

德國、英國的媒體與閱讀

文字工作者 ◎ 楊佈榮

每天爲了提高閱讀率和收視率，臺灣的媒體積極挖掘各種所謂事實的真相，我們不禁要問：訊息告知難道是媒體唯一的功能嗎？去年德國的第二電視臺（ZDF）與英國國家廣播公司（BBC）兩大媒體，都紛紛舉辦了推廣閱讀的活動，以下就是其概況：

◆ 德國ZDF閱讀選書的活動

由德國的第二電視臺（ZDF）所主辦的「我們最佳選書的行動（Die ZDF-Aktion<Unsere Besten>）」的活動，並由德國書商交易協會、閱讀基金會等共同協辦；並誠摯的邀請大家，能提名寫下自己最喜歡的書，將答案寄回。這是電視臺開播至今，所舉辦最大規模的推展閱讀的活動。

活動自 2004 年 7 月 6 日展開，於晚間 10 點 15 分，並邀請作者和讀者共同參與特別節目的播出，提出個人最喜歡的一本書。當日即有許多讀者利用 E-Mail，寄出自己的書單，其中包含有赫曼·赫塞的《希達多》、湯瑪士曼的《魔山》等經典，都是讀者非常喜愛的作品。

在此次的活動中，小讀者也可經由兒童電視頻道，共同參與童書和青少年書專門選書的部分。以其所提列的書單中，選出自己最喜歡的童書，但最後的結果，仍集中在英國蘿琳的《哈利波特》、瑞典的阿斯塔·林格倫、德國艾莉希·克斯納等名家的系列作品。此次參與投票選書的計有 25 萬人，其中女多於男。

而根據閱讀基金會最近的統計，顯見閱讀的人口銳減，全德國只有 6% 的人會每天閱讀，而男女閱讀的主題卻又不盡相同。

位於德國西南司徒嘉的一些市立圖書館，也利用此機會呼籲讀者踴躍的參與，並希望在寄出選票時，能先將答案置於館內的信箱，然後由館員收集分析再寄出，由此能更進一步以了解讀者閱讀的新取向。

一、名單內外

如果你對於要提名哪些書，不知該如何是好，你可以進入電視臺的網站，其中已詳列有兩百本書的推薦名單。當然你也能另外提名其他的書籍，不論是暢銷書、散文、戲劇、青少年童書、德文小說和翻譯小說等，都可參與此次的投票活動。

這項活動一直要持續到 8 月 6 日，最後的結果於 10 月 1 日當天公佈。主辦單位希望能趕在一年一度出版界的盛會——法蘭克福書展開幕前，公佈入圍的前 50 名的名單。

第二電視臺希望能藉由這項閱讀活動，能重振低靡的書市。特別就在 2004 年上半年，德國



書商還曾經做了市調，試著找出書市銷售遲緩的原因。而當名單揭曉後，對於書商而言，也是促銷的最佳時機，大書店會主動印製大海報；而小書店也會規劃精緻的展示區，展示入圍的書籍。

二、閱讀的重要

從嬰兒期起就可開始培養閱讀的能力，如每天睡前為他朗讀床邊故事，就是一個最好的方法。等到兩歲時，他就能學著閱讀圖畫書，從簡潔、安靜、自然的圖像中，了解世界奧秘，以此鼓勵他能發現書本的有趣，感受外在的世界。

所以幼年期的書籍可以是玩具，也可以是觀察和感覺的媒介。從初期的圖像閱讀，逐漸再轉為文字的閱讀，這個過程都會不斷的持續重覆，而這些功能應該都是電腦所無法取代的。如果能儘早的開始培養孩子閱讀的能力，日後他的學習生涯會比較順利。而父母對孩子閱讀習慣的養成有其決定性的影響，所以孩子也一定會模仿和學習父母閱讀的習慣。

當文字經過眼睛的閱讀，會感應數百萬的視神經，如此讓閱讀有意義，由此產生圖像，並能活絡大腦的記憶。所以閱讀更具有刺激神經的功能，但由於眼睛皆在瞬間傳送訊息，所以大部分的人並無特別的感覺。為配合閱讀的速度，大腦也能經由視神經的運動，逐漸加強對內容的分析與了解。

所以閱讀基金會的發言人克里斯多福·夏夫就認為：閱讀仍是學習的主要方式，不論現代新媒介有多大的影響力，經由閱讀能逐漸加強字彙的運用和建構圖像，進而傳達了主題內容和訓練思考，藉由閱讀也能活絡感覺。如果能善用電腦和網路，作為推廣閱讀的媒介，那麼能影響兒童和青少年的層面，應該就會更廣了。

三、閱讀習慣的改變

全德國已有四分之一的家庭，早已根本就不閱讀任何書籍。而一般人的日常生活，都與光碟、影帶、影碟等，有密切的關係，而其中又以電腦和網路都是最常接觸的媒介，也因此許多人每天都會大量閱讀來自網路的訊息。但是閱讀的時數，卻又會隨著年齡會逐漸的遞增，以 40 歲的成年人為例，每天會閱讀 60 分鐘。而 65 歲的成年人，則每天會閱讀 75 分鐘。

研究媒介的學者也認為：對於一些原來不愛閱讀的孩子，或許也可嘗試藉由新媒介，帶領他們進入書本的世界，逐漸培養他們閱讀的習慣。目前已有許多作者，都紛紛建構了自己的網頁，告知讀者其創作的重要訊息，希望能吸引讀者閱讀他（她）的作品。

所以 2003 年法蘭克福書展還特別舉辦了「青少年兒童書展」，主辦單位還特別為他們準備了各樣的書籍，並舉辦以新媒介為主題，推廣閱讀的活動。偵探小說的作家葛興·能休次就曾替孩子說故事，他發現：這些活動特別對於那些不愛閱讀的孩子，反而特別能引發其閱讀的興趣。

四、閱讀的扎根

到底甚麼是德國學生一定得閱讀的書籍呢？而德國最高年級的學生，甚麼又是必讀的書呢？其實這並沒有絕對的答案。

也因此許多政治家、文藝專欄作家、文學評論家、教師協會等，也針對「甚麼是學生該讀的書籍？」這一問題，提出個人的書單，儘管答案莫衷一是，但他們都一致認為：讓學生能自己直接的閱讀，必能找到書中的真理和趣味，才是關鍵所在。

德東的艾爾浮特大學針對：「全德國小學生閱讀動機的轉變」所做的研究顯示：就讀小學二年級時，仍有 60 % 的比例，對閱讀有興趣；但是到了四年級，已降至了 34 %；而到了 15 歲時，有近於百分之 42 % 的學生，對閱讀一點都沒有興趣。由此結果看來，閱讀的興趣，隨著學生的年齡增加，而比例逐漸降低。到底其中的癥結在哪裡呢？許多專家都想找出個中的原因。所以目前德國聯邦政府又重新思考，應在小學階段，就開始逐漸加強培養兒童對閱讀的興趣。

五、一生的摯友

據統計資料顯示：95 % 的父母都會替自己的孩子選書，希望他們都能愛閱讀，特別是經典的閱讀。因為儘管人類的歷史，不斷的演進，它們總能與現世相符合。而且全國總有書商願意定期出版，如《愛彌兒與小偵探》、《長襪子皮皮》等這類的經典。雖然要面臨如《哈利波特》等的暢銷書的競爭。但你總會在書店內的書架上，見到它們的挺立的身影。

當兒童開始學習閱讀後，總能對書中的人物產生認同，所以閱讀經典，無疑的會在他日後成長的過程中，留下深刻的記憶，而這些都會影響他往後的一生。

在過去出版童書主要以文字敘述為主。但是十九世紀後，又加入了有趣的圖像，如當時威廉·布希的《馬克斯和毛利特》就享有盛名；二次大戰後，又出現了歐特菲立德·婆歐斯特爾的《小巫婆》、林格倫的《長襪子皮皮》、艾利希克斯納的《雙胞胎》等經典的出現。這些作品都能反映了當時社會的情況。而到了70年代的彼德·哈特林的創作系列，也都是以時代社會的問題為主要內容。

近年來，就以暢銷書《哈利波特》的旋風為例，雖不能歸屬於經典，但是也間接促成了一些不愛閱讀的孩子，加入閱讀的行列，進而能開啓他閱讀的興趣，而對於推動閱讀的成效而言，也有其不可抹滅的功勞。

◆ 英國BBC的「大閱讀」

去年英國國家廣播公司（BBC）舉辦了「大閱讀（The Big Reading）」的活動，公開的邀請國人，能寫下自己最喜歡的一本書，並將答案寄到廣播公司，最後將產生全英國最受歡迎的一百本書單。



▲ 德國兒童文學作家，歐特菲立德·婆歐斯特爾的《小巫婆》



一、全民的閱讀行動

當活動進行時，也提供了相關的建議：如何建構「大閱讀」的讀書會、提供所討論的內容等。不論你是獨自一人閱讀，或與讀書會的成員一起讀，你都可以尋找適合自己的模式。你也能就近在辦公室、工廠、店家、醫院等地，組織一個讀書會，與其中的成員們共享閱讀的心得。全英英有近一萬個讀書會。

除了能與大家分享閱讀的經驗，讀書會也可成爲一個相互鼓勵閱讀的團體，如果你還不清楚要如何建立讀書會，「大閱讀」可提供你方法。另外你也可進入英國國家廣播公司「大閱讀」的網頁，找尋你自己住家附近的讀書會就近加入。萬一你又沒有電腦的話，也可用電話查詢，英國國家廣播公司會爲你提供相關的諮商服務。

當你閱讀時，內容如韻律般的節奏，會勾起你怎樣的回憶呢？當你看完電視後，你又想閱讀什麼樣的書籍呢？或許你也可以考慮，租一個由暢銷書所改編的電影，和你的讀書會的成員分享。

「大閱讀」所入選的書單中，一定會有幾本書值得你去閱讀，也提供了入選百本書的討論內容，方便你選書。經由備妥的提綱，讓你更容易掌握個中的菁華。

二、與親友分享

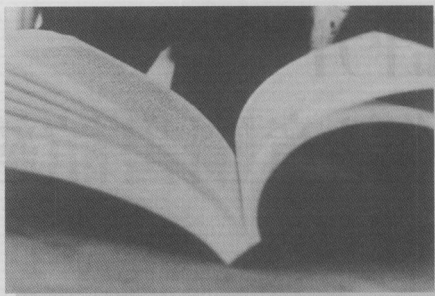
如果你不想加入任何一個讀書會，你可以就近與家人和好友，分享自己的閱讀心得。不論是閱讀小說，古典或昔日的暢銷書，相信以這樣的方式，都能讓你更容易掌握其中的內容。

如果以上各種方法，你都覺得不適合，那麼你可將自己所喜歡的書，作成短短的讀後感，並夾於書內，再轉借給朋友，就以如此直接簡單的方式與他們分享你的讀後感，相信也絕對符合「友直、友諒、友多聞」益友三原則。

從上述的實例中，我們可以看到：媒體如何運用其影響力來推動閱讀，和活絡書市的作法。當人類進入二十一世紀，電腦和網路使用的比率愈來愈高，而各個學習的過程，都可藉由電腦來代勞。但是我們又發現：閱讀是學習過程中，無法由電腦來取代的。目前當政府積極設法振興經濟時，提振文化產業，也是不容忽視的重要環節。從德國的第二電視臺所主辦的「我們最佳選書的行動」和英國國家廣播公司舉辦「大閱讀」推廣閱讀的活動，都很值得我們借鏡。

* 資料提供 / 德國的第二電視台 (ZDF)

英國國家廣播公司 (BBC)



▲「大閱讀」的活動將產生全英國最受歡迎的一百本書單。