

未来已来，短视频阅读让好内容“大众化”

卫中

击穿传播壁垒，让专业知识触达更多受众

相比以文字为主的知识传播形式，短视频更为直观、易懂，打破了知识在传播和接收中存在的固有壁垒。同时，短视频的点赞、分享、评论、弹幕等功能有着较强的社交属性，进一步扩大了知识传播的受众范围。

据《2022 抖音知识年度报告》显示，2022 年抖音知识类内容继续呈增长态势，发布数量增长 35.4%，知识类创作者单月直播场次增长 72.7%。越来越多不同领域的知识创作者加入，就连诺奖得主、院士、教授等也迅速掌握这种新的媒介，成为抖音上的专业知识传播者。2022 年，有 45 位院士、4 位诺奖得主在抖音分享科学理论和研究成果；抖音上认证的教授更是接近 400 位。著名的海洋地质学家汪品先便是其中之一位，曾经主编《十万个为什么》海洋分卷的他，对抖音发起的《十万个为什么》视频化项目十分认可，“现在科普的形式不断地改进、创新，短视频也是一种新品种，但这种品种非常有效，我算是体会到了。”

中国科学院院士、中国植物学会理事长匡廷云曾表示，网络传播、新媒体传播已经成为主流，科普和科学传播应该顺势而为，尽快融入到这样的传播方式中去。网络传播形成一个影响巨大的新型媒介系统，改变着人们的交往方式和思维方式，围绕如何利用网络传播的优势，探讨在新媒体时代创新科普传播方式，丰富科普传播内容，对促进科普事业发展是十分有益的。

作为习惯与文字打交道的文化学者，华东师范大学历史系教授许纪霖对知识的传播媒介从文字转向短视频的态度是开放和包容的。“网络新媒体出现后，我个人始终是一个参与者和陪伴者，和年轻的学生们一起玩，体验他们喜欢的事物，这也是一种新的尝试”，许纪霖表示。

严肃文学在短视频里也能找到自己的读者。知名作家止庵也在抖音上开设账号，把自己多年阅读沉淀为一条又一条视频，向观众讲解陀思妥耶夫斯基、毛姆、老舍、张爱玲、川端康成……对于文学和短视频的差异，止庵认为“形式不太重要”，用文字去讨论文学和用短视频去传播文学，形式的确不同，但没有绝对的优劣。

读书类短视频升温，兴趣驱动下的图书“种草”

清华大学新闻与传播学院、中国科

短视频等新的媒介形式的兴起，极大地改变了信息传播和知识获取的方式。大众对信息和知识多样化、全方位、高层次需求不断增长，短视频知识风尚正在不断深化。正如清华大学传播学院院长、教授陈昌凤指出，短视频扩大了大众的非正式学习空间，让知识传播变得生活化。华东师范大学中文系教授倪文尖同样认为，短视频以一种“直给”的视觉文化方式来传播知识，可能激发更多更广的好奇心和求知欲。

可以看到，越来越多科学文化知识，精深甚至晦涩的专业话题，通过短视频平台触达了前所未有的广泛人群，“读书”这件事也前所未有地和“短视频”密切相关起来。《2023 抖音读书生态数据报告》显示，时长超过 5 分钟的读书类视频发布数量同比增长 279.44%，读书类视频播放量同比增长 65.17%、收藏量同比增长 276.14%，直播观看人次同比增长近一倍。而仅在 2022 年抖音电商图书销量就达到 2.5 亿单，众多老牌出版机构纷纷转型入局短视频领域。难怪华东师范大学国际汉语学院教授毛尖坚定地发声：“短视频，就是这个时代的形式。”



学报社发布的《知识的普惠——短视频与知识传播研究报告》曾指出，短视频时代，通过将知识传播即时化、知识呈现人格化、隐性知识显性化、复杂知识通俗化，拓展了“知识的边界”，也给知识生产本身带来变化。短视频让知识回归本源，重新以口语化、生活化的形式进行生产和传播，使大众能够广泛地参与到知识生产和传播中来。

值得注意的是，聚焦“读书”的知识类短视频热度持续升温。一方面，优质书籍通过短视频的“放大”，进入更多读者视野。大量用户被读书类短视频“种草”，完成从了解书籍到产生兴趣，再到

阅读书籍的全过程。另一方面，以兴趣驱动的短视频内容推荐机制，将专业知识的需求与需求快速匹配，使知识生产者“按需生产”，知识的需求者“学以致用”。例如心理普及类读物《蛤蟆先生去看心理医生》，讲述了“蛤蟆先生”通过心理咨询改变了精神状态的故事。这本书早在十年前就已经出版，累计销量仅 2 万册，却在 2020 年 9 月凭借 90 后姑娘小嘉在抖音上发布的一条 50 秒的推书视频，获得了单日销售超 3000 册的佳绩；随后三年，它总共加印了 41 次，总印量突破 400 万册。这本已出版十年的老书的逆袭之路，靠的正是短视频的助力，让

优质内容“复燃”，不仅为出版社带来可观的收益，更为数以百万计的读者带去治愈的力量。在小嘉的视频下，一条“我想知道无数次去看心理医生，但是没有勇气”的评论，收获了很多网友为她留言打气；另一条建议小嘉多出一些介绍心理学书籍的评论，也被网友纷纷点赞。

读书类短视频扩大了知识受众，同时带动了图书消费。据《2022 抖音电商图书消费数据报告》显示，抖音电商将 2.5 亿单图书送到读者身边，其中人气最高的图书是迟子建的《额尔古纳河右岸》，仅东方甄选“知识带货”，便带动该书销售数十万册。而出版机构也越来

长短之争与深浅之异，需要更宏观的思考

钱翰（北京师范大学文学院教授）



我们要站在唯物主义的角、从社会整体层面，分析深阅读和浅阅读的问题。

短视频往往对人们的视听感官有着较强的刺激，有人担心这种特性会降低人们的理性思考能力。但我始终有一个观点：人的理性是薄弱的，感性是深刻的。就像中国古代读书人讲的“读书明理”是理性，“变化气质”是感性，对于人来说，感官是最根本、最核心的，不能只重视理性，而忽视了感性经验，人类理性所要达到的目标恰恰是感性。如今人工智能的计算水平已经超越人类，但仍然没办法像人类一样通过眼耳鼻舌身意去全面地感受这个世界。所以，对于短视频这类新内容、新形式，我认为需要持续观察，不要过早地去做价值判断。

短视频的文艺空间是非常丰富的，不仅有搞笑的、通俗的，也有大量知识类的。有些观众不愿意阅读大段文字，而知识类短视频满足了观众“看”的欲望，以画面的形式呈现内容。例如小约翰·汗等知识类视频创作者，运用视觉上的图片、视频剪辑来辅助文字内容的呈现，视频本身满足创作者自我表达意见和被听到的欲望，视频的即时评论功能同时满足观众的参与感。

谈到阅读方式的转变，我们缺少一个维度：从唯物主义的角来思考问题。这是什么意思？就是说我们今天谈到阅读的变化，很多人觉得阅读变浅了、变碎片化了，阅读的质量似乎下降了，但是如果我们从西方启蒙时代来

看，那时候欧洲的文盲率至少 90%，没几个人识字，而对应那个时代的中国，文盲率至少也有 80%，可以说在过去那个时代几乎不存在阅读的概念。

回到当下的中国，不少人认为大学生整体阅读质量似乎有一点下降，大家更喜欢浅阅读了，或者说深刻的批判性阅读变少了。但另一方面我们要看到，当下大学生的数量在增加，也就是说，上世纪八九十年代的大学生数量占当时整个青年人口的比例可能不到 5%，而现在的比例可能已经接近 30%-40%。因此，从整个青年人口来说，实际参与阅读的人多了。此外，以前很少有人“我小的时候是喜欢读书的人”，因为家里没有书，也买不起书。比如我的父辈，那一代人很少读书，不存在阅读习惯，连浅阅读也没有，更不要谈深度阅读。所以，我觉得，要从整体阅读人群的角度来看深阅读和浅阅读的问题。

虽然很多人认为当下人们的浅阅读比例更高了，但从我个人十几年的大学教学经历来看，长期来，学生们的论文水平还是提高的，且人文学科及其相应的科研能力，从整体来说比以前还是进步的。这说明什么？说明学生们阅读能力、思考能力并没有真的下降。

这实际上是一个知识的普及化过程：我们站在大学学者的角度来看，实际上是大众“声音”越来越来。以前这些大众几乎发不出“声音”，现在他们通过浅阅读也能发出一些“声音”，发挥自己的影响，因此不能说深阅读在减少。比如在出版行业里，虽然很多书单本的销售量变小了，但出版的总量变大了。所以，不能只是站在大学校园或大学学者的角度简单地来看深阅读的问题，而是要在考虑大量的基层民众的阅读需求的前提下来说。

我还发现，很多传统意义上的体力劳动者也参与到短视频创作和知识学习中来，他们甚至对一些相对较为严肃的知识类视频很有兴趣，这一发现，对比我们父辈或上世纪八九十年代总体阅读水平而言，是多么不可想象！

越将经营重心转移到短视频平台，例如人民文学出版社，2018 年入驻抖音，2021 年开始直播带货，2022 年形成稳定的抖音矩阵。人民文学出版社在起步阶段就实现了平均三小时直播带货万余元，短视频单条收获 10 万赞，还策划出 11.1 亿次点击量的超级抖音话题，引爆百万册图书销量。

短内容也需深加工，短视频助推读者多维思考

有人担心，短视频的时长限制

出版领域持续发力，短视频让好内容更快地触达大众

姚映然（上海人民出版社副总编辑、世纪文景总经理）



过去几年，互联网和移动互联网的日到达均在猛增，而电视、广播、纸媒却呈现明显的下降态势。新媒介的触达能力异常强大，短视频和直播带货的高真实性、高互动性同样掀起了新消费的浪潮。短视频电商也在大众阅读市场崭露头角。

我们观察到，短视频和直播帮助数以万计的读者更直观地了解图书内容，且更便捷地下单。根据开卷的数据统计，2022 年，短视频电商的销售码洋增长了 42.86%，整体已经与实体书店渠道基本齐平，短视频电商占 16.4%，实体书店占 15.3%。值得注意的是，实体书店是用 148 万个品种图书种换来的这些份额，而短视频电商只用了 5.7 万个品种。必须承认的是，短视频已经成为出版社新书宣发的重要渠道。现在，我们至少可以得出阶段性结论：短视频电商虽然在总体图书零售市场占比不大，但增长十分迅速。

同时，跟实体书店或者其他渠道相比，短视频电商的开发潜力十分可观。抖音电商图书消费数据显示，2022 年，抖音电商全年销售图书 2.5 亿单，图书带货直播的总时长达 874 万小时，图书挂车短视频的总播放为 712 亿次，直播和短视频带动的图书 GMV（商品交易总额）同比增长分别为 44% 和 41%。抖音平台上的年轻人购书热情高，其中“00 后”购买图书的数量同比增幅

和娱乐属性，会限制人们的知识获取程度，仅停留在“泛”和“浅”的层面。对此，北京师范大学文学院教授钱翰认为不然。他表示：“短视频的文艺空间是非常丰富的，不仅有搞笑的、通俗的，也有大量知识类的。有些观众不愿意阅读大段文字，而知识类短视频满足了观众‘看’的欲望，以画面的形式呈现内容。”相比文字，短视频丰富、直观的视听效果，更加方便受众对内容的理解。

知识类视频的创作，看似简单，实则不易；读书类视频更是时长虽短，但内容不浅。因为把文字转化为视频的过程，往往需要对原有知识和内容进行“增厚”。例如名为“1379 号观察员”的抖音创作者对《百年孤独》的一系列拆解视频就广受网友好评。对于许多人来说，这本拉美魔幻现实主义著作是“难啃的硬骨头”；错综复杂的故事线里夹杂着巨大的文化差异，陌生的拉美历史和宗教典故，却被“1379 号观察员”用动画连续剧的形式给讲了出来。

这类对经典著作进行二次创作的视频，显然不是部分人观念中的“浅阅读”，而是根植于深厚的知识内容之上。为了把长达 26 万字的长篇著作转化为动画连续剧，“1379 号观察员”查阅参考了大量书籍，如《拉丁美洲被切开的血管》《没有人写信给上校》等，以及大量外文资料，还有超过 50G 的纪录片，撰写了超过 8 万字文案，最终形成长达 3.6 小时的系列视频。创作者本人表示希望通过短视频的形式搭一把“阅读的梯子”，让大众拾起散落在不同地域璀璨的文学明珠。

此外，一本好书，往往会吸引来自不同创作者、不同视角的分享和解读，近期登上“抖音好书榜”的《翦商》就很有典型意义。《翦商》从现代考古文献出发，重述了华夏文明的萌生与转型，在学术界引发众多关注，各路短视频达人也参与到《翦商》的解读，如“安森垚”分享《翦商》书中对《周易》的新解，历史达人“小路歌”结合考古发现解释《翦商》中提到的人祭，甲骨文达人“李右溪”通过甲骨文分析文明更迭，知识达人“吕宸”则带大家重新理解商周时期的占卜和卦象……这些短视频逻辑清晰、叙述细致、节奏适宜，汇成了一本更为生动的《翦商》，大为丰富了读者的视野，也不失为一场有深度的集体学习。

短视频就是这个时代的形式

毛尖（华东师范大学国际汉语学院教授）



作家毕飞宇说过一句话很有道理：现代小说发生后，三十万字就应该是小说的天花板。为什么呢，因为时空变化了。这是一个“读秒时代”。以前，我们从上海到北京，火车要开一天一夜，我们等恋人的信，一个星期，很正常，后来，列车提速，三天信不到，死期。再提速，12 个小时。然后有 BP 机。然后有手机。然后有微信。微信后的度量衡还可能是以前的度量衡吗。一个微信过去，一天没回，基本可以分手了。所以，在爱情“秒回”的时代，三十万字足够了。

三十万，三万，微信上看到三百字，就已经是长篇。影像也是，八十集电视剧，八分钟就可以看完，短视频之短，其实是时代之短，只是专家学者们担心人类就此会失去长阅读能力。

但我不同意这样想。坦白说，作为一个短视频“服用者”，我也没想过以人文学者的调门批评短视频。我承认我在短视频上花费了很多时间，但我始终坚定地认为，短视频，就是这个时代的形式。虽然这个形式本身可以被批评，但用碎片化阅读、短注意力经济等来批评短视频也实在太容易，说到底，时代的选择总有其强劲的理由。

詹姆斯伍德有一个词，用以批评当代小说，叫“歇斯底里现实主义”，他把扎希史密斯的《白牙》，鲁西迪的《她脚下的土地》，还有托马斯品钦的《梅森与迪坎逊》，还有华莱士的《无尽的玩笑》放在一起批评，他说这些小说都像永

动机，“充满了非人的故事，人物不是真正的活人，不是完整意义的人。”伍德的批评是否准确另说，不过，我赞同伍德的一点是他对这些文本的“歇斯底里状态”的抓取。

某种程度上，这个“歇斯底里现实主义”，已近乎是当代宇宙的运行法则。文艺逻辑更如此，看看我们的影视剧，就是不断地制造爱情事故，你事故我事故他事故，结束之后再来一轮大中小型各款事故。刑侦剧也是，一个嫌犯整不出新戏，那就再拖一个嫌犯进来，这种游戏式扩句，构成今天的全部语法。而短视频是什么？短视频不过就是把时代的这种歇斯底里结构用最简洁的方式揭示出来，它们快速地把过程抽干风干，所以短并不是真正的问题。

短视频，作为一种文化胶囊，我也不觉得会必然引发注意力涣散。再说了，长和短，已经需要被重新定义。AI 时代的阅读，GPT 整理给我们的阅读任务，都是巨无霸的，即便是整本阅读，在 AI 时代，也不过是海量一粟的碎阅读。而从研究的角度看，我们也不能再用传统的视野去看短视频。相比长视频、长阅读来说，很多人会觉得短视频就是浅阅读，但实际上短视频带来的不一定就是浅阅读，《甄嬛传》里的某些经典台词，在短视频里不也被无数用户理解和创造出了几十种意思，甄学十级，不也是在短视频里发生的吗。

所以，我是愿意站在危险的位置上为短视频辩护。不管怎样，短视频里藏着这个时代的灵魂。全世界短视频创作者联合起来，未尝没有时代美学的新可能，我们也可以想想，如果没有短视频，工地小天鹅，田间舞者和歌手，也不会进入全国人民的视野。

“多任务打开”的阅读新时代，极短主义带来的新狩猎阅读，我们用不着在新时代刚刚发生的时候，就慌不择路地进行围剿吧。而说到底，这个时代还能带着人文研究者一起玩，就比任何其他巨变时代都仁慈很多。