

2005年日本書市回顧

旅日文字工作者 ◎ 林宜和

2005年日本書市有一些特殊現象，整體說來是網路文化的發達，促進書市活絡。無論寫書、賣書或讀書方式，都有顛覆傳統的變化。謹歸結大要如下：

◆ 部落格 (Blog) 寫作出書風行

由於製作簡易，「部落格」逐漸成為市井小民抒發日常生活感想的寫作園地。據日本總務省調查，至2005年3月底止，日本約有335萬人上網開設自己的部落格。預測兩年後，將倍增到782萬人。在浩如煙海的部落格文章當中，受到點閱次數最多的部落格，往往成為出版社的投資對象。有的素人經由部落格出書，變成暢銷作家，彷彿灰姑娘傳奇。這股網路出書的風潮，起源於2004年日本最大的聊天網站催生的《電車男》一書。筆名電車男的作者，因為在網上討論自己的戀情，引起廣大網友迴響，終致吸引新潮社編輯注目，將這些網友的交換文章集結成書，竟然變成百萬暢銷書。不過因為匿名網友的版權難定，新潮社經常被指責侵犯著作權，也有其他出版社因出版類似書籍，而被法院判決賠償或禁止出版。部落格因為作者容易特定，較無版權爭議，出書之路順暢。其中如《實錄鬼嫁(悍妻)日記》(Ameba出版社)，是福岡市的一名上班族，因為公司減薪老婆不給零用錢，而在部落格開始吐苦水，每天報導自己的經濟窘況和老婆的悍事。由於筆調風趣真實，每天受網友點閱高達四萬五千人次，終於受到出版社垂青，出書暢銷逾十萬冊。其他如離婚男的養狗日記《春仔我的愛》和兩名大學女生立志在1個月內結交男友的《早紀和春香的奮鬥記》等，都是部落格的話題書。雖然部落格作品成本低出書快，如Lifedoor出版社半年就出版12冊，但是有大手書店批評出版社沒有培植作家的誠意，這種內容平易，簡單好賣的書可能只是一陣流行。究竟部落格著作的前途如何，還有待持續觀察。

◆ 文學獎的變調

近年日本創設文學獎的風氣再興。繼2004年誕生的「書店大賞」之後，2005年又有「日本Love Story大賞」、「青春文學大賞」和「感動非小說大賞」，還有日本雅虎成立的「Yahoo! Japan 賞」等。在出版不振的市場當中，新文學獎多以促進銷售業績為指標。為此，傳統的作家評審委員紛紛被書店店員、演藝人員和讀者們取代，並且多用網路投票，藉此興起話題。「書店大賞」是由日本全國書店店員聯合主辦，用網路召集同業票選當年最好看的書，目的是由書店自己推出暢銷書。第1屆受賞作即小川洋子的《博士最愛的數式》，銷售量由得獎前的十萬冊攀升至一年逾四十萬冊，相當成功。寶島社順應純愛小說風潮，徵求「本世紀最高的戀愛小說」，於2005年春天創設「日本Love Story大賞」，並保證得獎作將改編成電影。該社的目



的是增加女性讀者，需要新的品評標準，因此評審委員起用領導流行的時尚人士，如人氣歌手大塚愛、偶像男星成宮寬貴和漫畫家柴門文等，十分另類。角川書店在2005年5月創設「青春文學大賞」，是基於近30年的暢銷作家，如田中康夫和村上春樹等，都是以青春小說起家，因此願與讀者共同發掘新人。該獎是將3至4冊決審作品在網路公開，讓讀者做人氣投票。參考投票結果，再由出版社編輯、書店店員和讀者代表共同選出得獎作。幻冬社在2005年6月發表「感動非小說大賞」，是為爭取讀者共鳴，徵求在日常生活中發生的真實故事，期待發掘感動人心的作品。日本雅虎於2005年7月開始在網上徵求短篇小說，經由出版界的評審委員選出10篇，再在網路公開給網友票選。得獎作品將於2006年1月發表，並製成電子書。這是日本第一個由徵文、評審到發表都在網上完成的「網路文學賞」。雖然傳統的文學獎都是由知名作家當評審委員，但是作家個人好惡有別，得獎作也不一定叫好又叫座。由出版社的商業眼光看來，不如請一般讀者決定比較客觀穩當。何況當初直木賞和芥川賞的誕生，據說也是為提升文藝春秋月刊淡季的銷路，由菊池寬想出的點子。只是有作家指出，為發掘新人的成熟度和創作能力，還是以職業作家比較有眼光。新的文學獎即使有短暫的銷售成績，對日本文化的累積並不一定有正面效果。是非如何，還是有待時光篩選吧！

◆ 網路書店市場擴大

由於訂購方便、豐富的庫存量和運送費低廉化，近年日本的網路書店有大舉擴張之勢。據日本出版協會出版科學研究所推計，日本網路書店的市場規模，由2000年的七十億日圓成長至2004年的四百二十億日圓，預計2005年將超過五百億日圓，數年後將佔日本書籍販售量的10%以上。目前亞馬遜網路書店，日本雅虎和7-11超商合營的「7&Y」和樂天網路書店等，紛紛免除或降低處理費。亞馬遜書店為強調訂購24小時以內出書，特別在千葉縣建築東京巨蛋球場1.3倍的卸貨中心，零售業者自備如此巨大的倉庫，據說是絕無僅有。此外，受到網路書店效率的刺激，日本兩大書籍經銷商東販公司和日販公司，也相繼改善出貨流程。前者投資三百億日圓在埼玉縣蓋新的卸貨中心，儲存八十萬冊，號稱日本最大規模。後者著力於用手機查詢庫存量和訂購的軟體系統，並且與POS（販賣時點資訊管理）系統連接，確保存貨和出貨快捷順暢。根據業界統計，現在日本每年有一千家以上書店關閉，十年間約減少一萬家，可說中小書店人人自危，不得不承認網路書市銳不可當。

◆ 電子書籍讀者增加

根據IT相關出版社的《2005電子書籍商業調查報告書》統計，日本電子書籍在2004年的市場規模，推定是前年度的2.5倍，達到四十五億日圓。尤其用手機閱讀的電子書，由前年度的未滿一億圓一舉升至十二億圓。雖然比起日本全體書市的二兆三千億圓規模，還是小巫見大巫，不過以年輕讀者為中心的「手機讀書」正蔚成風氣，不可小覷。這種用電腦或手機download購讀的書籍，因為高精度畫面手機的普及和定額付費方式的影響，整本書可一氣錄下，頗增加讀者的購買意欲。各家出版社紛紛設立電子書販賣網站，其中據稱原哲夫的漫畫《北斗之

拳》、飯島愛的半自傳《柏拉圖性愛》和綿矢利沙的芥川賞小說《想踢你的背》特別受歡迎。據相關統計，利用電腦或PDA讀書以男性佔8成爲多，但是利用手機讀書則男女各半。年齡別是電腦和PDA讀者以30歲代最多，40歲代居次，20歲代再次。手機讀者是20歲代最多，30歲代居次，10歲代再次，顯見手機讀者的年齡層很輕。據前述商業調查報告書執筆人表示，以女性讀者爲對象的漫畫正在加強電子書籍化，看來以手機爲中心的書市勢力將持續擴大。

除了書市電子科技化之外，日本在2005年還有幾個比較突出的出版現象，包括如下：

◆ 古典名著相繼新譯新刊

日本在二次大戰後，有一陣世界名著的翻譯潮。經過60年時光的洗禮，這些古典名作的譯文都顯得老舊，著作權也一一消滅時效。日本各出版社不放過這個好時機，紛紛投入古典新譯和新刊，造成2005年的出版熱潮。其中如新潮社在9月刊行《冷血》，10月刊行《唐吉柯德》，11月再刊行《羅莉塔》。據該社編輯長表示，這3本著作分別問世40周年，400周年和50周年，都是吸引新讀者的上乘作品。早川書房出版新譯本《伊甸園之東》，是逢詹姆斯狄恩去世50周年，美國對該作品再評價，並登上亞馬遜排行榜首位的影響。出版世界名著的老舖岩波文庫，近年只要發掘好的譯者，就重新翻譯舊作。據該社編輯部課長表示，半世紀後的今天，日本語和世相都變化很多，雖然期待新生代讀者閱讀古典名著，舊譯本卻文字擁擠繁多，不合時代潮流。今年岩波出版新譯本《月亮和六便士》，明年更將出版新譯巨著《戰爭與和平》。光文社明年6月將設立「古典新譯文庫」，陸續出版《簡愛》，《初戀》和《大亨小傳》等。該社編輯長認爲，往前衝刺的20世紀已經結束，現在是價值觀混肴的時代，讀者的心嚮往本質的精神。經過時代洗禮，古典名著是最不受淘汰的娛樂，翻譯文卻有賞味期限，因此重新以現代語言刊行。另外，日本很受歡迎的《星星王子》，今年適逢著作權到期，基於它是累積六百萬冊的超級長銷書，迄今共有6家出版社分別新譯新刊，蔚爲奇觀。著作權消滅的古典名著，出版社只需支付翻譯費，不需再負擔版權費，在出版不振的市場有薄利多銷的效果。此外，網路書店的普及也促進銷路，因爲一般書店新書充斥，往往短期下架，古典名著擺在網上賣，許多讀者只見書名不看內容，也會安心購買，是名作的獨特優點。

◆ 童書市場大放光明

近年日本少子化每況愈下，但是童書市場卻活力日增。除了席捲全球的「哈利波特」系列之外，日本本土的出版物，也因爲「晨間閱讀」逐漸深入各級學校而增加許多銷量。源起於1988年千葉縣高中的「晨間閱讀」運動，是教學生利用每天上第一堂課前的短暫時間讀課外書。至2005年8月爲止，已經有19772所學校實施，達到全日本小中高校的50%。據出版科學研究所統計，2005年1至6月的新刊童書，推定發行一百四十四億九千五百萬日圓，較前一年同期增加19.8%，也將書籍全體的成長率提高2.6%，不可不謂驚人。偕成社和河出書房新社等紛紛出版「學級文庫」，將名著做成套書販賣給各學校，業績節節攀升。受到學校讀書風氣影響，大手書店的童書部也熱絡許多，親子共同選書的情景屢見不鮮。據理論社社長表示，「學



級文庫」教學生接觸優質童書，對書產生興趣的孩子也增加了。此外，日本的童書還有一批新讀者，就是已經長大的成人。Popura 社2005年2月出版《少年偵探·江戶川亂步全集》和《怪盜亞森羅平全集》，都是具代表性的童書，30歲代讀者卻佔一大主力。這些童書都刷新封面，採沉厚色調，又擺在一般書籍部門販賣，據說很刺激成年讀者的懷舊感情。以兒童受虐待為主題的《Happy Birthday》（金星社出版），本來是小學高年級的童書，因為年輕女讀者口碑相傳，2005年4月改版成一般文藝書販賣，達到一百一十七萬冊的超級銷量。另外，2005年很流行的「立體繪本」因為製作精巧美麗，許多成年讀者當收藏品供自己欣賞。除此之外，日本各地的銀髮族讀書會多提倡讀繪本。據讀書會負責人反應，繪本多宣揚愛與和平等文化，為了傳播給下一代，大人有必要先閱讀感動。另有人認為唸繪本不只是聽，還一邊看圖，適合說者和聽者對話。繪本的顏色和圖像也是綜合藝術，能帶給高齡者元氣和生命喜悅。2004年日本的繪本發行量是1136萬冊，較4年前增加24%，可見成年讀者的繪本熱一點不假。

◆ 處世學和散步書熱門

學習待人接物的書2005年在日本大放異采，上半年暢銷書首位是《頭腦好的人、不好的人的說話方法》（PHP新書），第6名是《惡人的智慧學》（河出書房新社），前者賣了205萬冊，後者70萬冊。這兩本書都不是心理學家或社會學家撰寫，不過觀察力豐富的作者們，將人的性格仔細分門別類並舉實例，教讀者如何應對。《頭腦》一書作者樋口裕一，是論文補習班老師，他將人依說話方式分類，如「給自己增加權威的人」或「沒有根據就下定論的人」等等，教讀者如何一一應付。《惡人》一書作者是文字工作者門昌央，他舉出「勿對不說背後話的人掉輕心」和「驕傲自大的人其實耳根軟」等，也教讀者如何對付。這些書特別受20至30歲代男女歡迎，分析其背景，據說是現代年輕人多自我意識過剩，很在乎別人對自己的看法，又不知如何討好他人。伊媚兒等形式的交往常無法探索他人內心世界，更增加年輕人的焦慮。只是這類書就像賣特效藥一般，不論有無意義都教讀者囫圇吞棗，也令有識者憂心。另一類大異其趣的熱門書，是帶人散步的書。關於東京的歷史地理，有些書研究得非常透徹，教人嘖嘖稱奇。如《步行灼熱東京》（JTB出版），是行走60年代日本學生運動的路徑，對當時社會背景和世相有很詳盡的解說。《Earth Diver》（講談社出版）是由繩文時代的地圖考察現在的東京，讓人互相比較。《東京Studies》（紀伊國屋書店出版）是由建築、文學和電影觀察現代東京。此外還有《江戶東京散步》和《東京懷舊昭和30年代散步地圖》等等，各擅奇巧。據散步能人坂崎重盛分析，在東京爭相建築的摩天大樓群裏，傳統的小道街巷更加吸引人。這些書也顯示現代人一方面求新求變，又對從前戀戀不捨的矛盾心理。

最後，淺談日本2005年出版的話題書和重要作家：

1. 村上春樹的《東京奇譚集》（新潮社出版）

村上春樹的短篇小說作品，共收五個篇章，稱作「奇譚」，是指奇異詭譎，像是真的又不像的故事。村上本來就是說故事能手，神妙的情節由他道來膾炙人口，無論是追尋衝浪喪命的兒子陰靈的母親「Hanalei Bay」，調查在高樓公寓離奇失蹤的男子「只要像是會找到的場所」

或是會說話解謎的猴子「品川猿」，簡潔的語言，精巧的串聯和適當的餘白，充分顯示作家的功力，是能單純享受閱讀樂趣的書。

2. 大江健三郎的《再見 我的書啊！》（講談社出版）

這是大江繼《換取的孩子》和《憂容童子》之後的三部作，也是最後一部。主角一貫是諾貝爾獎作家「長江古義人」，經歷與大江本人雷同，只是故事純屬虛構，因此被稱「假的私小說」。本書描述長江的老友也是國際知名建築師椿繁，興起模仿911事件爆破東京摩天大樓的計畫。看似荒唐的情節，卻描述老人的悲哀滑稽，是大江對現代文明暴力充斥的抗議。作家一方面對人類提出警訊，另一方面認為人類有從絕境復甦的能力，思想格局不愧是大師級。

3. 重松清的《那天之前》（文藝春秋出版）和《你的朋友》（新潮社出版）

擅長感動人心的直木賞作家重松清，以《那天之前》賺足讀者眼淚，並創下出版3個月暢銷二十一萬冊的佳績。這是描述死別的7個短篇故事，包括突然死、意外死和絕症死等，送行和被送的人編織出各種無常人生。往日與現實紛陳，簡短深沉的語言和促進氣氛的小道具，如花火、牙刷或披頭四等描寫，都教人不得不佩服作家的精鍊。《你的朋友》主角是青春期的姐弟二人，分別描述他們由小五至中三的成長過程，主題是關於真正的友情。少年男女多懼怕被團體排斥，強迫自己構築表面關係，卻因意外事故而精神被解放，發現豐富的友誼。重松清探索青少年內心世界的本事驚人，不愧是感動讀者的能手。

4. 桐野夏生的《靈魂燃燒》（每日新聞社出版）

桐野夏生是近年非常受注目的女作家，作品格局都很大，曾得日本和歐美諸多文藝獎。本書一反桐野一貫的灰黑色主題，是描寫突然喪夫的59歲家庭主婦，如何從溫室走出，在家族紛爭和亡夫愛人對決過程中，逐漸發覺自己的潛能，終究獲得堅強和自由。作品獲得第5回「婦人公論賞」，評審委員渡邊淳一表示，日本小說絕少這類主角，桐野以驚人的存在感描繪半百女性人生，其實力簡直教同行相妒。「失去之後必有所得」的主題，也可說是鼓勵中高年追尋第二人生的佳作。

除了名聲確立的作家之外，2005年日本尚有幾位受注目的新人作家，如寫《打造野豬形象》（河出書房新社）的白石玄和寫《Sakura》（小學館出版）的西加奈子。《野豬》描寫兩名高中男生改造一名受歧視的女生經過，是弱冠21歲的白石玄的處女作，曾受芥川賞提名，並被改編為連續劇上演，聲勢大增暢銷五十五萬冊。《Sakura》是描寫平凡幸福的5人家庭，卻因意外悲劇而家人離散，再重新結合出發的故事。作者西加奈子現年28歲，這是她的第二部作品，用心經營平常生活的主題很受年輕女讀者歡迎，暢銷二十萬冊。此外，15歲的河崎愛美因《給你》一作獲得小學館文庫小說賞，誠是後生可畏。文末，順道提一本很熱門的異書《生協的白石先生》（講談社出版）。這是東京農工大學合作社的職員白石，專司回答學生投入信箱的千奇百怪問題，因為解答巧妙風趣，竟被編成一本書大為暢銷，可說是繼去年的《電車男》之後的「怪」著，也教人笑嘆日本書市無奇不有，讀者包容力驚人。