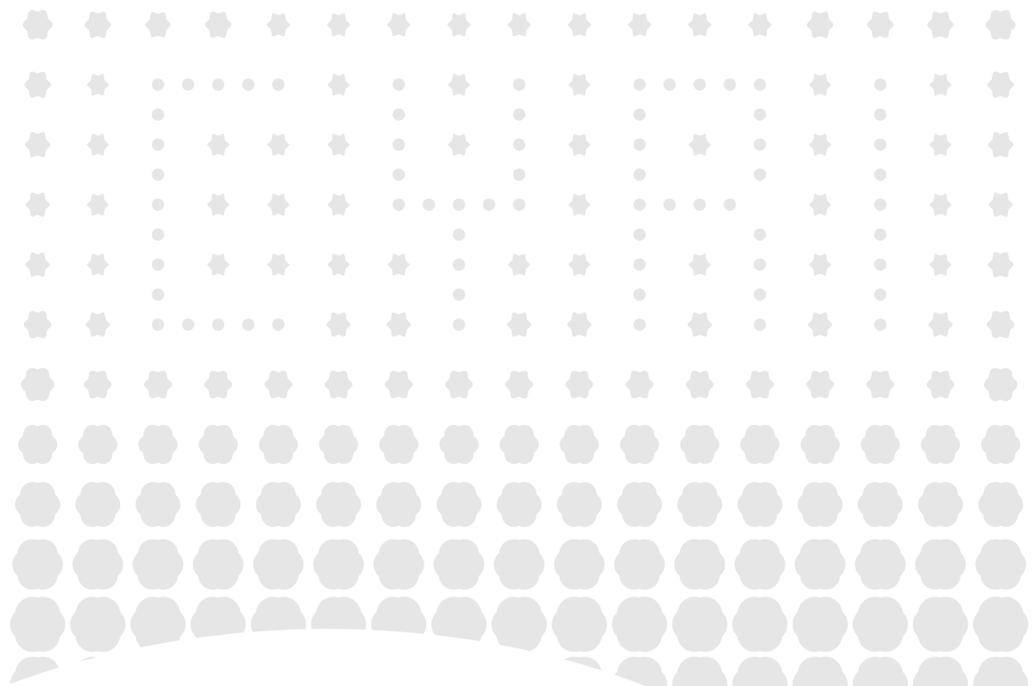


2018.02

中国青年阅读指数报告

CHINA YOUTH  
READING INDEX REPORT



回 归 内 容 本 源

Returning to content source. Mastering reading trends.

把 握 阅 读 趋 势

# 1 指数报告

- \* 2018年2月中国青年阅读指数报告 ..... 01  
文 \_ 陈沁 庄庸

# 2 解读报告

- \* 新时代：强国一代崛起 中国青年阅读迈向高层次 ..... 12  
文 \_ 皮钧 庄庸

# 3 专题解读

- \* 爆款游戏背后的文化心理动因——以《旅行青蛙》为例 ..... 18  
文 \_ 陈静
- \* 受众心理变革：人工智能于未来的可能性 ..... 22  
文 \_ 宋泽宇

# 1

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

指  
数  
报  
告

# 2018年2月中国青年阅读指数报告

\*

文 —— 陈沁 庄庸

从中国青年阅读需求指数和中国青年阅读供给指数的变化中，我们能观察到如下内容：

## 一 | 青年阅读的偏好变化

从阅读需求的角度，需求指数排名前三的阅读域是哲学及社会科学阅读域（需求指数 56.33）、文学阅读域（需求指数 16.68）和教育阅读域（需求指数 7.77）。通过对比分析中国青年阅读指数最新两月的数据发现，哲学及社会科学阅读域持续受到青年读者的青睐，需求指数从 2017 年 12 月的 53.43 上升至 2018 年 1 月的 56.33，上升 2.90。从近 10 个月的指数走势来看，哲学及社会科学阅读域需求量呈现缓慢上升的趋势。文学阅读域需求指数从 2017 年 12 月的 13.22 上升至 16.68，上升 3.46。教育阅读域需求指数较为稳定，本月（指 2018 年 1 月，下同）指数环比下降 0.11。本期值得关注的是历史阅读域，需求指数从 2017 年 12 月的 12.92 下降至 2018 年 1 月的 3.71，下降 9.21，是下降幅度最大的阅读域。语言学阅读域、医学阅读域、艺术阅读域和法学阅读域需求较稳定，两月指数变化不大。详见下图。

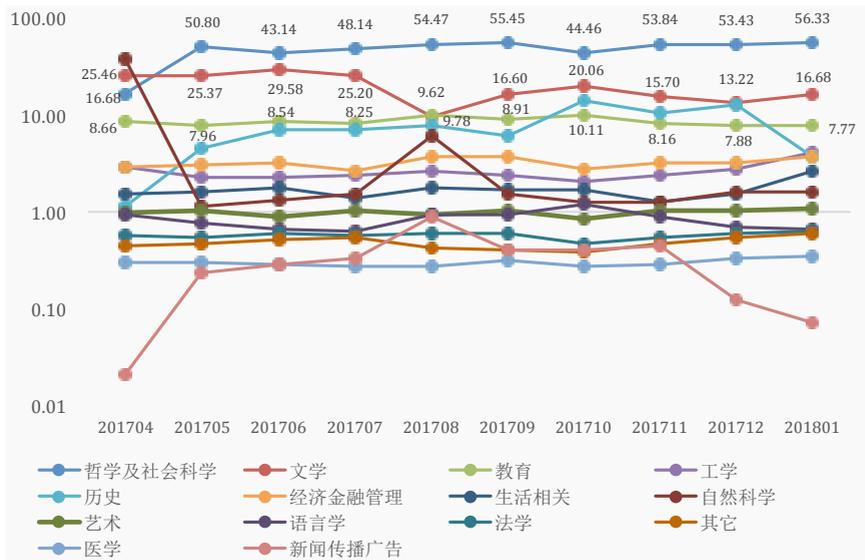


图 1 ..... 中国青年阅读需求指数

接下来针对哲学及社会科学阅读域和文学阅读域这两个主要的阅读领域展开详细分析。

将哲学及社会科学阅读域细分为 7 个二级阅读域，通过观察近 10 个月这些细分阅读域的指数走势发现，哲学及社会科学阅读域需求上升的主要原因为心理学阅读域、哲学阅读域和政治学阅读域需求呈现稳步上升。对比分析近两个月的数据，2018 年 1 月心理学阅读域需求指数为 53.15，环比上升 2.73。此外，本月哲学阅读域需求指数环比上升 0.19。政治阅读域需求指数在过去 10 个月里已经上升了 6.60，本月指数达到 10.19。宗教阅读域需求指数下降 1.06，国学阅读域需求指数下降 0.73。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

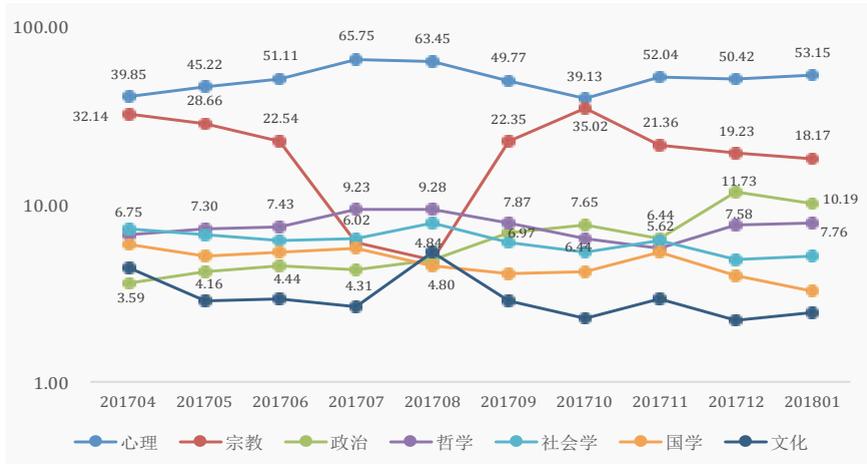


图 2 ..... 哲学及社会科学阅读域需求指数

将文学阅读域细分为 8 个二级阅读域，通过观察近 10 个月这些细分领域的指数走势发现，小说阅读域有下降的趋势，而漫画绘本阅读域有上升的趋势。小说阅读域需求指数在过去的 10 个月里下降 14.57，而漫画绘本阅读域需求指数在过去 10 个月里上升 7.37。通过近两月数据分析，本月经典阅读域需求指数上升 1.63，纪实文学阅读域需求指数上升 0.28。本月诗歌阅读域需求指数下降 0.99，文学理论阅读域需求指数下降 0.13。戏剧电影阅读域需求相对稳定，指数变化不大。文学阅读域需求指数详见下图。

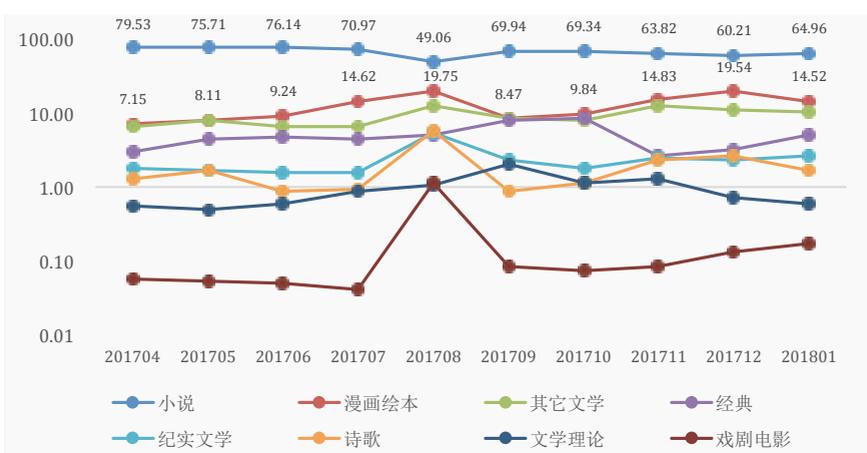


图 3 ..... 文学阅读域需求指数

## 二 | 文化机构供给的阅读内容变化

从供给的角度，文学阅读域的供给量仍是最多的，远远超过了其他阅读域的供给量。文学阅读域供给指数从上月的 56.01 变化为本月的 55.25，下降 0.76，供给量较为稳定。再来观察哲学及社会科学阅读域发现，该领域从 2017 年 4 月 ~ 9 月供给在减少，而最近四个月供给指数稳定上升在 20 左右，说明随着哲学及社会科学需求的增加，供给量也在逐步增大。通过对比分析中国青年阅读指数近两月的数据发现，哲学及社会科学供给指数从 2017 年 12 月的 17.81 上升至本月的 19.01，环比上升 1.20。此外，生活相关阅读域的供给指数也环比上升 0.70。工学阅读域供给指数环比下降 0.56，经济金融管理阅读域环比下降 0.50。教育阅读域和自然科学阅读域供给量较稳定，两月指数变化不大。中国青年阅读供给指数详见下图。

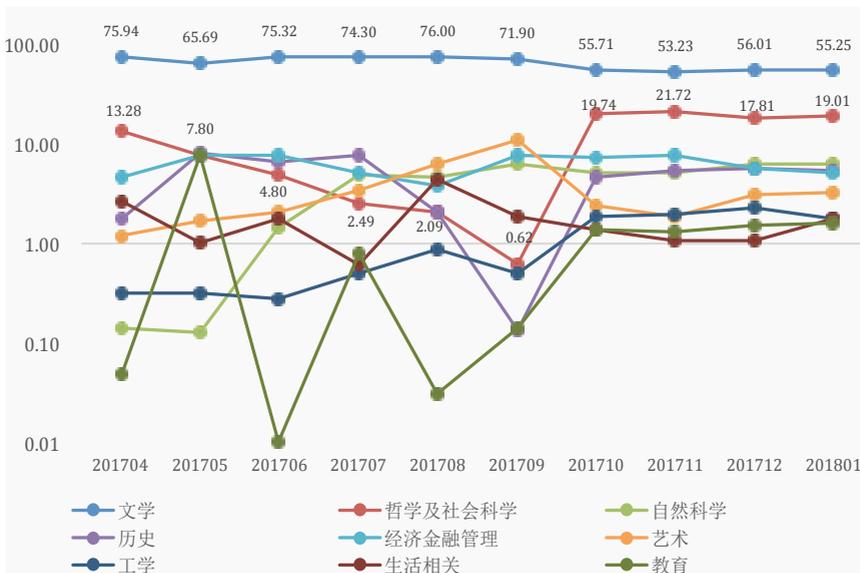


图 4 ..... 中国青年阅读供给指数

接下来对供给量最多的文学、哲学及社会科学阅读域进行供给侧详细分析。

与需求对应，小说是文学阅读域中供给量最大的。通过对文学阅读域供

给分析，小说阅读域供给指数从上月的 65.62 下降至本月的 64.90，环比下降 0.72。漫画绘本供给指数从上月的 4.50 上升至本月的 5.09，环比上升 0.59。此外，纪实文学阅读域供给指数环比上升 1.22，经典文学阅读域供给指数上升 0.15，其它文学阅读域供给指数下降 1.24。文学阅读域供给指数详见下图。



图 5 ..... 文学阅读域供给指数

与需求对应，心理学是哲学及社会科学阅读域中供给量最大的。通过对哲学及社会科学阅读域供给分析，心理学阅读域供给指数从 2017 年 10 月的 34.41 上升至本月的 46.64，近四月就已经上升 12.23。通过分析最近两月数据，哲学阅读域供给指数从 2017 年 12 月的 18.78 上升至本月的 23.79，环比上升 5.01，上升幅度最大。文化阅读域供给指数环比下降 3.02。社会学阅读域和宗教阅读域的供给指数变化不大。哲学及社会科学阅读域供给指数详见下图。



图 6 ..... 哲学及社会科学阅读域供给指数

### 三 | 需求变化与供给变化的关系

通过比较中国青年阅读需求指数和中国青年阅读供给指数最近两月的数据，可以将阅读域的供需变化态势划分到四类区间。第一类区间为需求量和供给量同向增加，属于该区间的阅读域有利于市场热度升温，主要包括哲学及社会科学阅读域、生活相关阅读域和艺术阅读域。第二类区间为需求量和供给量同向减少，属于该区间的阅读域意味市场热度可能在下降，主要包括历史阅读域和自然科学阅读域。第三类区间为需求量在减少而供给量却在增加的阅读域，主要包括教育阅读域。第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少的阅读域，主要包括文学阅读域、工学阅读域以及经济金融管理阅读域。此外，新闻传播广告、语言学、医学及法学阅读域需求及供给变化不大，相对稳定。详见下图。

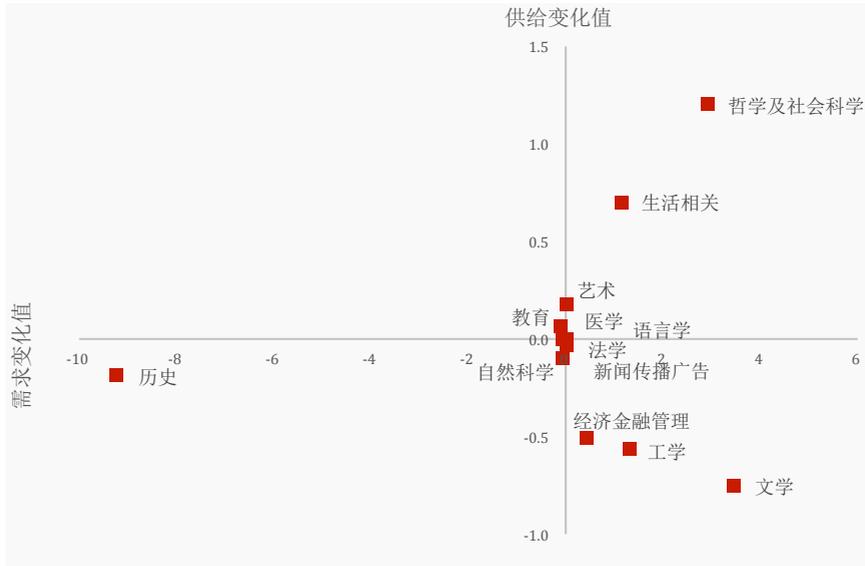


图7 ..... 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

#### 四 | 阅读域市场映射指数

通过对中国青年阅读域销售状况分析发现，文学阅读域是最畅销的，市场映射指数由2017年12月的77.26下降至本月的73.42，下降3.84。此外，市场映射指数下降的阅读域还有教育（下降0.45）和自然科学（下降0.39）。市场映射指数上升较快的阅读域有哲学及社会科学（上升2.40）、历史（上升1.49）、经济金融管理（上升0.33）和生活相关（上升0.31）。其他阅读域指数相对稳定。中国青年阅读域市场映射指数详见下图。

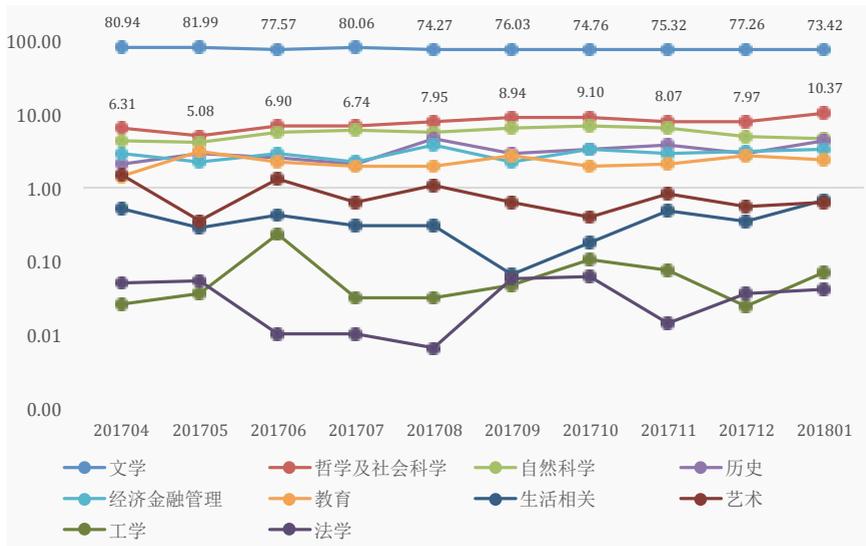


图 8 ..... 中国青年阅读域市场映射指数

从文学阅读域市场映射情况来看，小说的热度最高，本月市场映射指数相比 2017 年 12 月来说下降 4.03，下降幅度最大。此外，纪实文学阅读域市场映射指数下降 0.07。漫画绘本阅读域市场映射指数环比上升 3.95。经典文学阅读域市场映射指数变化不大。文学阅读域市场映射指数详见下图。



图 9 ..... 文学阅读域市场映射指数

从哲学及社会科学阅读域市场映射情况来看，心理学的热度最高，本月市场映射指数相比2017年12月来说下降了14.89。此外，政治阅读域市场映射指数下降1.49。哲学阅读域市场映射指数由上月的6.54上升为本月的22.17，环比上升15.63，上升幅度最大。国学阅读域也有小幅度的上升。社会学阅读域和文化阅读域市场映射指数变化不大。哲学及社会科学阅读域市场映射指数详见下图。

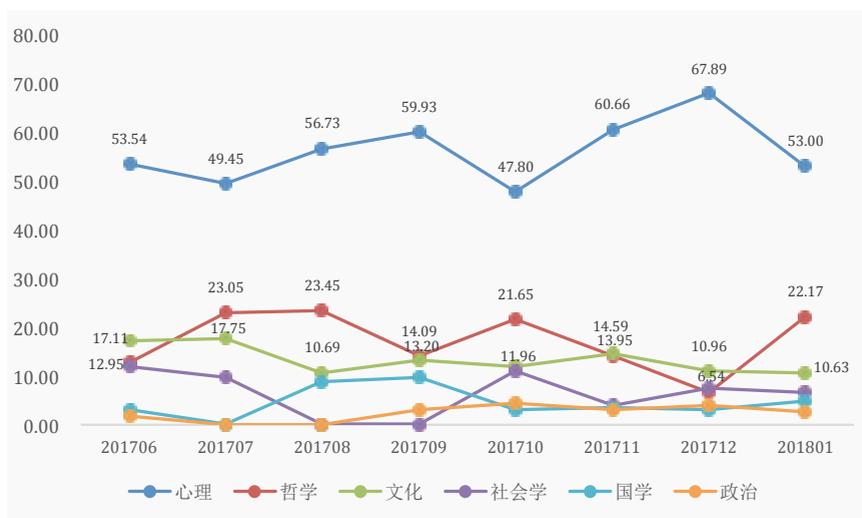


图 10 ..... 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

## 五 | 中国青年阅读出版机构排行榜

本期中国青年阅读出版机构排行榜是根据京东集团提供的各品类图书每月的电商交易数据计算得出。通过统计每个出版机构出版图书的销售量和评论热度，能够反映出该出版机构出版的图书是否受到青年读者的青睐。出版图书阅读量较高的出版机构前三名是新经典、上海人民出版社和上海读客图书有限公司。详细榜单见下表。

出版图书阅读量较高的出版机构排行榜			
排名	出版机构名称	阅读量	好评率
1	新经典文化股份有限公司	2,804,461	77.71%
2	上海人民出版社	2,664,939	74.98%
3	上海读客图书有限公司	1,834,899	76.32%
4	江苏凤凰文艺出版社	1,566,091	74.23%
5	广西师范大学出版社	1,361,825	77.33%
6	北京磨铁图书有限公司	1,336,496	66.39%
7	北京中作华文数字传媒股份有限公司	901,883	68.29%
8	人民文学出版社	759,495	64.29%
9	北京世纪文景文化传播公司	749,228	75.01%
10	作家出版社	721,144	74.14%
11	童趣出版有限公司	641,325	79.90%
12	重庆出版社	577,509	75.92%
13	生活·读书·新知三联书店	532,280	69.99%
14	中南博集天卷文化传媒有限公司	529,329	69.42%
15	北京联合出版公司	500,402	72.41%
16	印刷工业出版社	469,603	62.90%
17	四川文艺出版社	318,276	72.07%
18	北京读书人文化艺术有限公司	309,235	71.09%
19	科幻世界杂志社	278,794	76.00%
20	中国青年出版社	277,885	77.10%

\*数据统计时间为2017年11月25日到2018年1月25日

# 2

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

解  
读  
报  
告

# 新时代：强国一代崛起 中国青年阅读迈向高层次

\*

文 —— 皮钧 庄庸

中国青年阅读指数本期各项指标及其相对变化，汇聚成整体态势，反映出整个中国青年阅读潮流中需求、供给的强烈的“不匹配”。

市场的现状不过是更为复杂的现实及其趋势的预演：当中国青年在新一轮科技和产业革命及世代更迭运动中崛起的强国世代，进入从建设社会主义现代化强国到构建人类命运共同体的新时代，整个世界都没有做好准备。何况内容创作者及文化出版机构？

一场以“中国青年崛起新时代”为第一核动力的剧变风暴，正在酝酿之中。它将给中国青年阅读需求、供给及匹配体系带来难以估量的新一轮洗牌。

中国青年阅读指数敏锐地捕捉到了这种剧变酝酿的先兆，并以各种指标进行量化。

## 一 | 失衡：战略愿景和能力欠缺的新紧张关系

如果非要用一个词形容中国青年阅读指数的当前变化形势，那就是：失衡。

无论是中国青年阅读需求指数、中国青年阅读供给指数，还是需求-供给匹配的市场映射指数，均表现出不对称的势态——确切地说，就是中国青年阅读指数非常前瞻地捕捉到了需求潮流变化和趋向，但是内容生产供

给和匹配体系，却处于严重的滞后状况。

这种不对称的关系本来一直存在，但从未像现在这样剧烈、紧张，甚至是断裂。这表明市场虽然已经充分地预估并做了准备，但仍然没能适应中国进入新时代所带来的内容红利浪潮和供应能力大挑战——没有良好应对新时代所亟须的话语体系、思想理论体系和国民意识形态体系等内容创新与供给。

中国青年阅读指数测量出了这两者之间的紧张关系，而且，这种紧张关系，还有持续扩大的趋势。

比如，通过分析中国青年阅读指数在党的十九大后两月的数据发现，哲学及社会科学阅读域持续受到青年读者的青睐，需求指数从2017年12月的53.43，上升至2018年1月的56.33，上升2.90。甚至，从迎接十九大，到落实十九大，分析前后近十个月的中国青年指数走势，哲学及社会科学阅读域需求量呈现缓慢上升的趋势。

与此同时，哲学及社会科学阅读域的供给指数却显示，2017年4月到9月供给在减少，而最近四个月供给指数也仅仅稳定上升在20左右……

对比分析中国青年哲学及社会科学阅读域的供给、需求指数，可以发现三个特点：第一，党的十九大是两者之间不对称关系的转折点。第二，十九大，需求和供给开始同时上升。第三，供给上升趋势，比不上需求上升趋势，两者“能力欠缺”的差距开始扩大化：供给能力不足，不能满足需求的膨胀。这样的紧张关系，或许将持续存在，并且不断地加剧。

而中国青年阅读指数哲学及社会科学阅读域，恰恰是衡量一个国家话语体系、思想理论和国民意识形态体系创新和变革的重要标尺。这些指数所显示出来的紧张关系表明：中国进入新时代的战略愿景和重构国民意识形态体系的内容供给，已经出现了重大的“能力欠缺”问题。

这种能力欠缺的巨大差距，使得当下中国青年阅读供给体系，无法创新话语、理论和意识形态内容，对新时代中国特色社会主义思想进行有效的解读、诠释和构建，以良好应对世界新秩序和国际规则重建的契机与挑战。

这让中国在面对诸如《美国国家安全战略报告2017》之类的舆论战、话语权和领导权之争时，陷入被动。

当中国被盖上“修正主义国家”“战略竞争者”“经济侵略者”三大敌对帽子时，美国国家安全战略的核心主题，就是为美国国民意识形态重

新树立了一致对外的战略假想敌。

但事实上，新时代中国特色社会主义思想，对于这三大敌对词，都有拆解之招：构建人类命运共同体，以“人类利益至上”克制“美国利益至上”；一带一路作为国际公共产品，从“造富中国”到“造福世界”，破解经济侵略；从追求更加美好的生活，到建设更加美好的世界，中国的确在参与和制定国际规则——但目标是为了“更美好”的未来。

换句话说，当美国国家安全战略误导美国人民时，中国有更好的机会回答中国人民“我们为什么而奋斗”——新时代，新战略，需要这种国民意识形态新体系。但是，这种解读、诠释和构建的内容供给还未能有效增加。

## 二 | 互信：大国重器和次元世代的连接新范式

倘若采用虚拟现实技术，对中国青年阅读指数进行图像化，可以看到，它就像一个标尺，将整个中国青年阅读域划分成新旧两个大陆。

但是，出人意料的是，这一条红线，不是划在国家思想供给体系和中国青年阅读需求潮流之间，而是划在新时代国家 & 青年共同体和传统时代内容供应商之间。

也就是说，新时代、国家顶层设计和中国青年阅读需求，已经被连接成为共同体——他们共同位于新时代的阅读新大陆之中；但是，大多数内容生产和供应商，仍然按照既有的发展范式，还远远落在传统时代的阅读大陆之上。

从传统大陆到新大陆，隔着一条时代的鸿沟。这条鸿沟，被中国青年阅读指数绘成一条标准的红线，从东划到西，构建了新时代中国青年阅读星球的赤道。

这种宏大的建构浓缩于微小的细节之中。中国青年两个细分阅读域的数字变化，可以映射出这种宏大的发展趋势。

在近 10 个月里，中国青年哲学及社会科学阅读域需求上升的主要原因为心理学阅读域、哲学阅读域和政治学阅读域需求呈现稳步上升。解读这种指数变化，党的十九大、新时代、对美好生活的期盼、幸福是奋斗出来的等中国青年的主流化思潮，成为核心驱动力。

在文学阅读域整体下降的态势之中，其细分的漫画绘本阅读域需求指

数在过去10个月里上升7.37。此外，漫画绘本供给指数从2017年12月的4.50上升至2018年1月的5.09，环比上升0.59；纪实文学阅读域供给指数环比上升1.22……这三项指标综合起来，说明了什么？漫画绘本阅读域指数，最能说明中国青年“二次元”亚文化和趣缘社群化倾向——中国青年在二次元中不断下沉的自我意识、族群认同、文化建构和社群自治运动，此前被普遍认为是新组织、新政治和思想舆论的“最青春”难题。然而，十九大第一次将“加强现实题材创作、加强网络内容建设”作为国家倡导的文艺创作方向。现实主义成为新风口。当二次元遇上现实主义，中国青年“次元化”中的现实向趋势，越来越明显。

但真正将国家主流文化和中国青年次元文化连接在一起，恰恰是基于各自特质的新一轮重大科技和产业革命：主导中心、举国体制的大国重器，去中心化和边缘化，将中国青年和国家体制重新“连接”成互信并同有强国愿景和心态的共同体。

大国重器，国之实力。特别是党的十九大以来，一批大国重器集中涌现：天宫、蛟龙、天眼、悟空、墨子、大飞机……几乎每个大国重器都拥有一系列“世界第一”“全球首创”的标签，几乎重一个大国重器，背后都有一个鲜为人知的中国创造、世界领跑的“中国故事”。它们筑就了中国从站起来、富起来到强起来的国家根基。

与此同时，新一轮战略科技的前沿和趋势，都在沿着中国青年世代更迭和需求升级发展变化，特别是从已经成熟的云计算到边缘计算（云计算就是集中式、中心化的处理，边缘式计算就是把计算能力部署到边缘端，云到边缘，就是从以“云中心”到“个人智能终端时代”），将进一步加剧我们此前所预判的自我成就时代的到来。而它，将真正塑造中国青年“次元世代”的大国公民和强国心态：技术塑造了“我”；“我”们有力量，中国才更强大。

于是，从举国体制之大国重器，到云到边缘的次元世代，新一轮科技与产业革命，正在瓦解物理世界和虚拟世界的科技与文化壁垒，并通过数字化，将国家和青年真正连接并融合一起。它们成了最不可思议的共同体，并一起站在了阅读版块的新大陆上。

但值得重视的是，大多数内容生产和传播者，还无法在能力和观念上适应这种新时代“强起来”的新连接、新大陆、新需求。他们还站在传统

世代的旧大陆上，怎么可能找到内容供给的新范式？

中国青年阅读指数由此预判——

中国进入新时代的国家判断和新一轮重大科技与产业革命的发展趋势，让青年和世界的连接方式发生重大变化——青年即世界；九千岁（90后和00后）正在成为“新主流受众”和“强国世代”，中国青年内容创生和供给，正在酝酿新一轮前所未有的剧变风潮。

预兆已经发生，只是我们尚未做好准备。

# 3

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

专  
题  
解  
读

# 爆款游戏背后的文化心理动因

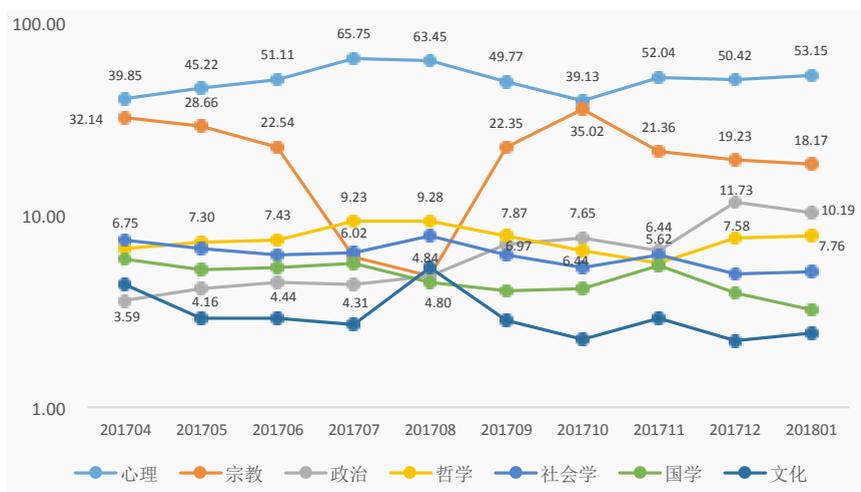
——以《旅行青蛙》为例



文 —— 陈静

中国青年阅读指数作为当代青年思想生态的重要风向标，力求通过精准的数据解析数据背后潜藏的文化思维逻辑。据 2018 年 1 月的阅读域显示，哲学及社会科学阅读域的需求指数持续走高，从 2017 年 12 月份的 53.43 上升至 2018 年 1 月份的 56.33，上升 2.90。从整体上来看，自从 2017 年 5 月以来，哲学及社会科学阅读域已经超过文学阅读域稳居第一位。

而在哲学及社会科学阅读域中，心理排在第一位，且从 2017 年 12 月份的 50.42 上升为 2018 年 1 月份的 53.15，上升了 2.73，心理动因已经开始成为一种不容忽视的文化创生力量。



除了图书、期刊等阅读产品外，影视、游戏等心理相关题材的现象级作品的风靡，对中国青年阅读的影响也不容忽视。本文就以游戏《旅行青蛙》为例，分析游戏火爆背后的心理诱因。

2018年初，突然刷爆朋友圈的放置类游戏《旅行青蛙》取代《恋与制作人》占据中国游戏应用榜的首位，且风靡势头只增不减。本文将试着通过解读《旅行青蛙》迅速占领中国青年市场的心理动因，分析中国青年不断升级迭代的精神文化需求和它对中国文化产业发展的启示。

## 一 | 爆款游戏背后的思想生态

《旅行青蛙》是由 HIT-POINT 游戏公司研发的休闲、放置类型手游。2018年初，由上村真裕子团队研发设计。2018年1月21日起，《旅行青蛙》在无任何官方宣传甚至没有翻译的情况下，霸占了苹果中国 App Store 免费游戏榜榜首之位，以席卷之势迅速占领中国手游市场。该游戏打破传统手游的竞技主题，宣扬一种与世无争的价值观，成为2018年年初第一个现象级文化产品。

与我们认知中精良的制作、炫目的画面不同，这款游戏的设计非常简单，场景单一、操作简便，简直朴素到寡淡，那么对于中国青年而言，这款并非产自本土的游戏的魅力何在？

这款游戏妙在“佛系”，胜在现实。《旅行青蛙》在中国青年中形成如此大的影响力，在于其“佛系”的创意和对现实的深刻“隐喻”引发了当代青年的情感共鸣。

互联网一代的青年群体，思想多元。中国青年群体既有强国一代，也有“佛系”一代、“空巢”一代。

游戏中的青蛙一个“人”吃饭、一个“人”旅行、一个“人”写笔记、一个“人”安静看书睡觉，这种安静、自由、随性的生活方式是“佛系青年”们求而不得的。相较于一个人的孤单，现代的佛系青年习惯了一个人打拼的生活方式，开始享受一个人的自由随性，他们渴望与世无争的生活，渴望一个人享受也许孤单但却可以自由随性的独处空间。

据游戏设计者上村真裕子称：“游戏还有它更深层的意义，就是祈祷亲人早点归来，以日本的社会风气来说，养青蛙更像是在养丈夫。因为老

公会经常出差，偶尔带一些在出差旅途中带回的一些土特产以及与景点的合照。”而在中国，这款游戏养的不是“丈夫”而是“儿子”。“空巢青年”们从自己对“蛙”的等待中体会父母养育之恩，也在养“蛙”的过程中，独自舔伤——从蛙独自远行、独自生活、独自艰辛的摸爬滚打中找到自己背井离乡、独自打拼、每天独自回到逼仄的出租屋中的影子，这两种“空巢”都深深地刺痛着青年们的心，于是他们不由自主地投入更多的感情。

这只独居的青蛙，没有生存的压力，可以任性地选择说走就走的旅行。不管有没有粮食，它都会选择出行，这又何尝不是一种勇气？青年人在现实社会的挤压中已经丢掉了不顾一切、率性而为的勇气，他们有各种各样的物质和思想包袱，不得不选择负重前行。既然自己做不到，就让“蛙”代替自己去体验“诗和远方”吧。

变革中的时代给年轻人带来了激烈的竞争和压抑的生活，部分青年无力对抗变革的时代，于是选择竭尽全力谋求生存。但他们需要一种情感的寄托，现实社会越是难以满足的心理需求，他们越是需要虚拟空间中转嫁这种寄托。他们知道“眼前的苟且”才是生活的常态，“诗与远方”必须让位，但又不愿意彻底放弃，成为一种可望而不可及的理想。他们对于现实生活的困境和虚拟游戏的情感寄托目的是有清醒认识的，正因为如此，他们清楚地知道，游戏不需要花费太多的时间，也不需要更多的套路，不需要更多名头作为掩饰，他们用一种简单直白的方式来宣泄自己内心的需求。设计简单但心理定位准确的《旅行青蛙》正是这种情感需求相契合的产物。

不管是佛系青年的一切随缘心理、空巢青年的孤独心理，《旅行青蛙》踩中了当代中国青年的痛点。

## 二 | 爆款游戏的启示

《旅行青蛙》在日本开发时本身是瞄准妻子对老公的期盼，而到了中国转化成养儿子，不管是养老公还是养儿子，共同的是孤独是等待是期盼的心理情感动因。《旅行青蛙》迎合这些心理动因就迅速占领市场，可见心理因素在当代中国青年中的巨大影响力。而如何找准中国青年的心理动因，将其变现转化为具有市场价值的资源，则应该成为接下来文化产业需要深入研究

的课题。

中国青年阅读指数中关于“哲学与社会科学”阅读域及其二级阅读域中“心理”阅读域的数据显示出中国青年对于心理动因的重视，这在一定程度上印证了中国青年阅读指数与青年流行文化一致性，这些数据也推论出这种文化现象的合理性——谁能抓住消费者的消费心理，谁就能占据市场，获得更多的消费者的青睐。

# 受众心理变革：人工智能于未来的可能性

\*

文 —— 宋泽宇

2018年2月的中国青年阅读指数数据中，从阅读需求的角度来看，尽管排名前两位的哲学及社会科学阅读域（需求指数56.33）和文学阅读域（需求指数16.68）都呈上升趋势，但两者的数据相差较大。由此可以看出受众对阅读的偏好变化：哲学及社会科学阅读域的内容需求已远超出文学阅读域。

相较于2017年初的阅读指数中的阅读需求数据，哲学及社会科学最初的需求指数仅为16.68，快速攀升至本期的56.33，已上升39.65，远超历史、自然科学、艺术、法学等阅读域。而文学领域的需求指数则从最初位列第一的25.46，缓慢走低至16.68。哲学与社会学类需求指数已长期稳定地超越了文学。同时，哲学与社会科学的一级阅读域下，心理阅读域需求指数从50.42上升至53.15，变化增幅最大。

心理阅读域的抢眼表现，除文学影视及游戏作品之外，另一个不可忽略的因素是人工智能的快速升温。世界范围内的互联网巨头纷纷宣布进军人工智能领域，人工智能正在从“技术”的躯干中生出生分支，向“意识”领域散布开来，受众开始更加关注“AI”将会怎样改变未来，人类社会的现有分工又是否会有被拆解重组的可能。关于AI伦理学的讨论也日趋升温。

仅在智能机器人领域，围棋人工智能程序AlphaGo已于2016年7月在世界围棋排行榜中位列第一。通过“深度学习”的主要工作原理，一层神经网络把大量矩阵数字作为输入，通过非线性激活方法取权重，再产生另一个数据集合作为输出。这就像生物神经大脑的工作机理一样，通过合适的矩阵数量，

多层组织链接一起，形成神经网络“大脑”进行精准复杂的处理。AlphaGo 国际围棋比赛中战胜了众多世界顶尖的职业选手，人脑的运算极限与人工智能的“拟人化”备受关注。

对比中国青年阅读指数中一级阅读域的需求指数，除正向变化值排在前两位的哲学与社会科学阅读域和文学阅读域之外，工学阅读域的增幅则排在第三位，需求指数从上期的 2.83 增加到 4.17，变化值 1.33。工学阅读域中，计算机科学增长迅速。

技术的发展与社会心理需求相辅相成，同时对社会心理具有带动和促进作用。仅以 AlphaGo 为例，通过数据识别结构，多层神经网络进行数据分类和逻辑整理，以形成对棋盘的认识和掌控，这一过程所进行的数据运算复杂而多样，它同时也能在不断训练中得到优化和提高。而人脑的数据掌控能力与运算精力有限，人工智能的出现与发展，挑战的显然不是人脑极限，它最先挑战的，反而是受众的心理建构与思维意识。

观察中国青年阅读指数的供给数据，哲学及社会科学的供给量从 2017 年 12 月的 17.81 上升至 2018 年 1 月的 19.01，增幅 1.20，与需求增幅相对应。再观察哲学及社会科学阅读域下细分的 7 个阅读域发现，哲学及社会科学阅读域本月的供给上升全部集中于哲学二级阅读域中，从上月的 18.78 增加到本月的 23.79，变化值增幅 5.00。心理学阅读域供给量虽然略有下降（降幅变化值 1.19），但仍是哲学及社会科学阅读域阅读域下供给量最大的阅读域。

将人工智能对受众的表象性影响放置于数据之下，对于大众而言，技术的普及性是有限的，受众与技术之间易形成壁垒，技术的结果性革新则更容易受关注，这也是引发受众心理变化的根源。故而比起技术本身，受众或许更关心人工智能发展是否有极限，技术支持下，智能优化的结果是否有可能产生质变，数据运算是否能最终转化为真正的人类思想。随着对技术发展结果的认识加深，社会心理与自我意识也会相应发生变化。

市场映射数据中，哲学及社会科学同样是变化值增幅最多的阅读域，由上月的 7.97 上升到本月的 10.37，增幅 2.40。二级阅读域中，哲学环比增幅为 15.63，除国学的市场映射数据上升 1.89 之外，其余 4 个二级阅读域均呈下降趋势。哲学阅读域的增幅支撑起了整个哲学及社会科学阅读域市场映射数据的稳步上升。

人工智能的发展尽管迅速，但如何描摹未来的智能规则还未可知，轮廓

未明，它对于社会心理的影响与科技之于生活的切实改变有所不同。中国青年阅读指数供给数据中，心理学阅读域的供给量本月呈下降趋势，由 47.82 下降到 46.64，降幅为 1.19；同时，社会学阅读域供给量也少量下降至 7.43，降幅为 0.14。相比哲学与社会科学一级阅读域阅读需求数据中的增幅，文化机构对其的供给量尽管下降幅度不大，但仍然反映出相应的供需矛盾：即市场没有完全对这一阅读领域中相关的细节需求增长做出及时反馈。

人工智能涉及意识、自我、思维等人类社会的精神法则。这必将带来社会心理变革，技术的革新也给人力与脑力提供了新的可能。《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》要求，到 2020 年，新一代信息技术、高端装备、新材料等战略性新兴产业增加值占国内生产总值比重达到 15%，新一代信息技术产业总产值规模超过 12 万亿元。通过数据，我们能够管窥人类社会意识形态潜移默化的改变。而人工智能所能带来的，除了日趋成熟的理论与科技力量，还有无法想象与预知的未来。

总策划：皮钧 曾途

总执行人：刘晖 陈东 郑卫明 尹康 张珧江

首席阅读专家：庄庸

首席指数专家：陈沁

首席设计专家：马惠敏

指数解读：田光成 丁肇锋 彭慧芝 宋泽宇 李天豪 陈静

技术支持：张瀛 李莉

活动策划：田剑

美术编辑：王上



中国青年出版总社与成都数联铭品科技有限公司（BBD）联合研发出品  
CHINA YOUTH PUBLISHING GROUP AND CHENGDU BUSINESSBIGDATA JOINTLY DEVELOP AND PRODUCE