



“Z世代”被称为“网络原住民”。在中国，“Z世代”约有2.6亿人，占全国总人口的近五分之一。作为“土生土长”的“网生代”，“Z世代”的阅读呈现鲜明的数字化特点。今年世界读书日发布的《2024年度中国数字阅读报告》显示，2024年全国数字阅读用户规模6.7亿人，其中26岁至35岁的用户是主力。



制图：李欣（即梦之）

# 从读纸到读屏，书可以听还可以“玩” “Z世代”在重新定义“读书”

## “Z世代”的书单

多个数字阅读平台的热门书单反映出，“Z世代”的阅读呈现鲜明的多元特征和时代印记。

**特征一：传统经典读物和文学名著长盛不衰。**

由阅文集团联合上海图书馆等发布的《Z世代数字阅读报告》显示，单年讨论度最高纪录由《资治通鉴》创造，全年留下近1.5万条评论。《论语》《道德经》等传统经典在“Z世代”电子书单上持续“霸榜”。《西游记》《我与地坛》《百年孤独》《追风筝的人》等古今中外经典文学读物也是榜单常客。

热播影视剧是经典作品重要的“引流器”。“《狂飙》播出时带动了《孙子兵法》，《人民的名义》播出时带动了《万历十五年》，这种书影的联动对年轻人来说很有吸引力。”掌阅科技总编辑马艳霞说。

《我的阿勒泰》《人世间》《繁花》等图书也随着影视剧的播出受到年轻人关注，位于多个数字阅读平台榜单前列。

**特征二：政治、经济、社会类书籍不断升温。**

各大书展上，占据“C位”的精品主题出版物吸引了众多目光。《之江新语》《习近平与大学生朋友们》等图书广受年轻读者欢迎。大学生郭馨语认为，通过阅读这类书籍，对了解当今中国快速发展的深层逻辑和个人成长都有重要启示。

今年恰逢中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年，相关书籍热度上升。微信读书平台上，《红星照耀中国》登上热搜榜，近期被平台收录的《苦难辉煌》也广受年轻读者欢迎。

此外，最新畅销书如《置身事内：中国政府与经济发展》等深入剖析中国经济与政治发展内在成因的图书，受到年轻人欢迎。《乡土中国》等传统社科类书籍则多年热度不减。

**特征三：心理学和个人成长类书籍受青睐。**

《终身成长》《认知觉醒》等心理学和个人成长类书籍持续占据畅销榜，在“Z世代”和年轻职场人群中热度极高。

当下，不少年轻人喜欢用“原生家庭”“情绪价值”等心理学概念深层解读生命成长的内在逻辑。

“这反映了‘Z世代’更关注自我感受和精神健康，同时也折射出这一代人在社会和技术变革中面临巨大的压力与挑战。”复旦大学发展研究院研究员王帆说。

**特征四：历史类书籍流行。**

通过《大明王朝1566》的生动故事触摸历史风云，在《满世界寻找敦煌》记录的鲜为人知的故事中寻找吉光片羽，跟随《翦商：殷周之变与华夏新生》的考古实证探索文明起源……故事性强、叙事轻松的历史科普读物持续受到年轻人欢迎。

《半小时漫画中国史》等图文书更以新颖的表达方式吸引年轻人。“这类图书解读迎合了大众的通俗阅读需求。”广州图书馆文献流通部副主任黄新慧说。

**特征五：网络文学“吸睛”又“吸金”。**

多份研究报告显示，“Z世代”是网络文学的消费主体，他们乐于付费订阅网络文学作品，打赏喜爱的网文作家。

以阅文平台为例，“Z世代”去年在阅文新增用户中占比近四成，人均在读作品数从2023年的28部提升至31部。奇幻、现实生活、轻小说、科幻、历史是增速最快的前5大网络文学题材。

据青年文学评论家孙涛观察，“Z世代”愿意为喜爱的作品“买单”。一旦某个作家或作品（角色）成为个人“偶像”，便会激发强烈的持续消费欲望。

## 读书成了全感官体验

手捧书本静静阅读的场景，越来越多地被数字阅读替代。无论上班路上还是出差旅程，打开手机、电脑或是手持电子书阅读器享受海量书籍内容，是“Z世代”的阅读新常态。

书不仅可以自己“看”，也可以听别人“讲”。大学生程楠最近“沉迷”在B站上看《百年孤独》的解说视频。“面对这一大部头的世界经典，我翻开书好几次都没有勇气看下去，但B站‘up主’的解说视频看了好几个。”她说。

看视频讲书成为一种新的阅读潮流。去年，抖音平台上时长多于5分钟的读书类视频数量同比增长336%，播放量同比增长137%；同时，书评类视频和图文播放量增长135%，累计分享次数增长518%。

“讲书”视频走红的同时也引发了一定争议。一种观点认为，长期以这种“浅阅读”方式读书，会影响读者的理解力。山东大学特聘教授赵德发认为，沉迷于短视频式的阅读，会加速审美体验的即时性与感官化转向，削弱主动思考与解读文本的能力。还有一些业内人士认为，“几分钟带你读一本书”“文改视频”这类阅读模式，容易突破合理使用边界，侵害图书作者的知识产权等。

不过，并非所有人都对此持负面看法。中国新闻出版研究院国民阅读研究与促进中心主任徐升国认为，图书讲解、图书导读的视频和直播，都是广义的阅读。浙江少儿出版社社长郑重也认为，新媒体没有削弱阅读效果，而是在推动全民阅读率提升。

“看”和“听”之外，书还可以“玩”。当当网副总裁张玲发现，年轻人会关注图书链接跳转的同名短剧、漫画，推荐的文创周边、游戏等，纸质图书出现了与之配套的周边“谷子”。

“谷子”，即英文“goods”（商品）的谐音，特指以动漫、游戏、偶像等流行文化元素为主题的周边商品。此外，借助可穿戴设备进入小说场景与角色互动的“VR+小说”模式、扫描实体书触发剧情影像的AR模式等，以其游戏化、互动性强的特点，备受年轻人喜爱。

读书，甚至成为一种新的社交行为。通过豆瓣、微信读书、小红书等平台分享批注、书评，阅读弹幕文化兴起；建立阅读群、寻求身份认同；和读书博主积极互动……阅读与社交靠网络“一线牵”。

“读书不再只是私人的事，‘Z世代’更乐于通过网络平台交流阅读心得。”帆书首席内容官樊登说，“他们在弹幕、评论区非常活跃，享受找到共鸣的兴奋。”

一些“Z世代”读者还喜欢寻找志同道合的“读书搭子”。在微信读书平台，用户可以进行“共情共景”的阅读。

值得关注的是，“Z世代”的阅读选择，容易受互联网榜单、主播“大V”等网络推荐的影响。网络主播直播带货，带火了《额尔古纳河右岸》等纯文学经典；余华、莫言等作家“接地气”的言论经社交媒体传播迅速走红，带动作品销量。

## 读书仍是一件“深刻的事”

抖音旗下的番茄小说，已与全国近400家出版机构达成深度合作。约38万册出版物电子书在此上架，同比增长60%，其中不乏茅盾文学奖获奖作品。番茄平台上已有140余部原创作品实体出版，累计销量突破400万册。

“我们正处于一个重新定义产品形态和行业规则的关键期。”中国出版集团董事长黄志坚认为，出版业的核心是知识传播，不应局限于纸质图书。

面对年轻人图书消费习惯的变化，一些出版界人士认为，出版需要“年轻态”融合发展。

B站跨年晚会的集体狂欢、“哪吒”系列点燃的民族情感、“谷子经济”的蓬勃发展、“拉布布”等潮玩引发的追捧……在上海理工大学出版学院教授丛挺看来，这些文化现象不仅是观察年轻人的窗口，更是出版业破局的契机。

数字技术不仅重塑了阅读行为，也在改变图书出版格局。出版机构利用大数据分析读者习惯，实现精准推送；社交媒体、短视频平台成为重要营销阵地……

“爬山要爬泰山，读书也要读经典名著，要去人类精神的‘顶峰’走一走。”文化学者曹文彪认为，经典作品有助于滋养年轻人的思想情感，提升表达能力。

“深阅读”习惯，可以让大脑“更聪明”。

中国工程院院士、西安交通大学校长张立群说，深度阅读在培养创新思维、提升创新能力方面具有不可替代的作用。读者在脑子里间构建的思维导图，实质上是大脑中神经元突触进行物理重构的过程。这一重构过程促进了知识模块的系统性建构。

面对碎片化信息充斥网络的情况，“深阅读”犹如建造一座“认知防波堤”。

在数字时代，“深阅读”一定要捧起一本纸质书吗？数字阅读能否深入知识海洋？

出版界人士普遍认为，从“读纸”到“读屏”，变化的是载体与空间，不变的是读者对知识的渴望。传统与数字可以兼容。

用“深阅读”照亮“Z世代”的成长之路，是出版业的新使命。

守护思想的火种，开拓精神的疆土。读书，对每个人都是一件值得的事。

（据新华社 记者史竞男、杨湛菲、邓瑞璇、冯源、邢拓）