

大学生数字化阅读现状及特征分析*

陈丹 杨萌 李蒲

北京印刷学院, 102600, 北京

摘要 随着数字出版的风生水起,数字化阅读获得了越来越多的青睐。为了掌握数字化阅读的第一手数据,本课题组连续4年针对首都大学生数字化阅读状况开展了调查。在深入分析2012年大学生数字化阅读现状的基础上,与近年相关数据进行对比分析,以期归纳总结出大学生数字化阅读的特征及其未来发展趋势。

关键词 数字化阅读;大学生;特征分析

信息时代,网络的兴起、多媒体技术的发展以及各种数字终端的出现,给人们的阅读带来了多元化的选择,阅读的内涵和外延大大拓展,在形式和内容上都有了前所未有的变化。由中国新闻出版研究院组织实施的第九次全国国民阅读调查显示,从2008年到2011年的4年间,人们对数字化阅读方式的接触率呈现出逐年攀升的态势,特别是在2009年以后的两年里,增长幅度都在6%左右。可见,数字化阅读已成为一种重要的阅读形式,并快速融入人们的生活。

1 大学生数字化阅读特征分析

为了进一步了解数字化发展对大学生阅读及生活方式的影响,从2009年开始,课题组就对北京城区和城郊不同类别的多所高校展开调研,本次调查主要包括北京大学、清华大学、中央民族大学、北京交通大学、首都师范大学、北京印刷学院、北京石油化工学院、北京建筑工程学院、北京公安大学、北京理工大学在内的10所高校,调研问卷共计1200份,每所学校100份,网络问卷200份,其中有效问卷1005份,有效率为83.75%。通过对4年来数据的对比分析,大学生数字化阅读呈现如下特征。

* 本文是北京市教委面上项目“基于网络媒体的数字化阅读研究”的研究成果。

1.1 数字化阅读逐渐成为大学生主流阅读方式

1.1.1 大学生进行数字化阅读的比例逐年增加

根据2009—2012年首都大学生数字化阅读的调研数据,可以看出,大学生数字化阅读开展比例总体呈上升趋势。如图1所示,2009年只有58%的大学生开展数字化阅读,2012年上升至88%,可以说是一个质的飞越。另外,2009—2010年的增幅尤为明显,这说明2010年是数字化阅读大发展的一年,恰好验证了第八次全国国民阅读调查反映的趋势(2010年数字化阅读方式的接触率增长幅度最大)。

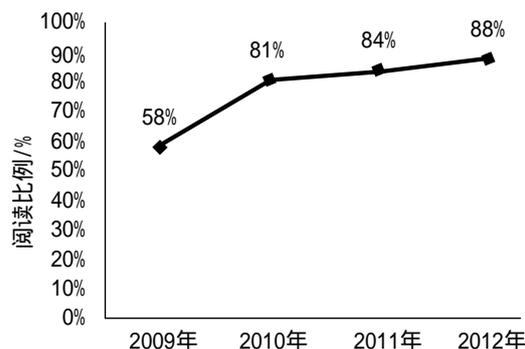


图1 2009—2012年大学生数字化阅读比例

1.1.2 大学生进行数字化阅读的时间逐年增长

根据2009—2012年的首都大学生数字化阅读调研数据,得出近4年大学生进行数字化阅读的时间情况。如图2所示。

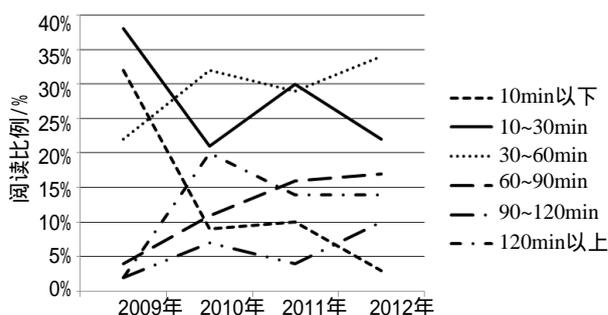


图2 2009—2012年大学生数字化阅读时间

数据显示, 阅读时间30min以下的人群急剧减少, 大学生普遍进行数字化阅读的时间是30~60min, 阅读时间30~120min的人群比例也在逐年上升。可见数字化阅读在生活中所占的时间有所上升。

1.1.3 逾七成未进行数字阅读的大学生愿意未来尝试数字化阅读

调查数据显示, 在12%未开展数字化阅读的调查对象中, 75%的大学生愿意在未来的一年内尝试数字化阅读。可见, 数字化阅读会在越来越多的大学生中普及, 如图3所示。

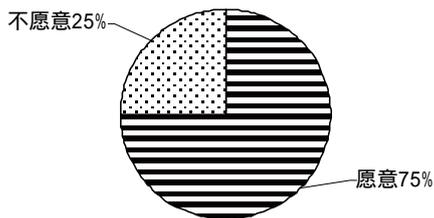


图3 未来一年是否愿意尝试数字化阅读的情况

1.2 获取便利和成本低是大学生选择数字化阅读的主要原因

1.2.1 方便、不受时空限制是大学生选择数字化阅读的首要原因

调查结果显示, 数字化阅读方便、不受时空限制, 为大学生随时随地阅读创造了条件, 成为大学生选择数字化阅读的首要原因。此外, 阅读成本低、信息检索方便、传播更新迅速也是大学生选择数字化阅读的主要原因。如图4所示。

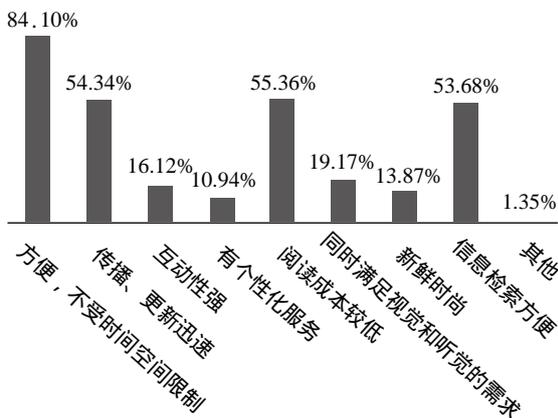


图4 大学生选择数字化阅读的原因

1.2.2 大学生逐渐接受付费阅读模式, 但进行数字化阅读花费仍处于低端

图5是2009—2012年首都大学生数字化阅读的费用情况。整体上看, 大学生进行数字化阅读花费在30元以下的居多, 费用仍处于低端。但是少花费不等于不花费, 从图5可以看出, 免费进行数字化阅读的比例在2012年已经减少, 10元以下花费最多, 10~30元花费呈上升趋势。这说明大学生已经逐渐接受了付费阅读模式, 付费阅读正在走向“春天里”。

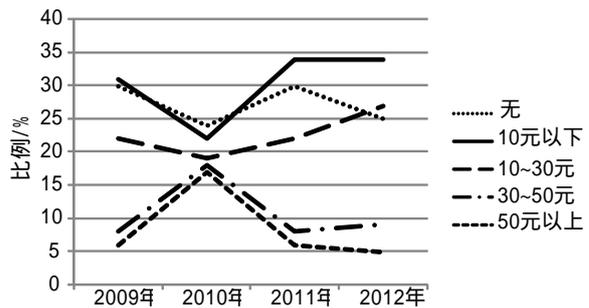


图5 2009—2012年大学生数字化阅读费用

1.3 辐射大、广告多成为数字化阅读发展的瓶颈

1.3.1 辐射大、广告多是大学生认为数字化阅读存在的主要问题

图6数据显示, 大学生认为数字化阅读存在的首要问题是辐射大(占58.29%)和广告多(占56.48%)。与此相印证的是, 对数字化阅读终端存在问题的调研数据显示, 57.95%的大学生认为辐射大是首要问题; 另外, 没有纸质阅读的质感与手感也是他们对数字化阅读终端的主要不满之处, 占比55.13%。如图7所示。

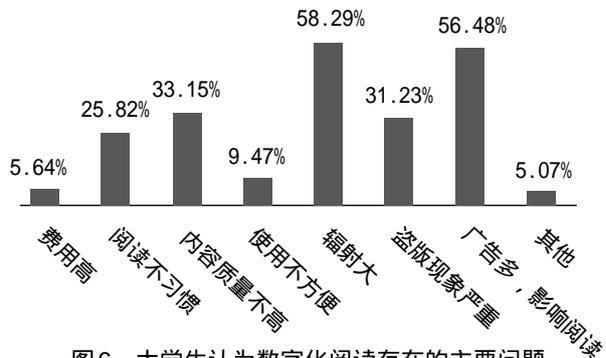


图6 大学生认为数字化阅读存在的主要问题

调查分析

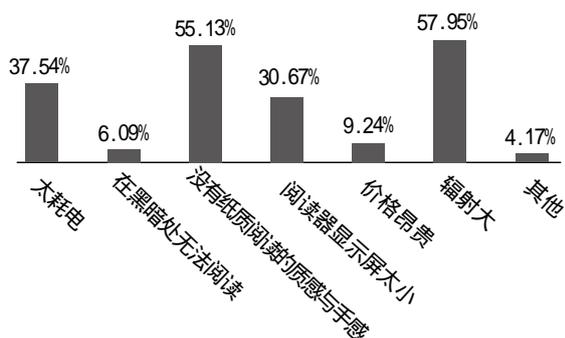


图7 大学生对数字化阅读终端的不满之处

1.3.2 逾7成大学生认为广告影响阅读

对于在数字化阅读中时常碰见的广告,73.62%的大学生认为影响阅读,仅有11.27%的大学生认为广告有助于了解更多信息。这说明大多数大学生对广告持否定态度。如图8所示。

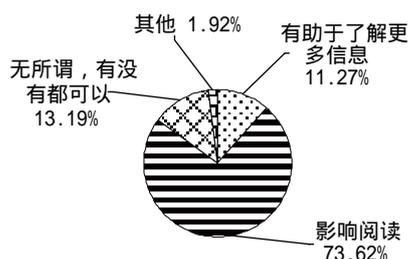


图8 大学生对数字化阅读中广告的态度

1.4 获得资讯、学习、娱乐是大学生数字化阅读的主要目的,但女生更倾向于娱乐,而男生更倾向于学习

调查数据显示,首都大学生数字阅读的主要目的有获得资讯(72.49%),学习(72.15%)和娱乐(71.14%),如图9所示。但男女进行数字化阅读的目的存在差异,交叉分析结果显示,男生进行数字化阅读的首要目的是学习,占比78.2%;女生的首要目的是娱乐,占比80.0%。进一步验证发现男女对娱乐、学习的态度确有显著性差异。

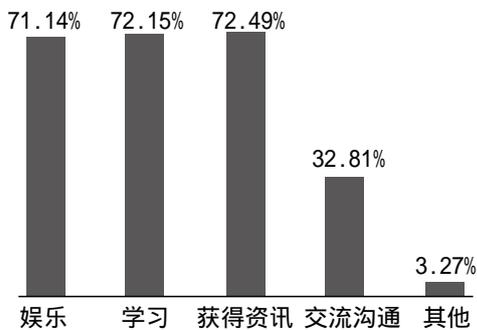


图9 大学生数字化阅读的主要目的

从大学生进行数字化阅读的最喜欢的内容来看,前3项依次为新闻资讯、歌曲、网络视频,如图10所示。这与其进行数字化阅读的主要目的相吻合。男女数字化阅读时最喜欢的内容也存在差异,交叉分析结果显示,男生最喜欢的内容前3项依次为新闻资讯、网络视频、社交信息;女生依次为新闻资讯、歌曲、网络小说。经假设检验,男女对社交信息、网络视频的态度没有显著性差异,但男女在对新闻资讯、网络游戏、歌曲、网络小说的态度上有显著性差异,女生更喜欢歌曲、网络小说,男生更喜欢新闻资讯,这也印证了男女进行数字化阅读的不同目的。

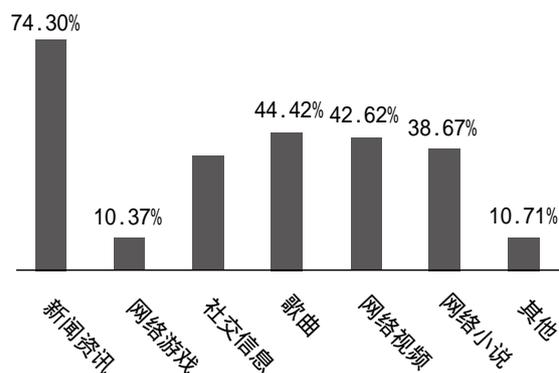


图10 大学生数字化阅读最喜欢的内容

1.5 电子书、网页资讯和微博成为大学生数字化阅读的主要类型,但男生多关注电子书,而女生更喜欢微博

数据显示,2011年电子书销量比往年增长366%,2011年全球电子书产值达到13亿美元的规模,与2010年度相比,增幅达到了68%^[1]。电子书销量的激增从侧面反映了电子书市场蓬勃发展。整体上看,首都大学生数字化阅读的类型主要有电子书、网页资讯、QQ/飞信、微博,如图11所示。但男女对数字化阅读类型的关注程度不同,交叉分析结果显示,男生进行数字化阅读的主要类型按关注程度从高到低依次为电子书、网页资讯、QQ/飞信;女生依次为微博、电子书、QQ/飞信。假设检验结果表明,男女在对微博、博客、QQ/飞信的态度上有显著性差异,且有更多的男生选择电子书。

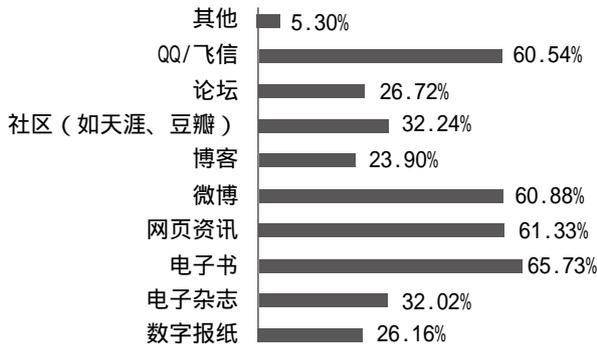


图11 大学生数字化阅读的主要类型

1.6 大学生数字版权意识淡薄

新媒介时代,复制粘贴便捷,一切信息唾手可得。近年来,数字版权纠纷频发也正暴露出数字版权问题亟待解决。图12数据显示,对于盗版问题,仅有13.75%的大学生认为应坚决抵制,表示能够接受的大学生高达73.85%。2008年《鲁东大学学报》对在校大学生的调查结果发现,57.3%的在校生买过盗版书或光碟,88.4%的在校生看过盗版书或光盘、录音带,68.2%的在校生认为不必对买盗版书大惊小怪。^[2]可见数字版权意识淡薄这一困扰数字出版多年的问题在大学生中依然存在。

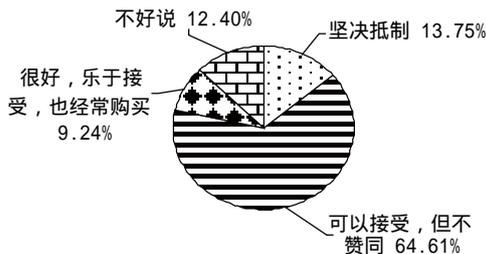


图12 大学生对盗版问题的态度

1.7 数字化阅读软硬件多元化,iPad成为新宠,手机成为第一上网终端

2010—2012年大学生开展数字化阅读依托设备情况如图13所示。整体上看,数字化阅读设备多种多样,但主要还是计算机和手机,且呈现上升态势;从2011年开始,首都大学生手机使用率首超计算机,手机成为第一大上网终端,这与《第30次中国互联网络发展状况统计报告》的统计结果相吻合(在2012年上半年,手机超越台式计算机,成为第一大上网终端)。相较而言,使用MP3/MP4、电子词典的大学生在减少。值得注意的是,

iPad的使用率从2010年的2.09%上升到2012年的13.61%,增长了近7倍,可见iPad已成为大学生数字化阅读的新宠。

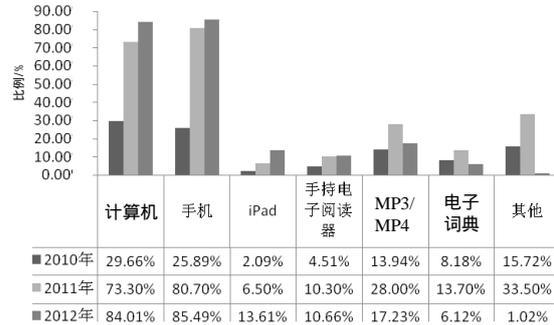


图13 大学生数字化阅读的主要依托设备

另外,大学生数字化阅读使用的系统也呈多元化,超过7成的大学生使用Windows系统,其次是安卓、塞班和IOS系统,如图14所示。目前已有Windows系统的手机和平板电脑,Windows8系统的平板电脑也即将上市,相关软件系统将更加多种多样。

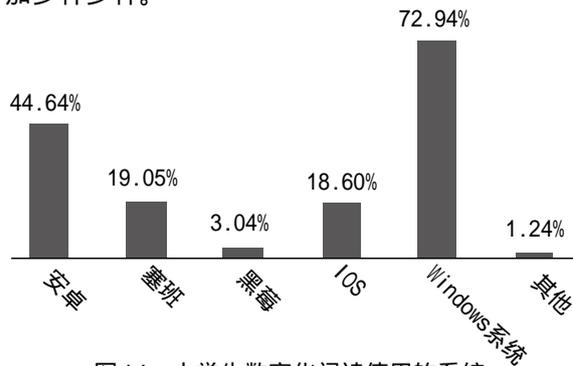


图14 大学生数字化阅读使用的系统

1.8 手机付费、在线付费是大学生数字化阅读的主要付费方式

图15数据显示,通过手机付费的大学生占49.38%;其次为在线付费方式,诸如支付宝、网上银行等付费方式盛行,越来越受到大学生们的青睐,达到29.88%。可见在大学生数字化阅读过程中,网络付费已成为主流,远高于现金付费人数。

2 未来数字化阅读趋势预测及启示

2.1 未来数字化阅读趋势预测

2.1.1 纸质阅读与数字化阅读将共生共长

在多元媒体高度发达的时代,数字化阅读已

调查分析

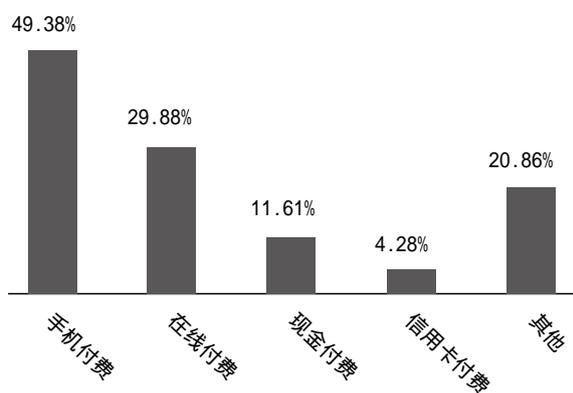


图15 大学生数字化阅读付费方式

成为大学生重要的阅读方式之一,这不仅是一个不容否认的事实,也是一种不可阻挡的趋势。^[3]本次调查数据表明,大学生通过多种媒介进行数字化阅读的时间和次数超过其对相同内容的纸质阅读,其中报纸占据首位(60.2%),其次是杂志(49%),如图16所示。这又一次印证了数字化阅读已逐渐成为大学生主流阅读方式的观点。

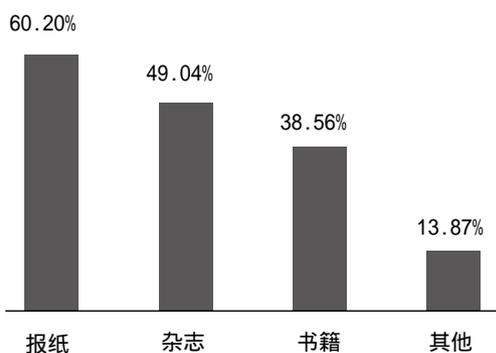


图16 大学生数字化阅读时间、次数超过纸质阅读的媒介

但是,在被问及未来5年中数字出版是否会取代传统出版时,调查结果显示,近80%的大学生认为未来5年内传统阅读并不会被取代。由此可见,传统纸媒在大学生心中所占位置还是很重的。第九次全国国民阅读调查同样指出,有七成以上的读者更倾向于纸质出版物阅读,有11.8%的数字阅读接触者在读完电子书后还曾购买过该书的纸质版。所以,纸质出版物因具有受众群大、阅读舒适性强等优势,多数读者还是对其保持着很深的感情和非常固定的习惯,纸质出版物仍有强大的群众基础。因此,在相当长的时期内,数字出版

和传统纸质出版将共同发展。

2.1.2 人们阅读习惯的改变和新技术的应用将使数字化阅读障碍不断缩小

调查数据显示,阅读不习惯(46.55%)是大学生未进行数字化阅读的主要原因,但随着数字阅读的不断深入,人们的阅读习惯正在慢慢发生改变。据《华盛顿邮报》的调查,当下的年轻人在海量的数字信息中长大。他们不看报纸,却通过搜索引擎看到许多新闻来源;通过掌上计算机接收RSS聚合新闻。^[4]这些年轻人已适应了数字化阅读方式,可以想象,随着他们长大,数字化阅读将成为习惯。

另外,前面的数据分析也提到,大学生对数字化阅读及其设备的不满,也主要体现在辐射强、太耗电、没有纸质的质感等。随着数字出版显示技术、存储技术以及多媒体技术的不断发展,比如基于E-ink的显示技术不断发展,彩色显示、流媒体显示等将有进一步的突破,“联讯读报4.0”技术平台在最接近纸媒效果的原版阅读中,融入了更多的交互和多媒体功能,并实现了个性化定制;裸眼3D技术使得立体视频、游戏、影视等成为现实,目前数字化阅读存在的问题也许会很快解决。数字终端也逐渐网络化、智能化、融合化。电视与网络互联、车联网即将诞生、人机交互设计不断深入、数字出版跨平台应用越来越普遍……所以,随着人们习惯的改变、显示技术和阅读终端的不断升级,有理由相信数字化阅读障碍将会不断缩小。

2.1.3 大学生数字化阅读呈现非碎片化趋势

图17显示,大学生数字化阅读的第一地点是学校,其次是交通工具上和家中。根据阅读地点和阅读目的的交叉分析可以看出,大学生在学校进行数字化阅读更倾向于获得资讯、在交通工具上更倾向于娱乐、在家中更倾向于学习。获得资讯和学习需要整块、大块时间,可见随着数字阅读的不断深入,大学生们已经习惯长时间地利用网络获取信息。另外,由前文图2所知,大学生进行数字化阅读的时间增长,说明大学生进行数字化阅读时逐渐摆脱随意的、碎片化的、快餐式的浅阅读,呈现非碎片化趋势。由前文图5可知,大学生免费进行数字化阅读的比例在2012年已经

减少,10元以下花费最多,10~30元花费呈上升趋势,这也说明数字化阅读对大学生的吸引力不断增加,他们在接受付费阅读的同时,也逐渐愿意花整块、大块的时间进行数字化阅读。综上所述,大学生数字化阅读呈现非碎片化趋势。

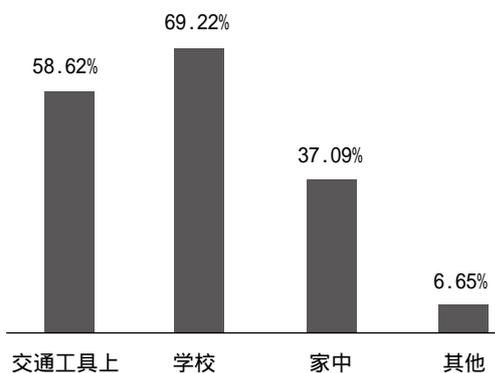


图 17 大学生数字化阅读的地点

2.2 借鉴与启示

2.2.1 注重精品内容开发,加强数字内容网络营销

本次调查数据显示,内容质量不高是大学生没有选择数字化阅读的原因之一,目前许多数字阅读内容同质化趋向明显、原创内容少、盗版泛滥,给阅读带来很多不便,甚至产生消极影响。另外,75.08%的大学生是在网上随意浏览时发现并接触数字化阅读的,自主开展数字化阅读的人群相对不大。同时,有63.92%的大学生是通过搜索引擎发现并接触数字化阅读的,经过朋友或老师推荐的占35.85%。如图18所示。可见,搜索引擎和口碑在数字化阅读推广中所占比例相当大。因此,内容提供商应注重优质精品内容开发,不断扩大目标读者群,同时利用大学生阅读的特点,加强数字内容网络营销。

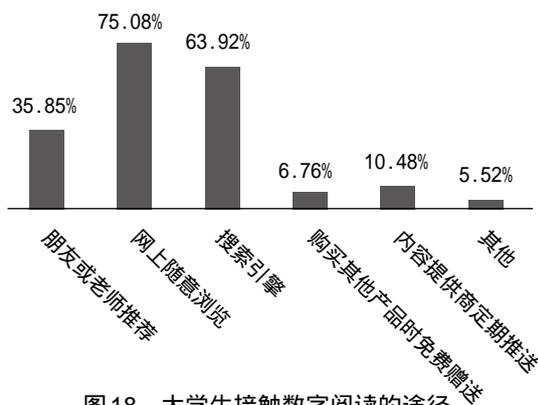


图 18 大学生接触数字阅读的途径

2.2.2 针对不同用户开发个性化的数字化出版物

交叉分析结果显示,不同专业、不同年级的学生进行数字化阅读的目的、主要类型上存在差异,如在数字化阅读的主要类型上,文史哲类、理工农医类、经管类专业的学生更倾向于阅读电子书,艺术类和教育类专业的学生更倾向于阅读微博;在数字化阅读的目的上,大一学生更倾向于学习,大二、大三学生更倾向于娱乐,大四学生、硕士研究生、博士研究生更倾向于获得资讯。前文也指出,男女在数字化阅读的目的、类型、喜欢内容上存在差异,大学生对数字化内容的需求不尽相同。因此,数字内容提供商应根据数字内容的特点,针对不同人群开发不同的数字出版物,进行精准内容的推送,由大众传播逐渐向分众传播和小众传播发展。

2.2.3 大学生的数字出版版权意识亟待提高

数字信息传播方便、快捷,导致版权问题在数字出版业界一直未能得到很好的解决。随着图书、软件等出版方式向数字化转变,传统出版渠道受到了剧烈冲击,控制盗版变得更为困难。前文也提到,大学生数字版权意识淡薄,亟待提高。所以政府管理部门、学校以及出版企业应联合起来,加强宣传,提高全民特别是大学生的版权保护意识,逐步建立起较为完善的版权保护体系,形成合法授权的长效机制,努力降低维权成本,以合法的方式对各种数字化作品进行链接、复制和传播。

参考文献

- [1] 陈德东.电子书销量比增超三倍 数字阅读内容与终端并重[N].通信信息报,2012-06-14.
- [2] 李静.版权意识:离大学生有多远[N/OL].鲁东大学学报,2008-10-16(4)[2008-10-16].http://1du.cuepa.cn/show_more.php?tkey=&bkey=&doc_id=94818.
- [3] 王思根,员立亭.数字化阅读的现状与趋势[J].商洛学院学报,2011(5):83.
- [4] 杨敏.数字时代读者阅读的变化特点及对策[C].//湖北省图书馆学会.新环境下图书馆建设与发展——第六届中国社区和乡镇图书馆发展战略研讨会论文集(下册),2007:483.
- [5] 四分之一的读者阅读电子图书[EB/OL].[2012-04-24]http://www.deyinxiang.org/web/c_000000020003/d_4701.htm.