

智慧悦读——数字时代下的阅读新纪元

李丽珊, 夏千禧, 姚嘉, 翟宣冰, 李前*

湖北师范大学, 湖北 黄石 435000

DOI: 10.61369/ETR.2026220040

摘 要 : 本文以湖北师范大学 182 名有人工智能 (AI) 阅读工具使用经历的大学生为对象, 采用问卷调查与交叉分析法, 从群体特征、认知能力、外部支持维度探究大学生使用 AI 阅读有影响作用的因素。研究发现, 大学生 AI 阅读使用意愿整体较高, 而群体差异显著, 高认知、高资源感知、高同伴支持的群体意愿较高, 并由此为高校优化资源、开发者适配需求、学生提升能力提供参考, 助力 AI 阅读适配大学生需求, 推动智慧悦读发展。

关 键 词 : 人工智能阅读; 大学生使用意愿; 影响因素; 智慧悦读

Smart Reading - A New Era of Reading in the Digital Age

Li Lishan, Xia Qianxi, Yao Jia, Zhai Xuanbing, Li Qian*

Hubei Normal University, Huangshi, Hubei 435000

Abstract : This article focuses on 182 college students from Hubei Normal University who have experience using artificial intelligence (AI) reading tools. Using a questionnaire survey and cross analysis method, the factors influencing college students' use of AI reading are explored from the dimensions of group characteristics, cognitive ability, and external support. Research has found that college students have a higher overall willingness to use AI reading, with significant group differences. Groups with high cognition, high resource perception, and high peer support have a higher willingness to use AI reading. This provides a reference for universities to optimize resources, adapt to developers' needs, and improve students' abilities, helping AI reading adapt to the needs of college students and promoting the development of smart reading.

Keywords : artificial intelligence reading; college students' willingness to use; influencing factors; smart and enjoyable reading

引言

从2014年开始,“全民阅读”连续十次写入政府工作报告。党的十八大报告 中首次提出“开展全民阅读活动”,党的二十大报告提出“要深化全民阅读活动”。从“全民阅读”在政府工作报告中的连续亮相,和党代会报告中的“开展”到“深化”,足以体现全民阅读活动的重要意义。全民阅读已成为国家重要发展战略,高校与图书馆作为阅读推广的关键阵地,需要借助技术创新优化阅读服务,推动阅读资源精准适配青年群体需求^[1]。随着5G 技术、人工智能、物联网、VR/AR 等新技术的发展,媒体呈现出了智能化的趋势,智媒时代到来。在这一时期,以往的数字化阅读会呈现出新的变化,技术对于阅读行为的影响会越来越大^[2]。数智技术正深刻重塑全民阅读生态,阅读场景从物理空间转向虚实共生的多模态互动场域,读者也从被动接受转向个性化、参与式阅读^[3]。数字化时代的到来使得传统的书籍阅读,已经不能满足现代人的阅读需求以及阅读习惯,人们阅读和接收信息的媒介也产生了巨大变化^[4]。传统的识字教育或阅读方法指导通常需要大量 一对一的人力投入,且难以根据学习者的进度实时调整^[5]。在数字时代下,智慧阅读应运而生,并进一步升级为智慧悦读。数字阅读已从传统的“获取信息”转向追求愉悦体验、情感满足、个性化服务的“悦读”阶段,阅读不再是被动接受,而是注重效率与感受双重提升的新形态。而人工智能与全民阅读深度融合,契合全民阅读普惠高效的发展目标,突破传统限制,带来三大机遇:阅读服务普惠化,补齐基层资源短板;阅读服务个性化,提升全民参与度;阅读场景多元化,拓宽阅读边界^[6]。其中,大学生作为数字阅读的核心用户群体,兼具学业阅读需求与 AI 技术接受度。其使用意愿直接反映智慧阅读在核心教育场景的落地效果。因此,明确大学生 AI 阅读使用意愿的影响因素,既能为高校优化智慧阅读资源提供依据,也能推动技术供给与学生需求匹配,助力数字时代阅读生态高质量发展。

项目信息: 本文是湖北师范大学2024年大学生创新创业训练计划项目“智慧悦读——数字时代下的阅读新纪元”(编号:S202410513055)的结题成果。

作者简介:

李丽珊,女,海南儋州人,湖北师范大学外国语学院22级本科生,研究方向:阅读教学;

姚嘉,女,湖北孝感人,湖北师范大学外国语学院23级本科生,研究方向:阅读教学;

夏千禧,女,湖北黄冈人,湖北师范大学外国语学院23级本科生,研究方向:阅读教学;

翟宣冰,女,湖北襄阳人,湖北师范大学外国语学院25级本科生,研究方向:阅读教学。

通讯作者:李前,湖北省黄石人,湖北师范大学外国语学院,硕士生导师,研究方向:英美文学,创新创业教育。

一、概念界定

（一）概念界定

1. 数字时代

数字技术的兴起颠覆了传统媒体的传播格局，使得传统纸质媒介环境逐渐拓展至数字网络媒介环境当中，随之而来的便是传播主体、媒介以及受众等多方位的转变^[7]。数字时代以移动互联网、大数据、人工智能为技术支撑，推动阅读资源形态与传播渠道革新，使读者行为呈现碎片化、移动化、自主化特征。结合本研究场景，数字时代可界定为：以智能技术为核心驱动力，实现资源数字化、渠道多元化、行为场景化，并强调需求精准适配与体验深度融合的时代形态，为 AI 阅读提供基础环境。

2. 智慧悦读

智慧悦读是智慧阅读的进阶形态。智慧阅读以信息通信技术为基础，通过人机协作满足个性化、情境化阅读需求。“悦读”则强调阅读过程中的身心愉悦与情感满足，超越单纯知识获取，走向精神体验与成长。智慧悦读是在智慧阅读基础上，融合技术创新与内容创新，强化阅读与生活的联结，具有阅读资源丰富、高效便捷、服务个性化等优点，使阅读从单向信息接收转为多维度连接，实现向创造力与实践力的转化。AI 阅读的核心价值在于精准匹配用户需求、提升阅读效率、优化阅读体验，这与本研究中智慧悦读强调的功能满足、情感愉悦高度一致^[8]。AI 可在个性化推荐、阅读能力提升、无障碍服务、精准阅读适配等方面赋能阅读。结合本研究，智慧悦读可定义为：其一，内容敏捷，机器自动化识别调整和决策，服务读者实时的信息和知识需求；其二，服务适配，运用用户画像和情境计算，构建个性化知识图谱；其三，认知增强，融合数字叙事和多媒介感官通道，提升知识内化效率^[9]。

（二）研究现状

现有智慧阅读研究多聚焦技术发展、宏观影响，对 AI 阅读的研究不足，针对大学生的微观实证较匮乏。人工智能赋能阅读的同时，也带来内容供给失衡、深度阅读能力弱化、数字鸿沟依然存在等现实问题^[10]。CNKI 数据显示，2016—2025 年 3 月 AI 阅读相关文献达 1229 篇，关注度在 2024 年达到峰值，研究热度持续上升。《2024 年度中国数字阅读报告》显示，18—23 岁青年是数字阅读主力军，与大学生群体高度重合。尽管 AI 阅读优势显著，但如何让大学生持续接受与使用，仍是行业关键问题。当前数字阅读相关研究虽较为丰富，但多集中于付费意愿、平台发展、宏观推广，缺少针对 AI 阅读、使用意愿、认知因素、同伴支持、校园环境的微观实证研究。同时，现有研究重技术、轻体验；重宏观、轻微观，对大学生群体内部差异探讨不足。国内研究多集中于技术起源、特征、风险与宏观应用，从用户视角、体验视角展开的研究偏少。现有人工智能与阅读相关研究成果逐年增长，但仍存在明显不足：一是偏重技术与宏观层面，缺少用户体验与微观行为研究；二是偏重整体影响，缺少对大学生群体的细分探讨。将 AI 融入学习工具可显著提升学习效率与学术质量。鉴于此，本研究立足用户视角，以湖北师范大学学生为调查对象，采

用问卷调查、交叉分析法，从群体特征、认知能力、外部支持三大维度探究使用意愿的影响机制，旨在为高校优化资源配置、开发者改进产品、学生提升使用能力提供参考，推动智慧悦读更好适配大学生需求，开启数字时代阅读新纪元。

二、研究设计与分析

本文以湖北师范大学在读大学生为总体，选取有 AI 阅读使用经历者为对象，发放 200 份问卷，获 182 份有效问卷（有效回收率 91%），以“是否计划将 AI 作为常规阅读辅助方法”和“是否喜欢应用新的 AI 阅读技术”作为衡量使用意愿的两项核心指标，将其与性别、年级、专业三类群体特征进行交叉分析，以此判断不同背景的大学生在 AI 阅读接受度上是否存在明显差异。

（一）总体情况

本次调查在性别构成上，女性 96 人，占比 53%，男性占比 47%。年龄方面，18—23 岁群体共 171 人，占比高达 93.96%。年级分布上，大一占 31%；大二占 24%；大三占 24%；大四占 21%。专业类别上，文科 64 人，占 35%；理科 46 人，占 25%；工科占 21%；商科占 17%。

（二）群体特征与使用意愿交叉分析

本部分以“是否计划将 AI 作为常规阅读辅助方法”和“是否喜欢应用新的 AI 阅读技术”为使用意愿核心指标，与性别、年级、专业进行交叉对比，结果显示群体差异显著。

首先，女性在常规使用意愿（73.9%）和技术探索意愿（72.9%）上均略高于男性（68.6%、66.3%），但整体差距不大。两类性别中均有超过 65% 的学生愿意使用 AI 阅读，无明显排斥倾向。这一结果可能与女性更注重学习效率、更愿意借助辅助工具优化阅读过程有关，而男性对新技术接受度同样较高，在使用习惯与体验偏好上略有不同。其次，年级与使用意愿呈显著正相关，意愿随年级升高明显上升：大一 59%、大二 67%、大三 73%、大四 82%。大一学生刚适应大学节奏，以基础阅读为主，需求较弱；大二开始接触专业课程，工具需求逐步提升；大三专业课难度加大，依赖 AI 解析难点、梳理知识框架；大四面临毕业论文、文献梳理、求职信息筛选等高强度任务，对 AI 提升效率的价值感知最强。整体呈现学业压力越高，使用意愿越强的明显规律。最后，在专业差异上，工科、商科学生使用意愿显著高于文科、理科。工科常规使用率 79%，商科 75%，理科 67%，文科 64%。工科文献量大、专业性强，商科需处理大量数据与行业报告，AI 辅助价值突出；理科侧重公式图表可视化解析，文科侧重文本深度理解，需求相对温和。但文科仍有超 60% 的学生愿意使用 AI，说明 AI 阅读在各学科均具备广泛应用空间，仅功能需求侧重点不同。

（三）认知能力与使用意愿交叉分析

认知能力是影响大学生 AI 阅读使用意愿的关键内在因素，研究从技术认知程度与工具使用能力两方面展开分析。技术认知程度与使用意愿正相关对 AI 使用场景越清晰，学生使用意愿越高。高认知组常规使用率达 81%，低认知组仅 44%。低认知群体中近

半数学生对 AI 阅读持观望态度，这说明大学生并非排斥 AI，而是因不清楚何时用、怎么用而降低尝试意愿，认知盲区是阻碍使用意愿的核心因素。同时，工具使用能力与使用意愿强关联能自主选择合适 AI 工具的高能力群体，使用意愿超 83%；而不会选择、无法匹配阅读需求的低能力群体仅 35%。工具操作门槛越低、使用越熟练，学生的体验感越强，也更愿意将 AI 纳入常规学习流程，使用能力直接决定意愿高低。

（四）外部支持与使用意愿交叉分析

外部支持环境对使用意愿向实际行为转化具有重要推动作用，主要体现在学校资源供给与同伴互动支持两方面。一方面，学校资源供给认为学校 AI 阅读资源充足的学生，使用意愿高达 82%；认为资源不足的学生仅 38%。学校提供的图书馆 AI 工具、课程配套平台、使用指导等资源越充分，学生越容易将使用意愿转化为真实使用行为，校园资源供给是意愿落地的关键支撑。而同伴互动支持同伴间经常分享 AI 工具、交流使用技巧的学生，使用意愿超 81%；缺乏同伴交流的学生仅 42%。身边同学的推荐与经验分享能显著提升学生对 AI 阅读的信任感与熟练度，群体互动在技术接受过程中具有明显的正向传导作用。综上，大学生 AI 阅读使用意愿整体偏高，但群体差异明显：高年级、工科与商科学生意愿更强；技术认知深入、工具使用熟练的学生更愿意持续使

用；充足的高校资源与积极的同伴经验分享，可有效提升使用意图，并在意愿转化为实际行为的过程中发挥关键作用。

三、结论与建议

大学生 AI 阅读使用意愿整体较高，但群体差异显著：女性、高年级、工科与商科学生意愿更高；认知能力、学校资源、同伴支持均对使用意愿具有显著正向预测作用。智慧悦读的落地，需要技术、高校、学生协同发力，实现功能价值与情感体验统一。对此建议高校完善 AI 阅读资源体系，按专业配置差异化工具：工科配公式解析、图表可视化；商科配数据处理、报告分析；大四配文献整合、论文辅助。开展分层培训，降低认知门槛。开发者可聚焦学业场景优化产品，简化操作、提升稳定性，推出专业垂直版 AI 阅读工具，增强场景适配性。学生主动学习 AI 工具用法，参与同伴分享，突破认知盲区，将技术能力转化为学习效率。本研究从大学生视角揭示 AI 阅读使用意愿的影响机制，为智慧悦读在教育场景落地提供实证支撑。未来可扩大样本范围、开展纵向追踪，持续推动数字阅读向更智能、更愉悦、更普惠的方向发展，真正开启数字时代的阅读新纪元。

参考文献

[1] 杨臻. 全民阅读背景下图书馆阅读推广的创新路径 [J]. 新传奇, 2026, (13): 123-125.
[2] 郭淑怡. 智媒时代受众深度阅读行为的影响因素研究 [D]. 电子科技大学, 2023.
[3] 郭毅, 周欣潼. 数智时代全民阅读的新特征与实践路径 [J/OL]. 四川省干部函授学院学报, 1-12. <https://link.cnki.net/urlid/51.1574.G4.20260422.1821.002>.
[4] 杨文静. 从阅读到悦读 [D]. 四川美术学院, 2023.
[5] 段宇锋, 范并思, 熊泽泉. 阅读推广：AI 时代中国公共图书馆的选择 [J]. 中国图书馆学报, 2025, 51(06): 18-32.
[6] 袁文涛. 大学生数字阅读支付意愿影响因素研究 [D]. 辽宁师范大学, 2023.
[7] 袁丽亚. 大学生数字阅读付费意愿影响因素研究 [D]. 贵州民族大学, 2023.
[8] 徐丽. AI 时代阅读推广跨界智融 [J]. 文化产业, 2026, (07): 7-9.
[9] 林佩, 张志强. 智慧阅读的概念构建及用户信任问题研究 [J]. 出版广角, 2025, (03): 91-96.
[10] 周慧琳. 人工智能时代全民阅读面临的机遇与挑战 [J]. 出版发行研究, 2026, (04): 1.