

文艺深一度

在声音里,阅读有了新模样

□宋强



“耳朵经济”不仅是一种数字经济新业态,更是驱动文学创新、出版升级、文化普惠的重要引擎,是互联网条件下新大众文艺的新开拓——它以声音为桥梁,让文学走向大众,让阅读融入日常,让文化滋养心灵

“十四五”规划纲要提出,要“繁荣互联网条件下新大众文艺”。其中“互联网”与“新大众文艺”两大关键词,着重强调了由网络与信息技术发展催生大众广泛参与的新型文艺形式。2026年,《全民阅读促进条例》正式实施,条例强调“国家鼓励促进全民阅读的新技术、新载体、新设施等开发与应用,支持利用信息技术开展全民阅读推广活动,扩大全民阅读推广活动影响力”。“耳朵经济”作为信息技术与文艺传播深度融合的产物,既是“互联网条件下新大众文艺”的重要组成部分,也成为推动“全民阅读”向“全时阅读”“全域阅读”拓展的重要力量。

声音传播方式与阅读场景日趋多元

在中国传统文化中,文学便有借助声音进行传播的传统。《毛诗序》有云:“诗者,志之所之也,在心为志,发言为诗。情动于中而行于言,言之不足,故嗟叹之,嗟叹之不足,故咏歌之,咏歌之不足,不知手之舞之,足之蹈之也。”这一论述阐明了诗、乐、舞同源的艺术发生机制。而后世传承至今的诸多文学形式,同样与声音传播相伴相生。尤其在发展到宋词阶段,其主要功能亦是用以歌唱。在当代,广播电台的兴起为文学作品的传播提供了新的途径,许多经典借助广播走进千家万户。路遥的《平凡的世界》第一部出版时首印仅三千册,反响有限;而经由中央人民广播电台“长篇联播”节目播出后,当年听众便达3亿之多。正是作品深刻的时代内涵与真挚的人文力量,叠加广播的广泛传播力,才让它最终成为家喻户晓的文学经典,总销量已突破1800万册。

当下,随着传播方式日益多元,电台的使用场景发生了根本变化。2025年的相关数据显示,汽车拥有量骤增让广播听众特别是城市听众大量回归,私家车听众成为移动听众的重要组成部分;而且广播媒体也在充分挖掘移动媒体、伴随媒体的优势,通过车载移动等平台延伸、拓宽传播通路,以契合用户伴随化的收听诉求。互联网条件下,声音传播借助移动端出现复兴之势。2025年11月,全国编辑出版学名词审定委员会将“耳朵经济”等列为2024-2025年度中国数字出版领域热词。所谓“耳朵经济”,就是以音频为载体,通过有声书、播客、知识付费、广播剧、音乐、直播等形式,满足用户信息获取、情感陪伴、娱乐消费的产业生态。它以音频为核心载体,依托智能手机、智能音箱等移动终端,打破了传统阅读对视觉的依赖和时空的限制,让大众能够在通勤途中、运动健身、家务劳动等碎片化时间与多元场景中,更加便捷地获取信息、享受故事、聆听知识。它的受众包括各个年龄段,从儿童到老人,从学生到职场人士,而且听书相对文字阅读而言门槛较低,对阅读的普及起到重要推动作用,成为书香社会建设的重要方式。从内容获取来看,有声平台主要搭载于日益普及的智能手机,城乡居民均方便获取。且很多有声平台采取免费或低价方式,有利于打破数字鸿沟,让经典著作、精品内容触手可及,这也成为公共文化服务的重要方式之一。此外,有声平台广泛激发了用户的创作潜力,让“人人皆可为主播”成为现实,用户可随时上传自己朗诵的作品、制作的对话节目,不断催生新的艺术形式。

有声书满足不同读者多元需求

有声课程、好书精讲、通识播客,让优质知识内容

以较低成本触达亿万人,对提升大众认知与文化素养起到重要推动作用。用户通过对文学经典、艺术赏析、哲学历史等音频内容的学习,可以滋养精神、提升品位、温润心灵,不断提升自身审美和文化素养。可以说,“耳朵经济”的内容生态日益丰富多元,精准对接了不同群体的精神文化需求,极大地提升了时间的利用效率,也让知识传播突破了时空限制。中国音像与数字出版协会发布的《2025年中国有声阅读发展报告》显示,2025年我国有声阅读市场营收规模达134.35亿元,同比增长8.61%;有声阅读作品总量约为2342.61万部,相比2024年,增长了14.47%;我国有声阅读用户规模约为6.17亿,占数字阅读用户的比重接近90%,显示出有声阅读在数字阅读领域的广泛普及与深厚基础。

有声书是目前“耳朵经济”的核心传播载体之一,其中影响力较大的平台包括喜马拉雅、番茄畅听、蜻蜓FM、荔枝FM、懒人听书,以及传统电台开发的云听FM、听听FM等。我国首部有声读物领域国家标准于2024年10月1日起正式实施,这有助于推动标准体系的完善,促进有声读物精品创作和传播及行业高质量发展。

当前,有声书行业呈现出内容多元化、竞争白热化等特点。头部企业凭借丰富的内容资源、强大的技术实力和良好的用户体验,占据了市场的主要份额。其中,喜马拉雅覆盖个人成长、历史人文、亲子情感、商业财经、网文娱乐等多元内容;番茄畅听则以网络文学作品为主,同时涵盖了音乐、短剧、相声评书、漫剧等其他艺术形式;云听FM依托中央广播电视台总台多年积累的有声书资源,显示出独特的竞争优势;听听FM依托北京广播电视台各个频道的资源进行开发,也形成了独特的内容优势。在有声书平台,用户已经养成付费使用的习惯,音色音质优良、内容丰富、价格适宜、操作便捷、功能齐全成为用户考虑的主要因素。

如果说上述这些听书平台面向的是大众用户娱乐需求的话,知识付费平台则主要服务用户的技能提升、知识积累、开阔视野等需求。目前主要的有声知识付费平台有得到、樊登读书、三联中读等。得到平台汇聚了众多行业专家资源,对内容进行严格的品质把控,平台上的内容每节课时间约10分钟,便于用户在通勤、睡前等碎片时间收听,同时配备高品质电子书等资源,形成完整的产品矩阵。樊登读书主要挑选的是通识教育、商业思维等需要深度阅读的图书,目的在于给职场人士、终身学习用户知识引导和提升,满足用户思想上的需求。三联中读采取的是“去中心化”的运营方式,它的内容主要是人文社科、历史文化,一般邀请高校学者、学术权威等作为主讲人,用户主要为人文爱好者、知识分子群体。

播客打开声音传播的新篇章

随着数字技术的发展,播客作为“耳朵经济”的新方式应运而生。播客革新了传统的声音创作模式。电台节目是由媒体单位集体制作完成的,而播客是由个体形式打造的个性化内容,制作者身份、节目类型、受众群体变得更加多元,日渐成为大众喜闻乐见的一种传播方式。很多播客的主理人专业性很强,探讨的话题囊括经济、社会、文化、历史、文学等各个方面,其精品内容多是经过认真思考、精心剪辑打磨形成的。目前受欢迎的播客,大部分时长都在100分钟左右,

长的多达180分钟。思想含量较高是其重要特征,制作者、用户多是有一定知识水平的人,有效抵御了信息拥挤、碎片化带来的思维浅表化问题。从创作主体来看,很多播客创作者过去从事微信公众号的写作,对他们而言,播客的出现增加了新的声音传播渠道。还有的创作者则是从视频平台转来的,他们将视频内容进行拆解,同步以视频、音频两种方式呈现,以满足用户的个性化需求。创作者将他们在其他平台前期积累的内容资源、运营经验、用户资源,成功迁移到了播客平台。从目前活跃的平台来看,播客主要集中于小宇宙、喜马拉雅、苹果播客、网易云音乐、QQ音乐等平台。

播客有几个特点值得关注:一是区别于传统的电台节目单向输出模式,它是以用户为中心来设计,把经过剪辑的节目挂在专辑里,让读者拥有自己挑选收听的选择权,同时将单期节目设计成节点收听模式,标记出每个时间段的话题,让用户不用从头到尾按顺序播放,而是可以随时跳转;二是团队协作模式,一般由1名到3名主播作为主理人,配有专门的团队负责后期剪辑、加工;三是声音与文字相得益彰,在页面上对专题、单期内容进行详细介绍,同时附上延伸阅读推荐书目;或是以精品内容为核心进行运营,吸引广告商投放,打造新型商业模式。

小宇宙作为时下热度最高的播客平台之一,集中有如岩中花述、东腔西调、文化有限、随机波动等活跃账号。其中鲁豫的播客“岩中花述”从2022年开始运营,目前订阅人数已超过368万,单期节目最高播放量超过540万次。播客“西西弗高速”由主播“行车记录仪”和“高速日记”二人主理,致力于“用更多公共视角观察当代生活和泛文化现象”,每期节目里都会附上书籍推荐,让读者在收听之余可以拓展自己的阅读范围。

很多出版机构也纷纷开通播客,如人民文学出版社和中信出版社。还有很多作家也开通了个人播客,内容多为对文学作品的解读,有时也会邀请一些嘉宾进行对谈。从最初的兴趣使然,到如今逐渐形成规模化、专业化的产业形态,播客正以其强大生命力,成为“耳朵经济”中最具活力和发展潜力的增长点,持续书写着声音传播的新篇章。

除了传统的文字作品向音频传播提供丰富内容外,当前很多作品正通过音频方式首发,继而转化为图书、影视剧等作品。如根据同名播客内容整理出版的图书《岩中花述》很受欢迎,实现了版权内容的充分开发,成为近年来跨界融合发展的典型案例。少儿科学侦探作品《神探迈克狐》,在喜马拉雅平台首发后,音频播放超过52亿人次,继而从音频延伸到图书、舞台剧等其他艺术形式,同名图书销量已超过800万册。

“耳朵经济”也将深刻改变作者的创作方式。对创作者而言,不仅要重视文字的价值传递,更要考虑声音转化的可能性,让文字更接地气,更具温度、情感感染力,推动文学回归“讲故事”的本源,让创作更加贴近生活、贴近群众、贴近现实。我们应当看到,“耳朵经济”不仅是一种数字经济新业态,更是驱动文学创新、出版升级、文化普惠的重要引擎,是互联网条件下新大众文艺的新开拓——它以声音为桥梁,让文学走向大众,让阅读融入日常,让文化滋养心灵。

(作者系《中国出版传媒商报》社长、总编辑)

书林漫步

作为中国电影的一支重要力量,陕西电影是中国电影发展史上的一道亮丽的风景线。一方面,西安电影制片厂作为重要制片中心,曾为新中国电影事业的发展作出卓越贡献;另一方面,以陕西电影为典型代表的中国西部电影曾在20世纪80、90年代缔造了中国电影的高光时刻,创造了享誉世界的电影佳作。张阿利教授的《陕西电影图志》精选了100部陕西电影,以图文并茂、史论相结合的方式撰写百年陕西电影发展的历史图景和影像记忆,兼具历史的纵深感与空间的延展性。

《陕西电影图志》以文本为锚点,串联百年陕西电影的历史演进、空间变幻、美学嬗变与风格流变,建构起电影史、作品史、图像史三维一体的电影发展史学脉络。“以图证史”“左图右史”的编史体例,不仅清晰勾勒出陕西电影的整体轮廓,更在纵横维度上侧写了百年中国电影史的审美流变。从黑白到彩色,从纪实到魔幻,从胶片到数码,不仅镌刻着中国电影历史发展中的技术变革,也铭写着陕西电影自1938年延安电影团以来,沧桑巨变、筚路蓝缕的时代印记和光影记忆。图像与剧照是无言的证词,它记录了历史,也彰显了历史。如在每部影片的解说中,编者将四五张剧照穿插、镶嵌于文中,并配有解释性的文字,引领读者进入文本的故事情境、叙事场域与时代语境之中,将不同影片追求的镜头风格、美学特征、艺术理想等借由图片一览无余。珍贵的图像留存和影像记忆,也令该书具有重要的文献价值。

陕西电影是中国电影的重要组成部分,也是民族电影历经传统与现代、旧与新的转型与流变结晶的典型样态,不同影像文本彼此勾连、交织互文,共同构成了中国电影民族化书写与地域化发展的影像审美共同体。陕西电影所展现的武侠叙事、剧影互动、地域诗学、历史传奇等创作传统,与中国当代电影的艺术追求、美学探索、类型创新同频共振,彼此共享一套价值系统与观念体系。该书的编排体例以每部作品的基本信息、剧情介绍、影片短评为主体结构,从整体上勾连起第一代西影人的拓荒之作、“十七年”电影、改革开放以来经典西部电影、新西部电影、西部少数民族电影、丝路题材电影等各历史阶段的重要影片类型,展现了当代中国电影发展的主流片种与艺术成就。

纵览百年电影史的流光溢彩,离不开一部部影片的光影留存与历史记忆。《陕西电影图志》可以说是写给陕西乃至中国电影的一封深情书简,而随后即将出版的系列丛书:《陕西电影人物志(百个)》《陕西电影事件(百个)》《陕西电影机构(百家)》更以一种宏观视野与微观史学交织的学术架构,体现了编者宽广的史学视野,为构建陕西电影自主知识体系搭建起整体框架与完整逻辑。值得一提的是,该书摒弃了传统电影作品读解和赏析的固有范式,也摒弃了理论文章“掉书袋”的窠臼,而是以微短评的形式切中当下时代脉搏,以作品为抓手,图文并茂、述论结合,在微观视角中实现对电影的宏观审视与整体观照,短评写作亦尽显扎实的学术功力。

该书为电影史的编撰提供了一定参考,对陕西电影的普及和传播产生重要影响,也为中国电影史学建构与理论创新带来重要启示。

(作者系西北大学文学院副教授)

北京国际电影节·第33届大学生电影节启动

本报讯 4月18日,第33届大学生电影节启动仪式在京举行。本届电影节以“以电影,致青春”为主题,设置主论坛、青年影评人论坛、青年电影人论坛、国际青年学者论坛、“光影青春”优秀国产影片推选、大学生原创作品推选、“青石计划”创投会、“两岸青年影人交流工作坊”、“南国电影周”等一系列活动。

其中,“光影青春”优秀国产影片推选单元,共征集到154部国产影片,最终遴选出33部“光影青春”优秀国产入选影片及10部“纪录·动画·戏曲”特别推荐单元影片。影片将在中国电影资料馆等影院进行线下展映和映后交流,并于第33届大学生电影节“青春之夜”荣誉盛典上揭晓“最受大学生欢迎年度影片”等8项荣誉。

在“时光的路与行路的人”特别致敬环节,北京师范大学资深教授、中国文化国际传播研究院院长、北京大学生电影节创始人黄会林深情回顾了1993年创办大影节的初心,讲述了一代代电影教育工作者如何支撑起属于大学生的光影舞台。电影导演霍建起分享了自己在在大影节获得人生第一个导演奖项的经历,感慨大影节给予青年创作者“被看见的机会”和“坚持前行的信心”。

活动现场还放映了本届大学生电影节开幕影片《红闪电》。影片讲述了30岁马术骑手向飞与12岁女孩达达以一匹名为“红闪电”的马为媒介,互相治愈、共同成长的温暖故事。

2026金鸡艺术电影展在上海交大启幕

本报讯 4月19日,由中国影协、上海交通大学、上海电影(集团)有限公司共同主办的2026金鸡艺术电影展开幕式在上海交通大学闵行校区举行。

中国影协分党组书记、驻会副主席邓光辉表示,此次金鸡艺术电影展恰逢上海交大建校130周年,上海交大作为科技创新和人才培养高地,为电影艺术的创新发展注入动能。金鸡艺术电影展,是中国影协依托金鸡奖平台资源和专业优势,与全国重点高校共同打造的以影育人、以艺润心的美育平台,并推动建立艺术普及、人才培育的协同机制。希望影展活动能够启发青年学子们用心感受电影之美,将艺术滋养内化为精神追求。

此次金鸡艺术电影展以“光影交响”为主题,特设金鸡艺术电影展映和上海电影展映两部分,汇聚《破·地狱》《但愿人长久》《月光里的男孩》《翠湖》《小李子和小李》《菜肉馄饨》等十部影片,这些作品定格温情瞬间,深挖人文底蕴,既展现了当下电影创作的多元面貌,更承载了当代电影人的艺术追求,勾勒出一幅中国电影的时代画卷。除影片展映外,活动还举办映后创作分享、电影美学对谈、名家导赏、上海电影创作研讨会等。

电影《万桐书》首映

本报讯 4月19日,由新疆维吾尔自治区党委宣传部组织策划、天山电影制片厂创作拍摄的电影《万桐书》在京举行首映式。

首映式在十二卡卡姆表演艺术家带来的经典选段中启幕,原汁原味的非遗演唱震撼全场,生动展现了人类口头和非物质文化遗产代表作——中国新疆维吾尔木卡姆艺术的独特魅力,也拉开了万桐书与木卡姆传奇故事的序幕。

影片总出品人、总制片人、天山电影制片厂党委书记荆鲁洲表示,《万桐

书》以真实历史为蓝本,讲述20世纪50年代万桐书、连晓梅夫妇远赴新疆与民间艺人吐尔迪·阿洪并肩作战,十年如一日抢救、整理、传承木卡姆艺术的感人事迹,以影像践行文化润疆使命,生动展现了各民族交往交流交融的深厚情谊。

首映式上,导演西尔扎提·牙合甫、编剧姜宏,主演李健、吾守尔·赛来甫、安冬、刘之冰、影片主创团队集体亮相,与观众分享了拍摄感悟、创作细节与匠心坚守。(许莹)

陕西电影史的全景扫描

——评《陕西电影图志》

□赵涛

链接

陈鲁豫(媒体人、《岩中花述》主讲人)

播客最奢侈的是拥有完整时间,能铺陈情绪与对话,这是电视访谈无法比拟的。音频自带松弛感,视频能捕捉情绪细节,不同媒介独立存在、不可取代;选嘉宾不为流量,只看故事本身值得被听见。中小成本创作者要先生存、再深耕,做长跑选手,垂直深耕比面面俱到更重要。

相征(《大内密探》创始人、主播)

播客火起来的关键是有趣的内容与互动的交流,像朋友聊天,不做人设表演。中小创作者不必拼名人资源,深耕垂直领域即可生存下去;播客的商业价值有待充分挖掘,高完播率、高用户黏性的价值远未被市场重视。

寇爱哲(《故事FM》创始人、主播)

音频最能给受访者安全感,让普通人自然吐露心声,视频则能捕捉细微情绪,两种媒介各有优势、不可替代。普通人的声音值得被听见,线下开放麦是轻量化、高共情的有效传播路径。

赵芝(播客《游荡集》制作人)

相机、摄像头可能会使一个人的表达变形,带一点表演性质,而采用音频会更加自如。但这并不意味着音频就一定适合那些不愿意面对镜头的人,镜头也可能带来其他张力或空间,让人可以被迫袒露自己,更加敞开心扉。任何内容没有绝对适配的媒介,只有真诚表达,优质内容才会找到自己的受众。

杜远智(冠声文化联合创始人兼CEO)

播客找回了“附近”的感觉,把我们像在家里人的客厅,或是在街头巷尾进行交流和分享。今天播客把大家这么“奢侈”的时间拿走,有那么多人喜欢长时间地收听、收看,说明播客这种媒介内容形式是一种具有“社会修复”潜力的媒介实践。(本报记者许莹根据第十三届中国网络视听大会网络音频与播客论坛部分嘉宾观点整理)