



聯經書房 · 點亮思想



Linking Publishing

老牌出版社新嘗試 在聲音世界蕩漾人文內涵

聯經書房 點亮聽讀市場



文 / 陳睨 圖 / 陳怡絮 YJ



聯經出版社「網路中心」成立四人團隊執行Podcast節目製作



Podcast節目正在進行上架工作

成立將近半世紀的聯經出版社一直以來都是臺灣人文閱讀的重要推手，那個 1970 年代初因為「支持學術著作出版」而設立的目標走到今天，仍舊骨風不減，然而隨著年輕世代的閱讀習慣改變，聯經出版也開啟了數位轉型之路，企圖在瞬息驟變的時代中提供給讀者更多好內容的選擇。

2020 年可以說因為受到疫情影響，不少單位都被迫走上數位轉型之路，而聯經出版社其實早幾年就已經成立了「網路中心」來應對各種新媒體運用和數位轉型內容，也早已小試身手的做過群眾募資專案，幾番歷練下磨合了團隊默契，剛好有能力搭上今年「耳朵經濟」在美國爆發，臺灣本土聲音節目平臺正式成立的 Podcast 元年列車，由先上任涂豐恩總編輯的建議開始，企劃起了一個為讀者導讀書籍的聲音節目。

這個最近在年輕族群中崛起的 Podcast 可以簡單理解成聲音節目，是一種運用網路來收聽線上廣播節目、電子書之類「純聲音型媒體」的管道，在臺灣也有很多不同的 app 和網站平臺可以建立節目或收聽，是比較低門檻的新興媒體。因為只有聲音，失去了畫面這個輔助媒，所以聯經網路中心一開始定義這個節目的調性時也遇上不少困難，曾一度考慮過說書、對談等不同形式，但最終還是回歸到從經典閱讀上，有別於網紅直接擷取書中內容來說書的方式，聯經選擇邀請編輯們以導讀的方式，像聽者展開了一部經典的不同理解方式，每個月上架兩隻聲音節目，目前已經走到了第八集。



期望聽眾能在「10分鐘掌握黃金知識點」，音檔上架前進行剪接。

以不變應萬變

內容深度抓住知識上癮者

從出版業的選書來看，人文經典這類「硬書」一直都不是受到銷售額青睞的類型。107年國家圖書館做的臺灣人民閱讀調查中，翻譯小說和心理勵志一直都是榜上鰲頭。

不過保有初心的聯經不僅出版品堅持走經典扎實路線，連 Podcast 企劃也想用最具有深度的方式呈現，網路中心的詹涵雯副理分享他們整個企劃的方式：從議題性切入書本定好題目方向後，就會開始找有能力導讀這個主題的人選，比方為了訂下《大英博物館裡的中國史》這本書的導讀人，他們經過多方的思索討論人選，才最終拜託了有豐富歷史知識底蘊的聯經發行人林載爵，因為只有他在面對浩瀚過去經歷時，可以用歷史學者的眼，帶領讀者用聽覺領略一個充滿畫面的歷史視角。選好導讀者後，網路中心並不會介入文稿撰寫和內容設定，因此整篇聲音節目的字句皆來源於該名講者最想介紹給聽眾的切角，內容非常生動獨特。資深編輯於書，常常有一種特殊的閱讀品味和賞析方式，也充滿很多不同知識點的疊合，這使得聯經出版的 Podcast 永遠都比其他節目更生硬一點，卻也更具知識深度性，這種對內容的把關和用心，不僅僅是希望做出差異化，更是因為他們相信「我們的讀者可以聽得下去，所以想讓他們有這個選擇」。上線至今，讀者的留言回饋也真實地應證了聯經的信任。

耳朵聽聲音非常敏感

讓想像力奪權

作為一個老牌的出版業者，在跨入數位轉型的領域雖然說沒有碰上大問題，但小困境總是有的。製作 Podcast 的過程中，最大的障礙就是節目唯一的媒介——聲音的呈現方式，經歷過單純麥克風在空房間錄製且導讀人總是不小心變成唸稿的情況，節目最後落腳在出版社自己的錄音室內，由曾任接案配音員的現任聯經書房周耕宇店長做聲音和口條的指導，才讓節目慢慢步上軌道。回憶起剛開始嘗試錄製時，曾經退過編輯們好幾次音檔，詹副理直言，除了內容需有一定知識含量外，「聲音魅力」在這個媒體管道中非常重要，好的聲音和節奏可以帶著聽者進入那個由講者刻畫出來的獨特沈浸感中，如同《白鯨記》的導讀裡，王聰威總編輯帶著讀者從奶油鱈魚蛤蠣濃湯的食物香氣中順著對於食材逸趣橫生的剖析，讓讀者感覺到宛如一場好友分享的食記。

今年聲音媒體的熱潮還在繼續，有越來越多人對於這個新管道抱持著躍躍欲試的心態，恰逢優勢時間進入 Podcast 的聯經出版整體的節目訂閱也遠比當初預期的好，忠實聽眾比例非常高，續聽率幾乎維持在 50% ~ 60% 左右。從這漂亮的數據上來看，可說是為未來的出版市場打開了一條新的可能性。



網路中心副理詹涵雯（前一）帶領團隊進行數位時代新嘗試