



## 作者與出版—

36-38

# 訪未來書城總經理侯吉諒

南華大學出版學研究所研究生

劉筱燕

這一、二年在出版界不時地討論出版與網路的關係，引起騷動的第一波，莫過於1999年明日工作室的創辦以及未來書城的成立，2000年出版大事中，記錄華人第一個專業讀書網開始建立；侯吉諒，正是主導著這一波出版創世紀工作的主要人物。

侯吉諒擔任過時報周刊編輯，創世紀詩刊主編，海風出版社總編輯，聯合報副刊編輯，現任「明日工作室」副總經理及「未來書城」總經理，同時他也是「台灣現代詩網路聯盟」發起人之一。大學食品科學的背景，實在很難讓人和他的出版工作連結在一起。

從創作者到管理者，不論是平面的編輯或是網路的工作，每個階段侯吉諒都是跟著時代科技的進度腳步在走，也絲毫不曾感到困難。他坦言當許多人對電腦仍是一片渾沌時，他早已用電腦上網了，甚至跟電腦工程師討論電腦程式，或網站技術都不成問題，因為他把這一切當成工具。

在創作群中，國內無一人像侯吉諒的創作媒材豐富，從傳統到科技，無所不包，以創作者角度來說，侯吉諒把這些媒材視為工具，且全然與創作無關。他說：「網路文學與網路的上游創作，創作就是創作與載體無關，若以文學來說，無論你是拿毛筆、電腦打字都只是工具的使用，因為創作都是在腦子裡。」曾倡導網路創作的推手，對網路文學的創作直言，且「從來不認為超文本、多連結這樣的創作有什麼意義」，侯吉諒坦坦說出他的觀念：網路創作也許有人認為是比較新的模式，但也只是工具和形式上比較新，意義上是依舊的。在創作中所謂新舊，第一個

層次指表達的內容，第二層次即新舊與好壞無關；作品有無價值端賴其好壞和新舊，一個在二十世紀寫三流詩的詩人價值當然遠不如三千年前詩經寫的詩，對於文學的價值標準，由此可以看到創作的的新舊與好壞的差異。

侯吉諒不論在哪一個領域都算是先驅者，以他對網路生活的體認，他十分肯定的表示，網際網路確實改變了人的生活，網路和電腦是很強大的工具，不是虛擬的，是實實在在的東西，不論有無上網都大幅改變生活習慣。出版的影響也不只是在網路文學的創作上，以2000年中國時報報導文學獎，本來經評審第一名的作品，因網友抗議而從缺。作為一個投稿者過去根本無法影響編輯，編輯最大，更何況文學獎。在中國時報文學獎的例子中，卻看到了網際網路對整個出版結果的影響，而且是許多人透過電腦參與了整個事件。

現在許多出版社用網路文學來強化出版內容，雖是如此，最先在臺灣侯吉諒與須文蔚開創臺灣詩網路聯盟，並針對網路創作提出概念，事實上侯吉諒一再提醒創作者，網路工具創作主要是提供更多可能，並無太多意義，主要是作者應該有的創作本質。

提到作者的本質，就是把東西寫好，是最簡單也是最困難的地方。有沒有靈感的時候畫一顆樹，或寫一顆樹有關的詩，會不會不一樣？侯吉諒以作畫和寫詩同樣的創作比擬沒有靈感的狀況，所謂靈感不是突如其來的，而是說靈感是特別好的時空、心情身心方面的組合，它讓你可以把心裡的东西寫、或畫出來，這就是藝術珍貴的地方。至於說最基本的技術，不管今天世事感覺如何，若寫一篇文章



就有一定的水平，作畫、寫詩都一樣，這是屬於創作者基礎操作與水準的問題。把東西寫好，就是一個作者應有的本質與觀念。他認為作者除了寫就是寫，一個作者不管心情如何隨時都要有八十分的基本品質，創作的水準與人生的修養、閱讀，對創作的用心與有無企圖心突破自己有很大關係。創作是不會留在原地，會往上累積或不斷地往下掉。因此，同身為作者，侯吉諒期勉作家要能突破，對把東西寫好，才對得起自己和讀者。

對於出版社應市場需要，有時要求作者應企劃的主題來寫作，侯吉諒不曾答應配合，甚至反對出版社這樣的做法。他認為創作是先滿足自己，要滿足自己才能滿足別人，對他來說，創作就是創作，不是譁眾取寵，也不是做生意的工具。也看到報社經常作企劃編輯的徵稿活動，曾當過報社編輯的他認為，那是強姦作者的行為，也傷害讀者的權益，這樣的編輯概念讓他很不能苟同。如希望作品越短越好，短到無以複加，作為一個實驗或理念宣導是可以的，但報紙副刊規定文長三百字，根本無法表達創作者的意念。出版溝通應尊重作者是說話者，侯吉諒認為剛開始寫作的人在爭取合作與露臉的機會下，也許可以嘗試這途徑，但究竟不是一個作者該長期經營的。

整個市場環境來說，他認為報社企劃主題一學二、二學三，點子就這麼多，抄來抄去，過去十年有長篇副刊，但現在很難在看到長而有份量的作品，讀者權益自然受到影響。市場上近來強調短文，但從文學發展的角度來講，誰說輕文學輕薄短小一定是趨勢，侯吉諒覺得這是完全未經過驗證過的東西，全然是一位編輯為了編輯方便的起見，當然另一個最重要因素是好稿子難求；文學作品雖不能以長短論英雄，但當所有的文學消費卻以媒體決定了文學的消費世界，傷害是很大的。侯吉諒因此非常敬重老出版家，有雅量出版在市場上被認定與主流不同的東西。

所謂主流與非主流都是被喊出來的，侯吉

諒不認為有主流與非主流之分別，在他的心中內容好不好才重要，在市場上也常看到這樣的例子。如九歌出版朱少苓《傷心咖啡店之歌》，作者沒發表過作品，又沒出過書，連出版狀況都不清楚，若以主流分法是永遠沒機會，所幸九歌認為作品好，這本書出版後不僅銷售上得到一定的成績，同時作者的名號也被打出來了。侯吉諒看到現在出版商業行為讓出版文化有本末倒置的情況；商業性造出來的結果與科學的無知，限制了編輯行為。市場並沒有規定什麼樣形式的書會好賣，以侯吉諒對出版的瞭解，他說：「一本書好不好賣只看作者，封面和書名，作者佔了百分之九十，內容一點都不重要。」在出版的市場操作行為上，會以市場規格要求作者，這是屬於商業與所謂理性操作，會把好不好賣放第一；創作中真正重要的是作者腦裡的東西，以作品好壞為準是一種出版與編輯應有的看法。

暢銷書當然有其操作方式，侯吉諒以他經驗分析暢銷書的模式：在臺灣一萬本算暢銷書，三萬本就可進入排行榜，從二千本銷售到一萬本需要靠作者、封面和書名基本三個條件；本質上作者就有區分和設定的讀者對象，不考慮銷路好不好，只想書好不好。從一萬到三萬就需要市場操作，廣告、行銷可以刺激，同時需要看作者下的功夫有多少，包括作者的人脈與銷售活動的配合度。超過五萬本就要有特別方法和特別原因，與大眾媒體有極大關係，例如流行造假、當日銷售數字…等等，暢銷書本來就是流行的東西，也就有操作手法，像是自己的媒體交互運用、用許多武器叫你買書，大部分的書是沒有道理暢銷，讀者其實也很容易用常識去判斷數量的真假。一般出版社如果連作者都沒有時，是無法抵抗大出版這些武器，小出版社若想要叫好又叫座，只有堅守一個原則：第一寫好，第二編好，第三賣好。對於暢銷書的操作，侯吉諒說有人作就好了，他，無須跟進。

作為資深作家，侯吉諒看年輕作家很會談



出版條件，他十分感嘆以往作者從不要求出版社，只要出書就很高興，而現在卻出版最濫的東西用最好的包裝和印刷去製作。作者爲了出名或經濟因素而作，在他眼中真正的明星是潮流裡的英雄，絕非單純靠炒作。一個年輕的作者應有基本認識，若以商業影響到自己的寫作，他以斬釘截鐵的說「東西不感動自己，怎可能感動別人，這樣一輩子沒希望是無須爭論。」

年輕作家和出版社不懂出版的本質，出版社在考量上規劃是有其必要，對侯吉諒來說，是對出版行業太熟而不敢去要求，但年輕作家反而不是，常要求一些市場看到的條件。就出版者角度侯吉諒的出版條件是很硬的，希望作者不要過多要求，他說：花招誰都會，但爲什麼要做這些花招，我不需要賺太多錢，一點意義都沒有。擁有龐大資金的未來書城在沒有經營壓力下，較一般出版社可以主動篩選出一些好書，但他強調也不會過於理想，出一些沒有人看的書。「只要好東西才有出版的價值，只要是出版人就是要去推廣」一個出版人本職該是如此。出一些少量的書對社會經濟沒有幫助，對人類知識的累積也沒有作用，作者要心胸開闊，讓最多的部分讀者，看到自己的創作，作品也一定要走出去接受讀者的考驗。

侯吉諒對於各層面總是要求自己又要精又廣，就像打字對他來說是一個工具，也覺得打字與創作連帶動作有關，因此，要求自己打字與寫字的速度一樣，很多人都不相信他的打字速度可高達一分鐘 80 個字，「認清此一時間到底要作什麼，方法想通了就要去學去做」是他一貫的想法。當他建構臺灣第一個讀書網站作線上閱讀時，遭到許多出版社反對甚至抗拒。他瞭解出版社怕被科技吃掉，一般人都有排斥科技的本能。但侯吉諒爲何總能很快切入對的方法，涉入最新的領域？他歸納原因是態度，只要心態對了，就沒有太多的麻煩。

當老闆的責任是把東西準備好讓員工工

作，同時願意給員工學習的時間，但要員工自己做，過去報社改用電腦化作業的情形，新的科技總有人反對，但是要應付時代的變動，陣痛一定會過去的。侯吉諒身兼老闆和創作者，他的管理方式是讓員工知道他想做什麼，並要教導他們正確的方法，他覺得編輯需要自己成長訓練，學習編輯應有的專業。以一個出版管理的概念來說，在未來出版社就要照這方式，減少溝通的廢話，要學會專家及準確的對話。在做事的態度上要求一就是一，也連帶希望員工在編輯時所使用的指令是需要很清楚不能含糊。

堅持出版傳達的本質、當好一個老闆，侯吉諒很在意要求員工成爲強手，他篤信「基本動作在每個行業都是很重要，走不好如何跑」的理念，老闆想輕鬆，當然要嚴格訓練員工。侯吉諒對事物的學習永遠堅持學會基本原則、按部就班。他以學習曲線來解釋要求的必要，「在學習過程中困難度是逐漸升高的，從零到六十分很快，但從八十進步到一百很困難，萬事起頭難，用規定和方法把事情做好，事情掌控標準化，這樣可避免不必要的誤會。人與人的溝通是很困難的，一般相處還好，但是工作就難了，所以需要準確。」

在出版事業多年，編輯交替，現在的編輯因爲面對科技需要懂得更多。侯吉諒不要求員工在公司作一輩子，但是希望他們到任一處都有生存的能力可以活一輩子，他說這是企業者的責任。多年的出版生涯讓侯吉諒有極深的感觸：出版是自殺性結構的行業，生存壓力大，過去老出版比較清楚、有想法，現在許多老闆不知出版專業工作，反而讓出版變成製造垃圾。

侯吉諒的人生態度也如追求藝術，堅持超越自己的創作。擅書法、通篆刻及中國水墨繪畫。自由運用各種藝術語言的轉化，創作的媒材從傳統到科技，同時集詩人、書畫家、篆刻家與作家於一身的他，也許不是個傳奇人物，但他絕對是奇特的出版藝術家。☞