

印刷廠和出版業

黃韓玲

「書評書目」從創刊號起，每期的內容都在談書，這一次，我們却要談談那些做書的幕後英雄——印刷廠和出版社之間，在一本新書的誕生之前，他們有些什麼煩惱？會遭遇到那些問題？還有，我們從本文中，彷彿已經嗅到：印刷——這一項古老的行業，正隱隱的顯出一股沒落的現象……

一個印刷廠的小弟匆匆忙忙來到鑄字廠，把腳踏車靠牆一放，就快步往裏邊走。待拿了字出來，腳踏車竟然已經不翼而飛了。他又著急又緊張，腳踏車對他來講是頂重要的謀生工具，再說，印刷廠中還有一位出版家正急著要用這些字，他既不能花太多時間去找，而沒有腳踏車他又無法很快的回印刷廠。

於是，他打電話回去，聲調中帶著隱藏不住的茫然欲泣，那位出版家聽了著急的說：傻瓜，快坐計程

車回來呀！

計程車才到印刷廠門口，出版家已經迎了上來替小弟把錢付了，另外，還數了十五張百元大鈔給他，叫他再買一部新的腳踏車。

論理，這位出版家沒有必要付這筆錢的，不是嗎？只因爲小弟是爲他跑的這一趟路，拿的是他正趕印的那本書中訂正所需的字；最主要的，還因爲他對這家印刷廠的感情。那是一本各方矚目的暢銷書，他抱

著極大的信心，要搶在其他出版社之前推出。從發排以來，印刷廠就不惜加班，盡最大的可能在最短的天數中把稿子排出來。而這些天，他幾乎整天都待在工廠，隨時進行校對的工作；印刷廠上上下下的員工跟他都很熟，此次雖為趕印他的書而比正常忙亂了一點，但大家都毫無怨言。所以，這本書的出版，他打了一場漂亮的勝仗，不但出書時間拔了頭籌，且內容編排與印刷方面都極精良而出色。

後來，另一家準備出這本書的出版家找到這家印刷廠，希望能以趕印那本書的速度將他這本書趕印出來。

印刷廠老闆雖想做這筆生意，但是，憑什麼要幫他趕呢？為賺同樣的錢而花上比平常加倍的辛苦，是要有代價的；何況，如果幫他把這本書趕印出來，等於加速為自己那位出版家好友帶來書本銷售上的威脅性。於是，印刷廠老闆對他搖頭了。

但是，為什麼前面那位出版家能深得他心而慨然相助呢？據了解：

一、這位出版家在與這家印刷廠合作之前，也曾換過很多家印刷廠，直到找上了這一家，才安定下來

，把該社所有的書與今後計劃要出的書均交其承印。印刷廠老闆覺得他是個好客戶，有善加維護的必要，當然，也對他產生了責任感。

二、出版家一直都站在與印刷廠互體互諒的立場行事，即使是印刷廠份內的事，只要他也能代勞，就免勞印刷廠的駕。如校對稿的遞送，往往是社裏人員代勞，趕出書時更由他親自到印刷廠校對而根本免去遞送的麻煩。但有些出版社即使在趕出書的狀況下，都是用電話催著印刷廠送稿來，校對完了，再用電話催著印刷廠的人來拿稿回去。

三、結帳的時間一到，出版家總是主動打電話問明價錢，不待老闆來取，他已經先把支票送了過去。

四、出版家每次到印刷廠去，總是和師傅、學徒們一一寒暄、招呼，偶爾還同他們喝酒聊天，彼此視如朋友。不像某些出版家，只見著老闆而看不見他們，而事實上，他們之願不願為你盡力有時也不是老闆所左右得了的，主要關鍵還是要靠他們，不是嗎？

五、只在真正有趕印必要時，出版家才提出趕印的要求；其他，則放心交由印刷廠按正常進度做去，絕不多做催促。甚至，他還特地放一兩本不急的稿件

在印刷廠，以備工廠作業空下來隨時可以填補上去。

也就是說，這位出版家與印刷廠的關係，是建立在一種「互助合作」、「相輔相成」的基礎上，而不是予取予求的「主」、「雇」形態。所以，這家印刷廠總能在他的出書計劃上配合得成功、完滿。

綜觀今天的出版界，並不是每一位出版家與印刷廠之間都能建立密切的關係。出版家們常在抱怨：印刷廠老是在拖，你不催他就不會趕快做。似乎，出版社已經養成「有書必催」的習慣了，尤其在預約廣告打出去之後以及離預訂出書日越近之前，同一家出版社可以一天打個七、八次催書電話。但一催再催，還是無法避脫期，道理何在？印刷廠的機器每天都在動，工人除了正規的八小時以外還時常在加班，為什麼還會脫期呢？這可分為印刷廠方面與出版家方面的兩類因素加以探討：

一、印刷廠方面——

印刷廠，嚴格分析起來，它應該只指「將排好（或製好）的版印成書頁」的過程。但今天我們說印刷廠，通常涵蓋了檢字、排版、製版、印刷、裝訂……

等成就一本書的系列工廠。而事實上，規模大的印刷廠就該擁有系列的完整設備，惟目前國內這類型的印刷廠較少，而以單項或複項作業為主的小規模工廠居多。所以，絕大部份的書，都是在極為繁複的「分工」方式下才大功告成的。

既是分工的程序，其間必然會牽涉到「運送」的問題，如：由鑄字房把檢好的字送到排版的地方。叫紙、由印刷廠把印好的書頁送到裝訂廠……，這各道運送過程所浪費的時間、金錢以及耗損度，都是既不經濟而又容易造成脫期的主因。

因此，很多出版家希望早日有更多設備完善的印刷廠出現，則時間、金錢上的開支都可以減省，且精神上的負擔也可減輕許多。因為現在大多數出版社都採取包給一家總其成，再由那一家把自己無法進行的部份包出去給別家做，出版社不論催書或結帳，都只找第一家。另有些出版家則不論排版、內文印刷、封面印刷、裝訂……等分由各家工廠逐一完成，然後各家工廠分別對出版社負責，除了本已相識的以外，他們彼此之間並沒有聯繫，任何一道程序完成了就通知出版社，再由出版社通知負責下一道程序的工

廠。但不管採取前項做法或後項做法，出版社總要隨時都知道這本書的製作進度，到底是到了裝訂廠呢？還是依舊在印刷廠？若在印刷廠則還要多少天才到了裝訂廠？這些，要認真追究起來是相當費神的。尤其在趕書的情況下，若好不容易催得印刷廠快速印好，却還得另費精神協調裝訂廠的配合才能克盡全功。

像這樣，若不是深明此道且經驗豐富的出版家，是無法控制自如的。

另外，印刷廠之間的競爭激烈，也引出另一種脫期的原因。幾乎所有的印刷廠，即使在工廠進度已經排得滿滿的狀況下，突然有出版家交來稿件，並要求在極短的時間內趕印出來時，印刷廠老闆仍會接下來，並答應在他要求的時間內交件，以免機會落入別家手中。但是，事實上他們只是在「多爭取一個客戶」的心理下，抱定「先收下再說」的態度，結果，總是不免於脫期的命運。

近年來，印刷廠本身還遭遇一項問題，那就是：願從事印刷業的學徒越來越難找，恐怕兩三年後，工廠成員中，師傅——技術工人——學徒這三者之間會

有明顯的脫節現象。

一位裝訂廠老闆已經在嘆苦：「想當年是當學徒的掃地，如今是當老闆的掃地。」為什麼？因為現在的學徒大不同於以前了。印刷廠中的學徒，以往都是國小一畢業就開始做起。十二、三歲的小男孩，心智還未完全成熟，很好教導，也較有服從性；傳統中學徒該做的一切事情，他們都肯認真的做、認真的學，期待著隨歲月與經驗之俱增而晉升為技術工人、師傅，甚至將來「出師」，自己當老闆。

自從九年國民教育實施以來，這樣的學徒就難找了。國中畢業的學生，在年齡、學識、心理上都比國小學生進了一層，心理上對這種會把手、臉、身體弄得髒兮兮的工作已先存「不屑」與「畏懼」之感，待投身其中，不但學習精神較差且又較難管束，更沒有以前學徒的敬業精神和以此為專業的打算。何況，當學徒時薪水較低，總要熬個三、五年才能出頭，這些孩子往往容易被從事別種行業的同年齡孩子所迷惑，而不免心存轉業的打算；又加上他們也深知如今印刷廠要找學徒不容易，他們有了些許經驗便不擔心找不到事做。

這種情緒上的不穩定，常叫老闆煞費苦心，也直接影響了整個工作效率。

二、出版家方面——

這可拿前述那位出版家所以能得印刷廠配合的道理，從其反面去想即可得知。

印刷廠真正賺錢的生意，是一般公司行號交印的內外銷產品目錄、月曆、宣傳品……等，但這畢竟是屬不固定的偶然性機會，只有以出書為職志的出版社，才是較固定的生意來源。因此，大部份印刷廠都極力在爭取出版客戶，甚至不惜壓低價錢。有些出版社就全憑價錢低的因素而把書本分散到很多家印刷廠做（但採取分散給很多家印刷廠的做法並不全為價錢的關係，還因為印刷廠本身的容納量有限）。這樣一來，每一家賺的都是小錢，相對的，每一家都無法建立感情也拿不出絕對負責的態度，一旦有趕急的好生意上門時，當然首先考慮把最沒有交情的那一家給延擱下來。

其次，有個因素可能是因為有些出版家們抱著出錢的就是「主」、受錢的就是「雇」的觀念，不論電話催促、到印刷廠、結帳時，多少都帶點趾高氣昂

的意味，叫人看了不免氣短。因此，老闆們往往把這種出版社的稿件隨便交由學徒檢字、排版，而技術高明的師傅則檢排重要客戶的稿。檢排的錯字太多，不但編輯人員校對費時，印刷廠訂正時也費時、費力。

談到校對，印刷廠老闆們也不免抱怨。本來，編輯在校稿上只應做錯字、別字的訂正，但却有不少出版社拿校稿當原稿般的修改。經驗豐富的編輯還知道配合版面使這一頁的改動不致牽動下一頁；但有些人往往大筆一揮，造成讓檢排工人累上半天的現象，老闆為此還得對工人說盡好話。惟為顧全大局，他們並不會對出版家們說些什麼。

還有其他一些細小的因素，有待出版家們在行事時多加體察。出書脫期的主觀因素與客觀因素，有些是不可避免的，有些就目前環境而言是不可避免的。並不一定是那一方面的錯誤。

要辦好出版社，印刷廠的作業是關鍵性的一環，所以，甚至有人找印刷廠合夥成立出版社。胡適說：「要怎麼收穫，就怎麼栽」，時代雖然變了，這個道理依然不變。