



個人數位出版時代—部落格

47-49.

國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士班印刷出版科技組研究生 © 許晏銘

數位內容產業在近幾年來一直是很受注目的一個產業，除了政府大力栽培之外，這個新興產業的魅力也是許多人關注的。數位內容產業的範疇其實是很廣泛的，目前國內在數位內容產業推動辦公室將數位內容分為以下範疇：數位遊戲、數位學習、電腦動畫、數位影音應用、行動內容、網路服務、內容軟體、數位出版典藏（林宏澤，2004）。在這八大項目之中，「數位出版」也是屬於其中一類，可見於政府對於數位出版產業也是有相當程度的重視，數位出版產業在近幾年中，雖然沒有明顯亮眼的成績，但是我們可以漸漸看見這個產業的茁壯，以及相關的應用都漸漸成形。在近期，「部落格」這名詞又漸漸被炒熱，有人說這是網路傳播的殺手級應用，也有人稱部落格為「微型出版」，也可以稱為「個人出版」，本文先就數位出版與網路傳播之間的關係作一探討，接著再探討數位出版與部落格之間的關係，最後為結論。

◆數位出版與網路傳播

知名傳播學者麥克魯漢曾經預言「人人都將是出版家」，在網路時代果然是驗證了，我們可以看到現在網路上各式各樣的電子布告欄（BBS）、網路論壇、新聞論壇、網路聊天室、留言板等具有對話互動形式的網路資源，雖然目前電子布告欄已經漸漸式微，只剩下少數學生族群使用，因為只能呈現文字形式的資訊已經不能滿足大多數網友，取而代之的是網路論壇，網路論壇可以說成是利用瀏覽器閱讀的電子布告欄，功能包含圖文聲音影像都可以呈現，形成現在現實社會中一個多元化的輿論空間，人人都可以自由地在網路論壇中提供新聞或是各種資訊，或是表達自己的觀點或意見，回應別人的觀點或意見等，在網路論壇中，每個人都可以是資訊的提供者，也可以是資訊的接收者，這就是網路時代媒體的特性（天下文化策劃編輯，1999）。以往人們對於數位出版的認識僅限於光碟書、多媒體書之類的形式，但是因為網際網路的出現，造成資訊傳播以及流通的快速轉變，對於內容的載具也變為更具可能性。

數位出版跟網路傳播的關係，依這幾年來的變化，可以發現很多的出版書籍都是作者先在網路上發表，接著才出版印刷紙本，如著名的痞子蔡、後起的藤井樹、水瓶鯨魚等，再加上2004年出版的《羊肉爐不是故意的》，也都是先藉由網路傳播的力量再出版紙本書的成功案例。因為這樣的風潮，所以網路上出現越來越多所謂的網路作家（Digital Writer），在網路上發表自己的文章，供大家下載閱讀，在網路上，沒有任何限制，可以盡情揮灑自己的創意，對作家而言真的是受益良多。但是，這隱藏著一個問題，傳統出版的審查制度在數位出版中將會受到挑戰，個人出版的審查將會由讀者來決定。在以上的說法中，我們可以知道網路上雖然資訊很多，人人都可以提供資訊，但是又有多少資訊是真的可以利用的，網路上充斥著一堆垃圾資訊，如何有效的獲得正確的資訊也是目前需要去注意的地方（行政院2004出版年鑑，2004）。

另外一個值得注意的是部落格 (Blog)，大約從 2002 年開始流行，實際上這就是網路日誌，當初發展初期只是個人發表思想的一個管道，但是現在已經成爲一種新興的媒體，熱門的部落格內容千奇百怪，從新聞到新聞內幕、個人思想、個人興趣、文學等應有盡有，因此越來越多人從部落格中獲取新聞、資訊、評論，參與的人也越來越多。部落格內容類型主要有分爲流水帳、記事本、跟過濾資訊，流水帳即是在部落格中寫的是自己生活瑣事，較枯燥沒內容。記事本即是個人在部落格中發表自己的看法，或是小短文。不少人以部落格來過濾資訊，透過部落格的篩選來獲取自己所需要的資訊，一些作家也會在文章中的關鍵字做超連結，藉以讓讀者了解更多延伸的資訊。

◆部落格的崛起

部落格最早的原型誕生於 1993 年，原本是一種網路過濾器 (Filter)，功能僅限於挑選一些網站，並做一些簡單的介紹而已，1994 年美國史瓦斯摩爾大學 (Swathmore Colledge) 大學生霍爾 (Justin Hall) 建立了第一個部落格，但是當時受限於技術，到 1999 年時，全球也不過只有 23 個部落格，至今年 2005 年全世界已經約有三千萬個部落格，而造成這樣的熱潮的原因是什麼，跟「權威」多少有點關係，在過去，資訊管道以及資源不對稱的問題，權威總是掌握在由年紀、資歷、財富、社經地位較高的人物手中；但是，在部落格中，我們看到的是部落格有能力可以扭轉這個局面。只要稍微的瀏覽世界各地的部落格，就會發現有的作者比臺面上的新聞記者還博學、有的作者比知名設計師還會設計、有的作者的評論比任何媒體的評論還要受重視、有的作者的情報比新聞媒體還要靈通……等諸如此類無奇不有的情況都可能在部落格的世界中發生 (史倩玲，2005)。在這樣的熱潮當中，可以知道的是「個人出版」以及「出版平民化」的時代將要來臨。

部落格會崛起的原因包含幾個特點：例如使用簡便，且在 WWW 下瀏覽方便，不僅可以容納長文字，並且可以置入照片以及影音串流，而且還可以跟別人的部落格相互連結，因此部落格會崛起，一部分是因爲它取代了「個人網頁」，成爲最佳的解決方案，成長的速度以等比級數快速提升，微軟總裁比爾蓋茲曾說部落格是除了「電子郵件」、「BBS」、「即時通訊」三大服務以外的第四項網路殺手級應用，我們也可以看到現在許多網路業者提供的個人化整合性服務，就是包括電子郵件、網路相簿、最後就是部落格 (史倩玲，2005)。另外，部落格讓有心想要發表資訊的人，降低了許多使用門檻，以往架設個人網站需要學會複雜的 HTML 語言，以及基本的網頁設計與編排，使用免費網頁空間還要擔心頻寬以及空間的問題，對於電腦初學者而言，這些狀況都是惡夢，但是使用部落格，只要學會基本的打字以及上網，就已有能力架設屬於自己的部落格。使用門檻低尚不是部落格會風行的唯一原因，部落格的形式類似「私人佈告欄」，因此可以容許作者以較長文章的形式表達自己完整的概念，並且不受他人的拘束，同時部落格上「RSS」(Really Simple Syndication) 的訂閱功能，就如同其名稱一樣，使用十分簡易，網友可以藉由簡單的操作，就可以在部落格的內容更新時得到通知，這些特色使這個新興媒體不斷的強大起來，國外有人將部落格比喻爲「草根媒體」，就是個人的線上出版系統，當

出版以及訂閱的成本變的便宜且程序十分簡單時，這種新興的出版形式勢必會造成一股熱潮。

在網路上，常常可以看到許多業餘作家或是文筆不錯的人架設的部落格，我們可以想像，當他們文章內容漸漸增加時，是不是就可出版一本個人的文集呢？其實這些人也是有這種想法，畢竟數位資料的格式往往是不太能確定是否能長久保存，有些人還是要看到紙本書印刷出來，才能感受到翻閱的樂趣以及實質書本的滿足感。其實這些概念是可行的，如果這些部落格作家聯合或是以個人名義出版文集，現在的印刷技術是可以幫他們完成的，這就是數位印刷的技術，不需要製版，以數位化檔案的形式，就可以直接印刷輸出裝訂成冊，目前也可以在網路上看到許多部落格作家對於這種數位出版方案都有著極大的興趣，這對於出版界以及印刷界來說，都可能是未來新興的一種商業模式。

另外，隨著行動裝置的功能越來越強大，任何產業的趨勢也都與「行動」脫離不了關係，目前更發展了「行動部落格」(Mobile Blog)的相關應用，主要也是因應科技技術的成熟，隨著第三代行動電話(3G)的開通，以及手機幾乎都可內建照相以及錄影的功能，行動電話業者預先看到了部落格的潛力，認為這將會是行動電話下一個應用趨勢。利用手機隨拍隨寫並且上傳到部落格，這對於喜愛用影像紀錄生活的人們將會是一個很好的解決方案，並且可以真實的紀錄生活。如果克服網路傳輸的問題，將來影音部落格(Video Blog)也很有可能會盛行(Fievet & Turrettini, 2006)。目前國內也有許多通信業者利用3G行動電話搭配行動部落格的服務，推出至今也受到許多使用者的歡迎。

◆結論

部落格雖然只是數位出版的其中應用之一，但是今天我們不得不重視它所帶來的影響力，因為現在科技的趨勢是朝向「個人化」、「客製化」的走向，可以讓人自己掌握的線上出版媒體，這對於想要自己擁有媒體的人是一個很好的解決方案，而對於業餘及網路作家而言，這個窗口又可以發表他們的作品，並且當下就可以知道讀者對於文章的反應以及回饋，如果受到歡迎，可以再以紙本書形式出版，這種模式已經有許多成功的例子，但以後是否還會這樣，就無從預知，因為科技隨時在變，讀者的口味也隨時在變，但是我們可以知道的是，部落格的熱潮還是會持續流行。

參考文獻

1. 天下文化策劃編輯(1999)，出版人的對話-關於兩岸出版發行的論述，臺北，天下文化
2. 林宏澤(2004)：我國數位內容產業現況、機會與發展趨勢，黃光彩(主持人)，數位內容理論與應用趨勢，2004圖文傳播與教育學術研討會，國立臺灣師範大學
3. 史倩玲(2005)，解讀Blog全球旋風！，數位時代，108，56-79
4. Fievet, Cyril & Turrettini, Emily (2006)，誰沒部落格！，臺北市，商周出版
5. 行政院2004出版年鑑(2004)，2005/6/1取自：<http://www.gio.gov.tw/info/publish/yearbook/list.html>