



从指尖到纸间:数字时代何以阅读纸书*

——来自中国青年群体的经验证据

尹召凯 张志强

摘要 每一次技术创新都重构着阅读形态和社会秩序。区别于传统报纸和音像制品的式微,传统的纸质图书实现了非数字化生存。文章试图从中国青年群体纸质阅读偏好的动因中寻找答案。基于价值的逻辑,结合推拉锚定理论框架对青年读者纸质阅读选择意愿的影响因素进行深入探究。研究发现,纸书的阅读习惯、心流体验价值、社会价值是读者纸质阅读选择的主要动因,数字隐忧、纸质图书的物理体验价值、功能体验价值对读者选择纸质阅读没有显著的影响。数字阅读和纸质阅读并非零和博弈,纸质阅读路径依赖是纸书非数字化生存的内在动力。青年群体选择阅读纸质媒介注重“里子”和“面子”:一方面,重视纸质阅读内在的心流体验;另一方面,也关注纸质阅读展现的身份与社会价值。但对青年群体来说,对纸书物理形态的偏爱更多是种怀旧情感,收藏与交换行为也更多是一种体现象征意义的展演。研究通过对青年群体的考察,论证了纸媒不会消亡的动因。这为传统出版的非数字化生存提供了底层动力证据,也回答了纸书如何更好地走进青年群体的问题。

关键词 纸质阅读 数字阅读 青年读者 阅读媒介

分类号 G252.17

DOI 10.16603/j.issn1002-1027.2025.02.007

引用本文格式 尹召凯,张志强.从指尖到纸间:数字时代何以阅读纸书——来自中国青年群体的经验证据[J].大学图书馆学报,2025,43(2):66-83.

1 引言

在数字化浪潮中,传统报业不断式微,音像制品逐渐淡出公共视野,但风靡一时的电子书也并未出现预想的奇迹,纸书一直没有被替代。兰卡斯特(Lancaster)关于“21世纪是无纸化时代”^[1]的预言揭示了传统出版的危机。但2023年全国国民阅读调查报告的数据显示,我国成年国民人均纸书和电子书阅读量均较上年有所提升,纸质图书阅读更受欢迎^[2]。美国皮尤研究中心的一项调查也显示,75%的美国成年人在过去的一年至少读过一本书,这个数字自2011年以来基本没有变化,65%的成年人表示他们在过去一年中读过纸书^[3]。无纸社会的论断已被数据证伪,数字时代的纸书实现了非数字化生存。

聚焦数字时代的纸质阅读,学者进行了一系列

有益的探索。其一是基于思辨,对数字时代纸书发展的未来进行探赜。如张志强认为未来纸质出版并不会完全消失,纸质出版或许会在专业出版领域更具价值^[4]。汤普森认为纸质图书退出舞台是无稽之谈^[5]。胡泳认为图书相比其他媒介能够更好地抵御数字化浪潮,图书出版事业虽然永远不会像技术公司那样以指数级速度增长,但其深度参与的特性,决定了其正在被重新利用和重新想象^[6]。其二是基于调查,比较有代表性的有:官方性质的有中国新闻出版研究院的全国国民阅读调查、中国音像与数字出版协会的《中国数字阅读报告》;智库或商业性质的调查如开卷公司、当当网的《国民图书阅读与消费报告》^[7];学者发起调查如张志强^[8]、李新祥^[9]、茆意宏^[10]等。其三是基于实证,探究纸质阅

* 江苏省社会科学基金项目“永久在线情景下江苏青年的数字断连与福祉效应研究”(编号:24XWC004)、江苏高校哲学社会科学研究重大项目“出版强国建设的内涵与指标体系研究”(编号:2023SJZD082)的阶段性成果之一。

通讯作者:尹召凯,邮箱:yzk@nju.edu.cn。



读的影响因素。如刘强认为数字时代传统媒体生存的受众价值逻辑，本质上应是流体验价值的回归^[11]。总体来看，现有研究主要依赖于宏观思辨和演绎的范式来阐述纸质阅读和数字阅读的优劣。尽管各类综合调查提供了丰富的宏观数据，详尽描绘了不同读者群体在纸质阅读方面的主题偏好、阅读时长以及阅读频率等特征，但大多停留于描述性统计和对比分析的层面，主要揭示了“是什么”的现状。遗憾的是，在深层动因的探究上尚显薄弱，尤其是在实证层面缺乏充分探索，未能进一步揭示“为什么”的内在逻辑。

图书出版业与数字技术的融合是一个多维复杂的社会过程^[12]。虽然从各类阅读报告中能发现纸质阅读经久不衰的总体现象，但究其原因则更应回到读者行为本身，厘清哪些因素影响了其对阅读媒介的选择。青年是社会新思想、新文化和新技术的倡导者。对于正在经历深度媒介化的青年群体，也几乎都会面临阅读媒介的选择，在纸质和数字介质之间流转。以往有关阅读媒介选择的研究多关注读者的整体视野，可能会忽略不同读者类型的异质性，导致研究结论的泛化。本研究将研究重心聚焦于青年群体，探究这一群体纸质阅读偏好的深层动因，进而丰富阅读研究的类型版图。据此，提出本文研究的核心问题：哪些因素影响了中国青年读者纸质媒介的阅读偏好？遗憾的是，目前对于青年群体的年龄界定尚未形成共识，结合全国青联以及中共中央、国务院发布的《中长期青年发展规划（2016—2025年）》对青年群体的年龄定义，将本研究青年群体的年龄区间界定为18—35岁；纸质阅读是以纸张为载体的阅读方式，本文主要指阅读纸质书刊的行为。

文章首先对数字时代纸质阅读研究以及涉及的基础理论进行回顾，在此基础上基于理论推演和焦点小组讨论构建青年读者纸质阅读意愿的模型及研究量表，并通过问卷调查和分析对于研究量表的假设进行检验，以此来厘清影响青年读者纸质阅读的主要因素，从实证层面解释数字时代何以阅读纸书，进一步理解在数字时代传统纸书的非数字化生存逻辑；在媒介技术不断更迭的背景下，亦可为出版融合和全民阅读推广提供启示。

2 理论基础与研究假设

以青年读者的纸质阅读偏好意愿为研究目的，

文章将基于推拉锚定的模型框架和焦点小组讨论，结合纸质书籍特定的相关要素提出一系列研究假设，构建纸质阅读选择意愿影响因素的理论模型。

2.1 理论基础

2.1.1 从“数”到“纸”的用户转移行为

用户转移行为的研究发轫于市场营销学，相关学者将用户转移定义为用户开始使用新的服务提供商来代替现有的服务提供商^[13]。第一种是不同媒介之间的转移，如从传统纸媒到数字媒介的转移^[14-15]；第二种是在同一媒介中同质服务之间的转移，如云盘之间的转移；第三种是同一媒介中异质服务之间的转移，如不同APP之间的转移^[16]。按照相关研究对转移的界定^[17-18]可整合为减少或停止对一种产品或服务的使用，而增加对另一种产品或服务的使用。本文研究场景为数字化背景下青年读者纸质阅读的意愿，其中一条重要路径是从数字阅读到纸质阅读的转移，这属于第一种不同媒介之间的转移，在转移的范式下并不意味着完全抛弃原来的阅读方式，而是通过阅读服务渠道间的切换和转移，增强用户的阅读体验。用户转移行为的引入可以补充由对数字阅读的隐忧带来的纸质阅读意愿的可能。

2.1.2 推拉锚定理论

推拉锚定(Push-Pull-Mooring)，又简称PPM，常用来分析人口迁移，指人类从一个地理区域转移到另一个地理区域的决定分别受到推、拉和锚定因素的影响^[19]。后来在信息系统^[20]、营销管理^[21]中开始应用。在用户转移行为研究中，推力是指导致用户转移或切换某一媒介的消极影响因素，如不满意、担忧和疲劳等；拉力是用户转向替代产品或服务的促进因素，如感知的相对优势、对替代产品或服务的感知价值等；锚定力是阻碍或者推动用户迁移的干扰因素^[22]。该理论框架提供了一个全面分析视角来研究用户对替代产品或服务的选择与迁移意愿。如移动音乐平台用户转移行为^[23]。在信息行为领域，现有研究大多从社交网站、移动服务应用、数字阅读等场景入手，尚未发现使用该分析框架对从数字阅读转向纸质阅读的影响因素进行探讨的情况。

2.1.3 感知价值理论

基于理性消费者的假设，感知价值理论认为感知价值是用户基于所得与付出情况对产品或服务效



用的整体评价^[24]，相关学者对感知价值理论的维度构成以及前后因果进行了情景化丰富和完善^[25]。从数字阅读的场景来看，叶风云等认为感知价值是影响移动阅读用户采纳的核心变量^[26]，李武等发现感知价值是影响用户使用意愿的重要变量^[27]。在纸质阅读的选择中，读者在数字阅读和传统阅读之间做出选择或者转移，基于感知价值理论，选择的判断标准是哪种媒介带来了自己需要的价值。

通过对以上理论的回顾，结合青年群体纸质阅读场景进行情景化改编，通过理论推演来构建新的影响因素组合：一方面将纸质阅读的选择置身于用户转移行为的框架中，将对数字阅读的不满意作为转移的推力，如果说因数字阅读习惯产生的锚定力是阻碍纸质阅读的因素，那么纸质阅读习惯作为反向的锚定效应则会推动纸质阅读；另一方面类比移动阅读^[28]，结合感知价值的理论框架分析纸质阅读的选择动因，将读者感知的纸书价值优势当作选择偏好的拉力，根据现有研究和焦点小组访谈进一步丰富纸质媒介阅读的感知价值维度，从数字隐忧、（纸书阅读）习惯和感知价值的不同维度探讨对纸质阅读选择意愿的影响。

2.2 研究假设

通过理论推演和焦点小组访谈，构建青年群体纸质阅读选择意愿的模型，模型变量之间的具体假设和关系如下：

2.2.1 推力因素

按照 PPM 的理论框架，数字阅读的不满意度是由数字阅读转向纸质阅读的主要推力。菲尔普斯(Phelps)等发现用户因担心隐私信息泄露或被他人利用而焦虑不安，从而减少社交媒体的使用^[29]，徐(Xu)等发现当用户感觉到个人隐私会被泄露的风险时，使用此产品或服务时会有抵触情绪^[30]，滕龙等也论证了隐私关注对用户消极使用行为的显著影响^[31]。我们结合布莱特(Bright)的观点^[32]，将这些不满意度定义为数字阅读场景下的数字隐忧，包括读者因数字媒介的潜在风险和问题而产生的厌烦、焦虑等负面情绪。因此提出如下假设：

H1 数字隐忧对纸质阅读的选择意愿有显著正向影响。

2.2.2 锚定因素

习惯是用户在使用某种产品或者服务时产生的某种自发行为的导向，如果读者使用数字阅读比较多，在阅读媒介选择的时候会自发地选择数字媒介进行阅读。传统 PPM 理论下锚定力指原环境锚定力(如数字阅读习惯)，波利特斯(Polites)等认为惯性会导致人们对新引入系统的易用性和相对优势的感知降低^[33]。郑(Jung)等在研究老龄化背景下的社交网络时发现，对熟悉度的偏好会阻碍其使用社交网络^[34]。而在媒介转移情境中，目标环境既存的习惯可能形成反向锚定效应。如果读者本身有纸质阅读的习惯，那么这种习惯会加速从数字媒介到纸质媒介之间的转移，成为选择纸质阅读的重要因素。我们认为青年读者对纸书本身的阅读习惯也会助推纸质阅读的选择意愿。因此提出如下假设：

H2(纸书阅读)习惯对纸质阅读的选择意愿有显著正向影响。

2.2.3 拉力因素

如果说推力因素是考虑到因为数字阅读的隐忧产生的媒介转移因素，那么拉力因素则是读者对于纸质阅读偏好的媒介选择因素。感知价值是引导用户选择某种服务的重要因素^[28]。纸质阅读的感知价值是使用纸质媒介后对感知收获和感知付出所做出的比较判断。

然而，对于纸质媒介感知价值测量研究的现有研究不足，在设计问卷之前笔者在参考前人研究的基础上，构建焦点小组开展访谈，小组由 8 个人组成^①，访谈时间约为 60 分钟。主要目的是结合纸质阅读的使用体验谈一谈自身选择纸质阅读的原因、纸质书籍的优势以及感知价值优势，初步确定感知价值的具体维度。结合访谈的分析结果和感知价值的分析框架，将纸质阅读的感知价值划分为：物理体验价值、心流体验价值、功能体验价值和社会价值。

其中物理体验价值是纸质阅读媒介特有的特征体验，如书籍的触摸感、书籍的翻页声、书籍的油墨香等等，都有可能影响读者的纸质书籍选择；心流体验价值是指读者在阅读纸质书籍时能够有沉浸感，能时刻感受到进度，更加专注；功能体验价值是指纸质媒介作为一种物品的功用性，比如可以当成一种

① 其中 2 人为两年以上从业经验的编辑人员，3 人为出版学、图书馆学领域的研究者，3 人为高频纸质媒介使用者，覆盖内容生产、学术研究及纸质用户三个维度；男性 3 人，女性 5 人；学历涵盖本科至博士研究生等不同层次。



礼物，具有收藏的价值，与数字阅读相比会对眼睛友好等等；社会价值则是指纸质阅读能够获得他人认同感、彰显个人的品味，“我觉得抱着纸质书阅读能够彰显个人的品味，在手机上进行数字阅读总觉得不像是在读书”（焦点小组访谈 F3）。根据 PPM 理论框架我们认为以上感知价值均会显著影响纸质阅读的选择意愿。因此提出如下假设：

H3 读者感知纸书的物理体验价值对纸质阅读选择有显著正向影响。

H4 读者感知纸书的心流体验价值对纸质阅读选择有显著正向影响。

H5 读者感知纸书的功能体验价值对纸质阅读

选择有显著正向影响。

H6 读者感知纸书的社会价值对纸质阅读选择有显著正向影响。

结合纸书的具体特征，在整合用户转移理论、PPM 理论框架和感知价值模型的基础上进行理论逻辑推演，并基于纸质书籍的阅读进行焦点小组访谈，最终进行情景化改编和建构，形成青年读者纸质阅读选择意愿影响因素模型，进而探索数字隐忧、习惯、物理体验价值、心流体验价值、功能体验价值和他价值对纸质阅读选择意愿的影响关系。整体概念模型如图 1 所示。

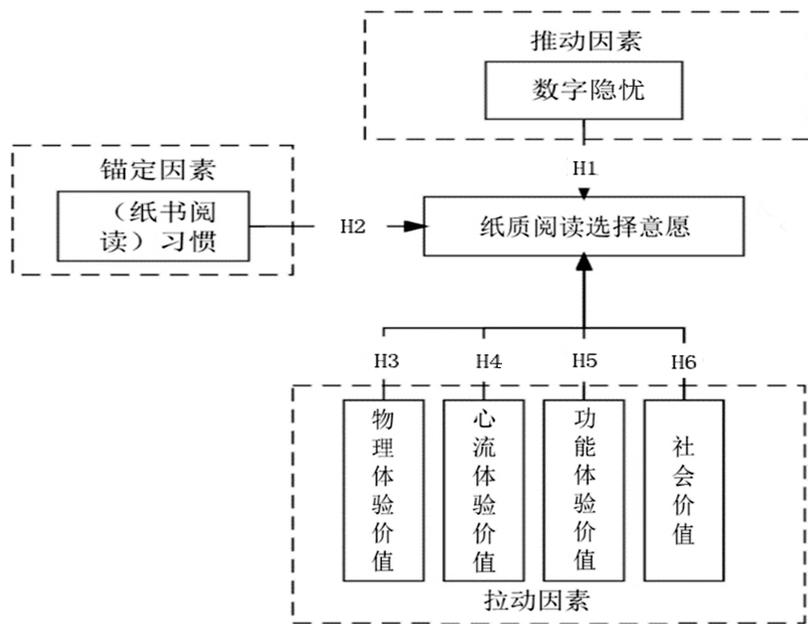


图 1 青年读者纸质阅读选择意愿影响因素模型

3 量表开发与问卷预调查

为了验证前文的相关假设，本研究结合焦点小组访谈对模型中涉及的 7 个概念设置了一定数量的操作化测量指标，构成初步量表。为了确保量表的科学性、有效性和合理性，笔者根据相关纸质阅读影响因素的现有成果，梳理与模型中潜在变量相关的已有量表，并结合纸质阅读的情景和青年读者的特征进行情景化调整。通过多轮量表修正，形成了包含 7 个维度、24 个观测变量的初始量表，如表 1 所示。

在完成对量表的设计之后，采用 5 点李克特量表形式对各测量指标进行问卷设计。为了保证问卷的有效性，采用了主观评价和预调查的方法。预调查共发放问卷 360 份，主要采用滚雪球抽样和判断抽样相结合的方式发送和回收：一方面借助问卷星平台将问卷链接通过微信群、微博、QQ 群等委托转发和填写；另一方面及时根据问卷回收结果调整抽样框，为保持人口学因素的均衡性，进行全国不同地区类型的定向发送，最后再对年龄、答题时间等进行筛选和条件控制^①。获得有效问卷 322 份，有效

① 删除了年龄不符合、答题时间过短、答案高度统一的样本，为了防止重复填写，已限制同一手机、电脑只能作答一次，同一 IP 地址只能作答一次。



率为 89.4%。通过对预调查数据展开信度分析，删除观测项 FUV3、SV4 能增强数据的可靠性。进一步的效度分析显示 KMO 值为 0.918，表明数据能够被有效提取信息。通过因子分析发现形成 7 个公因

子，旋转后累积方差解释率为 79.462%，大于 50%。说明问卷具有良好的结构效度。最终的量表由 22 道题组成。^①

表 1 青年读者纸质阅读选择意愿测量初始题项汇总

维度	观测项	观测变量	参考文献
数字隐忧 Digital Worries	DW1	我担心经常进行数字阅读会有损健康	雅各比(Jacoby)等 ^[35] ; 徐(Xu) ^[36] ;情景化改编
	DW2	我担心经常进行数字阅读会泄露个人隐私	
	DW3	我担心经常进行数字阅读会影响深度思考	
习惯 Habit	HB1	从小习惯了阅读纸质书	波利特斯(Polites)等 ^[33] ; 情景化改编
	HB2	当我想读书时,我第一反应选择纸质阅读	
	HB3	当我想读书时,我习惯使用纸质阅读	
物理体验价值 Physical Experience Value	PEV1	我喜欢能真切触摸到纸书	焦点小组访谈;刘强 ^[11]
	PEV2	我喜欢能听到翻纸书时的声音	
	PEV3	我喜欢能看到纸书的形态	
	PEV4	我觉得纸书可以给人依赖感	
心流体验价值 Flow Experience Value	FEV1	阅读纸质书时我更容易专注	焦点小组访谈
	FEV2	阅读纸质书有利于记住内容	
	FEV3	阅读纸质书时我更容易感受到阅读进度	
功能体验价值 FUnction Experience Value	FUV1	纸质书更方便当做礼物赠送他人	焦点小组访谈
	FUV2	纸质书有益于个人及家庭收藏	
	FUV3	纸质书有益于保护眼睛	
	FUV4	我觉得纸书有实实在在的拥有感	
社会价值 Social Value	SV1	阅读纸质书可以提升别人对我的看法	斯威尼(Sweeney)等 ^[37] ; 李武 ^[38] ;焦点小组访谈
	SV2	阅读纸质书可以给别人留下不错的印象	
	SV3	阅读纸质书让人感觉更有品位	
	SV4	阅读纸书更具有成就感	
选择意愿 Choose Intention	CI1	与数字阅读相比,我更愿意选择阅读纸质书	刘强 ^[11] ;焦点小组访谈
	CI2	与数字阅读相比,我愿意推荐他人阅读纸质书	
	CI3	与购买数字读物相比,我愿意购买纸质书	

① 介于篇幅原因,预调查分析数据由作者自存。下文省略处相同。



4 正式调查与实证分析

4.1 样本描述性统计

正式问卷同样按照预调查的方式共发放 1321

份，剔除年龄不符合、时间过短、选项高度统一等无效问卷，最后得到有效问卷 1090 份，有效率为 82.52%。基本信息见表 2。

表 2 基本信息统计表

名称	特征	频数	百分比(%)
性别	男	451	41.38
	女	639	58.62
年龄段	18—25	839	76.97
	26—30	141	12.94
	31—35	110	10.09
身份或职业	学生	813	74.59
	教师	59	5.41
	出版单位工作人员	12	1.10
	事业单位/公务员	50	4.59
	普通职员(除上述外的企业、银行、律师、艺术类从业者等)	109	10.00
	创业工作者、个体工商户者(商人/雇主)	6	0.55
	工人(工厂工人、建筑工人、环卫工人等)	2	0.18
	自由职业者或无业	17	1.56
	其他	22	2.02
受教育程度	高中(中专/技校)以下	14	1.28
	大学(专科/本科)	707	64.86
	硕士及以上	369	33.85
专业类别	人文社科类(哲学、经济学、法学、教育学、文学、历史学、管理学)	838	76.88
	理工农医类(理学、工学、农学、医学)	192	17.61
	艺术类	29	2.66
	其他类(军事等其他专业)	17	1.56
个人税后月收入	2000 元以下	649	59.54
	2000—5000 元	196	17.98
	5001—10000 元	150	13.76
	10001—20000 元	71	6.51
	2 万元以上	24	2.20



续表

名称	特征	频数	百分比 (%)
当前所在地	一线大城市(北上广深)	122	11.19
	省会城市(除一线大城市外)	428	39.27
	普通地级市	408	37.43
	县级市及县城	97	8.90
	乡镇及农村	35	3.21
合计		1090	100.0

表3对纸质阅读情况进行基础分析,初步发现:在纸质阅读频率方面,一月数次纸质阅读的占31.93%,其次是一周数次、一年数次或更少,几乎每天阅读纸质图书的占比17.89%,因为从未进行纸质阅读的样本不在本次分析样本之内,故在此没有纳入分析;在平均每次阅读时长方面,10分钟以下的占比8.62%,10—30分钟占比28.72%,31分

钟—1小时占比31.19%,1—2小时占比21.28%,2小时以上占比10.18%,分布较均匀;样本中年阅读3本以下占比31.28%,3—5本占比31.38%,6—10本占比21.47%,20本以上占比8.17%;此外34.59%的群体对纸质阅读近一年的消费金额在100元以下,100—200元、201—300元、300元以上的也占有一定比例。

表3 纸质阅读的基础描述分析

名称	选项	频数	百分比 (%)
纸质阅读频率	几乎每天	195	17.89
	一周数次	317	29.08
	一月数次	348	31.93
	一年数次或更少	230	21.10
平均每次阅读时长	10分钟以下	94	8.62
	10—30分钟	313	28.72
	31分钟—1小时	340	31.19
	1—2小时	232	21.28
	2小时以上	111	10.18
年阅读纸质图书量	3本以下	341	31.28
	3—5本	342	31.38
	6—10本	234	21.47
	11—20本	84	7.71
	20本以上	89	8.17



续表

名称	选项	频数	百分比 (%)
近一年纸质阅读付费金额	100元以下	377	34.59
	100—200元	325	29.82
	201—300元	176	16.15
	300元以上	212	19.45
合计		1090	100.0

通过对变量进行描述性统计,从表4可以看出,数据中没有异常值出现,题项均值都大于3.0,说明被调查者对题项有一定的认同度。样本数据可近似服从正态分布,可运用结构方程的方法进行下一步验证。

表4 正式调查变量的描述性统计

观测项	最小值	最大值	平均值	标准差	方差
DW1	1.000	5.000	3.576	0.934	0.873
DW2	1.000	5.000	3.436	0.958	0.918
DW3	1.000	5.000	3.550	0.970	0.940
HB1	1.000	5.000	3.928	0.764	0.584
HB2	1.000	5.000	3.646	0.962	0.925
HB3	1.000	5.000	3.665	0.927	0.860
PEV1	1.000	5.000	4.121	0.747	0.558
PEV2	1.000	5.000	3.970	0.838	0.702
PEV3	1.000	5.000	4.074	0.797	0.635
PEV4	1.000	5.000	3.998	0.814	0.663
FEV1	1.000	5.000	4.073	0.790	0.625
FEV2	1.000	5.000	4.013	0.794	0.630
FEV3	1.000	5.000	4.113	0.766	0.587
FUV1	2.000	5.000	4.293	0.657	0.431
FUV2	1.000	5.000	4.250	0.719	0.517
FUV4	1.000	5.000	4.257	0.687	0.472
SV1	1.000	5.000	3.597	0.852	0.726
SV2	1.000	5.000	3.689	0.829	0.686
SV3	1.000	5.000	3.694	0.875	0.765
CI1	1.000	5.000	3.650	0.896	0.803
CI2	1.000	5.000	3.654	0.866	0.750
CI3	1.000	5.000	3.694	0.942	0.887



4.2 数据质量检验与模型验证

通过信度检验,PEV4 题项被删除后信度系数由 0.892 上升到 0.914,因此可将其删除。分析项的 CITC 值(校正项总计相关性)均大于 0.4,说明分析项之间具有良好的相关关系,同时也说明信度水平良好,数据信度质量高,可用于进一步分析。KMO 值为 0.922,大于 0.6,满足因子分析的前提要求。数据通过了 Bartlett 球形度检验,说明研究数据适合进行因子分析。通过因子分析共提取出 7 个公共因子,旋转后的方差解释率分别是 13.067%,12.107%,11.647%,11.553%,11.234%,10.142%,9.733%,旋转后累积方差解释率为 79.482%,比较合理。针对共同方法变异偏差,研究显示第一主成

分解释了总方差的 42.593%,因此在可接受范围内。

探索性因子分析和验证性因子分析要基于不同的数据进行检验。因此,笔者将 1090 份问卷通过 SPSS 进行随机选择形成了两部分数据,分别是 542 份(数据集 I)和 548 份(数据集 II),分别用于做探索性因子分析和验证性因子分析。首先用数据集 I 进行探索性因子分析。提取出 7 个公共因子的总方差解释率为 79.271%,具有较高的解释度。通过表 5 分析因子和研究项的对应关系情况发现:正式问卷探索性因子分析结果和构建的量表体系结构具有较高的一致性。

表 5 正式问卷探索性因子分析结果

观测项	因子载荷系数							共同度
	1	2	3	4	5	6	7	
DW1							0.808	0.714
DW2							0.832	0.734
DW3							0.691	0.648
HB1					0.655			0.708
HB2					0.800			0.828
HB3					0.786			0.849
PEV1			0.753					0.869
PEV2			0.805					0.820
PEV3			0.751					0.844
FEV1						0.646		0.784
FEV2						0.733		0.797
FEV3						0.695		0.751
FUV1		0.827						0.825
FUV2		0.830						0.794
FUV4		0.752						0.753
SV1	0.919							0.877
SV2	0.916							0.881
SV3	0.899							0.857
CI1				0.754				0.834
CI2				0.786				0.819
CI3				0.822				0.794



之后用数据集 II 进行验证性因子分析。首先需要构建出量表的模型,根据正式量表和维度构建的量表结构模型及其验证性因子分析路径结构图如图 2 所示。本次针对共 7 个公共因子,以及 21 个分析项进行验证性因子分析分析。有效样本量为 548

份,超出分析项数量的 10 倍,样本量适中。通过表 6 因子载荷系数表发现,标准化载荷系数绝对值基本大于 0.6 且呈现出显著性,意味着有较好的测量关系。

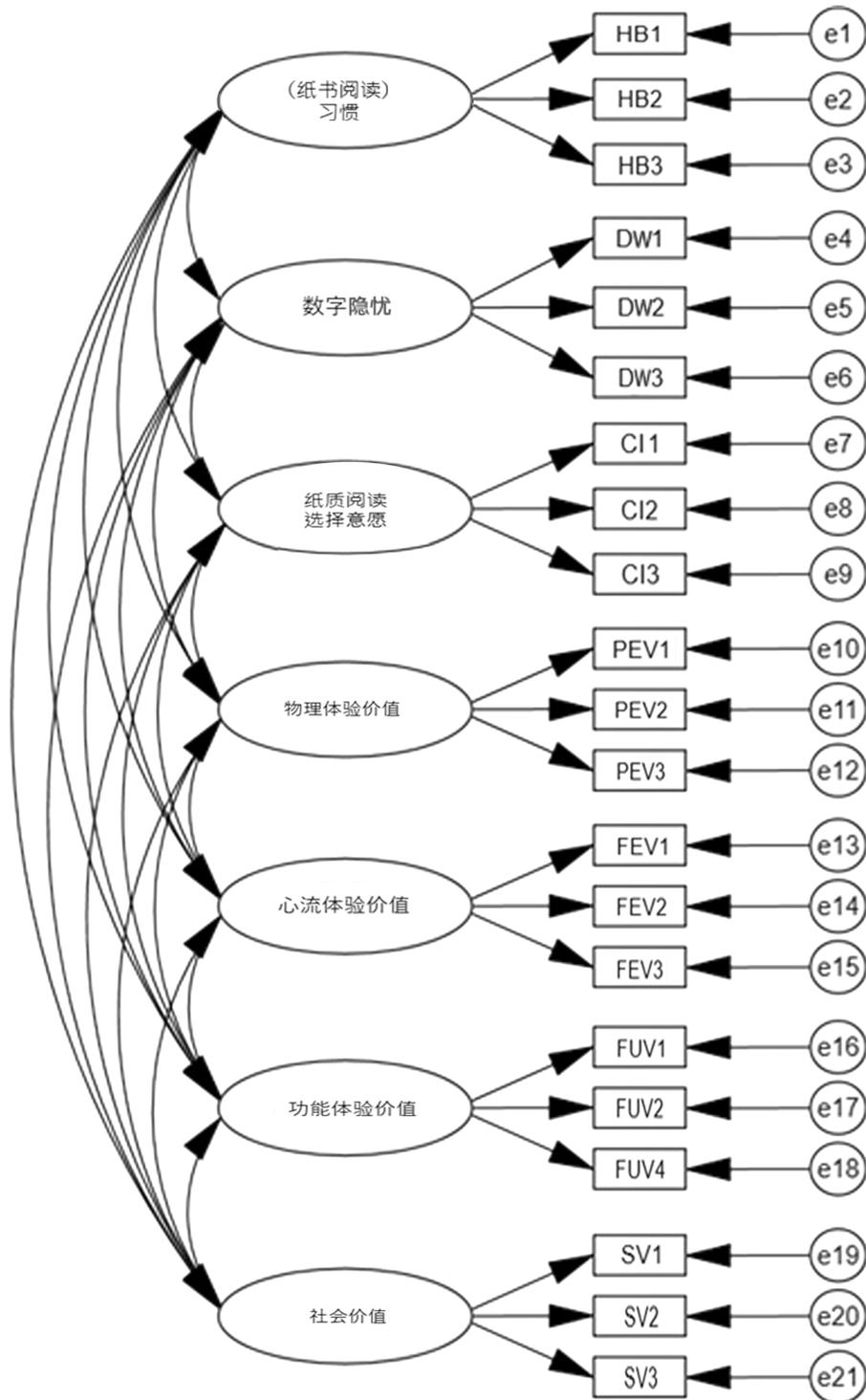


图 2 验证性因子分析路径结构图



表 6 因子载荷系数表

潜变量	观测项	非标准载荷系数	标准误差	CR 值	p	标准载荷系数
数字隐忧	DW1	1.000	—	—	—	0.774
	DW2	0.824	0.084	9.777	0.000	0.631
	DW3	0.775	0.081	9.546	0.000	0.581
习惯	HB1	1.000	—	—	—	0.673
	HB2	1.593	0.092	17.310	0.000	0.860
	HB3	1.621	0.091	17.743	0.000	0.897
物理体验价值	PEV1	1.000	—	—	—	0.931
	PEV2	1.022	0.037	27.273	0.000	0.820
	PEV3	1.074	0.031	34.577	0.000	0.910
心流体验价值	FEV1	1.000	—	—	—	0.882
	FEV2	0.947	0.039	24.309	0.000	0.835
	FEV3	0.838	0.039	21.323	0.000	0.767
功能体验价值	FUV1	1.000	—	—	—	0.861
	FUV2	0.999	0.047	21.458	0.000	0.806
	FUV4	0.972	0.045	21.485	0.000	0.807
社会价值	SV1	1.000	—	—	—	0.903
	SV2	0.986	0.032	31.265	0.000	0.909
	SV3	0.996	0.034	29.648	0.000	0.881
选择意愿	CI1	1.000	—	—	—	0.906
	CI2	0.902	0.035	26.008	0.000	0.847
	CI3	0.850	0.038	22.077	0.000	0.767

通过表 7 针对共 7 个因子,以及 21 个分析项进行验证性因子分析可知,对应 AVE 值均大于 0.5,CR 值均大于 0.7,说明聚合效度较高。表 8 中因子

的 AVE 平方根值均大于该因子与其它因子的相关系数值,说明模型具有良好的区分效度。

表 7 聚合效度:模型 AVE 和 CR 指标结果

	平均方差萃取 AVE 值	组合信度 CR 值
数字隐忧	0.505	0.703
习惯	0.665	0.855
物理体验价值	0.789	0.918
心流体验价值	0.688	0.868
功能体验价值	0.680	0.864
社会价值	0.806	0.926
选择意愿	0.709	0.879



表 8 区分效度：Pearson 相关与 AVE 平方根值

	数字 隐忧	习惯	物理体验价值	心流体验价值	功能体 验价值	社会 价值	选择 意愿
数字隐忧	0.665						
习惯	0.190	0.832					
物理体验价值	0.154	0.618	0.883				
心流体验价值	0.212	0.592	0.681	0.831			
功能体验价值	0.171	0.433	0.610	0.622	0.824		
社会价值	0.163	0.249	0.214	0.286	0.320	0.898	
选择意愿	0.186	0.680	0.574	0.590	0.382	0.297	0.842

注：表中黑体数字为该因子对应的 AVE 平方根值，其余为 Pearson 相关系数值。

模型拟合指标如表 9 所示。根据吴明隆对 SEM 整体模型适配度的评价标准^[39]，几个重点关注的指标都已达标。总体来看，模型拟合度比较理想。

表 9 验证性检验模型拟合指标

常用指标	χ^2/df	GFI	RMSEA	RMR	CFI	NFI	NNFI
判断标准	<3	>0.9	<0.10	<0.05	>0.9	>0.9	>0.9
值	2.754	0.926	0.057	0.035	0.962	0.942	0.952
适配度结果	达标	达标	达标	达标	达标	达标	达标

4.3 模型路径分析和假设检验

在路径分析时首先根据前文的理论假设，构建结构方程模型，为了提高拟合效果，结合修正指数，并设定“协方差关系自动调整”来调整测量关系结构，以减少变量之间的共变关系带来的模型误差。

通过修正，模型最终通过拟合度检验。通过表 10，可以看出部分假设得到了验证。

根据表 10 和既定模型，绘制了图 3 的纸质阅读选择意愿影响因素的路径模型，其中实线代表具有影响关系，虚线代表不具备影响关系。

表 10 纸质阅读选择意愿结构方程模型路径系数分析

X	→	Y	非标准化 回归系数	SE	z (CR 值)	p	标准化回归系数	显著性
数字隐忧	→	选择意愿	0.053	0.030	1.736	0.083	0.047	不显著
习惯	→	选择意愿	0.843	0.061	13.868	0.000	0.573***	显著
物理体验价值	→	选择意愿	0.108	0.056	1.944	0.052	0.090	不显著
心流体验价值	→	选择意愿	0.296	0.061	4.822	0.000	0.249***	显著
功能体验价值	→	选择意愿	-0.190	0.062	-3.071	0.062	-0.129	不显著
社会价值	→	选择意愿	0.126	0.026	4.826	0.000	0.120***	显著

注：→表示回归影响关系或者测量关系；SE 是指标准误差；z (CR 值)是指临界比值；* p<0.05 ** p<0.01 *** p<0.001。

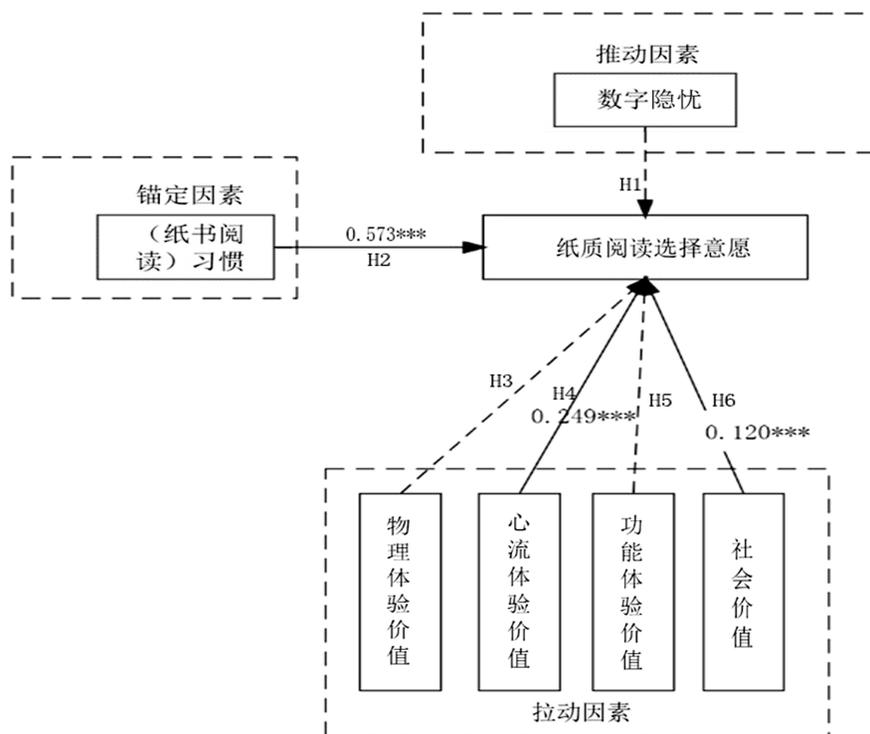


图 3 纸质阅读选择意愿影响因素的路径模型

以模型图图 3 为基础, 文章从 P 值和标准化回归系数等方面对文中提出的假设关系进行检验, 其结果如表 11 所示。

表 11 研究假设检验结果

研究假设	检验结果
H1 数字隐忧对纸质阅读的选择意愿有显著正向影响	不成立
H2(纸书阅读)习惯对纸质阅读的选择意愿有显著正向影响	成立
H3 读者感知纸书的物理体验价值对纸质阅读选择有显著正向影响	不成立
H4 读者感知纸书的心流体验价值对纸质阅读选择有显著正向影响	成立
H5 读者感知纸书的功能体验价值对纸质阅读选择有显著正向影响	不成立
H6 读者感知纸书的社会价值对纸质阅读选择有显著正向影响	成立

5 结论与讨论

本研究基于 PPM 理论框架, 通过理论推演和焦点小组访谈挖掘纸书阅读的感知价值维度, 形成青年读者纸质阅读选择意愿影响因素的理论模型, 并发放问卷, 通过结构方程模型进行假设检验, 发现不同维度的变量对纸质阅读选择意愿有着不同的影响。

5.1 推动维度: 数字阅读和纸质阅读并非零和博弈
数字隐忧对纸质阅读的选择意愿影响不显著,

数字阅读和纸质阅读并非零和博弈。在以往的系统或者服务行为研究中, 用户需求可能因为担心某一种服务的隐私泄露、技术依赖等潜在风险, 急需要寻找另一种服务进行替代性补偿。但很显然, 在本次研究中对数字阅读有损健康的认知、泄露隐私的担忧、影响深度思考的焦虑并没有很显著地加速读者向纸质阅读转移。从现实角度看, 也说明了读者意识到数字阅读以上几个方面导致的“不满意”, 但并没有因为这种不满意而转移到纸质阅读上。这种



“不满意”可能导致两种行为：一种是读者明知道数字阅读会影响健康、泄露隐私、影响自己的深度思考但仍然持续使用数字阅读，产生了依赖，这在某种程度上类似于当下青年使用移动社交网络沉迷的景观，在批判大量的社交网络碎片化阅读会影响自己深度思考的同时，又难以抵抗对社交网络碎片化阅读的沉迷，产生了认知和行为的失调；另一种行为是因为这种数字隐忧产生数字阅读层面的暂时中断，中断不意味着换一个阅读媒介进行转移，而很有可能通过一段时间的数字断连行为来进行抵抗，然后再重新投入数字阅读的浪潮中，重新建立与数字的连接。但无论哪种策略，在“纸屏之争”的场景中，纸质和数字并非零和博弈，数字隐忧也并非青年群体选择纸质阅读的主要动力，理解纸质生存的独特优势还得从纸质媒介本身去寻找答案。

5.2 锚定维度：纸质阅读路径依赖是纸书非数字化生存的内在动力

纸书阅读习惯对纸质阅读的选择意愿有显著正向影响。习惯作为一种习得性行为，对认知和选择的影响巨大。读者会因为从小养成的纸质阅读习惯，以及对于读书第一反应先选择纸质书的固有认知，而强化纸质阅读的选择行为。即便是在数字阅读风潮正盛的当下，纸书的比较优势依然凸显。我们可以将其想象成一种读者对于原有纸质阅读习惯的路径依赖，这在某种程度上可以解释青年读者在生命历程中对于印刷书籍的固着，是纸书非数字化生存的内生动力。只要在读者孩童以及教育时代养成对于纸质阅读的习惯，这种潜移默化的影响就是纸质书区别于其他媒介持续生存的源动力。对于纸书而言，童书、教科书、辅导书等一系列纸质形态的媒介已然是潜移默化中形塑读者纸质阅读习惯的重要力量。要从根本上改变人们从小形成的纸质阅读习惯，也是一个极为艰巨的挑战，纸书不会轻易消亡。只有出于好奇而对数字阅读的阶段性转移，不存在数字阅读的唯一性独占。尽管习惯的力量是巨大的，但是我们看到数字阅读不断进行技术的融合，用各种沉浸式手段、媒介化体验逐渐蚕食读者的纸质阅读习惯，如据《2021年度中国数字阅读报告》显示，超过5亿的数字阅读用户中，44.63%的读者为19至25岁，18岁以下读者占比27.25%^[40]。皮之不存，毛将焉附，当青年一代的阅读习惯变成了数字阅读，那自古登堡革命以来，读者对于印刷媒介的路

径依赖将会被瓦解，纸质书可能变成了最后的艺术收藏和仪式化物品，在这个意义上，就要对“书”的未来进行重新定义了。

5.3 拉动维度：选择纸质阅读既重“里子”又重“面子”

5.3.1 对纸书物理形态的偏爱更多是种怀旧情感

传统意义上，我们在谈论纸质书的优势时，都可能将纸质书可触摸的真实感、可听见的翻页声、可观察的实体，甚至是可以闻到的油墨味，作为纸书区别于数字阅读独特的存在特征。从纸书的物理特征出发进行思辨分析无可厚非，但我们发现这种物理体验价值对青年读者纸质阅读媒介的选择并没有产生显著的正向影响（或者说微乎其微），这与我们某些理所应当的认知相悖。

从书籍的发展史可以知道，书籍经历了石头、泥板、纸莎草、羊皮等书写载体，后来经过雕版印刷、活字印刷、机器印刷飞入寻常百姓家，技术的进步促进了数字出版的发展，催生了电子书。技术的不断更迭使得搭载不同技术的数字图书层出不穷。纸书的物理特征从活字印刷发明以来就已经形成雏形，至今已存在千年，从现代的视角看，这种物理特征是纸质阅读媒介本身的固有特征，并没有对读者产生特别的吸引力，只是随着数字出版不断发展，这种物理特征又被重新定义为一种“独特的优势”，这种所谓的优势本身更多是出于对纸书的情怀，以及在纸书和电子书竞合发展中，对于纸书的一种情感上的怀旧。这种物理特征只是在与数字阅读的比较中才显得独特。物理特征本身是纸质书的固有特征，并没有在与数字阅读的竞争中成为青年读者选择纸质阅读的新理由。这也反向说明，在数字时代，青年群体不会因为感受到传统纸书的物理体验价值而选择纸书阅读，我们更认为，那些对物理形态的偏爱更多是一种暗合“纸书不朽”的怀旧与期盼。

5.3.2 内在的心流体验成为纸质阅读的关键优势

纸质阅读的关键优势不是物理体验价值，而是读者在阅读过程中内在的心流体验价值。从保罗·莱文森媒介进化论的视角看，媒介的演进经历了玩具、镜子、艺术三个阶段。在玩具阶段，媒介是意料之外的进化，是玩具属性，读者的乐趣更多在于“工艺本身”而非“结果”，所以这个阶段媒介潜在的功能没有被发现；但是在镜子阶段，媒介展示的内容成为了技术的主要作用，成为一种写实的工具；最后在艺



术阶段，随着新媒介的不断组合而成为了稀有的艺术品^[41]。在此意义上，纸书的选择更注重镜子阶段对自身的投射。因此，所有技术手段加持的出发点应该是增强读者阅读的心流体验，促进读者阅读的专注度、增强读者对于阅读内容的记忆、让读者能够感受阅读的进度。而在VR/AR、甚至元宇宙等各种沉浸式体验不断强化的今天，如果失去了本身心流体验的价值，那么读者还是会选择传统的纸质阅读来“连接”自我，作为“镜子”的数字技术，终究会被展示的内容和读者自我寻求的深度连接所打败。由此可以判断，如果媒介技术的发展增强了阅读的心流体验，那将是未来纸质阅读和数字阅读深度融合的价值起点。

从理性人的角度出发也不难理解。读者更加注重阅读的“里子”，即关注纸质阅读的效果。诸多实验研究也已经证实了在线性叙事文本的记忆力、理解力上，纸质阅读效果要远远高于数字阅读。心流体验能促进读者的阅读效果，提升阅读的质量，人往往会选择实现自己效率最大化的媒介工具，而在想专注地对一本书进行内容记忆的时候，纸质书往往是读者的首选。总而言之，无论数字技术如何发展，纸质阅读本身所具备的心流体验，是没有办法被完全取代的，这与陈颖青所提的纸质阅读独特的“心智占有”^[42]不谋而合。

5.3.3 作为功能体验的纸书收藏与交换更多是种象征意义的展演

功能体验价值对纸质媒介的阅读选择没有显著影响。在中国传统的思想中，拥有一间书房、收藏大量的书是每个读书人的梦想，书籍亦可以当成一种礼物进行互换、赠予，尤其是读书人之间关系连接的常见媒介。时值当下，一些读者有购买实体书的习惯，不管拆封与否，实体书籍入手本身也有了实在的“拥有感”。很多思辨性的研究在探讨纸书的独特意义的时候，都会阐述其收藏价值，但这种由于作为一种物品的纸书能用来收藏，所以喜欢纸质阅读的固有印象，没有得到本次验证。在此意义上，这种收藏、交换赠予可能更多是传统读书人的“偏爱”或者说刻板印象。

从现实的窘境中可以看出，青年群体买实体书、收藏实体书的习惯和上一代人相比相去甚远，书籍在心中的分量也明显下降，尽管我们可以理解将一本纸质书相互赠予和电子书相互发送，二者产生的

“连接感”截然不同，但青年群体并没有因为书籍有收藏功能而选择阅读纸质书。与前文物理体验价值的逻辑相似，书籍的收藏、交换早已存在，至今也一直存在，并非数字时代的“玩具回归”。尤其对于青年读者来说，可能会因为某种产品的新奇而赠予和拥有，但显然纸质书并不是他们的普遍选择。在此意义上，我们更加有理由认为，纸书的本质优势是因为读者在阅读过程中产生了比数字阅读更高的价值，而不是传统意义上所认为的作为物理形态的感官功能和作为产品形态的附着功能。由此我们做一个更加“叛逆”的论断：当代青年群体进行交换或者收藏纸质书籍，已变成一种追求象征意义的展演行为。相关报道也认为纸质书最后变成了一种收藏，这种收藏功能可能是一种彰显身份的体现。如汤普森(Thompson)所言，“纸质图书放在起居室里显示作为一种象征”^{[12][43]}。这需要进一步探讨社会价值与纸质阅读之间的关系。

5.3.4 身份与社会价值的汇流推动青年群体的纸书选择

纸质阅读与数字阅读，既有分野又有融合，而背后决定读者阅读媒介选择的重要考量却跳出了媒介本身，更多的是其所承载的社会价值和一种“日常生活中的自我呈现”^[43]。在此意义上，阅读纸书是一个彰显个人品味、提升他人印象的重要手段。更广泛地说，读书本身就是提升自身社会价值的重要行为之一，无论是展演意义上的读书，还是切实意义上的阅读。千百年来，“学而优则仕”的功能性阅读观和古代隐逸文化影响下的非功利性阅读观，形成两条暗线，交互影响着代代中国人。“万般皆下品，唯有读书高”“书中自有黄金屋，书中自有颜如玉”等阅读的诗句、格言也刻在了青年人的心中。所以阅读纸书不仅是提升自己内在气质的选择，也是彰显自身社会价值的一种社会行为。“读一本纸质书，感觉更有品味，也有情怀，拍个照发朋友圈也不错，毕竟应该很少人在朋友圈展现自己在数字阅读吧！”（焦点小组访谈 F8）。从古至今流传下来的阅读格言，型塑了阅读的独特社会价值，这也是纸质阅读经久不衰的精神动能。从在这个角度看，阅读推广不仅提升了国民素质，刺激了阅读消费，更塑造了“阅读的品格”。



6 结语

伴随媒介技术的更迭，新的阅读形式不断出现，阅读介质更是日新月异。然而，在数字浪潮中，纸质阅读依然稳固地占据市场份额，展现出持久不衰的魅力。文章以青年群体为考察中心，回应了数字时代阅读纸书的动因问题：发现纸书的阅读习惯、心流体验价值、社会价值是青年读者选择阅读纸书的主要因素，数字隐忧、纸质图书的物理体验价值、功能体验价值没有显著的影响。这有助于进一步理解传统纸书的非数字化生存逻辑，也提醒读者在数字阅读热潮中重思纸质阅读的价值。本文无意落脚对策研究，但从现实层面来看，面向青年群体，培育其阅读习惯、增强心流体验、进一步营造阅读纸书的社会价值是实现纸质阅读的价值主张的三个重要维度。数字阅读的兴起以及与纸质书的竞争，实质上反映了“现代社会人与科技的关系的缩影”^[44]。在此过程中，人们如何应对数字阅读对传统阅读带来的冲击，并重新构建纸质阅读的价值，成为了一个值得深思的问题。而对于纸屏之间的选择，无论是“纸间”还是“指尖”，更重要的是阅读媒介以及阅读本身能实现何种价值，满足读者何种心理需求，这是不变的规律。作为一项初步探索，研究也存在若干局限：一方面，尽管我们根据返回的抽样数据进行了及时的调整，力求优化抽样框，但在样本的分布上仍然难以达到完全的均衡状态；另一方面，纸质阅读的动因涉及多种复杂情境，包括不同类型的图书以及各异的阅读场景等，这些都需要在未来的研究中进一步细化并深入探讨。

参考文献

- 1 Lancaster F W. Toward paperless information systems[M]. New York: Academic Press, 1978: 121-130.
- 2 魏玉山, 徐升国, 拜庆平. 第二十次全国国民阅读调查结果[J]. 新阅读, 2023(5): 29-30.
- 3 Michelle F, Andrew P. Three-in-ten Americans now read e-books[EB/OL]. [2024-01-06]. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/>.
- 4 张志强. 纸质出版的现状与未来[J]. 新闻界, 2018(2): 90-94.
- 5 约翰·B. 汤普森. 数字时代的图书[M]. 张志强, 郝彬彬, 姜成松, 等, 译. 南京: 译林出版社, 2014: 453.
- 6 胡泳. 书的未来: 重定义与再想象[J]. 现代出版, 2021(3): 26-35.
- 7 付伟棠, 张志强. 我国数字阅读行业的新发展: 基于 2017 年数字

- 阅读报告的分析[J]. 图书馆杂志, 2018(4): 4-11.
- 8 张志强, 尹召凯. 以读攻“毒”: 疫情背景下的阅读调查分析[J]. 编辑之友, 2020(6): 28-33.
- 9 李新祥. 数字时代国民阅读行为嬗变研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2014: 132-282.
- 10 茆意宏. 移动互联网用户阅读行为研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2016: 72-81.
- 11 刘强, 李本乾. 数字时代传统媒体的非数字化生存——基于受众纸质书偏好的价值逻辑考察[J]. 新闻大学, 2021(7): 90-106.
- 12 Thompson J B. Book wars: the digital revolution in publishing[M]. Cambridge: Polity Press, 2021: viii.
- 13 Peng X, Zhao Y C, Zhu Q. Investigating user switching intention for mobile instant messaging application: taking WeChat as an example[J]. Computers in Human Behavior, 2016(64): 206-216.
- 14 Lee K W. The study of consumer intention toward switch from physical book to e-book[J]. Operating Management Reviews, 2012, 8(2): 19-42.
- 15 徐孝娟, 赵宇翔, 朱庆华. 从传统纸媒到数字媒介的用户阅读转移行为研究——基于 MEC 理论的探索[J]. 中国图书馆学报, 2016, 42(3): 116-127.
- 16 刘周颖. 从免费到付费: 在线知识问答平台的用户转移行为研究[D]. 南京: 南京理工大学, 2019.
- 17 Choi J, Jung J, Lee S W. What causes users to switch from a local to a global social network site? The cultural, social, economic, and motivational factors of Facebook's globalization[J]. Computers in Human Behavior, 2013, 29(6): 2665-2673.
- 18 Chang I C, Liu C C, Chen K. The push, pull and mooring effects in virtual migration for social networking sites[J]. Information Systems Journal, 2014, 24(4): 323-346.
- 19 Bansal H S, Taylor S F, St James Y. "Migrating" to new service providers: toward a unifying framework of consumers' switching behaviors[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2005, 33(1): 96-115.
- 20 Sun Y Q, Liu D, Chen S J, et al. Understanding users' switching behavior of mobile instant messaging applications: an empirical study from the perspective of push-pull-mooring framework[J]. Computers in Human Behavior, 2017, 75: 727-738.
- 21 Chang H H, Wong K H, Li S Y. Applying push-pull-mooring to investigate channel switching behaviors: M-shopping self-efficacy and switching costs as moderators[J]. Electronic Commerce Research and Applications, 2017, 24: 50-67.
- 22 徐国华. 基于 PPM 模型的生鲜电商平台用户转换意愿影响因素研究[D]. 烟台: 烟台大学, 2024.
- 23 夏立新, 王凯利, 程秀峰. 基于 PPM 模型的移动音乐平台用户转移行为研究——以网易云音乐为例[J]. 现代情报, 2018, 38(8):



- 3-11.
- 24 Zeithaml V A. Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence[J]. *Journal of Marketing*, 1988, 52(3): 2-22.
- 25 袁人杰, 袁勤俭. 感知价值理论及其在信息系统研究领域的应用及展望[J]. *现代情报*, 2021, 41(10): 150-158.
- 26 叶风云, 胡雅萍. 青少年用户移动阅读采纳行为实证研究[J]. *情报学报*, 2015, 34(8): 787-800.
- 27 李武, 胡泊, 季丹. 电子书阅读客户端的用户使用意愿研究——基于 UTAUT 和 VAM 理论视角[J]. *图书馆论坛*, 2018, 38(4): 103-110.
- 28 赵文军, 谢守美. 大学生移动阅读感知价值、满意度与行为意向的关系: 以超星移动阅读 APP 平台为例[J]. *图书情报工作*, 2019, 63(3): 98-107.
- 29 Phelps J E, D'Souza G, Nowak G J. Antecedents and consequences of consumer privacy concerns: an empirical investigation[J]. *Journal of Interactive Marketing*, 2001, 15(4): 2-17.
- 30 Xu H, Dinev T, Smith J, et al. Information privacy concerns: linking individual perceptions with institutional privacy assurances[J]. *Journal of the Association for Information Systems*, 2011, 12(12): 798-824.
- 31 Teng L, Liu D W, Luo J L. Explicating user negative behavior toward social media: an exploratory examination based on stressor-strain-outcome model [J]. *Cognition Technology & Work*, 2021(2): 904-914.
- 32 Bright L F, Kleiser S B, Grau S L. Too much facebook? an exploratory examination of social media fatigue[J]. *Computers in Human Behavior*, 2015(44): 148-155.
- 33 Polites G L, Karahanna E. Shackled to the status quo: the inhibiting effects of incumbent system habit, switching costs, and inertia on new system acceptance[J]. *Mis Quarterly*, 2012, 36(1): 21-42.
- 34 Jung E H, Walden J, Johnson A C, et al. Social networking in the aging context: why older adults use or avoid facebook[J]. *Telematics & Informatics*, 2017, 34(7): 1071-1080.
- 35 Jacoby J, Kaplan L B. The components of perceived risk[J]. *Advances in Consumer Research*, 1972(3): 382-383.
- 36 Xu C, Ryan S, Prybutok V, et al. It is not for fun: an examination of social network site usage[J]. *Information & Management*, 2012, 49(5): 210-217.
- 37 Sweeney J C, Soutar G N. Consumer perceived value: the development of a multiple item scale[J]. *Journal of Retailing*, 2001, 77(2): 203-220.
- 38 李武. 感知价值对电子书阅读客户端用户满意度和忠诚度的影响研究[J]. *中国图书馆学报*, 2017, 43(6): 35-49.
- 39 吴明隆. 问卷统计分析实务 SPSS 操作与应用[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2010: 52-53.
- 40 中国音像与数字出版协会. 2021 年度中国数字阅读报告[EB/OL]. [2024-02-20]. <http://www.cadpa.org.cn/3277/202206/41513.html>.
- 41 保罗·莱文森. 莱文森精粹[M]. 何道宽, 编译. 北京: 中国人民大学出版社, 2007: 3-14.
- 42 陈颖青. 数字出版与长尾理论[M]. 北京: 华夏出版社, 2013: 8.
- 43 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 黄爱华, 冯刚, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 1989: 17-74.
- 44 赵蕾. 电子书衰落与纸质书回归: 近年来美国图书市场销售趋势与读者媒介选择分析[J]. *编辑之友*, 2019(1): 96-101.
- 作者贡献说明:
尹召凯: 提出选题、设计研究思路、数据收集与分析、论文撰写与修订
张志强: 选题讨论、数据收集、论文修订
- 作者单位: 南京大学信息管理学院、南京大学出版研究院, 江苏南京, 210023
收稿日期: 2024 年 12 月 9 日
修回日期: 2025 年 1 月 7 日
(责任编辑: 李晓东)

From Fingertips to Pages: Why Reading Paper Book in the Digital Age

—Empirical Evidence from Chinese Youth

YIN Zhaokai ZHANG Zhiqiang

Abstract: Every technological innovation reshapes reading patterns and social order. In contrast to the decline of newspapers and audiovisual products, traditional printed books have managed to survive in a non-digital presence. This study investigates the profound motivations behind Chinese youth's preference for paper reading in the digital era, examining the key factors that influence their choices and empirically explaining the continued prevalence of printed books in the digital age. It aims to deepen our understanding



of the logic underpinning the non-digitized survival of traditional printed books, particularly in contrast to the decline of traditional media such as newspapers and audiovisual products. Utilizing a mixed research methods, the research is based on the Push-Pull-Mooring theoretical framework and Perceived Value Theory, integrating theoretical deduction with focus group interviews to develop a theoretical model of the factors influencing the youth readers' willingness to choose paper reading. A questionnaire survey was conducted, yielding 1090 valid responses, which were analyzed using Structural Equation Modeling to test hypotheses. The findings indicate that reading habits, flow experience value, and social value are the primary motivations for readers to choose paper reading. Conversely, digital worries, physical experience value, and functional experience value of printed books do not significantly influence readers' choices. The study underscores that digital reading and paper reading are not mutually exclusive; the path dependence of paper reading serves as an intrinsic driving force for the non-digitized survival of printed books. Youth engagement with printed medium reflects dual considerations of substantive merit ('inner value') and social presentation ('external image'), valuing both the intrinsic flow experience of paper reading and the identity and social value it conveys. However, their preference for the physical form of printed books is largely driven by nostalgic sentiment, with books collecting and exchanging behaviors being more symbolic. The research proposes that cultivating reading habits, enhancing flow experiences, and further elevating the social value of paper reading are three critical dimensions for realizing the value proposition of paper reading among youth. These dimensions provide evidence for the underlying driving force of printed books' non-digitized survival and address how printed books can better reach young readers. Furthermore, the study proposes that understanding how people respond to the impact of digital reading on traditional reading and reconstructing the value of paper reading has become a question worthy of contemplation. Whether "between pages" or "at your fingertips", what remains constant is the value that reading medium and reading itself can achieve and the psychological needs they fulfill for readers. This timeless principle underscores the importance of understanding and addressing the evolving dynamics of reading in the digital era.

Keywords: Paper Reading; Digital Reading; Young Readers; Reading Medium