

丢书，是一场文艺的营销

© 林辉琦

前段时间，很多人在讨论一个叫做“丢书大作战”的活动。不少人在早高峰乘坐地铁、网约车时有意外收获，竟然“捡”到一本书。黄晓明、徐静蕾、张天爱、张静初等很多明星也参与进来，丢下了很多贴有活动标志的书籍。

背景

“如果你在伦敦，明天睁大眼睛，在地铁上寻找惊喜吧。”10月31日，英国演员艾玛·沃森（Emma Watson）发了一条推特。

她是哈利·波特系列电影中“赫敏”的扮演者。在电影里，这位嗜书如命的优等生一出场，胳膊里总抱着三五本厚书。随后的两天，艾玛·沃森一身黑地出现在伦敦的地铁站，看上去像个普通路人。

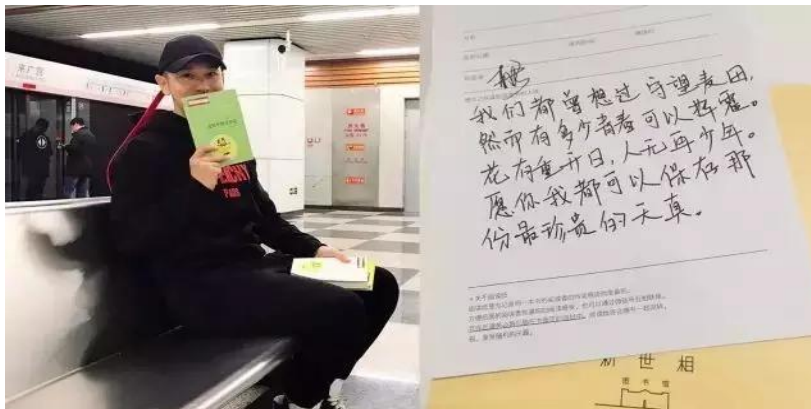
她做了一件相当赫敏的事——在纽约和伦敦交通线路藏了100本玛雅·安吉罗所著的MOM&ME&MOM，一些书里还夹了她手写的爱心小纸条，这场活动引发了一场地铁阅读浪潮。



事件

接着，新世相邀请各路明星开始读书大作战，在北上广三座大城市的地铁，出租车，飞机上放了一万本书。

黄晓明



徐静蕾



张静初



张天爱



发酵

一时间，“丢书大作战”在中国热门了起来，各地都在上演这样的活动。然而并没起到理想的效果。一些书无人问津，不少乘客以为这些书是别人用来占座的，而有些人抱怨车厢太挤根本拿不到书，也根本看不了书。许多丢在地铁里的书最后被保洁阿姨收走。



更有人直接@黄晓明，因为丢书活动导致地铁停运，上班迟到被罚。



“丢书大作战”在热门的同时也引起了不少的争议，很多人认为其就是个套路，缺乏真诚，只是一时的吸引眼球罢了，背后的策划与自我营销成分太多。也有更深度的质疑说，阅读在中国很难说是社会的自觉行为，社会整体也缺乏阅读的氛围，这样“丢书大作战”的涟漪效应也不会太好。确实，从某种程度上来说，在丢书大作战的背后，主办方也没有真正想通过这个活动，提高公民的阅读水平，让中国公众爱上读书。只要有人在地铁上捡到书，觉得很新奇，在微博和朋友圈上去“晒”一下，达到曝光和营销的目的，主办方和赞助商的目的是达到了，最后还顺带推荐了主办方的“图书馆”。

其实，“丢书大作战”的创意，就是复制赫敏女神在伦敦的“地铁藏书”活动。赫敏在伦敦地铁藏了100本书，国内“丢书大作战”升级成了1万本，还发动了明星、作家、媒体人的参与，让活动的效应更大。

就像不是每一颗种子都会发芽，不是每一粒鱼卵都会长成小鱼，“丢书大作战”的很可能仅仅是一场活动，但它唤起了我们的初心。

今时今日，我们早已从书籍之民过度到屏幕之民。通过丢书与捡书这样的流行游戏，呼唤人们在屏读之余也读点好书，同时也能让书籍流动起来大家共享，还能在线上系统留下阅读痕迹，和曾经读过这本书的朋友们互动。何乐而不为？