

奋进新征程 建功新时代 · 党的二十大特刊

中国网文的破浪乘风之旅

□徐晨

国网络文学相关企业积极进取的创新开拓精神和敏锐机变的互联网思维。从“中国文本”到“中国方法”，内容+生态的双线并行策略是极富创新意味的。网络文学在中国能够产生极为深刻的社会影响并成为一种文化现象是具有唯一性的，若单单搬运文本，网文的海外传播效果的天花板触手可及；而且在译介导致的内涵丢失、断更烂尾等客观问题的压力之下，甚至会出现棘手的停滞状态。在积极解决硬件问题——推文科技自主研发全球首个网文AI翻译系统——的同时，中国网文企业更是眼观六路、应时而变：首先是以国内网文行业发展的趋向为镜，开启泛娱乐生态出海的尝试，以多形态的多元IP体系缓解文本出海的现有痛点，消费形态的多样化不仅激活市场，更给海外读者带来新奇体验。另一方面，大胆尝试培育海外本土网络写手，授人以鱼更授人以渔，切中网络文学将被动的文字消费者转化为积极的共同创造者的深层要求，具有时代感知力和互联网思维。尽管本土网络文学作品的培育周期较长，短期内并不会改变海外网文平台以国内头部作品输出为主，产能外溢就得得开拓海外市场成为刚需。其次，东风助力，科技发展和政策环境利好，国家文化产业发展宏观战略成为重要推手。前有“一带一路”引导，后有2035年建成文化强国的远景目标推动，国家文化政策给国内核心网文企业抢滩海外市场、开展产业全球化转型提供极大的信心鼓励。于是，积累了相当运营经验和大量文本内容的核心企业手握通牒，积极投身海外拓荒。顶层设计对于文化传播的重视基于我国综合国力提升的不争事实，随着中国经济硬实力在国际社会的关注度与日俱增，文化软实力的展现也需紧跟步伐。国际社会对中国形象有期待视野，我们自然也要树立文化自信，积极推动文化输出。网文出海的受力和国家政策的支持在互动中达成了一种隐性契约关系，决定了网络文学海外传播需要受到“双效”目标的引导，即经济效益和社会效益，既需以市场效益为导向、关注海外市场占有率，又要将中华文化的内涵价值传播化为题中之义。

前有“蓝海”，上有东风，然而中国网络文学这艘船的持久运行，还需见风掌舵、遇浪控帆的积极应对。回顾网文出海的发展历程，有着明显的升级特征。1.0版本是版权出海时代；2006年《鬼吹灯》《诛仙》等作品的海外传播便是如此，当时的目标地主要是东南亚等国家。2.0版本是内容出海时代：最早由海外粉丝自发关注翻译平台（2014年到2016年间的Wuxiaworld、Gravity Tale等），之后便是国内核心企业抢滩登陆，成为最大的内容提供方。3.0阶段是内容+生态的双线并行时代。这里的“生态”，指中国网络文学产业的运行生态，即包括创作—运营—消费全链条的原创网络文学生态。平台不再局限于做国内网文文本内容的搬运工，还分发IP衍生链的下游产品，如影视动漫改编等；另一方面积极通过征文活动和开放原创（2018年起点国际上线海外原创功能）去培育海外网络小说原创内容。

网文出海三个发展阶段的演变，充分体现出中

勇破千层浪：文化输出或文化认同

当前中国网络文学海外传播的成就可以这样简单评价：具有相当知名度，但缺乏一定认可度。一些学者基于将网文出海视作当前中国文化输出的重要途径的期待视野，指出了诸如题材单一、缺乏真正文化内涵、译介造成文化折扣、版权保障制度不完善等等问题。这些或关涉文本内容、或着眼产业发展的短板确乎存在，然而它们在多大程度上成为文化输出的屏障取决于我们把“网文出海”放在什么样的高度。笔者的观点是：区分文化输出与文化认同，不必急于铺设通道；网文出海是展现中国文化与精神的赛博窗口，多元且多变，循序渐进、春风化雨才能打响这张文化招牌。

据调查数据显示，海外读者选择阅读中国网络小说基本都是因为感到新奇、有趣和放松。由此可知，网文出海的目标群体最基本的要求就是满足消遣娱乐，相应地，幻想和言情也形成了出海网文中的绝对优势类型；同时依据用户画像调研，恐怖悬疑和科幻这两种在国内体量较小的类型小说海外受欢迎程度也比较高。这是市场匹配的要求，也是海外传播成为可能的基本前提，自有其合理性。中国网络小说之所以能够超越语言阻隔，打动海外读者，就在于它的不高深，这并非缺陷，反而是优势。一来，便于翻译，幻想类小说自设体系，想象中的故事进一步摆脱了语言和概念的束缚；二来，便于传播，“肤浅”的东西能流行，人禀七情，言情小说以情动人极易引起共

鸣。中国网络小说不深，带着点中国味道——既是文本内容中的中国元素，又指追更、连载模式下文本的形态特征和故事性的凸显——对海外读者来说，恰到好处。

网文出海的小说类型确实需要调整，平台应在内容筛选上下功夫，做到内容先行，而非理念先行。一是，要力求做到类型多元。类型多元是为了选择多元，而非为了集中突出某一类型的社会功效，或许现实题材和历史题材的作品更能表现中国的现代性和中华文化底蕴，但这并不意味着提供中式幻想轮廓的其他小说就低人一等，百花齐放方能体现中华文化的博大。现阶段类型偏向性，是综合市场导向和现阶段译介平均水平后的最优解，无可厚非。若要想做到多元类型的有效传播，则需要更大的力量支持去构筑一个关涉各类的“文化背景转换器”，建立起帮助读者理解文化背景的途径，而这需要一个长期的积累。毕竟你不能指望利用碎片时间阅读网文的海外读者会愿意仔细钻研小一号的注释里“郡县制”的前世今生；更何况目前网文英译大多数不做注释是基本情况。第二，是避免文本内容的空心化。更多时候，题材单一只是表象，故事情节的套路化和同质化才是问题关键。小说可以不精妙不深奥，但不可以没有精彩的故事；一味地重复套路、赘述套话，只会使得“爽感”的触发机制失灵。所以，在筛选内容时，应将注意力更多地放在那些力求“破圈”，以元素融合、故事创意走出类型窠臼的作品上，宁缺毋滥。同时那些天然带有中西或世界流行文化因素融合的作品也应该被过滤筛选至前端，如爱潜水的乌贼《诡秘之主》就杂糅有蒸汽朋克、克苏鲁、塔罗牌等典型的西方元素，世界观架构与人物等级设定又极其新颖。上述多元和精品的取向，同样适于IP体系的泛娱乐生态输出。

人并不以任何理性的根据来选择信念；正如伊格尔顿所说的：“文化不是那种能证明或需要被证明有道理的东西。”网文出海之于文化输出的关系，正如食疗之于药物：药物可能会遭到机体的应激反应而排斥，但食疗温和，能够春风化雨。正是这种“浅”移默化，才使得无心插柳的网文在海外长成了成荫绿树。

看看美国大片、日本动漫和韩国电视剧，它们都是在形成了符号印象之后，才引起了价值输出的讨论。提起好莱坞大片，我们首先想到的是震撼的视听感受和超级英雄，之后才会思索其后的个人主义精神传统。笔者以为，当前网文出海其实并不急于争得认可度，反倒应该深耕内容，做好品牌，打出知名度，扩大内容影响力。毕竟当前的仅仅是文本内容层面上的孵化、筛选、译介等环节已然有很多问题需要解决，更不必说产业发展层面上的集群效益缺失、内容分发效率不高。但是，网文出海发展过程中所显示出的政策的支持、企业的应变和网络文学自身所蕴含的无限可能性，都让这一切变得有所期有所望。在不远的将来，中国网络文学会在出海之旅中不断扩大自身影响力，真正成为中国当代社会的一张文化名片。

时代文化语境下对外输出的成功典范之一。

在上述作品中，我们可以发现，除了传统的历史、科幻、玄幻、古言等题材的优秀作品之外，现实题材虽然发展较晚，但以《大国重工》为代表的作品同样被海外认可，这个过程同样经历了平台输出、读者圈层的发酵和传播，最终推向世界的作品精品化路径。特别是最近这两年，各大网文平台对于现实题材作品的扶持，以及以影视、有声、实体出版为代表的下游版权市场的深度开发，不同环节中盈利模式的成熟，导致越来越多的作家开始参与尝试现实题材网络文学的创作，这也进一步促进了网络文学领域在现实题材大量涌现新主题和篇幅、形式，以及代表作家的迭代和作品的精品升级，可以预见的是，随着时间的积累和作品的储备，未来我们的现实题材网络文学会走出一条更加稳健的出海之路。

另外，从作品首发平台的选择来看，前文也提到，无论是传统文学还是网络文学生态中，我们的作家都开始对于新媒体时代下的大众阅读市场，有了更积极的呼应和尝试。时下《繁花》的发表，以及班宇、陈春城等“80后”“90后”青年作家的出现，正是其中的代表，新的文学平台、媒介也帮助许多优质作家和作品迅速地完成了“被发现”的功能，这成为传统文学领域加速发掘有价值的作品以及后续文学出海的目标上，在过去十年中的一个非常积极的信号。

而在网文的阅读市场中，近年来集中于免费文、脑洞文、中短篇作品等孵化的阅读平台的发展也相当迅猛，不同生态领域的平台创作机制、盈利机制以及读者生态开始变得成熟，这些新类型创作生态盈利模式的探索和机制的完善，也在吸引大量不同类型的新人作家的参与创作，进一步推进网络文学市场的繁荣。

综上所述，在新时期的文学领域，无论是传统文学还是网络文学，都在发生着从作家创作生态、文学平台建设和出海探索的积极变化，我们的作品正在不断地从传统文化和时代巨变中寻找自我表达的空间，而这些空间的探索，正在帮助我们的文学越来越深入地与外部世界产生联结，并最终与更广泛的市场、读者建立深刻而积极的共鸣。

网络文学的海外传播历经近20年的发展已经蔚为大观，成为向世界传播中国文化、讲述中国故事、形塑中国形象的有效载体。回顾网络文学海外传播的历程，网络文学的海外传播与网络文学的发展大体一致，呈现出明显的连续性和阶段性的特点，可依其海外传播的“深入”程度将其划分为“走出去”“走进来”和“走上去”三个阶段。

“走出去”与传播的“浅表化”

“走出去”指的是中国网络文学开始走出国门，进行海外传播，但是传播手段单一，受众范围小，影响有限。“走出去”是中国网络文学海外传播“萌生期”的基本特点，时间可划定在2008年前。从当时的国内环境来看，2008年前后，盛大文学集团成立，网络文学的商业化发展方式初步确立，中国网络文学进入了PC发展时代的高峰阶段，手机阅读初露端倪，但大多数文学网站、网络作家等还没有明确的海外传播意识。

较早“走出去”的网络文学作品是宝剑峰的《魔法骑士英雄传说》、玄雨的《小兵传奇》，它们在2001年前后在台湾出版并进入东南亚。2004年，起点中文网率先开始网络文学的海外推介，向全世界出售国内火热的网络文学作品版权。2005年，龙人的《灭秦》《霸汉》翻译成泰语在泰国出版。2006年，《鬼吹灯》被翻译成越南语、韩语等在多国发售，萧鼎的《诛仙》等网络小说受到越南等东南亚众多读者的欢迎。2007年，宝婊的《落尘埃的天使》等4部网络小说在越南销售，顾漫的《何以笙箫默》、李可的《杜拉拉升职记》同时在越南被翻译出版，2008年辛夷坞的《致青春》等在越南翻译出版。

萌生期的“走出去”仅为走出国门，这一时期的网络文学海外传播主要是一种主体无意识的自发传播，民间传播色彩强烈，传播媒介与方式单一，主要是网文实体书版权输出；传播受众范围有限，区域主要集中在东南亚的越南、泰国等地，传播题材以言情文为主，并兼及少量的玄幻文；传播效果主要是浅层次的阅读，读者的文本“盗猎”“生产”有限，作品的“话题”性、“热点”效应一般。同时，由于“走出去”经验不足，网文企业对传播目的国的文化基础、读者阅读习惯、偏好理解不足，“走出去”带有相当的偶然性和被动性。

“走进来”与传播的“深化”

“走进来”是“走出去”的深化，指的是网络文学从自发传播向主动传播转化，从浅层传播向深层传播演变，从而使得网络文学的海外传播实现了纵深式发展，时间范围大抵可划定在2009—2014年，其表现主要有三：

一是传播的主动性。“走进来”一方面是网文企业的主动“出击”，寻找海外版权出售，进行海外市场调查，海外市场拓展，另一方面是海外受众因偶然阅读，进而喜欢，创建翻译网站、模仿创作，进行文本生产等，从而使不少传播目的国刮起了网络文学的“中国风”。这方面如，Wuxiaworld的创办者RWX，因看到并喜欢上了越南译者翻译的《星辰变》，进而阅读并翻译我吃西红柿的《盘龙》，最后以《盘龙》的翻译为契机创建了网络文学的翻译网站Wuxiaworld，并设有中国文化普及的论坛，试图构建网文共同体等。

二是传播区域扩大化。“走进来”的网络文学不仅在东南亚“全面开花”，而且开始朝着欧美地区扩展，传播版图进一步扩大。依相关研究，“2010年后，东南亚图书出版商每年从中国大陆文学网站直接购买版权的小说约百部以上，主要是女频小说”，“2009—2013年的5年间越南翻译出版中国图书841种，其中翻译自中国网络文学的品种占73%，尤其是言情、耽美小说占15—26岁的女生几乎人手一册”，而随着传播的深化，面向欧美世界的传播发展迅猛，如南派三叔的《盗墓笔记》英文版有多个版本于2011年上架亚马逊，而知名的翻译网站Wuxiaworld全球网友排名最好成绩在900多位，其读者主要来自美国、印度、巴西、英国、加拿大等数十个国家。

三是传播方式多样化。网文实体书版权输出代表了网络文学早期的传播形态，但随着媒介革命的发展，这种传播却逐渐向互联网传播、动漫传播、影视传播等融合发展。如，2012—2013年，面向越南东南亚读者的书声Bar、Hui3r等翻译网站建立，这些网站不仅有中国言情小说的简介、翻译，而且有言情小说改编影视剧如唐七的《华胥引》的链接，或者如Spence、Facebook、Reddit等社交媒体、论坛等关于《星辰变》《盘龙》等阅读的交流与讨论。

因此，与简单、浅层的“走出去”不同，“走进来”是“走出去”的高级阶段，代表着中国网络文学海外传播的深化，代表着传播的主动性、方式的多样化及其深远的影响力，中国的网络文学开始“入脑入心”，初步建构起了网络文学的海外想象共同体，当前网络文学海外传播的形象也多是由“走进来”确立。

“走上去”与传播的“生态性”建构

“走上去”则是“走进来”的“升级版”，指的是网络文学海外传播的制度化、组织化、规模化和立体化，网文企业出海定位明确，网络文学在海外落地生根，海外网络追文族接受中国网文程度提升等，并由此打造了生态性的海外网文发展模式，从而使得中国的网文有了与传播目的国文学作品“一较高下”的可能，其时间大体划定在2015年之后。

这一时期，《关于推动网络文学健康发展的指导意见》印发，明确指出“鼓励网络文学作品积极进入国际市场”“支持有条件的网络文学企业通过海外并购、联合经营、设立分支机构等方式开拓海外市场，加大对优秀网络文学作品对外贸易、版权输出、合作出版传播渠道的拓展支持力度”，《中共中央关于繁荣发展社会主义文学的意见》则明确要求“大力发展网络文艺”，“实施网络文艺精品创作和传播计划”等。这样一些举措使网络文学海外传播有制可依、有制可循，为海外输出营造了良好的制度环境。

立足于此，官方、企业、学界、民间互动，网络文学的海外传播不再是“单兵作战”，而是集团化、组织化，新型传播企业如推文科技、阅网科技崛起，其也不再仅仅是文字作品的内容授权输出，而是涵盖图书、游戏、影视、动漫、周边等的多模态输出，从而在在本地化的立体性发展中，搭建起了一条由平台、作家、作品、读者等组成的完整的生态传播链条，正所谓“全方位传播、纵深推进、多元化发展”，“生态出海”的大趋势已崭露头角”。

据中国作家协会网络文学中心发布的《2021中国网络文学蓝皮书》，当前“国内网络文学网站纷纷搭建海外平台，打造海外付费阅读体系，建立付费订阅、打赏、月票等机制，翻译中国网络文学作品，吸引本土作者进行创作，建立本土化运营生态”，“掌阅国际版iReader覆盖全球150多个国家和地区，40多个‘一带一路’沿线国家；纵横海外平台TapRead注册用户达100万。起点国际目前有11.5万海外读者，上线作品20万部，用户7300万名”。

这样一些海外传播事实集合在一起，从而形构起了网络文学“走上去”的事实，“网络文学成为一种全球化的新兴文化现象，并将成为中国文学影响世界开辟一条有所作为的新途径”。从这个意义上讲，“走上去”是网络文学海外传播的“高级”阶段，是网络文学的海外化发展，是网络文学海外输出的生态性环链建构，是中国网络文学海外圈粉与立法的发展态势。

习近平总书记曾强调，“讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，是加强我国国际传播能力建设的重要任务”。网络文学从“走出去”到“走进来”，再到当前的“走上去”态势，其承载的正是媒介革命赋予的讲好中国故事、推动中华文化“走上去”的时代使命。或许，当前的网络文学海外传播还存在版权、译介、模式、受众范围等方面的短板，但不可否认，其已成为传播中国文化的有效途径之一，而如何在现有基础上提升网络文学传播的针对性、提高其传播效能，进一步促其“走上去”是我们未来必须要研究的课题。

网络文学的「走出去」「走进来」与「走上去」

□周冰

走出一条更加稳健的出海之路

□林澹克

在过去十年中，我们的原创文学大量走向海外，无论是传统文学阵地，还是由网络阅读平台孵化的网络文学作品，都形成了各自不同的出海生态，形成了中国文学走出去的犄角之势。

在过去十年中，传统文学作家的创作路径相对变化较为丰富，首先新人的创作不再单一依赖于从省市级期刊到国家重点文学期刊，再到实体出版的传统路径，随着阅读代际的更迭和市场中阅读媒介的变化，大量的青年作家和作品开始首先出现于网络平台，比如论坛、阅读网站、文学APP等平台涌现出来的优秀作品，都先后成为原创文学以及文学出版市场重点关注的对象，进而陆续被文学期刊、出版社吸纳和重点扶持，最终成功出海。

相较于传统文学领域，网络文学领域在出海领域起步较晚，但发展迅速，根据《2020网络文学出海发展白皮书》数据显示，中国文网市场的海外规模已达到4.6亿元，海外用户超过7000万人，这一数字还将持续增长。近十年以来，网络文学的内容领域快速更新迭代，在起点中文网、晋江为代表的网文付费模式下，建立起了作家连载作品和读者付费阅读为基础的相对健康的生态模式，并将该模式逐渐推向海外阅读市场，大量在国内有影响力的网络文学作品被迅速译介到海外，并且孵化出了更适应本土阅读趣味的作家和作品，形成了从具体作品到创作生态上的立体式出海规模，影响力深远。

从作家创作生态看，在网络文学领域，作家发表作品的路径更加直接，网文作品的发布和签约往往会在较短的几天之内完成，而互联网的算法和流量机制则进一步促进了出版过程中试错效率的提升，一部长篇小说受到的欢迎程度决定了作品本身的生

命周期。在作品连载过程中，作家可以根据后台显示的订阅数据以及前端读者的直接反馈来决定后续情节走向和人物命运，而网络文学的互联网属性，决定了多数作家的创作收益直接与平台读者的阅读趣味挂钩，而传统出版领域，受制于实体出版物的出版周期，决定了多数作品必须在发表之后完成创作，作品的打磨时间和反馈长期处于两个阶段，这就导致在我们的出海过程中，形成了文学领域的两种相对不同的出海特征，网络文学的出海作品基数大，效率高，并始终与商业模式的成败形成捆绑，传统文学市场的作品从发表到版权输出再到译介出版，需要走一条周期较长的精品路线。

从作品类型来看，传统文学的出海形式较为多样，从短篇作品的直接译介到长篇的版权输出，在纯文学领域和类型文学领域都有大量作品受到海外读者的关注，像莫言、余华等知名作家的优秀作品翻译出海，以及刘慈欣的《三体》的海外传播，都成为全世界读者认识国内传统文学生态中不同领域作品的窗口，进而为更多优秀的作家作品提供了出海交流的机会。

可喜的一点是，从网络文学的发展趋势看，作品精品化，以及精品化作品的出海生态也在有条不紊地推进，近日，《赘婿》《赤心巡天》《地球纪元》《第一序列》《大国重工》《神医凌然》《春光》《大宋的智慧》《贞观大内》等16部中国网络文学作品首次被收录至世界最大的学术图书馆之一——大英图书馆的中文馆藏书目之中。大英图书馆是世界上最大的学术图书馆之一，图书馆拥有超过1.7亿件物品，其中包括各个文明时代的文物。如今这些经典网络文学的收录，既是对具体作品的认可，也成为我们在新