

日本推動閱讀新風向

旅日文字工作者 | 林宜和

近年日本出版界面臨不景氣風潮，教育界面臨脫離活字現象，都是悖離文化的負面消息。在這樣的現實情況下，推動閱讀變成一種不得不做的必然。本文由日本主導閱讀的讀書推進協議會、書店和圖書館著眼，略述他們的作法和方向。

* 讀書推進協議會的活動

日本的「讀書週間」（閱讀週）運動起源於1924年，由日本圖書館協會發起，自11月17日至23日這一個星期，以鼓勵讀書，普及圖書文化及推薦好書為目的，在日本全國各地展開活動，其後陸續有出版界團體加入支援。二次大戰期間，日本的讀書運動迫於軍閥政令而停止。大戰結束後，思想和表現自由解禁，文化國家的建設變成日本國民的共識，終於在1947年11月恢復「讀書週間」。當時是由日本圖書館協會，書店組織和文化關聯團體共同舉辦，標榜「以讀書的力量建設和平的文化國家」，並自翌年開始，延長為10月27日起至11月9日這的兩個星期（以11月3日的「文化節」為中心）。自1947年至2016年，「讀書週間」已經連續舉辦70屆了。

1959年11月，為達成「讀書週間」任務，由7個主要團體，包括日本書籍出版協會，日本雜誌協會，教科書協會，日本出版經銷商協會，日本書店商業組合連合會，日本圖書館協會和全國學校圖書館協議會，共同組成「讀書推進運動協議會」（以下簡稱「讀進協」）。「讀進協」於1965年成立社團法人，由日本文部省主管，主導「讀書週間」活動迄今。

依據讀進協的會報《讀書推進運動》報導，2015年日本各地「讀書週間」的活動，傾向活潑和多元化。主辦團體共有1,752個，達成迄今最高紀錄。其中，沖繩縣的圖書館配合讀進協「讀書日和」（讀書好日）的標語，用天氣標誌配合推薦圖書，作別緻的展示。「讀書週間」適逢西洋的萬聖節，為了吸引小朋友，許多縣市也加上一些花招。如新潟縣主辦的繪本朗讀大會，請講者和聽者都變裝參加。岡山縣將怪談繪本的朗讀會和捉鬼遊戲合併，舉辦萬聖節晚會。高知縣注重高齡閱讀者，主辦銀髮族「書評辯論會」（Bibliobattle），限定65歲以上才能參加。

上述之外，讀進協每年推薦適合年輕世代和高齡族群閱讀的好書，作為畢業、就職或敬老的送禮名單。這是由各個地方自治體的讀進協分會，從每年出版的書籍當中，各挑選3冊，呈給讀進協總會。再由讀進協的事業委員會彙整書目，選定24冊做為當年推薦書單。這份書單列印後，就分發給全日本的公共圖書館和書店等等，作為宣傳。

除了成人的「讀書週間」之外，讀進協自1960年開始，也主導「兒童讀書週間」。期間自5月1日至5月14日二週，以日本的兒童節5月5日為中心。自2000年「兒童讀書年」之後，

更延長為 4 月 23 日至 5 月 12 日三週。期間主辦各種閱讀活動，年年興盛。2016 年的「兒童讀書週間」共有 1,891 個團體參加，達成迄今最高紀錄。本年逢《兔子彼得》的童話作家波特女士 150 年誕辰，各地的讀進協分會多配合做專題展覽。本年亦逢宮澤賢治 120 年誕辰及瀨田貞二 100 年誕辰，也有各種紀念展覽。此外，比較別出心裁的活動，如北海道幕別町圖書館，請偶像棒球明星大谷翔平和市川友也支援。只要借書達 67 冊（兩位球星的背號總數），就可獲得與球星的合照（電腦合成）一張，據說非常受小朋友歡迎。經常為「兒童讀書週間」繪製海報的繪本作家荒井良二，也是企劃展的熱門人選。許多圖書館都展出「荒井良二的世界」，或以海報標語「四角的書，圓滿的心」為題，展出各種形狀關聯的書和繪本。

* 出奇制勝的書店

日本不只是小書店難為，最近大書店也面臨廢店的窘境。2016 年 8 月，紀伊國屋書店的新宿南店，就因租金太貴，將一至五樓的大賣場關閉了。這家書店在 1996 年開業時，是當時日本規模最大的書店，面積達 4 千平方公尺。書店社長高井表示，營業一年之後，日本的書籍市場就開始縮小，每年赤字不斷增加，有如在�血本無歸的文化投資。講求薄利多銷的書店，碰上不景氣和不肯減租的房東，只有走上關門一途了。除了紀伊國屋新宿南店之外，淳久堂新宿店、LIBRO 池袋本店和大阪的旭屋書店本店，也都在近年相繼關閉。

在一片廢業聲中，日本有一些獨立書店，自創吸引讀者的營銷方法。位在東京銀座的森岡書店，是僅有 5 坪的超小型書店。書店老闆森岡督行，每週只挑選一冊書販賣，整個書店就只擺那一種書。森岡原來在別處經營舊書店，在舉辦多次特展之後，感覺作者和讀者都喜愛具有風格的展示。他以為，要讓紙本書生存，作者和讀者的交流是很重要的。每次只要賣一冊，就能達到這個目的。森岡賣花卉寫真集那週，就把整個書店布置得像花店。賣漁夫寫真集那週，再用魚乾和魚網，將書店改裝成海港風味。這個標榜「一冊一室」的迷你書店，自 2015 年 5 月開業之後，很快獲得輿論矚目。如今，一本 6 千日圓以上的高價書，也能在一週之內賣出 38 冊。這種方式不僅讀者歡迎，出版社也紛紛上門推銷。消息傳到海外，歐洲電視台派員前來採訪。中國觀光客更因微博宣傳，不少人來此拍照留影。

岩手縣盛岡市的澤屋書店 FESAN 店，因為店員長江貴士的「文庫 X」妙計，而令某書籍大為暢銷。長江的設計是，將自己的愛讀書包得密不透風，包裝紙上頭寫：「對不起，我不知道該如何介紹這本書，但是我相信，沒有人會不受這本書感動。」顧客只知道這本書非小說類，定價 810 日圓。結果，該書在 1 個月之內售出約 980 冊。這個「文庫 X」企劃已經擴展到 12 個縣市，該書的出版社也增加 7 千多冊訂單。發明「文庫 X」的長江表示，他隱藏書名的原因，是因為自己感動的書，其他人見到封皮，卻不見得會伸手去拿。有讀者反應，如果不是「文庫 X」，他可能永遠不會唸這本感人的書。在書市蕭條的現在，僅有一小部分書籍能打進暢銷榜。

網路書店的讀者書評，又經常左右書籍銷路。「文庫 X」卻證明書店店員強烈的愛書心，還是能打動讀者的感情。

據統計，北海道沒有書店的市町村，佔全自治體的 3 分之 1 以上。人口不滿 12 萬的江別市，卻在 2016 年 2 月，推出一個人文書專門的實驗書店，陳設約 3 千冊新舊書刊。該店店主表示，書店只要內容新奇，就會吸引顧客。任是誰都有追求新鮮感的慾望，書店可以變成地方文化的發信地。東京赤坂的雙生獅子堂書店，邀請 29 名作家推薦 3 千本好書，製成「選書棚」，吸引讀者上門。店主認為，書店就像護身的平安符，有時候看似無用，有時候卻會遇上人生轉捩點的作品。此外，由古民宅改裝附設咖啡座的東京 Title 書店，或兼賣麵包以吸引女性兒童的大阪笹部書店，都是具特色的地方書店。前者的店主表示，不積極促成顧客上門，經營就會陷入苦境。該店每日在網頁更新推薦書單，又開闢空間推出作家的作品展。後者匯集地域住民的意見，不時開辦繪本朗讀會，復提供育兒相關資訊，希望被當成社區的消息傳播站。

日本全國書店在 2015 年共有 13,488 家，比 2000 年當時減少約 4 成。資訊傳播方式改變和人口減少等原因，令日本的書店經營日趨黯淡。但是，「想要介紹更多好書給大家」的有心人店主，還是所在多有。由於他們對書的執著和愛情，才能教中小書店持續奮鬥下去。

* 獨樹一幟的圖書館

根據日本文部省的抽樣調查，16 歲以上 1,700 名男女當中，最近 6 個月以內經常利用的文化設施，最多的是圖書館（43.2%），其次才是博物館和美術館（21.2%）等等。日本的公共圖書館現在約有 3,200 館，是 30 年前的兩倍。自 1970 年代開始，圖書館即推行增加借閱活動，如今每年借出量約 7 億冊，較往昔增加 3.5 倍。圖書館的年度借出冊數，已經超過日本的書籍年度販售量。

圖書館的功能和使命究竟如何定位，是日本推動閱讀不能迴避的課題。近年許多圖書館都努力改善硬體和軟體，希望吸引更多住民利用。其中，東京的千代田區立圖書館特設諮商員，不但協助讀者查閱資料，更解答各種疑難。千代田區鄰近神保町書店街，只要讀者徵詢，諮商員會指引哪家店買得到哪本書，甚至哪家餐廳賣好吃的咖哩飯。千代田圖書館平日開到晚間 10 點，標榜是附近上班族的第二辦公室。圖書館甚至有託兒設施，收費低廉，讓年輕父母能安心查閱資料。由於率先示範便民，千代田圖書館曾獲得「Library of the year」的榮譽。

「太舒服了」、「想一直待下去」、「好酷」……這些是 SNS 上，許多人給東京武藏野市圖書館「武藏野 Place」的評語。號稱「市民休閒地」的圖書館，當初以人人來去自如的廣場為建築目標。如今，只要走進「武藏野 Place」，就會聽見輕柔的音樂，隨著大廳中央咖啡座的醇香，緩緩飄來。地下 2 樓是兒童和青少年專區，除了讀書之外，還可以打桌球、跳舞或打電玩、看漫畫和聊天。地下 1 樓收藏一般圖書，約有 7 萬 5 千冊。一樓的期刊長廊，陳列 560 種最新

雜誌和 30 種報紙。2 樓的交流空間有各種童書和生活書籍，互相交談或讓幼兒出點聲音也無妨。3 樓的工作空間供市民社團聚會，或舉辦演講和各種才藝教學。這個具有 4 大機能：圖書館機能、生涯學習支援機能、青少年活動支援機能 and 市民活動支援機能的圖書館，已經超越傳統的閱讀場地範疇。由每年 150 萬人次的造訪紀錄看來，「武藏野 Place」的親民便民目標，應該已經圓滿達成。

走商業路線的圖書館，以委託私營的佐賀縣武雄市圖書館為最。這個人口僅 5 萬人的小城，自 2013 年起與大手蔦屋書店簽約，全面委託後者企劃經營。豪華的內裝附設星巴克咖啡、使用自動借書機、販賣自家書刊和借書卡兼做消費集點卡，都是經營者的花招，也引來各方好惡批評。新武雄市圖書館開館半年，即突破 50 萬入館人次。利用者當中，市內居民佔 59.3%，市外居民佔 37.8%，十足變成觀光勝地。樋渡市長表示，他最不喜為圖書館而做的圖書館，他和市民追求的是偶像團體般的娛樂設施。如果純粹以商業觀點來看，武雄市圖書館是成功了。這個模式已經有其他縣市圖書館跟進，往後日本可能出現大同小異的「蔦屋連鎖圖書館」了。

同樣位在佐賀縣的伊萬里市民圖書館，與武雄市圖書館的經營方針恰成對比。這個人口 5 萬 7 千人的小城，由市長領導全體市民，共同創建大家理想中的圖書館。由 370 名市民組成的「圖書館之友會」，共同策畫主辦各種藝文活動和書展，並推廣「家讀」，即父母陪伴子女閱讀的習慣。除了軟體之外，廣大的閱讀區當中，闢有和室和書齋風式樣，童書區也有美麗的星空裝置。播放輕音樂、大廳擺設電視和將棋圍棋盤，都是伊萬里市民圖書館給市民紓解和休憩的設計。

除了上述公立圖書館之外，近年日本出現「微型圖書館」和「網路圖書館」，可稱推動閱讀的另類圖書館。「船橋驛前圖書館」的看板，位在千葉縣船橋市車站前商業大樓的通路一角，只有一座櫃臺和一面書棚，陳列上千冊圖書。上下班和購物的人群，多會停下來翻書。這裡的書有許多是暢銷書，比起得預約很久才到手的公立圖書館，可稱便捷。發起人是非營利法人「情報站」的代表岡直樹，這位愛書人就在「圖書館建設預定地」貼廣告徵求捐書，竟然順利達成目的。如今，船橋市已經有 20 餘家微型圖書館，分別設在酒鋪、汽車代理店、商店街的空店鋪和安養設施等等。辦理借閱和整理藏書是由 470 餘名義工輪流擔任，年齡下自 7、8 歲，上至 80 餘歲。義工只要划一下書本上張貼的條碼（Barcode），就完成手續，無須操作任何電腦按鍵。岡直樹表示，利用微型圖書館的人都很守規矩，有借有還，大概是看見義工同心協力而受感召吧。微型圖書館的企劃獲得其他縣市響應，上自東京下至九州，已經成立將近百家。雖然經營仍陷赤字，岡直樹希望日後能用網路號召方式匯聚捐款。

居住東京世田谷區的程式設計師地藏真作與河村獎，共同設計稱做 Librize 的網路圖書館。他們以為，日本全國有許多公私立機關如醫院、區民活動中心、辦公室或咖啡館的書架，都乏人問津或僅限少數人利用，非常可惜。他們鼓吹這些機構在 Librize 開設 Bookspot。只要登

入 Librize 網站，讀取書籍背面的 ISBN 條碼，就可將自家藏書登錄在內。想要借書的人，先在 Librize 確定藏書地點，再利用臉書帳戶和智慧手機做為借書卡，實地前往讀取書籍條碼，就完成借閱手續。Librize 與傳統圖書館最大不同，是借閱資訊都公開在臉書上，讓大家知道誰借了哪本書。結果，網友在臉書討論書本內容，自然就形成 SNS 讀書會。Librize 的嚐試非常受到好評，他們的最終目標是世界一家，將全球各地書架都在網上連結。

日本最珍奇的圖書館，大概屬島根縣海士町的「全島圖書館」。這個日本海上的離島，人口不滿 2,400 人，其中 4 成是 65 歲以上。不過，近年在町長的努力推動下，已經有 1 成人口是外來移住民，並集中在 20 和 30 歲代。偏遠離島沒有圖書館原不足為奇，自 2007 年起，卻有一位海士町的外來媳婦磯谷奈緒子，由改革學校圖書室著手，再發起設置圖書 Space 運動，在學校和托兒所、公民館、觀光資訊中心等 12 處所架設書棚，用網路連結借閱資訊，並在島內設 7 個還書箱。這個「全島圖書館」的計畫大獲成功，不但促成島上小學獲得文部省的「兒童讀書活動優秀實踐校」表揚，更間接促成政府補助，終於在 2010 年成立藏書 2 萬冊的「海士町中央圖書館」。

* 結語

日本推動閱讀的旗手，除了各方聯手出擊的「讀書推進協議會」之外，以營利為主要目標的書店，或非營利為設立宗旨的圖書館，近年都有顯著的改變。前者在激烈的生存競爭之下，仍然增加一些願意為小眾服務的愛書人書店，有如荒漠裡的奇葩。後者不再強調單純的借閱服務，而走向多元化多功能的休閒交流方向。這些求新求變的措施，究竟能否造福閱讀人口，或許仍需時間考驗。不過，相信圍繞著「書」的許多活動，越是多采多姿，越能吸引一般人注意，對推動閱讀應該是有益無害。在公立圖書館之外，民間人士自組的圖書館也開始活躍，是令人雀躍和期待的閱讀新風潮。