

# 新世纪中国网络写作的产业化

王 月

---

进入21世纪,文学与媒介的关系异常紧密,文学生产的一切活动都未能离开媒介场的干预。不同的媒介以及媒介的操纵者、参与者,依凭他们占据的位置和所拥有的权力,一定程度上实现对资本的占有,或通过占有的资本获得一定的权力,操控影响传媒的性能。资本对于网络写作者和网络经营者的诱导,新媒体技术带给大众的新鲜体验与欲求,多种合力开启网络写作的产业化运作过程,影响传统的文学生产、传播机制。传媒文化的新变催化带有商品属性写作的出现。经济的诱惑、技术的支持、新老媒介间既战又和,使网络文学的生产场变得异常复杂,甚至震荡整个文学生态。

---

在市场经济来临的大背景下,当签约作家出现、网络写手和网络运营者不约而同地关注资本之时,文学也被裹挟着进入了它的产业化运营时期。“产业一般是指提供同一或有替代关系的同类商品的企业在同一市场上的集合”<sup>①</sup>,产业所内含的企业群的集合伴随着新技术的出现会发生动态变化,会出现越来越多具有替代关系的商品群,本来属于不同产业和市场间的企业会形成同一产业、同一市场内的竞争关系。网络写作作为文化产业内新出现的一个“商品群”,与产业内的传统出版、影视和游戏等其他文化产业开始构建前所未有的竞争与合作关系。这种多种新老媒介的交互运作,使得媒介场内文学生产的复杂性、多样性和丰富性随之呈现出来。

## 一、网络写作产业化动因

从《第一次亲密接触》在网络论坛掀起的波澜,到网络文学命名引起的争议,再到网络文学无可否认地成为新世纪文学的重要组成部分,前后只经历了十年的时间。十年里,网络文学凭一部部贴心、新颖的作品得到了受众的认可、出版的宠爱,也招来了影视、游戏的青睐。如传播学者伊尼斯所言“一种新媒介的长处,将导致一种新文明的产生”<sup>②</sup>。互联网的自由性、平民

性、互动性使其成为文学新人首选的创作平台,也使网络文学呈现出诸多异于传统文学的特质。

### (一)网络写手的无名时代

1997年,网易公司创建了免费个人主页空间。同年,国内最早的中文原创文学网站“榕树下”在上海成立。网络提供的自由的创作环境和与读者方便、快捷的互动交流,使网络写手开始批量式出现,继而有了第一代网络写手痞子蔡、宁财神、李寻欢、安妮宝贝、邢育森“五驾马车”的命名。邢育森表示网络写作只是他的业余爱好,但“我必须感谢网络给了我这样一个自由的空间,这就像农民能去耕种自留地,商人可以做个体经营了,我终于能够自由地做自己喜欢的事情”<sup>③</sup>。进入新世纪之后,出现了继“五驾马车”之后的“四大写手”——王小山、南琛、小e、今何在。他们触网和第一代网络写手是同步的,都在1997年或1998年,只是他们成名于新世纪。第二代网络写手选择网络写作的原因与第一代大致相同,他们最终也在网络上实现短暂的轰动后,渐渐远离了网络写作。两代写手疏离网络写作的原因不尽相同,第一代是找到了更适合自己的职业发展道路,如做书商、做编剧等。第二代离开网络是因为失望于网络技术的垄断对文学创作产生的新束缚,导致网络文学中出现了过多同质化的作品。南琛称:“越来越觉得网络文章陷入了一种模式化的创作中,似曾相识的东西太多了,已经有了另一种限制性。”<sup>④</sup>当一部网络作品取得轰动后,总会有网络新人对其进行模仿、跟风,如《第二次亲密接触》、《无数次亲密接触》的出现,“大话”系列的出现等。也有一些他们不曾坦陈的原因,如随着更多年轻网络读者的加入,读者表现出了新的阅读期待,读者口味变化之快迫使网络写手更新也得跟上。继“五驾马车”和“四大写手”之后没有再出现所谓“第三代网络写手”的命名,并不是继他们之后鲜少受欢迎的网络写手出现,相反出现了更多在网络写作和传统出版界都产生轰动效应的新写手,只是网络新宠更新的速度更快了,已来不及为之命名。纵观2008—2010年网络写手收入排行榜,2008年前十名的网络写手中,到2010年只有五人在榜,读者阅读口味变化之快可见一斑。排行榜上的作者最初都只是名不见经传的普通网虫,从他们的横空出世也可以看出,网友判断作品的优劣并非看它是否出自“五驾马车”、“四大写手”之手,而只关注小说本身的情节和语言风格等。所谓的媒体制造与贴标签并不能左右网友的阅读选择,网络写作已经进入一个“菜鸟”和“大虾”都失去了标识的时代。

### (二)网络大众的双重身份

新世纪以来越来越多的人选择网上阅读,尤其在web2.0时代,网上阅读作为一种分享已成为社交内容的一部分。网上可供选择的作品多,大部分作品免费是其中的部分原因,最主要的原因则是读者通过回帖等评论方式可以拥有纸媒文学作品无法提供给他们公开发表自己见解的权利和机会,从而在某种意义上颠覆了作者或媒体的“话语暴力”。

艾布拉姆斯在《镜与灯》中提出:“文学作为一种活动是由宇宙(自然、生活)、作家、作品和读者四个要素构成的。”<sup>⑤</sup>作家把自己对世界的思考和体会以作品的形式传达给读者,读者可以对作家的作品以书信或评论的形式发表自己的见解,作家可能根据读者的反馈调整自己的创作。这实则是由文学创作到传播、到接受、再到创作的一个循环过程。然而,传统的文学出版传播中,作者很难得知大多数读者阅读作品的感受,普通读者对于作者来说始终是隐蔽且神秘的存在。这种状态下,整个文学创作与传播过程的循环是不畅通的。网络写作出现后,网民读者可以轻松地对网络作品进行及时的评论。网上写作者在得到读者的阅读反馈之后调整自己的写作,或为了得到高点击率、回帖率,进而获得商业利益。同时,读者也会因创作者的回应而体会到一定的荣誉感。另外,读者对作品进行回帖评论后,其他读者可以对此进行商榷。此

时,读者不再只是一位接受者,而承担了作品传播过程中意义阐释者的角色,一定程度上影响了作品意义的解读与传播。读者通过发帖评论作品能够获得一种发言权满足。读者的评价得到作者或其他读者的认同,又同时获得一种话语权满足。虽然大多的网络读者并不了解专业的文学理论知识,他们的回复大多只是浅显的阅读感受或对人物命运的个人见解,但读者发言权和话语权的满足,始终是刺激读者进行网上阅读、回复的动力。网上阅读和回复甚至已经成为他们日常生活中的一种消遣。

随着网络技术的发展,博客的易用性以及优于先前网络论坛或文学网站的改进性、选择性、长久性,让更多网络爱好者已不再满足于阅读作品后的回帖所获得的有限的发言权和话语权,而是走上主动创作的道路,掀起了“全民写作”之风。2008年,CNNIC第22次中国互联网络发展状况调查统计报告显示:“拥有博客/个人空间的网民比例达到42.3%,用户规模已经突破1亿人关口,达到1.07亿人。半年内更新过博客/个人空间的网民比例为28%,用户规模超过7000万人,半年更新用户增长率高达43.7%。”<sup>⑥</sup>也有一些作者曾借博客炒作自己,如木子美《遗情书》的出版,芙蓉姐姐成为“健康、勇敢、自信”的代言人,竹影青瞳的赤裸写真,凤姐的雷人言论等。一些煽风点火的恶搞者助其演变成了媒体事件,扮演了和凤姐同样的事件制造者的角色。随着新媒体,包括微博、轻博客的不断出现,网上阅读的沉淀,博客文学日渐回归自由、个人化,以记录和情绪抒发为主,也距传统文学渐行渐远。但作为一种情感的宣泄,“博”了之后能让网民心情平静,也许这便是新媒体下文学性的一种新体现。

### (三)网络经营者的运营与把关

戴安娜·克兰在《文化生产:媒体与都市艺术》一书中强调了文化工业中的组织管理者对文化内容生产的重要影响及资本利益决定了管控的力度。“工业中的艺术决策受到高层管理人员的密切监督。这些管理人员有力地控制选择艺术工作人员和界定文化产品自身,甚至会介入创造过程本身”<sup>⑦</sup>,而且“产品越是昂贵,或一件耗资很少的产品带来的收入越多,组织把关者(organizational keeper)施加的控制就越多”<sup>⑧</sup>。网站经营者对网络写作的产业运营便展现了把关者对文学生产的控制。新世纪以来,大浪淘沙中留下的网络写手并不多,而且其中的精英都很快脱离网络平台,走向传统出版,网络成了书商选稿的一个中介平台。线下出版的实现离不开作者和书商的热情参与。网络作品的各种排行榜是书商了解把握读者阅读期待的参考,这些数据为他们提供了免费的读者调查,降低了出版风险。网络平台的最大获益者多是草根写手,他们需要网络读者的点击率、回帖、人气将他们推到文学网站的首页,推到出版商的候选队伍中,助他们由草根变成名人,助他们的作品在受众中形成品牌,但是促进网络作品线下出版的最主要力量是网络经营者的运营。因网站有丰富的作品资源和庞大的读者群,对读者阅读取向有一定的了解,且网站自身就可以做便利、免费的广告宣传,所以网络作品的线下出版对网站来说是最容易操作、又收入不菲的营利模式。但并非每个文学网站都能推出自己的线下作品,线下出版只对那些挂靠或下属于某一大型集团的文学网站相对容易些,他们可以共享到集团的所有产业链资源和人才资源。因此,媒介产业化道路的开始,就意味着它必然无法躲过的集团化之路。

网络作者、网站与影视、游戏制作方的合谋是促成网络写作产业化运营的重要动力。中国第一部网络小说《第一次亲密接触》拉开了影视改编的序幕。历数网络小说的改编史,足可以列出一串长长的观众耳熟能详的作品改编名单:电影《蓝宇》、《荒村客栈》、《天亮以后不分手》、《门》、《意乱情迷》等,电视剧《亮剑》、《双面胶》、《美人心计》、《和空姐一起的日子》、《佳期如梦》等。目前网络小说的改编仍在不停地上演。网络小说频繁地被搬上银幕,正是因为它的

高人气、高点击率为影视制作方提供了收视率的保证。同时,网络小说也为网游的制作提供了一个海量的素材库。纵观第一届到第七届网络游戏风云榜的榜单,《诛仙》连续四届荣登“十大最受欢迎网游”榜,《天元》连续两届登上“十大最受期待网游”榜,《兽血沸腾》和《星辰变》也在“十大最受期待网游”之列,网络小说已成为国产网游题材中的主力。网络小说的情节、架构和创作手法确实适合游戏改编,尤其是仙侠类和玄幻类作品,制作方更主要的仍是看好它背后的受众群。网络小说读者群庞大,且绝大多数都是年轻读者,读者群的年龄和网游的用户群年龄基本是吻合的,为网游提供了稳定的客户保证。

然而,网络经营者作为网络写作产业化运作过程中的把关人并不满足于仅对网络写作的监督与版权转卖,甚至尝试介入了网络写作的生产。无论是网络写手和网站在各自名利的驱使下,已开始主动向影视进军的探索。目前的改编市场中,都市言情剧占了大半江山,其次就是仙侠类和玄幻类作品。一些网络新写手为了自己的作品能够获得改编的机会,对此类题材创作表现出一定的倾斜性。一些网站为了撮合网络小说的影视改编,在作品创作前便进行干预。网络作家天下霸唱透露:“我在创作新作《迷踪之国》前,网站给我寄来了国家公布的《电影剧本(梗概)备案、电影片管理规定》,指导写作基调,我和多位影视制作人沟通后,决定以探险性内容替代灵异恐怖情节,确保日后作品变成剧本时少走冤枉路。”<sup>⑩</sup>影视改编已成为网站和网络写手公开的欲望,而网站方的介入使网络小说的生产成为潜在的影视剧本创作。

## 二、网络写作产业化表征

任何网站的正常运营都需要一定的经营成本,文学网站也不例外。“从运营职能来看,运营成本包括程序开发、页面设计、网站编辑、客服、网站策划、网站推广、网站商务以及日常管理等方面”<sup>⑪</sup>。另外,为了吸引优秀的写手,网站也不得不提供吸引人的稿酬。如此多项的开销,促使网站的经营者不得不想办法解决资金来源问题。资本驱动下的产业运作必然影响作品的表现样态。

### (一)付费阅读制造了跌宕情节

文学网站的主要营利来源是读者的付费阅读和极少量的广告收入。在国内,“明·杨全球中文文书网”首次提出了网上付费阅读的VIP概念,随后“读写网”也开始尝试,但网站提供的稿酬过低,很难吸引优秀的写手,这样网站提供的能吸引读者的作品也不多,这两家网站的付费阅读并没有产生太大的反响。2003年6月,在“传奇中国首届奇幻文学笔会”上,“‘起点中文网’的管理层宝剑锋提出了VIP方案,并在同年10月运行。他们全额支付作者稿酬,第一个月就有作者的稿费超过千元,吸引了很多网络写手的参与”<sup>⑫</sup>。其他文学网站为了争夺写手,也纷纷开始实施VIP制度,从而起点中文网将VIP制度推行到整个网络。VIP制度为作者和网站争取了利益,也正式开启了网络文学的产业化进程。

以最大的VIP文学网站起点中文网为例,若想在起点发表稿件,只要申请起点作者、注册审核予以通过即可。“申请专栏则要求作品已完成三个章节或5000字以上。新进作品可以申请‘三江推荐’,申请后会有专业编辑对作品进行审核,不考虑作品点击与推荐票等数据,只看文章质量。每部作品每周只接受一次申请,通过者作品可在首页推荐一周。从申请起点作者到作品推荐,写手都不能获得任何收入。只有在起点中文网发表十万字篇幅以上作品,才有资历申请签约,获得一定的稿酬资助,目前起点作者最高电子稿酬收入可达千字百元以上”<sup>⑬</sup>。写手为了获得作品的推荐权,必须满足三江申请的要求:“作品语句通顺,情节生动精彩,能吸引读者

的阅读欲望,人物性格鲜明,能令读者留下深刻印象。”<sup>⑧</sup>为了吸引读者阅读,网络写手从作品题目、内容简介到情节内容的设计与安排,都要绞尽脑汁。首先他们大多选用有新意且吸引人的书名,让读者看到题目便知道文章叙述的大概内容,并且易记,所以网络作品的名字大多不讲求雅致与含蓄。其次是作品的简介。网络写手很少采用抒情式或大纲式的简介,他们会把最能展示人物性格特点和情节矛盾的内容摘录到简介里,让读者看到悬念,看到最精彩的情节。再次就是着重刻画、设计免费试读部分的情节,以吸引读者继续进行付费阅读。网络写手为避免字数太多令读者产生疲倦感,一般会把小说每一章节控制在千字左右,注意段落的划分,少有大长段,并且他们会在每章、每节的结尾都精心设置悬念,吸引读者继续向下点击阅读。网上高点击率的作品大多情节跌宕起伏,进展较快,冲突较多,这是吸引读者付费阅读的主要动力,也是近年来越来越多的网络小说被影视改编的原因。

## (二)稿费制度催生大长篇

现今的网络文学作品已越写越长,中篇一般在60万字左右,长篇动则以100万字计。出现这种情况主要在于网上阅读一般前10万字属于免费阅读部分,其后才属于付费阅读部分。作品越长带给网络写手和文学网站的利益越丰厚。2000年,“榕树下”文学网站与宁财神、安妮宝贝等一大批网络写手签约,成为国内第一家签约网络写手、为网络作品支付稿酬的网站。关于签约后的具体稿酬,有网络作者透露:“分为‘全勤奖’和‘提成’。‘全勤奖’一个月900元,写手必须每天更新2000字以上;另外,根据小说的阅读量和读者每看1000字支付3分钱,写手从中提成1分钱。”<sup>⑨</sup>签约写手是难以靠网站提供的“全勤奖”维持生计的,大多数的普通写手还是要靠点击率吃饭。为了提高点击率,写手们便把作品尽力写长。作品越长,累积的点击率也会越高,这样就有望进入起点中文网门类诸多的排行榜:月票PK榜、热评作品榜、会员点击榜、书友推荐榜、书友收藏榜、总字数榜、VIP作品三日更新榜、评价票排行榜等各类小说榜。上榜作品不但能够得到更多新读者的点击与阅读,而且有望获得出版公司、影视公司或游戏公司的青睐,走向纸质出版,改编为影视剧或游戏,拥有更丰厚的版税和版权收入。所以,一旦一部作品拥有一定规模的读者后,作者便不愿轻易结束作品,开始新的写作。新的写作意味着要重新申请签约,试读,新的创作在任何一个环节都有可能失败。另外,VIP读者是网络写手的主要目标受众,他们的订阅是网络写手收入稳定的保证。因此,为了稳住这些已经订阅的VIP读者,网络写手也愿意将作品越写越长。

一些文学网站为了加快网络写手的更新速度,还推出了一系列的激励模式和福利计划。一网站的“全勤奖”规定该网站“签约作家一个月内每天完成5000字合格更新,月奖金500元;一个月内每天完成1万字合格更新,月奖金1000元。另有一些奖金,在‘读者订阅基数’和‘每日更新字数’的基础上产生”<sup>⑩</sup>。在网站的鼓励和商业利益驱使下,网络写手的文章越写越长已是一个必然的趋势。一位起点中文网的注册写手表示:“字数不够100万的文章肯定是‘太监文’(文章突然停止不再更新),100万到200万字是短篇,200万到350万字是中篇,超过400万字的才有资格称是长篇。”<sup>⑪</sup>对于传统作家而言,一辈子的创作也鲜能达到这个数字。高强度的网上创作,难免导致网络文学质量参差不齐,再加上作品的基数过于庞大,这样就增加了读者淘选好作品的难度。网络写手每天要完成数千甚至上万字的敲打,如此快速的创作且不说写手难有足够的精力积累、沉淀、体味生活,即使是让写手在创作时提取自己已有的生活积累,也显得仓促。他们所有的时间都用于写作,没有时间修改作品,提升自己的精力,这也是导致网络写手创作生命较短的主要原因。从另一方面看,网络小说较长的篇幅和丰富的情节也为游戏改编提供了可能。再加上网络小说较擅长的玄幻、武侠、仙侠、历史、军事、科幻、灵异等类型,

这些题材本身就适合游戏改编。所以,新世纪以来,与网游走得最亲密的就是网络小说。

### (三) 版权交易成就网络作品与影视、网游的频繁联姻

文学网站和网络写手的基本收入来源于VIP读者的付费阅读和少量的广告收入,大额不定期收入则主要来自于网络作品的版权转让,如传统出版权、影视改编权或游戏改编权。而像盛大这种大型的文化产业集团,则对签约作品实行全版权运营,文学网站只是作品发行的渠道之一。除此之外,盛大还推动实体出版、无线阅读、影视、动漫、游戏等其他相关文化产业的发展。盛大文学成立于2008年7月,最初由一家免费网站转型为收费网站,最后由文学网站变为全版权运营公司。“目前盛大文学运营的原创文学网站包括起点中文网、起点女生网、晋江文学城、红袖添香网、榕树下、小说阅读网和潇湘书院七大网站,注册用户近7200万,分布在全球两百多个国家和地区,占有网络原创文学90%以上的市场份额”<sup>⑩</sup>。盛大首席执行官侯小强说:“大家看到小说的时候会说它是小说,但我把它当产品,当做一个版权,一次生产,多次开发。”<sup>⑪</sup>盛大文学公司的运营为网络作品的影视与游戏改编创造了更多的机会,促进了作品多版权交易的发展。

作品版权的多次开发是文学网站的重头收入,也是低投入高产出的项目,只需进行一次产品的生产——作者创作和编辑把关——便可进行多次版权转卖,但版权转卖需要文学网站与相关产业公司具有一定的关系网,更主要的是文学网站有足够的运营实力可与之磋商。像盛大文学这样的大型文化集团就较容易在市场上发现、抓住商机,并掌握一定的主动权。“2010年4月18日,盛大文学在西安举行了首届全球写作大展,一百多部网络类型作品共获得了600多万版权交易金,《大悬疑》获得全场最高奖金100万元,其中60万是版权金,另40万用于作品包装和宣传”<sup>⑫</sup>。巨额版权金让网络写手更轻松地得到了远远大于靠网络点击率赚得的稿酬。这种巨额奖励是一种肯定,也是一种引导,它必将导引网络写手的文学创作进一步影像化、网游化。

## 三、网络写作产业化影响

### (一) 受众的阅读动机简化为消遣和娱情

新世纪以来,网络挟经济、技术之势,形成直接干预文学生产之势。随着人们可选择的物质与服务方式的多样化,读者的阅读选择日益个性化,宽泛的作品很难再得到受众的普遍认同。网络文学的创作者和供应者开始合谋对文学生产进行细分化服务。现今的文学网站就像陈列有序的大型超市,把文学作品摆放在不同的类型版块中。无论作者投稿或读者阅读,都可按个人喜好点击进入不同类型的子版块。这样,作者创作和读者阅读之前,他们头脑中都已有了一定的类型和模式。可以说,文学生产过程中网站服务方策划、命名这些类型,进而影响文学创作和阅读的选择。打开360网址小说导航,28个小说阅读网站中的任何一个里面都是琳琅满目的类型小说链接,各网站的小说类型分类已超过了四十种。每个网站又都有自己主打的品牌和特定的目标读者,如晋江文学城、潇湘书院和红袖添香主打女性小说,且晋江以耽美文最为擅长,起点中文网和幻剑书盟主要目标受众是男性读者,主打品牌是玄幻类作品,小说阅读网在读者中较有影响的是校园类作品。一些书商或文学网站就利用这些新的特质对作品冠以新的类型名字,激起读者的好奇心,以吸引读者阅读消费。类型文学是网络写作产业化运作的直接成果。《萌芽》主编赵长天认为:“类型文学带有很强的商品属性,不强调个性,只考虑读者的阅读需求,主要功能是供人们消遣。”<sup>⑬</sup>

网络普及率和各种新媒体易用性的提升,人们对网络文学的参与度大大提高了。这种高参与度让网络文学呈现出普遍化、凡俗化和随意化的特质。从几代网络写手的自述可见,网络创作的动因很大程度上是为了表达自我体验、宣泄个人情感,而网络读者也不欣赏那种带有“意不浅露,语不穷尽,句中有余味,篇中有余意”的古典话语蕴藉之美的作品。现代生活的压力和快节奏,网络信息流动的迅捷,都使得网络读者越来越倾向于轻松愉悦的阅读。拉斯韦尔在《传播在社会中的结构和功能》中提出传播的三大社会功能:监视环境、协调社会和传承文化。之后,查尔斯·赖特从社会学角度补充了传播的第四种功能:提供娱乐。网络文学阅读的娱乐性是第一位的。现代传媒技术的发达、媒体间的竞争将受众对传媒文化的娱乐性需求进行了无限放大,由此极大地提高了点击率,也实现了线下出版或影视改编的便利。

消遣娱情的阅读动机使受众选择呈现如下倾向:首先热衷于人物对话,通过对话转述情节发展,这成为网络小说的突出特点之一。比如对已经获得网络、出版、影视三重丰收的《蜗居》分析时发现,故事内容不到23万字的网络小说,人物对话部分占了近14万字,接近作品总字数的百分之六十。许多网络小说作品都很少对事情进展进行全知视角式的客观描述,常借助人物对话转述情节发展。其次,出于娱乐、消遣的目的,网络读者多处于浅阅读状态,所以多选择情节曲折、语言直白、幽默的作品。如果作品不符合上述要求,读者便可能放弃阅读。较受读者欢迎的都是那些每到紧张处就留下悬念、“且听下回分解”的网络小说。比较全国十大金牌编剧林和平的剧本《女人一辈子》和六六的网络小说《双面胶》开篇的1万字可以发现,《女人一辈子》在1万字中出现了8次矛盾冲突,而《双面胶》在1万字中出现了10次矛盾冲突。网络小说情节冲突的设置竟然多过专业剧本第一幕的冲突。这也正是许多网络小说让读者乐此不疲、欲罢不能的原因。再次,因娱情的需求以及对现实生活压力的逃避,网络读者不愿意阅读“新写实”式对残酷生活现实的摹写,更乐于阅读那些现实中困难迎刃而解的“意淫”(YY)类作品。这里的“意淫”与身体纵欲不关,而是指意念里美好的但不切实际的幻想,甚至是妄想。在中国首个类型文学杂志《流行阅》的创刊号里,一篇名为《YY无罪做梦有理》的作品历数了没房没车族的“意淫”行为:“赚不了钱,难道连YY一下‘等咱赚了钱,买两辆宝马,开一辆撞一辆’的权力都没了?这年头现实太过沉重,在小说里短暂梦一场、小憩一下,梦醒后再该上班的上班,该卖菜的卖菜去,只要不走火入魔在现实中梦游,又关卿底事?”<sup>②</sup>在网络小说的所有热门类型中,无论是玄幻、奇幻、仙侠、灵异、穿越、架空、盗墓、后宫,还是同人、耽美,最基本的因素就是“意淫”。在豆丁网关于“网络小说流行原因调查”中显示:“天马行空的想象”占37.5%，“现实中不存在、够刺激”占6%,这两项“意淫”因素占了总体选项的四成多,其他如“精彩的故事情节”占31.25%，“细腻逼真的人物表现”占18.75%，“精彩的文笔”占6.25%<sup>②</sup>。在“意淫”小说阅读中,读者实现了现实生活中无法实现的理想和愿望,或是体验到了现实中无法拥有的身份、地位、能力等。现实社会竞争越激烈,底层或弱势群体越多,“意淫”小说受众便越多。

## (二)网络写作既冲击又救助了传统出版业

网络写作的出现使得传统作家、作品在市场上受到了不同程度的冷落。从迄今的六届中国作家富豪榜可以看出作家作品的销售情况以及读者的阅读趣味。在2006年第一届“中国作家富豪榜”前十名中,传统纯文学作家有五位,2007年降到了四位,2008年到2011年,前十名中已没有传统作家上榜,但每年都有两三位网络写手在榜。从这六届的中国作家富豪榜不难看出,新世纪以来网络文学的市场日益扩大,纯文学市场却不断遭到蚕食。不过,尽管网络小说的出现冲击了传统作家和作品,但也一定程度上救助了传统出版业。在文学传播中,图书出版是最善于利用其他媒介进行自我宣传的一种传播方式。它常借视图和网络等媒介扩大自己的

影响,其较常用的手法是出版影视图书或出版网络上点击率较高的作品。影视与网络等媒介虽各有自己的收益市场,但它们又都想通过一次的创意投入获得两次或多次的收益。于是,传统阅读和出版市场成了影视运作和网络写作产业化运作中的利益共享者。细数2000年到2010年的畅销书榜,十一年畅销榜上的110部作品中,传统作家作品只有10部,这10部中还多是像张爱玲、池莉等本就拥有庞大受众群的通俗作家的作品。网络作品上榜的则有16部,其他多是引进版国外畅销书、影视图书、图文书、名人书、职场类、教育类图书等。新世纪以来,“每年畅销品种前5%的图书几乎都创造了全年一半以上的销售额。其中的文学类畅销书则仅以8.04%的畅销品种占到了80.87%的市场码洋”<sup>②</sup>。试想如果没有网络小说的支撑,传统出版业的营利将更加艰难。现今对传统出版业构成影响的不是网络小说的线下出版,而是作品的电子出版。电子出版因在中国版权制度不明晰、执行困难等原因,真正实行还有许多障碍,但这一潜在危险迟早会到来。

- ① 毛林根:《产业经济学》,上海人民出版社1996年版,第2页。
- ② 哈罗德·伊尼斯:《传播的偏向》,何道宽译,中国人民大学出版社2009年版,第8页。
- ③ 王磊:《网络写作三大疑问——网络写手与传统作家大辩论》,载《中国青年报》2000年7月27日。
- ④ 舒晋瑜:《南琛:〈太监〉的放肆》,载《中华读书报》2002年2月25日。
- ⑤ M. H. 艾布拉姆斯:《镜与灯:浪漫主义文论及批评传统》,郇稚牛等译,北京大学出版社1989年版,第5页。
- ⑥ 参见第22次中国互联网络发展状况调查统计报告, CNNIC, 2008年7月19日。
- ⑦⑧ 戴安娜·克兰:《文化生产:媒体与都市艺术》,赵国新译,译林出版社2007年版,第70页,第71—72页。
- ⑨ 廖小珊:《网络小说改编影视:前途光明路漫漫》,载《中国新闻出版报》2010年10月21日。
- ⑩ 参见《网站运营成本探讨》,新广互联, <http://www.xinnr.com/>。
- ⑪ 汤俏:《网络文学产业化的忧思:“利润”代替“文学梦”》,载《中国文化报》2010年5月25日。
- ⑫⑬ 参见《作者申请指南》,起点中文网, <http://www.qidian.com>。
- ⑭ 蒋肖斌:《网络写手称千字提成一分钱 每日更新无休假》,载《中国青年报》2010年1月5日。
- ⑮⑯ 温爽:《网络文学盈利模式催生“舒马赫”》,载《中国青年报》2010年1月7日。
- ⑰ 参见《盛大文学公司概况》,盛大文学官网, <http://www.sd-wx.com.cn/>。
- ⑱ 旺报:《盛大文学转由全版权方式经营》,载《版权周刊》2010年第2期。
- ⑲ 金煜:《盛大文学600多万版权交易金重赏网络写手》,载《新京报》2010年4月21日。
- ⑳ 参见刘琨亚:《网络让文学参与度提高》,载《深圳晚报》2011年11月27日。
- ㉑ Dryorange:《YY无罪 做梦有理》,载《流行阅》2008年9月总第1期。
- ㉒ 文捷勋等:《网络小说流行原因调查》,豆丁网, <http://www.docin.com/p-97666035.html>。
- ㉓ 周百义:《中国畅销书市场状况的调查与分析》,载《中国编辑》2005年第6期。

(作者单位 上海社会科学院新闻研究所、中国舆情研究中心)

责任编辑 容明