

感官印刷與電子媒體

李志明 香港印刷資源中心有限公司營運總監

剛於7月27日結束的第21屆香港書展，參觀人數比往年微升2%，而今屆其中一個焦點是增加了一個「電子書及數字出版專區」（香港也用了國內的術語把數碼變數字，唉！）。自電子書問世以來，整個出版界牽起了一番議論，也使印刷界關注起來。一些讀者及出版社憧憬著電子書大行其道時，那就無需紙張、油墨印書籍，出版社不用存貨壓倉，學生不用背上沉重的書包，書店不需租用大面積店舖，讀者隨時隨地可下載書籍內容，還有……。

電子書無疑帶來不少好處，加上數碼科技一日千里，不久將來將加入更多更有趣的功能來吸引讀者，有人更斷言，電子書將令傳統紙媒書刊面臨淘汰，傳統印刷市場亦將萎縮。那麼，我們印刷界又有何對應？

在今年5月舉行的IPEX 2010印刷展覽會中，PrintCity組織所倡議的三項題綱“LEAN, GREEN, SEEN”即“精益生產”、“減碳環保”和“印刷增值”，其中“SEEN”正正是針對電子媒體對傳統印刷所帶來的挑戰。其論點是傳統書籍只需一次性的資源投放（造紙和印刷），便可隨意拿來閱讀，無需額外消耗能源（不像電子書閱讀器每次使用都要電能）。此外，人們的閱讀習慣不易改變，紙張的質感和印刷圖像的細膩，都是電子媒體所不能比擬。為使印刷媒體相對電子媒體有更大的差異性，PrintCity鼓勵印刷廠家發展「感官印刷」，即使用各種印刷效果來刺激人們「五覺」（視、聽、嗅、味、觸）。正如本中心為慶祝創立10週年時所印製的《香港印刷資源月刊創刊百期紀念專輯》，使用了光柵立體印刷刺激讀者視覺、印製音樂咕刺激聽覺、絲印香味油墨刺激嗅覺、印刷細緻的流汁檸檬相片刺激味覺和以植毛方式印出盲人凸字以刺激觸覺，這是增值印刷其中的一個展示例子，這些效果是電子媒體所不能帶給讀者的感受。

那麼，紙媒和電子媒體將怎樣相處？將來會是甚麼格局？我認為將會是兩者結合，互補長短。不久將來，我們手上仍然會拿著一本以紙張和油墨印製的實體書，不過，會因應需要加上不同的功能或效果。例如一本通識科的書本，當學生看到講解鈔票印製過程時，只需按一下頁面上的電子屏幕（這時超薄屏幕應已通行），相關的短片便會播放，甚而可以上網尋找更多訊息，到這時的書本既可保持人們的習性，亦可擴展更多的功能。印刷及出版界應好好把握新工藝和新科技所帶來的機遇，為業界再放異彩。 🎨

