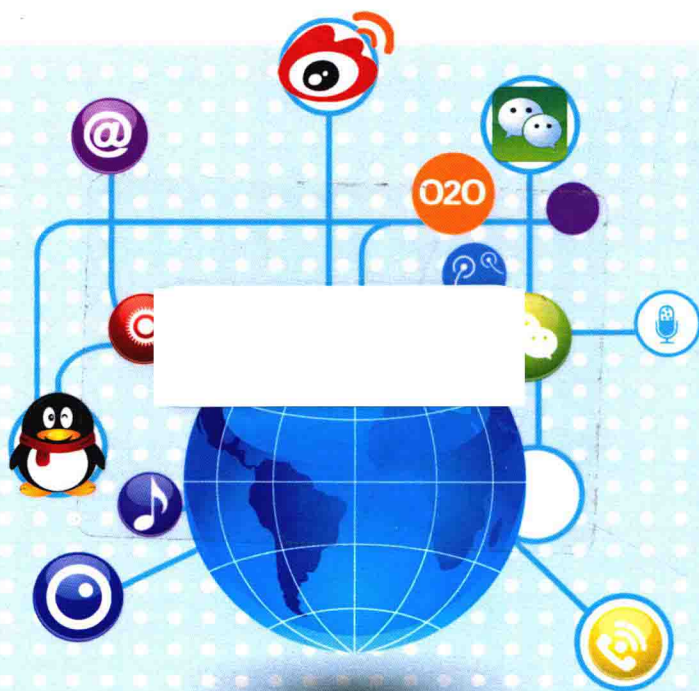


YIDONG SHEJIAO SHIDAI DE
DIANZI YUEDU

移动社交时代 的 电子阅读

王平◎著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

教育部人文社会科学研究青年基金项目资助
(项目批准号: 11YJC860045)

移动社交时代的电子阅读

王 平 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

移动社交时代的电子阅读/王平著. —北京:知识产权出版社, 2015.5

ISBN 978-7-5130-3191-2

I. ①移… II. ①王… III. ①电子图书—阅读—产业发展—研究 IV. ①G237.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第276524号

内容提要

本书回顾了阅读的变迁,分析了阅读的电子化趋势,探讨了阻碍电子阅读繁荣发展的不利因素,解读了各类调查数据,呈现了电子阅读产业的现状;研究了电子阅读产业的发展策略。本书可为传统出版产业开拓电子阅读市场提供借鉴,也可供出版传播等领域的师生、电子阅读研究人员、社会读者参考。

执行编辑:于晓菲 吕冬娟

责任出版:孙婷婷

责任编辑:唐学贵

移动社交时代的电子阅读

YIDONG SHEJIAO SHIDAI DE DIANZI YUEDU

王 平 著

出版发行:知识产权出版社有限责任公司 网 址: <http://www.ipph.cn>

电 话: 010-82004826

<http://www.laichushu.com>

社 址:北京市海淀区马甸南村1号

邮 编: 100088

责编电话: 010-82000860 转 8363

责编邮箱: yuxiaofei@cnipr.com

发行电话: 010-82000860 转 8101/8029

发行传真: 010-82000893/82003279

印 刷: 北京中献拓方科技发展有限公司

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 720mm×1000mm 1/16

印 张: 8

版 次: 2015年5月第1版

印 次: 2015年5月第1次印刷

字 数: 110千字

定 价: 32.00元

ISBN 978-7-5130-3191-2

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

前 言

一、传播环境在改变

我们正处在一个迅猛发展、不断变革的时代，我们生活的世界正在发生日新月异的变化。

千百年来，人们赖以生存的信息环境，到这个时代已经发生了难以想象的巨变。人们业已形成的阅读习惯，逐渐跟不上这个时代的节拍，有必要与时俱进；人们早期所接受的一些阅读观念，在这个时代被检验，并被证明已经过时，甚至被彻底颠覆。

在当今时代，人类获取信息的环境出现巨大的变化。随着互联网的问世与兴起、移动互联网的流行与普及，人们见证了自印刷机诞生 500 多年以来，人类获取信息所呈现出的前所未有的便捷和最大幅度的增长。

总体来看，我们身处的传播环境正在发生以下五个方面的重大改变。

1. 传播者之变：从以“传媒单位”为主导转向以“个人用户”为核心

大众传播时代，传播者是拥有信息传播特权和传播渠道资源的传媒单位，传媒工作者是一群受过专业教育与培养、受职业规范和传播制度约束的人员。传播者信息的发出，一般需要经过自选议题、采访、编辑、加工等流程，这些流程遵循严格的审核制度。传播单位是信息传播的发起者，更是主导者。在信息传播的过程中，传媒单位的意志和相关的制度规范，

决定了传播环境中的信息流。

在移动社交传播环境中，传播者从专业的传媒单位转变为没有受过专业培训、没有组织规范和专业审核的“个人”。他们通过电子媒介传播、接受、再传播信息，他们既不是传统意义上有专业素养的传播者，也不是传统意义上的信息接受者，传播者变为“个人用户”。传播者由专业转向非专业，由有限转向无限。在新媒体环境下，每一个用户都成为信息的传播者。

总而言之，传播者的角色正在发生改变，逐步从以“传媒单位”为主导转向以“个人用户”为核心。

2. 受众之变：受众从“被动接收”转向“主动传播”

在大众传播环境下，受众是被动接收信息、整齐划一的群体，受众的个性化需求往往被忽视。由于传播渠道和资源的有限性，信息也处于相对有限的范围内，受众的可选择范围极小，个性化需求不能得到最大程度的激发和满足。

在移动社交传播时代，受众变成“个人用户”。他们从原本传播环节的末端转移到中心位置。他们不仅可以通过电子媒介，按照自己的兴趣爱好选择需要的信息，而且可以针对信息发表意见和评论，并转发给自己的朋友圈，将自己感兴趣的信息扩散至更大的范围。

可见，受众的角色正在发生变化，从“被动接收”信息转向“主动传播”信息。

3. 传播方式之变：从“单向线性”的传播方式转向“电子互动”的方式

在大众传播环境下，传播过程呈现单向的线性方式——传播者将自己组织的内容通过传播渠道传递给受众，完成一个传播周期；传播渠道是相当有限的，比如，电视的频道资源、报刊的版面及发行渠道、书店等。在移动社交媒体环境下，传播过程是双向、互动的，传播渠道不再是特有

的、稀缺的媒介资源。手机、电脑等电子设备及移动网络运营商，为全民搭建了一个无所不及的传播网络。传播渠道在每个人之间彻底打通，不再是造成各种群体之间“信息鸿沟”的因素。

可见，传播方式正在发生变化，从“单向线性”的传播方式向“电子互动”的传播方式转变。

4. 传播内容之变：从“同质化”内容向“个性细分化”内容发展

互联网的崛起推动数字传播时代的到来，最直接的影响是带来了海量信息。个人用户可以依据自己的需求和喜好，在网络上选择自己需要的信息。可见，信息传播开启了真正的个性化传播时代。

事物的量变在积累到一定程度之后，就会引起质变。网络媒体的发达导致信息的海量传播，首先从数量上对受众产生影响，最终的影响是海量信息积累到一定程度后就出现“质变”。这种质变就是与大众传播时代截然不同的、信息的个性化传播趋势，即信息向细分化方向发展。这种质变避免信息内容出现同质化现象，使信息内容的价值得到突出和放大，使不同受众对信息的不同需求得到充分满足。

总之，在大众传播时代，信息的影响力很大程度上是由发布它的媒介和平台决定的，传播内容的同质化现象较为严重，而在个性化传播时代，不管基于何种介质，信息本身的价值成为备受关注的焦点，传播内容向细分化方向发展。也就是说，传播内容从“同质化”向“个性细分化”转变。

5. 传播效果之变：从依赖“渠道资源”转向依赖“朋友间”传播

在大众传播时代，传播效果在很大程度上取决于传播者的权威性、传播渠道或网络是否庞大等因素。反过来说，渠道资源是否具有优势，往往决定着信息传播的效果。比如，对于一则负面新闻，如果由地方性媒体来报道，只能引起当地民众的关注；然而，如果通过中央级媒体进行报道，则会引起全国的关注。

在移动社交时代，传统渠道资源的优势不再如以往般那么明显。移动互联网的传播网络无处不达，使得传播的地域性限制被打破，导致传统的渠道资源优势竞争力下降。与此同时，信息能否引起受众的关注，并自发地向其周围的“朋友圈”二次传播，以至于朋友再向他的朋友继续传播，成为决定信息传播效果的关键。

可见，在移动社交时代，信息能否在朋友间进行“n”次传播，成为决定信息影响力与传播效果的重要因素。可以说，传播效果正在从依赖“渠道资源”转向依赖“朋友间的接力传播”。

二、阅读在改变

1. 阅读的重要性

古往今来，不论长幼，不论尊卑，都无法否认阅读的重要性。高尔基说：“书籍是人类进步的阶梯。”那么，阅读就是人类向上攀爬的过程。只有阶梯而不去攀登，不足以到达理想的高点。莎士比亚曾说：“书籍是全世界的营养品。生活里没有书籍，就好像没有阳光；智慧里没有书籍，就好像鸟儿没有翅膀。”阅读是小到个人、大到民族生存和发展的精神支柱。

2. 阅读的现状

目前的阅读现状是，由于数字化信息获取的便捷性和海量性，以纸质为载体的传统阅读产品的读者越来越少，纸版的书籍、报纸、杂志面临困境。人们看新闻的兴趣超过读书的兴趣，看图、看视频的兴趣超过读文字的兴趣，浅阅读的兴趣超过深度阅读的兴趣。从这个角度来看，我们如今所处的数字化、碎片化的传播环境，对于个人精神营养的供给、正能量的补充、信仰和追求的坚守，远远不如传统阅读环境。

3. 阅读在改变

目前，阅读正在发生着巨大的改变，主要表现在以下几个方面。

1) 可阅读内容的海量增长

从21世纪初互联网在中国的流行开始，人们可获取的信息量就呈现指数级的增长。到2011年左右，移动互联网在中国各地的普及与应用，使能够获取的信息量再攀新高。在百度中随便输入一个关键词，有时可以搜索到多达1 000万条的信息。

新闻门户网站与手机每天推送的新闻，绝大部分还没有来得及看，就被新的信息覆盖。总之，可阅读的内容呈现海量增长。

2) 阅读方式的重大转变

目前，人类正处在数字化阅读时代。阅读的方式往往是随心、随意、短暂、跳跃式的。

延续了千百年的一间书房、一张桌子、一把椅子、一盏灯、一本书的封闭、固定、线性的传统阅读方式，如今正在发生重大转变，逐渐被随时随地的移动阅读、碎片化阅读所取代。

3) 阅读效果的明显变化

传统的阅读更多的是一个智慧积累、思想交流与碰撞、精神升华的过程，阅读本身更“走心”，是一种精神文化之旅。

然而，数字化阅读更倾向于“走眼”。吸引眼球的、新鲜的、好奇的内容，充斥在人们周围。人们目不暇接地浏览着各种“爆炸性”信息，被信息轰炸，被信息淹没。在数字化阅读中，浅尝辄止、难求甚解的现象比较突出，并且普遍存在。

可见，阅读方式的转变对阅读效果的影响主要表现在阅读的长度、阅读的深度等方面。

三、电子阅读，让人类阅读“进化”，还是“退化”？

1. 阅读领域的矛盾现象

矛盾现象普遍存在，阅读领域也不例外。在当前的阅读环境中，存在以下各种矛盾。

(1) “快”与“慢”成为一对矛盾。如何在“快餐化”的信息时代，加强对信息的“细嚼慢咽”？

(2) “浅”与“深”成为一对矛盾。如何在浅阅读、碎片化阅读的趋势下，回归对信息的深度思考和谨慎态度？

(3) “多元”与“统一”成为一对矛盾。如何在信息多元化的发展中，引导个体找到价值观的归属？

(4) “进化”与“退化”成为一对矛盾。正如前面的探讨，在电子化、图形化、快餐化的阅读时代，信息获取的便捷性让阅读变得唾手可得、易如反掌。由此，似乎可以得出结论：电子阅读使我们更加进化。然而，远远超出人们阅读承受能力的、洪流般的海量信息，使得读者对阅读的渴求降低、耐心减小、兴趣变淡。从这个层面看，电子阅读却又导致我们“退化”。

阅读领域的这些矛盾，是阅读发展过程中的自然现象，也是普遍存在的现象。人们在阅读的过程中，需要面对、思索、解决这些矛盾。也正是由于这些矛盾，才不断地激发着人们对阅读的持续、健康发展进行思考、探索。

2. 人类阅读究竟是“进化”了，还是“退化”了

关于电子阅读的影响，很多人表现出质疑与忧虑，他们认为，对人类阅读来讲，电子化带来的更多是“退化”。

袁跃兴曾在《中国教育报》上发表过这样一种有关“阅读退化”的观点：“有一位美国作家说过，‘印刷发明后，思想传播是这样方便，人们不

用麻烦和费心思，就可以得到有用的意见。从那时起，很少人高兴去用脑力，伤害自己的大脑。’我以为，这段话不幸言中了当今我们在阅读中存在的问题。追求阅读的轻松和消遣，是当前阅读者的一种阅读方式和阅读态度。而且，中国出版界正在迎合这样的阅读需求。这样就形成了一个循环：有读者喜欢阅读内容轻松、不沉重的读物，有出版者在迎合读者的这种阅读倾向。以至于轻松阅读、消遣阅读成为这个时代的阅读时尚。消费阅读的轻松化、时尚化，契合了快节奏生活中的部分读者的需求。但是，如果这种消费阅读成为阅读主导趋势，就形成了一种所谓的阅读品位——经典被漠视，思想在远离，理性在萎缩，灵魂变得苍白，剩下的只是感性，是快感、是娱乐，是消遣。这是否应该成为我们今天阅读的真实意义？据说时下已是‘读图时代’，因此那些成人绘本、卡通人物图书拥有很多读者。读图，自然是作用于我们的形象思维，而这个层次的阅读时的思维过程，更多的是停留在对事物的感性层面，不用思辨，很难达到充分认知的阶段。对阅读价值而言，这无疑是减少了思想的过程，更遑论阅读时的思想震撼和灵魂获得的洗礼了。”

袁先生的感慨道出了大家的心声，引发了许多人的共鸣。随着信息时代的到来，阅读进入电子化时代，电子阅读方式得到了广泛的应用。在新的阅读环境中，人类的阅读行为究竟是进化了，还是退化了？阅读对社会发展所起的推动作用究竟是变大了，还是变小了？仁者见仁、智者见智。总之，这是一个永恒的话题，也是读者群体关注的热点。

四、关于本书

本书首先回顾、总结了人类阅读活动的历史，然后对阅读活动的现状与影响做了深入的研究，研究的重点为电子阅读产业，包括产业链上下游所涵盖的内容生产、运营商合作模式、用户需求、阅读终端介质

等。在结尾，本书针对传统出版产业如何应对电子化阅读趋势做了相关的策略探讨。

在本书中，“电子阅读”指的是，通过电脑、手机、电子阅读器等电子设备，主动或被动地阅读有关社会/经济/娱乐/文化等方面的大众化信息；“电子阅读产业”指的是：以电脑、手机、电子阅读器等电子设备为终端，以互联网为主要传播渠道，以数字内容为阅读对象的产业。电子阅读产业链由电子阅读器生产商、阅读内容提供商、传播渠道运营商和受众市场等构成，涵盖电子阅读产品的生产、销售、消费等领域。

为了了解目前中国居民的电子阅读现状，本书重点对北京、上海、广州、重庆、武汉五大城市进行了抽样调查，总样本量为20 128份。

本书是教育部人文社会科学研究青年基金项目“移动互联网时代，我国电子阅读产业的现状与发展趋势研究”（项目编号：11YJC860045）的研究成果，得到国家教育部的资助，在此表示感谢！

本书借鉴了国内外关于网络媒体、社交媒体、阅读与电子阅读等方面的专著和一些专家学者的学术观点与研究成果，在此一并深表谢意！

目 录

第1章 阅读的变迁	1
1.1 起源阶段：阅读即“确认事实”	1
1.2 实物阶段：阅读是聆听另一个人的声音	4
1.3 纸张阶段：从个人诵读到公共朗读	8
1.4 印刷时代：从被动阅读到主动阅读，从精读到泛读	13
1.5 信息时代：从纸质阅读到电子阅读	17
1.6 人类阅读活动的演进对电子出版产业发展的启示	19
第2章 电子阅读现状	21
2.1 整体阅读率	22
2.2 阅读忠诚度	23
2.3 阅读的深度	25
2.4 电子阅读的媒介重合度	27
2.5 电子阅读的付费意愿	29
第3章 社交圈结构与电子阅读传播模式	31
3.1 我们的社交圈在不断发展	31
3.2 移动社交时代的社交圈结构	32
3.3 电子阅读传播模式	34
3.4 电子阅读与“低头族”	35

3.5 电子出版产业的特征	37
第4章 电子阅读用户结构	38
4.1 性别结构	38
4.2 年龄结构	39
4.3 学历结构	40
4.4 职业结构	41
4.5 收入结构	42
第5章 电子阅读区域差异	44
5.1 重点城市电子阅读现状	44
5.2 北京居民电子阅读特点	46
5.3 上海居民电子阅读特点	48
5.4 广州居民电子阅读特点	51
5.5 重庆居民电子阅读特点	53
5.6 武汉居民电子阅读特点	55
第6章 电子阅读用户细分	58
6.1 从代群的角度进行细分	58
6.2 “按部就班”的“60后”读者	60
6.3 “沉默包容”的“70后”读者	61
6.4 “求新求变”的“80后”读者	63
6.5 新用户与新需求	65
第7章 电子阅读需求细分	67
7.1 “媒介期待”与“媒介选择”的性别差异	68
7.2 “内容需求”的性别差异	69
7.3 “媒介期待”与“媒介选择”的代群差异	71

7.4 “内容需求”的代群差异	72
7.5 阅读终端的差异：安卓VS苹果	75
第8章 电子阅读市场乱象与困局	81
8.1 电子阅读器喧嚣后的低迷	81
8.2 原因：专业的不划算，划算的又不专业	83
8.3 探问“盈利模式”	85
8.4 内容为王	90
第9章 电子阅读产业发展策略	92
9.1 以“用户需求”为出发点和落脚点	92
9.2 大平台建设，聚拢人气和资源	94
9.3 把“甜头”留给用户，黏住用户	95
9.4 “便利+关联+全面”，让用户离不开你	97
9.5 大数据思维统领全局	98
第10章 总 结	106
10.1 电子阅读的前世今生	106
10.2 放眼未来	108
附录 数据来源	110
参考文献	112

第1章 阅读的变迁

从古至今，阅读在不同的历史阶段有着不同的形式和意义。最初，阅读只是一种简单的能力，即获取视觉信息并理解其相应含义；后来，阅读专指对书写在物体表面的连续性文本符号的理解；现在，阅读演变为从电子屏幕上获取信息的能力。

纵观古今中外，阅读一直在改变。如今的电子阅读，是阅读经历了不同阶段的发展和演进的结果。回顾阅读活动的变迁史，有助于人们更加宏观、全面地理解当今的电子阅读活动。

1.1 起源阶段：阅读即“确认事实”

在人类历史的起步阶段，人们意识到：口头的指示、协议、记账之类的事情，很容易被忘记、歪曲或引起争执，需要有一个特别的“证人”，准确无误地“回想”起以前的各种信息，以便在任何时候能确认事实、应答疑问、终止争议。在这样的背景下，诞生了人类最初的书写和阅读。

1.1.1 西方阅读史的起源阶段

西方最初的书写和阅读，是对简单编码的识别过程，即对标记和图示

进行解码的过程。

最初的阅读者看到的只是：刻有印痕的木棍或记录口述内容的符号，是口头东西的可视化。例如，原始部落阅读树皮或兽皮上的冗长且详细的图画信息，古印尼人阅读不同色彩的结绳文字，古波利尼亚人阅读结绳和刻痕。

起源时代的阅读，都涉及事先规定的代码，传达的是某种已知的意义，要么是一种行为或数值，要么是口头名称。此时的阅读之物，还不是以交际为目的，书写的标准化程度不够，再现人类言语、思想和其他事物的完整度也不够。

在阅读起源时代，从阅读人群方面来看，有理由学习阅读的人极少。唯有那些想要确认账目、核对标签、辨识标记的人，才学习阅读。他们适时学会了诵读各类账目明细、信件、法律文书、赞美歌和献词等。所有的阅读之物都表现为刻在自然之物上的“确认事实的口头文字”，如图1-1所示。

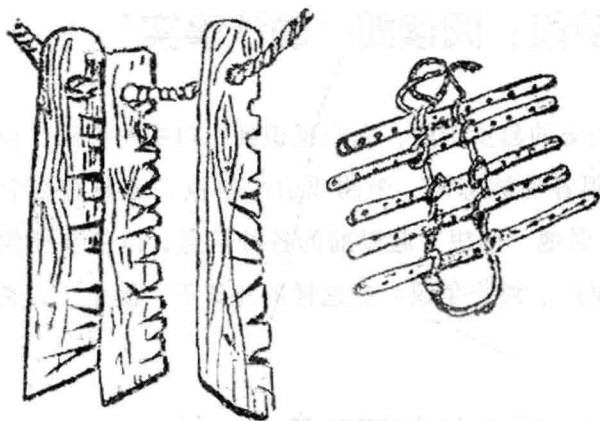


图1-1 古代木刻和结绳记事

1.1.2 中国阅读史的起源阶段

目前已知的、我国古代早期的阅读形式，始于殷商时代。阅读的目的除了“确认事实”之外，还有“占卜”之用。

据记载：在殷商时代，统治者们迷信鬼神，在行事之前，往往用龟甲、兽骨占卜吉凶，并在甲骨上刻记所占事项、事后应验的卜辞，或有关记事，所用的文字称为“甲骨文”，如图1-2所示。

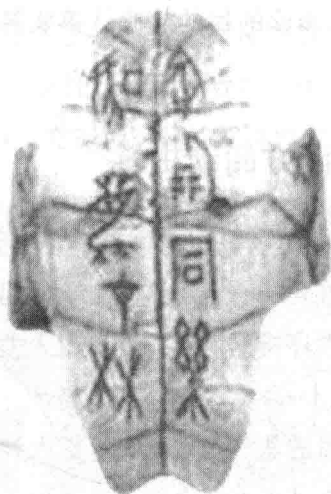


图1-2 甲骨文

由此可见，早在公元前1600—1046年，中国就已经出现古老的阅读形式：阅读之物为龟甲、兽骨，阅读的目的是预测未来、记录信息，但阅读人群仅限于王室贵族等少数群体。总之，在我国阅读史的起源阶段，阅读活动同样具有局限性。