

全球媒介革命视野之下的中国网络文学及其海外传播

邵燕君

自 2016 年以来，中国网络文学的海外传播成为了网文界乃至整个文化界的一个热点话题，引起各方面的高度关注。

引爆这一现象的全球第一家网文翻译网站 Wuxiaworld（武侠世界），是由美籍华人 RWX（即任我行，中文名赖静平）于 2014 年 12 月 22 日创立的。两年半来，发展速度惊人。截至 2017 年 6 月，月活跃读者数已接近 300 万（根据 Alexa 公开数据和网站后台数据，下同）。翻译完本的作品超过了 10 部，正在翻译的作品超过 30 部，并有多部正在翻译的韩国网络小说。

此外，还有两家重要的翻译网站，分别是 Goodguyperson（简称 GGP，中文名孔雪松，美籍华人）创立的 Gravity Tales（引力，2015 年 1 月）和 Etvolare（艾飞尔，中国台湾人）创立的 Volare Novels（沃拉雷，2015 年 12 月）。截至 2017 年 6 月，Gravity Tales 的月活跃读者数已超过 120 万，正在翻译的中国网络小说超过了 20 部，并有 10 部正在连载的英文原创网络小说。Volare Novels 以翻译“另类”作品（如科幻、搞笑等）和女频小说为主，截至 2017 年 5 月，已有 28 部作品，其中 4 部翻译完毕，24 部连载中，日页面点击量（日均 PV）最高已经达到 100 万，日访问用户量（日独立 IP）最高达到 10 万左右，月活跃读者数（月独立 IP）约 130 万。

国内居于网文界霸主地位的阅文集团也开始布局海外市场，并将“网文国际化”作为集团未来的核心战略之一。2016 年底，阅文集团就与 Wuxiaworld 达成了 20 部作品的授权，并于 2017 年 3 月试运行起点国际版。5 月阅文国际正式上线，截至 6 月，已有超过 50 部作品连载。

在东南亚地区，中国网络小说更是早就成为深具影响力的外来流行文化，不但重要的网文已经大都被翻译，每年还以百部左右的速率上升^①。

不期然间，中国网络文学的魅力已经散播到全世界，尤其是在没有政府和资本护航的情况下，已经由粉丝渠道在网络亚文化空间安营扎寨，进入了这些“老外”粉丝们的日常生活，这确实是前所未有的。

如此大踏步地“走出去”自然是极大地提振了中国网络文学界的文化自信（甚至多少让人有些不敢相信），各级政府部门高度重视，媒体也集中报道^②，将中国网络文学打造成可与美国好莱坞、日本动漫、韩国电视剧并驾的代表国家软实力的世界流行文艺——这一文化战略目标也自然被提出。另一方面，从研究者的角度来看，中国网络文学走红海外也为自己提供了一个反身自认的机会，那些生活在畅销书机制高度成熟、流行文艺极度发达国家的西方读者为什么对中国网络文学青眼有加？吸引他们的到底是什么？借由“他者”的目光，我们才能更加准确地认清自己的核心属性，找准文化定位。也就是说，我们需要从全球媒介革命的视野，来考察中国网络文学的“走出去”，更要在这一视野上，考察中国网络文学从哪里

来，到哪里去？

一、“网络性”让中国网络文学成为“网络人的文学”

网络文学已经发展了近二十年，对于究竟什么是“网络文学”，至今没有一个权威的概念定义。笔者一直主张，从媒介属性而非文学形态上定义网络文学。也就是说，网络文学的核心属性是“网络性”，它不是通俗文学的网络版，更非通常所说的“快乐文学”、“娱乐文学”所能定义，而是一种新媒介文学。虽然伴随VIP制度的成功建立（2003）商业化类型小说居于网络文学的主导，但网络类型小说也与金庸时代的报刊连载类型小说、出版社出版的纸质类型小说是不一样的，“网络性”内在于网络类型小说的文学形态中，包括超文本性、根植于粉丝经济的互动性、与ACG文化的连通性，等等。因此，狭义的网络文学指的是在网络中生成的文学，网络不仅是其发布、传播空间，更其生产空间。麦克卢汉说“媒介即信息”，指的就是内容一经媒介必然发生变化。

只有从“网络性”而非“通俗娱乐性”的角度出发，我们才能突破纸质文明的制约，摆脱雅俗秩序的桎梏。然而，从媒介革命意义的角度定义网络文学，我们就不得不回答一个问题，为什么网络革命在全世界发生，中国网络文学风景独好？这个问题的潜台词是，为什么文化发达的欧美没有网络文学或至少不那么兴盛呢？这是不是意味着网络文学很low？而且，说不定并什么新的文学，反而很旧，是被五四“新文学”压下去的“旧文学”的沉渣泛起？

几年来，我们不断回答这个问题，而且这种回答不得不带有自辩性质。而中国网络文学的不胫而走让我们看到，恰恰是网络性让中国网文跨越了国界和文化的阻隔，在被网络重新“部落化”的“地球村”获得了广泛的亲缘性。

很多“老外”粉丝在谈到某个网文时，会自然谈及某个游戏的背景，从“龙与地下城”开始，西方的“桌游”和电子游戏本来就是中国网络文学的一个重要文化源头。对于他们来讲，中国网络文学首先不是中国的文学，而是网络的文学，是属于“网络人”的文学。而在他们自己的国家，虽然类型文学有着近两百年的发展历史，却是纸质文学，与网络空间隔着一层“次元之壁”。可以说，正是借助媒介革命的力量，中国落后的类型文学获得了“金手指”，率先进入了网络时代，从而具有了媒介文化的先进性。

如果我们把中国网络文学的“弯道超车”比喻成“屌丝的逆袭”的话，“逆袭”之所以发生，恰恰与我们此前类型小说的“废柴”状态有关——出于种种原因，我们的类型小说生产机制在纸质时代没有建立起来，没有培养起一支创作力旺盛的类型小说作家队伍，没有培育起的一个庞大的读者群，更没有形成一个充分细分、精准定位的市场渠道。这种巨大的阅读需求和创作潜力，都伴随网络革命的到来而爆发了。相反，欧美就是因为印刷文明时代畅销书机制太发达、太成熟，其强大的惯性一直维持着到今天仍然能维持运转，而其生产机制却难免陈旧了，这才给了中国“逆袭”的机会。

其实在网络时代，文学作为“文字的艺术”已经不是“最受宠的艺术”，“最受宠的”是作用于人的全面感官的视听艺术和更具网络“二次元”属性的ACG（动画、漫画、电子游戏）文化。所以，在西方，进入网络时代以后，文学开始出现边缘化趋向，优秀的类型小说作家一般都留在纸畅销书机制内，网络基本上是先鋒实验文学和非盈利的同人写作的免费乐园。“所幸”的是，和“废柴”的畅销书生产机制相仿，中国的影视生产机制也相当“低阶”，并且限制更多，ACG文化生产则是近几年才开始起步。所以，当1990年代末，网络的“自由空间”从天而降时，人才资源最丰富、门槛最低的网络文学自然成为首选。网络文学不但吃下了类型小说这块原本属于“纸质文学”盘子里的最大一块蛋糕，并且得到了海外影视和ACG文化的反哺——网络文学中大量的重要作者和铁杆粉丝正是多年来英美日韩剧、ACG文化哺育的粉丝——这些网络时代更“受宠”的文艺形式本来是应该与网络文学“抢人”的，

此时却成为了网络文学发展的生力军。

应该说，正是如此的阴差阳错导致的天时地利人和，造就了中国网络文学十几年“自由”发展的黄金时期，获得了独步于世的爆炸性发展——它是一个特例，但并非特异，这个特例恰恰展现了网络文明下文学可能的繁荣形态。

二、“走进日常生活”就是满足“刚需”

我们经常听到一种说法：西方人在地铁里读大部头书，中国人在地铁里看手机。这种自卑的说法掩盖了两个事实：第一，很多西方人是在相对舒适的地铁里看纸质类型小说；很多中国人是在相对拥挤的地铁里看网络类型小说。两者之间并无雅俗高低可言。第二，在全球阅读人口普遍下降的今天，中国人的阅读人口逐年上升，2016年网络文学用户已达3.33亿^③。

中国的网络用户也同样被视频、游戏吸引，但他们同时爱看小说，原因是什么？只能是因为中国的网络小说好看。同样，一群“老外”，愿意跨越文字和文化的障碍，自发追更翻译中国的网络小说，并且迅速膨胀成为一项生意，这说明什么？也只能说明，中国网络小说好看，至少对他们来说，比亚马逊上卖的拥有一两百年传统的欧美畅销书更“带感”，比伴随日本ACG文化传播已经在西方先落脚了一二十年的日本轻小说更“带劲”。古老的“类型性”与新鲜的“网络性”相结合，使网络文学具有了可与动漫、游戏相匹敌的又不可替代的“爽”。

和以往精英文化输出方式不同，中国网络文学的海外传播最生猛的力量在于其“一视同仁”地打通了海内外读者的“快感通道”，什么叫进入读者的日常生活呢？就是我看你，不是因为你是中国的，而是因为你是最好的。我第一次走进一个中国餐馆可能是因为猎奇，以后还去，经常去，不去就难受，只能是因为好吃。所以在文化输出上其实有一种真刀真枪的博弈。说白了，哪个国家的艺术更让老百姓喜爱，更能稳定持续地满足其日益刁钻起来的胃口，才会更有影响力。“刚需”才是硬道理。

从目前整理的情况来看，这些老外粉丝爱看中国网络小说的原因，和国内的粉丝差不多，就是“爽”，“屌丝的逆袭”这一主打爽文模式具有相当的“普适性”——原因很简单，大家都是“屌丝”。“占领华尔街”运动告诉我们，美国人99%也是屌丝，而著名左翼理论家齐泽克在运动间的街头讲演中，居然特别提到中国的穿越小说，羡慕中国人依然具有“幻想另外一种可能性”的能力，而在他们那里，“梦想的能力”已经“被占统治地位的系统压制了”^④。不管这种羡慕于我们而言是幸运还是悲哀，至少从另一角度告诉我们，这些年来野蛮生长出来的中国网络小说，不但在中国巨大的社会转型中，形成了一套“全民疗伤机制”^⑤，如今也在抚慰众生——这当然是犬儒的，但是身处全球性的“启蒙绝境”（齐泽克）的屌丝们，大概只有在梦中逆袭。白日梦一直是文化工业的主菜，借助网络这一先进媒介的烹炒，更加活色生香。一个“屌丝的逆袭”的故事，被无数网文反复地讲述，不同的性向（“男性向”“女性向”）、不同的类型、不同的“流”，分门别类地满足着不同细分人群的深切欲望。

如果说，“网络性”使中国网络小说在部落空间获得了广泛的亲缘性，在生产机制方面也大大突破了纸质书的限制，数百万字的长度，追更、互动、订阅、打赏的机制，是中国网络文学独创的。“老外”们不但感到新鲜，更震惊于超大的产业规模。而且，不要忘了，中国是一个有着数千年讲故事传统的大国，民间高手不计其数。通过网络这样一种先进媒介形式，各种潜在的文学资源和活力被重新激活组织起来——几百万的作者、几亿的读者同时在网上写着，读着，打赏着，对话着，也包括对骂着——这样的生产方式和规模确实是人类历史上空前的，生产出最好看的类型小说是不足为怪的。

三、“越是网络的，越是世界的”

当然，老外粉丝们爱看中国网络小说的另一个原因是“新鲜”，也就是“中国性”。在以前的文化输出中，我们特别注重“中国性”，所谓“越是中国的，越是世界的”，这是1980年代“寻根文学”的口号。今天看来，这一思维带有农业文明的印记，在这一思维模式下，“中国”难免以其文化奇观形象呈现在更现代的西方文化视野中。事实上，在“地球村”的时代，只有“越是网络的”，才有可能“越是世界的”。也就是说，“中国性”要通过“网络性”才可能展现出来，只要是中国的网络小说，自然会携带“中国性”。

从目前整理的粉丝评论来看，这些“老外”读者们对仙侠、玄幻小说中的“道”文化很感兴趣，甚至彼此互称“道友”。在“网络类型小说”带来的“超爽”吸引的基础上，中国文化元素和中国人想象力的方式也带来惊奇。通过阅读讨论修仙、玄幻小说，翻译网站也逐渐成为了一个读者学习中国文化尤其是道家文化的重要基地。在Wuxiaworld上还有专门的板块介绍中文学习经验和道家文化基础，有关于“阴阳”“八卦”的普及知识。并且相当一部分读者在论坛的交流中互称“Daoist”（道友），并用“May the Dao be with you”作为相互打趣的问候语。在漫长的追更与日常的陪伴中，中国的网络小说真正显示出其“网络性”和“中国性”的魅力。

在显在的魅力之下，中国网文在北美走红其实还有一个隐在的原因，就是“气质契合”——这是和日本轻小说对比而言的。目前的这些北美粉丝，一部分是原来中国武侠小说的读者，还有很多是从日本轻小说那边吸引过来的。网文翻译最早的聚集地就是几个轻小说的据点，如“SPCNET”（一个独立关注亚洲影视和小说的论坛）、“Lightnovel”（轻小说论坛，美国最大的社交新闻网站之一的reddit上的一个版块）。有的粉丝说，看日本轻小说看腻了，那种“守护美好的日常”觉得特没劲。中国网文这边则是以力证道，杀伐决断，主角有强大的行动力。而且都是300万字以上的大部头、大故事，特别过瘾^⑥。

表面上看是“中国性”战胜了“日本性”，实际上，背后有着叙述方式的“时差”。也就是说，与其说是中国的大道无情比日本的美好日常更有吸引力，不如说，现阶段的中国网络小说仍延续着现代性的宏大叙事风格，比起日本轻小说后现代的数据库式写作，更对这些西方读者的胃口。

我们知道日本的轻小说属于日本御宅族文化，也就是ACGN中的N。御宅族文化的产生有一个特定的背景，就是日本二战战败之后的伤痛。阿宅们利用从美国传来的漫画、动画技术制作江户风格的作品，以期“重塑战败后曾经失去的美好日本”^⑦。1970年代到1980年代初期，日本经济已经在美国的援助下作为冷战前沿实现腾飞，成为世界第二大经济体，美国的债权国。作为这一时期意识形态的绝佳反映，日本动画怀有最强烈的宏大叙事的冲动，出现了一批“太空歌剧”式的作品，比如《宇宙战舰大和号》、《机动战士高达》、《超时空要塞》等。那种气势就像田中芳树在《银河英雄传说》中说的，“我们的征途是星辰大海”。当然，这时的宏大叙事从单数变成了复数：统摄宏大叙事的整体性逻辑不在上帝手里，而在作者手里，作者通过“设定”建立自圆其说的世界架构，这也就是大冢英志所说的“拟宏大叙事”或“捏造的宏大叙事”。这一时期，日本动漫向海外输出，在宏大叙事早已崩解了（崩解自第一次世界大战以后的既已开始）的西方社会产生了影响。但在“拟宏大叙事”之后便是“宏大叙事”的彻底凋零，变成数据库式的写作，具有代表性的就是轻小说。轻小说兴起的背景是1990年代日本经济泡沫的破灭和近20年来的经济低迷。在这种社会经济文化背景下，御宅族的文化空间彻底被压回了网络二次元空间，缺乏社会整体的建构性。所以，他们的叙述都是“小叙述”，“小确幸”，“守护美好的日常”。^⑧

中国网络文学发展的这二十年，正是中国经济高速成长的时期。虽然启蒙主义理想被丛林法则终结了，但宏大叙事的冲动仍在，高歌猛进的气势仍在。中国网络文学发展的时期很

像日本动画“太空歌剧”的时代，也是“我们的征途是星辰大海”。虽然这一两年间，也开始出现向“数据库式”写作的方向转型的苗头，但目前居于主导的“大神”的“神作”都是“拟宏大叙事”，目前翻译到海外的也基本是这些作品。对于一直处于世界霸权地位的西方读者而言，恐怕还是这种“拟宏大叙事”更能让他们“爽”。这大概也是《三体》获奖的原因——早已进入后现代社会半个世纪之久的西方读者自己写不出阿瑟·克拉克式的美国科幻“黄金时代”的作品了，但仍渴望“黄金时代”的回响，来自现代化后发国家的“梦想的能力”可以作为一剂强心针。网络文学可不是只有一个刘慈欣，不是“单枪匹马”，而是大神林立，背后有一个巨大的产业，可以源源不断地供应美轮美奂的虚拟新世界。

四、瓶颈：版权和翻译

这些年来，中国一直大张旗鼓地推进中华文明的海外输出，但一直走的都是“主渠道”。中国网络文学的“走出去”走的则是“二次元通道”——这才是被重新“部落化”的“地球村”最无障碍的交流方式，所谓“天下腐女是一家”、“天下小白是一家”、“玩魔兽的人比别人多一个世界”。然而，这个“次元之壁”同时也是瓶颈。虽然北美粉丝已有数百万之众，但基本局限于对亚洲文化感兴趣的网络小说读者中，社会主流人群似乎知道的不多——就像2011年中国“网络文学电视剧改编元年”之前，虽然网络文学用户也已经达到2亿，很多主流文学界的人也一无所知或者视而不见一样。要突破次元之壁有两个路径。一个是进入亚马逊出版系统，从而进入西方类型文学的主流市场，这就要求翻译的高质量。另一条路径就是通过IP开发，用网络文艺的形式让海外主流读者了解网络小说。如果中国的影视业和ACG产业的生产水准能很快上来，做出几部有世界影响的电影或者动漫游戏，网络小说的影响力就会突破网络亚文化空间。显然，后一种路径才是更符合互联网模式的，而这也必然会引来政治和资本力量的介入。

目前“网文出海”还面临着一系列迫切需要解决的问题，其中最核心的是版权和翻译。版权问题的根本是国内文学网站等版权拥有者与海外翻译网站、译者之间缺少合理的利益分配机制，这是行业初兴期各方尚未形成均衡的利益格局时的必然结果，要有待于市场的逐步成熟。但如果不在发展初期尽快解决最基层的版权及其背后的利益分配问题，就将影响接下来中国网络文学更大规模地翻译和进一步地推广。

更长远地来看，翻译人才缺乏是制约中国网络文学海外传播效果的根本性问题。目前网络文学翻译圈子十分缺少合格的翻译，粉丝译者的翻译质量偏低，普遍达不到文学翻译的水准，而专业译者价格昂贵，且未必愿意从事流行文化和通俗文学的翻译工作。当下，起点国际以迅速扩张翻译书库为首要目标，对译文质量的把控就有所欠缺。而翻译可以说是一种再创作，没有优秀的译文，网络文学在海外就不可能走得更远。因此，如何在中国网络文学的海外粉丝中源源不断地发掘出新的译者，并形成合理的培养机制和利益分配格局让他们能安心翻译且持续进步，同时也要对优秀的职业译者拥有足够的吸引力，这是中国网络文学要进一步“走出去”所必须解决的问题。

作者简介：邵燕君，北京大学中文系长聘制副教授、研究员，当代文学教研室主任，中国作协网络文学委员会委员。

注释：

^① 据晋江文学城官方数据，自 2011 年签订第一份越南文版权合同以来，已向越南、泰国、新加坡等国家输出了数百部作品的版权。《“东南亚网络文学调查小组”志愿者开始招募啦!》2015 年 12 月 4 日“晋江文学城”官方微博发布的文章。

^② 最早报道的报纸有《人民日报》(2016 年 12 月 15 日)、《北京晨报》(2016 年 12 月 16 日)、《光明日报》(2016 年 12 月 19 日)、《北京日报》(2016 年 12 月 27 日)、《中国日报》(China Daily, 2017 年 1 月 6 日)等。《南方人物周刊》(2016 年第 32 期)、香港《凤凰周刊》(2017 年第 4 期)、《瞭望东方周刊》(2017 年第 4 期)都做了相关话题的封面报道。

^③ 据中国互联网信息中心 2017 年 1 月发布的第 39 次报告。

^④ 引文来源：<http://www.occupywallst.org/article/today-liberty-plaza-had-visit-slavoj-zizek/>

^⑤ “全民疗伤机制”一说的提出者是目前正在美国加州大学戴维斯分校攻读人类学博士学位的周轶女士。2013 年 12 月周女士在笔者于北京大学中文系开设的网络文学研讨课上做专题报告时提出此说，尚未正式发表。笔者多次借用，特致感谢!

^⑥ http://forum.wuxiaworld.com/discussion/comment/24214/#Comment_24214

帖子题目是：*What do you like about Xianxia*，发布日期：2015 年 12 月。

^⑦ 东浩纪：《动物化的后现代——御宅族如何影响日本社会》，第 26 页，褚炫初译，中国台北，大鸿艺术股份有限公司 2012 年 7 月版。日文版出版于 2001 年。

^⑧ 参阅东浩纪：《动物化的后现代——御宅族如何影响日本社会》。