

此時有聲勝無聲： 美國的有聲書走勢

雷叔雲 旅美文字工作者

「以後，你們讀不到我的書了，只聽得到！」作品銷量達千萬冊以上的作家麥可·路易士 (Michael Lewis) 大聲宣布了。

路易士和許多炙手可熱的作家如史學家羅伯特·卡羅 (Robert Caro)、小說家傑佛瑞·迪佛 (Jeffery Deaver) 等都紛紛跟出版商簽約，繞過印刷形式，直接出版有聲書 (audiobooks) 了。(注 1) 為什麼呢？

美國數位出版品中，成長最快速的，當屬有聲書，作家自然想站在風口浪尖。

有聲書在美國揚「聲」

有聲書的風行度當然仍遠遜於紙本書。根據丕優研究中心 (Pew Research Center) 調查美國人的閱讀習慣看來，紙本書仍統領風騷。2017年，74%的美國人口在過去12個月中起碼讀過一本書 (不拘哪一型式)，67%在過去12個月中至少讀過一本紙本書，26%人口讀過電子書，閱聽有聲書的人口雖只佔18%，卻在一年之間成長了4%，領先紙本書和電子書。(注 2)

從2017年來看，美國仍保有世界最大有聲書市場的龍頭地位，銷量從前一年的21億美元增為25億美元，迄今約有425,000種以上有聲書出版。

有聲書出版學會 (Audiobook Publishers Association) 2017年報中，有聲書的出版數量在2016年為43,000種，較前一年增加33.9%，2017年預計增加29%，廣受歡迎的當推神祕/推理/懸疑類、科幻小說/浪漫愛情類的書籍。(注 3) 大出版商如 HarperCollins、Hachette、Simon & Schuster 和 Penguin Random House 都一致證實，他們的電子書銷量滑落5%，數位產品之所以仍持續獲利，主要歸因於有聲書。

從拙到巧的華麗轉身

有聲書已經走過幾近一世紀，雖然到今日，載體和閱聽者已完全不是同一回事了。

有聲書的想法，是英國的「皇家全國盲人院」(Royal National Institute for the Blind, RNIB) 早在1920年代便開始測試給盲人聽的有聲書 (Talking Books)，然第一本有聲書卻是由美國「成年盲人書籍計畫」(Books for the Adult Blind Project) 於1934年後居上，內容包括海倫·凱勒自傳、歐亨利的小說和聖經的精采摘錄。次年，皇家全國盲人院推出該院首部有聲書，內容為 Agatha Christie 的 *The murder of Roger Ackroyd* 和 Joseph Conrad 的 *Typhoon*，錄在 LP 唱片上，一面25分鐘長，這



來自星星的小偵探 3

怨靈的火焰舞會

鄭宗弦 著；王秋香 繪

小魯文化 / 10705/144 面 / 21 公分 / 290 元 / 平裝
ISBN 9789862118191/859

本書講述主角一群人探尋兩樁神祕事件、尋找各種線索並破案的過程，透過逐步探尋線索，帶領讀者認識各種科學知識，同時也融合品格教育、生活常識以及環境保育的探討。在每個故事章節後設有附錄「破案關鍵科學原理」、「品德教育」及「科學小百科」，介紹故事中引用的各領域小知識與科學原理。書末亦附有「回傳研究地球人的心得報告」小單元，從第三人稱的客觀視角，提出人文品德的反思與檢討。（小魯文化）

樣一來，大部分書得製作 10 片左右的唱片，用電唱機播放。古人學富五車，當年的有聲書恐也遑不多讓，而且操作細節多，即便一個小唱針損壞都難以成事，二次大戰期間還傳出一樁美談：英國的盲人書籍生產設備慘遭炸毀，美國盲人基金會（American Foundation for the Blind, AFB）兩肋插刀，第一次運送唱針到英國，船隻卻在船塢被擊沉，第二次才成功。自 1960 年代起，改用磁帶灌錄有聲書，體積仍然巨大，過程繁複，仍不利盲人操作。1969 年，「美國國家盲人和身障圖書館服務」開始利用卡帶灌錄，製作簡單，個頭輕薄短小，乃一大突破，出版業也開始對一本書同時出版紙本和有聲書。1980 年代，CD 出現，操作簡便多了。1990 年代，CD 更加流行，操作更易，因此暢銷書幾乎都出了有聲版，仍以節本為主。（注 4）

直到網路出現，一般人習於上網閱聽音訊，不但收聽音樂，對完整（非節本）的書籍也出現大量需求，MP3 播放器已可容納許多本書，更不消說智慧型手機、智慧音響（smart speaker，或稱智慧喇叭）等更強大的工具了，至此徹底改變了有聲書的生態。資本主義的通則是，有市場，便有創新，隨著科技的進展，有聲書從體積大、單位容量小，蛻變成不佔體積、容量奇大，真可



最熱烈的掌聲

陳怡蓁 文；廖書玟 圖

小魯文化 / 10706/40 面 / 26 公分 / 320 元 / 精裝
ISBN 9789862118184/859

本書以一場孩子們的熱血足球賽拉开序幕，比賽中候補球員小貝不小心將球踢進自己的球門，導致隊伍失分且並遭到大家的責怪，此時守門員大衛大聲說道：「沒關係！我們再來！」，劃破了凝結的空氣，獲得全場最熱烈的掌聲。作者透過故事引導大家一同思索：到底真正的勝利為何？什麼樣的球隊及球員值得最熱烈的掌聲？提點人們，贏，不在分數也不在別人的掌聲，而是在自己純淨的初心。（小魯文化）

謂一場華麗轉身。

從閱讀到閱聽

根據調查，閱聽有聲書有三大理由：1. 隨身攜帶，到處可聽；2. 同時可兼做他事；3. 享受聆聽別人講書。因此有聲書的閱聽族現已從初期的視障人士擴大到：出於生活型態所需，如通勤、駕車、想保護視力、從事多重任務的人士，以及出於學習所需，如學童、語言學習、學習障礙（像是失讀症 dyslexia 患者）的人士。

有聲書的閱聽族是學歷較高、年紀較輕的一族。大學生有 27% 聽有聲書，幾乎兩倍於學歷較低者。48% 的閱聽者在 35 歲以下，這一族群在 2017 年平均每人聽了 15 本書，接受調查的人中，77% 對「有聲書幫助你讀完更多的書？」都表示同意或非常同意。

18 至 29 歲的族群有 10% 僅讀數位產品，不讀其他型式的書，較之於 50 至 64 歲的人只有 5%，65 歲以上的人只有 4%，這群年輕人算是數位消費群的主力。這個族群在過去一年裡，有 23% 聽過至少一本有聲書，較之於 2016 年只有 16%，增加不少。

聽書的處所，大部分是在家聽，佔 57%，次為開車通勤，佔 32%。聽書同時做些什麼事呢？

一面做家務一面聽最多，佔 68%，其餘有烘培、健身、做手工等。（注 5）

聽書所使用的電子裝置，智慧型手機用得更多了，2015 年是 22%，2017 年成長至 29%。2017 年第一次調查語音啟動無線音響（voice-enabled wireless speakers），發現 2016 年有 19% 的人用來聽有聲書。如果看最新數字，今（2018）年第一季語音啟動無線音響的銷量，亞馬遜 Echo 售出兩千五百萬台，谷歌 Home 更熱賣三千一百萬台（稍晚推出的蘋果 HomePod，市佔率不甚理想），這已可說明聲控裝置推動有聲書的巨大潛力。（注 6）

有聲書的強項與弱項

拿有聲書和傳統的紙本書相較，首先，如僅僅出版有聲版，聽障人士便被排除在外，無緣閱聽。其次，紙本書可隨時回去翻找遺忘的細節，電子書亦然，而有聲書尚無法平起平坐，只能等待互動技術更強的一天。此外，傳記、歷史、科學，甚至小說和詩，跟文字和圖像的關係甚為密切，便非有聲書所長了。

再說，有聲書的造價比電子書和紙本都昂貴，消費者向來習慣電子書比紙本便宜，售價甚至可壓低至美金 0.99 到 2.99 元。有聲書雖節省



艾瑪·媽媽

孫心瑜 文圖

小魯文化 / 10706/40 面 / 26 公分 / 320 元 / 精裝
ISBN 9789862118177/859

艾瑪，是一位跨海來臺的家庭幫手，在家庭中擔任了媽媽、女兒，甚至朋友的角色，生活中大大小小的事情，仰賴艾瑪一手包辦，不時聽見在呼喊艾瑪的聲音。艾瑪的用心緊緊連繫著這個家，成為彼此在異地的家人，最終這股愛也傳回到自己的身上，甚至讓她帶回故鄉。隨著社會結構的變化，臺灣的移工需求增加，越來越多的艾瑪們協助著你我的生活，透過這個故事，讓我們學會尊重、同理，並自我成長。（小魯文化）

了印刷成本，但若邀請知名的朗讀者，再加上錄音和剪輯等後製，價格也都不斐。因此有聲書售價不僅必須比亞馬遜 Kindle 高，往往也比平裝本高。

有聲書的強項，除了上述消費者閱聽有聲書的三大理由之外，教學效果也非常顯著。有一個案例是，舊金山灣區學區種族多元，社經地位不齊，42% 學童領用政府補助的營養午餐，15% 學童的英語必須補強。報告顯示，提供 Tales2go 串流有聲服務給課後輔導計畫中的二、三年級小學生，每週在課後輔導活動中聽三次，每次 20 分鐘，在家聽兩次 20 分鐘。只聽，並不追加閱讀，結果這些學生在十週後即可達到一年預期效果的 58%，也就是說，比控制組學童超前了三個多月，閱讀理解增加三倍，二年級字彙增加幾乎七倍，閱讀動機增加幾乎四倍。（注 7）Tales2go 收錄 7,500 種有聲書供學校和家庭訂閱，目的在於幫助學童建立字彙庫、語文流暢性和理解度，他們打出的旗號是：「孩子要先當聆聽者，才能當好讀者。」（注 8）

有聲書的走勢

因為有聲書越來越風行，出版商開始越過紙本，直接出版有聲書，除了本文一開頭所提到

鞋匠哲學家
和放空小嵐

冀劍制 著

幼獅 / 10705/176 面 / 21 公分 / 250 元 / 平裝
ISBN 9789864491131/859

蘇格拉底和孔子相遇時，會激發什麼火花？為什麼「合理的不一定是正確的」？何時可以靠感覺，而不靠理論做事？「非黑即白」對嗎？愛放空的小嵐、愛思考的小妍，還有一位擅長推理、邏輯思辨的鞋匠，他們發現了孔廟旁的小洞，一連串奇幻又緊湊的歷程，也撞見了不同時空的孔子、蘇格拉底和莊子歡聚一堂、相互辯論、探討哲思的奧妙世界。本書結合趣味漫畫和基礎哲學、在冒險般的故事中，學習推理與思辨，用更有智慧的角度看清事理，讓生命的視野更開闊！（幼獅）

的暢銷作家的新作品，出版商的靈敏度也表現在尋求暢銷作家或其他作家扔在抽屜裡、從未出版的長篇或短篇小說，拿出來重見天日。雖然出版商開始直接出版有聲書，但仍限於非常知名的作家，而且會稍作節錄，長度頂多一至三小時，例如三年前 Simon & Schuster 出版 1 小時 20 分鐘的史蒂夫·金 (Stephen King) 的 *Drunken Fireworks*。(注 9)

英美許多代理商希望分別賣出紙本書和有聲書的權利，然而越來越多出版商要求同時買下兩種版權。

播客 (podcast) 的市場不小，40% 美國人聽過播客，自 2016 年以來，增加了 36%。幾乎所有有聲書出版商，都視播客為敲門磚，這讓有聲書網站 Audible, Tunein, Overdrive 和 Scribd 都開始開發自家的播客，此處的盤算是，如果能提供足夠的免費內容，人們終於會願意付費訂閱或買上幾本有聲書，而且前述的語音啟動無線音響必將助長此一趨勢。

零售方面，Audible 將會推出更多訂閱方案，如 Audible Romance 系列。Kobo 用 Kobo Super Points 維繫有聲書閱聽者的忠誠度，效果甚佳。預計將可看到更多公司開展類似訂閱活

動，形成自己的生態體系。(注 10)

此外，出版商也開始翻譯即將出版的書，成為外語有聲書。至於互動有聲書，仍在實驗中，目前出版的多是與書中角色互動的遊戲形式，像 BBC 和 Rosina Sound 合作推出的科幻喜劇 *Inspection Chamber*，雖說有如選角扮演 (Choose Your Own Adventure) 小說，其實更進了一步，這是用自己的聲音跟其他角色互動，更像一個真實而直接的演出。待智慧音響更成熟，期待有更複雜的互動出現，如搜尋功能。(注 11)

2018 年仍將是有聲書成長的一年，它已獨立茁壯，遠非目前任何書型的附帶或替代方案了。

整體來說，閱讀比較需要付出主動的努力，需要認識字彙及其在上下文脈絡中的意涵，可以自行調整速度、回味和思考、畫重點並作筆記；閱聽卻多是順著聲音的流動而被動接收訊息。總之，不同的載體有不同的特色，端視閱讀者和閱聽者如何理解載體和本身的需要，而靈活運用了。



夢之國度碧西兒

邱常婷 著

秀威少年 / 10701/168 面 / 21 公分 / 280 元 / 平裝
ISBN 9789865731816/859

聯合文學小說新人獎首獎得主邱常婷，首部跨越年齡樊籬的驚奇之作！爲了照顧生病昏迷的外婆，少年傑傑進入有著森林精靈與會說話老虎的奇幻國度，對抗會讓人睡著的黑暗女王，並在最童貞的夢裡學習面對最現實的人生課題。生命是場偉大的冒險，你我都是勇者，擁有在夢中改變現實的魔法。結合狩獵現實的洞察力與天馬行空的想像力，以虛實交錯的筆法，在夢中探討現實裡人人都會面對的生命課題，一個哭著哭著就笑了的故事。（秀威少年）



招財貓 與發光小菇

王喻 著

秀威少年 / 10703/188 面 / 21 公分 / 250 元 / 平裝
ISBN 9789865731823/859

洪建全兒童文學獎得主王喻的最新圖文讀本，讓讀者在冒險故事中認識臺灣森林生態！小玉是位富有想像力的小學生，她帶著用毛巾摺成的狗狗「小貝」去拜訪住在森林的外婆家，並認識了新夥伴阿冽和他的寵物螳螂。在喜歡偷吃茶葉蛋、會說人話的「神祕招財貓」的帶領下，兩人決定去森林大冒險。據說，森林中充滿了各種神奇的新事物，有玻璃做成的透明船屋，還有住在深山中的可怕魔神仔「芒神」，以及能實現任何願望的「發光小菇」。（秀威少年）

注釋

1. Alexandra Alter, "Listen carefully, book lovers: Top authors are skipping print for audio," (June 2, 2018), Retrieved from <https://www.seattletimes.com/nation-world/listen-carefully-book-lovers-top-authors-are-skipping-print-for-audio>
2. Andrew Perrin, "Nearly one-in-five Americans now listen to audiobooks," (March 8, 2018), Retrieved from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/08/nearly-one-in-five-americans-now-listen-to-audiobooks/>
3. Audio Publishers Association, Retrieved from https://www.audiopub.org/uploads/pdf/APAC2017PR_final.pdf
4. "History of the Audio Book," Retrieved from <http://www.silksoundbooks.com/history-of-audiobooks.html>
5. 見注 2。
6. "Google beats Amazon to first place in smart speaker market," Retrieved from <https://www.canalys.com/newsroom/google-beats-amazon-to-first-place-in-smart-speaker-market>
7. Mary Burkey, "New Research Shows Audiobooks Have Powerful Impact on Literacy Development," (April 28, 2016), Retrieved from <https://www.booklistreader.com/2016/04/28/audiobooks/new-research-shows-audiobooks-have-powerful-impact-on-literacy-development>
8. <https://www.tales2go.com>
9. Michael Kozlowski, "Global Audiobook Trends and Statistics for 2018," (Dec. 17, 2017), Retrieved from <https://goodereader.com/blog/audiobooks/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2018>
10. 見注 9。
11. Michael Kozlowski, "BBC is Launching Interactive Audiobooks for the Amazon Alexa," (Oct. 9, 2017), Retrieved from <https://goodereader.com/blog/audiobooks/bbc-is-launching-interactive-audiobooks-for-the-amazon-alexa>