

# 如何開墾一片書評田地—— 簡論臺灣書評

生活人文出版社經理 王乾任

【摘要】書評不只是讀書，對書籍內容加以評介的一種文章。整個書評的產製流程，更是「書評」的核心，包括從出版社寄書至媒體編輯室，編輯選書，書評人撰稿撰稿，刊登刊稿之後的讀者反應，皆屬於書評活動的一部分。而整個書評製作環節更與書籍行銷有關。本文就針對臺灣現今書評的產製過程，進行簡要的討論與介紹，並且分析臺灣書評產製流程所產生的一些問題。

關鍵詞：書評、行銷、書評產製

## 書評這玩意兒

1990年，《中國時報》開卷版（1990年4月27日，27版）在其〈全民讀書習慣調查〉中的一個選項，「讀這些書的最主要原因」方面，「看到書評推薦」占0.2%，「書評是它具有參考價值」方面，「非常有」占12.8%，「有」占50.8%。

《1997 台灣圖書出版市場研究報告》中，讀者購書的消息來源方面，「報紙專欄或圖書評鑑」占23.6%，考慮購書的因素，受訪者認為較重要的因素有內容性質、書評、價格三大項。

《1999 台灣圖書出版市場研究報告》中，購書訊息來源方面，來自「報紙專欄或圖書評鑑」占30.7%，考慮購買圖書因素的前三名，與1997年相同。

2001年7月出刊的《網路與書》進行〈台灣都會區閱讀習慣調查〉，調查結果發現，購書資訊來源方面，報刊書評占22.3%、網路書評占10.4%，次於親自翻閱（57%）與親友師長推薦（29.6%）。

從以上種種資料可以發現，書評對於讀者購買書籍，有著一定程度的影響和貢獻。而若從這個角度來切入，不難發現，書評對讀者來說，多半和書籍介紹，與告知讀者有關係。

## 什麼是書評？

不過，我們得先回頭來看看，何謂書評？Dickstein指出，18世紀報業開始發展之後，逐漸增加了書籍、表演藝術、展覽及文化活動等方面的新聞，新聞（journalism）與批評（criticism）逐



漸交會，公眾開始需要上述相關資訊指引(註1)。

也就是說，書評其實是從書籍開始大量生產且商品化之後，再加上新聞媒體的出現，為了因應讀者需求，對於書籍（特別是新書）資訊的尋找與了解，所慢慢延伸出來的一種新的文體。主要是讀者對於市場新書購買與搜尋時的一種輔助與引導。

Woolf 認為，書評與報業相伴而生，一開始並沒有專門的書評這種文類，而比較接近「批評」。然而，十八世紀開始的新興書評家（reviewer），開始處理的卻是從出版業而來的新出版物，其意義不同於批評家（critic）處理過人的書籍作品(註2)。也就是說，現今意義的書評，是以出版市場流通的新書，作為評論對象。和學院的文學評論不同。

然而，何謂書評？

孟昭晉認為，所謂的書評有三個基本特徵：一、評論性；二、通報性，報導近期新出版品；三、新聞性，書評的對象必須是近期出版品，而且發表在報刊等大眾傳播媒體(註3)。徐召勛則認為，書評是指對圖書的內容有分析、論證，並對書籍全面的介紹及評價之文章(註4)。

## 書評的功能

徐召勛認為，書評最主要有四大功能：第一、提高圖書品質，第二、促進學術發展與文藝創作，第三、擴大發行量，第四、指導讀者閱讀(註5)。

Walford 引用 Lester S. King 的說法認為，書評主要的功能在於描述與評價：書評向讀者提供書籍內容大致走向，並指出其中優劣所在(註6)。

徐柏容則認為，書評可的重要功能之一是「教

育」，不論對於作者、讀者、或是出版者，皆可從書評學到得來。書評不但品評書籍內容與文章，甚至還可以影響未來書籍出版走向，引導文壇走向與發展，幫助文壇積累(註7)。

因此，一個重要而有公信力的書評欄位，對作者、出版社與讀者來說，都是重要的。作者因為書評欄位監督不敢太過肆無忌憚，而出版社則因為書評可以讓新書的重要性與曝光率提高，增加發行量甚至銷售量。

對讀者／消費者來說，書評是一份重要的閱讀／購買指南。畢竟現代人工作忙碌生活緊張，想讀書卻不一定有那麼多的時間逛書店，或者茫茫書海中找書。甚至找了一本看似不錯的書回來，一讀卻人人所望也所苦猶多。所以，有份量且具公信力的書評，在資訊日益龐雜的現代社會，更有其重要性。這也是現代書評所必須關心的核心部分。

然而，現代的書評往往過於注重書籍的推薦與銷售量。因此，書評若不能守住客觀性，將容易淪為出版社打書的工具。注意讀者的閱讀需要固然重要，然而一個公正客觀且超然獨立於商業運作邏輯外的書評欄位作家或者寫手，卻是臺灣社會急需培養的方向。

書評不只是讀完書，並且對書籍內容加以評介的文章而已。整個書評活動更是「書評」的重要過程，包括從出版社寄書至媒體編輯室，編輯選書，書評人讀稿撰稿，刊登文稿之後的讀者反應，皆屬於書評活動的一部分。而整個書評製作環節更與書籍行銷有關。因此本文就針對臺灣現今書評的產製過程，進行簡要的討論與介紹，並且分析臺灣書評產製流程所產生的一些問題。



## 臺灣的書評

臺灣早期由於政治戒嚴，再加上民風不開，出版品多侷限於文學類，直至解嚴前後，書籍出版種類才突破文學類獨霸的限制，逐漸多元化。

所以，早期臺灣的書評，所評介之圖書，幾乎均為文學類書，書評幾乎等同於文學批評。書評雖可說是源於文學批評，但由於圖書出版的種類日漸分化與細緻，再加上書評發表園地的分殊化，書評發表於期刊、報紙等以大眾為取向的刊物漸多，發表於學術期刊與論文的漸少。為有效反映出版現象以及切合讀者性質，也使得書評與文學批評的性質有了明顯的區隔。

臺灣最早的專門書評雜誌為 1972 年創刊的《書評書目》。《書評書目》內容以文學書評為主，但也關切其他書籍種類的評論。1980 年代後，臺灣開設有書評專欄的雜誌有《新書月刊》、《文訊》與《聯合文學》等，雖然仍以文學書籍書評為主，但非文學類書評也日漸受到重視。

解嚴之後，文化新聞份量日漸重要，臺灣各大報也陸續增設「出版與讀書」版面。1980 年代末期，報章雜誌之讀書版，成為書評的主要刊登管道，像《中國時報》開卷、《聯合報》讀書人、《民生報》讀書、《自立早報》讀書生活、《中央日報》中央閱讀等。臺灣過往曾出現的重要且長期固定的書評專欄 12 種（表 1），書評刊物 22 種（表 2）。臺灣的書評欄位主要由這些大眾媒體所經營的欄位來維繫而非學術期刊。

值得特別一提的是，臺灣的學術期刊不但在各學科領域數量均少，且專業書評數量亦十分稀少。筆者曾於碩士論文（註 8）中研究過臺灣社會學書籍書評。其中一些重要的社會學學術刊物，

每一期刊載的專業書評數量，與英美各國同樣性質的專業期刊中大量的新書書評書介比較起來，顯得十分薄弱也稀少。

筆者以為，固然是臺灣專業書籍生產製作數量不多。但是書評不被重視所反映的，似乎是學術圈長期仰賴直接閱讀英美重要刊物與書籍，甚至老師直接由外國重要刊物發表文章。對於國內刊物，一來不夠重視，二來也不像國外那樣大量的專業新書出版。故專業書評一直未能大量出現。

1980 年代末期，臺灣書評發展的重心開始轉移，各大報章雜誌相繼設立「出版與讀書」版面，報導出版與書市新聞，開設書評專欄，如《民生報》文化新聞版、《中時晚報》時代文學周刊。《民生報》文化新聞版的書評專欄出現之前，該版內容已包括出版新聞、作家動態，雖無書評版面，但有出版資訊的專欄，如「一本書的故事」，或不定期書評專欄「一本好書大家讀」。

就文化新聞整體內容來說，出版、讀書新聞較其他類別新聞為多。1988 年 6 月 27 日文化新聞版開闢讀書單元「讀書徒坊區」，內容包括三部分：一為「民生書評」專欄，二為文學類與非文學類新書提要，三為作家動態、書市報導。「民生書評」，每周評論一本書，約 500 至 1000 字左右，所評書籍約為一、兩個月內的新書，種類廣泛。

1990 年 4 月 1 日，《中時晚報》創辦「時代文學周刊」，周六、日各一版面；1992 年 9 月，改為周日二個版面。讀書單元周日刊出，包括書評專欄「時代書房」，每篇約 1500 字，以文學為主，另有感想、書介性質的「空白書頁」專欄。

另一專欄「星期天好書櫥窗」由「時代文學周刊好書評鑑小組」評鑑，列有數本新書，含有



內容簡介、出版資料，並以五項評鑑指標（「文學性」、「實用性」、「資料性」、「知識性」、「趣味性」）表示該書性質，另標明此專欄資訊來自於「誠品書店」。

「出版與讀書」版面之後，報紙也開設專門的書評版面，書評的篇幅增加，書評與新書新聞報導成為書評版面的兩大重點。

報紙的書評版面含有大量的新聞專題，報導

出版與書市現象，或是訪談讀書人物，一周一次的出刊次數，也較月刊出刊率為高。另外，新聞報導成為讀者了解新書市場的重要管道，也是書評版面提供最新出版資訊的方式。

而隨著金石堂等連鎖書店建立的暢銷書排行榜的出現，書評版面也欲樹立排行榜之外，以質取勝的評論體系，與排行榜量化邏輯相抗衡，嘗試建立完善的書評制度。

表 1、臺灣近代重要書評專欄 覽表

專欄名稱	說明
星期書評	刊於《台灣新報》的新報副刊，自1954年1月3日至3月28日，每周刊出一次，主要作者為司徒衛，為文學書評專欄。
書刊評介	刊於《現代學苑》，月刊，1964年4月至1974年2月，現代學苑月刊社發行，綜合性書評專欄。
新書評介	刊於《大華晚報》的讀書人版，每周出刊一次，1971年1月創刊，綜合性書評專欄，已停刊。
文學論評	刊於《中華日報》的中華副刊，自1971年7月開始刊登，以文學類書評為主，不定期刊出，此專欄已停刊。
時代書房	刊於《中時晚報》的時代文學周刊，1990年4月1日創刊，文學書評專欄，每周出刊一次，已停刊。
書評	國立台中圖書館主編，月刊，1992年12月創刊，綜合性書評刊物。已停刊。
責任書評、新說書	刊於《聯合文學》，月刊，屬聯合報系，1984年11月創刊，文學書評。
民生書評	刊於《民生報》文化新聞版「讀書徒步區」單元，1988年6月27日開始，每周刊出一次，綜合性書評專欄，此專欄已停刊。
質的排行榜	刊於《聯合報》副刊，每月刊出一次，自1988年10月至1993年7月，文學新書評鑑專欄。
評論、說書	刊於《誠品閱讀》，雙月刊，自1991年12月至1995年12月，文學書評為主。

資料來源：巫維珍（註9）



表 2、臺灣現今重要書評刊物／欄位一覽表

刊物名稱	說明
工商時報《工商時報人書坊》	每週出刊一次，財經商管新書評論。另有新書書介。
經濟日報《經濟書坊》	每週出刊一次，財經商管新書評論。另有新書書介。
民生報《讀書》	每周出刊一次，自 1988 年 1 月 2 日至 5 月 10 日，以文學書評為主。
中國時報《開卷》	每周出刊一次，1988 年 4 月 24 日創刊，綜合性書評版面。
聯合報《讀書人》	每周出刊一次，1992 年 4 月 16 日創刊，綜合性書評版面。
中央日報《書海六品》、《每日一書》	每週出刊的書評專欄「書海六品」，與每日出刊書介的「每日一書」
書評書介	刊於《文訊》，月刊，國民黨中央黨部所屬的「文藝資料研究及服務中心」出版，1983 年 7 月創刊，以文學書評為主。
書香遠傳	國立中央圖書館主編，月刊，綜合性書評刊物。
誠品好讀	誠品書店發行，月刊，2000 年 7 月創刊，綜合性書評刊物。
全國新書資訊月刊	1999 年 1 月創刊，國家圖書館發行，月刊，綜合性書評刊物。另有每月 108 篇新書書介。
書評書目	洪建全教育文化基金會發行，月刊，自 1972 年 9 月至 1981 年 9 月，以文學書評為主。
新書月刊	傳訊社發行，月刊，自 1983 年 10 月至 1985 年 9 月，以文學書評為主。
幼獅文藝	每月出刊，文學書籍為主，每月一至三篇。
聯合文學	每月出刊，文學書籍為主，每月一至三篇。
印刻生活誌	每月出刊，文學書籍為主，每月一至三篇。
野葡萄	每月出刊，文學書籍為主，每月一至三篇。另有編輯新書書介。
破報	每週出刊，有主要書評一至二篇，書介三篇，屬綜合類書評
當代	每月出刊，每月一至二篇，為社科人文類書評。
歷史月刊	每月出刊，每月一至二篇，歷史類叢書。
科學月刊	每月出刊，每月一至二篇，科普新書為主。
科學人	每月出刊，每月一至二篇，科普新書為主。
科學新天地	每月出刊，每月一至二篇，科普新書為主。

資料來源：本刊整理



## 臺灣書評的產製過程

接著我們來談談臺灣現階段書評的產製過程。由於臺灣目前的書評欄位紛雜，不少媒體都有非固定性的書評。然而，誠如前文所提，也有一些報紙雜誌固定會刊載書評書介。

我們先來看看一本書進入書評的過程。通常書評欄位多半是報紙雜誌或者是書店的書籍流通資訊。我們廣義的將書訊介紹也納入書評來看。

出版社通常在本書即將出版之時（新書印製完畢入庫或者三校稿），大出版社就會派出行銷企劃或編輯，到書店或者重要媒體進行拜訪。出書後，向媒體發出新聞稿，告知新書資訊或活動。而中小型出版社，則會在書籍出版之後，寄送新書到相關的書評欄位，讓書評欄位的編輯選書。然而可悲的是，重要欄位的編輯每天收到的新書何其多，於是編輯自己建立起一套自己的篩書辦法。更可悲的是，篩書辦法不是翻閱（這也是實際上的困難），而是去建立另外一個收書管道。筆者曾聽聞，唯有寄到正確的地方的書籍，才能夠被納入評介的考量。

## 書評媒體資源分配

然而市場新書何其多，編輯人力有限。如果我們說某些重要書評欄位出現的，總是固定的一些中大出版社，是一種勾結，那未免太過權謀與陰謀論的說法。然而，小出版社甚至某些獨立小眾，乃至學術出版社出版的新書，不少書籍品質與內容，並不比坊間主要大出版社所主打的新書差。但是，這些書籍比起其他大型綜合出版社的新書被關切的頻率與次數來說，顯然是低很多。

而且，我們可以把臺灣少數前十幾二十大型出版社，與其他上千家中小型出版社分成兩大區塊來看，少數的大型出版社，可以說幾乎瓜分了臺灣重要的新書書評欄位。且大型出版社所推薦的不乏世界級好書，固然大型出版社擁有數量遠超過中小型出版社的行銷資源和媒體關係，然而，這不正是臺灣書評欄位一直無法建立公信力的原因之一嗎？

## 到處都一樣的新書書評

如果讀者有少數固定的媒體欄位，讀到的永遠只是某些固定的出版社的新書推薦或者書評。書評欄位自身並不做閱讀區分，也企圖一網打盡所有新書。而這些書評欄位的書評寫手們，只能被動的接受書評欄位編輯所給予的某些特定新書。那麼讀者讀久了，自然會發現這些書評欄位能夠反映的，不過是某些新書閱讀市場的狀況。更何況，能夠上得了這些大型媒體的新書，幾乎也都可以出現在其他一些書評媒體上。

也就是說，臺灣的書評媒體雖然不算太少，但卻只是不同的人，不同的媒體在一段時間內，寫同一批新書的書評和書介。簡單來說，也是一種資源浪費和缺乏分工。

例如中時開卷、聯合報讀書人、誠品好讀、中央副刊，甚至一些其他的媒體雜誌，在同一時間內，所推薦的，都是同一批書籍。臺灣的書評欄位已經不算多，且書評寫手也多半是業餘性質，不少還同時是相同屬性書籍的作者譯者與導讀作者，或許取其專業性。然其身分上的信度和效度，老實說十分值得留意。再加上，這批寫手在不同欄位寫來寫去，還是固定的某些出版社所



推出的新書。久而久之，這樣的書評欄位，實在很難有新鮮感。

## 新書書評與市場行銷的關聯

以筆者過去在某知名連鎖書店的工作經驗，還有參與該書店與其他書店媒體所編輯的專業讀書雜誌的過程來說，筆者不免擔心，這樣的少數文化精英壟斷書評論述，而書評生產與書籍行銷日漸合謀的情形，將日漸惡化。對於所謂建立客觀公正書評欄位的想法，也將越來越遙遠了。

而書評欄位編輯，對於出版社所致贈的公關書直接轉成個人藏書，書評發寫的考量甚少針對書籍本身的好壞思考，筆者對此抱持著懷疑與擔憂的心態。人都有主觀好惡，編輯對於書籍也是。然而身為書評類編輯，自然該有廣博的心胸與客觀的心態，不可讓壟斷繼續發生下去。筆者認為任何這套書評生產機制運作下去，臺灣的書評欄位永遠無法建立公信力。

假設讀者今天在媒體上讀到某位寫手大力批判或讚揚某本新書，然後不久，在另外的新書上，看到同一位寫手在新書上的導讀或推薦序。如果，同一個人既寫推薦序又寫書評，甚至還寫該類型的書籍，或者就在該出版社出書。那麼，讀者如何相信這種顯然是不同功能，甚至是對立功能的文字撰寫背後的真誠性與公信力？總不會以為作者會掉書袋就可以唬住讀者吧？

## 網路書店的導讀園地

過去，筆者曾經在一個網路書店撰寫書籍導讀和閱讀聚焦。該網路書店過去花了不少心血，經營一塊兼顧新書出版訊息、新書內容評介，與新

書銷售的書籍導讀園地。當初該園地是由編輯或者寫手推薦書籍，然後由寫手閱讀撰寫，是有稿酬式的文章。

然而，後來該書店為了成本控管，停止了該園地書評發寫工作。這固然無可厚非。然而，該書店卻沿用了過往這份有不同寫手、有批評、有讚譽等擁有某種公開獨立的書籍導讀園地，撰寫所累積的文化資本和讀者信任度，進行移植，變成書籍行銷場域。

如今，該書店的相同性質書籍導讀欄位，清一色成為出版社刊登該書籍的序言或者推薦序的地方。試想，出版社推出的新書序言或者推薦文章，自然寫的都是好話。當然該書店可以一開始就推出行銷性的書籍推薦欄位。然而，這種將客觀式的導讀欄位直接轉移成行銷性的欄位，筆者對於這樣抹煞書評導讀的公正客觀性深表遺憾。

臺灣的書評欄位，由於先天失調，後天缺乏調養，已經很難建立具有公信力的書評欄位。卻有書店為了節省成本，而這樣做橫向轉移，筆者深表遺憾。

筆者以為，像《中央日報》的每日一書，由固定的一批寫手，定期到中央日報，挑選一定數量的書籍，進行書籍介紹撰寫。對於書介來說，是有一定的效度和信度。

就筆者過去和現在所參與或者所了解的一些臺灣書評欄位的產製流程，筆者不免感嘆，無法建立具有公信力且能夠影響銷售的書評欄位，乃勢所必然的結果。

## 一個好的書評欄位必須具備的條件

一個好的書評欄位，其寫手心願可以自外於書



籍行銷，暢所欲言，而言之有理。而且，該寫手具有固定的曝光量，豐富的學養，以及廣博的選材，中肯的評論，再加上優良的筆。這些是建立一個具有客觀公信力的書評欄位的一些基本條件（還不能保證一定就能夠建立好的書評欄位）。

然而，反觀臺灣上述一些書評欄位。從書評書籍的選材，到寫手的挑選，乃至文體撰寫風格的要求等等，全部都不及格。

就書籍選材來說，幾乎都是大型出版社的行銷資源壟斷報章媒體。少數中小型出版社，偶爾才可以被推薦。這還是號稱具有公信力的報章書評媒體，更別說幾個重要連鎖書店與網路書店的書評書介版面，如何被行銷資源強大的出版社與媒體、業界關係良好的出版人所壟斷。這根本不是新書評介，而是新書行銷。

再者，書評寫手方面，像幼獅文藝就有固定培養自己的書評撰寫寫手，或許是個可期待的未來。大多報章媒體的書評，均以學院相關領域教授，或者所謂文字工作者掛名的寫手，作為主要的書評寫手。這些人或許專業知識有餘，但是對於如何寫出一篇兼具書籍內容專業脈絡與市場需要的書評，有許多寫手卻是不夠的。

其三，不斷變換沒有累積性的寫手，筆者對於欄位的書評，所充斥的參差不齊的書評文章如何建立信任度，也頗感懷疑？一篇好的書評，不一定是寫手對該領域的了解是獨步世界，而應該是如何敏銳的找出這本被評介的新書所撰寫的切入點、文風、論述、資料，以及與讀者之間的關聯等等。

針對書籍內的專業知識進行批判探討，那是專業論述期刊書評所需要做的功。大眾媒體的

書評重要的是引發讀者購買或閱讀興趣，並且點出需要注意的重點即可。而不是和書籍作者進行專業辯論。這是媒體式書評的特點，也是和學院式書評不同的地方。

## 結論

臺灣的大眾書評媒體二十餘年來起起落落，然而，近年來的出版蓬勃，讓書評媒體的存心重要性大幅增加。如何儘速建立一群具有公信力且客觀的媒體版面和書評寫手，是我們出版界各個環節所需共同努力的。讓書評欄位成為一個為讀者服務、引導閱讀的園地，而非淪為大出版社行銷打書的工具。

## 【附註】

- 註 1：Dickstein, M., *Double Agent: the Critic and Society*. (New York : Oxford University Press, 1992) : pp. 55-56.
- 註 2：Woolf, V., *Reviewing*. (London : The Hogarth Press, 1939) : pp. 6-7.
- 註 3：孟昭晉，《書評概論》，（南京：南京大學，1994），頁 1-8。
- 註 4：徐召勛（編），《書評學概論》，（武昌：武漢大學出版社，1994），頁 1-5。
- 註 5：同上註，頁 14-20。
- 註 6：Walford, A.J. (Ed.). (1986). *Reviews and Reviewing : A Guide*. London : Mansell Publishing, Ltd.
- 註 7：林俊平，〈中國時報開卷版書評之研究〉，（碩士論文，嘉義縣：南華大學出版學研究所），頁 65-66。
- 註 8：王乾任，〈臺灣社會學書籍出版研究 1951-2000 年〉，（碩士論文，台北市：臺灣大學社會學研究所理論組，2002）。
- 註 9：巫維珍，〈台灣書評發展史〉，（碩士論文，台北市：政治大學新聞所，2001），頁 5。

（轉載自 57 頁）

