的内容、金额等可能无预告变更。
- ・T-Time、.book/dotBook、BinB、Romancer以及其标志是Voyager股份有限公司的注册商标。
- ・其他记载的公司名称、产品名称为各公司的商标或注册商标。