

中国网络文学“海外热”现象初探

◆蔡珍梦

(中国传媒大学传播研究院 北京市朝阳区 100024)

摘要:中国网络文学在海外越来越受欢迎,玄幻、仙侠、言情等题材受到众多海外读者的喜爱与追捧,其中尤以东南亚地区最为受欢迎。中国网络文学“海外热”的现象的不仅是因为传播的内容满足了海外受众的阅读需求,资本与网络平台也起到极大的作用,同时也是中国文化海外传播的长时间积累的结果。正是基于此,中国网络文学也被寄予传播中国文化,提高中国软实力的厚望。但是,目前中国网络文学海外传播依然面临着版权、翻译质量等问题。

关键词:网络文学;海外传播;传播效果;文化产业

一、网络文学概念

网络文学具体是个什么概念目前学界还未有确切的定论。目前主流的定义主要是中国作协副主席李敬泽先生的观点,认为网络文学是以网络为发布渠道的原创长篇通俗小说。而北京大学中文系副教授邵燕青博士则主张从媒介属性定义网络文学,认为网络文学的核心属性是“网络性”。所谓的网络性包括超文本性、根植于粉丝经济的互动性、与ACG文化的联通性。本文对网络文学的解释倾向于邵燕青博士的说法,如麦克卢汉所言的“媒介即信息”,网络文学会随着媒介的改变而发生变化。

尽管中国网络文学发展迅猛,一方面《花千骨》、《盗墓笔记》、《琅琊榜》等“现象级IP剧”的爆红,却使网络小说成为商品化的热门产品。另一方面,2016年12月有8位网络作家当选中国作协第九届全国委员会会长,唐家三少甚至成功当选新一届主席团委员,这个信号表明,发展网络文学已经成为国家文艺顶层设计中最重要的环节。但是,中国的网络文学一直处于一个不被所谓的主流文化所接受的状态,抄袭、低俗等负面评价不断。与中国网络文学“海外热”不同的是,学界对这一现象的研究却略显“萧瑟”。通过查询知网相关论文发现,国内目前对与这一现象的研究主要集中在2016年底之后,学界对中国网络文学海外传播的研究并不多。

二、中国网络文学海外传播现状与成果

(一)海外传播现状

1.东南亚

越南和泰国是中国网络文学最早的输出地。据澎湃新闻新闻报道,在越南发布网络小说网站上,前100名都是中国网络小说,越南引进的中国文学作品有八成是网络文学。据新华社报道,2009年至2013年,越南翻译出版了841种中国图书,差不多3天就有一本中国图书被翻译成越南文出版。在泰国,中国网络小说以及网络小说改编的中国的电视剧表现火爆,而影视作品的繁荣反过来加强了网络文学的传播效应。

2.日韩

比起东南亚的风靡,因日韩自身的文化传播力非常强的原因,中国网络文学在日韩的传播则显得有些“慢热”。按中国作家协会会员侯庆辰的说法,在日韩传播的网络文学具有粉丝文化特征,呈现出了围绕小说的IP整体输出为特征的小说、影视、动漫复合传播。比如,中国热门电视剧《琅琊榜》在日韩网站讨论度都非常高,而由中国网络小说《从前有座灵剑山》改编的动画片在日本收视火爆,《全职高手》也在日本引发阅读热潮。

3.欧美

与前两个地区相比,中国网络小说在欧美传播则像个意外之喜。2016年末的一篇文章使得国内开始了解到中国网络文学在海外最大的网络传播平台——武侠世界(Wuxia World)、引力传说(Gravity Tales)、伏拉雷翻译网(Volaro Translation)。据2017年6月统计数据表明,3家合计月活跃读者数(月独立知识产权)

已达550万。另据澎湃新闻报道,武侠世界(Wuxia World)自2014年建站以来,在两年的时间里迅速蹿升至全球Alexa排名1343的大型网站,该站30%读者来自美国,5%来自加拿大,12%来自东南亚,10%来自西欧。

(二)传播效果

1.形成亚文化群体

以Wuxia World为例,外国读者会在网站的论坛里讨论小说的剧情或者对小说背景概念进行研读,也会互相称呼为道友(Daoist),日常问候语是May the Dao be with you(愿道与你同在)。而网络小说的走红也使得不少读者喜欢上中国文化,甚至开始学习汉语。如网友Bayzid在论坛留言,“Now this novel makes me wanting to learn Chinese for Chu Feng's sake”,类似这类言论在论坛上非常常见。

2.初步形成文化产业

目前中国网络文学主要呈现的是小说、影视、动漫所形成的复合传播,从逆袭韩流的《琅琊榜》、逆袭日流的《全职高手》,风靡东南亚的《花千骨》,都是整个文化形态的传播。根据艾瑞咨询公布的《2017年中国网络文学出海白皮书》的调查数据显示,阅文集团目前在日韩、东南亚多国,以及欧美地区均授权了大量网文作品出版、实体书出版。此外2017年5月上线起点海外版起点国际,推动国外网文正版化进程。国内知名网络文学网站晋江文学城已同20余家越南出版社、2家泰国出版社、1家日本合作方开展合作,几乎每天就有一部网络文学作品被签下海外版权。

3.培养海外作者

中国网络文学海外传播除了培养了读者群之外,还培养了不少海外作者。这些作者以中国“仙侠”和“玄幻”等为题材所创作的作品,不仅主角的名字是以拼音命名,还出现了类似“Dantian(丹田)”,“Qi(气)”这类中国玄幻小说所特有的设定。同时已有一些作者开始依靠这类作品盈利。比如,来自丹麦Tina Lynge的系列作品《Blue Phoenix》(蓝凤凰)已经在亚马逊上开售Kindle版的电子书,还有在亚马逊上的小有名气的Will Wight,其新书Unsouled在上线之后第一周以每份3美金的价格,卖出接近2000份Kindle电子版。

三、网络文学海外走红的原因

一直以来,中国对外输出的中华文明呈现的是“有心栽花花不开,无心插柳柳成荫”的状态。官方大张旗鼓甚至大手笔投入宣传的以传统文学为主的主流文学收效甚微,而像中国网络文学这类非主流的文学作品所收获的传播效果则让人惊讶。中华文化圈对中国网络文学的接受可以解释成文化相近的原因,那么中国网络文学在文化市场高度发达的欧美的“走红”的原因则值得深思。

首先,中国网络文学走红的最根本原因在于它的内容。在被问及为什么会喜欢阅读网络文学,海内外的读者无不提及最大的原因就是“爽”。按照选择与满足理论,不少作品内容几乎是“屌丝逆袭”框架,这种新鲜的设定正好满足了读者的欲望以及猎奇心理。与晦涩难懂的中国传统文学不同,网络文学用直白的语言和跌宕起伏的情节向读者传递价值观,而这种价值观能被全世界读者所接受的,比如“奋斗就能获得成功”,“正义永远战胜不了邪恶”。正是作品所呈现的这类核心价值观才能引起海外读者的共鸣。网络小说虽然通俗但是并不低俗,甚至并不故意迎合西方的叙事框架,而是对中国文化的继承并重塑。既有令人震撼和新奇的情节,又有神秘的传统中国文化元素,这使得海外读者能够克服文化差异而“深陷其中”。

其次,中国网络文学辐射华语文化圈甚至“逆袭”欧美是离不开传播平台。海外的读者以网络为平台,能利用碎片化的时间阅读,网络便捷性也使得读者可以不需要花费金钱便能在第一时间阅读自己喜欢的作品。在网络所提供的公共领域里,读者们主动参与到作品的整个传播的过程,与他人交流想法和观点。正是依靠着读者的黏性,扩大了网络文学的海外传播力。比起欧美从印刷时代以来所形成的成熟和完善的文化生产机制,网络性让中国网络文学跨越了国界和文化的阻隔,甚至可以打破“次元壁”,在被网络重新“部落化”的“地球村”获得了广泛的亲缘性。除此之外,在传播的过程中,网络文学还受到影视和动漫的反哺,正是依靠着网络这个媒介平台,网络文学有了更多的读者群以及优秀的作者,网络文学也在不断壮大。

第三,商业化的市场经营体制更有助于网络文学的海外传播。早期中国网络文学的传播依靠的主要是读者自发的翻译,虽然译文水平参差不齐,但是凭借着喜爱连接其的翻译群体也在不断壮大。后来则出现了“打赏”的形式,以武侠世界为例,读者可以给译者捐款,让译者加快翻译的进度。随着中国网络文学的不断壮大,除了图书出版外,还形成了以IP改编为核心的影视、动漫、游戏等多元模式。网络文化产品的日趋多元加上市场化经营也给网络文学的发展注入更多的动力。随着网络文学“海外热”的现象被国人所熟知,包括阅文集团、掌阅科技等国在内的企业都把目标瞄准了网络文学,通过与国外企业的合作,建立更为完善的市场经营体制,更进一步的推动中国网络文学海外传播的广度和力度。

第四,中国网络文学的走红得益于中国网络小说的发展。中国国内网络小说经过十几年的发展,在吸收中国优秀传统文化的基础上,结合新时代特点,已经发展出以草根化为特点,以年轻受众为主体,题材丰富多样的模式。而海外受众所接触到网络文学作品的都是国内经过“大浪淘沙”后的精华。中国网络文学的发展除了结合传统的中国文化以外,还受到了传统武侠小说的影响。以金庸和古龙小说为代表的传统武侠小说所包含“侠”的思想,在不少早期的网络小说中都窥见一二。根据澎湃新闻网对Wuxia World创始人美籍华裔RWX的采访,正是出于对传统武侠小说的兴趣让他创办了这个论坛。而这群早期网络文学的海外读者同样也是日本宅文化的爱好者,对东亚文化接受度也比较

高。像《斗罗大陆》、《全职高手》这类网络文学改编的动漫就有着日漫的痕迹,对于读者来说也比较容易接受。

第五,中国网络文学的海外传播离不开国家政策的支持。2014年国家出版广电总局出台了《关于推动网络文学健康发展的指导意见》鼓励网络文学作品积极进入国际市场,2015年中共中央出台了《中共中央繁荣发展社会主义文艺的意见》,倡导“大力发展网络文艺”。中国网络文学在国家政策支持下迅速发展,并且顺利走向国门。而随着中国国家综合实力的不断上升,中国的文化也逐渐向外辐射。带有强烈宣传目的的文艺作品较难引起观众的共鸣,中国网络文学的海外传播并不是一个主动的过程,而是伴随着中国文化软实力上升的过程中向外传播并逐渐形成一定的吸引力。

四、对中国网络文学“海外热”现象的反思

从目前的发展形式来看,中国网络文学在国内的发展还是处在非主流的边缘,也并非中国文化产业发展的重点,在海外的传播更多的是靠大众和资本的力量,而且在海外还是属于较为小众的小说类型。但是这个与精英群体割裂开来的小众群体也许会因为网络而汇聚成庞然大物,而中国网络文学中所蕴含的中国文化和中国价值观也在潜移默化中逐渐被海外读者所了解甚至被认同。相信随着大众对中国网络文学的重视以及国家政策的支持,中国网络文学可以像美国大片、韩国电视剧、日本动画一样的成为中国国家形象的一张明信片,甚至有可能成为世界主流文学的一部分,为世界文学的繁荣和发展贡献一份力量。

参考文献:

- [1] 庄庸,安晓良. 中国网络文学海外传播:“全球圈粉”亦可成文化战略[J]. 东岳论丛, 2017, 38(9):98-103.
- [2] 邵燕君. 媒介革命视野下的网络文学[J]. 名作欣赏, 2015(4):76-77.
- [3] 杨俊蕾. 中国网络文学的叙事转向与文化输出[J]. 人民论坛, 2017(24):124-125.

作者简介:

蔡珍梦,女,1993年4月,福建泉州,硕士研究生,中国传媒大学,研究方向:国际媒体。

