

江湖中有字在： 向出版的勇氣致敬

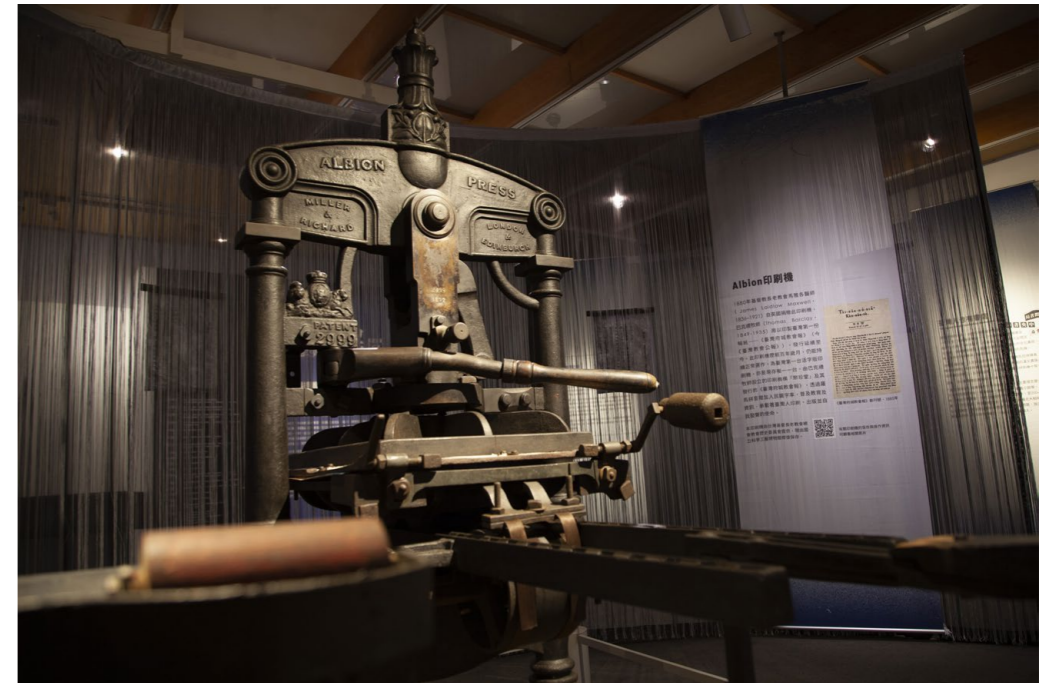
Respect the Courage of Publishing

文：蘇碩斌、陳靜（臺文館）
圖：臺文館

| 字由字在：
臺灣出版的故事

| Words of Freedom:
Literary Publishing
in Taiwan

文學，一直都是「作者」和「作品」站在鎂光燈裡，望向台下的「讀者」。然而，作者、作品如何能觸及大量的讀者？答案不言可喻，就是「出版」。但不要誤以為出版只是把手稿印成書。畢竟，一人的情感、一人的思想，在出版之後，威力可以放大無數倍，尤其在臺灣這種政權快速更迭、人民總想反抗的社會，出版人其實需要勇氣。



臺灣第一部活字印刷機。

歷經日本時代的法令管制、戰後的白色恐怖，如今臺灣迎來自由奔放的多元出版，更應該向出版人致敬。也就是「江湖有字在：臺灣人文出版史」特展的緣由——因為許多傳奇的出版人；或獨自練功、或義氣結盟，有時共同抵抗強權、有時寧可身陷囹圄，猶如闖蕩江湖的高手。

臺灣這段特殊的出版史，不只展場中有藏品、書影、摘句穿梭著，還有不可遺忘的歷史物件，象徵不同世代出版人搏命留下的勇氣。

142 年：臺灣第一部活字印刷機

臺灣第一部活字印刷機，是 1880 年登場。英格蘭長老教會為了協助臺灣人認識基督，引進拉丁羅馬拼音的字母作為書寫文字，並從英國寄來 Albion Press 二手印刷機承擔「我手寫我口」的責任。在臺灣活過 142 個年頭的印刷機，讓宣教師巴克禮創立印刷機構「聚珍堂」，不只印刷聖經、白話字教材，更重要的是發行《臺灣府城教會報》。這部印刷機為臺灣創造許多歷史，直到 1969 年因為政府禁絕白話字印報，退出一線戰場。事隔多年後，原本置放在長榮中學角落的印刷機，才送到國立科學工藝博物館修復，如今重出江湖，擺在展場第一排，是猶能實地運作的傳奇機器。

日治出版的三階段：讀者、書店、出版市場

臺灣的出版市場以活版印刷技術與近代教育為基礎，於日治時期逐漸萌芽。在展場我們以三幅掛軸「日文讀者大眾的出現」、「臺灣人也有書店」、「戰爭催生的本土出版業」，說明這一階段的演變。教育普及使臺灣累積上百萬讀得懂日文的「大眾讀者」，閱讀市場出現後，隨著 1920 年代文化自覺，臺灣人開始經營書店、辦報。直到 1940 年代，戰爭爆發使原本從日本與中國輸入的書籍短缺，意外開啟臺灣自己的出版社創業潮。龍瑛宗《孤獨な蠹魚》、呂赫若《清秋》，是臺灣進入戰爭時期的神奇出版品，分別由盛興出版部、清水書店企劃出版。兩位已成名的文學人，推出第一本單行本的書，很不容易；而更需要勇氣的是出版社，在思想檢查和百業蕭條的壓力底下，竟然在戰爭期的臺灣意外打造出企劃出版的黃金年代，留下臺灣殖民史的稀罕紀錄。

戰後至解嚴三大出版重點：文藝雜誌、副刊、五小出版社

1960 年代文藝雜誌有一段高潮，原因是報禁政策限縮了政治版和言論版，反而留給小眾的文藝報導一些空間。結果，臺灣作家竟在這裡找到較大的言論場地，文字量也遠較報紙自在，成為作家發表實驗性作品的園地。臺灣文學館從庫房挖出《文星》、《文學季刊》、《漢聲雜誌》、《純文學》等珍貴雜誌的創刊號，展現文學典藏的強大火力。後來，報紙的「副刊」扮演了文藝雜誌的功能，尤其是《中國時報》人間副刊和《聯合報》副刊，兩強從報紙到文學獎，在文學界稱霸多年。「江湖有字在」展場中，彷彿歷史的決戰未了，以大型動態投影巧妙對比同一年代的副刊，更能彰顯文化批判和純粹文藝的風格差異。



「江湖有字在：臺灣人文出版史」展覽入口，點出出版是需要勇氣的。

之後，臺灣文壇盛行「投稿投兩大，出書找五小」的口號，在副刊累積聲名的作家，下一步便是出書——林海音「純文學」，姚宜瑛「大地」，隱地「爾雅」，痲弦和楊牧等人「洪範」、蔡文甫「九歌」，是出版界聞名的「文學五小」，規模雖小，但文學志業的毅力驚人，是戒嚴體制下的人文出版爆發期。在時光倒影中會看到王鼎鈞《開放的人生》的初稿，這位專欄明星把文章集結成冊給了新創業的隱地，成為爾雅的「第一本書」，仍是傳誦不止的佳話。

70 年代出版好生意：人文出版社的群起與企業化

隨著教育水平提升、市場擴大，出版界由前期的少數主導，轉為群雄並立。延續前一階段的風氣，持續有作家投入出版業，同時也吸引不同背景的人才與資金投入。例如以報系為主的「聯經」、「時報」；由企業投資的「允晨」；以及為臺灣出版界帶來新氣象的年輕出版人，包括「遠景」的沈登恩、「遠流」的王榮文、「漢聲」的黃永松、「桂冠」的賴阿勝等。出版業兼具文化與商業性質，透過行銷管理，出版套書可以賺錢，版稅收入可以買房，更有勇氣與膽識繼續出書，寫下臺灣出版史上的輝煌年代。

當代閱讀的多重可能：獨立出版、小誌的誕生

大型出版社能夠滿足主流書籍需求，獨立出版則面向分眾市場與之互補，提供多元的閱讀選擇。展場中模仿台北國際書展地圖的概念，呈現臺灣不同時期、不同規模的出版社，無論是資本額龐大、各據一方的出版集團，或是文人經營的中小型出版社，再到當代的獨立出版聯盟，以不同姿態成為臺灣出版史的一片風景。

隨著媒介更新，從紙張、印刷，進化到電子書、雲端，文學內容以多元載體呈現，閱讀的概念也開啟多義性。相對於傳統出版社與連鎖書店，特色鮮明的各式新興出版逐漸躍入眾人目光。例如獨立出版的自製書、極富作者性格的小量出版品「小誌」(zine)，以及以秀威、白象為代表的 POD (隨需印刷, print on demand)，在數位化、分眾化的時代，迎向閱讀的多重可能。

趨勢觀察家詹宏志說，「這雖然不是一個紙本書的時代，卻是編輯與出版的大時代」！真正的出版是知識思想的傳遞，出書只是其中一環。展覽中我們向不同時代的出版人致敬，如今下一個世代的出版人，要面對的是閱讀的未來模樣。出版的意義若是「有人書寫、有人閱讀」，只要想像不死，出版，就有無限可能。

