

閱讀在中國：在閱讀率攀升之後

閩南師範大學教師 | 萬麗慧

中國的全國國民閱讀調查，在 1998-2006 年的時候是兩年一次，2007 年以後是一年一次，2014 年 4 月 21 日公佈的是第十一次全國國民閱讀調查。10 多年間，中國的全民閱讀呈現如下的情況：

1. 10 多年間圖書閱讀率呈現一個 U 形：1999 年當時中國國民圖書閱讀率是 58.9%，1999 年到 2005 年之間，中國國民圖書閱讀率呈現連續下降趨勢，到 2006 年由原新聞出版總署發起的全民閱讀活動廣泛開展後，中國的國民閱讀狀況才得到有效改善，國民閱讀率開始呈現連年上升態勢。2007 年，中國國民圖書閱讀率為 48.8%，2008 年為 49.3%，2009 年為 50.1%，2010 年為 52.3%，2011 年為 53.9%，2012 為 54.9%，直到 2013 年雖然閱讀率已經回到了 57.8%，卻仍遜於 1999 年第一次閱讀統計時的 58.9%。10 多年來圖書閱讀率呈現一個 U 形。
2. 圖書閱讀提升，但報紙、期刊閱讀率持續下降：2013 年中國人均每天讀書時長為 13.43 分鐘；人均紙質圖書閱讀量為 4.77 本，比上年增長 0.38 本。但國民報紙閱讀率為 52.7%，較 2012 年的 58.2% 下降了 5.5 個百分點；期刊閱讀率為 38.3%，較 2012 年的 45.2% 下降了 6.9 個百分點。
3. 數字閱讀接觸首次超過所有媒介閱讀行為的半數：2008 年中國國民包括圖書報刊和數位出版物在內的各種媒介綜合閱讀率為 69.7%，2013 年為 76.7%，受數位媒介迅猛發展的影響，數位化閱讀方式（網路線上閱讀、手機閱讀、電子閱讀器閱讀、光碟閱讀、PDA / MP4 / MP5 閱讀等）的接觸率首次超過半數為 50.1%，較 2012 年的 40.3% 上升了 9.8 個百分點。

* 動態跳躍閱讀取代靜態思考閱讀

中國新聞出版研究院應用理論研究室主任徐升國面對這些統計數據呈現的現況，於 2013 年 4 月 13 日的博雅出版論壇第一期上的演講「數位化時代的閱讀」中提出了數位閱讀是不是還是閱讀？它和紙本閱讀有何不同的問題。演講中徐升國提到《普魯斯特與烏賊》（Proust and the Squid）這本書作者的發現：紙質閱讀與數位閱讀是有區別的，一種是閱讀腦袋，一種是數字腦袋。這種差異導致人的思維方式、行為方式都有很大的差別。古代人以學富五車、才高八斗為好，但是現在，只需要一個搜尋引擎我們知道得更多。

近年更隨著社群網站和即時通訊軟件的發達，動態交流逐漸取代了傳統靜態式閱讀，遇到問題，人們甚至不需要去搜尋引擎，隨便在微博上問一下就知道，這使「閱讀」進一步發生了變化。數位化、網路化的閱讀，使人們的思維呈現出跳躍式的動感特徵。過去所謂文明社會的出現，是人類通過深入閱讀和思考，發展出理性的思維模式和邏輯，才進而推動了文明的開展。如今像這樣一種因靜態與深層的閱讀所帶來的理性時代與文明的到來，會不會因為動態交流式閱讀方式的出現而改變。今日閱讀和思考已經越來越成為稀有之物，資訊爆炸時代人們的思考能力平面化、碎片化等現象，已經是人們不得不面對的新現象和新趨勢。

* 閱讀經典，閱讀好書

顯然的當中國國民閱讀率在政府帶領及各方配合之下，2007 年至今，國民閱讀率已經明顯回升，但是面對上述專家提出的閱讀方式改變、閱讀內容改變會不會影響人類文明進展的問題，開始成為更多人關注的焦點，於是讀好書、讀經典已經成為繼推動閱讀率之後的又一波閱讀推展活動的焦點。這部分的活動又大致可分為兩個部分：推薦好書和讓讀者方便買到好書。

首先，在讀好書這件事上。目前在大陸隨便上網搜尋就會發現有各種各樣的好書推薦榜，如：影響力較大的鳳凰好書榜、新浪中國好書榜，其他有新京報好書榜、光明報好書榜、新華好書榜及中國圖書評論學會每月推出的「大眾好書榜」等，2014 年 4 月 23 日，第 19 個世界讀書日，中宣部出版局部署也在圖書日當天公佈了「2013 中國好書」，共推薦了 29 本好書。

而除了以上這些較具知名度的好書推薦榜，網路上更有豆瓣讀書、薦書網 YinYan 博客、中國讀書會聯盟、同行者書友匯、左岸讀書、微時光、戰隼的學習探索、敲敲門網、留心網、讀書筆記、讀寫人等由愛書人自發的圖書推薦網站，推薦方式各不相同，目前資金與人力來源多半是靠小額廣告或愛書人自由贊助支持，琳琅滿目。

這些好書榜和一般書店與網路書店純粹以銷售量過濾出來的暢銷書排行榜不同。好書排行榜多半強調的是專家選書，有些媒體因為特殊的定位，甚至完全不考慮暢銷書，如《中華讀書報》的定位原本是面向大學文化程度以上的知識界人士，如大學裡的老師、學生，讀者對象明確，因此基本上不關注非常大眾性的出版書，以學術文化書籍為主要推薦對象；但也有部分排行榜融入了網民的推薦意見，如「新華好書榜」分為書評精選和書友投票；「新浪中國好書榜」初選是由新浪讀書編輯部和媒體圖書編輯及評委聯合推薦，初選出 30 本入圍好書；中選將 30 本入圍好書網上公示，由廣大網友、專家評委進行評選；終選才綜合評委、網友、新浪讀書編輯部投票，選出前十名好書。

此外，對於推薦好書這事情，在大陸還有不少的媒體開闢有書評專欄如：《新京報·書評週刊》《東方早報·上海書評》《南方都市報·閱讀週刊》《書城》《文景》《讀品》《中國獨立閱讀報告》《文匯讀書週報》《讀書好》《上海文化》《時代週報·時代閱讀》《經濟觀察報·書評增刊》等。

《中華讀書報》書評週刊執行主編王洪波表示：據其和出版社的朋友瞭解，通常上榜次數較多的書，比如說被「新浪中國好讀書榜」推薦的書，可能銷量就會好些，可能賣到一萬冊、二萬冊。也就是說確實書榜對圖書的銷售來說有一定的促進作用，主要是媒體推薦選出來的書，不像暢銷書榜，全是市場的因素，因此每年年底各大媒體的書單對好書的推廣，多半還是有一定正面的作用。

* 好書榜中榜需求的出現和實踐

但面對愈來愈多的好書推薦，最終不免讓讀者眼花撩亂，為解決這個問題，百道網首先是推出中國好書榜，網頁中明文寫到：「試圖解決過多且分散的圖書訊息，借助技術把分散的好書

推薦資訊聚合起來，形成一個集中的榜單，一目瞭然地呈現被推薦的好書。」網站上還宣稱其「運用技術的力量欲創新好書發現與被發現的機制，在暢銷書榜之外探尋一條好書推薦和傳閱之路。」也就是百道網希望做出中國好書榜的榜中榜，整合好書的來源。

此外，百道網從 2009 年開始建立了圖書推薦雲平臺。主要是想動員更多懂書人參與發現好書，把更多好書打撈出來，有讀書的專家學者推薦，也有讀書達人推薦，建立好書篩選機制和過濾機制，形成動態更新中國好書的書目庫，再運用媒體和網路等社交媒體傳播這些好書，並促成書店配合陳列這些好書，這樣讀者就更容易發現這些好書，百道網希望將圖書雲推薦平臺，建成一個好書分享的閱讀世界。在圖書雲推薦平臺中，只要市場上買得到的書，都可以在這個平臺找到，因此任何人只要在資料庫裡搜書，之後直接勾選就可以輕鬆推薦好書，省去了過去選書要填寫書名、版本、出版社的麻煩，通過平臺化運作，使推薦好書這個事情變得簡單易行，這樣才會有更多專家願意參與推薦好書。這個平臺目前已經開始做了一些活動，如 2013 年 4 月 23 日世界讀書日期間百道網通過讀好書推薦活動，一周時間內，就完成 400 多位圖書推薦書單，其中有專家學者、出版人、編制人、作者還有媒體等很多人參與。

* 好書的發現與被發現

但好書榜推薦平臺，做得再好也只解決了圖書發行的問題。王洪波表示以行銷的角度來說，80 年代圖書的行銷很好弄，搞定書店，書店、賣場一擺這個書就可以銷售出去，或者是一增訂就完成了；90 年代媒體活動就要跟上，現在就連微博、微信等都要去經營，原來可能一個出版社一、兩個人就可把行銷事情拿下了，現在出版社會漸漸開始覺得應付不過來。所經營的微博，如果有互動功能就需要一個人專門負責，這會是一個很大的問題。好書榜與行銷的關係，會是出版社比較關心的事。

為解決如何讓好書被讀者發現，並讓讀者能夠方便的購買到的問題，百道網以主題行銷方式，在 2014 年 6 月 1 日做了六一少兒好書大推薦。該活動聯合新閱讀研究所（註 1），最終有 100 多家出版機構、出版公司參與，邀請了很多閱讀推廣人參加，同時聯合寶寶中心、京東網做足宣傳，還有 50 多個大書城同步推動，如北方書城、北京圖書大廈、王府井等各地書城都有參加活動，並有多家媒體參與報導。主題行銷方式受到大家歡迎，好書將因推薦被發現，因發現而被閱讀，推薦好書不僅是對讀者有意義，對出版社、批發商、零售商意義都非常大，聯合提高賣場能見度的主題行銷和聯展圖書銷售方式，和單一公司的展銷意義和產生的效果是不同的。主題行銷通過聯合各大出版集團出版社，使這些好書在書店通過促銷活動真正被讀者看見。通過活動發揮作用，可以在大賣場和網店做行銷，同時還可以突破書店限制，做展會行銷、主題行銷，並針對機構、大專院校推展行銷活動，這些都完全是這個可能的。

最後，則是要想辦法延伸主題行銷和聯展的效果，讓好書單出來之後能更廣泛的被推廣，也就是書店要如何把好書單覆蓋進去。目前，經營書店最難的，一個是集貨，一個是集客。集客指的是流量，集貨則是需要懂書，但書店懂書的人並不多，這個時候如果能結合像是百道網或是

其他專業好書推薦平臺，這些協力廠商的好書推薦平臺就恰可以為書店提供選書智力上的支援。

* 閱讀與國家戰略

除了民間對閱讀好書活動的積極行動，另一方面，中國近年來不斷提出要把閱讀提升到國家戰略位置的議題，並引發許多討論。關於「國家戰略」此一說法，最早提到這個概念的是美國人，之後日本人對國家戰略也很重視，但是從來沒有人把「閱讀」作為國家戰略。但在中國十八大報告裡面的第六條紮實推進社會主義文化強國建設方向中，卻第一次提到了全民閱讀戰略，呼籲應該像重視全民健身一樣去重視全民閱讀。

近年來一直在中國宣導全民閱讀的朱永新先生提到，「閱讀雖然是個體的行為，但是每一個體行為最後就構築了一個民族的精神境界。一個國家、一個民族的競爭力取決於它的精神力量，而精神的力量取決於它閱讀力量和閱讀水準。一個民族的精神力量不取決於人口的數量，而取決於人的閱讀品質。」

目前在中國《全民閱讀促進條例》即將推出，正在徵求各方面意見。但對於閱讀立法這個事情，社會上也有各種不同的意見，有人贊成，有人質疑。質疑的聲音主要是認為閱讀是很個人的事情，難道不讀書就是犯法？但這種質疑其實是對閱讀立法這個事情有誤解，閱讀立法的用意主要是要保障公民的閱讀權利，其強制性是針對政府部門，而非針對個人。比如，可以加強圖書館的建設，並保證其經費；保障企業員工的閱讀權利等等。事實上，在國際社會間，以立法的形式保障、提高與累積國民閱讀能力的法律並不少，有美國的《卓越閱讀法》《不讓一個孩子落後法案》，日本的《關於推進兒童讀書活動的法律》，韓國的《讀書文化振興法》，俄羅斯的《民族閱讀大綱》等。儘管有不少人質疑用立法促進全民閱讀不可能解決所有的問題，但是，在中國很多學者認為即便只能解決一部分問題也是好的。

實際上 1995 年 4 月 23 日定為世界閱讀產權和保護日，也正是因國際閱讀學會在調查了全世界主要發展國家的情況以後，得出了一個很重要的結論。他們發現閱讀能力的高低，直接影響著一個國家和民族的未來，於是他們把這個結論報給聯合國，聯合國就把這一天定為閱讀日。

* 引領大家讀好書，蓄積創建文明正能量

也因為逐漸重視閱讀，在中國很多學者更直接提出「國家應該宣導領導人親自來推動全民閱讀」的說法，畢竟所謂「領導」某種意義上代表的就不是一個人，而是一群人，也因此能發揮的力量也最大，凡事若能從領導做起確實往往能達一呼百應之效。事實上，這樣的作法其實也早是國際慣例，例如：美國的總統每年都會到學校裡面去推廣閱讀，歐巴馬一上任馬上就和他的夫人蜜雪兒來到首都華盛頓一間小學為小孩讀書，每一年他們都這樣，而且歐巴馬還專門給孩子們寫了一本書《美國讀物》，可見他們是如何的重視閱讀。同樣，在臺灣一向作風親民的第一夫人周美青對於閱讀活動的推廣也向來不遺餘力。

比較兩岸對閱讀活動推廣的力度，臺灣對於閱讀或是文化這件事，整體的重視程度似乎遠

不如大陸來的積極，也許我們可以這樣說，大陸畢竟因為人禍被耽擱了幾十年，現在自然要加把勁追上，但是臺灣固然有較好的閱讀基礎，但面對今日只讀娛樂「螢幕」卻不讀知識「紙本」的年輕人，可能確實需要有更積極的方法來引導，才能讓大家愛讀書、讀好書，重建理性思維能力，蓄積共建更美好文明社會的「正能量」。

注釋

1. 新閱讀研究所 2010 年在北京成立。研究所隸屬新教育研究院（新教育研究院是一個致力於「新教育實驗」研究和推廣機構）。新閱讀研究所的領銜創辦人為朱永新教授。該機構致力於通過研究和推廣閱讀，促進學校、家庭和社會關注閱讀；通過宣導閱讀的核心價值觀，推廣新閱讀理念和閱讀方法，促進人們閱讀能力和閱讀水準的提高；通過閱讀研究項目和公益活動，營造全民閱讀之風，使閱讀成為人們的一種生活方式，為提高全民族文化素質、提高國家軟實力貢獻力量。

參考文獻

1. 第六期博雅出版論壇「全民閱讀是強國之策」，2013 年 9 月 14 日。
2. 第十一期博雅出版論壇「守望經典、閱讀精品」，2014 年 5 月 17 日。
3. 第十二期博雅出版論壇「好書的發現與被發現」，2014 年 6 月 29 日。