

专家访谈

王炎龙：四川大学文学与新闻学院教授、博士生导师，四川大学文化传播中心主任

新时代阅读 逃离认知的“莫比乌斯圈”

记者：数字媒介技术的发展，广泛拓展了人们信息获取和知识传播的途径，而基于网络信息技术的数字阅读具有跨时空性与强连接性，成为新型且普遍应用的阅读方式。但同时，它也被诟病是“快餐式、随意性、娱乐性、碎片化、浅显化”的阅读。您怎样看待这种对数字阅读的评价？

王炎龙：数字网络本身的浩瀚信息中往往携带着消费主义陷阱下娱乐化的副产品，这将在很大程度上影响读者对文本的深度处理，造成一定程度的阅读障碍，这也是读者对复杂信息的获取和处理仍然需要依靠纸质媒介的重要缘由。当今社会，文化消费的浅化倾向和现代主义思潮隐藏着消费主义向文化领域的渗透和侵蚀，受众受到文化消费快感意识裹挟。从文字到图片影像转向的过程中，阅读的沉思与阐释被或静或动的视觉化经验所取代，泛娱乐化的文化消费和受众本位被传媒经济和信息技术所建构，在文化消费领域中表现为利用图片、影像等对感官刺激和视觉窥视的满足。长此以往，看什么、怎么看均由受众自己主导，当读什么与怎样读都取决于外部要求时，人们会逐渐丧失阅读的快感，再也无法体会到联想的酣畅。

在数字技术推动下，公众阅读数量的确有一定增长，利用数字技术进行信息获取和交互也是现代社会的重要方式。但不可否认的是，对基于数字技术的“浅阅读”的沉迷和依赖，会摧毁人类建立在书写印刷文化之上对意义和真理的思考和构建能力，公众基于长文本理解和深度阅读模式的理性思考、价值判断和怀疑精神被扁平化的数字信息输入所湮灭，人们逐渐丧失对知识和文化的阅读习得能力。在这一背景下，重新探索纸质媒介中深度阅读和严肃思考的文化价值，增强读者文本整合批判和深度处理能力，改变数字媒介导致的浅层阅读，对于消费时代的文化突围更加具有重要意义。

记者：崇文尚读是中华民族的精神底色，阅读通过潜移默化的精神内化塑造着一个国家和民族的灵魂。在数字化的时代，为什么还有那么多人坚守纸质阅读？纸质媒介和数字媒介真的是阅读在不同媒介使用上的零和博弈吗？

王炎龙：阅读是一种社会行为，更是一种个性化的实践和心理过程，多样化阅读形式的不断涌现让阅读的内涵和外延不断扩展，但我们常谈论的纸质媒介的“阅读”，是一种通过读书思考来建构意义的深层阅读。阅读不是简单的信息获取和交流的工具，而是读者在一定的阅读方式下对知识的习得，以更高级的思维从书香中汲取文化价值、探寻真理和意义。在进行以语言文字为载体的纸质阅读，尤其是经典阅读时，其目的不在于某一层面的实用性，而在于人文教育和文化使命。

纸质媒介是否会消亡的忧思从互联网兴盛开始就屡见不鲜，人们对技术和阅读的共同需要，让基于数字媒介的阅读和基于纸质媒介的阅读陷入了长久的争论之中。在我看来，无论是哪种形式的工具依赖，本质上是文化在不同媒介上的表征差异，二者同是人们认识世界的载体工具，我们既不必过度神化也不必过分贬低。我们要清醒地认识到技术对社会发展变革具有的良性作用，也要警惕强调工具理性的技术逻辑可能引起的人的心理和行为异化，从人文主义角度体现不同媒介阅读的价值理性和文化内涵。

编者注：“莫比乌斯圈”又称“莫比乌斯带”或“莫比乌斯环”，由德国数学家莫比乌斯(Möbius)发现，是把一条纸带扭转180度之后，两头再粘接起来形成的纸带圈。这样的纸带只有一个面，一只小虫(如蚂蚁)爬遍整个曲面而不必跨过它的边缘。

成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆
本版稿件未经授权严禁转载

人类的文明进步，往往可以从人们的阅读方式中窥见端倪。从埃及的莎草纸、苏美尔的泥版，到中国的竹简、纸张和印刷术……得益于文字记载技术的进步，人类的知识的积累和传承方式发生了质的飞跃，极大地推动了社会文明发展的进程。

从纸质阅读到数字阅读，是最近几十年来人类阅读方式改变的标志性事件，但阅读不应该、也不会因为阅读方式的变化而失去本意，如何适应数字化阅读方式并更好地利用它所带来的便利，是新时代人类学习和文明进步的一个重要话题。



数字阅读：形态变幻下的阅读初心

“书山有路” 一键开启

在中国传统文化的语境里，“学富五车”一定是阅读积累学识的极高境界，但在一档文化谈话类节目中，导演姜文曾调侃道：“学富五车其实也不算什么了不起的事情，因为所涵盖的知识内容不过是几百本书而已。”这种说法，从侧面反映了传统的纸质书籍在知识传播尤其是便携性方面存在的局限性，而这对于知识获取的效率产生了不利的影响。

随着电子书阅读器如Kindle的出现，“书的数字化”解决了这些问题。在互联网的环境下，一个Kindle阅读器相当于一个巨大的书架。它可以容纳3000多本书，基本上相当于“五车”所能承载的书籍的重量，而且可以随身携带，随时随地畅游于各种场景。

电子书阅读器的出现不仅扩大了读者的阅读选择，也提高了知识获取的效率和便捷性。读者仅仅通过一个小小的电子设备，就可以获取数以千计的图书，无论是在旅途中、休闲时光，还是在地铁上、咖啡馆里，都可以轻松地享受阅读的乐趣。

在早高峰拥挤的地铁上，侯女士习惯性地掏出手

机，打开Kindle。40分钟的通勤时间里，她一直以来都把阅读当作一种习惯。“我几乎每天的通勤时间都用来看书，很多大部头的书籍都是在地铁上一口气读完的。”像侯女士这样善于利用通勤时间阅读的人并不在少数。近期，微博上关于“被迫在地铁上看了3部小说”的话题阅读次数接近3亿次，引发了许多网友的共鸣。

从背着沉重的纸质书行走到“一屏览天下”，数字阅读不受时间和地点的限制，让阅读变得更加便捷、高效和有趣。无论是在通勤途中打开手机阅读，还是在家务事间享受有声阅读的陪伴，数字阅读已经成为当代人日常生活中不可或缺的一部分。它随时随地可用，方便快捷，同时还提供了图文并茂的阅读体验。正因为如此，数字阅读满足了现代公众对阅读的基本需求，吸引了越来越多的人从看短视频转向阅读。

尽管还有很多读者对纸质书籍有着情感依恋，但数字阅读已经成为了现代人日常生活中重要的一部分。



电子阅读寻找新航向

经过多年发展，数字阅读已经发展成一个“大家族”。中国音像与数字出版协会发布的《2022年度中国数字阅读报告》显示，数字阅读包括电子阅读和有声阅读两种主要阅读形式。其中，电

子阅读又可分为电子书阅读和网络原创文学作品阅读；有声阅读包括有声书阅读、广播剧(节目)和在线课程三种主要形式。

如果说以Kindle为代表的数字阅读1.0时代，盘活了存量知识，那么随着互联网产品不断更新迭代和硬件设备升级，以“平台化”存在的数字阅读软件为代表的数字阅读2.0时代，就是一个为知识提供更多介质，提升全产业链运转效率，从而持续提升阅读体验的科技赋能过程——不只阅读方式随之更新，数字阅读的场景也更加多元化，让人们享受更舒适便利的阅读。

微信读书、番茄小说、掌阅……如今，越来越多的线上阅读应用不断更新上线，数字阅读的读者群也日渐增长，而用户也无需携带多个设备，通过这些APP就可以在手机端实现便捷化阅读。数字阅读不断侵占纸质阅读的领地，只有少数用户仍然坚守在传统模式下阅读大部头的书籍；同时，更多的月卡和年卡用户逐渐被其他免费平台吸引。

在电子阅读行业中，以阅文集团为代表的IP变现模式成为新贵。阅文集团旗下的阅读平台拥有庞大的在线阅读月活跃用户数，达到2.5亿，同比增长8.6%，净增加了1970万用户。作为国内成功的版权内容运营公司，阅文集团将版权运营(包括IP影视改编)转化为电子阅读领域的估值工具。《琅琊榜》《庆余年》等作品的成功，为电子阅读行业开辟了新的版权路径，即直接与作者签约购买版权，不再局限于书籍领域，而是瞄准了书籍影视化后的电视电影用户。免费阅读所聚集的大量用户流量，成为IP价值的重要组成部分。

随着科技的不断进步，数字阅读正加速进化出新的形态，将读者带入一个日益便捷的数字阅读时代。尽管阅读的场景和方式发生了改变，但阅读的本质和价值依然保持不变。无论是翻开纸质书还是点击电子阅读器，“开卷有益”的理念将始终贯穿其中。



“挑战纯粹” kindle 黯然落幕

2013年Kindle进入中国市场，根据中国互联网信息中心中心的调查，Kindle在中国市场的初期反应相当火爆。2013年至2015年间，其销量呈井喷式增长，迅速占据了国内电子书市场的领先地位，中国也成为亚马逊全球Kindle设备销售第一大市场。

彼时中国的电子书市场尚未打开，而Kindle恰逢其时，凭借其便携性和广泛的电子书库，以及电子墨水技术对纸质书籍阅读体验的高度还原，吸引了大量读者的关注和认可，改变了很多人的阅读习惯。Kindle坐上了电子书市场的“王座”，一时间成为“电子书”的代名词。

随之蜂拥而来的，自然是众多创业者和投资客对电子阅读领域的兴趣，在我国电子书赛道上，小米、华为、海信、科大讯飞、掌阅、墨案、得到等互联网和硬件品牌悉数登场。

国内电子书阅读器品牌迅速崛起似乎昭示着外来品牌Kindle将日薄西山。艾瑞咨询的数据显示，从2016年至2020年，Kindle的市场份额由20%下降至不到10%。

在此期间，Kindle官方自创的“泡面梗”，也像是预言一般映射了它的衰落。

2019年3月，亚马逊官微推出了一则广告文案：一部Kindle被盖在一盒泡面上面，旁边的文字显示“盖Kindle，面更香”，甚至用Kindle自带的时钟功能设置了“倒计时5min”。这一广告宣传，本是想让读者在更多的场景中拿起Kindle。但戏剧的是，现如今Kindle竟真的成为用户手里各大数码产品中“吃灰”最多的那部，甚至有用户真的觉得用Kindle泡面比读书更实用。

九载深耕，一朝谢幕。2022年6月2日，亚马逊Kindle在官方网站上发布公告，宣布在2023年6月30日停止中国Kindle电子书店的运营。这一消息很快登上微博热搜榜首。事实上，Kindle退出中国的传言由来已久，2021

年10月，Kindle天猫旗舰店宣布关闭、京东自营旗舰店大面积缺货等现象都引发了行业与读者的猜测。

作为电子书最著名的零售平台，Kindle的退出具有很强的象征意义。这是否也意味着曾被中国出版业寄予厚望的电子业务已经走到了“寒冬”？

答案当然是否定的。据《第十九次全国国民阅读调查报告》显示，2021年我国成年国民数字化阅读方式(网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、平板电脑阅读等)的接触率为79.6%，呈现出明显的上升趋势。

值得注意的是，在数字阅读细分领域中，手机、平板、电子阅读器的接触率分别是71.6%、21.7%和27.3%。可见，电子阅读不再局限在电子阅读器，交互性更强、功能更为全面的终端吸引了大部分用户，而Kindle功能单一、运行不如手机、平板流畅，没有影音、游戏功能，几乎没有社交属性。亚马逊中国区负责人曾表示，“Kindle的设计初衷只有一个——让消费者体验最纯粹的阅读，把阅读这件事做到极致。”如今再看，优势似乎成为了它发展的掣肘。过于“纯粹”的Kindle，也只能被挂在二手交易平台“晾晒”，黯然退场是情理之中。

