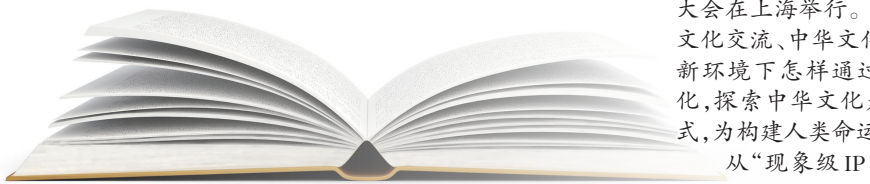


中国故事生动讲述 传播路径更为丰富 影响范围持续扩大

网文“出海”打开“读懂中国”新窗口



8月3日,2024中外文化网络交流与合作传播大会在上海举行。本次活动围绕互联网时代国际文化交流、中华文化走出去的主题,探讨在新时代新环境下怎样通过网络润物无声地传播中华文化,探索中华文化走出去的新路径和更高效的方式,为构建人类命运共同体作出贡献。

从“现象级IP剧”《花千骨》《甄嬛传》等在泰国、韩国、日本、美国热播,到《大医凌然》《大国重工》等16部中国网文作品被收录至大英图书馆的中文馆藏书目……

具有鲜明中国文化特色的网文小说,凭借想象丰富、故事精彩、代入感强等诸多优势阔步“出海”,成为新时期跨文化传播的又一重要途径,也打开了外国人“读懂中国”的新窗口。

网文“出海”受读者热捧

23岁的雅各布正在努力实现写作梦想,不过培育这一梦想的“温床”并非在他的家乡意大利米兰,而是大洋彼岸的中国。从“入坑”首本中国小说,到成为中国阅文集团旗下“起点国际”(WebNovel)的热门写手,短短3年时间,雅各布笔下的奇幻作品已有超百万浏览量。

雅各布将这份成就归功于他读过的中国网络文学所赋予的不竭灵感。“我想构建一个生动的世界,让读者能够想象自己身临其境,以此增强沉浸感。颇为神秘的中国文化和丰富的网络小说类型给了我很多启发。”

今年6月,雅各布到安徽黄山参加2024阅文创作大会,黄山的壮丽风景与徽州文化令他大为震撼。他计划把这趟中国之旅写进后续作品中,让读者也能和他一同感受中国的美丽风光与深厚文化底蕴。

“起点国际”创建至今,拥有逾2.3亿访问用户,海外原创作品约62万部,像雅各布一样的创作者达到42万。在这个平台上,海外网络作家和读者们发明了一个新的英文词汇来称呼彼此——“Daoist(道友)”。

中国网络文学在海外究竟有多受欢迎?

去年12月,由中国作家协会主办的2023中国网络文学论坛上发布了网络文学国际传播项目,入选该项目一期的作品包括《雪中悍刀行》《毕月传》《万相之王》《坏小孩》4部知名畅销网文小说,使用英语、缅甸语、波斯语、斯瓦西里语4个语种,通过在线阅读、广播剧、短视频、推广片等方式,向全球进行推介。据统计,这4部作品的外语版自2023年10月陆续上线海外各大平台以来,已创下数千万次阅读量,而且海外用户订阅量还在持续增长。

中国音像与数字出版协会今年7月最新发布的《2023年度中国网络文学发展报告》显示,近年来,中国网络文学海外传播受人瞩目。2023年,中国网络文学行业海

外市场营收规模43.5亿元,同比增长7.06%,中国网络文学“出海”作品(含网络文学平台海外原创作品)总量约为69.58万部(种),同比增长29.02%。

在澳大利亚,畅销前五名的网文应用中,有4个来自中国;在俄罗斯的网络文学翻译平台中,数量最多和最受欢迎的都是中国网络小说;在南美洲,网络文学企业分别开发了面向巴西、阿根廷、巴拉圭、玻利维亚等国家的应用软件;在中东和非洲地区,受“一带一路”政策的影响,中国网文成为文化交流的生力军。

中国网络文学作品的翻译语种达20多种,涉及东南亚、北美、欧洲和非洲的40多个国家和地区,网络文学正成为中国文化海外传播体系的重要组成部分。最新报告数据显示,东南亚地区超越北美地区,成为中国网文“出海”的首要目的地。

承载中国文化“漂洋过海”

道、点心饽饽、茶艺、门派、刺绣……谈及看过的40多篇中国古风小说,孟加拉国作家亚齐亚一口气说出很多关键词,“阅读让我更加了解中国历史和中国神话故事中的浪漫主义和英雄情怀。同时,它也给予我远眺世界的精神力量”。

“16岁时我的父亲去世,家里丧失了经济来源,是中国文学作品中坚强自立的女性主角们陪我走过最艰难的时光。”亚齐亚说,这也是她将“勇士”作为笔名的缘由。如今,亚齐亚的一篇热门小说已被中国公司签约,可观的报酬将支撑她前往美国佛罗里达国际大学读书深造。

作为讲好中国故事的重要载体,文化自信、强国叙事成为网络文学创作新趋势。

2023年,“起点国际”用户日均阅读时长达90分钟,日评论数最高突破15万条,用户活跃度持续上升。在作品评论区,随处可见剧情分析、人物点评、文化常识、术语解释、剧情建议等“配套”内容。中国网文作品《抱歉我拿的是女主剧本》总评论数超158万条,位居所有作品首位。

中国作协网络文学中心研究员肖惊鸿

分析,作为中国通俗文化参与文化全球化的实践路径,中国网文“出海”兼具速度与含金量,本质上是国家文化软实力和中华文化影响力的双提升,为世界读懂中国文化打开又一扇窗口。

“今日世界比以往更加期待了解真实立体全面的中国。”她认为,网络文学的“中国性”往往藏在幕后。读者通过小说能够了解服道化等中国文化元素,直面勤劳奋斗、尊师重道、和合共生、天下大同等传统文化内核,并认识到中西方不同的文化渊源和思考方式。

在“起点国际”上,外国网友谈论的前五名中国话题分别是:“道”“美食”“武侠”“茶艺”和“熊猫”。“中国文化真浪漫。”有网友感慨,《海晏河清四时天》传递中国祖先传统农耕智慧;《枕水而眠》中展现中国国画魅力;《茗门世家》又让中国茶香氤氲世界……虽然文化背景不同,但大家都享受着中国人创造的“琴棋书画剑,诗书茶酒花”。

中文在线首席运营官杨锐志说,以前玄幻仙侠是传统网文“出海”的主力,近年来科幻、悬疑、都市题材有所增加,“有的海外作家直接以中文命名角色,高铁和中国空间站也常见于文中,在主题设定、内涵方面都带着浓浓中国味”。

阅文集团首席执行官兼总裁侯晓楠说:“中国网文‘出海’历经20余年,全球范围内的粉丝基础相当可观。有业内人士将中国网文与美国好莱坞大片、日本动漫、韩国偶像剧并列为‘世界四大文化奇观’。尤其伴随着人工智能新技术浪潮和全球IP产业链的发展,网络文学多形态输出空间巨大,快节奏、强情感的中国作品能够引起全球共鸣。”

新技术为网文“出海”赋能

7月12日,第七届中国“网络文学+”大会在北京开幕。中国音像与数字出版协会在大会开幕式上发布《2023年度中国网络文学发展报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2023年中国网络文学市场营收规模达383.0亿元,同比增长20.52%;截至2023年底,我国网络文学平台驻站作者总数约为2929.43万人,网络文学用户规模达到5.5亿人,较2022年增长了5200万人。各网络文学平台驻站作者总数约2929.43万人。网络文学已成为新时代最具活力的文学生力军,社会影响力不断扩大。

中国网文在海外崭露头角,离不开传播媒介的迭代进步。“智能手机市场,各种听读、阅读的应用程序任你选,随时随地掏出手机接触小说。”中国作协网络文学研究院副院长、杭州师范大学文传学院教授夏烈认为,网络文学以互联网、数字媒介为载体,是伴随着网络发展而兴起的新事物,必然在互联网全球化的进程中走向世界。

与此同时,网络文学IP改编异军突起。扬帆出海首席执行官刘武华观察到,短剧在海外传播热度攀升,推动短篇网络文学小说创作成为新风口。

中国编剧选材、欧美演员出演、采用海



外拍摄班底,融合霸总、逆袭等古早网文特色……近期,中文在线旗下的短剧出海产品ReelShort火爆出圈,一度跻身美国、英国、加拿大的App Store(苹果应用商店)总榜前三。

英国《经济学者》杂志曾发文称,“改编自中国文学的短剧应用程序在美国大受欢迎,这种趋势表明中国文化产品能够很好地翻译给西方观众”。

成立于2018年的天津琅声文化传播有限公司从事网络文学作品有声书和广播剧制作业务。与阅文、晋江等大型网文平台合作期间,已经制作了200多部广播剧,最热门的广播剧系列作品全网播放量能达到1亿次。

“相比按原文朗读的有声书,广播剧通过音效制作营造书中的场景环境,给观众带来更身临其境的听感体验,助力更多网文‘出圈’。”公司总经理李肖剑说。

当前,以AIGC(生成式人工智能)为代表的新科技革命正风起云涌。展望未来,新技术将化身加速网络文学落地的“孵化器”,让中国网文作品大体量、规模化“走出去”成为新的可能。

当然,中国网文“出海热”也并非尽善尽美。在海外出版发行渠道、版权代理机构数量、版权保护机制等方面仍存在短板。但业内人士普遍认为,在政策及自我修正机制下,中国网文“出海”之路必将越走越宽。

据新华社电



“2023中国国际网络文学周”主要活动之一“网络文学产业博览会”外景。 徐昱 摄