

數位媒體的共性

數位出版與數位電影的相遇

萬麗慧 ◎ 北京大學新聞與傳播學院博士研究生

跨進數位時代，媒體的界線似乎已經模糊不清，什麼是數位出版？什麼是電子書？什麼是遊戲？什麼是電影？什麼是電視？這些在過去我們能毫不猶豫區分的不同媒介，如今我們已無法清楚的區別。一部融合影音的電子書，還是書嗎？一部有互動效果的書和遊戲的差別何在？又數位出版包括所有的電影、音樂等影音產品嗎？這樣的紛亂清楚的表現在世界各國對於產業價值的統計上，同樣是數位出版，各國的範圍其實不盡相同。於是，當出版界的朋友都在討論電子書的相關問題時，在臺北電影節的一場研討會上，其間討論的問題，竟也和電子書發展中的相關問題有著驚人的相似度，這是意外也不是意外。

❁ 數位出版 VS. 數位電影

面對電子書的衝擊，有人開始大聲疾呼紙書的種種好處，其中一種最眷戀的說法，莫過於書的質感，用手翻閱的感覺、淡淡的墨香……等；同樣的在電影的領域裡，也有導演堅持用底片創作，認為唯有底片才能顯現出細緻的美感。出版界在問紙到底會不會消失？電影界則在問底片會不會消失？2012年1月，柯達宣告破產，更加深此憂慮。但就在底片和數位交界之際，卻也有導演認為非數位電影無法展現自己作品的質感，甚至要求影展的影評人一定都要去看數位版，才能知道電影的精采處。曾執導過《教父》的法蘭西斯·福特·柯波拉（Francis Ford Coppola）這位國際大導演，年事已高，面對數位電影的來襲，決定投身數位電影的創作，但他的年輕女兒蘇菲亞·柯波拉（Francis Sofia Coppola）卻堅持要用底片創作。臺灣知名導演孔玟燕則直接說出，沒錢就用數位，有錢就用底片。這些事情不禁讓我們懷疑，所謂紙、底片真有數位不可取代的美感，還是其實他們是各有千秋，只是現在的人可以依自己的需求，隨心所欲的選擇，而不必像過去讀者是被有限的載體限制和選擇。

❁ 跨界的競爭與合作

因為數位科技帶來的媒介融合，在電子書的市場，如今不只有傳統的出版社在競爭，科技公司、電信公司、硬體製造商、遊戲業者等，都紛紛加入戰局，並以各種競合關係搶食數位內



容這塊新興的市場。在數位電影的領域也是一樣，《木偶人：BBS 鄉民的正義》（以下簡稱：木偶人）電影導演林世勇，其實就是從動畫界涉足數位電影的工作，《木偶人》是一部真人與動畫、現實與虛擬交織的電影，林世勇表示動畫的幕後工作其實十分繁瑣，每秒鐘的畫面背後是24格畫面，因此最後在成本的考量上他們只得增加真人演出的部分；而孔玟燕也是從廣告事業跨足到電影的拍攝。

✿ 面對選擇，堅持自我

當跨界和媒體的融合已經是數位時代的常態，過去對於紙書的美感也受到了嚴重的衝擊，App Works 創辦人林之晨先生表示，過去在製作紙書時很多編輯對製作品質的要求有絕對的美感，因為當載體是紙本時，編輯只有一次出手的機會，但在數位時代，更常面對須不斷更新的做法，系統要升級，產品也要升級，甚至可以說數位編輯是在消費者的即時回饋中不斷對產品做出修正，在數位的時代，沒有完美的產品，因為永遠有更好的可能。導演陳宏一是一個不斷向視覺的可能性挑戰的人，他表示從2D、3D、4D……，到全螢幕，隨著科技的快速進步，電影的美學也不斷的改變。但即使現在不論是電子書和電影都和讀者或觀眾有了更多互動的可能性，但在看電子書時有人仍特意選擇無影音效果的PDF版，城邦文化生活旅遊事業群手機行動內容編輯部林士益總編輯及林之晨都分享了自己的經驗，認為當自己需要的是內容的知識時，過多的影音和互動效果只是干擾。同樣的在看電影的時候，也有不少人表示就是想靜靜的看一部電影，過多的互動是干擾，不是加分。對於這樣的看法，陳宏一導演則認為，數位科技在改變，觀眾看電影的習慣也應該要改變，不要總是被電影主導，要學會自由的思考，堅持做自己。被動接受，與主動尋找，原本是兩種不同的學習狀態，只能說數位科技提供了消費者更多的學習方式，隨著不同消費者的需求，人們可以任意選擇對自己最好的方式，兒童的學習也許互動的效果會比較好，研究資料的閱讀也許更適合靜態的呈現，特效電影則當然是愈真實愈好，藝文電影也許還是安安靜靜比較深沉。數位時代的生活，應該是由人們去選擇技術，而不是被技術所控制。

✿ 尋找會說故事的人

陳宏一認為，不斷進步的技術，有時候就像是玩具，人們嘗試使用它，但不久可能它又被其他的技術所取代，在快速的變動中，他的電影《消失打看》想問的是什麼才是不會消失的？孔玟燕表示，善於說故事比什麼都重要。目前幾乎無論是文學、電影、電視、動畫等，每個領域最缺乏的人才依舊是寫腳本的人才。陳宏一認為，現在分工很細，只要有好的故事，一定能找到好的工作人員，幫忙處理其他技術上的問題。這讓所有技術上的表現都回到了原點，長久以來不少表現亮眼的電影、電視、表演等作品都改編自成功的文學作品，但卻少有成功的小說

是改編自其他著作權類型，原因不外文學作品對於人性的深刻描寫，是其他媒體所不能及的。因此，雖然近年數位科技幾乎主導了數位內容產業的發展進程，但是真正讓數位內容產業得以迅速發展的終究還是本於最單純的文學作品。數位內容產業的進步關鍵不在數位技術，好的創意或好的故事仍是所有商品形式的源頭。

● 好通路勝過好產品

林之晨的工作是為一家投顧公司尋找投資標的，他表示評估一個企業的標準有很多面，團隊能力、品牌力都是重點，但更重要的是通路能力，「好通路勝過好產品」。去年 7-ELEVEN 推出了自有品牌 7-select，他們不用特別做廣告，或是做的特別好吃，就能創造出不錯的銷量，正是因為他們擁有好通路。當數位內容的產品愈來愈多，最後在 APP store 上只有前幾名的產品能被注意，但 APP store 內的排名並不是數位內容製造商可以控制的，因此要去追求排名是不可能的，且不用說排名前面的一定是遊戲產品，更不會是電子書這類原本就屬小眾的產品。但傳統出版社仍有自己的利基，就是將出版社或作者多年累積下來的忠實讀者、社群粉絲的購買力，透過連結或是其他方式，轉換到數位平臺上消費數位形式的產品。他認為傳統出版社如果要在數位內容產業上和其他類型的科技業者競爭，這應該是最大的優勢。在數位電影方面，資深電影人李亞梅也表示，數位時代創作的成本門檻愈來愈低，但在電影行銷費用的投入上確是愈來愈高，她鼓勵有興趣投入相關行業的人，確實可以藉由方便的軟體和設備多做練習，但如果要正式跨入電影產業，門檻其實是比過去更高的。《生命無限公司》導演盧泓表示，他學生時代所學和電影並無關係，但因為喜歡電影就自己集資拍攝電影，《生命無限公司》的製作費用主要是靠政府補助，其他資金則是自己努力向各方籌集而來，為了省錢，在電影中的場景能省則省，因為每一個場景的燈光和佈置都得重新來過，成本也因此會增加。但好不容易片子拍好了，也入圍了 2011 年的義大利影展，如果要發行就要再投入 200 萬元，實在沒有更多的錢，所以該片並沒能在國內任何的電影院上映，收入就只有賣斷亞洲 DVD 發行權的區區 5 萬元。對導演而言唯一的安慰大概是，該片在首映後隔天即看到大陸有盜版出現並放在網路上供人下載，這表示對於這部電影大家是喜歡的，還有盜版的價值。

這樣的情節，讓人訝異卻也不意外，很多優秀的國片屢屢獲得國外重要影展的大獎，但在國內卻不為人知，或是上映沒多久就旋即下檔，通路的成本實在太高。沒有好通路就不可能有交易行為產生，也就不會產生經濟價值，讓更多人得以繼續投入相關產業。也無怪乎，在數位時代大多數人高喊「內容為王」的時候，不少精明的商人更看重的是「通路為王」。

太極影音副總經理楊宗哲表示，文化商品原本有地域性，要出去不容易，別人要進來也難，當初為了要打進國際市場，公司就直接到美國設立辦公室，透過每次的談判與合作學習到寶貴的經驗。其實，類似的作法在大陸的出版社也已經執行，透過國際出版社員工的互換學習



或出版品的共同合作，都能習得寶貴的經驗，相較之下，臺灣的出版社多半屬於中小型企業，在財力和人力上都顯得不足，網路搭建出全球市場的商機，卻也同時迫使企業面對全球的挑戰。「阿奇八八科技股份有限公司」數位內容平臺創辦人黃美月表示，目前過度倚靠 APP store 這類國外銷售平臺去販售產品會有潛在隱憂，因為會員的資料都掌握在國外的平臺商手上，而不在國內內容生產商身上，但會員的消費資料其實對於日後產品的修正和發展有很大的幫助，又如果日後該平臺商要進入臺灣市場，也會因為擁有這些消費資訊會變得十分容易，因此臺灣一定要發展自己的數位內容平臺。

❁ 日形複雜的數位版權授權

一個創意，要透過一連串的產製過程，才能變成了產品，就有了可供交易的實體，才能透過交易產生經濟價值。而這其間的每一個過程其實都涉及到著作權的授權。以出版社為例，要出版一本紙本圖書，出版社必須取得原作者的授權，才能進行製作和銷售，而如果是電子書，不論是書的製作或是銷售同樣也都需要經過作者授權。但目前隨著數位科技的進步，授權的形式已經不像過去受限於紙本和印刷時的單純，多半只集中於不同語種、精裝、平裝等不同版本，數位時代跨媒介影音融合的特性，讓授權變得複雜，另一方面對於授權後的利用和保護機制也很難掌控，買賣雙方對於科技的懼怕及對人性的不信任，讓原本在數位時代可以更快速達成交易的契機始終沒能出現。據了解，日劇近幾年在亞洲地區的市佔率大幅滑落，主要也是日劇的版權愈來愈不容易談，日本對於盜版的疑慮很高。這樣的顧慮確實不是沒有原因，臺灣的偶像劇在大陸就經常被盜版，偶像劇《就想賴著你》在臺灣才剛播出，就已經登上大陸「土豆網」，三立電臺自然要向對方提訴，但沒多久就發現三立和土豆網開始有了合作機制產生，也就是以後只要是三立的偶像劇，都可以通過合法授權在「土豆網」上供人下載播放，所謂「打不過就合作」多少還能有點收入。

在電子書的市場上，對電子書製作的業者而言，大部分的業者會視電子書製作的複雜程度，給予著作權人不同比例的版稅，或是以共同持有著作權的方式進行。黃美月表示，如果是簡單格式的電子書，因為格式轉換容易，作者的版稅比例就會比較高，但如果是影音互動效果豐富的電子書，因為製作成本十分高昂，公司多半會考慮和原著作人共同持有著作權，這樣才能靠日後的收益打平製作的成本。楊宗哲也表示，公司的發展策略之一就是要握有著作權，當然不一定是百分之百的著作權，此外，太極也要求自己的產品內容要具有永續生存的價值，並整合一流國際人才，保持技術上的領先優勢。

❁ 跨越傳統出版與數位出版的鴻溝

如何跨越阻擋買賣交易達成的因素，讓數位內容產業能因為更多交易產生更多的好商品和

好價錢，除了科技能做到的努力，最終的關鍵可能還是在於法治精神的提升。科技從來不是完美的防護網，有人可以製作，就有人可以破解，關鍵在破解的經濟價值夠不夠大，值不值得破解。因此，與其不斷投入更多的成本在數位保護 DRM，不如從重新思考商業模式和提高消費者的法治精神著手。APP 的低價銷售策略、手機來電答鈴下載的無感消費，甚至使用者免費的商業模式未來都可能是成功的模式，過分違背人性的律法終究只是空中樓閣。而在一個法治素養過低的社會，要從事任何商業交易行為都要負擔極高的時間和金錢成本，最終抑制了交易市場的蓬勃，並阻礙了創意繼續發展的可能性。

著作財產權的目的主要在獎勵更多創意的產生，而不是以給予著作權人最高的報酬為目的，著作人的財產權和使用者的合理使用權的拉鋸，一直在著作權法的發展史中不斷上演，而且會一直持續下去。愈來愈多人體認到 DRM 的無效。最終帶領人類跨越傳統出版與數位出版授權鴻溝的關鍵，可能還是要回歸到著作權法成立時最初鼓勵創作的精神。

