

## 揭开社会面纱 我们审视书业

邱泽奇

编者按当我们作为社会的一分子进行学习、阅读的时候,我们是否想过这种阅读背后的社会环境背景?作为社会环境的被影响者与忠实反映者,书业十年无不透露社会变迁所带来的深刻而又微妙的变化,这种变化势必还将随着社会的跃进而凸显。

组稿的过程颇多周折,但最后,我们得到了邱泽奇先生的稿子,他用一个社会学研究者的眼光帮我们重新认识和解释了书业与社会环境的关系,这种认识和解释不仅来自于理性的判断和统计数字,更重要的是来自于所有读者作为社会人对书业的意义,正如作者所说——“书是用来给社会成员阅读的,而不是为了特殊的理想主义库存的”。

1978 年以来的,与书业发展密切相关的社会变迁包括社会结构的阶层化、教育形式的多样化、就业的知识化和日常生活方式的多元化。

只有了解了社会成员和社会成员的阅读需求,书业才有机会应对眼前和未来的挑战。

中国社会变迁的三个趋势——中国正在变成学习型社会、多元化社会、信息化社会——才是在全球化、市场化和信息化条件下,书业所面临的真正挑战。

目前中国读者群的总量约为 3.5 亿,其中中学生群体约占 3/5。

在中国社会,人们的阅读行为不仅主要涉及正式的学校教育,而且集中在基础性方面,即阅读的主要目的不是休闲生活,不是能力改善,更不是专业阅读,而是学历教育的要求。

尽管书业的特点是商业性和理想主义的融合,但理想主义从来也没有脱离过具体的社会,书是用来给社会成员阅读的,而不是为了特殊

的理想主义库存的,只有了解了社会成员和社会成员的阅读需求,书业才有机会应对眼前和未来的挑战。

### 社会变迁面面观

1978 年以来的中国社会变迁之巨不是这样的篇幅所能承载,这里只能对与书业发展密切相关方面如社会结构的阶层化、教育形式的多样化、就业的知识化和日常生活方式的多元化等作简要分析。

### 社会结构的阶层化

实施改革开放政策和市场化经济给中国社会带来的重大变化除了国家经济的强盛和人民生活的富裕以外,就是社会的阶层化。熟悉中国近半个世纪发展的人都知道,在计划经济时代尤其是在 20 世纪 70 年代,虽有社会分层,但在总体格局上却主要是城乡之分和工农之分。经过近 30 年的经济体制改革,今天的社会除了城乡、工农之分以外,还形成了社会的分化或阶层化。通俗地说,所谓阶层化是指因职业或收入水平相似而形成的同类人群有了相似的生活方式和认同。

据专家测算,1988 年的基尼系数为 0.382,2000 年为 0.458,2003 年已接近 0.5 左右。在城乡内部,据国家统计局城调队 3.6 万户的调查,2003 年 10% 最高收入户的收入约为 10% 最低收入户收入的 8.4 倍,比 1992 年增大了 4.6 倍;据国家统计局农调队 2003 年的 6 万多户调查,20% 高收入户的收入为 20% 低收入户收入的 7.3 倍,比 1990 年增大了 3 倍。在城乡之间,1985 年城乡居民收入差距为 1.86 倍,2004 年为 3.25 倍,如果算上城镇居民有而农村居民没有的福利收入,则实际差距应该在 6

倍左右。如果说这些差距并不足以构成阶层化的条件,那么行业之间收入级差的存在就完全促成了社会阶层的结构化。根据专家估计,以2003年各行业的平均工资为例,金融保险业为2.25万元;科研和综合技术服务为2.23万元;其中证券业高达4.26万元,航空运输业3.34万元;而农林牧渔业只有6969元。最高与最低的平均工资的比例为6.1倍,如果包括奖金和工资外收入,行业之间的差距更大。正是因为行业之间收入差距的存在和中高收入行业的发展,使得过去十年里中国社会的中产阶级获得了发展的条件并迅速成长起来。尽管目前对这个阶层尚缺乏深入的了解,对其占总人口的比重也说法不一(有的说5%,有的说13%)。

### 教育形式的多样化

教育形式的多样化首先体现在基础教育的发展方面。根据2004年4月19日新华网的消息,中国自1986年通过义务教育法以来,到2003年全国普及九年义务教育人口覆盖率提高到了92%,小学入学率达97%,初中入学率提高到93%,全国2859个县(市、区)中已有2478个实现了“普九”,义务教育投入总量持续增加,1997年至2002年义务教育投入平均年增12.3%。这个数据尽管与我的估算有些差异,据2004年6月14日《中国青年报》消息,东北师范大学农村教育研究所对辽宁、吉林、黑龙江、河南、山东、湖北6省14县的17所农村初级中学进行的一份调查也显示学生平均辍学率超过40%,但总体上仍然可说明中国在义务教育方面的努力以及成效。

其次表现在高等教育的发展上。根据国家统计局的资料,就招收人数而言,中国普通高校1994年招生90万人,1998年108万人,2001年268万人,2004年410万人。就在校人数而言,1994年中国普通高等学校在校人数为280万,中等专业学校为5226万;1998年分别为341万和7341万;2001年分别为719万和8896万;2003年分别为1109万和9614万。

第三表现在非学历教育方面。国家办学的正式学历教育曾经是中国社会惟一接受教育的

形式,但在20世纪的90年代,不仅初等教育突破了国家办学的模式,使民间办学成为了许多地区的重要力量,而且在中等职业教育和高等教育领域,民办教育也得到了快速发展,到2003年,全国共有民办普通高等学校173所,2004年全国已经有独立颁发学历资格的民办高校167所,在校生81万人,民办的其他高等教育机构1104所,各类注册学生100.4万人,其他还有各种形式的成人高等教育如广播电视大学、函授大学、夜大学、网络大学、高等教育自学考试等多种形式的学历教育都有长足的发展,各种类型的职业教育和短训班的数量几乎多到无法统计。

### 岗位的职业化

促进教育发展的力量除了中国政府的推动和传统文化的鼓励以外,一个更加重要的因素就是由劳动力充分供给所催生的中国劳动力市场和就业岗位的职业化。现象之一是中国失业人口的结构。根据国家统计局的数据,中国城乡劳动力的总量为7.44亿,那么,中国到底能够提供多少就业机会呢?根据国家统计局的数据,1992—1998年,城镇每年新增从业人员在264—722万之间,大多数年份在400万人左右,而同期城镇每年新增劳动人口的数量在800万左右,也就是说每年最多只有70%的新增劳动力能找到工作。进入21世纪以后,高学历人员的失业率开始不断上升,2001年全国重点高校毕业生的初次就业率降为82.75%;一般院校的初次就业率迅速下降为68.2%;高等专科学校的初次就业率为41.23%,不到一半。2004年截至9月1日,全国普通高校毕业生平均就业率为73%,其中研究生为93%,本科生84%,高职(专科)生61%。结合最近3年的数据来看,每年至少有30%的高校毕业生一毕业就面临失业。

综合这两种现象,可以认为中国劳动力市场的充分供给不仅给新增劳动力带来就业压力,也造成了学历越低、失业可能性越大的格局,进而促使那些有条件 and 有能力的人员来不断提高自己的受教育水平,并由此形成了中国

劳动岗位的知识化和职业化。

现象之二是岗位和职业的准入制度的实施。根据中央政府相关文件的说法,推行职业资格证书制度,是实施“科教兴国”战略的举措,也是人力资源开发的重要手段。自1993年推行职业资格证书制度以来,中国已初步形成了职业资格证书制度的法律法规和工作体系,至少有13个行业实施了职业资格证书制度,政府希望经过一段时间的努力,在技术复杂、适用性强、涉及国家财产、人民健康和消费者切身利益的职业(工种)中,全面推行国家职业资格证书制度。

日常生活方式的多元化

任何一个经历了中国社会近30年变迁的人都有能力滔滔不绝地列举今天的日常生活方式与计划经济时代有怎样的不同,而在我看来,重要的不同在于消费的变化。在一定的意义上,消费本身就是人们的日常生活。

1994年,全国城镇居民人均年纯收入3179元,城镇职工的年平均工资为4538元;人均年消费的绝对数为3979元,其中消费性支出3537元;农村居民人均纯收入1221元,消费性支出为1016元。

据有关资料,2004年城镇居民人均可支配收入约为9500元,消费水平约为4470元,恩格尔系数(食品支出占消费总支出比例)下降到36%,教育休闲娱乐支出比例持续上升,1~9月的数据上升到了16%,人均消费额已提高到850元,增长了12%;医疗保健和交通通讯的比例也呈上升趋势;购买公房、商品房以及家庭装饰支出的比例已占到消费支出比例的9.4%。此外,城镇居民家用电器消费正在更新,据国家统计局住户调查的数据,2004年9月底,城镇居民每百户家庭拥有彩电133台,电冰箱90台,空调器69台,录放像机18台,组合音响28台,摄像机3.1台,钢琴2.2台,家用汽车2.1辆,家用电脑32台,移动电话109台。

2004年1~9月农村居民现金收入达2110元,全年人均纯收入约为2920元,恩格尔系数(食品支出占消费总支出比例)降为45%,用于

居住的消费已达16%,居消费支出的第二位,人均居住面积从2003年27.2平方米上升至28平方米,非实物商品支出此例上升至29%,其中医疗保健、交通通讯比例上升最快,两者已占消费支出的14%,文娱用品及服务占12%。2003年底,农村每百户拥有彩电已达68台,电冰箱16台,洗衣机14台,移动电话24部,摩托车119辆。

简言之,在消费结构中,城镇居民用于文化、教育、娱乐、休闲的支出有明显提高,加上医疗保健和交通通讯,其支出已占生活消费支出的32.8%,人均消费额已由1995年的624元提高到2003年的2131元,2004年将达2300多元,增加了3.7倍,占消费支出的比重由1995年的18%上升到35%左右;农民的以上三项加上文教娱乐用品的支出也已占消费支出37.8%。

中国社会消费结构的变化不仅反映在综合数据上,也反映在专项数据上,这里仅仅举与书业相关的两个例子,一是电子出版物的发展,二是互联网用户数量的剧增。就电子出版物而言,1994年在中国尚没有电子出版物的概念,根据国家新闻出版总署的资料,2003年当年出版的电子出版物4961种,9300万张,出版机构达到了121家。

就互联网用户数量而言,1993年中国仅有由中国科学院高能物理研究所提供的电话拨号接入服务,服务的对象为具有副教授或副研究员及以上职称科研人员,用户容量为800个账户,服务的内容仅仅为电话拨号接入。1996年中国开始出现门户网站,1997年互联网用户的数量达到62万人,1999年为200万,2000年为1690万,2004年7月的数据显示,中国上网用户总人数8700万,上网计算机3630万,CN域名总数为38.2万个,WWW站点总数约62.6万个。

社会变迁的三个趋势

如果把这四个方面的变迁与书业的发展关联起来,似可以对中国社会近十年的变迁作一个简要素描:

第一，中国社会正在变成一个典型的学习型社会。尽管中国有相当数量的农村人口，有相当数量的低文化程度人口，但社会的阶层化不仅让我们看到中国社会内部存在的危机，更让我们看到应该努力的方向，那就是建立一种可以改善的向上流动机制，从而推动阶层之间的和谐，给生活在社会底层的人们以希望，这个机制就是使人们能够通过学习来获得向上流动的机制。事实上，在学校正式教育以外的教育产业的迅猛发展正说明了相当一部分社会成员希望通过学习来改善自己的境遇。不仅如此，在人们的日常生活中，学习也变成了其中一部分。使用新工具需要学习，品尝美味需要学习，旅游需要学习，甚至如厕的方法都需要学习。只是，这种能力的学习在大多数人的日常生活中还不是特别凸现，大多数社会成员所热衷的学习多少局限在对学历的崇拜上。

第二，中国社会正在变成一个多元化的社会。尽管有学者从社会结构的机制出发提出中国社会变成了一个断裂的社会而不是多元的社会，但我仍然坚持认为用多元性来概括今天的中国社会是一个更加积极的框架。事实上，在中国社会中并不存在社会断裂的要素，譬如具有不同利益诉求的社会阶层并不是不可在同一个框架下进行协商讨论，并通过这个框架来解决彼此之间的冲突。恰恰是在这一点上，我们需要充分认识到社会多元性的历史层面而不仅仅是形态层面。一个断裂的社会是一个四分五裂的社会，而一个多元社会则是发展动力充沛的社会，中国社会近30年的发展已经说明了这一点，未来的发展还将证明这一点。

第三，中国社会正在向信息化社会迈进。互联网用户数量在过去几年呈现几何级数的增长仅仅是一个信息社会发展的信号而已，实际上，全国电话交换机总容量已由1978年的405.9万门增加到1989年的1034.7万门，2001年已迅速增加到2.06亿门，移动通信用户已达1.45亿户，位居世界第一；全国电话普及率由1978年的0.4部/百人上升到2001年的25.9部/百人。电信增值服务业务的发展

使得手机已经成为重要的音频、视频和阅读工具，固定电话的增值服务也在朝这个方向迈进。

我认为，中国社会变迁的这三个趋势才是在全球化、市场化和信息化条件下，书业所面临的真正挑战。

### 社会生活与全球眼光

一个学习型的社会需要适用的学习介质，而不仅仅是书；一个多元化的社会对知识和信息会有不同的要求，一个信息化的社会将越来越多地依靠计算机网络和网络的终端设备，如果一定要我评论中国社会变迁与书业发展之间的关系的话，我认为这就是讨论的起点，除此以外，还要对中国现有的读者群体结构和他们的需求有一个明确的判断。

读者，在中国传统中曾经叫“读书人”，现在的一些地方语汇中还叫“段文识字”的人。也就是说，读者是社会中的一个特殊群体，他们的最低要求是不仅会识字，也会段文，理解一个段落的基本含义。

那么，在中国到底有多少人属于这个群体呢？根据可以得到的数据，我们可以分两部分来做一个大致的估计。第一部分是一般阅读人口。根据2003年0.1%人口变动抽样，在6岁及以上被抽到的1182247人中，文盲占9.7%，小学文化程度占33.4%，初中文化程度占38%，高中文化程度占13%，大学及以上文化程度占5%；15岁及以上人口中文盲和半文盲的比例为11%。把这两部分的数据综合起来，可以认为初中及以上文化程度人口的数量占总人口的比重大约为56%。根据历年的教育统计数据，我曾经做过一个估算，在全国范围内，小学升初中的比例大约在90%左右，初中毕业生升入高中、中专和职业高中的比例大约50%，如果加上中途辍学的因素，则初中生的升学比例将小于50%，由此可以做一个简单但可靠的判断，那就是在每一个世代的总人口中，至少有60%的同龄人口不能读到初中毕业。把人口变动数据和教育数据做一个简单平均，则可以认为每个年龄段具有阅读能力的人只占40%左右，理想条件下，如果每个识字的人都成

为读者的话,那么中国的阅读人口应该在5亿左右。

实际情况是,并不是能够段文识字的人都会成为读者,稍有农村生活经历的人都了解,传统农业中的农民读者不多,无论城乡,年长者中的读者也不多。根据第五次全国人口普查的数据,2000年农村人口占总人口的比重为64%,65岁及以上人口占总人口7%。如果不考虑其中的重叠部分,则两者相加的比例为71%。如果考虑这两个因素,则可能的读者数量将会降至1.45亿。第二部分是学龄人口数据。根据中国的教育制度并结合2003年0.1%人口变动抽样的数据,如果把5~24岁当做学龄人口,则这个年龄段的人口占总人口的比重为30%,实际所涵盖的人口数为3.9亿。其中,5~9岁的人口为8200万,10~14岁的为1.15亿,15~19岁的为1.07亿,20~24岁的8200万;四个年龄段的总数为3.86亿。根据我对中国教育人口的估算,5~9岁的就学率约为95%以上,10~14岁的就学率约为70%,15~19岁的就学率约为40%,20~24岁的就学率大约为5%,则这个群体的实际数量将降至2.05亿。

简单地说,目前中国读者群的总量约为3.5亿,其中学生群体约占3/5,即大量的读者是处于受教育年龄的、特别是接受初等教育的人群,有能力进行大众阅读的人群数量则要少得多,进行专业阅读的人群数量就更少。这个读者群结构不仅解释了目前书业的出版结构,也解释了目前读者的阅读结构。

根据相关报道,2000~2003年,课本销售数量占整个图书销售的50%以上,如果加上教辅、参考书刊,这个比例应该超过60%,尽管年度之间的比例有些变化,但并不足以改变教育类书刊尤其是图书在整个书业中所占的份额。进一步说,教育类图书在图书销售总量中所占的比重与学生群体在读者总量中所占的比重是吻合的,约为60%。

据此,我们对中国读者的阅读行为可以有一个基本的推测,大多数的读者会更加倾向于阅读与学校教育和学历有关的读物。为了检验

这一点,我找到了国家图书馆对每个月阅读热点的调查数据。根据这个数据,2004年1~12月排在前3名的热门图书都是教育类书籍,而且集中在外语、文化和管理三大类。由此我们看到,在中国社会,人们的阅读行为不仅主要涉及正式的学校教育,而且集中在基础性方面,即阅读的主要目的不是休闲生活,不是能力改善,更不是专业阅读,而是学历教育的要求。

我们不应只看到这一点,还应看到中国社会变迁大趋势,因为从目前的格局到就近趋势的发展将是一个颠覆性历史转折。

第一,未来的读者需求会越来越向技术性和技巧性知识发展。现在书业中,课本的销售量和销售额在总销售中所占的比重都超过50%,这与中国目前的教育以学历教育为主的格局是相吻合的;也与中国整体读者群的结构相一致。但必须注意的是,这样格局正在转变。从城乡居民消费结构可知,一般居民的阅读正在朝向技术性和技巧性方向发展,不仅因为家庭生活用品的技术化,工作岗位的职业化,还因为人们日常生活方式的多样化。举一个简单的例子,现在的家用电器已远不是10年前的旋钮时代,而是进入了按钮时代和简单编程时代,以使用DVD播放机为例,如果使用者想要改变或者取消区域播放区域编码进而播放一些特别的碟片,就需要使用组合按钮进行简单编程。在汽车、计算机、互联网络、层出不穷的数码产品进入一般人生活的时代,即使是使用简单功能,也需要技术化和技巧化的知识。

第二,未来的读者群体会进一步细分并向个性化需求发展。如果说今天的读者群体仅仅只有三个大的群体即接受学校教育的学生群体、接受前沿技术扩散的中高收入群体和处于社会中下层的一般收入群体的话,那么在不久的将来我们将看到处于不同社会阶层的人群会有自己的个性需求。即使是在同一个群体内部,也会出现个性化的需求。仅以接受高等教育的学生群体为例,知识更新速度的加快和学科划分向两极化的发展就会促使不同地域、不同学校、不同学科对书业产生更加个性化的需

求。以参考文献为例,即使是同一个学校、同一个专业、同一门课程,不同的教师就会要求不同的参考文献书单。其实,这种现象早已存在,书业似乎并没有敏感到这样的需求,倒是让个体化的复印作坊占领了这个市场。如果把这种个性化的需求放在社会变迁的背景下,读者需求向技术化和技巧化方向的发展也可以被看作是需求个性化的一个重要方面。

第三,知识更新速度的加快和对信息传递速度的要求将直接催生工具化替代产物的多样化。Price Water—house Coopers(普华永道)在一份报告中预测未来5年全球媒体行业趋势的报告中指出,未来图书出版增幅最低,只有4.8%,互联网最高,将高达17.5%。一个凸显的事实是,世界上排在前面的几大出版集团都在进行数字化改造和实施“企业资源计划”(ERP),像Thomson、McGraw—Hill大型出版集团,非印刷形态产品已经成为其印刷形态产品的重要组成部分,销售比重超过50%。简单地说,读者需求的技术化和个性化已经或正在改变整个书业的流程结构,并把印刷形态的书

业和非印刷形态的书业纳入到了一个框架之中;随着互联网络技术的发展,非印刷形态的需求正在走出计算机网页模式,向多种形态的终端设备如手机等无线通讯设备渗透。

第四,随着中国经济的进步和发展,中国在全球的地位将不断提升,随之而来的是全球对中文产品(无论是印刷形态的还是非印刷形态的)需求的急剧增加。尽管手头没有可靠的统计数据来说明目前全球对中文产品的需求量有多大,但可以观察的现象如到中国来留学的人数在过去的十年里迅速上升,到中国从事商业活动的人口数量不断增加以及中国的出口产品逐步从低端迈向高端都预示了对中文产品的需求在增加。就如任何产品的扩散初期总是处在一个S曲线的左下端缓慢增长期一样,在不久的将来,全球对中文产品的需求会进入S曲线的迅速上升期。

邱泽奇,北京大学社会学教授、北京大学中国社会与发展研究中心副主任,已出版专著、译著、编著近20种。