



Lucas Badtke-Berkow

Knee High Media / Creative + Editorial Director

Lucas Badtke-Berkow

Knee High Media / Creative + Editorial Director

Knee high media japan 官方網站 www.khmj.com

《Paper Sky》官方網站 www.paper-sky.com

《mammoth》官方網站 www.mammothkids.com

1971 年 4 月 17 日生 A 型

美國馬里蘭州巴爾的摩港市人

簡 歷

- 1971 生於美國馬里蘭州巴爾的摩港市
- 1979 遷居加州舊金山
- 1993 加州大學聖克魯斯分校畢業後，帶著一只背包赴日，原本只是預定短期旅行卻變成長期居留
一邊教兒童美語，一邊為美國雜誌《TIME》、《Wired》等撰稿
- 1996 於東京都涉谷區設立 Knee high media（現為 Knee high media japan）
創刊雙語文化雜誌《Tokion》（Knee high media）
親自兼任總編輯與創意總監的職務
- 2000 創刊兒童雜誌《Mammoth》（Knee high media 發行／Resonance 經銷）
- 2002 賣出《Tokion》版權
創刊旅遊生活型態雜誌《Paper Sky》（Knee high media 發行／洋販經銷），親自兼任總編輯與創意總監的職務
創刊東京地下鐵車站內發放之 free paper《Metro Min.》（STARTS 出版），創刊時兼任總編輯與創意總監的職務
- 2003 與百貨公司 SHIPS 合作推出童裝品牌「SHIPS+ Mammoth」，同時參與設計製作
- 2004 以製作人的身份參與旅行書店「BOOK 246」的設立
- 2005 創刊《Baby Mammoth》（Knee high media 發行／洋販經銷）
為童裝品牌 muchacha 策劃販賣童裝、繪本、益智玩具的精品店「3 Feet High」（大阪市西區南堀江）
- 2006 創刊《Planted》（每日新聞社），之後擔任創意總監
- 2008 為有小孩的家庭策劃於富士山麓舉辦的音樂 & 露營祭典「Mammoth Pow-Wow」



希望能傳達自己覺得「還不錯」的文化

Lucas 我在看到這本書的企劃案時，不禁懷疑大家是否對編輯這個職業會感興趣？

——如果我的訪談能夠傳達「今後將是編輯的時代」這樣的訊息，我會覺得很高興。

Lucas 不錯嘛（笑）！從事編輯的人應該會很高興，畢竟這是一個大家都不太關注的職業。可是卻突然大受歡迎（笑）。

——（笑）。Lucas 先生透過 Knee High Media Japan 公司推出各種雜誌，目前發行的有《Paper Sky》、《Mammoth》和《Baby Mammoth》吧。

Lucas 是的。另外我也在編輯每日新聞社發行的《Planted》。還有今年才剛舉辦的大型活動，名稱叫作「Mammoth Pow-Wow」。起因是製作《Mammoth》的音樂特集時，想到「音樂無法透過讀書來感受，如果能舉辦現場演奏的活動該有多好」。於是想要提供一個可以讓小朋友同時體驗大自然與文化的場地，如此每年舉辦不但能夠成為回憶，也希望能帶給小朋友好的影響。「Pow-Wow」是印第安話，有「祭典」的意思。

——可是又要編輯雜誌，又要主辦活動，應該很辛苦吧？尤其是無法重來的現場演奏會特別辛苦。

Lucas 過去我辦過許多小型活動，而「Mammoth Pow-Wow」有多達八百人的來賓。的確這麼大的活動，我是頭一次遇到。不過要做的事其實跟編輯雜誌很像，兩者都很辛苦（笑）。編輯雜誌固然辛苦，但做過的事會留下痕跡。舉辦這種活動一樣也會在孩子們的心中留下記

憶，也能成為陪伴前來的父母很重要的回憶，我覺得很值得做。

有趣的是，這項活動沒有小孩的人進不去。有人打電話問：「我現在懷孕了，可以去嗎？」我只能拒絕說：「不行，因為懷孕的人有點不太適合。」（笑）不過沒有小孩的人，只要跟有小孩的家庭一起來，還是可以進場的。

——很有意思嘛！此外關於和《Paper Sky》互動推出的書店，請問你和「BOOK246」是什麼樣的合作關係？

LUCAS 我只參與了企劃和製作。因為《Paper Sky》是旅行雜誌，所以將書架上的書按照國家分類，同時擺上新書和二手書……。有時會配合《Paper Sky》的特集決定陳列主題，或是邀請藝術家舉辦展覽，是別的地方難得看到的書店。

另外《Metro Min》在剛發行之際，市面上還沒有那麼多的 free paper。我總是想做些過去所沒有的東西。

——同樣都是「編輯」，編書和編雜誌就有不同，也會因所處的出版社風氣而互異，真可謂是五花八門各不相同。而 LUCAS 先生喜歡創造前所未有的東西，特別讓人有「製作」是你的強項的印象。

LUCAS 也許是吧！因為我有種只要覺得還不錯的文化或訊息，就很想傳達給大家知道的心情。考慮到商業行為，雖然會做過去已經做過的事，但也還是想做些別人不願意做的事。像是「雜誌」，我認為那是產生新文化的地方，可以透過它帶給讀雜誌的人一些新想法、產生好心情，進而創造出改變世界的新事物，這應該可說是編輯雜誌的價值所在吧！

編輯校刊的歲月，畢業隔天突然赴日

——我想回溯到童年時代，探索到目前為止Lucas先生是如何讓那種「想要傳達什麼」的心情具體成型。請問你小時候是個什麼樣的孩子？

Lucas 我出生在美國東岸的巴爾的摩港市，八歲時搬到西岸的舊金山。母親在十九歲還是學生的時候生下了我，父母在我三歲那年離婚。去年我和父親相隔二十六年在日本重聚，他是藍草音樂（Bluegrass music）¹的樂手，母親是法官。母親再婚了，繼父是物理學者，所以家裡有很多怪人（笑）。

小時候我很喜歡打棒球，還以為將來肯定會成為棒球選手。可是三歲時得了腎臟病，一直到大學二年級都是體弱多病。讀中學的時候心想「想當棒球選手應該不可能吧」，從此轉而對做東西有興趣。因為家裡有很多做東西的人，比方說父親是做音樂的，祖母很擅長拼布，她還完成過藝術性的作品。不知道是不是他們的影響，我從小學到高中都是校刊的總編輯。進入大學後也幫忙編輯大學校刊，到了大三、大四突然感覺做膩了。

——什麼！做膩了嗎？在那之前都做些什麼樣的校刊？

Lucas 很普通的校刊呀！像是學校裡發生了什麼事、大家在學校都想些什麼……，或是「對於蓋新教室，有什麼樣的感想？」、「雖然老師訂出新的規矩，可是大家的想法是如此」之類的。當時倒是沒有想過要帥、做些標新立異的內容。上大學後所做的，則是刊登學生拍攝的照片或詩文等作品，一年只出一次。現在好像還有，感覺跟一般的報紙不太一樣。

1. Bluegrass music

二十世紀中葉，由蘇格蘭、愛爾蘭移民到美國阿帕拉契南部時興盛的聆賞樂。以蘇格蘭、愛爾蘭等民族音樂為主，逐漸受到爵士、搖滾等影響發展成洗練的融合曲風。

——那不是大學時的選修課程，而是個人的活動嗎？

Lucas 沒錯。是我跟老師提案，老師幫我跟學校爭取預算，利用那筆預算編刊物後賣給學校裡的學生。我也做過電台的DJ，之前因為《Paper Sky》的採訪，回到了久違的大學（加州大學聖克魯斯分校），我還去了播音室，感覺好懷念。

——從學生時代起就對媒體很有興趣吧？

Lucas 是的。我還設計過舞台和舞蹈的服裝。實際縫製出來的衣服雖然不多，但我畫過設計圖。舞台劇也是集合音響、燈光、演員等人共同傳達一件事情的方法，比起自己一個人默默地做要有趣得多。而且我也很喜歡大家一起討論哪裡做得好做得不好、擁有共同回憶的感覺。

——可是為什麼你不想直接留在美國往記者的路邁進？

Lucas 我在大學讀的是美國文化學系，主修美國的政治、歷史、藝術。那是因為我喜歡Tom Wolfe^[2]的書，想跟他做一樣的事。所以他所學習過的美國文化學，我也想學。他用生動有趣的文章介紹新文化，讓我見識到文章不夠有趣就無法感動人心，效果相去甚遠。這讓我不禁也想用活潑生動的文章，向別人介紹自己所看到的文化現象。可是我從小學時起就開始在編輯校刊，已經做膩了，應該是到了需要休息的時候。

——於是在你畢業的隔天就突然來到日本，而且聽說還是第一次來，為什麼？

Lucas 因為我一直都在學習美國的事，只看過美國，所以也想知道其他國家的事。我身邊有來自各個國家的朋友，他們說的是世界各地的語言，聽他們說話讓我覺得很好玩，覺得

2. Tom Wolfe

1931年生。美國小說家、記者。學習美國文化研究後，1973年發表著作《新新聞學》（The New Journalism），奠定了身為新新聞學派代表的地位。作品有《A Man in Full》、《太空先鋒》（The Right Stuff）等。

自己應該趁年輕時擁有各種體驗才對。

——當初來日本的目的只是旅行而不是居住嗎？

Lucas 是的，我一點概念都沒有。設計服裝的那段時期，曾看過日本的雜誌，很受到日本設計師的影響。因為日本雜誌的圖案、設計和照片很有意思，所以就選擇了日本。

——當時會說日文嗎？

Lucas 完全都不會。不過因為我們學校有來自日本 ICU（國際基督教大學）的留學生，我剛好帶著在大學認識的日本留學生電話號碼，打電話請他來機場接我。他除了帶我觀光東京，還讓我住在他們家，待了整整兩個禮拜。因為我還想多留在日本一段時間，正好他哥哥在找工作，我就跟著一起去面試，自己也開始找工作。剛開始的第一年教兒童英語，因為存了錢，心想得學會日文才行，就去語文學校上課。

所以我來日本的時候，完全沒有打算從事跟報紙雜誌有關的工作。就讀語文學校時，開始幫亞洲版的《TIME》、《Japan Times》、《Tokyo Journal》寫稿。大概是還對雜誌有興趣吧！聽到住在美國的日本人問「Lucas，怎麼最近都沒有編報紙、雜誌呢」，我才想到「說的也是，自己曾經很喜歡做那種事」，加上又受到日本文化的刺激，覺得日本人老是吹捧外國的東西，其實應該更重視自己的文化才對。

有趣優先，商業擺後面。《Tokion》創刊

——可是來日本三年後，創刊了《Tokion》，之後又很快自己創辦雜誌。我覺得是很毅然決然的行動……。

Lucas 當時不過是因為外國人對日本人的印象不是很深刻，我想讓他們知道「原來日本有這麼多有趣的年輕人」。所以才想要辦成雙語雜誌，讓海外也能讀到。但當時的確是太年輕了，因為是一九九五年，我才二十五歲。隔年就成立了公司。

——設立Knee High Media之前，先創刊了《Tokion》吧。也就是說，是以個人身份出版的嗎？

Lucas 沒錯！因為還是學生，還沒有商業行為或開公司的概念。總之就是先把雜誌做出來看看，做著做著才考慮到「因為要放廣告，至少也要有個形式上的公司才行」。當時設立一家股份有限公司必須有三百萬的資金，只好去借錢開公司。

——作為文字工作者，你有書寫方面的技術。但對於廣告業務、設計等方面，當時是怎麼處理的？

Lucas 雖然我是沒有設計方面的技術。不過還是會表達自己的好惡和意見，於是便請會設計的朋友幫忙。因為朋友也是學生，覺得「反正我有時間，而且聽起來好像也很好玩」。

——日本雜誌的流通制度，在世界之中算是特殊的。突然跑去跟書店說「請在店裡放這本雜誌」，應該很難讓對方答應吧！創刊號的時候是什麼樣的情形？

Lucas 一開始是先去拜託負責地方小型出版的中盤流通業者。也實際讓青山 BOOK CENTER 看過創刊號，對方說「內容還不錯」，便留下了三百本。後來出版《STUDIO VOICE》的 INFAS（現為 INFAS PUBLICATIONS）高級主管片桐義和先生感興趣，答應刊登一頁《STUDIO VOICE》的廣告，讓我幫他宣傳。市場開始有「這本雜誌好像很有趣」的反應，也漸漸地成為話題。

——說起一九九五年，剛好是日本推出許多新的休閒雜誌、市場十分活絡的時期。像是《BARFOOTI》、《Switch》、《STUDIO VOICE》等雜誌的氣氛也跟現在完全不同。當時也正是「indie」（獨立）這個詞，被當成流行尖端用語的時期，像是 Cornelius 等日本的夜店系音樂，也被介紹到美國，關於這一點《Tokion》在其中可說是起了很大的作用。

Lucas 說的也是。因為做成「漂亮的雜誌」的感覺，也出現在以唱片宅男為男主角的美國電影《失戀排行榜》裡。另外巴黎的 Colette^[3]開幕時也答應放在店裡。當時沒有以英文介紹日本文化的雜誌，經常能獲得來自海外「原來日本文化這麼好玩呀」的好評。我還做過貝克（Beck）^[4]和小山田圭吾^[5]的對談等讓日本和海外人士交流的企劃內容。

——當時日本的夜店文化蓬勃發展，DJ 人數遽增，也出現了許多有趣的廣告傳單。這個原因主要是因為電腦的普及，《Tokion》一開始也是用 DTP 設計的嗎？

Lucas 要是沒有 DTP 可就麻煩了！當時還不能從麥金塔上直接列印，必須先做成印刷用的網片，成本很高，但我卻沒有錢。朋友常常得半夜溜進打工的公司偷偷製作網片。感覺就像抱著「無論如何都想做下去」的念頭咬牙苦幹。還好沒有被抓到過，安全過關（笑）。

3. Colette

1997 年開業。精品店。被稱為是巴黎流行訊息的發源地。除了服裝、雜貨、藝術書籍、CD 外，也設有藝廊。許多商品的評價經由該店的加持後，立刻水漲船高。2008 年經由片山正通的設計後重新開張。

4. Beck

1970 年生。美國樂手。1994 年發表處女作「Loser」，成為繼車庫音樂流行之後在另類音樂樂壇興起的明星，以橫跨藍調、鄉村樂、放克、龐克、饒舌、電子音樂的曲風和幽默的表演風格，奠定獨特的地位。

5. 小山田圭吾

Keigo Oyamada。1969 年生。音樂人。1988 年與小澤健二共組 Flipper's Guitar 大受歡迎。解散後於 1993 年獨自以 Cornelius 之名重新出發。將實驗性音樂手法昇華成流行樂，嘗試融合影像語言和音樂等的藝術性作風，贏得國際性的好評。

——彷彿是熱情和刺激同時共存的感覺嘛（笑）！尤其是早期的《Tokion》充滿了挑戰性，一連做出了許多瘋狂的企劃內容。像是突然使用朱利（歌手澤田健二）當封面……。

Lucas 的確是很瘋狂。這張封面是ホンマタカシ^[6]在海外聲名大噪前拍的。雖說雜誌是以影像為主，但也希望文字內容都很有趣，所以想了許多企劃。比方說這一頁，是每期邀請不同設計師就同一主題表現創意的地方，這裡邀請了TGB設計公司^[7]「製作一張虛擬的性感電影海報」。

——如今回頭再看，原來曾經有許多知名的創意人士參與過。像是漫畫方面，就有花くまゆうさく^[8]、魚喃キリコ^[9]的作品……。像這些題材和作家，都是根據什麼樣的標準挑選的？

Lucas 憑感覺吧（笑）！

——可是為什麼這些所謂「文化系」^[10]的設計、藝術、音樂等偏向夜店文化的東西，多半會被說是根植於流行文化、次文化？

Lucas 那就是我當初為什麼會辦《Tokion》的目的。因為自己還年輕，有些標新立異，希望能傳達當時覺得有趣的現象。

「寬螢幕」是彼此之間的暗號。但「愛怎麼做就怎麼做」卻有困難？

——就像今天日本年輕的OL和設計師輩出，當時對年輕人來說也是意識到「表現自我喜好也能存活」的時代。其中《Tokion》發揮了很大的作用。

8. 花くまゆうさく

Yusaku Hanakuma。1967年生。漫畫家。早年任職於工廠，九〇年代初期正式開始漫畫創作。以「看似拙劣」的繪畫技巧、禿頭和黑人爆炸頭髮型的漫畫人物加上無力感的情節大受好評，除漫畫外，也創作繪本和公仔等。被拍成電影的作品有《東京殭屍》（東京ゾンビ，淺野忠信、哀川翔主演）。

7. TGB デザイン（TGB 設計）

1994年組成。成員有石浦克、小宮山秀明、市古齊史的設計團隊。帶動了Mac普及期的平面設計風潮，並致力於動態影像的製作。在電視廣告、動畫角色、手機介面等方面都有傑出表現。

6. ホンマタカシ

Takashi Homma。1962年生。攝影家。離開LIGHT PUBLICITY廣告公司後赴英，在《i-D》雜誌活躍後回日。1990年以《東京郊外 TOKYO SUBURBIA》（光琳社）榮獲木村伊兵衛獎。作風帶有獨特的質感，影響九〇年代以後的攝影潮流。除活躍於廣告、國內外雜誌外，也發表了電影作品。

Lucas 應該是吧！我想那是喚醒了日本人了解到自己文化的好處。因為日本人也留意到外國人認為日本的文化很棒。

——原來如此，當時用花錢來玩樂的方式，也隨著泡沫經濟崩盤而無以為繼，開始有了「雖然沒錢也要好玩」的 DIY^[1]趨勢。美國則是有樂手 Kim Gordon^[12]、野獸男孩（Beastie Boys）^[13]等帶動新文化潮流的天才們活躍著。

Lucas 野獸男孩和 Kim Gordon 也都上過《Tokion》很多次。我常用「寬螢幕」來形容這件事，因為我總覺得要廣泛地捕捉事物，只要覺得有趣都可以取材。我一看到 Sony 的電視廣告使用「寬螢幕」一詞，當下就覺得「這個用詞不錯」。因為我對任何事物都抱持興趣，只要對自己而言是新鮮的都很樂見，我就是以這種意義在使用這個詞。至今仍用「用寬廣的範圍看事物」的想法在辦雜誌。此外《Tokion》是用折射的稜鏡作為 logo，同樣也是「以不同角度看同一件事情」的意義。

還有就是要讓閱讀的人感到心情愉悅。一般的日本雜誌很容易被廣告所左右，基本上報導的文字必須推銷刊登的廣告商品，結果會讓閱讀的人感覺不太舒服。可是我做《Tokion》和《Paper Sky》時，是抱著希望讓閱讀的人能「更進一步學習這件事」的想法，給予讀者轉往正向的良好刺激。

——包含我個人，對當時的年輕人來說，會有種「原來自己的喜好也可以像這樣子登上媒體嗎！？」的驚喜。就某種意義而言，取材的內容有些偏頗，卻讓讀者產生與同好人士相連的共有感覺。問題是如果不是以讓普羅大眾都能接受的內容為主，就很難爭取到廣告的刊

11. DIY

Do it Yourself 的縮寫。親自動手改善自家居住環境的想法。由英國率先提倡，嘻皮革命後，變成不依賴既有價值觀、權力關係的自主生活方式，同時也是確保自主性的反抗精神的用詞。

10. 文化系

泛指所有音樂、電影、時裝、藝術、設計、建築、戲劇等表現領域。相對於內容限定在某一類型的藝文和時尚的雜誌，報導同時代文化系內容的創意雜誌稱為「文化系雜誌」。

9. 魚喃キリコ

Kiriko Nananan。1972 年生。漫畫家。1993 年從漫畫月刊《GARO》正式出道，因筆觸冷酷、心理描寫纖細、呈現出少女漫畫前所未有的感覺，贏得男女讀者一致的喜愛。被拍成電影的作品有《blue》（參加配樂的演出）及《strawberry shortcakes》（本人亦參加演出）。

登……。

Lucas 沒錯，尤其是以影像為主的雜誌，拍照也很花錢，花錢如流水呀（笑）！

——關於廣告業務是如何處理的？

Lucas 從一開始到今天，我都是自己跑業務，其他編輯如果有時間也會請他們幫忙。

只是和現在稍微不同的是，《Tokion》當時的廣告主是唱片公司和時裝名牌……。感覺《Tokion》處於日本年輕人文文化最好的時期，只要去跟以年輕人為對象的品牌談，對方都會說「日本人和海外的人都能看得到，這雜誌不錯嘛」而答應刊登廣告。

——《Tokion》之後的編輯團隊和發行公司都換人了。經過一番迂迴曲折，如今整個調性也都改變。請問Lucas先生經手了多少年？

Lucas 從一九九五年起到二〇〇二年，一共是七年的時間。

——那段時間都是全力在編輯《Tokion》？

Lucas 不是，到了後期我還創辦了《Mammoth》。當時的編輯部是在一個只有四坪大的房間（笑）。我是從一台Mac開始起家的。

——也就是說你是以那麼小的辦公室為據點，透過採訪跑夜店、畫廊擴充人脈的囉？

Lucas 沒錯！編輯《Tokion》經常跑夜店。現在已經不那麼愛玩了，不過還是很喜歡發掘題材。挖掘那種不太可能作為題材的題材……像是耳挖子一樣（笑）。

像是有一期的拍攝也很好玩。我們去了鳥取砂丘，由植田正治^[14]大師執鏡。因為總編輯很少出現在書中，所以我想自己上面露臉應該很有意思。

14. 植田正治

Shoji Ueda. 1913～2000年。攝影家。大多在鳥取的境港取景，以獨特的美學拍攝的黑白作品贏得國際的好評。代表作有以鳥取砂丘為舞台的「砂丘」系列。過世後在國內外的評價仍居高不下，擁有許多愛好者。

13. Beastie Boys

1979年成立的龐克樂團，1981年改名。八〇年代後半由三名白人男孩組成之嘻哈音樂團體，以獨特的作風連續推出多首暢銷單曲。曾為支持西藏獨立而舉辦聲援活動，對全世界的文化推動人士具有重大影響力。

12. Kim Gordon

1953年生。美國流行樂手、時裝設計師。1981年組成音速青春（Sonic Youth）樂團，1991年自創服飾品牌X-girl大受歡迎。除自行創作外也和其他藝術家友人合辦展覽，帶動了九〇年代的女孩主義風潮。

——所以標題才會是「New Issue」，甚至封面也不放上標題，真是有夠徹底！

Lucas 這個企劃的精神是「讓舊東西呈現新風貌」，我想將植田大師的黑白照片以現代的風格展現，那應該會很有趣。事實上這是植田大師的最後一項工作，半年後他就過世了。

——還有以麥當勞為封面的「麥當勞特集」也引起相當的話題。現在看來仍覺得很新穎。

像這樣全部攤開來看，每期的主題都不同，就某種意義來說，的確是愛怎麼做就怎麼做呀！

Lucas 「愛怎麼做就怎麼做」這句話聽來簡單，但要做愛做的事其實很困難。因此只能說是努力做自己愛做的事吧！我們拜託麥當勞製作了T恤和運動服，這在雜誌算是創舉。我們沒有考慮錢的問題，總之就是希望對方答應讓我們做。

——嫂夫人櫻井香織（現為《Mammoth》總編輯）也曾剔光頭拍裸照當成封面過，這也是令人震驚之舉。

Lucas 當時攝影師清野賀子^[15]小姐說：「如果下個禮拜找不到拍裸照的人，那麼為了慶祝當上總編輯，櫻井妳就自己來吧。」櫻井嚇得拚命找人卻找不到。這就是一當上總編輯，就以裸體當上封面模特兒的經過（笑）。

——也因為是Lucas社長的命令嗎？

Lucas 沒有，我想應該是清野小姐和櫻井想拍的吧！我只是聽了後也跟著起鬨（笑）。

——（笑）我可以感受到每一個企劃，Lucas先生都是做得樂在其中。

Lucas 自己「不樂在其中，那是絕對不行的。如果自己不是真心喜歡去做，肯定會在讀者眼前穿幫，也產生不了好的影響。」

15. 清野賀子

Yoshiko Seino 1962～2009年。
攝影家。1995年起正式開始攝影，以感受不到人跡的淡然風格、充滿感傷的風景照片廣為人知。除參加國內外的展覽外，亦透過攝影集發表作品。

——你一開始就不是以賺錢為目的吧！後來是在什麼情況下出版了美國版和香港版？

Lucas 一開始是在日本印刷送到美國銷售，數量增加後便改在美國印刷，也開始接受美國當地的廣告。在美國成立辦公室後，開始有來自當地的資訊，採訪也變得容易些。香港版則是因為有人表示「想要做日文和中文雙語版的《Tokion》」，我們只是把雜誌內容送給對方製作而已。因為香港很小，能夠在車站張貼廣告，也可放在便利商店銷售，如此像是主流雜誌的作法，其實很好玩。

——日本創刊的獨立雜誌同時推出世界三國版的例子，應該是前所未有的。可是既然都已經那麼成功了，又為何要賣出版權呢？

Lucas 因為我累了（笑）。或許是因為時代變了，我也達成了想要做的目標，覺得沒有再繼續下去的必要！其實我本來並沒有想賣的念頭，反而是因為有人想要購買版權的關係。

和書店、咖啡廳、網路、電視互動的雜誌《Paper Sky》

——接著在二〇〇二年創刊的《Paper Sky》是旅遊雜誌，主旨整個完全改變。明明是新上市的雜誌，創刊號的特集竟是「回味學期旅行」，作風還真是酷呀（笑）！

Lucas 如果不能做出跟《Tokion》不一樣的東西，就了無新意了。當初用的文宣是「地上閱讀的機艙雜誌」。結果書店還真的當成機艙雜誌賣……。就某種意義來說，我雖然覺得很高興，但如果被當成是免費雜誌可就不妙了。

不過我也不是從零開始來編輯旅遊雜誌。《Tokion》最後一期就像是《Paper Sky》的測試篇，出的是佛羅里達特集。是和攝影家木寺紀雄¹⁶跑遍了佛羅里達做出來的。而且《Paper Sky》也是以《Tokion Traveler》的感覺在編。許多企劃構想因此而逐漸增加……由於創刊號是以學期旅行為主題，我們就像日本的中學生一樣，還跟 OZONE ROCKS 訂做統一的運動服，讓採訪團隊穿著拍照哩！

——拍照之前還特意為了拍照而做統一的運動服，可見準備的功夫十足。像這樣的企劃，會有什麼樣的決定過程呢？是否當 Lucas 先生表示「這麼做吧」，編輯會議上就瀰漫大家也都接受的氣氛？

Lucas 要是那麼順利就好了（笑）。通常大家會說「嘎」，然後我開始拚命地說明……。愈是要做好玩的事，就愈會帶給大家麻煩。

——事實上我一開始看到《Paper Sky》時就納悶「這樣真的會有廣告進來嗎」。關於這一點你的看法如何？

Lucas 需要時間才能讓大家認同，這也是沒辦法的事。只能在做之前跟很多地方都說看看，不過還是很花時間就是了。

——而且季刊的形式，也對廣告業務很不利，這是為了讓編輯時間比較寬裕而做出的決定？

Lucas 沒錯！不過《Mammoth》是一年兩期，再加上《Planted》，手上全部共有十二本雜誌，如果時間上不調整好就麻煩了。而且其他還有商品型錄、free paper 等工作。

——製作商品型錄的工作，是因為業主看到雜誌內容而主動前來委託的嗎？

16. 木寺紀雄

Norio Kidera。1974年生。攝影家。公務員生涯後有志於攝影，拜Takashi Homma為師。2001年獨立，以充滿溫柔感觸的照片贏得好評，除雜誌《BRUTUS》外，亦活躍於廣告等方面。攝影集有《meisje》、《jicca》（Petit Grand Publishing）。

Lucas 是的！還有在跑廣業務時，也有人會說「我們沒有什麼廣告預算，但可否幫忙製作商品型錄」。因為雜誌很花錢，只能一邊在雜誌上做愛做的事，一邊靠其他管道獲得收益。

——以旅行為主題時，應該得花不少的採訪經費吧？

Lucas 的確是！而且還得跟當地國家的觀光局交涉，請求資助飯店住宿和機票的費用。

——另一方面，作為《Paper Sky》的發報基地，也推出了「BOOK246」的書店，請問成立的經過如何？

Lucas 在 TOKYO MX TV「Paper Sky TV」節目開播的同時，二〇〇五年「BOOK246」開幕了，那是和許多人一起完成的。由 BACH 的幅允孝幫忙新書的進貨、二手書則是拜託「UTRECHT」的江口先生、雜貨是拜託原為「JOURNAL STANDARD」採購的長澤小姐，由大家一起開會決定的。因為我是製作人，負責跟大家商量整體概念、希望進什麼樣的商品，大家都做得很快樂。

另外「Paper Sky TV」則是由我上陣，請石川直樹^[17]負責旁白。還有請 Sony 在「World Event Village」的網站上播放「Paper Sky」的動畫。

——因為是在「YouTube」還不是很普及之前，嘗試的時間點不會嫌太早嗎？

Lucas 是有點太早了！太早不見得是好事呀……抓好時間點做事很重要（笑）。可是直到今天，還是有其他企業的人在跟我們接洽時會說「我有看到」。

——凡走過必有痕跡，會跟後續發展扯上關係。像《Tokion》就跟所謂的涉谷系^[18]音樂、裏原宿^[9]的流行風潮有關聯。感覺《Paper Sky》的商業模式也是源自那裏，只是年齡層比

19. 裏原宿

俗稱裏原。從原宿大馬路走進小巷裡的特定區域。九〇年代前半，進駐了許多年輕人以同年齡層對象製造及銷售衣服的店鋪，創造出熱賣的現象與許多知名品牌。並成為九〇年代以後日本的「街頭文化」代名詞。

18. 涉谷系

九〇年代中期以涉谷為中心流行的音樂類型。在夜店文化的基礎上，融入六〇年代的流行音樂及西洋曲風，成為都會型取向的音樂。影響層面擴及唱片封面的設計和時裝等方面。

17. 石川直樹

Naoki Ishikawa. 1977 年生。探險家、攝影家。2000 年跟著七個國家的年輕人，共同僅用人力從北極點走到南極點。之後仍從事登山及對傳統航行法的研究，並以人類學的觀點寫作。攝影作品方面則是以寬廣狀大的影像呈現大自然風光。

較成熟些。

Lucas 沒錯！我就是那種心情。自己上了年紀後，若說仍以比自己年輕的人為對象，那就是騙人了，覺得還是把視線放在跟自己相同的年齡層會比較好。或許可說是相信自己當時覺得對的感覺吧！少了那種感覺就做不到自己的東西了。

——可是在雜誌運作上，即時性的報導還是有其必要吧？

Lucas 當然！問題是如果都是那些內容，就不禁令人懷疑自己是為了什麼辦雜誌，保持平衡很重要。「BOOK246」是來自 CAFE COMPANY^[20]的委託，他們想在「CAFE246」的合併空間做點有趣的事，因為看上了《Paper Sky》，才有這個合作的機會。是他們先看上了《Paper Sky》才找我說「有個四坪大的空間，能否提供什麼好玩的創意」。

——換句話說，你是個點子王（笑）。近來有很多「BOOK246」這種漂亮時髦的書店出現。仔細想想，Lucas 先生總是能看見時代的走向呀！

Lucas 與其說是看見時代的走向，應該說是自己想做的事，總是剛好能和時機配合得天衣無縫吧！我不知道這算不算是會做生意。

——是否也因為你喜歡新鮮的事物？

Lucas 如果單就新舊而言，我也喜歡老東西，也喜歡去發現自己所不知道的東西，這些已經成了我生命的意義。開始《Planted》之前，我對植物是一竅不通，開始調查後感覺很有意思。

——看來你是一邊工作一邊增加感興趣的對象吧！

20. カフェカンパニー (CAFE COMPANY)

成立於2001年。於涉谷一帶著手策畫與經營「SUS」、「WIRED CAFE」等餐飲業的企業。咖啡風潮鼎盛期以深夜營業、雜貨販賣確立了品牌形象，有別於既有業者的「生活方式提案型咖啡廳」展開連鎖經營。

Lucas 沒錯，可惜馬上就會忘掉（笑）。

想傳達給下一代——《Mammoth》&《Baby Mammoth》

——有關於《Mammoth》的創刊，主要的契機來自哪裡？

Lucas 因為日本有很多有才能的創意人士，而我也開始想要傳達一個概念：希望下一代「不要只是玩電動，應該更以自己動手做的事為樂」。不是給媽媽們，而是辦一本孩子們想要看的雜誌。於是做了有贈品的兒童雜誌，但因為賣給小孩子有困難，只好中途放棄改以父母為對象。讀者看了特集後，應該也會想要傳達給孩子們知道，想要帶他們去很多不同的地方吧！

——《Mammoth》的名字由來是什麼？

Lucas 《Tokion》和《Paper Sky》的名稱大約只花了三天就決定，《Mammoth》卻花了一個月的時間。蘇菲亞·柯波拉（Sofia Coppola）^[21]首部執導的作品《死亡日記》（The Virgin Suicides）試映會時，因為客滿進不去會場，為了打發等待下一場開演的時間而跑去吃拉麵時，看見偶然開過的车身上寫著「Mammoth」。也許對日本人來說，長毛象有著可愛的印象，對美國人則是可怕的。寫給小孩子的故事，總是既恐怖又可愛，長毛象的感覺或許正好。再加上大型生物「遠大夢想，於是決定命名為《Mammoth》。

——我覺得是個孩子們會喜歡的名字。之後又緊接著創刊了《Paper Sky》，那是本比

21. Sofia Coppola

1971年生。美國電影導演。父親是知名導演柯波拉。在時裝品牌MLIKFED、攝影作品上均有精彩的表現，動向頗受到矚目。1999年推出首部執導作品《死亡日記》後，奠定了以女性觀點拍片的作風。

《Tokio》更貼近生活型態的雜誌。比起時尚雜誌開始盛行推出旅遊特集算是早了許多，這一點你果真又是領先時代潮流呀！

Lucas ^[22] 這麼說來，建築家高松伸 接受採訪時曾說自己很頑固，只聽小孩子說的話。他蓋的大樓，有小孩說很怪，他就問哪裡怪，並將小孩子說的話全部都記了下來。我認為他是真正懂得小孩的人。

——小孩常常會說出令大人們震驚的話呀！

Lucas 沒錯！不管是好的還是壞的方面。像我們的員工旅行，有同事帶小孩去，只要有小孩在，大家就會更團結，氣氛變得很融洽。露營活動只要同時有小孩和大人，大家一起玩的氣氛就會很好。就這個意義來說，《Mammoth》做得令人很有成就感。

——《Mammoth》創刊幾年後，又出了《Baby Mammoth》，兩者的對象分別是什麼年齡層？

Lucas 《Baby Mammoth》是有0歲到三歲小孩的父母，《Mammoth》則是三歲到八歲吧！不過《Baby Mammoth》是我所做過最一般性的雜誌。

——咦？那是怎麼說？

Lucas 我自己也很喜歡《Mammoth》，那時就在想，有沒有以嬰兒為對象的雜誌呢？於是就想要出版嬰兒版的《Mammoth》。

——可是既然是育兒雜誌，所需要的人脈應該有別於《Tokio》所發展出來的設計和藝術方面的人脈吧？

22. 高松伸

Shin Takamatsu。1948年生。建築家。1980年設立事務所，設計出許多機械性且造型突出的異樣建築，帶動了日本後現代主義建築的風潮。近年作風大變，著手許多商業建築。

Lucas 話是沒錯，但是假如現在三十多歲的人也都有了自己的小孩，自然也就連得起來吧！可以重新變化設計，做各種新的嘗試。

《Metro Min.》、《Planted》……但「還想繼續做下去！」

——所以說錯誤的嘗試仍是不可避免的囉？

Lucas 是的。即便是《Planted》，剛開始的每一期也都是拜託不同的人設計，感覺就像是「每期都是創刊號」。一開始說只出三期，於是想「那就得做點好玩的才行」。

——《Planted》是在什麼樣的背景下創刊？

Lucas 每日新聞社委託說「因為想做本植物的書，請幫忙想點子」。我雖然對植物一竅不通，但感覺好像很好玩。但因為市面上已經有詳盡的園藝雜誌，做同樣的東西沒意義。於是我想「世界上應該沒有討厭植物的人吧？」，人們住在城市裡，卻沒有機會發現自己其實很喜歡植物。如果能做出一本讓人有那種「發現」的雜誌，不就可以在翻閱園藝雜誌的同時，也能讀這本雜誌嗎？想到之後立刻創刊，但直到一年後才有育種者^[23]這類專業人士開始讀這本雜誌。

——《Planted》總編輯是伊藤正幸，Lucas 先生是以創意總監的身份參與其中。你們兩人的合作，令人聯想到《Tokon》時代的文化人脈。

Lucas 因為伊藤正幸的粉絲和《Tokion》的讀者年齡層有部分重疊，所以和他一起工

23. 育種者

所謂育種是指透過動植物的交配進行遺傳性的改良。例如對農作物施以品種改良的行為是為植物育種。專門從事交雜配種、遺傳基因組合轉換等研究的人稱為育種者。

作，可以找回那些年齡層的人。不應該只是一味地以年輕人為對象，畢竟還是有上了年紀卻依然有趣的人，只要自己覺得有趣，就該勇往直前去做。

——在我所觀察到的文化現象中，有趣的事碰撞在一起，會帶出更多的趣味性，也會跟各種事物發生關聯。Lucas 先生的這種作法完全就是一種的編輯方式。令人感受到除了「Lucas 先生之外，其他人都無法想到的絕妙組合。就這個意義來說，這本在地下鐵車站內分發的 free paper《Metro Min.》，也是過去從未有過的想法。

Lucas 當初是 STARTS 出版社提出「我們沒有辦文化雜誌的經驗，但是想做一本那種感覺的 free paper，請當我們的顧問」的要求。大約是在電車中可用十五分鐘讀完的份量，內容是大家都能接受的文化現象報導，一開始預定印刷六十萬份。不過我參與的只有最初那段時間，也許外觀沒什麼差別，現在的雜誌則是少了一些溫暖的感覺吧！的確數量是很多，但基本上我的作法還是沒什麼改變。做自己有興趣的事。因為做自己沒有興趣的事，讀者是不會感覺有趣的。

——以《Metro Min.》來說，你只有在創刊時參與製作，此外你還是《Paper Sky》的總編輯、《Planted》的創意總監、《Mammoth》的發行人吧！一字排開來看相當壯觀，取材的內容也各有千秋，請問它們共通的 Lucas 式編輯特徵是什麼呢？

Lucas 從《Tokion》以來始終不變的是——做過去沒有的東西，也就是我所謂的「寬螢幕」吧！還有就是要讓讀的人感覺舒服，有所助益。同時就是有趣友善的感覺編輯雜誌。

——可是為什麼是雜誌呢？Knee High Media 也有網站呀！卻始終以雜誌為推展的主體，

為什麼？

Lucas 只要是編輯的工作，編什麼都好，不過我喜歡雜誌。大概是因為只要能在紙上傳達想要傳達的東西，之後什麼事情都辦得到吧！一開始先出雜誌，進而不論是辦活動、製作衣服、搞網路都好，總之就是能推廣開來。也就是說這樣的時間順序有助於推廣，反其道而行就有困難了。從電視轉為編雜誌，或是由服飾業轉為編雜誌，應該都很困難吧！

——現在大家都說受到網路的影響等因素，造成現在的出版業不景氣，在這種情況下，你還能經手如此多的雜誌，真是很了不起的一件事。

Lucas 可是我還想繼續做更多哩（笑）！

——你還有很多的創意嗎？

Lucas 多得很咧！

——對於出版業的不景氣，你有什麼看法？

Lucas 過去出版業也都一直是不景氣的，又不是今天才開始的現象（笑）。

——的確也是（笑）。然而不單只是編輯雜誌，要如何連結到商品和活動，Lucas 先生似乎總有很多靈感，我認為你在這方面具有重要的帶頭地位。

Lucas 不單只是編雜誌或是辦活動，我喜歡的是全部都一起來。我的理想是——比方說現在的《Paper Sky》在網路上有商店，但如果能有實體商店也很好，有電視節目也不錯。我希望能在更多的地方實踐雜誌所傳達出的概念。

——我想你的意思是說雜誌上的提案，不單只是停留在商品、服裝、旅行計畫等的連結，

而是要擴及到整體的生活型態吧！有很多人以為編輯就是「做雜誌和書籍的人」，其實不只是那樣，也有編輯站在跟 Lucos 先生一樣隨時提供對事物的新看法。

Lucos 說的也是。人世間有各種人，光是介紹那樣的人就很有趣，其中還能發現許多事，只要能傳達那些內容就能推展開來。

——只不過最初從獨立製作的方式出版，後來也沒有轉變為帶有廣告性的內容，始終貫徹與讀者友善互動的模式，Lucos 先生這種作法恐怕也是世界少見吧！

Lucos 也許吧！我自己也覺得做得有些困難。常常很想做各種的嘗試，也常常必須死心斷念，有種自找苦吃的感覺（笑），不過我還是做得很高興。

「自己就像是農夫一樣。只是今日事今日畢。」

Lucos 做任何事都一樣，我只是持續在做自己喜歡的事。如果做不到，對自己說謊的話，或許就會燃燒殆盡。也許那樣的人很多也說不定吧！

——如果那樣的人請教說：「要如何才能做事像 Lucos 先生呢？」你會如何建議？

Lucos 嗯……，無從建議起吧！我認為每個人都可以成為編輯。也許當棒球選手、機師必須有專業技能才行，但編輯是活用每個人特長的工作。因為即便看到同樣的東西，看法也會因人而異。比方說《Tokion》的名字，是從「時音」二字的日文發音轉變而來的，因為一天之中會有很多「時間的聲音」。傳達出那種空靈感、當時的創意、每個人所擁有的感受

等訊息，就是我的工作。當然有很多事情是我想傳達卻無法傳達的，編輯就是要組合出讓人看得清楚的傳達方式。只要掌握這方面的竅門，任何人都可以成為編輯。

——現在很流行部落格，就連電視台也會因為「找不到題材」而拚命上網瀏覽找尋靈感。可是Lucas先生好像從來沒有缺乏題材的窘境？

Lucas 我想大家應該是累了吧？身體狀況不好自然就會找不到題材。不過也有很多不是那樣的年輕人，接下來就是努力與否的問題了。找尋題材就像是運動或是習武一樣，要練習到看在外人眼中好像輕而易舉，一次就能做好。練就好找尋題材的功夫是很重要的。

——練習到變為身體的感覺，這倒是很日本式的想法嘛！

Lucas 是呀，因為我很喜歡日本囉（笑）！

——我想應該有很多人受到Lucas先生舉辦的活動的影響，有些日本人就是最好的實例。過去總是只留意外國的人，近來也認為日本地方的文化和食物很有個性，而開始有了興趣。

Lucas 是呀，那是一個好現象。

——你剛才一開始說過想做出「可以留存在記憶」的雜誌。我想在今天這個時代，那是一件很重要的事。有太多無法留存在記憶的東西，完全只是被消費，就這個意義而言，你對網路有什麼看法？

Lucas 我認為最好的方式，就是只傳達訊息給值得傳遞的人，往更好的方向邁進。這麼一來，活著的人都會很快樂，自己也會快樂，世界也就和平。但相對地，如果說那樣子沒有意義，那我就不知道什麼是有意義的了！

——的確如果那樣子沒有意義的話，人們就不知道是為何而活了！Lucas 先生的雜誌不會硬要灌輸某種想法，而是有種很友善的口感，或許正符合現代人所求吧！最後想請問今後有什麼預定計畫？

Lucas 那可不能說（笑）。總之我還有很多想辦的雜誌，同時不只是雜誌，也想編書。目前出版了石川直樹的第一本攝影集，柴田元幸^[24]於《Paper Sky》連載的專欄也交由其他出版社出書。

——不管怎麼說，你突然隻身來到日本，做了這麼多的雜誌，影響擴及下一代的孩子們……，好一個成功的故事呀！

Lucas 不過我就像是農夫一樣。因為萬一遇到壞天氣，蔬菜就無法採收，只能像這樣今日事今日畢。我想總有一天會結束，但那也是沒有辦法的事。到時候再做其他的事就好了。在當今這個時代，以為現在做的事會永遠持續下去的想法是很危險的，所以要享受當下，能做的事才是最重要的。至於自己是否樂在其中，不管是透過文章、照片還是編輯，都一定會直接傳達給其他人知道。

24. 柴田元幸

Motoyuki Shibata。1954年生。美國文學研究者、翻譯家、東京大學教授。翻譯保羅·奧斯特（Paul Auster）、查理·布考斯基（Henry Charles Bukowski）、史提夫·艾瑞克森（Steve Erickson）等現代美國文學。除小說作品受歡迎外，作品《半調子學者》（生半可な學者）曾榮獲講談社散文獎。

