

●严立初

新加坡人的阅读习惯和兴趣

ABSTRACT Based on the three reading surveys respectively in 1980, 1988 and 1993, the author introduces the basic situation of Singaporean readers and makes a comparison with readers in Japan, U. K. and U. S.

KEY WORDS Singaporean readers Reading habit and interest

CLASS NUMBER G252

1993年受新加坡国家图书馆的委托,我们对国人的阅读兴趣和习惯进行了调查,结果是:在13岁或13岁以上的读者中,青年读者、使用英语的读者、文化水平较高的读者、女性读者和单身读者所占比例较高。与过去13年相比,读者的基本状况有什么改变呢?现在我们来探讨1980年、1988年和1993年3次调查所显示的变化趋势。

1.3 阅读调查

1980年的调查是受新加坡全国书业发展理事会(NBDCS)委托进行的。共调查了753个家庭,1953名15~49岁有阅读能力的读者。1988年的调查也是为NBDCS而做的,其调查对象是1000名12岁以上的新加坡人。1993年的调查则是受国家图书馆委托进行的,选择了1008个家庭作为调查样本,访问了1948名13~69岁、能阅读报纸的读者。以下将这3次调查结果进行比较。

1.1 读者基本情况

在过去的13年中,读者基本情况变化不大。3次调查结果都显示读者成分多为女性、年轻人、文化水平较高的人、专业人士或白领工作者。

1993年的调查显示,在有文化的女性

中,55%的人阅读书刊,而在男性中,只有46%的人阅读。这和1980年的调查结果没有显著的差异。

1.2 阅读情况

与过去13年相比,每周阅读10小时或10小时以上的读者从1980年的6%增长到1993年的19%;每周阅读3小时以上的读者从41%增长到65%;每周阅读少于3小时的读者从59%降低到35%。

在1980年,57%的读者只读过一本书;而在1993年这个比例仅下降了0.7个百分点。本项调查提醒我们注意一个可能存在的问题,即:尽管国民的识字率提高了,但是阅读习惯并没有因此而改变。新加坡人应该不仅通过其它方式,而且还应通过阅读足够的书籍来汲取新知识,在新加坡推广阅读风气势在必行。

调查表明,与1980年比较,在1993年阅读了20本以上书籍的读者百分比呈大幅度的增长,并与阅读时间的增长成正比,由1980年的9%增长到1993年的22%。

1993年的调查显示在新加坡人所阅读的书刊语种中,阅读华文书籍的读者从1980年的51%提高到56%;57%的读者阅读英文书籍,阅读马来和淡米尔文书籍的读者分别为13%和2%。年龄越大的读者越喜欢阅读

他们各自的母语文献。

这些调查结果对那些专为成人读者提供阅读以及各种资讯的图书馆有直接影响。大量的读者虽然阅读他们各自的母语文献,但是,对于提供非英语文献的重要性,各图书馆应予以重视,尤其是读者群相当大的公共图书馆。

3次调查显示很多读者所阅读的书刊类别大多为小说。1980年的调查显示,39%的读者认为小说是他们的首选读物,这个比例在1988年为62%,1993年为75%。最受欢迎的是恐怖小说、冒险小说、惊险小说、民间故事、爱情小说、科幻小说以及家庭伦理故事。1993年的调查显示阅读非小说书籍的读者中,有16%选择自修的科目,依次为保健、旅游、电脑、语言与文学、商业与金融、管理学、工程学和亲子教育方面的书籍。

调查表明,消遣性阅读是最重要的阅读动机。大多数读者认为阅读是为了乐趣、浏览知识或消磨时间。1980~1988年间,把汲取专门信息作为阅读动机的读者从11%剧增到46%。更多的读者为了满足他们的特殊需要而阅读;越来越多的读者的阅读目的是为提高自己的水平和满足工作需要,65%的被调查者说阅读是为了自我进修。

2 新加坡的阅读环境

2.1 家庭环境

在1000名13~69岁的受访读者中,67%的人买过书,20%的人租借过书。调查报告也指出,在所有受访者中,至少26%的人各自拥有一间具有某种规模的家庭图书室,随时有书可读。有12%的人买书花去41新元,10%的人花21~40新元,40%的人花20新元以下。

2.2 学校和其他图书馆

在新加坡所有学校和初级学院都拥有图书馆。教育部设有一个语言发展组。该组聘

有专业人员协助教师建立并管理学校图书馆,并且出版资料来推广阅读。所有学校都制订一套系统化的推广计划,尽量鼓励学生养成阅读的好习惯。

除了家庭和学校图书馆外,新加坡还有约200间公立图书馆。有9间较大型的公共图书馆设在组屋区内,极大地方便了读者。除了公共假期外,这些图书馆每天对公众开放。读者还可以通过特殊的安排和会员制度来利用大学、工艺学院和其它教育性的图书馆。

新加坡人有着比较优越的阅读环境。教师、家长和图书馆员所面临的一个最具挑战性的任务是如何激发他们的阅读需求和兴趣。

3 新加坡和其它国家之比较

3.1 与英国读者比较

在英国1990年所作的家庭调查中,在17500名15岁以上的英国人中,有62%的人在最近4周读过1本书。相比之下,新加坡人需要读更多的书才能赶上英国的水平。值得注意的情况是:尽管有新的出版形式和娱乐活动的出现,英国人还是爱好阅读,而且对阅读的需求继续保持增长,在1个月中读过1本书的读者从1977年的54%增长到1986年的59%和1990年的62%。在新加坡这种情况却不存在。新加坡阅读人口的百分比没有增加,相反是减少了。

3.2 与美国读者比较(见表1)

据美国1983年的调查,50%的受访者读过书,这与新加坡的百分比相同。但是美国读者1年读50本书,平均每周花14.7个小时阅读,而新加坡的读者则只花5.9个小时。基于以上的两项指标,新加坡读者在某些程度上还较为逊色。

3.3 与日本读者比较(见表1)

1993年日本全国阅读习惯调查结果显示,平均每个被调查者读18本书,这包括报

刊、杂志的读者在内。而新加坡读者每年只读 8.3 本书(亦包括报刊、杂志的读者)。因此,新加坡人必须读更多的书才能达到日本人的水平。

以读者每周所花的阅读时间来看,东京读者在 1993 年平均每周花 8.8 个小时阅读,而新加坡人则只花 5.9 个小时,只是日本人的 2/3。

表 1 新加坡、日本和美国读者读书的数量和时间之比较

国家	读者每周阅读时间 (小时)	年读书数量(本) (各种文献)
新加坡 (1993)	5.9	8.3
日本 (1993)	8.8(东京)	18.0
美国 (1983)	14.7	25.0

4 调查结果

在新加坡每周阅读 10 小时以上的读者从 1980 年的 6% 增长到 1993 年的 19%; 每年至少读 20 本书的读者,从 1980 年的 9% 增长到 1993 年的 22%。与此同时,在过去的 12 个月中,在有阅读能力的国民中,读书人口的百分比从 1980 年的 57% 下降到 1993 年的 50%。读华文书籍的读者呈增长趋势;看小说的人数从 1980 年的 39% 增加到 1993 年的 75%。在非小说读物中,最普及的是自修方面的书籍。读者的购书需求从 1980 年的 27% 增长到 1993 年的 67%。

3 次全国性的阅读调查结果显示,阅读习惯已经或逐渐地植根于新加坡人中: 在每 11 个有文化的新加坡人中,就有 1 人每周阅读 10 小时以上; 每 10 个新加坡人中,有 1 人每年至少读 20 本书。但是,另一方面,也有一部分具备阅读能力的新加坡人在过去的 12 个月中没有看过 1 本书。因此我们必须找出他们的阅读与汲取资讯的方式,以鼓励他们

阅读。

有相当多的读者阅读华文、马来文和淡米尔文读物。他们之中很多是家庭主妇和蓝领工作者。他们有时间看书,但他们可能不知道图书馆有他们需要的读物。拥有这方面馆藏的公共图书馆和其它图书馆必须更好地协作,了解读者兴趣,加强馆藏的“促销”工作,书商也需要更好地收集和提供这些语种的书籍。

1993 年的调查强调了不同年龄、性别、教育程度和职业读者的阅读兴趣。国家图书馆正在对 1993 年的调查报告进行更深入的研究,以改进馆藏建设和发展其市场策略。

要建立一个善于阅读的社会,要达到日、英、美等国的阅读水平,我们必须大力推广阅读工作。

5 展望未来

我们如何帮助那些具备阅读能力但没有阅读习惯的 50% 人口呢? 如何推广阅读风气并提高一般读者的阅读水平呢? 正式教育固然是增加读者数量的一个途径,图书馆员、家长、社会也具有义不容辞的责任。

新加坡需要发展其知识基础。为了发展和保持竞争优势,新加坡人应该强化他们的学习能力,这种努力应该贯穿他们的整个生命。学习和阅读是毕生的需要,没有捷径可走。

吴作栋总理在 1993 年国庆献辞中谈到:“未来是属于那些能够更有效地利用资讯、知识和技术的国家。这些是经济成功的关键因素,而不是自然资源。”知识已经成为最重要的经济资源。新加坡人必须努力开拓他们的学习能力,并且不断地学习,尽量利用新知识,保持竞争力。

1994 年 3 月出版的“图书馆 2000 年报告”中把投资建设一个“善于学习的国度”作为贯彻工作方针的推动力。报(下转第 84 页)

引起兴趣,启发欲望,导致行动。而导致消费者见诸购买行为,是广告最终和真正的目的。广告不仅可以诱导消费者采取购买行为,而且在购买行为之后通过广告传递的产品信息给消费者带来的比较利益的信息,可以降低消费者的不满意程度,增加对自己购买行为的满意程度。此外,消费者市场信息需求与购物情境亦有一定的联系。相对其他广告,商店名称所体现的完整的商店印象,橱窗设计及货架的陈列,对消费者都能产生非常强烈的诱导功能,它们对消费者的心理刺激是其他广告媒介所不能比拟的。

9 商业交往是消费者市场信息需求满足的重要基础

商品销售活动是依赖于人与人的交往接触而发生并完成的。顾客与销售作为商业交往的主体,是通过以商品为媒介的接触而发生的交往,完成商品所有权的易位,实现需要满足的。在商业交往过程中,伴随着商品或劳务信息的交流,必然发生着交往双方的心理接触和心理的相互作用。它是销售者与顾客之间为了交流商品或劳务信息而相互作用的过程。

交往有两个重要的特征,即“交流”与“相互作用”。商业交往首先必须有交往双方信息的交流,属于认识方面有对商品的知识 and 购买活动等;属于情绪评价方面,有对商品的需要,努力销售的愿望等。在相互作用过程中,积极的交往态度和交往行为是销售活动得以顺利进行和获取成功的保证。然而,交往并不仅仅有积极作用,也存在消极的作用,所以商业交往的概念里,不能排除顾客与销售者的冲突。因此,对于销售者来说必须具有:富有吸引力的仪表,敏锐的观察力与灵活的反应能力,良好的语言表达能力,自控能力等素质,其交往才可能是积极的。

参考文献

- 1 冷伏海等 市场信息学 哈尔滨:黑龙江教育出版社,1995:189
- 2 胡昌平 情报用户研究 武汉:湖北科学技术出版社,1987:114~139
- 3 易克信,赵国琦 社会科学情报理论与方法 北京:社会科学文献出版社,1992:374~417

冷伏海 黑龙江大学信息管理系副主任、副教授。通讯地址:哈尔滨市,邮编 150001。

(来稿时间:1997,8,12。编发者:徐苇)

(上接第 63 页)

告强调图书馆的任务是帮助人民索取新的知识;号召图书馆为人民创造更多的阅读和汲取新知识的机会。报告也指出,积极地发挥国民学习的潜在能力,以增强国家的竞争力。

当今电子出版和发行系统为读者提供了可以选择的传播媒介。但无论资讯是来自印刷品或电子形式,人们还是需要通过阅读来理解和领悟新知识。

斯坦福·谢尔曼在《命运杂志》刊登的一篇题为“读更多的书,美国才会赢”中指出:“阅读与通讯、思考、想象密切相关。”任何国

家都需要这些技能来进行全球性竞争。如果一个社会的阅读风气不盛,那么他要在以情报为基础的全球经济中取得繁荣昌盛就很困难了。新加坡也是如此。我们要在新的世界经济中成功,就必须确保我们的读者阅读更多的文献。

严立初 新加坡国家图书馆局主管公共服务的副馆长,负责安排和指导 10 个公共图书馆的工作。

(来稿时间:1997.08.21。编发者:徐苇)