



龐大商機的背後？

略論網路小說出版

高雄師範大學國文系教授 ◎ 李金鵞

一、前言

「作者已死」嗎？當羅蘭巴特如此宣告的數十年之後，科技革新，使一批又一批的「作者」，重新誕生在虛擬的世界——網路中。在這個作者、讀者、批評者、出版者、流通者不分的世界中，與其說是「作者重生」，不如說是「編輯之死」。網路催促了通路的創新，成為擁護多元價值的幫手。

當這些在虛擬網路世界的成名之作，轉戰實體通路時卻又是另一個局面，並不是每一部作品，都如同在網路世界中得到同樣的成績。這是不同讀者族群的不同閱讀習慣所造成的差異所致？亦或當網路世界搬到實體世界，接受傳統市場機制的洗禮後，會有截然不同的結果？

二、編輯之死

詹宏志就曾以蔡智恒的網路小說《第一次的親密接觸》成功的實體出版的狀況，發表他的看法：

它意味著出版決策流程有可能發生地殼變動，它意味著出版者與編輯人行使判斷的權力將受到挑戰。

以往藉由編輯「專業」的判斷來取捨是否能出版，改由網路上受歡迎的程度，透過點閱率、透過引起討論的方式來決定，那編輯的存在與重要性絕對被壓縮。「以前編輯跟本沒有機會測試市場反應，現在網路已經先做市場篩選了，網友喜歡的，實體世界也會接受。」如果成功了，代表不需要編輯的篩選，網路上的大眾，自然會幫出版社篩選；失敗了，或許可以說是閱讀習慣、或消費能力的差異所導致。如果大眾的閱讀習慣已經轉移，那整個出版事業體系勢將不保，這個問題更大。

編輯之死，有可能成為數位複製時代，文學市場一個新的現象，即使不是死光，也將逐漸凋零。

三、看誰在說話——一種回歸

在網路上，文字，被拉下祭壇，成為每一個人可以使用的工具。滿足人性天賦的創作慾，一定程度完成人人都是作家的夢想。

這種以接近口語的方式，以一種近乎談諧的語言在敘說自己的故事，很明顯的，是許多網

路上流傳的作品主要的基調。都是「愛情輕文學」？如果佛洛伊德來看，這一點也沒有問題，本該是這樣。不論是「輕文學」、或是「失序震撼」現象，都是與網路文學共生的特質，若失去網路，則這一切將不存在。

這是一種對文字魔力的解嚴，一種回歸大眾的解放，並且逐漸解構人類數千年文明發展積累而成，對文字魔力臣服的集體潛意識。許多網路作家在初始之時，絕不是爲了要成爲文化工業體系裡的一員、爲了要得名得利，只爲了透過分享和討論，來書寫自己的感情而已。語言的口語化、詼諧的筆調、以第一人稱式的敘事手法也就成爲網路文學最大的幾個特徵。

這就是一種回歸，雖然在網路上仍透過文字的書寫，但卻因使用這一個科技的低技術性、普及性，每一個在這個世界所具有的平等和民主，於是我們所看到的，就是這種具有先民口傳的個性。

看似高科技的網路發展，對於文學而言，卻是一種回歸。

四、資本主義的染指

在臺灣第一部在實體通路出版的網路小說——《平凡人的愛》（作者：徐曉晴），竟然遲在1998年3月才由皇冠出版社出版，這離網路小說的書寫興起，已經有一段的時間。

而真正令人引起注目，莫過於同年9月初版的由筆名痞子蔡的蔡智恆所寫的《第一次親密接觸》，引起的風潮還擴及華人世界。於是，這股將虛擬世界受到肯定的小說創作，拿到實體通路出版的風氣，一發成潮。

如果以虛擬世界受到歡迎的程度，做爲選書的標準，這又有兩個問題，一是受歡迎就是大賣，那爲何會有一些反面的例子？二，如果在網路受到歡迎，表示這些已經流傳了一段時間了，表示已經有相當多的人看過這些作品了，那爲何又能吸引看過的人，再次購買這些紙本的產品呢？

電腦文學「純以電腦環境爲存在的空間」（注1）的本質，應不是指做爲思想載體本身，而是指電腦、網路的普及化、個人化後，所形成的技術上的突破，使每一個人都可以成爲作者、讀者、批評三合一身份的改變，「作家」的桂冠，不用再由出版社的編輯所賦予，而讀者也不用先透過編輯的把關，而得到發表的「自由」。網路小說的出版，基本上是和這種精神衝突，不過是這些出版業，想藉「網路」來賺錢的另一種手段。

這些資本家，透過編輯介入網路小說的園地，已經開始腐化這個原本自由、分享，重視個人愉悅的天地。於是實體通路的編輯，也似乎重新爭回出版的主導權。這些業者，似乎要積極收編網路寫手回歸到他們的體系中，如今，成天有一些新的「作者」，透過Email，郵寄自己的作品，爭取自己作品出版的機會；原本討論網路小說的園地，現在討論是如何和出版社談判，爭取版稅；原本可以自由傳播、轉載的網路小說，居然出現「重視版權」這些字眼。而出版業者，更直接來誘惑這些「作者」；或者如直接設立網站，直接收受專以出版爲目的的投稿。這些業者，似乎要積極收編網路寫手回歸到他們的體系中，但市場的回饋往往不是如此，對於原



本創作自由、閱讀自由的天地，卻因此沾染許多的銅臭味，日後將如何走？

五、結語

（一）出版模式的丕變


不必出版、無須付費、沒有枝枝節節的寫作要求與限制但也沒有版稅收入，這是網路小說的可愛處。可以說自有人類以來，從沒有過如此自由、如此環保的創作環境。喜怒哀樂隨興、愛恨情仇皆可上傳，甚至性愛日記都可以創造超高點閱率；這是網路小說的魅力。這不是革命是什麼？這不是奇蹟是什麼？

但離開了網路，一切都不存在；這也是數位記憶時代的特性之一。網路改寫了出版商的歷史與命運，同時也改變了庶民文學家的歷史與命運。在這個沒有守門人；甚至沒有規則、也沒有時間限制的網路符號世界，網路小說猶如一座巨大的魔法森林，可以同時困死無數原形畢露的侏儒與惡靈。書寫的習慣在此已不成章法，就像是避入幽暗的山谷，獨自說著夢話一般，沒想到原來想要偷聽夢話卻是一種龐大的商機。於是出版商偷窺了網路心理，以點閱率為人氣參考，意圖創造實體化的商機。

網路消費群體有其特性，網路的失語震撼與失序現象，或許正是高點閱率的魅力所在。轉為紙本實體出版時，編輯所考慮的重點之一，是出版品的生命週期；是要不要求登大雅之堂？

（二）出版品服務業化

量身打造是未來的趨勢，以收藏為目的網路小說出版風正在醞釀形成之中。不同於以往的出版目的，不追求高銷售率與高利潤，但同樣可以為出版商打造驚人利潤的龐大商機潛藏在這一股巨大的網路小說風潮之中。針對付費網站和電子報社群這些特定閱讀習慣的網友所設計，量身打造專屬的收藏級網路出版品。當然，網路小說的創作者，廣大的庶民文學家也在服務之列。這是網路出版服務業化的因應之道。

以目前的行情，想要出版一本個人風格的個性收藏書籍，一部230頁10本書所需的費用不到新臺幣三千元。（注2）這是繼繪本創作大行其道之後的新創作個性，在個性、收藏、小眾認同的色彩之下，和私房菜、私房歌、私房悄悄話一樣，私房書的分享與認同，同時也落實了每一個人都是作家的大眾文學家之夢。

注釋

注1 見陳徵蔚，〈「文本電子化」對於電腦文學的意義〉，<http://www.wei1105.idv.tw/comp/journal/digitext.htm>。

注2 此為優秀文學網的特別服務。