

陸、心得與建議

一、數位閱讀—圖書館部分

（一）圖書館資訊服務功能的強化

「他山之石，可以攻玉」，日本有鑑於數位時代所帶來資訊科技的發達與創新研發，圖書館功能應突破以往紙本圖書借閱，或即便以遠距交換或列印方式進行文獻傳遞，都不足以全面滿足民眾的期望與需求，因此，國立國會圖書館及千代田區立千代田圖書館分別積極加速館藏數位化及電子書 24 小時借閱服務，雖然整體服務量並未明顯提升，但原到館取得服務之民眾改由透過網際網路獲得所需資訊，達到節省時間與交通成本，並符合「節能減碳」的世界環保趨勢。另外，千代田區立千代田圖書館對於圖書館服務的定位，不再侷限圖書資料的閱覽與列印等較為傳統保守的服務性質，而以更為前瞻與「為民服務」導向的思考觀點重新檢討，例如於館內定期辦理所在區域內相關人、事、物等特展，並將區域內的政府機關、藝文展館、旅遊景點、餐飲美食等資訊詳細蒐羅，且有專屬人員機動負責介紹與導覽，對館內參觀人員不論國內外人士，均能提供此項服務，確實達到強化展示、資訊匯流、導覽及廣宣等功能。

（二）圖書館營運型態的反思

國內公立圖書館組織型態均以官方機構方式設置，館務除可委外之勞務性工作委外辦理外（行政院所屬機關學校依「行政院所屬機關學校事務勞力替代措施推動方案」等措施，採溫和漸進方式，並非一律強制規定），均由正式編制公務人力辦理，人力資源的配置運用缺乏彈性，對於組織文化與士氣之提升難有正面的幫助。觀諸圖書館掌理事項未涉及公權力且屬服務性質業務，如能挹注民間經營的活力與創意，重新檢討圖書館服務的核心職能，將能更利於圖書館服務多元化與開創性。千代田區立千代田圖書館所採行的「指定管理者」營運機制，能夠使人力安排、經費運用、服務樣態等更為彈性，達到相關資源合理配置，提升營運效能，並衡酌圖書資訊流通的潮流趨勢，以及兼顧區域性的需求與發展，更能體現公共服務的專業屬性及其服務對象廣泛普及的特質。

（三）著作權歸屬裁定制度的評估與規劃

本會為政府出版品管理之專責機關，負責規劃及推動各機關出版品之管理、行銷流通及政府出版等資訊服務。為因應資訊科技環境快速發展，政府出版品應積極規劃從紙本出版邁向數位行動、多媒體等多元出版形式，以達到促進政府出版品廣為流通及國際交流合作等目的，是以，管理機關確實需針對數位典藏、數位閱覽甚至列印等授權問題，予以正視，否則難以使政府出版品在數位出版與數位閱覽等推動層面有跨越性與長遠的進展。又其中著作權歸屬問題常是出版機關害怕觸碰的部分，尤其各該機關出版業務承辦人員的專業能力不甚完備與調動頻繁的現實情形下，如何協助其能於合法且簡便的標準作業程序（SOP）下，取得著作權者的授權，將是管理機關不可忽視的重要課題。此外，針對不明著作權者之圖書資料更宜邀集相關機關研商擬訂解決方案與對應措施，將利於歷史性的圖書、期刊等文件資料進行數位化工作，否則國內各圖書館或相關資料單位僅能就著作權保護期限已過或著作權已相當明確之部分資料辦理相關數位化工作，對於民主社會中民眾獲取全面充分的「知」的權利，確有損傷。國立國會圖書館就不明著作權者之圖書資料交由文化廳長官進行裁定，並由該館就將進行數位化的著作權者不明之出版品或資料，提撥補償金，於發現或確定著作權者時給予補償等作法，確值國內參酌學習。

二、數位出版—網路書店部分

（一）公共服務與民間出版品銷售市場之關聯—圖書館電子書免費借閱與紙本銷售、數位出版產業之發展

相對於日本與韓國數位內容產業的發展，臺灣在數位出版領域仍屬起步階段。但不可否認的是，國內許多職業出版社及著者對於數位出版仍抱持著懷疑的心態，且對傳統出版仍懷有虔敬和依戀，然而我們應該明白的是，傳統出版並不會消失，它只是改變了形態；與其說人們喜歡技術，倒不如說人們更喜歡讀書本身。另多數人會質疑電子書會衝擊紙本書的銷售量，從日本的經驗來看，我們可以了解，每一本書都有它多樣性的價值，電子書擁有紙本書達不到的功

能，數位閱讀與紙本閱讀有截然不同的特性，且不可否認購買電子書的消費者及購買紙本的消費層大大的不同，甚至現在有許多小說、文章是先透過網路、部落格等的流傳達到一定歡迎度，才轉化成紙本銷售。因此數位出版對於出版產業（包括政府出版品）而言，只是數位技術的迅速發展，網路的快速普及，並未宣告傳統印刷時代的終結、數位時代的開啓，而是宣告一個相當長的紙本與電子、印刷與數位共生時期的開啓。

除了數位與傳統的競合釐清之外，接下來便是參與數位出版，要參與就必需了解自己的核心競爭力在那裡？事實上，電子書銷售和電子圖書館各有不同的核心競爭力。電子書在銷售方面的核心競爭力，講求的是書種齊全。在管理平台方面，則需要有圖文書庫，方便處理文字、聲音、影像的集散中心。另外，對於電子圖書館來說，則是以借閱容易、管理平台容易統計分析借閱資訊。對於電子書銷售及電子圖書館免費借閱的衝突，是未能看清自身競爭力的說法。

再者，從日本的發展來看，不論是電子圖書館或是電子書銷售業者都認為銷售與免費閱覽並非是推動數位出版的阻礙所在。從過去傳統紙本印刷來看，書店書籍的銷售與圖書館書籍免費閱覽服務都是共生存在的，這是因為圖書館有其時間、區域、書籍數量及人數使用的限制，即使圖書館走向數位化，免除了時間、地域的考量，但數量及使用人數仍無法避免，因此憂慮電子書銷售及電子圖書館免費閱覽服務是膽怯的心態。

本會身為政府出版品的推動者，應該高度重視數位技術的運用，積極推動著數位出版的進程，未來應該以網路化為特徵，對政府出版品的進展採分層推動機制。

1.網路行銷：利用網路和資料庫推動傳統出版的發展，實現紙質圖書市場的擴充達到閱覽人數提升、服務改進、民眾滿意度提升的目的。將網路作為傳統出版行銷升級的工具。目前 OPEN 政府出版資料回應網，即是透過網路建立圖書資料庫並且便利民眾在網路上進行搜尋，然而目前僅限於書目的搜尋，依據日本的經驗讓讀者瀏覽圖書網頁，可以使圖書銷售量上升，因此未來 OPEN

應該進行數位化業務，將瀏覽的層面擴及到部分內容試閱甚至是線上數位閱讀服務。

2.網路營運：主要在網路平台上經營內容資源，創造出新的成果，透過網路作為內容產業的生產經營平台，就像日本的 Papyless 及 Publishing Link 的模式。政府出版品可以透過 OPEN 政府出版資料回應網的平台，讓民眾不管從哪種面向瀏覽或查詢皆能找到所需書籍，並提供該書目所能提供的使用權限讓民眾可以立即的進行線上瀏覽等多項應用服務，並提供給民眾單一搜尋一次掌握所有找書管道。

未來政府出版品的方向應該是兼顧網路行銷及網路營運並且與圖書館採合作模式，因此不論在系統及版權上，要配合考量到圖書館的需求。

（二）電子書載體之普及與閱讀可親性的提升

雖然相對於日本與韓國數位內容產業的發展，臺灣在數位出版領域仍屬起步階段，但是臺灣因具有全球華文市場的利基，目前已引起日韓大廠的高度重視。

行政院新聞局預估，在 2008 年時，臺灣數位閱讀的習慣將逐漸成型，將有超過 60%的人口有數位閱讀習慣，所有數位出版的產值將占出版業的 20%以上，可以節省 10%的資源浪費和降低 20%的出版成本，並創造新臺幣 400 億元的直接及間接產值。⁶

然不可諱言的是，數位習慣的成型亦必須依賴電子書的普及，而電子書的普及亦必須從載體的普及，就像 Papyless 社長強調的，設備的普及化密切影響使用者的使用意願，未來必須著手進行文字、畫面的改善，提高一般消費者閱讀可親性。

（三）文化形塑、厚植與數位出版銷售的競合

David C. Moschella 在《權力狂潮—全球資訊科技勢力大預言》(Wave of Power: Dynamics of Global Technology Leadership) 一書中曾經指

⁶行政院新聞局，中華民國 96 年圖書出版及行銷通路業經營概況調查（臺北：行政院新聞局，96 年 12 月），頁 106。

出，資訊產業的演變，從 70 年代的系統導向、80 年代的 PC 導向、90 年代的網路導向，到 2000 年以後的內容導向⁷；歐盟「Info2000 計畫」中把內容產業的主體定義為「製造、開發、包裝和銷售資訊產品及其服務的產業」，其中就包括了在各種媒介上的印刷品內容（書籍、雜誌等），因此數位出版應該是資訊科技與文化內容的交融匯合，數位內容產業應該必須對文化做出積極的貢獻，將產業朝向知識密集型方向發展，透過數位內容的運用，將能有助於提高國家的形象，並且能加深世界各國對國家文化的理解。

觀察日本數位出版的發展，我們發現到電子書的發展，尤其是手機電子書的暢銷，的確改變日本青少年過去不接觸紙本書籍的習慣。電子書透過有趣內容的吸引及數位功能的設置，提升了青少年的閱讀習慣；然而，從另一面來看，手機雖有其易閱讀、具個人隱私性的特性，卻也易使青少年沉迷於色情、暴力之閱讀而不自知。另不可諱言的是，目前電子書籍的暢銷集中在漫畫、寫真集、小說等內容，顯見娛樂性內容占大宗，反而看不到文化的內涵，也因此讓日本許多教育、文化學者專家不得不大聲疾呼，呼籲日本相關出版業者的數位出版，內容不能有損文化價值。

我國目前在數位出版的領域裡仍屬起步階段，日本的經驗提醒我們：我國未來推動數位出版，除了銷售營利外，必須能夠達到創造高附加價值的新型產業。就像紙本書籍除了流通、銷售外，必須兼具傳達知識內容的價值，尤其是亞洲以其豐富又悠久的歷史、文化遺產著稱，如何透過數位化達到文化保存、傳遞，進而宣傳、發揚，當是政府出版品未來必須思考的重要課題。

再者，目前我國政府出版品仍以各機關專業出版品居多，如何透過數位出版傳遞醫學、氣象、能源、生態保育等諸多專業知識，讓知識的內容透過科技以最迅速的方式普及於一般民眾，也是政府出版品希望達到的目標。畢竟就數位出版而言，技術平台不是重要的，重要的是內容，唯有內容才是價值所在。

⁷文及元，「日本 Papyless 公司社長天谷幹夫談電子書」，*數位時代* 97 年 2 月 1 日報導，網址：http://www.bnnext.com.tw/LocalityView_6587

（四）政府角色妥適性的探討－介入抑或扶植？

在日本數位出版產業在以前所未有的速度發展著，這股力量的推動者是民間企業，日本政府的角色則是被動者，是先有企業的結果，日本政府才逐步形成政策，且往往只是透過獎項的設置去鼓舞企業，因此在日本企業是走在政府的前頭，數位出版的內容是民間塑造出來的。然而書本閱讀習慣的改善是否能夠光靠民間的力量，在透過訪談過程，日本數位出版業者都表示政府政策的推動能更助於數位內容的發展。反觀同在亞洲的韓國，近年來數位出版的迅速發展必須歸功於政府的大力支持。爲了適應網路時代文化產業發展的需要，並且保護韓國的出版產業，韓國政府在近幾年陸續修正相關法規；而由出版者組成的聯合開發電子圖書的集團，也爲了保護出版者的經濟利益而制定專門的行業法規，並且制定了韓國電子書的標準規格。

相較於我國數位出版領域仍屬起步階段，此時政府角色定位分外重要。日本目前的發展啓示我們：未來數位出版的推廣，必須在政府政策推動、環境的塑造及出版社三方配合，才能達到高品質的文化內容產業導向。政府政策的必須根據網路時代的特點來制定，尤其是法規的適切化，如何修改部分不合時宜的法規內容，例如著作權法是否應該配合數位的形式修正，以保障作者、出版社及讀者的權益。環境的塑造應該參酌日本經驗，以獎項的方式鼓舞業者，讓民間能夠積極的朝數位出版發展。

三、本會未來角色之具體建議

本會爲政府出版品管理之專責機關，負責規劃及推動各機關出版品之管理、行銷流通及政府出版等資訊服務，爲因應資訊科技環境快速發展，政府出版品必須逐步從紙本出版邁向數位出版型式。透過此次訪查，本報告對本會未來推動政府出版品數位化提出以下具體建議：

（一）健全數位平台之功能

本會自 87 年以來，規劃建置「政府出版品網（GPNet）」系統，94 年 12 月 1 日更重新改版建置，除提升既有管理功能之效益外，更提供外界便捷的資訊查詢服務，更結合民眾查詢功能與「政府出版資料回應網（OPEN）」整

合，讓民眾可以由一處入口，查詢各政府出版資料。未來本會應善用此平台，從原本的查詢功能增加至線上瀏覽，並於 OPEN 平台增加建置數位內容管理，提供各機關人員便利之工具管理政府出版品數位內容，達到鼓勵各機關進行出版品之電子化。並配合國家書店網路的介接，提供民眾有一處入口，可以迅速獲及政府出版品包括紙本及數位等相關資訊，藉以達到形塑民眾數位閱覽的習慣。

（二）著作權觀念的建立與輔導授權

政府出版品之數位化，是爲了提升整體政府出版品更多的加值利用，除「政府出版品管理要點」法制上之規範，本會應統籌規劃中央共同管道，除於 OPEN 增加授權資訊平台，落實授權資訊之揭露，本會並應成立單一的授權實務輔導與宣導窗口，輔導預算、人力規模小但有意朝向出版品電子化之機關，提供協助及諮詢服務，並分階段協調相關機關，實施出版品數位化免費試辦，提供其他機關觀摩學習，以增加各機關出版品數位化之意願。

（三）推動政府出版品 POD

爲呼應環境生態維護，並配合政府節能政策，POD 可成爲政府出版品之發展趨勢，本會可透過各項講習宣導活動，宣導各機關法規、統計調查資料及研究報告等類出版品宜採 POD 授權，不但可解決過多紙本書籍印製經費及庫存空間壓力，更可達到出版資源合理分配及符合節能減碳之目的。