

“东坡先生，你好吗？我脚下的这片岛屿，是你人生中最心酸的地方。”这是90后读书博主赵健目前收获点赞量最高的视频之一——“写给苏东坡的一封信”的开篇。两年多来，他用讲故事的方式，吸引数十万网友关注经典书籍，5个月卖书破千万。赵健说，如果小时候没有机会看更大的世界，希望能和他一样，通过阅读来弥补。

“我读这本书的时候，第一次充满了对力量、对生命、森林、流水、落叶、日月、清风、苔藓，由衷深沉、不知所以，但一往情深地爱。”在董宇辉推荐前，《额尔古纳河右岸》累计印量是60万册，在他几度推荐后，不到两年的时间里，销量超过500万册，翻了近十倍，这在图书行业中极为罕见。

“为什么会出现永远不睡觉的失眠失忆症，会有一场雨持续下了五年？”这是博主@1379号观察员对《百年孤独》的逐帧解构。半个多世纪前，马尔克斯写下这部不朽作品时，一定想象不到他的书会在中国的短视频平台上以动画连续剧的形式风靡，令许多追更的网友感叹“治好了自己的名著恐惧症”。

——这，就是图书遇上短视频之后的“化学反应”。不变的文字与奔涌的时代融为一体。

“视频讲书和视频直播，是视频时代阅读新的组成部分，对推动阅读具有独特价值。”中国新闻出版研究院国民阅读研究与促进中心主任徐升国表示。

清华大学新闻与传播学院教师陆洪磊进一步认为，开卷有益，短视频为图书提供了一个高效而立体的舞台，降低了阅读所需的知识门槛，让文学经典触达更多的潜在读者，吸引很多没有阅读习惯的人尝试，这本身已是一种巨大的进步。“相信未来会有更多人通过短视频的渠道走近原著，把书读厚再读薄；相信经典的力量会让每位对世界怀有好奇心的人士满载而归，相信书中的知识、情感、生活百态将滋养一代代人，为他们构建起丰盛的精神世界。”

专家观点

书籍是人类积累、保存、传授、传承知识的平台和载体。对于读者来讲，是希望通过阅读获取未知的知识，深化对于世界的认知、指导自己的行为。因为人类的见识永远是有限的，而阅读的期待是无限的。也因此，阅读才会常新。阎晶明说，读书是一件需要个人静下心来做的事，同时又是一种需要跟人倾心交流的美好享受。一个人在阅读中体验到情感呼应，感受到思想融通，获取到无尽知识，都会有一种与知音相遇的美感。“但是书海茫茫，每一位读书人都都需要迅速获取关于读书的信息，由于获取信息的资源和丰富程度不同，阅读与交流也常常会出现不平衡现象。”他认为，一方面网络时代最大程度地打开了人们的视野，获取信息的可能性有更大优势。高端的阅读口味迅速得到向社会广泛传播的机会，读书成为一种立体行动，交流变得十分便捷。另一方面，短视频盛行的今天，视听文化无限生长，它们对阅读形成冲击，但又能够促进阅读，我们经常会在这样的矛盾中表述二者的关系。“我还记得前不久与几位学者对谈，同样一位嘉宾，既为总体上视听过度发展从而挤压阅读空间而担忧，又为本来属于‘小众’范围热议的小说能够借助视听而广泛传播感到兴奋。”



赵健在直播间说书

当图书遇上短视频

走进顶流的直播间

直播间里，数字还在不断上涨。

这是一场门槛很高的直播：一场英文访谈，主播董宇辉的访谈对象是诺贝尔文学奖获得者古尔纳。直播的主题是“讲一个故事，给离家的人”。“离家”是古尔纳创作生涯中极为重要的母题，也是他自己的人生故事。他们还聊到古尔纳的另一部小说，董宇辉总结为，这是一个从农村出生的孩子长大后离开家乡、想念家乡，但回不去家乡的故事。这段话无疑击中了直播间里每个漂在城市的异乡人。一场慢节奏、讲遥远故事的直播，在线人数却狂涨，最后接近60万。一个半小时的直播，2万套，11万册图书一销而空。

在古尔纳之前，董宇辉成功卖爆了多本图书——与《人民文学》主编施战军，作家梁晓声、蔡崇达畅谈，4个小时内卖出《人民文学》杂志全年订阅8.26万套；与《收获》主编程永新、作家余华和苏童的直播里，近3小时，2024年全年订阅的《收获》双月刊和《收获长篇小说》季刊合计售出了8.2万套；他还多次对矛盾文学奖获奖作品《额尔古纳河右岸》即兴分享，今年初作家迟子建对董宇辉表示了感谢，“感谢一个爱书的年轻人和一个关注文化的平台，把一本书推荐给更多的读者。”

在直播间，董宇辉说过很多金句，比如：“青春岁月里，我们曾以文学为名义相聚一堂，欢声笑语，后来我们都感受到了文学的恩惠，生命得以被照亮。”一次次火爆的直播成绩也说明，文学的读者还在。关键

在于文学怎样去寻找、去遇见、去重逢。“对《人民文学》而言，这场直播是一次‘寻亲’，我们希望让这本有75年历史的文学刊物和更多年轻人面对面，找到更多的读者朋友。”第一次走到直播镜头之前的《人民文学》主编施战军坦言。中国作协主办的中国作家网发表评论认为，《人民文学》杂志走进直播间，是文学主动求新求变之举，显示出文学广泛挖掘寻找读者的能力以及破圈力度，更是以进促稳的实际行动。

图书咨询机构北京开卷发布的《2023年图书零售市场年度报告》显示，2023年中国图书零售市场码洋规模为912亿元，同比上升4.72%。短视频电商码洋比重为26.67%，仅次于平台电商，成为第二大图书销售渠道。短视频和图书相互成就的背后，有必然的逻辑支撑：书和读者，往往是相互需要，只是在以往的传播方式下，这种“相互需要”经常撞上“相互不知道”的信息挡板。但算法拆除，了摆在二者面前的许多壁垒，助益了书与人的双向奔赴。这个过程体现的，是守正创新的精神特质——守住阅读纸质书的根本，创新读书的推荐方式和渠道。值得注意的是，算法推荐会以兴趣匹配为连接点，但兴趣不光可以被看见，还可以被激发——很多人在兴趣被激发前也不知道自己对哪些书感兴趣，但算法加持下的短视频直播可以帮他们增长见识、开拓视野、形成新兴趣点，让好书被更多人看见。评论认为，算法连接起了更多的图书之美与好学之心。

一部公认“难啃”的世界名著《百年孤独》在短视频平台上获得了千万级播放量、百万人次点赞。博主@1379号观察员采用动画、图表等形式，将原本晦涩复杂的故事条分缕析，《百年孤独》似乎不再是一本永远有人讨论、但永远读不完的书，而是成了一部剧情跌宕又老少皆宜的动画连续剧。不同于此前“3分钟读完一本书”的浅阅读潮流，多手段解析为短视频时代文学经典的普及提供了崭新思路。@1379号观察员说：“我最想做的事，就是通过短视频，搭一把阅读的梯子，让散落在不同地域璀璨的文学明珠被大众拾起”。

赵健，90后读书博主。他的账号“赵健的读书日记”在相关社交媒体平台拥有超百万粉丝。单条视频的最高观看量达6000万、3天销售《资治通鉴》3000册、一条视频让40年前的老书《画魂——潘玉良传》加印5次……2022年8月才开始入局图书短视频的赵健，2023年初开始尝试卖书带货，截至今年3月，销售码洋达2.5亿元。他的短视频每每一以“你知道吗？”这句话开篇，娓娓道来，让人不自觉地跟着他的讲述，去感受文学艺术巨匠或跌宕、或绚烂、或嗟叹、或不凡的一生。例如，他特地去到海南讲述苏东坡波澜壮阔的一生，用的方式是给苏东坡写一封信：“东坡先生，你好吗？是你让我明白了怎么才能悟人生，必须得在困难处，在至暗处，在人看不到的地方，在不顺意处，在在处处。”

赵健的置顶视频标题是“104岁的小女生”，记录了他拜访百岁老人杨绛先生的场景，这条视频的观看量达6000多万，杨绛临终前出版的口述自传《一百年，许多人，许多事》因此得到关注，从一本很冷门的书，热卖到加印6次。而可以通过书影响到更多的年轻人，应该是杨绛更

感欣慰的吧，正如她在赵健的视频中对当下的年轻人说的：“人类的全部智慧就包含在这两个词当中，等待与希望。”

视频爆火的背后，是“力求在‘短平快’的互联网时代，传达‘厚重感’”的努力。在赵健看来，一条视频能给观众带来新知，带大家了解文学艺术巨匠鲜为人知的人生经历，或是通过对书籍内容逻辑的梳理，传达核心观点，启发大家思考，才算合格。赵健还表达了他对“短视频阅读”的看法：“短视频已成为书籍内容的传播载体之一，但短视频读书博主只是‘中间商’，希望撒下更多阅读的种子，引导更多人读原著，对书籍和知识形成自己的认知和思考。”

随着智能手机和短视频的出现，我们全面迈入了一个“短、平、快、碎”的“沸媒介”时代。中国作协网络文学中心助理研究员贾想认为，在“沸媒介”时代，我们更需要辟一间清静的书房，拿起一本沉甸甸的书籍，体会文学名著馥郁的语言芳香和阔大的思想智慧。

对很多人来说，阅读是日常生活中的必要组成部分，正所谓“发奋识遍天下字，立志读尽人间书”。第二十一次全国国民阅读调查主要成果公布：包括书报刊和数字出版物在内，2023年我国成年国民的各种媒介的综合阅读率为81.9%。听书和视频讲书等新兴的数字化阅读方式受到越来越多的成年国民喜爱。

“陪读者读书，是一件浪漫的事”，这是茅盾文学奖得主、作家麦家的感言。我们也期待，在加大优质内容供给，涵育爱读书、读好书、善读书良好风尚的同时，把握网络时代的新特征，用好互联网技术的便利，不断拓展阅读的深度广度，让全社会处处充盈书香。

阅读的空间正得到无限扩展

当下借助短视频阅读成为公众热议的话题。“本来在讲堂里授课的名师、书斋里伏案的学者，有很多人走进了直播间，有了个人的短视频品牌，让更多的受众能够在第一时间获取到知识与文化的精髓，领略到名师大家的风范，这已然这个时代文化发展的新生态。”中国作协副主席阎晶明表示。他进一步认为，文化发展必须借助科技的力量，科技完全可以为文化注入新的活力，插上飞翔的翅膀。传统文化与现代性的结合，本身就是文化建设的重要内容。“通过现代科技学习传统文化，借助短视频寻访书友，以迅速、简短之荐助力深、长阅读，阅读的空间正得到无限扩展，书香建设未来可期。

基于这种现象的观察，阎晶明认为“这样的矛盾说明了一个问题，短视频本身是一种新的传播手段，是个文化平台，是信息交流渠道，本身并无优劣的性质，关键在于如何利用，怎样引导。”他说，短视频帮助阅读就成为可能，短视频增进日常阅读也成为可能，短视频成为人们日常生活中的呼吸。这样的案例已经有很多。“身处文学界，近年来我就不断得到有关通过视频、直播等方式带火一部作品、一本杂志的消息，让人不得不惊叹，全民阅读在一定程度上就孕育在全民视听的广阔舞台上，蕴含在短视频的不断扩散中。两年前来讨论直播带货，还是俗生活的虚拟闹市印象，今天打开短视频平台，很多本来在象牙塔里的高雅文

化，正借此走向更广阔的人群。”通过视听推荐，出版物以更直接的方式面向广大读者，众多出版社也有了自己的视频号 and 荐书平台，各显其能，尽显其才。美在深闺人未识、酒好不怕巷子深，到底孰美孰好，今天已经不再是孤芳自赏的时代了，都可以拿到短视频这个舞台上比试一番。阎晶明欣喜地表示，在文化创造与阅读欣赏之间，在文化供需的互动与沟通过程中，适应与提升就成了双向奔赴的行动。

前不久，北京一家停业多年的实体书店重新开张，引发媒体和读书者的关注，人们既为此兴奋，又不担忧。在阎晶明看来，新的时代条件和文化环境下，书店管理者都应在传统与现代的结合上探索一条新路径，要借助科技的力量把书店做活做强。“我也经常回味书店之美，但也经常会享受网上购书



首播成交额1785万，《人民文学》联手董宇辉，让新时代文学抵达更多读者。

的方便快捷。我仍然有阅读书评、分享书话的习惯，也时常会通过短视频了解最新的出版信息、捕捉前沿的阅读潮流，进而做出自己的阅读选择。”阎晶明曾多次呼吁，让阅读经典成为青少年日常。一代人有一代人的成长条件，今天的人们享受着现代化带来的便捷，同时，对知识的渴望，对读书的热爱，从经典中获得的共鸣，经典带给自己的思想启迪、精神力量、艺术美感，也是很多人记忆中最为宝贵的内容。阎晶明表示，经典中所拥有的思想深度和艺术魅力，其宏阔、正

大的气象，只有通过原著的阅读和理解才能真正感受得到。经典作家自身的人生历程、创作出发点，也都应成为人们了解、理解作品的必要途径。“以鲁迅为例，鲁迅的名字反复出现在课本里，在网络上，在日常生活中，伴随着一代又一代中国人的成长、思考与实践。鲁迅一生都在关心青年，把民族和国家的希望寄托于青年。青年，也是最容易接近鲁迅的人群。青年人需要通过不断阅读鲁迅作品，走近和理解他无比丰富的精神世界，来获得前行的力量。”



Lifestyles 琴台

08 成都日报



2024年5月23日 星期四



第29个世界读书日，一份短视频平台发布的《2024读书生态数据报告》显示，平台上时长大于等于5分钟的读书类视频总数量达1143.43万个，收藏量达3.91亿次；读书类直播累计730万场，场均观看人数3076人；读书书评相关内容共有541万个，总评论量为2306万次。

短视频和直播拉近了读者与名著经典的距离。过去一年，平台名著经典相关视频总时长增长48%。《我与地坛》《活着》《西游记》，居上榜最受欢迎的名著经典前三位。单是董宇辉直播中用28分钟推荐《我与地坛》就卖出25.2万本，相关视频播放超71.7万次。

与《我与地坛》一起重新进入大众视野的，还有该书的作者史铁生。史铁生自称“职业是生病，业余在写作”，他酷爱田径和足球，却只能被束缚在轮椅上。命运没有给他设计一个完美的剧本，他仍选择与命运握手言和。史铁生文学中的坚韧、豁达和顽强，在年轻人生命的平凡中激起共鸣。而且网友眼中的史铁生更为多元立体：“顶级文笔”“人间清醒”“直击心灵”“治愈内耗”。“#史铁生的顶级文笔”话题获得3.5亿次播放。

我们可以看到，这种跨平台的文学传播方式，将史铁生的文学世界展现得淋漓尽致。在短视频平台上，史铁生的文学作品可以幻化成一句歌词，一段旁白，一张电子书签，一段文案；可以在不同类型的视频和意境中抒发创作者的情感，展现读者对相同文字的不同理解，吸引着无数年轻的心灵去探寻、去感悟。余华感叹“铁生不在了”等作家们的友谊内容被网友频频二创，累计获1410万次点赞。“铁生不在了”，但他的作品却引领着越来越多的年轻人踏上品读文学之路。网友发布的3.8万个史铁生书籍摘抄，119万次分享和42万次评论，让我们感受到优秀作家跨越时空的深刻影响力。

史铁生“圈粉”00后，也给予传统作家积极融入互联网时代更多勇气。报告显示，现有12位茅盾文学奖作家，超300家出版行业入驻平台，作家@止庵 借由系列视频讲解世界文学大师和其作品，将埋在文字里的内容打捞出来；香港岭南大学教授@许子东 用短视频和直播讲众多名著经典，分享阅读感受，为网友带来线上文学公开课……这些知名作者、文化学者用视频和直播解读经典文学、剖析大师名家、分享深度思考，带领网友多元感受阅读的魅力，推动着阅读精品化、深度化发展。

这种全新的传播方式，为文学作品带来了新的传播机遇，让更多年轻人在刷视频时就有机会接触到文学大师的作品，从而产生浓厚的兴趣，去感受那些文字背后的情感与哲思。报告表明，2023年平台售出图书超4亿单，平均每天售出超200万本；80后、90后为购书主力军；00后购书数量增幅最大达75%；超60位名家走进直播间荐书，50余家出版社销量翻番。新媒体时代下，实现文学传承与激发年轻群体文化共鸣的新探索，将为中国文学的发展注入新的活力。

作者：晓辉

本版稿件未经授权严禁转载