

吴瑶

著

媒介环境学视域下的 数字阅读研究

中国社会科学出版社



媒介环境学视域下的 数字阅读研究

吴瑶

著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介环境学视域下的数字阅读研究/吴瑶著. —北京:
中国社会科学出版社, 2019. 2

ISBN 978 - 7 - 5203 - 4011 - 3

I. ①媒… II. ①吴… III. ①电子图书—阅读—
调查研究 IV. ①G255. 75

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 021987 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 陈璐暘
责任校对 李 剑
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2019 年 2 月第 1 版
印 次 2019 年 2 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 17.5
插 页 2
字 数 225 千字
定 价 69.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

本书受教育部人文社会科学研究项目“移动互联网时代下的数字阅读研究”（项目编号：16YJC860021）、湖北省社科基金项目“互联网+下的数字阅读现状及推广研究”（项目编号：2016167）和湖北大学湖北文化与传播实践调研团队共同资助。

目 录

导 言	1
第一章 数字阅读的现实图景及其引发的争论	6
第一节 数字阅读的时代背景	6
第二节 数字阅读的现实图景	15
第三节 数字阅读引发的争论	52
第二章 媒介环境学——数字阅读的媒介研究路径	60
第一节 媒介环境学的基本理念	61
第二节 媒介环境学的技术哲学解读	72
第三节 数字阅读的媒介环境学研究路径	86
第三章 数字阅读媒介的静态特征与偏向性	91
第一节 数字阅读媒介的静态特征	91
第二节 数字阅读媒介的偏向性	101

第四章 数字阅读媒介的动态演化与人性化趋势	112
第一节 阅读媒介的动态演化	112
第二节 数字阅读媒介的人性化进化	132
第五章 数字阅读的媒介环境影响——认知的变革	145
第一节 阅读中的认知：不同符号形态下的思维方式	146
第二节 数字阅读中认知的结构性变革	154
第三节 对数字阅读中认知碎片化与娱乐化的思考	171
第六章 数字阅读的媒介环境影响——身份认同的建构	179
第一节 身份认同的建构性与大众传播媒介的影响	180
第二节 传统阅读中身份认同的构建	190
第三节 数字阅读中身份认同的建构	195
第四节 对数字阅读中身份认同研究争论的思考	213
第七章 数字阅读的媒介环境影响——权威的解构与重塑	218
第一节 传播媒介与权威的产生	219
第二节 传统阅读对权威的建构	223
第三节 数字阅读对权威的解构与重塑	231
第四节 对数字阅读中权威式微的思考	250
结语 “异质互补”构建数字阅读良性生态	252
第一节 阅读媒介与阅读主体：数字阅读生态的双向建构	253
第二节 纸质阅读与数字阅读：媒介生态位的异质互补	255
参考文献	259

导 言

“阅读能使人常思常新。读书不仅事关个人修为，国民的整体阅读水准，也会持久影响到整个社会的道德水平。”^① 阅读，这一人类特有的文化行为，对人类文明历史的发展具有不可磨灭的影响。自诞生之日起，阅读就以各种形式的符号传承着人类的历史文化，让知识得到接力，使文化薪火相传。每一代文明，都因为阅读，而能够在前一代文明的基础上，突破个体生命长短的限制，得到继承和发扬。

从龟甲竹片上的凿磨雕刻，到石壁、泥板上的描摹临拓，再到油墨在纸张上的浓墨重彩，每一次传播媒介的发展都带来了人类历史的巨大进步，可以说，人类文明的发展史实质是一部阅读媒介的进化史。

阅读的价值，是将人类思想文明的结晶印记于符码之中，历经时空的侵蚀，不断地传承与发展。“据专家测量，一个人才的知识建构，从直接经验中获得的不足 20%，而通过阅读得到的间接经验在 80% 以上。阅读在获取和扩展人类知识上的作用，是阅读价值的根本所在”^②。然而，近年来，古老的阅读似乎走入了困境，世界范围内弥漫着“阅读危

① 马俊卿：《李克强复信三联书店：不打烊书店应成城市精神地标》，http://news.xinhuanet.com/photo/2014-04/23/c_126422506.htm。

② 曾祥芹、韩雪屏：《阅读学原理》，大象出版社 1992 年版，第 299 页。

机”的恐慌。

“阅读危机”这一概念首次出现于2004年美国国家艺术捐赠基金会NEA (National Endowment for the Arts) 发布的一份题为《阅读处于危机中》(Reading at Risk, 2004) 的调查报告中。该机构调查了近两万个样本的阅读数据,与1982年及1992年的相关数据进行比对,得出结论:美国人书籍及文学作品的阅读量正在逐年下降,这种下降趋势在青少年中尤为明显。^①其他国家如英国、加拿大、日本和新加坡等也在同时期做了类似的阅读调查,其结果也是不尽如人意,阅读率呈普遍下降趋势。^②这些调查结果引发了一场全球性的“阅读危机论”。在中国,根据第十一次全国国民阅读调查结果显示,中国国民人均年阅读纸质图书4.77本,虽然相较于前两年已有所增长,但是这一数据仍然不理想,“比韩国的11本、法国的20本、日本的40本、犹太人的64本少得多”^③。

阅读如此重要,而国民阅读的情况却令人担忧。针对此情况,政府有关部门已开始加强提倡“全民阅读”。2013年全国两会期间,115位政协委员联名签署并提交的《关于制定实施国家全民阅读战略的提案》,明确提出了“由全国人大制定《全民阅读法》、国务院制定《全民阅读条例》”的建议。2015年3月1日,全国首部关于全民阅读的地方政府规章——《湖北省全民阅读促进办法》正式实施。2015年3月5日,第十二届全国人民代表大会上,国务院总理李克强向大会做政府工作报告时指出,“要让人民群众享有更多文化发展成果,倡导全民阅读,建设书香社会”^④。这

① National Endowment for the Arts, *Reading at Risk: A Survey of Literary Reading in America*, 2004.

② 参见黄丹俞《阅读的未来:西方阅读新理念》,《图书与情报》2010年第2期。

③ 新华网:《国民人均年阅读纸质图书4.77本》, http://news.xinhuanet.com/newmedia/2014-04/22/c_126419635.htm。

④ 中国新闻出版网:《政府工作报告提出倡导全民阅读、建设书香社会》, http://www.chinaxwcb.com/2015-03/06/content_312608.htm。

是继 2014 年政府工作报告中提出“倡导全民阅读”后，第二次将“全民阅读”写入政府工作报告，并在报告中首次提出建设“书香社会”。

阅读的重要性已得到公认，社会机构、政府部门也在努力营造阅读氛围。但究竟如何使阅读进入寻常百姓家，使之普及化、流行化，这是一项需要长期推进的工作。

与此同时，在美国，数字阅读的读者在显著增多，数字阅读已然成为阅读的重要组成部分之一。2014 年美国皮尤研究中心的最新调查显示，在 18 岁以上的受访者中，有 28% 的人表示在过去一年中曾阅读过电子书，与 2012 年相比上升 5%。其中有 4% 的读者表示自己只阅读电子书。^① 2008 年美国国家艺术捐赠基金会在时隔 4 年后又进行了一次全国性的阅读调查，将数字阅读也囊括进阅读之中，问卷不对阅读的载体做任何限制，其有关“书本阅读”的问题上，也不区分印刷或在线文本，任何形式的“书”都算数。^②

随着新媒体的快速发展，线上与线下结合的新阅读正在形成。网络阅读、手机阅读等数字阅读方式逐渐深入人心，阅读行为不再受时空限制，变得更为便捷。在推动全民阅读的过程中，我们应利用新媒体的优势，关注和顺应这样一种新的阅读现象。数字阅读或许能成为阅读普及化、流行化的重要助推器。

回顾以往，人们获取知识的重要渠道是纸质读物。而在不知不觉间，报纸、杂志、书本似乎离我们越来越远，手机、电脑、网络正融入我们日常生活之中。新的传播媒介提供了更多样的信息传播方式，在此过程中，

① Gary Price. Pew Internet Releases New Report: “E - Reading Rises as Device Ownership Jumps”, <http://www.infodocket.com/2014/01/16/pew-internet-releases-new-report-e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>.

② National Endowment for the Arts, *Reading on the Rise: A New Chapter in American Literacy*, 2009.

阅读也在被悄然改变。随着人们生活节奏的加快,阅读时间越来越碎片化,阅读内容也逐渐多元化、微型化、娱乐化。尤其是随着手机、Pad等移动式和便携式媒体的出现,阅读进入了一个截然不同的时代:纸质书本被电脑、手机、数字阅读器等取代;四大名著、史书传记被穿越小说、玄幻武侠所取代;图书馆、书房内的静坐默读也变成了公车站、地铁口的随走随读。

正如铁路所带来的变革并非只是它所运送的旅客或商品,而是一种世界观、一种新的社会结合状态,建立在数字技术基础上的数字阅读所改变的并不仅仅是阅读的内容和方式,而是切入我们的生活,潜移默化地改变了我们自身。

数字阅读正改变着长久以来由传统阅读所形成的信息认知方式与认知习惯。一方面,数字阅读提供了更多的符号呈现,知识、信息可以以任何形式,从人类个体的头脑中“外化”并“编码”成符号,然后“物化”为载体形式,跨越时空,通过“阅读”过程传递到读者的大脑,使得阅读无时不有、无处不在;另一方面,人们在数字阅读中往往热衷于接收动态影像与画面符号,而忽视静止、抽象的文字符号,倾向于接收浅层、碎片式信息,最终难以形成完整、系统的前后语境并发展出深层思考框架。

数字阅读正改变着传统阅读中意义共享的途径,进而改变着文化身份认同。一方面,数字阅读打破了以传统出版与纸质阅读为基础的信息垄断,意义的共享和传承不再以书本为界限而拘泥于点对点的传受双方,各种既有的意义共同体不断被分解和区隔,传统阅读意义共享所形成的认同被解构;另一方面,数字阅读提供了更为广泛的、共通的意义空间,读者在更多的意义空间中以阅读兴趣、内容为中心,以信息的共通、共享为连接点,聚集成“圈子”式的文化部落体,从而建构新的文化身份认同。

数字阅读正改变着传统阅读中传受双方的角色设定,进而改变着阅读

中的权威等级关系。一方面，在数字出版与数字阅读的辅助下，人人是读者的同时，人人也可以当作者。创作与书本不再是少数精英所独有的，网络博主、媒体作家都能与读者在虚拟的空间世界零距离接触，读者在感受书写乐趣的同时，也不再对文字、书本盲目崇拜与迷信。另一方面，新阅读文化的繁荣，使人们都沉于写作并在分享的海量信息之中无所适从，令人常常会感到经典阅读凋零的危机，阅读在丧失了文字的神秘感与权威性时，在利益的驱动下，越来越倾向于一种浅层的、娱乐性的消费主义文化。

这种建立于数字技术基础上，有消费主义文化特性烙印的阅读让人不禁心生忧思：阅读的重要性毋庸置疑，但在数字时代，重返人人捧着纸质书本细细品味的愿景已不切实际。那么，数字阅读是否是阅读在当下发展的必然趋势？数字阅读的合理性到底如何体现？它将给传统阅读带来哪些变革，究竟是化解阅读危机的新机遇，还是加剧阅读消亡的最后一根稻草？究竟是娱乐文化在阅读领域的成功占领，还是古老的阅读在新媒介环境下的发展与出路？这些问题都值得认真思考，而媒介环境学的视角给我们提供了一个很好的观察点与探究路径。

第一章 数字阅读的现实图景及其引发的争论

古往今来，谁都无法否认阅读的重要性。对于抚摸着龟甲竹片上刀雕笔纹的古代史吏来说，阅读是探索历史与自然的解密之钥；对于凿壁偷光、囊萤映雪的莘莘学子来说，阅读是通往人生成功的必由之路；对于身处偏远深山却心怀志向，期望以知识改变命运的孩童来说，阅读是“投射幽暗深井里的一缕光”^①；对于大多数人来说，阅读是与生活息息相关、不可或缺的信息之语。

随着阅读媒介技术的不断发展，阅读已然以各种新形势、新样态渗入我们的日常生活之中，目光流转于书本之上、屏幕之间，伴随着指尖的点击，阅读已无处不在，无时不有。

第一节 数字阅读的时代背景

自古以来，阅读往往与文字、纸张相伴相生。历史文明发展的进程证明，文字与纸张流通顺畅，书籍的普及与知识、信息传播便捷，文明发展

^① [新西兰] 史蒂文·罗杰·费希尔：《阅读的历史》，李瑞林译，商务印书馆 2009 年版，第 3 页。

与经济繁荣便会紧随其后。从古埃及的莎草纸书本，到中国的活字与纸张的完美结合，书籍被从特权阶层中解放出来，从而惠及大众。《大众报》《便士报》的普及又进一步将文字阅读从高高的神坛上拉下，文字阅读不再是精英阶层的专享。时至今日，阅读已进一步打破了文字与书本载体对其限制，图像、视频、语言等各种符号元素与文字比肩均被纳入阅读对象之列。而传统纸张阅读所承载的私人物有、个体式默读转变成屏幕前电子信息的无障碍流通、共享与转发。随着新媒体时代的到来，阅读正在发生革命性的巨变。

一 媒介基础：新媒体的迅速崛起

随着信息技术突飞猛进的发展，大众传播媒介的变革也一日千里。书籍、报纸的纸墨之香还在指尖萦绕之时，网络媒体、移动数字媒体等新媒体概念与种类也已如井喷。美国传播学者保罗·莱文森在《新新媒介》一书中将现有媒介大体分为三大类：旧媒介（old media）、新媒介（new media）和新新媒介（new new media）。

在保罗·莱文森的分类中，旧媒介是指互联网诞生之前的一切媒介，“它们是空间和时间定为不变的媒介，比如书籍、报刊、广播、电视、电话、电影等”，旧媒介处处凸显了自上而下的控制、专业媒体机构的生产。新媒介是指自20世纪90年代中期起互联网上的第一代媒介，其媒介内容一旦上传到互联网上，人们可以自由使用、欣赏，而不是按照媒介确定的时间表去使用，电子邮件、网上书店、报刊的电子网络版、网络电子公告与聊天室等均被划分为新媒介之列。而在莱文森的媒介分类中，新新媒介是指互联网上的第二代媒介，始自20世纪末，兴盛于21世纪，其网络的消费使用者即为其内容生产者，内容生产大多为非专业人士进行。个人用户能够自由选择适合自己个性需求的内容、信息并

自由表达和传播。在媒介内容的制作与传播中,没有自上而下的控制与把关。^①

对照莱文森对媒介的分类,阅读媒介在现今处于三类媒介共存共生的阶段。

在旧媒体领域,传统出版印刷行业应对市场需求,走出了专业阅读、精英阅读与大众化阅读分层发展的应对之路,畅销书的盛行与经典文本的兴盛不衰并行不悖。

在新媒体领域,20世纪末,在历经千年的纸质书籍之后,伴随着网络技术的发展,阅读媒介也在第一代互联网的冲击与革新中迎来新媒体时代的电子阅读。1987年10月,Michael Joyce使用Story space软件编写的世界上第一本超文本格式的电子书《下午》(Afternoon)出版,并在ACM会议上通过5寸的软盘发行。1998年10月Nuvo Media推出第一款手持电子阅读器——火箭(The Rocket)阅读器。从此之后,人们不仅可以在计算机上阅读,还可以将内容通过计算机下载到便携的阅读器中。2007年11月,全球最大网络书城亚马逊(Amazon)推出电子书阅读器Kindle。时至今日,Kindle阅读器与平板电脑的多功能、彩色显示屏等诸多电子产品的发展潮流大相径庭,在6英寸的黑白屏幕间坚守最纯粹的阅读。电子阅读被誉为数字阅读的初始阶段,其阅读媒介主要依托个人计算机与电子阅读器,阅读内容多被统称为电子书。2011年中国电子书产业峰会上,百道新出版研究院首席顾问程三国认为,电子书市场可划分为三种基本类型:电子书1.0是传统纸质图书的数字化,典型代表是亚马逊模式;电子书2.0是指在网络发行的原生电子书,其典型代表是盛大文学;电子书3.0是包括互动与游戏在内的增强型电子书,主要以

① 参见[美]保罗·莱文森《新新媒介》,何道宽译,复旦大学出版社2011年版,第3—4页。



苹果公司为终端平台的阅读应用。^① 在美国技术与标准学会召开的全国电子图书研讨会上，有专家预言：到2018年，90%的印刷图书将推出电子版本。^②

而在新新媒介领域，随着个人通信技术与社交媒体应用的结合，数字阅读的阵营之中又开辟出了与传统纸质阅读、新生电子阅读截然不同的一块领域——社交型阅读。社交网络的兴起改变了人们获取内容的渠道，在社交网络中推荐阅读，在阅读中促进社交。通过社交网络，或是来自熟人朋友圈，或是来自网络论坛的意见领袖，普通读者用户就能获取真人的个性化推荐阅读。除此之外，社交型阅读具有“笔记”功能，用户可将阅读某篇文章或某本书籍时的所感所思付诸文字并上传分享到社交媒体上，在加深阅读深度的同时，也从而赋予用户“书写”内容、成为生产者的权力。这种群体共读共享、共同生产内容的模式，与传统阅读的自吟自诵有着天壤之别，这进一步加强了以新媒介和新新媒介联合发展的数字阅读的普及与应用，将一度渐行渐远的“阅读”又给拉回到普通民众的生活之中。微信阅读、拇指阅读、ZAKER、豆瓣阅读等一大批社交型阅读应用也迅速崛起并粗具规模。仅仅数年，国内首个做移动无线阅读的91无线熊猫看书，已经有超过2亿的注册用户，每天点击量超过10亿次。对近千名大学生进行的阅读调查结果显示，近九成（89%）大学生表示每天都有阅读、浏览信息的习惯，但阅览内容并不是传统书籍，更多的是微信、微博、人人网等社交媒体上朋友分享的文章或好友状态。^③

① 参见网易科技讯《百道新出版研究院程三国：电子书的三个世界》，<http://tech.163.com/11/0109/19/6PVSOFJ300094JDJ.html>。

② 参见田园《电子书：想说爱你不容易——出版界数字出版观察之一》，《图书馆报》2014年5月16日第4版。

③ 参见李杨《社交媒体成主要阅读方式，最爱青春励志正能量》，《新快报》2014年10月20日第5版。

二 社会需求：信息爆炸与注意力经济

在信息匮乏的年代，信息作为稀缺资源被严密控制其传播范围与传播流向。在封建社会，统治阶级将信息牢牢把控于手中，统一民众思想，使其“知其然不知其所以然”，信息在此时是特权的象征；在工业革命时期，信息是社会经济的增长点与财富的聚集点，投资者不惜重金购买独家新闻，为其投资盈利占领先机，信息在此时是金钱的象征；而在历史的步伐迈入20世纪90年代后，信息量以几何倍数增长，互联网的出现进一步加快了信息传播的速度与容量。

2011年4月7日，在“存储网络世界”（Storage Networking World）年会上，美国加利福尼亚大学的研究人员给了我们一个数字：世界范围内服务器年处理 9.570×10^{21} 字节，也就是9.57泽字节。如果将地球的数据年处理量转换成书本格式，那么这些书本摞起来的厚度则高达90亿千米，这高度是地球与海王星距离的20倍。研究团队还指出，到2024年，如果将全世界服务器处理的年数据量转换成书本，叠起来的厚度可以直达距离太阳系最近的恒星半人马座阿尔法星，其距离长达4.37光年，是2008年总量的4500多倍。^①

网络上涵盖万千、无所不包、即时即刻的海量信息使得信息不再是少数特权阶层所能把控与占有的稀缺资源，信息已成为大众触手可及、廉价快捷的便利品。海量的信息将人们围困，从信息匮乏到信息爆炸再到信息泛滥，瞬时的剧变让人们不知所措。在这个世界，信息不再是稀缺物，很难再成为垄断资源。比如，有了导航软件，高速公路出口的“带路党”已濒临消失；有了搜索引擎，百科全书的销量一落千丈；有了网络新闻应

^① 参见果壳网《全球信息大爆炸》，<http://www.guokr.com/article/20331/>。



用，守着电视时刻表坐等新闻节目的时代一去不返。手机中不断弹出的新闻推送，网站实时更新的个性化信息推荐，在这个信息极大丰富的时代的，人们竭尽全力抓住身边每时每刻的新近信息，在看到精彩内容后“先转再看”“果断保存”，更多的时候却是在信息海洋中快速“冲浪”以至于保存后基本上不会再看。在信息泛滥与海量信息的围困中，人们成为“信息饥渴症”患者。

信息总量的极大增长让信息从稀缺资源转变为富余资源。1997年，美国学者迈克尔·戈德海伯（Michael H. Goldhaber）发表了一篇题为《注意力购买者》的文章。他指出，互联网时代，信息非但不是稀缺资源，相反是过剩的。而相对于过剩的信息，只有一种资源是稀缺的，那就是人们的注意力。著名的诺贝尔奖获得者赫伯特·西蒙在对当今经济发展趋势进行预测时指出：“随着信息的发展，有价值的不是信息，而是注意力。”^①

随着网络承载量的不断增强，人类有限的精力和时间与无所不包、瞬息万变的信息流之间的矛盾日益显著，如若像传统媒体时期那样成为无所不知的万能全才也变得越发不现实，一杯茶，一张报纸，坐知天下的时代一去不返。当每天面对不断刷屏的新闻信息、堆积如山的电子邮件、纷繁复杂的行业资讯，单靠人力已无法承担从海量信息中检索、收集、分类与排序的任务，而真正与己有关、含金量高的信息最终只能是被淹没在信息的汪洋之中。在数字媒体时代，我们需要将有限的注意力资源集中于有价值、含金量高的信息之中，需要能将我们从信息泛滥的困境中解救出来的信息过滤装置。依托于计算机网络搜索技术与日益先进的“大数据”技术，将信息分门别类，并按

^① 百度百科：“注意力经济”，<http://baike.baidu.com/view/128883.htm>。