



書香英倫——

媒體的關注與全民的參與

◎ 英國諾丁罕大學亞洲太平洋研究所研究員／蔡明燁

不列顛可否稱得上是個書香社會、文化大國？

這個問題恐怕見仁見智。持反對意見者，或許馬上會指出英國民眾的識字率在西歐國家中算是偏低的，同時不僅閱報（尤其是質報）的人口不斷持續下降，各種有關「出版末日」的預言，也經常在輿論界造成某種程度的恐慌！至於持正面看法者，則可能會以一般日常生活中的觀察來加以駁斥，例如在擁擠的倫敦地鐵中，放眼望去總是見到一個個看書看報的人頭；走進各大書店，經常是高朋滿座；再看各式各樣的書展、讀書會、文學獎和文學節（literary festivals）等，更可以說是琳瑯滿目、應有盡有。

換句話說，當我們心中存有某種定見時，我們幾乎也定能在現代社會中找到合適的現象做為印證。因此對於上述的問題，我個人的觀點雖然偏向後者，但若要以英國做為國內打造書香社會的學習對象，我卻不敢過於肯定，畢竟在這個新傳播科技日新月異兼且資訊大爆炸的時代，英國其實和臺灣一樣，對於「培養讀書風氣」一事，面臨諸多困惑與艱難的挑戰。

◆ 閱讀 VS. 新科技

不過我認為英國的經驗還是有其參考價值，首先值得一提的是對「閱讀」概念的反思：資訊科技的革命性發展，已使字典、百科全書逐漸走向數位化，同時各大報也紛紛投注心力於電子報市場的開疆拓土，因此許多傳統出版業者憂心忡忡，悲觀者甚至認為閱讀活動的急遽萎縮，使得16世紀以降的出版業，在未來幾年間便將宣告終結！

然而實情並非如此，正如《觀察者報》（*The Observer*）的文學編輯麥克蘭姆（Robert McCrum）說得好：如果資訊科技的發展史能使我們學到一件事，那就是新的發明並不會「取代」舊的媒體，而是「相輔相成」，所以印刷技術並未取代紙和筆，電視也並未取代電影和收音機，同樣的，電腦也將是一個額外的傳播工具，而非愛書人的仇敵。

無疑的，新科技的發明將會打破既定的生態平衡，使成本結構和市場定位必須重新調整，例如有朝一日當電子出版果真大行其道時，傳統書籍的價位可能將比目前高出許多，但「書」的市場仍舊不會消失，因為它有其他媒體無法取代的優勢，使其生



命具有強烈的韌性，能夠與時俱進。更重要的是，出版事業與人類創作和溝通的需求盤根錯節，雖然商業運作已成爲其中不可忽略的環節，但追根究底，一部作品的完成（無論結構和品質的好壞），都是根源於自我表達的強烈渴望！也因此將來這種「表達」究竟是透過電子媒介或印刷產品，應該不是問題的重心，更不應被視爲「閱讀」活動退化的證據，因爲此一看法之所以形成，是將焦點放在閱讀的「型式」所致，但其實真正值得我們關心的，畢竟應該是「內容」本身。

◆ 多面向的全民參與

於是在建立了對「閱讀」的新共識之後，我想英國在推廣全民閱讀方面的努力，第二個值得借鏡之處，便是社會各界「廣泛、長期性的參與」，而非僅只仰賴文化界和教育界的單向貢獻。

以國內所熟悉的幾個大型英國文學獎爲例，1968年創辦「布克獎」（Booker Prize）的布克公司是食品商，從2002年起，開始由國際投資企業曼集團（Man Group）負責贊助，更名爲「曼布克獎」，用心鼓勵小說創作；1971年成立「惠特比文學獎」（Whitbread Book Awards）的惠特比公司，是一個娛樂事業機構，獎項共分「小說」（novel）、「首部小說」（debut novel）、「詩集」（poetry）、「傳記」（biography）、「兒童文學」（children's literature），以及「年度代表作」（book of the year）等6大類；至於1992年挺身支持「柑桔小說獎」（Orange Prize for Fiction）的柑桔公司，則是電信通訊企業，本獎專門針對女作家的作品。除此之外，各種由報紙媒體、平面雜誌、出版業界、基金會所主辦分別以新詩、科普、學術性著作見長的大小獎項，以及各縣市政府、圖書館、連鎖書店或私人團體舉行有關閱讀活動的排行榜、民意調查、書展、文學節和文藝營等，更是五花八門。

其次，如果我們更進一步觀察每個文學獎或閱讀運動的運作過程，多半也將發現整個活動所牽涉的層面之廣，絕非僅限於主辦單位、出版社和作家間的狹隘互動。

以2002年「曼布克獎」的情況爲例：評審團的入圍名單公佈之後，各大書店便開始加快腳步進貨，好讓讀者有機會一一瀏覽，並使各種環繞入圍名單而興起的讀書會、紙上讀書俱樂部等，得以趁機紛紛組成。各大媒體一包括報紙、雜誌、電視、廣播在內—不僅針對本獎做報導，也陸續刊登各種與獎項和作品相關的評論，至於負責轉播頒獎晚會的英國廣播協會（British Broadcasting Corporation，簡稱BBC），更特別開闢了電腦網站，使一般讀者能有機會對各部作品暢所欲言。主辦單位在正式推動的評審過程之外，還同步舉行了一個「民選布克獎」（People's Booker Prize）的票選活動，以便刺激讀者更積極的參與，並在評審團所決定的最後揭曉隔天宣佈。更有趣的是，各個大型投注店也會接受有關布克獎的賭注，以便凡是有興趣的市井小民，人人都可以試試自己選書的運氣和判斷的眼光。



「曼布克獎」坦承其籌辦的主要動機在於提高出版市場的銷售成績，而要長期達到提振買書風氣的目標，顯然不能只靠主辦單位一年一度的聲嘶力竭，而必須在社會各階層喚起廣大的迴響，才能三十多年如一日，越來越有聲有色！

◆ 媒體環境

那麼，「曼布克獎」和其他的閱讀活動是如何激起英國社會大眾的響應呢？除了主辦單位豐富的專業經驗之外，我想，「媒體的配合」是第三個重要的參考座標。

整體說來，英國的大眾媒體對文化、藝術、出版都有相當的承諾，例如每份週六和週日出刊的報紙，幾乎一定都有專門的藝文版，刊登對出版現象的觀察、對新書與作家的評介。某些報紙給予的篇幅較短，可能只有一、兩版，但不少報紙卻會每週出版長達數十頁的固定專刊，精采的內容不下一份專業的藝文雜誌！可見即使是在沒有文學獎或大型閱讀活動造勢的平常日子裡，兼具深度和廣度的出版書訊依舊俯拾即是，於是對文化、創作、藝文活動的關心，可以說已在不知不覺中成為市民社會日常生活的一環。

而且這種情況並不止於報紙，以一般性雜誌為例，同樣隨處可見作家專訪和深度書評，尤其「紙上讀書會」的這類設計，更是女性月刊的最愛，由編輯群挑選一部新書做為當月的讀書會主題，並在下一期的雜誌裡刊登讀者的閱書心得。至於廣播電視方面，BBC2每週五播出的「深夜評論」(Late Review)節目，邀請專家針對備受矚目的電影、戲劇、畫展、新書等，在攝影棚內展開30分鐘的唇槍舌戰；獨立電視台(Independent Television, 簡稱ITV)的「南岸之秀」(South Bank Show)長達一個半小時，以作家、作品、藝文人士及活動為節目的重點；此外我們也不能不提各廣播電台與電視台所不定期製播的相關紀錄片，以及由文學作品改編而來的戲劇節目等，對於長期保持、甚或提高一般大眾對閱讀的興趣，皆可謂功不可沒。

當國內風起雲湧推行「全民閱讀運動」之際，最難克服的或許便是「閱讀運動」本身的致命傷——既然名之為「運動」，自然是個有「始」有「終」的過程，但無論運動期間如何高潮迭起，更重要的卻是在運動結束之後，成效的後繼與持續問題。如何長久透過各階層的合作以及媒體的投注，使「閱讀」成為大眾「日常生活」中的一部分，應該是英國經驗所能為我們提供的寶貴課程。