

2019.12

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

- * 2019 年 12 月中国青年阅读指数报告 01
文 _ 陈沁 庄庸

2 解读报告

- * 中国青年的阅读理想: 重新表达中国 13
文 _ 庄庸 郑卫明

1

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

指
数
报
告

2019年12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，2019年11月，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42.82）、文学阅读域（需求指数17.96）和历史阅读域（需求指数10.10）。哲学及社会科学阅读域需求指数由2019年10月的37.31上升至2019年11月的42.82，环比上升5.51，是2019年11月需求指数上升幅度最大的阅读域。文学阅读域需求指数由2019年10月的21.75下降至2019年11月的17.96，环比下降3.79，是2019年11月需求指数下降幅度最大的阅读域。历史阅读域需求指数由2019年10月的11.34下降至2019年11月的10.10，环比下降1.24。此外，2019年11月需求指数上升的阅读域还有艺术阅读域（环比上升0.04）和生活相关阅读域（环比上升0.03）。2019年11月需求指数下降的阅读域还有教育阅读域（环比下降0.31）、语言学阅读域（环比下降0.13）、经济金融管理阅读域（环比下降0.09）和自然科学阅读域（环比下降0.04）。中国青年阅读需求指数详见下图。

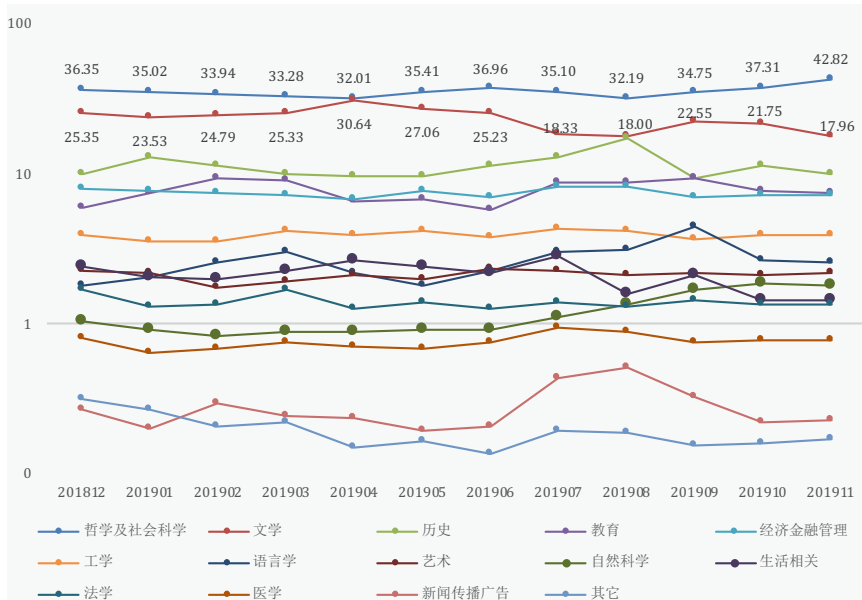


图 1 中国青年阅读需求指数

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，通过观察近半年来这些细分领域的指数走势发现，心理阅读域和宗教阅读域需求最大。对比分析近两个月的数据，心理阅读域需求指数由 2019 年 10 月的 30.56 上升至 2019 年 11 月的 30.63，环比上升 0.07。宗教阅读域需求指数由 2019 年 10 月的 21.73 上升至 2019 年 11 月的 21.86，环比上升 0.13。国学阅读域是 2019 年 11 月需求指数上升幅度最大的阅读域，需求指数由 2019 年 10 月的 11.57 环比上升至 2019 年 11 月的 11.78，环比上升 0.21。哲学阅读域是 2019 年 11 月需求指数下降最多的阅读域，需求指数由 2019 年 10 月的 9.67 下降至 2019 年 11 月的 9.37，环比下降 0.30。此外，2019 年 11 月需求指数下降的阅读域还有政治阅读域（环比下降 0.19）和文化阅读域（环比下降 0.04）。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

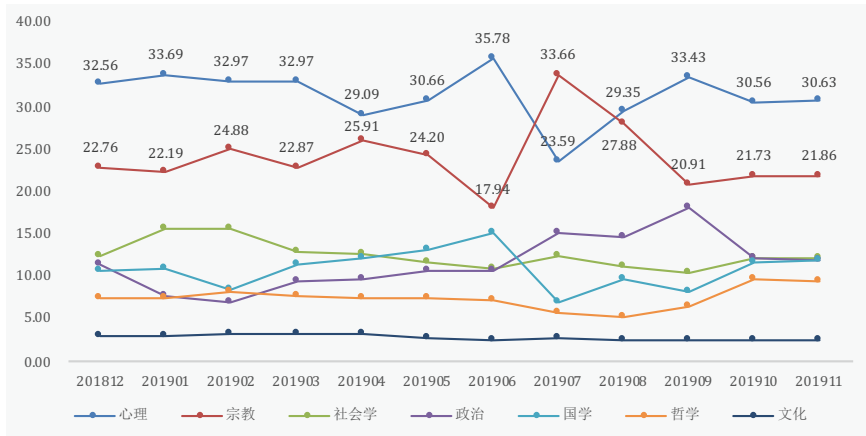


图2 哲学及社会科学阅读域需求指数

将文学阅读域细分为8个二级阅读域，通过近两月数据分析，小说阅读域需求最大，需求指数由2019年10月的51.70下降至2019年11月的50.56，环比下降1.14。散文随笔阅读域是2019年11月需求指数下降最多的是阅读域，需求指数由2019年10月的15.00下降至2019年11月的12.35，环比下降2.65。此外，需求指数下降的还有经典阅读域，需求指数环比下降0.07。2019年11月需求指数上升最多的是诗歌阅读域，需求指数由2019年10月的1.43上升至2019年11月的4.84，环比上升3.41。此外，纪实文学阅读域需求指数由2019年10月的4.63上升至2019年11月的4.79，环比上升0.16。漫画绘本阅读域需求指数由2019年10月的22.18上升至2019年11月的22.26，环比上升0.08。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。

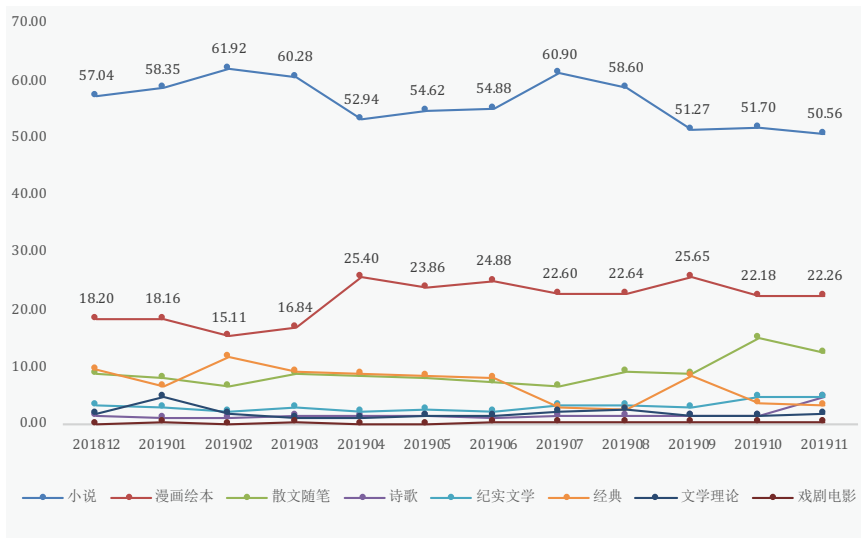


图3 文学阅读域需求指数

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。通过观察阅读域供给指数走势发现，各阅读域供给指数相对需求指数更稳定，波动较小。通过对比分析中国青年阅读供给指数近两月的数据发现，文学阅读域供给指数从2019年10月的52.71上升至2019年11月的53.14，环比上升0.43。哲学及社会科学阅读域供给指数从2019年10月的22.28上升至2019年11月的23.40，环比上升1.12，是2019年11月供给指数上升最多的阅读域。此外，2019年11月供给指数上升的还有经济金融管理阅读域（环比上升1.05）、艺术阅读域（环比上升0.27）和工学阅读域（环比上升0.19）。2019年11月供给指数下降最多的历史阅读域，历史阅读域供给指数由2019年10月的7.93下降至2019年11月的6.14，环比下降1.79。此外，2019年11月供给指数下降较多的还有自然科学阅读域（环比下降0.90）、教育阅读域（环比下降0.23）和生活相关阅读域（环比下降0.14）。法学阅读域供给指数变化不大，中国青年阅读供给指数详见下图。

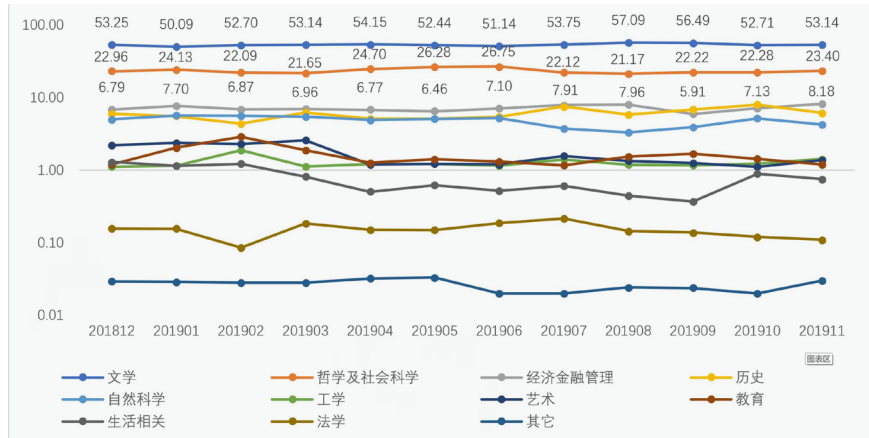


图 4 中国青年阅读供给指数

接下来对供给量最多的文学和哲学及社会科学阅读域进行供给侧详细分析。

小说和散文随笔是文学阅读域中供给量较大的阅读域。通过对文学阅读域供给分析，小说阅读域供给指数从 2019 年 10 月的 75.87 上升至 2019 年 11 月的 76.07，环比上升 0.20。散文随笔阅读域供给指数从 2019 年 10 月的 17.30 上升至 2019 年 11 月的 18.07，环比上升 0.77，是 2019 年 11 月文学阅读域供给指数上升幅度最大的阅读域。经典阅读域是 2019 年 11 月供给指数下降幅度最大的阅读域，供给指数由 2019 年 10 月的 1.95 下降至 2019 年 11 月的 1.22，环比下降 0.73。2019 年 11 月供给指数下降的还有漫画绘本阅读域和纪实文学阅读域。文学理论阅读域供给较为稳定，指数变化不大。文学阅读域供给指数详见下图。

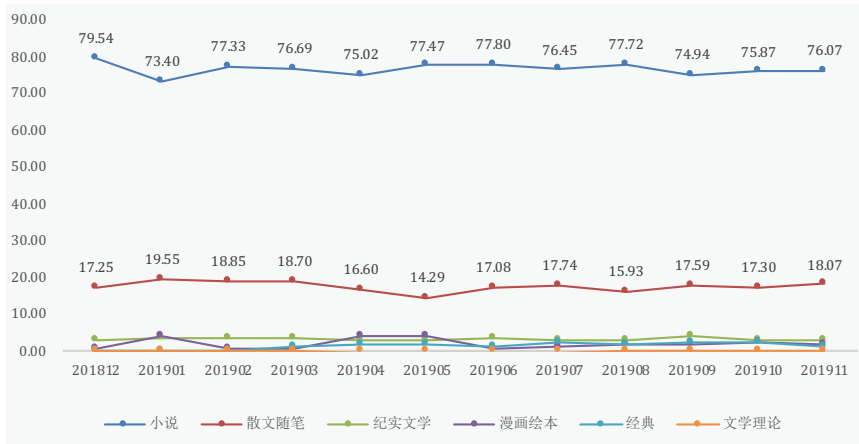


图 5 文学阅读域供给指数

哲学是哲学及社会科学阅读域中供给量最大的阅读域。对比最近两月数据，哲学阅读域供给指数由 2019 年 10 月的 35.03 上升至 2019 年 11 月的 35.42，环比上升 0.39，是 2019 年 11 月供给指数上升最多的阅读域。此外，供给指数上升的还有政治阅读域(环比上升 0.37)、文化阅读域(环比上升 0.10)和社会学阅读域(环比上升 0.02)。心理阅读域是 2019 年 11 月供给指数下降最多的阅读域，供给指数由 2019 年 10 月的 27.54 下降至 2019 年 11 月的 26.93，环比下降 0.61。此外，国学阅读域供给指数由 2019 年 10 月的 0.63 下降至 2019 年 11 月的 0.41，环比下降 0.22。宗教阅读域供给指数由 2019 年 10 月的 7.38 下降至 2019 年 11 月的 7.33，环比下降 0.05。哲学及社会科学阅读域供给指数详见下图。

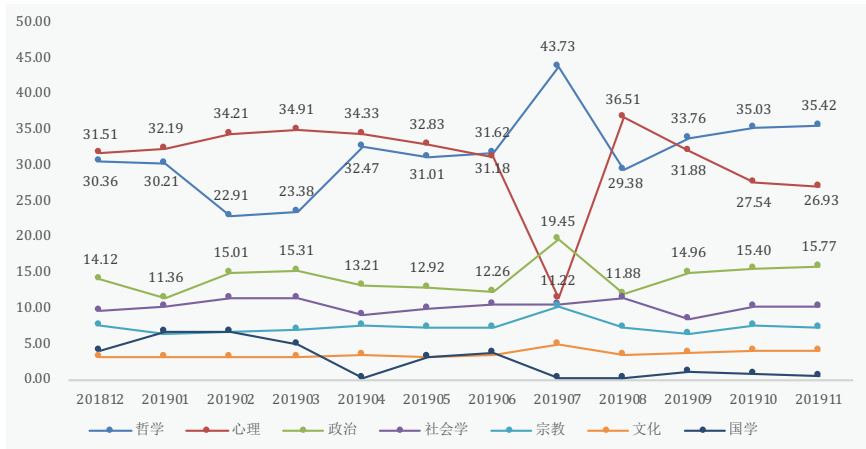


图 6 哲学及社会科学阅读域供给指数

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，主要有历史阅读域、教育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，主要包括文学阅读域、经济金融管理阅读域和工学阅读域。第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少的阅读域，主要生活相关阅读域。详见下图。

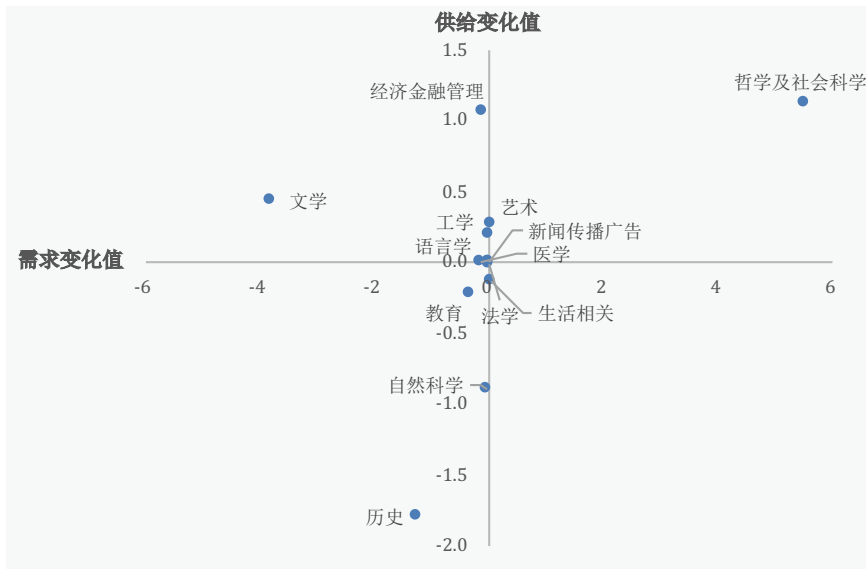


图7 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

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2019年10月的68.18下降至2019年11月的64.42，环比下降3.76，是2019年11月市场映射指数下降最多的阅读域。此外，市场映射指数下降较多的还有哲学及社会科学阅读域，环比下降3.09。2019年11月市场映射指数上升最多的是自然科学阅读域，市场映射指数由2019年10月的6.27上升至2019年11月的11.01，环比上升4.74。此外，市场映射指数上升的还有经济金融管理阅读域（环比上升1.88）、教育阅读域（环比上升0.73）和历史阅读域（环比上升0.36）。中国青年阅读域市场映射指数详见下图。

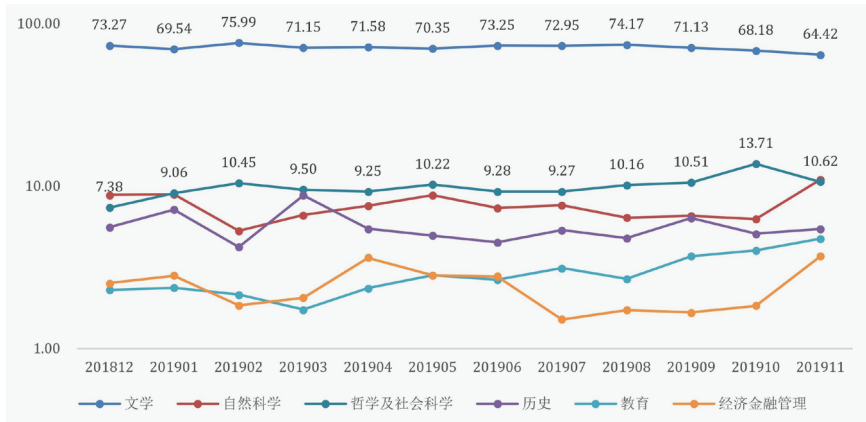


图8 中国青年阅读域市场映射指数

从文学阅读域市场映射情况来看，小说是最畅销的。2019年11月小说阅读域、漫画绘本阅读域和经典阅读域市场映射指数下降。小说阅读域市场映射指数由2019年10月的68.25下降至2019年11月的67.69，环比下降0.56。漫画绘本阅读域市场映射指数由2019年10月的3.71下降至2019年11月的3.07，环比下降0.64，是2019年11月市场映射指数下降幅度最大的阅读域。此外，经典阅读域市场映射指数环比下降0.41。散文随笔阅读域市场映射指数上升最多，由2019年10月的17.36上升至2019年11月的18.82，环比上升1.46。此外，市场映射指数上升的还有纪实文学阅读域，指数由2019年10月的9.49上升至2019年11月的9.65，环比上升0.16。文学阅读域市场映射指数详见下图。

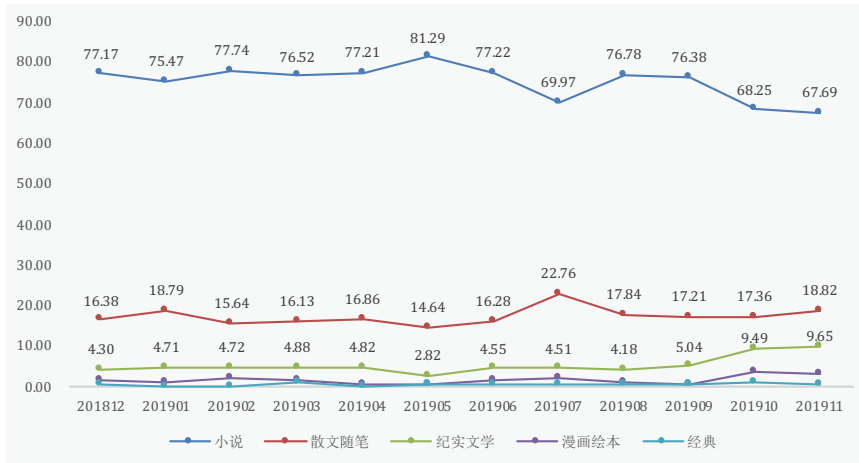


图9 文学阅读域市场映射指数

从哲学及社会科学阅读域市场映射情况来看，心理阅读域和哲学阅读域热度较高。2019年11月，除心理阅读域和社会学阅读域市场映射指数上升之外，其他阅读域市场映射指数均有所下降。心理阅读域市场映射指数由2019年10月的51.05上升至2019年11月的55.29，环比上升4.24，是2019年11月市场映射指数上升最多的阅读域。社会学阅读域市场映射指数由2019年10月的9.61上升至2019年11月的12.67，环比上升3.06。2019年11月，政治阅读域市场映射指数下降幅度最大，其市场映射指数由2019年10月的3.53下降至2019年11月的0.55，环比下降2.98。此外，2019年11月市场映射指数下降的还有哲学阅读域（环比下降2.49）、国学阅读域（环比下降1.07）和文化阅读域（环比下降0.74）。哲学及社会科学阅读域市场映射指数详见下图。

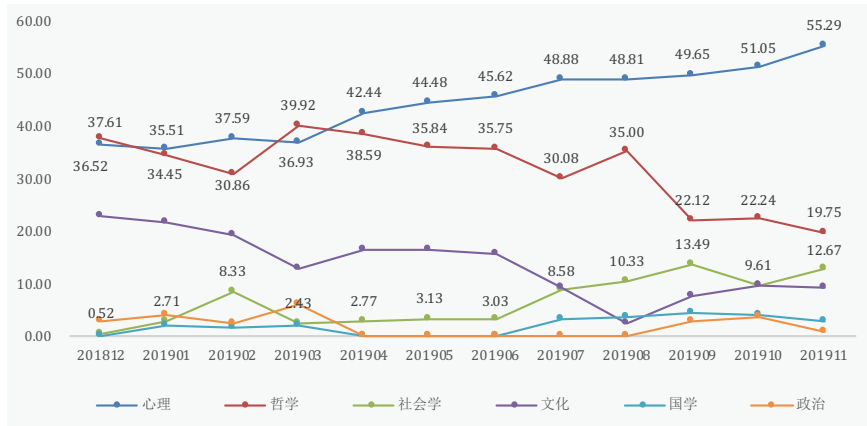


图 10 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

2

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

解
读
报
告

中国青年的阅读理想：重新表达中国

*

文 —— 庄庸 郑卫明

2019年，美国继续向全世界举起贸易战的大棒，英国脱欧闹剧越演越烈，法国大罢工，拉美国家暴乱不断上演……正如习近平总书记指出，当今世界正面临百年未有之大变局。在这个变局中，西方经验、西方模式及西方价值正在受到越来越多的质疑。与此形成鲜明对比的是中国安定团结的政治局面和不断提升的经济发展体量及质量。中国特色社会主义制度优势逐步显现，中国经验、中国道路以及中华优秀传统文化倍显珍贵。

从2019年中国青年阅读指数中，我们不仅可以看到这种现实的演变对国民心态正在产生越来越深远的影响，还可以发现中国青年已经走在时代的前列，他们的阅读理想和抱负不只是从文化觉醒到文化复兴，更力图在新的话语体系中重新表达中国，发掘中华文明对世界的影响和价值。正如孟子所说：“行有不得者，皆反求诸己，其身正而天下归之。”

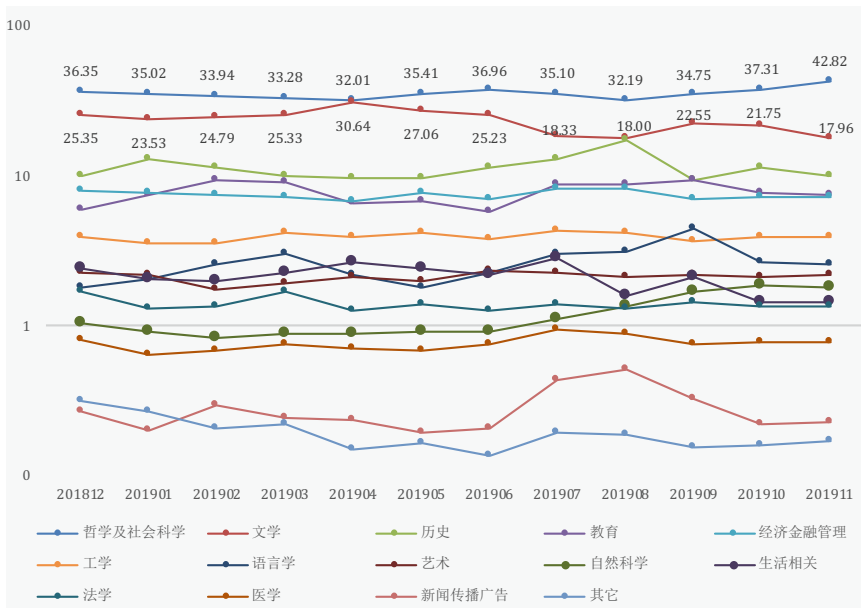
一 | 新时代青年的文化主体觉醒

鸦片战争后的一百年，是中国传统文化备受质疑的一百年，民族存亡的危机，导致了对传统文化的全面检讨和批判。五四运动喊出打倒孔家店的口号，这是自汉代确立儒家思想为正统以来从未有过的变局，当时的知识界全面揭露旧传统丑恶面，大量引进西方国家的各种思想，新文化运动蓬勃兴起，由此而建构的对于世界的新的认知主要是为了满足中国人追赶列强的需要，

同时却不自觉地遮蔽了不少优秀的传统文化和完整的世界图景。

进入 21 世纪，中国在科技、制造、贸易等方面不断取得新的发展成就，经济和物质高度发达之后，民众对于适合自己的精神文化层面的需求，就越来越强烈了。文化归属感越来越成为刚需，这也为传统文化觉醒提供了好的环境和土壤。

在经济发展的前提下，新兴群体的形成，成为文化觉醒的推动力量。新兴群体决定了文化的发掘、传播、成型、发展。这一群体以 90 后、00 后为主。中国 90 后和 00 后的认知中，中国已是世界第二大经济体，贫穷落后的记忆只在书中，祖辈、父辈的口中听说过。他们有着有高度的人文素养，网络又为其打开了全世界的窗口，他们已经不再满足外来文化的单纯灌输，在中西文化的比较视野中，中国传统优秀文化的独特性、归属感让青年群体尤为看重。他们主动发掘并传播中国传统文化，开始追寻更加适合自己的精神和文化层面的需求。



从本期中国青年阅读需求指数中，我们发现，哲学及社会科学阅读域高居阅读需求第一位，超越文学这种最热门的沉浸式休闲阅读。从这种阅读偏好中可以看出，中国青年努力探寻社会本质，开阔视野，发现新的文化可能性。

结合最新数据，在中国年轻人最集中的 B 站，国风兴趣圈层（国创、国

风舞蹈、汉服等)的覆盖人数相比5年前增长了20倍以上。在音频平台荔枝app上,与古风相关的直播接近全平台所有品类的15%,用户以90后的学生群体为主。中央民族乐团的蔡阳在直播平台上演奏二胡,普及相关知识,一场直播有超过20万网友观看。在斗鱼上,一个直播写书法的主播就有近5万粉丝;花椒上,一个男主播弹古筝吸引了超16万粉丝。

在当下,越来越多的年轻人自觉不自觉地参与到传统文化的复兴大潮中。传统文化开始借助视频、音频、电商等新兴渠道,不断迭代和裂变。文化繁荣与时代兴盛互为促进,这股文化觉醒的潮流与中国梦的伟大构想相互激荡,滚滚前行。

二 | 文化复兴的内在动力和必然性

中华文明屹立数千年不倒,仍然焕发强大生机,这是源于内在文化先进性的支撑,正是这种先进性与马克思主义结合,让我国在短短几十年的时间,走过了西方国家上百年甚至几百年的发展历程,让西方社会经济理论失效。实际上,中国古代哲学如儒家、道家、禅宗等的思想理论,一直影响着从启蒙主义时代至今的西方思想界。中华文化、古希腊理性主义文化以及基督教文化,既是对世界认识和解释的不同框架,同时也意味着世界未来“文化话语”竞争的三大格局。

然而,一百多年的被动挨打,塑造了中国人学习西方的急切心态和实用主义方法。西方国家挟其工业化现代化势能,建构了庞大而复杂的世界知识体系,并以此解释现代世界的发展过程与世界历史的演变。

几十年巨大的国家成就和社会进步,渐渐帮助我们找回了失去上百年的文化自信。中国文化正在走向历史性复兴。这种复兴不是回归两千年儒家传统,而是继承和发展那些今天仍然焕发生机的中国优秀传统文化,如天人合一、知行合一、中和刚健等文化精神,它与革命文化、社会主义先进文化共同构成中国人的主体文化意识。

中国古人的世界观是以“中国”为中心,形成了一个“四夷”的朝贡体系。五四新文化运动粉碎了这个天朝上国的观念,中国的自画像以贫穷落后为主色调。但中国的未来,必将更深地介入世界秩序重构,要重塑中国人完整的世界观,探寻人类文明新的可能性。

从中国青年阅读指数中可以发现，当代青年重新表达中国的行动已经开始。



从哲学及社会科学阅读域阅读热度词云图我们可以看出，中国青年的视野倾注在心理学、社会学、哲学、政治、文化、国学等宏大主题上，中国青年的阅读抱负不只是自我精进，更是在国际视野中发现了复兴文化、重新表达中国的必要性和迫切性。

三 | 造词：表达的革命

近代的白话文运动，虽然是一场完成了文言向口语化转化的运动，但同时也是中国语言西方化的运动。在这一运动中，大量的重要概念，经过日语的转化，形成了今日我们思维结构的组成部分：比如帝国、民族、民族国家、主权、政党等等。这在很大程度上形塑了我们今天的思维和表达结构。

新中国成立及改革开放以来的中国人民奋斗的历史必须跳出西方叙事的范畴，跳出西方的语词背后隐藏的价值判断。中国纷繁的、丰富的奋斗历程、宝贵经验必须给出以中国为主体性的表达，以切中中国的实际。

中国青年已经认识到语言的力量，他们在网络亚文化群体中展开造词运动。近年来，网络新词层出不穷，90后、00后更是创造了自己的语言体系，被戏称为“黑话”。

最为突出的是中国青年通过自黑式造词进行日常表演与自我呈现，从而完成快节奏生活压力下的自我释放和治疗，达到进退自如的目的。如“凉凉”“真香”等词。表达立场和态度则采用幽默、调侃的话语方式，在戏谑的传播语境中调侃社会现象。这类话语基调都是“你懂的”，用巧妙的话语风格躲避了针对性的讽刺，却又从中获得了发泄的满足，从而实现对当下生存境遇的突围。

对话语规则的解构与再结构则采用无厘头式造词。在日常交流中，一个充满逻辑性的对话往往具有明确的方向性，而无厘头的对话则比较跳跃和随意。其背后早已不是对交流对象的评价，而是用这种方式筛选交流双方是否处于共同的语境之中，是否具有共同兴趣爱好或者说是价值取向。

针对当代熟人社会向陌生人社会的转变，中国青年自创熟人式对话，作为对社会距离的弥补。例如“亲”“迷之微笑”等，通过熟人式对话拉近陌生人之间的距离，这不仅能有效降低沟通成本，还能让冰冷的网络富有温度。更深层次来说，这是中国青年对传统和合文化形成的人与人的温暖感、亲密无间感创造式建构。

近年来，不少网络新词被《现代汉语词典》《牛津词典》收录。由中国青年主创的网络流行语打破虚拟世界和现实世界的界限，影响着人们现实生活中的思维和言行。这是话语权力关系的体现。中国青年旨在发动一场语言的革命，以传统文化为内核，结合当下现实，重新表达更为美好的中国。

如果说 20 世纪一个走出物质贫困的世纪，21 世纪将会是一个走出文化贫困的世纪。我们不妨重温罗马哲学家普罗提诺那句话：“一场伟大的、最后的斗争在等待着心灵。”

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 陈静

技术支持：张瀛 李莉

活动策划：田剑

美术编辑：王上

版权声明

中国青年阅读指数（CYRI），由中国青年出版社和成都数联铭品科技公司（BBD）联合研发，用大数据分析、解释、追踪中国青年阅读数行为，预测阅读趋势，双月15日中国青年出版社官网（www.cyp.com.cn）发布。数据引用务必注明来自中国青年阅读指数，更多咨询请联络：

刘晖

电话：+86-10-5735-0506

电邮：13911608375@139.com



中国青年出版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

数据支持：

