



紙本與電子 孰強孰弱

2016-11-20 鄭懿君 文



在2007年，行動裝置開始發展之時，亞馬遜推出了第一本電子書Kindle，該產品甫一上市便對出版業投下了一顆震撼彈。在2011年，電子書閱讀器銷量達到巔峰，超越精裝及平裝書籍，在營收上貢獻了10億元的營業額，亞馬遜更是宣布所有在網路書局裡的書都可以在KINDLE中找到。當時許多人對紙本書的前景抱持悲觀想法，分析師尼葛洛龐帝(Nicholas Negroponte)更斷言紙本書將在2015年完全被電子書取代。但根據美國出版協會統計，在2015年1月至5月，電子書的銷售量漸趨疲軟，整體下跌了10%左右。這一兩年來，電子書大概佔了市場的20%，市占率並沒有太大變化。究竟，紙本書憑藉著什麼樣的優勢，在數位閱讀的浪潮下，不被沖垮，電子書產業在盛極一時的同時，又面臨了什麼樣的困境而停滯不前？



Kindle推出的第二、第三、第四代分享器。(圖片來源/維基百科)

使用者經驗 紙本略勝一籌

電子書不斷追求介面優化、開發新功能，企圖營造一個適於閱讀的環境。現今市面上大多數的電子閱讀器均具備體積輕薄、攜帶方便等特色，除了基本註記重點、頁數總覽、字體放大縮小的功能外，更以電子墨水印刷呈現出螢幕黑白色調，減少閱讀時產生的疲乏感。雖具備了以上的好處，電子書閱讀器的基本使用客戶群並無太大的增長，習慣閱讀紙本書的讀者也並未因為這些優點全力往電子書靠攏。不可諱言地，作為一種攜帶輕便的行動裝置，電子書可以有效減少書袋中的負荷，不需書架書櫃的擺放也減少空間。但對於非重度閱讀者的消費者來說，一年所添購的書籍量有限，在考量下，往往不會為了刻意需求購買電子閱讀器。

其次，在歷史的淬煉之下，人們所培養出的閱讀慣性是很難打破的。從遠古的石板、瓦片到竹簡、紙張的出現，都是傳遞知識的載體，卻都有其物質性，也是人類情感的實體投射。對許多人來說，看書不只是看書，它包含了心靈與書的美好結合。每本書都有自己的獨特生命，從封面照片的選材，到封底的字樣設計，都有自己的一套故事。今天，在實體書店裡，你可以靜靜在走道中穿梭，撫摸每一本書的獨特紋路，感受封皮的觸感、翻閱紙張的沙沙聲，瀏覽幾頁、讀個幾段，享受作者行雲流水的文字，細細揣摩作者的心境。在電子閱讀器上的讀者們，卻只能透過液晶小螢幕，打量著每一張小縮圖，猜測書中的內容，點選看似中意的圖像進行試讀。對於習慣動手翻閱、抄寫的讀者來說，螢幕閱讀剝奪了他們與書籍的物理性接觸，使他們無法憑直覺瀏覽文本，這也正是他們感到恐慌且不習慣的。根據20年來的研究顯示，相較於電子書，人們在閱讀紙本書時更能深入思考文本中欲表達的內容，對長篇文章的邏輯構建也會比較清晰。相反地，在閱讀電子書時，必須保持清醒，滑動卷軸進行換頁動作，此舉對生理及認知的負荷較大，也是讀者所感到不習慣的。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 弱人工智慧 強勢發展
- 陳佩盈 用心陪伴特教生
- 太魯閣馬拉松 健康開跑

總編輯的話 / 何肇耕



第252期喀報出爐，本期篇數僅有15篇，其中照片故事類目稿件較多，記者們用不同角度試圖捕捉光影的紀錄，能夠從眾多照片中體會到記者所試圖傳達、台灣各個地方發生的大小故事，是本期喀報最大特點。

本期頭題王 / 鄧涵文



健康生活卻依舊胖的中壢人，在極度茫然中追求完美，目標是不用任何字句就能表達自己。

本期疾速王 / 陳昶安



早上起床會過敏，很容易和人吵架 舞齡十年，夜行性，喜歡彩虹小馬 在成長的單行道上，努力學著愛人與被愛。

本期熱門排行



弱人工智慧 強勢發展
彭書耘 / 科技新知



馬拉松接力 平凡中的不凡
張芸瑄 / 照片故事



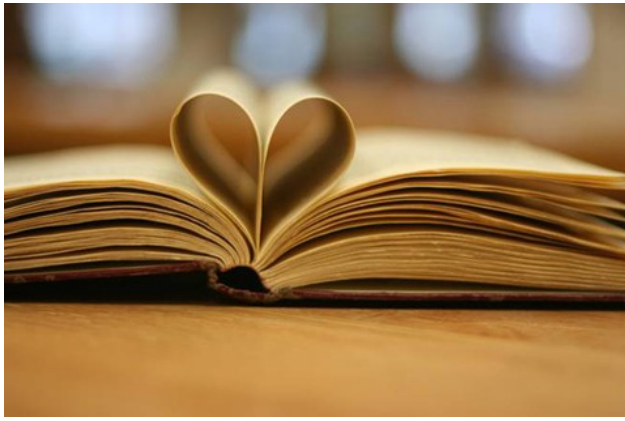
聚焦伸展台 設計新秀力崛
陳昶安 / 照片故事



突破傳統 青山祭搖滾登場
郭宜婷 / 照片故事



遺忘的客家 商圈再造
卓業軒 / 照片故事



紙本書的氣味、痕跡、情感仍深植人心。(圖片來源/Treehugger)

媒介本質 決勝關鍵

以廣播與電視的發展為例，面臨科技的發達及傳播媒介的演變，人們在追求聲音發送的同时也追求更豐富的影像刺激。電視因此而誕生了，但廣播卻仍以自己獨有的特色而不被取代。從媒介理論上來看，不同的傳播媒介具有不同的物質特性，電子書的矛盾就是在於其忽略自己與生俱來的媒介特性，拚命的想重現紙本書的形式，降低裝置本身的存在感，開發像是重點標記、手部捲動換頁的功能，企圖取代紙本書的閱讀模式。但事實證明，人們傾向在行動裝置上追求放鬆及感官刺激，享受影像力量的高潮迭起、期待在接收者的身分上更能參與傳播內容的產製。今天，幾乎所有的電子閱讀器均具有上網、聽音樂的功能，在多功能的同時卻也正吸走讀者的專注力，割裂讀者的閱讀體驗，在三心二意之下，原本可以在紙本書上進行的線性思考無法於螢幕閱讀時被體現。

電子書 競爭對手眾

在現今資訊豐富多元的社會，傳播內容早已跳脫載具的框架，在不同的媒介平台上，以不同的方式與消費者進行互動。以往在電子閱讀器市場中獨占鰲頭的亞馬遜與索尼，在各種行動裝置的競爭下，也無法通吃電子書市場的大餅。越來越多的雜誌出版商、出版社與手機app進行合作，將書籍掃描成電子檔並進行販售。2011年，google收購了當時即將倒閉的電子書平台oyster，打算建構點對點的電子平台、專屬線上書店，開發更適宜閱讀的軟體及介面呈現。蘋果則是憑藉著IPAD在全球市場的接受度，在自家iBookStore屢屢做創新及突破性改革。總括來看，電子書閱讀器面臨了前所未有的內憂外患，如何覺察自己的優勢，與人們習以為常的行動裝置做出區隔，發揮數位內容的特性，開發更貼近使用者的閱讀體驗，是目前值得努力的方向。

紙本書 隨需印刷正夯

在逃過被電子書取代的預言後，紙本書行業似乎鬆了一口氣，然而細細檢視，紙本書仍有幾個極需解決的問題。從存貨管理來看，銷量較小的紙本書在出版上不具經濟效益，絕版了之後便很難再出版。不在暢銷榜上的書得面臨一陣子的乏人問津，才可能重新被放回架上。近年來，符合消費者需求的「隨需印刷」(Print on Demand)功能頗受實體書店提倡，消費者根據自身需求選擇一本書後，書店便會依照消費者需求幫忙進行印製，僅需數分鐘便能拿到完整的紙本著作。這種「下標再生產」的結果，不僅可有效減少店內存貨，也可在個人化、客製化的需求上給予不同的體驗。



隨需印刷可以有效減少實體書的庫存。(圖片來源/GOODREADER)

不同類型的小說、雜誌、教科書，在電子書或紙本書市場上也有不同的接受度。如何運用自己特有的媒介優勢，不被淘汰，進而達到相輔相成的結果，是紙本書與電子書必須面對的課題。



陳佩盈 用心陪伴特教生

◀ 從優良特教人員陳佩盈老師身上，看見對於教育的熱愛與奉獻。



遺忘的客家 商圈再造

▶ 實地走訪內灣客家山莊，循著歷史腳步記錄現今的觀光發展對比舊時的鐵道繁華。

0則回應

排序依據 **最舊** ▼



新增回應……

Facebook Comments Plugin

▲TOP

關於喀報 聯絡我們
© 2007-2016 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by DODO v4.0