

2020.12

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

- * 2020年12月中国青年阅读指数报告 01
文 _ 陈沁 庄庸

2 解读报告

- * 推动构建青年网络社会文化新格局 13
文 _ 田光成

1

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

指
数
报
告

2020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，2020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 34.77）、文学阅读域（需求指数 23.56）和历史阅读域（需求指数 10.79）。哲学及社会科学阅读域需求指数由2020年10月的 32.28 上升至2020年11月的 34.77，环比上升 2.49，是2020年11月需求指数上升较多的阅读域。文学阅读域需求指数由2020年10月的 25.46 下降至2020年11月的 23.56，环比下降 1.90。历史阅读域需求指数由2020年10月的 10.09 上升至2020年11月的 10.79，环比上升 0.70。此外，2020年11月需求指数上升的阅读域还有经济金融管理阅读域（环比上升 0.50）、教育阅读域（环比上升 0.15）和语言学阅读域（环比上升 0.14）。工学是2020年11月需求指数下降幅度最大的阅读域，需求指数由2020年10月的 6.40 下降至2020年11月的 4.49，环比下降 1.91。此外，2020年11月需求指数下降的阅读域还有自然科学阅读域（环比下降 0.34）。中国青年阅读需求指数详见下图。

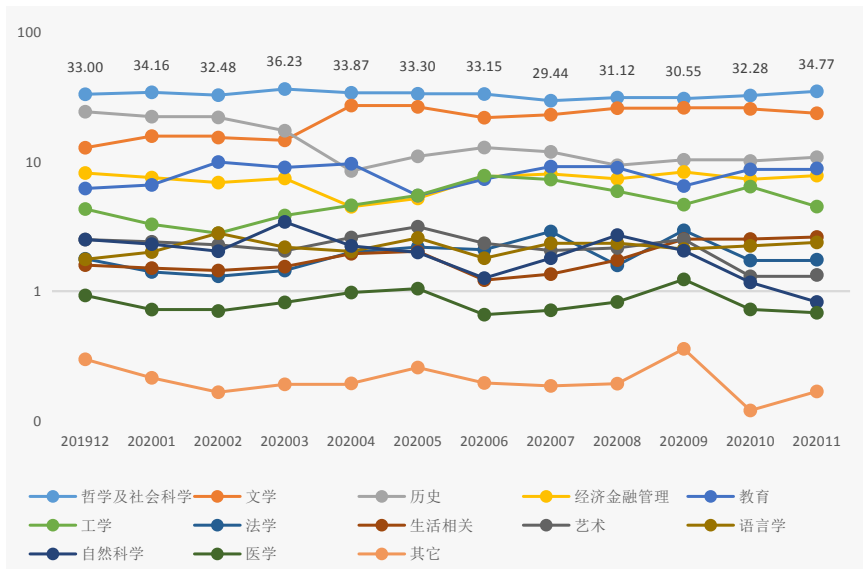


图1 中国青年阅读需求指数

接下来针对文学阅读域和哲学及社会科学阅读域这两个主要的阅读域展开详细分析。

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，小说阅读域成为2020年11月需求指数最大的阅读域，其需求指数由2020年10月的33.06上升至2020年11月的34.66，环比上升1.60，也是2020年11月需求指数上升最多的阅读域。此外，2020年11月需求指数上升的还有纪实文学阅读域（环比上升1.06）和漫画绘本阅读域（环比上升0.32）。散文随笔阅读域是2020年11月需求指数下降最多的阅读域，需求指数由2020年10月的22.02下降至2020年11月的20.60，环比下降1.42。文学阅读域需求指数详见下图。

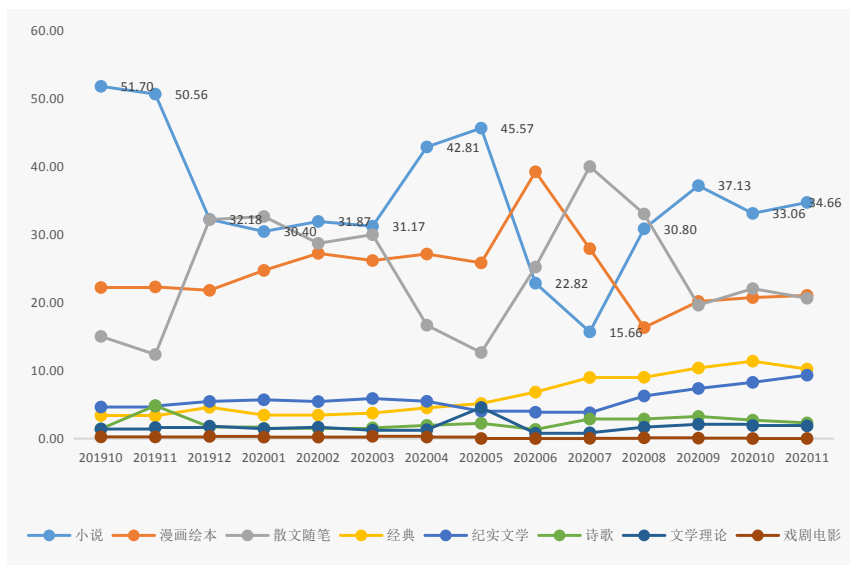


图 2 文学阅读域需求指数

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 2020 年 10 月的 28.27 上升至 2020 年 11 月的 31.69，环比上升 3.42。此外，国学阅读域的需求指数从 2020 年 10 月的 7.34 上升至 2020 年 11 月的 8.40，环比上升 1.07。文化阅读域是 2020 年 11 月需求指数下降幅度最大的阅读域，需求指数由 2020 年 10 月的 8.86 下降至 2020 年 11 月的 4.73，环比下降 4.13。需求指数下降的阅读域还有社会学阅读域（环比下降 0.36）、哲学阅读域（环比下降 0.12）。哲学及社会科学阅读域需求指数详见下图。

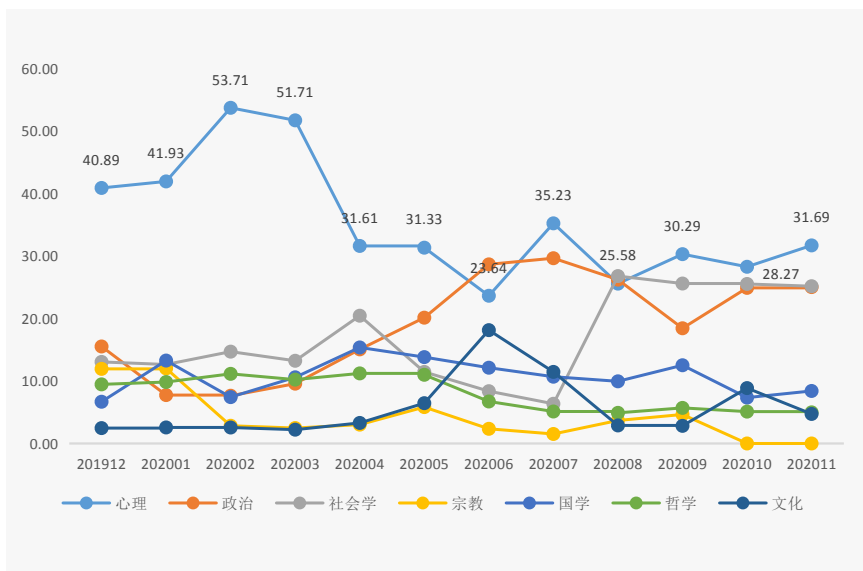


图3 哲学及社会科学阅读域需求指数

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2020年10月的53.98下降至2020年11月的51.15，环比下降2.83。2020年11月供给指数下降的还有经济金融管理阅读域（环比下降1.58）。哲学及社会科学阅读域供给指数从2020年10月的23.60上升至2020年11月的25.21，环比上升1.61。此外，2020年11月供给指数上升的还有教育阅读域（环比上升1.20）、历史阅读域（环比上升0.62）、自然科学阅读域（环比上升0.50）和艺术阅读域（环比上升0.20）。中国青年阅读供给指数详见下图。

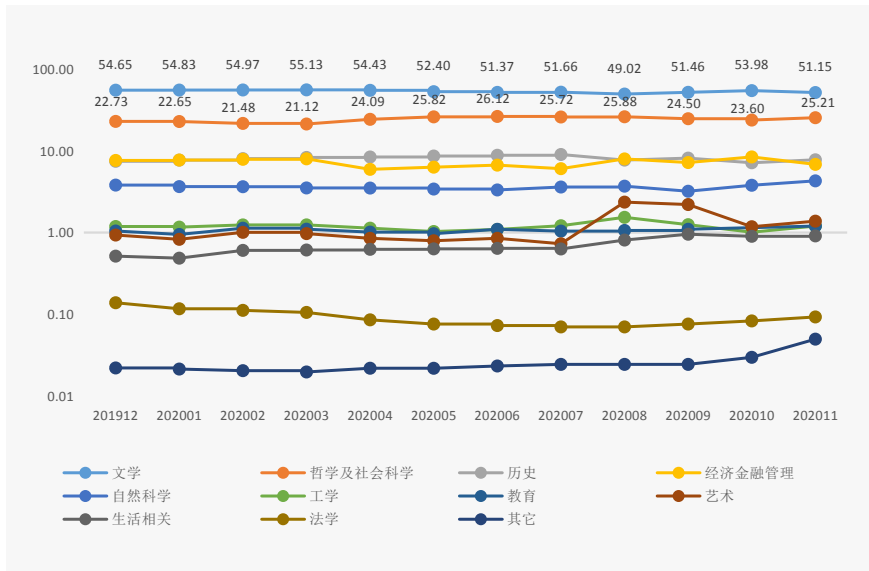


图 4 中国青年阅读供给指数

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 2020 年 10 月的 72.92 上升至 2020 年 11 月的 73.48，环比上升 0.54。此外，供给指数上升的阅读域还有纪实文学阅读域（环比上升 0.64）和漫画绘本阅读域（环比上升 0.53）。散文随笔阅读域供给指数从 2020 年 10 月的 19.70 下降至 2020 年 11 月的 18.17，环比下降 1.53，是 2020 年 11 月供给指数下降最多的阅读域。此外，供给指数下降的阅读域还有经典阅读域（环比下降 0.24）。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。

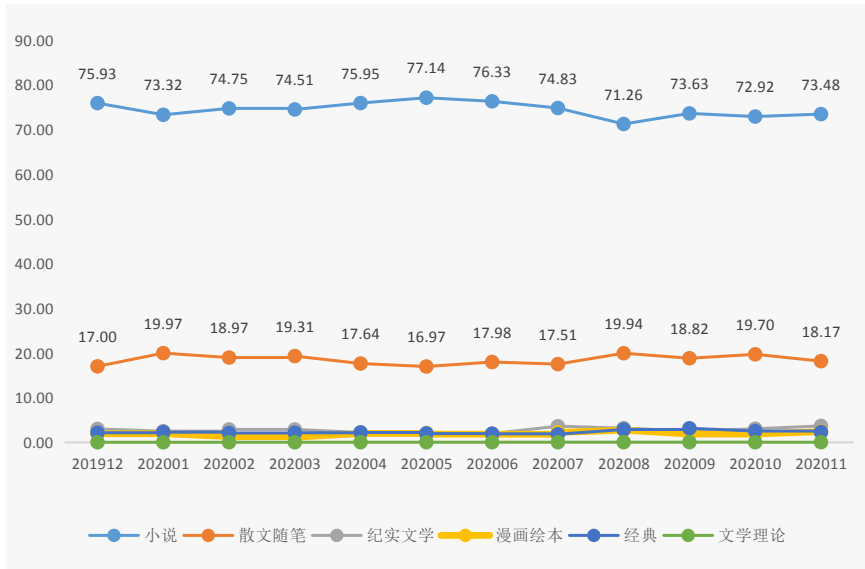


图5 文学阅读域供给指数

哲学和心理是哲学及社会科学阅读域中供给量较大的阅读域。对比最近两月数据，哲学阅读域供给指数由2020年10月的25.32上升至至2020年11月的26.78，环比上升1.46。此外，供给指数上升的阅读域还有社会学阅读域(环比上升0.45)和政治阅读域(环比上升0.28)。心理阅读域供给指数由2020年10月的40.40下降至2020年11月的39.01，环比下降1.39。此外，供给指数下降的阅读域还有宗教阅读域(环比下降0.52)和国学阅读域(环比下降0.22)。文化阅读域供给较为稳定，指数变化不大。哲学及社会科学阅读域供给指数详见下图。

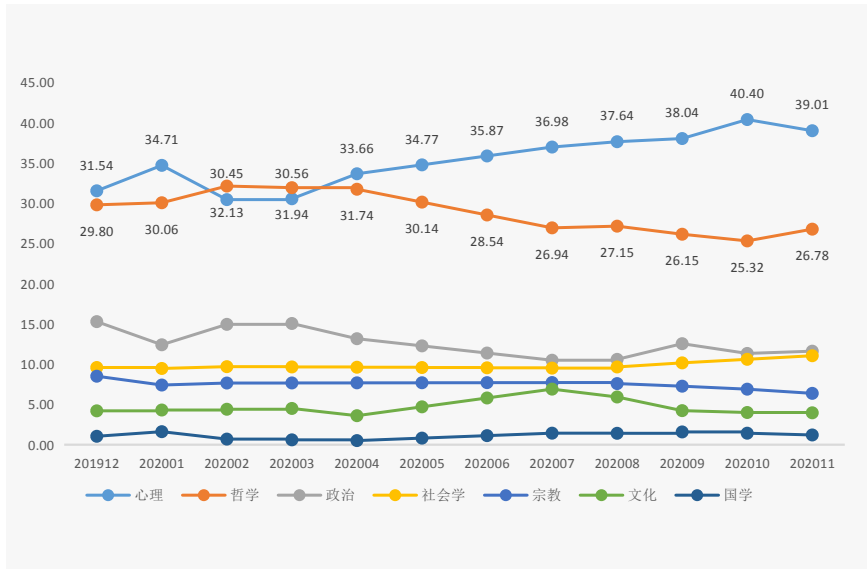


图 6 哲学及社会科学阅读域供给指数

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、教育阅读域、历史阅读域和生活相关阅读域。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，主要有文学阅读域。第三类区间为需求量在减少而供给量却在增加的阅读域，主要包括工学阅读域和自然科学阅读域。第四类区间为需求量在增加而供给量却在减少的阅读域，主要包括经济金融管理阅读域。详见下图。

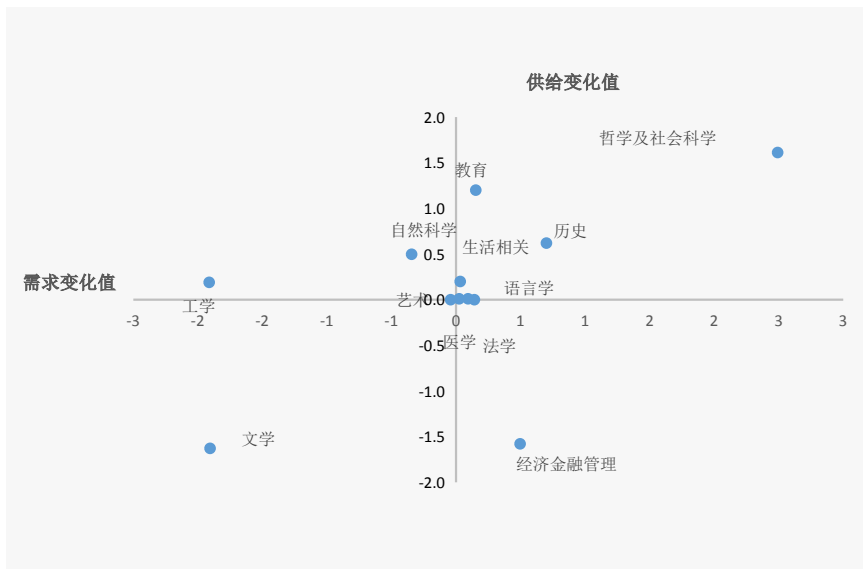


图 7 中国青年阅读需求指数与供给指数对比

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，文学阅读域仍是最畅销的，市场映射指数由 2020 年 10 月的 66.90 下降至 2020 年 11 月的 65.86，环比下降 1.04，是 2020 年 11 月市场映射指数下降最多的阅读域。哲学及社会科学阅读域市场映射指数由 2020 年 10 月的 14.38 下降至 2020 年 11 月的 13.90，环比下降 0.48。此外，市场映射指数下降的还有历史阅读域（环比下降 0.26）。2020 年 11 月市场映射指数上升的阅读域有自然科学阅读域（环比上升 0.81）和经济金融管理阅读域（环比上升 0.62）。中国青年阅读域市场映射指数详见下图。

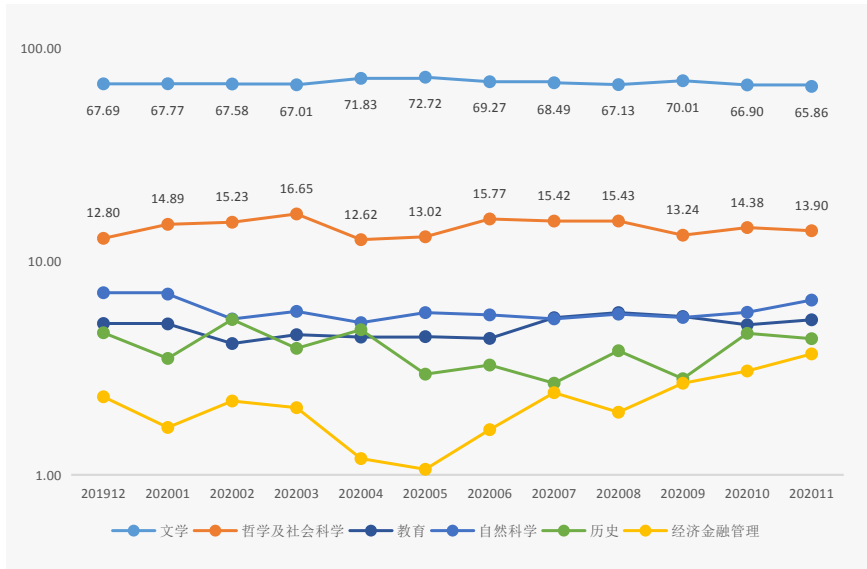


图8 中国青年阅读域市场映射指数

从文学阅读域市场映射情况来看，小说是最畅销的。2020年11月小说阅读域和漫画绘本阅读域的市场映射指数有所下降，其余阅读域市场映射指数有所上升。小说阅读域市场映射指数由2020年10月的69.93下降至2020年11月的65.77，环比下降4.16。漫画绘本阅读域的市场映射指数由2020年10月的7.37下降至2020年11月的6.64，环比下降0.73。纪实文学阅读域市场映射指数由2020年10月的3.72上升至2020年11月的6.64，环比上升2.92。此外，散文随笔阅读域市场映射指数由2020年10月的18.83上升至2020年11月的20.82，环比上升1.99。经典阅读域市场映射指数较为稳定，指数变化不大。文学阅读域市场映射指数详见下图。

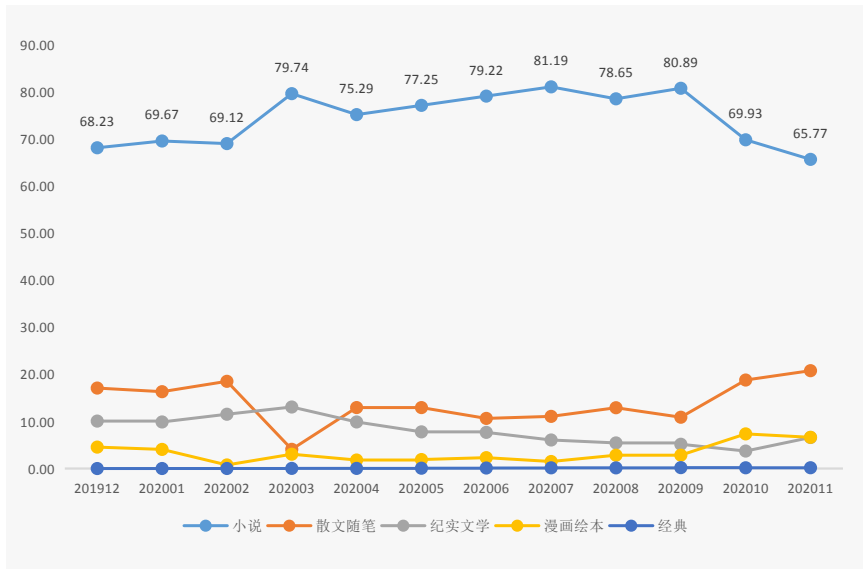


图9 文学阅读域市场映射指数

从哲学及社会科学阅读域市场映射情况来看，心理阅读域和哲学阅读域热度较高。心理阅读域市场映射指数由2020年10月的51.13下降至2020年11月的50.71，环比下降0.42。哲学阅读域市场映射指数由2020年10月的25.90上升至2020年11月的26.21，环比上升0.31。政治阅读域市场映射指数由2020年10月的5.46上升至2020年11月的6.81，环比上升1.35，是2020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2020年10月的4.33下降至2020年11月的3.61，环比下降0.72，是2020年11月市场映射指数下降最多的阅读域。此外，2020年11月市场映射指数下降的还有文化阅读域(环比下降0.49)。国学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。

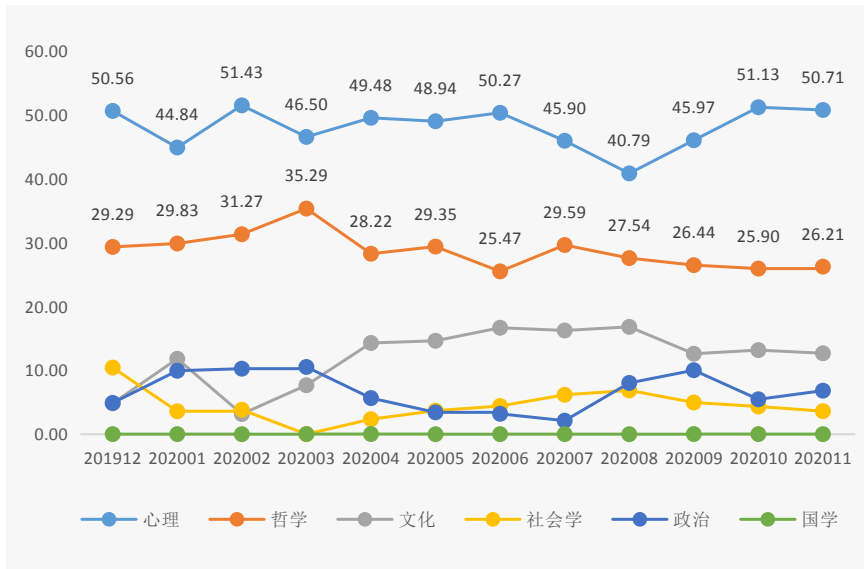


图 10 哲学及社会科学阅读域市场映射指数

2

中国 青年 阅读 指数

CHINA YOUTH READING INDEX

解
读
报
告

推动构建青年网络社会文化新格局

*

文 —— 田光成

2020年，我们克服了诸多困难，取得了令世界瞩目的成就。青年的同心圆越来越大，向心力越来越强。当前我国线上经济全球领先，线上办公、线上购物、线上教育、线上医疗蓬勃发展，并同线下经济深度交融。我们在数字化生活中塑造了新的竞争优势，青年作为线上消费与互动的主流群体，经历其中，自我适应，共生长，进而衍生了新的网络社会文化生态。

中国青年阅读指数，大数据观测青年阅读动向，观察青年阅读行为背后的深层机理。本期数据，追溯全年，我们看到青年阅读行为与青年的网络社会活动密切相关，青年的阅读偏好一定程度上映射了青年群体所衍生的网络社会文化新生态。

一 | 青年网络社会文化生态：趣缘社群与共创共享

通过本期数据观测，青年在国学阅读域需求指数上升1.07，在历史阅读域需求指数上升0.7，在文学阅读域指数词云图，诗词、经典、中国古典等三级阅读域热度较高，反映青年更加关注自身传统文化修养。

在当前青年活跃的诸如B站、网易云音乐、抖音等网络空间中，传统文化类作品受到欢迎。B站《国乐大典》《国家宝藏》《如果历史是一群喵》，均具有极高播放量与弹幕数量。网易云音乐推出的“国风堂”，歌曲总播放破10亿+。在慕课平台上，最新一批上线课程，清华大学《资治通鉴》导读(2020

秋季班) 报名 32.5 万人,《昆曲艺术欣赏》也有 3 万多人报名。青年对传统文化倍加推崇,自发形成网络趣缘群体。

青年对传统文化不是简单继承,而是共同创作、共同分享式的当代表达,运用动漫技术或者二次元文化等风格来呈现戏曲、民乐、国画等我国优秀传统文化艺术,并进行混剪与互动创作,进而在趣缘社群广泛传播。要注意的是,青年网络社会文化的审美基因仍然是传承自中华优秀传统文化。同时,青年网络社会文化是现实社会文化与虚拟社会文化的融合,现实社会秩序依然制约着青年网络文化行为。更为明显的一个特点是,青年作为网络社会文化的参与者,正如国内学者所言,具有共生性。青年由“我”向“我们”转变,青年既是网络社会文化的消费者,也是传播者,更是生产者。



注: 2020 年 11 月文学阅读域阅读热度词云图

二 | 青年网络社会价值判断: 客观辨识与家国情怀

网络社会受多元文化、多元思潮冲击,青年群体从众效应比较明显,譬如之前的娱乐追星,明星后援会刷榜单做任务等,以及近年来西方国家通过影视剧等文艺形式极力鼓吹所谓的民主与人权,宣扬极端个人主义、精致利己主义等,对青年价值取向和价值选择造成了一定困扰。

而这一切正在发生变化,本期阅读指数,我们看到青年在纪实文学阅读域,需求指数上升 1.06,供给指数上升 0.64,标准书传记阅读域指数 7.09,

跃居三级阅读域第二位。纪实文学阅读域供给和需求均有明显上升，说明无论出版机构还是青年读者，都对此阅读域有较多的关注。大数据解析阅读域背后，我们看到《钟南山：苍生在上》《袁隆平：东方“稻神”》《荆棘与荣耀：新时代女排奋斗记》等图书的热销，反映出青年群体对袁隆平、钟南山等科学家、医学家以及中国女排等时代楷模的热烈追捧，网络上更是流传着：“只有袁隆平爷爷可以说我胖”，“‘钟’究是您，迎‘南’而上，重于泰‘山’”，这是青年人自己发出的最高规格评价，也是最高认同。当代楷模成为青年人追星新的打开方式。

这个变化，体现了中国青年的家国情怀，更体现了当前青年的价值辨识能力的提升。2020年，我国脱贫攻坚成果举世瞩目，新冠肺炎疫情防控取得重大胜利，全面建成小康社会任务胜利完成，青年的爱国热情被普遍点燃，并传播到更广大的青年群体的内心。青年价值辨识能力不断提升，青年在网络社会生活中，传承了中华优秀传统文化蕴含的价值判断力。

三 | 青年网络社会阈值：现实强联系与网络弱约束

本期指数数据观测，在三级阅读域中，家庭、教育、工作、网络、个人管理阅读域指数跃升至前列，在一级阅读域，生活相关阅读域需求指数上升0.09，更为显著的是，在哲学阅读域指需求数词云图中，我们可以看到社会学成为本期最热阅读域。



注：2020年11月哲学及社会科学阅读域阅读热度词云图

青年群体在社会交往中更加关注个体与家人，对家人、亲朋的感情更加浓厚，对工作、事业更加珍惜，同理心增强。而这些成员关系，在网络社会交往中，却由现实社会的强联系转变为弱联系，顶着社恐的标签，青年群体在抖音、B站、微信等网络空间个性表达中，做出刻意回避亲友关系的表现。属于强联系的亲友人群对青年们具有更强的约束力，而这恰恰不符合青年网络社会交往方式，青年群体在网络社会中谋求更为独立与自主的空间，偏好弱约束关系。

在网络空间中，在微博上幽默地吐槽，在弹幕里“丧丧地”自嘲，屏蔽社交压力和工作的不顺，躲避半生不熟的人的过分热情和网络生活里的泛滥信息。由此形成了多样化的亚文化类型，如二次元、拍客、弹幕文化、自拍文化、鬼畜文化（恶搞文化）、字幕组、极客、网络流行语等，这些是青年群体真正的主场，内容供给与传播要善于应用这些话语体系去与青年互动交流，青年才会“在场”。

同时，现实社会强联系与网络社会弱约束之间存在一个阈值，无论是在现实社会还是网络社会，当青年获得足够势能或取得较大成就与影响力的时候，就会突破这个阈值，即现实社会的强联系会融入网络社会关系，由强约束转化为弱约束，而网络社会的弱关系，却会转化为强约束，接受公众监督。

越来越多的受传统文化滋养、拥有主流价值观的青年突破这个阈值，国

家文化软实力、中华文化影响力就越来越大。

党的十九大报告明确提出，要加强社会心理服务体系建设，培育自尊自信、理性平和、积极向上的社会心态。作为青年社会心态的主要表现形式，互联网正在成为公众表达事件看法、情感体验和价值判断的主要途径。主流文化机构要对媒体运营者、网络编辑进行针对性意识形态培训和业务技能训练，通过事前预防、事中监督、事后辅导等机制性建设，全面提升全社会建设良好网络社会文化生态的意识和能力。

当前，青年群体国家认同、民族认同、文化认同空前提升，意识形态防线越筑越牢，主流媒体可以趁热打铁，通过设置议题引领青年树立良好网络社会心态，打造一批三观正、社会形象健康的优质网络偶像和正能量精英走到前台，鼓励他们用专业素养、真知灼见、科学科普等正面声音全面塑造网络社会文化良好生态，推动构建网络社会文化新格局，以保证中华民族复兴大业薪火相传，后继有人。

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 陈静

技术支持：张瀛 李莉

活动策划：田剑

美术编辑：李柯谕

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

数据支持：

