

# “一带一路”背景下中国网文“出海”研究

王琳

(大连外国语学院国际关系学院 辽宁 大连 116044)



本文微信网页版

**摘要:**近年,中国网络文学“出海”成为令人关注的文化现象。在“一带一路”背景下,网文“出海”有效助推中国文化走出去。随着海外市场需求不断上涨,中国网文“出海”类型日益丰富,国内网文企业着手海外战略布局。中国网文因杂糅中国文化和西方元素,容易共情的叙事风格,翻译平台的文化推广等因素受到海外读者欢迎,网络传播的社交性和西方网文产业的弱势也为中国网文“出海”增添助力。网文“出海”过程中会面临内容翻译壁垒高、过多依赖国外平台和版权问题较难解决等瓶颈。针对此,可从政府部门、企业和个体三层面展开对策探讨。

**关键词:** 网文“出海” 文化走出去 翻译平台  
“一带一路”

DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2020.07.003

当前,文化“走出去”已成为提升国家形象和软实力的有效途径,中国也在努力向世界推荐体现中国精神、兼具中国特色、蕴含东方底蕴的优秀文化。2017年初,中办、国办印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》提出:加强“一带一路”国家文化交流合作,鼓励发展对外文化贸易。<sup>[1]</sup>“一带一路”倡议不仅为我国经济持续发展提供良好机遇,更是中国文化“走出去”的难得契机,有助于促进沿线各国对中国的理解与认同,扩大中国的影响力。近年来,中国网文“出海”形势喜人,但这种情势的出现早期并未引人关注。在关于文化传播和文化外交的研究中,“非主流”地位的网络文学实则很难进入到众学者的视野范围。随着情况的不断变化,国外民众喜闻乐见热切参与中国网络小说讨论,才逐渐有学者关注这一现象,而此时已有人将中国网文与美国电影、韩剧、日本动漫并称“世界四大文化新奇观”。凭借20多年来高质量作品的积累沉淀和海外译介的二次传播,中国网络文学产业在全球文创领域内异军突起,成为一种值得关注的文化现象。<sup>[2]</sup>得益互联网技术的进步,借助数字阅读和翻译渠道,网络文学已经成为中国文化“走出去”的成功先导者。“一带一路”倡议为推动中国文化走出去创造了非常难得的机遇,中国网文“出海”也必将得到进一步推动。

## 一、中国网文“出海”现状

网络文学是指借助超文本连接和多媒体演绎等手段来

呈现,以计算机网络为载体、展示平台和传播媒介的文学作品。主要类型包括网络原创小说、散文、诗歌等,通常泛指网络小说,创作主体通常是网络作家。同传统意义上的作家相比,网络作家门槛较低,但这并不意味着他们无法创作出体现中国文化的精品佳作。<sup>[3]</sup>网文“出海”,顾名思义,是指中国网络小说走出国门,登陆并流行于海外,通过阅读这些网络文学作品,海外读者逐渐了解和喜爱中国文化。同传统意义上的中国文学相比,网络文学作为一种新兴文学类型,似乎显得不够“正统”,然而网络文学自身特质与各类既有文学传统有着无法割舍的内在关联。溯源其发展可发现,中国传统的古典文学是其重要的一脉。具体表现为网络小说延续古典小说创作题材、沿用古典小说的叙事方式、对于古典文学语言的模仿、借鉴与移用,从而实现古典文学人物或故事在网络同人小说中的重生。网络文学对于古典文学的传承和借鉴提升了自身的文化品位,也促进了古典文学的某些题材与叙事方式新的发展。<sup>[4]</sup>随着近年来影视、动漫和娱乐产业快速发展,每天呈现在大众面前的各类作品几乎都是网络文学作品改编。从这个意义上说,网络文学作品潜力巨大。

## (一) 海外市场的热烈需求

中国网文在海外市场需求强烈。当前,整个国际网文市场处于混沌初期,充满挑战的同时,也遍布发展机遇。根据艾瑞研究报告,中国网络文学在国外已拥有近千万的读者用户,另外在东南亚有超过1.5亿,欧洲超过3亿,美洲超过4亿的潜在粉丝用户等待挖掘。中国网文在海外意外走红,首先要归因海外翻译平台的推荐。以美国华裔赖静平先生(曾在美国外交部工作)2014年创建的WuxiaWorld(武侠世界)网站为例,短短几年发展势头迅猛,目前已成为最大的中译英小说翻译平台,高峰期每天曾有过百万的点击量。中国网文的海外粉丝群日益扩大,从东南亚逐步覆盖美、欧乃至全球更多地区。2007年前后是中国网文“出海”的萌芽期,国内小说网站开始逐步向全世界出售小说版权,通过输送人气小说来对海外市场进行探索。此阶段内,输出地区主要是以越南、泰国等东南亚国家为主。经历了2008至2014年的积累期,中国网文已经在东南亚打开市场,并且此时欧美地区开始建立翻译网站。2014年以后,随着武侠世界、重力故事等网文翻译网站的建立,中国网文开始在海外流行开来,俄



翻和法翻平台也陆续建立。2017年起点国际正式上线,中国网文公司开始在世界崭露头角,为海外民众提供优质的网文内容。根据有关数据,海外粉丝每年新增28.4%,且用户规模在不断扩大。82.4%的读者几乎每天都阅读中国网文,阅读粘性较高。海外读者对中国武侠和仙侠类题材喜爱度最高、其中男性读者占比过半,偏爱武侠仙侠,而女性则偏爱言情。阅读习惯以移动阅读渠道为主。海外读者年轻化特点明显,学生群体较多,本科及以上学历占比43.2%。<sup>[5][6]</sup>

## (二) 网文“出海”输出类型比较丰富

中国网文“出海”类型丰富,已形成一定的影响力,并收获忠实读者群体。伴随着“出海”国家的不断增加,中国网络小说内容不断丰富,凭借自身的独特优势和文本特色满足各个国家和地区的市场需求,进一步发展和壮大中国文化影响力。根据艾瑞报告显示,当前中国网文“出海”覆盖40多个“一带一路”沿线国家和地区,题材类型以玄幻、仙侠、历史和言情为主,翻译语种涵盖英、法、俄、印尼、阿拉伯等十几种语种版本,输出形式从网文阅读、小说出版到改编漫画、影视等衍生内容,形式不断丰富。随着热门作品的不断涌现,中国网络文学开始以影视剧、动画等形式呈现给海外受众,多部IP改变作品版权被海外买断,版权费用也不断增长,改编动漫作品登陆海外相关平台,收获不错表现并掀起热烈讨论等。中国网文有着自身独特的文化内涵和丰富的故事属性,能够进行多样的衍生开发来满足受众多种期待。从海外读者对中国网文改编期望来看,动画电影和电视剧的改编期待高,占比分别为40.4%和37.2%。此外,漫画和游戏改编也备受读者期待。中国网文改编作品在海外市场的影响力与日俱增,正在迈向全球泛娱乐产业链。<sup>[7]</sup>

## (三) 国内网文企业实施走出去战略

中国数字阅读产业蓬勃发展,核心企业网络文学作品数量储备充足,覆盖种类繁多,“出海”优势明显。中国网络文学海外影响力不断提升,国内企业乘势而为,不断完善自身战略布局,提升竞争力。以腾讯控股的阅文集团为例,其2015年由盛大文学和腾讯文学整合而成,旗下拥有QQ阅读、起点中文网、创世中文网、云起书院、起点女生网、红袖添香、华文天下、天方听书等业界品牌,拥有1120万部作品储备,近770万名创作者,覆盖200多种内容品类,触达数亿用户。经过多年以来对数字出版内容领域的深耕,阅文集团目前已成功输出《琅琊榜》、《鬼吹灯》、《盗墓笔记》、《全职高手》、《将夜》、《大秦帝国》系列等众多网文IP改编为影视、动漫、游戏等多业态产品,其已经成为中国文化产业的核心IP来源。阅文集团为网文的健康持续发展夯实内容基础,同时积极进行海外布局。起点国际自2017年正式推出以来,上线作品已达百余部,累计访问用户已突破千万,在欧美等地掀起了一股强劲中国风。起点国际网站(Webnovel)语言版本以英文版为主,逐步覆盖日语、韩语、泰语、越南语等多语种阅读服务,并提供跨平台互联网服务。与此同时,PC端和移动App端(涵盖安卓系统和苹果系统)两类访问方式支持用户通过Facebook, Twitter和Google账户进行注册和登陆。从起点国际上来看,阅文集团与武侠世界和重力故

事建立合作,再到参加伦敦书展、亚洲电视论坛,举办“网络文学海外传播全球研讨会”,中国网文一路扬帆“出海”,不断提升影响力。<sup>[8]</sup>此外,其他国内网文公司也在源源不断对外输出版权。

## 二、中国网文海外流行的原因

习近平总书记在中国文联十大、中国作协九大开幕式上指出“文运同国运相牵,文脉同国脉相连,实现中国民族的伟大复兴,是一场震古烁今的伟大事业,需要坚忍不拔的伟大精神,也需要振奋人心的伟大作品”。<sup>[9]</sup>习近平总书记这段话深刻揭示了文艺与时代的内在关联。网络文学继承了中国历史悠久的通俗小说和古典文化精华,与此同时也体现了时代性。网络性、文学性和时代性三性合一,让中国网文冲破不同文明阻隔,拥有了走向世界的力量。中国网络小说走红海外的启示是因为中国文化底蕴杂糅西方流行元素的情节、网络小说叙事风格特点推动读者共情,跨文化的传播中介所提供了学习中国文化平台,网络社交时代互动式的网络社群、西方网文产业落后提供的机遇等。

### (一) 中国文化底蕴与西方流行元素杂糅后的故事情节

对于海外读者来说,中国的网文小说实则包含中国文化底蕴。例如中国传统的仁义礼智信、温良恭俭让、忠孝廉耻勇、救死扶伤、命运与共、除暴安良、善恶有报等中国乃至人类普世价值观。这些价值观鲜明地体现在了小说的故事走向与人物形象上。当代中国网络小说品类多样、类型繁多,但较为常见的元素还是要属神仙鬼怪,奇闻异事。这种题材的故事原型、思想意蕴、写作笔法接通了当代网络小说与古代志怪文学之间的联系,亦折射出民族文化的积淀与传承。中国传统文化八卦、五行、阴阳等古老神秘元素令海外读者深深着迷。从这个意义上说,就渊源之深远复杂而论,其实并不在严肃文学之下。<sup>[10]</sup>另外,中国的网络玄幻小说具有文化杂糅性,是一个兼容并包的文学形式,蕴含着不同地域的文化因子,保持世界流行文艺的连通。例如,其受到英雄主义、科学技术和游戏升级概念的辐射与刺激影响,也涵盖日本流行动漫、英美奇幻风格电影、欧日侦探小说等多种元素。这类融合既传统又现代,既古朴又时尚,既满足了对东方神秘文化的渴求,又彰显了西方奇幻的魅力。<sup>[11][12]</sup>

### (二) 网络小说叙事风格打通读者的快感通道实现共情

读者在阅读故事之时,会将其自身代入至作者所创造的叙事世界中,切身感受故事人物的喜怒哀乐和悲欢离合。当其剥离小说世界回归现实之时,代入视角所感受的情绪可能会代回至现实中来,而这种情况就是叙事传输所发挥的效力。<sup>[13]</sup>作为故事对个体产生作用的重要机制之一,叙事传输整合了注意、情感和意象的独特心理过程,可以给个体带来高情绪体验,从而打通读者的“快感通道”。阅读时高情绪体验带来更加频繁的阅读频率和投入,表现为个体沉溺于故事情节中不可自拔。<sup>[14]</sup>对于中国网络小说来说,相比较于重点塑造人物,中国网络玄幻小说更为注重剧情的爽快,故事高歌猛进,叙事风格宏大。分析海外阅读平台中的粉丝评论,他们喜欢中国玄幻小说原因之一就是节奏的爽快。另外,海外读者喜爱的网文作品中90%讲述的是主角由弱变强的

逆袭故事。起初，主人公在各方面都能力较弱，但是自身具有卓尔不群的悟性，经过不断的磨炼之后，逐步走上人生的巅峰，例如傲视天下的实力、预知未来的能力、取之不竭的财富和绵延不绝的好运。<sup>[15]</sup>上述情节套路设定被很多小说采用，这种草根逆袭的情节模式具有相当的普适性，能满足不同人群共通的快感和欲望，从而实现共情。<sup>[16]</sup>

(三) 各语种翻译平台相继成立并引进中国优秀网文

| 平台                     | 创办人      | 受众    | 引进作品类型  | 成立时间 | 语种                               |
|------------------------|----------|-------|---|------|----------------------------------|
| WuxiaWorld<br>(武侠世界)   | 美国华裔赖静平  | 世界    | 类型丰富，以男频类型为主，例如玄幻、武侠、仙侠和权谋。                       | 2014 | 英                                |
| GravityTales<br>(重力故事) | 美国华裔孔雪松  | 世界    | 同上  | 2015 | 英                                |
| VolareNovels           | 美国华裔艾飞儿  | 世界    | 科幻及女频类型小说为主                                       | 2015 | 英                                |
| LNMTL<br>(机翻网站)        | 外国工程师 LN | 世界    | 以男频类型为主，如玄幻，仙侠等                                   | 不详   | 英                                |
| Rulate                 | 不详       | 俄语区   | 类型众多，但也包含日本和韩国轻小说                                 | 不详   | 俄                                |
| L'Empire des<br>novels | 不详       | 法语区   | 不详  | 不详   | 法                                |
| Webnovel<br>(起点国际)     | 中国阅文集团   | 世界    | 类型分类详细，目前以男频类型为主。并且提供 PC 端和 App 端（安卓系统和苹果系统）两类服务。 | 2017 | 菲律宾<br>马来<br>印尼<br>英<br>汉<br>西班牙 |
| Hui3r                  | 不详       | 东南亚地区 | 以女频类型小说为主，如言情系列。                                  | 不详   | 英语                               |

表 1 海外中国网文阅读平台相关情况汇总。

得益于海外华裔、中国留学生和喜爱中国文化的外国友人的努力译介，中国网络小说走红海外，进入广大海外读者视野。他们自发建立了翻译平台来充当海外粉丝的阅读平台，从中国国内小说平台引进优秀作品，目前这些翻译平台主要以欧美和东南亚的平台为主（见表1）。海外读者可以通过这些平台来阅读他们喜爱的作品，当然也能间接学到汉语和中国文化知识。阅读平台会根据作品内容和读者习惯将小说进行分类，并在网站首页的资源栏目以词条的方式为读者提供关于专业术语和相关文化背景的注释和介绍。这些词条非常详细，实现了对目标受众的语言教育与文化培养。<sup>[17]</sup>基于文化传播和海外用户需求，各大平台都在产品中设有线上互动讨论板块，海外网文读者可以边看网文边进行相关的互动，互动形式涵盖：作品题材、小说评价、内容翻译、作品创作。这些讨论及时多元化，通过各种各样的话题板块极大丰

富了整个互动社区的粉丝粘性，也能够产生极强的社交爆发力。此外，随着网文“出海”的不断发展，国内企业也开始在海外布局，与这些翻译平台一并助力中国网文在海外国家和地区真正的落地生根。

此表为笔者自制，相关参考来自各平台网站。上述平台除LNMTL 为机翻网站外，其余均为人工翻译网站。

(四) 网络媒介传播的社交性助推中国网文走向世界

网络空间是虚拟平台，是信息传播和人类沟通的经济便捷渠道，它可以实现信息传送、接收与共享。网络文学是网络革命下的新媒介文学，兼具文学特征和网络特征。鉴于网络性背后的交互功能是网络文学产生的技术前提，网络文学的核心属性是网络性。因此，要超越传统的文学形态上定义，从媒介属性层面背后的网络革命视野来研究网络文学。<sup>[18]</sup>网络性内化于网络类型小说的文学形态中，体现在超文本、粉丝互动性、连通ACG文化（Animation 动画，Comic 漫画，Game 游戏）等等，这些无疑都体现社交功能。<sup>[19]</sup>网络社交是网络文学传播的主要方式之一。原创作品经某一社区读者浏览和品评后，读者会选择优秀作品向群体内成员推荐，而后群内成员自发向外群传播。部分成名网络文学作品便是通过此种传播方式，实现从单一网络社区向多网络社区或跨渠道媒介的广泛传播，从而实现“一炮而红”或“扬名立万”。网络社交的匿名性、平等性和互动性为粉丝之间直接、快捷和多向情感交流提供了便利条件。读者粉丝可以尽情地探讨有关作品的一切。<sup>[20]</sup>中国网络文学已经发展了20多年，其紧跟当前互联网环境的发展，与当下人民的生活方式和阅读习惯紧密契合。中国网文“出海”也证明了中国网络文学不仅是中国人的文学，更是网络的文学，是属于全球网络人的文学。<sup>[21][22]</sup>

(五) 国外网文产业发展落后为中国网文提供发展空间

当前，欧美等西方国家面临网络文学创作人才缺乏与相关内容产出严重不足的双重困境，这种困境被喻作“网络文学荒漠”。归根结底，印刷文明时代畅销书运作机制和商业运行模式的世界领先地位成为了影响自身发展的沉没成本，结果导致了在互联网时代没有抓住机遇风口并依旧对原有机制持有路径依赖。互联网时代，纸质文学有边缘化的趋向，但西方绝大多数出版商及作家并没有过多关注、选择或挖掘网络文学这种新型渠道。<sup>[23]</sup>国外比较经典的系列小说多数都靠出版商，很多粉丝受众陷于苦苦等待之中。以当前最受欢迎的美剧《权力的游戏：冰与火之歌》为例，电视剧共八季已经全部结束，可作者马丁的小说依然没有写完。相比较而言，中国的网络文学作品几乎每天一更，这样的形式具备提升用户粘性的优势。从市场角度出发，一方面需求端（读者）的阅读方式和需求紧跟时代发展日趋高涨，而另一方面供给端（作者与出版商）认知思维依然在“旧式”的庭院内流连忘返，此时中国网文的出现则恰如其分的填补国外市场空白。中国自改革开放之后，经济快速发展，人民精神文化需求也愈发强烈。随着中国互联网技术的不断发展，网络文学成为人们喜闻乐见的文艺作品类型之一。作为纸质时代不具备战略优势的后发国家，中国网文企业已经抓住了互联网时代的





风口。<sup>[24]</sup>因此,在网络文学这个问题上,中国具有强大的优势,甚至在世界层面上,中国都具有领先地位。<sup>[25]</sup>

### 三、中国网文“出海”瓶颈

中国网文“出海”主要面临三个问题,分别为准确性问题、持续性问题 and 保障性问题。准确性问题主要是海外翻译组能否客观准确地翻译中国网文,能够有效地向外传达网文背后所透露的中国文化。持续性问题主要是指当前中国网文“出海”更多是依靠海外阅读平台,从这个意义上说,随着海外粉丝越来越多,盈利则决定这些平台能否支撑下去。如果这些平台关站停更,而国内企业又不曾在海外建站,那么对网文“出海”则产生极大影响。保障性问题是海外阅读平台最初引进中国网文面临严重的版权问题。随着其规模不断扩大,盈利的背后必须考虑版权问题,如果听之任之,则可能对作者及国内企业造成巨大的利益损失。

#### (一) 准确性问题: 文本翻译壁垒较高, 可能存在文化折扣现象

对于海外读者来说,作品重要,翻译更重要。翻译不好,会导致文化折扣现象。国内著名作家刘慈欣的《三体》之所以能获得2015年雨果奖,其翻译者刘宇昆功不可没。我们知道中国网文在海外的开始流行主要是基于海外民众的自发翻译。中国文化源远流长,很多用语及修饰手法都极其考验译者的能力。这就要求译者本身除了具备专业翻译能力以外,还要对中国文化有更深入的了解,以及兼具一定的文学素养,否则直译的句子无法实现“信达雅”。例如玄幻类题材作品中包含大量的诗词古文、俚语、反话等,时常引经据典更是加大翻译难度,对于一些中国文化元素的词语,例如龙生九子中的饕餮、狴犴、狻猊等,如何精准翻译出简洁易懂的词语,对于译者来说均是不小的挑战。因此,一直以来,文学作品的本地化翻译质量对其后期的传播推广有着巨大的影响。此外,网站不盈利很有可能翻译人员中途撤出或更换,这类情况容易导致一部作品多人翻译,前后风格和逻辑可能出现断档,从而影响中国网文在不同文化间的传播。

#### (二) 持续性问题: 过多依赖国外阅读平台, 自我供给能力有所欠缺

当前,国内网络文学经过多年的发展已经拥有雄厚的内容作品支撑,成为“出海”内容生产的核心方式和持续供给点,但国内网文企业更多的是充当内容输送平台角色,而非国外民众直接接触的阅读平台。阅读平台角色则更多依靠海外的翻译平台将原有的内容进行翻译输出。这就导致了一个严峻的问题,如果这些海外翻译平台基于盈利或其他原因考虑关站停更,那么中国网文“出海”势必受阻。相较国内的文学站点成熟的月票、VIP等制度,中国网文在海外尚未有成熟的盈利模式,大的翻译网站能靠广告获取一定收益,而译者团队则通常依赖于读者打赏。在海外实行与中国一样的付费阅读模式,不被接受的同时也可能导致读者减少。总之,海外阅读平台基于个体兴趣建站的同时,必须考虑生存之道。引进作品类型是否受到粉丝喜爱,故事情节译介是否准确,能否做到及时更新等各因素可能都会导致粉丝弃站而另择它站。这背后需要思考的是,中国网文对外输出的关键之

处并不掌握在自己手中。中国国内有诸如起点中文网、起点女生网、小说阅读网、晋江文学城、纵横中文网、红袖添香、潇湘书院、创世中文网、磨铁中文网、黑岩网、飞卢小说网、凤鸣轩、逐浪小说网、17K小说网、蓬蓬鬼话、榕树下等众多小说网站,但现在成功走出去海外建站的也只有起点国际一家。尽管阅文集团实力雄厚,但从国际层面来看仍然略显势单力薄。

#### (三) 保障性问题: 部分翻译平台面临版权和主题扁平化现象等问题

尽管起点国际同武侠世界和重力故事等平台签署合作协议,解决海外平台涉及的侵权问题,但目前网文传播渠道仍显混乱,版权问题需要长期努力才能解决。中国网文“出海”走红要感谢海外平台的跨国译介,但最初中国网文在海外传播受众体量小,尚未形成规模,大多数作品并未得到授权,网文盗版侵权现象严重,故版权意识并不足。待发展几年后,中国网文海外市场初见规模,海外平台的大部分作品依然没有获取版权。究其原因,其一,作者海外跨国维权存在一定困难导致部分海外平台抱有侥幸心理;其二,中国国内对网文“出海”现象并没有给予应有重视。被标签为非主流化的网络文学,无论是从萌芽、发展、壮大到“出海”,国内并未及时建立与之匹配的版权保护和版权输出机制。除了版权问题外,如今海外平台上的热门中国网络小说的筛选译介更多的是依据在中国的高人气,可能并不能代表中国文化的深度和广度。玄幻和仙侠类作品输出较多,内容主题存在扁平化现象,大量作品内容相似的套路情节可能导致读者的审美疲劳。此外,海量网文背后的作品可能存在良莠不齐的情况,高质量和高人气并举的精品仍是少数。

### 四、“一带一路”背景下对网文“出海”的建议

我国政府高度重视文化对外传播,但文化走出去工作并未起到良好的效果。多年来,以政府为主体的传播角色投入了大量的人力、物力和财力,寄希望于可以向世界“讲好中国故事、传播好中国声音,阐释好中国特色”。回顾过往结合当前,我们可以发现中国对自身文化输出的筛选和定位依然是以精英视角下的高雅文化为主。与通俗文化相比,高雅文化对于海外受众来说存在理解上的难度,传播效果的折扣性难以规避。因此,当前的文化对外传播战略需要适度调整。我们要将以往过度依赖中国传统文化产品向接受性大、普适性高、时代性强的中国通俗文化产品适度倾斜。<sup>[26]</sup>相比较传统文化,可能通俗文化输出的效果会更好一些。国内网文企业应该鼓励平台作者创作出更具时代特色性、文化包容性、认知普适性的优秀通俗作品来适应海外读者需求。从这个意义上说,结合本文主题,在“一带一路”背景下,可以从政府、企业和个体三个层面出发,更好地推动中国网文走出去。

#### (一) 政府部门层面

中国网文“出海”虽是符合市场和商业逻辑的民间行为,但社会、市场和民间层面的文化交流都属于国家文化交流的重要部分,故政府部门依然可在这一领域有所作为。针对网文“出海”这类效果极好的市场行为,政府应该给予重视、培育和扶持。因此,我国的网络文学“出海”应纳入到国

家文化对外传播战略部署中去。政府部门要做好政策引领工作,发挥监管职能。

其一,政府部门可以集聚优势力量,从现有网文企业中筛选和扶持具备潜力的候选对象,将其打造为中国文化走出去的排头兵。一方面,国家应出台相关政策,进一步鼓励国内网文企业开展海外并购、设立海外分支机构、联合经营等业务,将其培养成具备国际影响力和创新能力的数字内容头部企业,要尤为鼓励其手机移动端的业务拓展。在这一过程中,政府对这些“潜力股”要适度倾斜财政资源。例如,为其提供资金补助或税收优惠。与此同时,另一方面,政府部门要引导企业逐步完善自身作品审发机制、编辑制度和评估体系,确保企业自身内容质量管理长效机制的持续,从而进一步推动优秀内容产品不断涌现。

其二,政府部门发挥自身渠道优势,扩大中国网文的影响力。当前,我国政府部门对外文化传播多借助孔子学院、华文机构、中国文化研究中心等渠道向对象国展开在地化交流。鉴于此,一方面可在这些机构和渠道内宣传和推广中国网络文学,另一方面通过普及汉语教育,完善已有的各类来华研修计划,吸引和培养更多热爱中国文化的跨文化译者。在“一带一路”的背景下,政府要同沿线国家的各类华裔背景机构或非政府组织多多开展文化交流与合作,通过文学推介会和版权合作等方式扩大中国网络文学的影响力,从而推进中国网络文学的世界化传播进程。

其三,尤其要加强对小语种翻译人才培养的资助力度,加强国内专业化高级翻译人才培养的资助力度,扶持人工智能翻译企业的发展。当前,网文翻译在数量和语种类型上无法充分满足海外市场需求,翻译本地化及文稿章节处理也存在较高难度。故应加快对高级翻译人才的培养,开展翻译孵化计划,加大投入培育孵化专业高效的译者团队,统一制定各类型网文的行文及词汇翻译标准,培养一批了解中国文化背景且有不同语种背景的专业翻译人才梯队。与此同时,推动国内人工智能翻译企业发展,国家要注重对人工智能翻译生产系统的产业扶持。

此外,为确保全球网络文学阅读文化生态圈的健康有序发展,政府层面应注重对“出海”网文的知识产权保护,从而保障企业和作者的利益。针对部分海外阅读平台的盗版行为,政府要与网文“出海”对象国展开版权合作、签订相关协议,确保多方合作来治理盗版难题。<sup>[27]</sup>

## (二)企业层面

网文企业作为网文“出海”的主体力量,要发挥自身优势,做好战略布局。不但要在内容输出上下功夫,还要在平台打造方面下功夫。做好海外网文译介和运营人才储备工作。利用好大数据时代优势,打造中国网络文学选题策划、译介推广、效果评价的立体化平台。

其一,在内容平台基础上,布局海外阅读平台。从当前的网文“出海”产业链来看,网内网文企业充当内容平台,海外翻译平台充当阅读平台,海外网文翻译组或个人充当翻译平台合作方。中国在内容平台占据优势,而此也为网文“出海”的基础,但在阅读平台层面还处于劣势。目前,仅有阅文集团

的起点国际在海外建站。国内网文企业应该在起点国际成功前提下,布局海外,通过收购并购等方式与国外阅读平台展开合作。不但要在PC端做足功夫,还要延伸至可覆盖安卓系统和苹果系统的App端,做到提供优质的跨平台互联网服务,全方位提升用户的阅读体验。在自身能力基础上,同国内搜索引擎公司合作探讨打造网络文学搜索引擎的可能性。<sup>[28]</sup>

其二,创建中国网络文学翻译人才和运营人才全球储备库。翻译人才培养层面,首先可与国内外高校展开合作,开展中国网文翻译人才专项培养项目。通过这类项目,来对网文翻译人员进行培训与考核,从而选拔专业技术过硬又熟悉中外文化的优秀网络文学翻译人才。其次网文企业可深度扶持海外民间网络翻译组织,对其展开定向培养,使其发展走向更为规范化与产业化。也可创建或入股海外翻译公司,制定中国网文翻译实施标准与规范,通过掌握话语权来实现增强网络文学海外译介输出与传播的力度。运营人才层面,国内网文企业要组建具备专业型、国际型和多层次的复合人才梯队。这类复合型人才要具有国际运作能力,熟知对象国法律法规和版权交易,并能深入做到市场调研,充分发挥其在提升本地用户黏性上的渠道优势。

其三,网文企业要做好内容把关工作,利用大数据实现精准“出海”。中国网文绝大多数的受众为国内民众,写作初衷并非针对海外读者。“一带一路”沿线国家众多,不同民族与文化意味着审美标准的多样性。因此,向海外输送作品时,一定要做好前期调研。要规避有抄袭、种族歧视、法律和价值观等问题作品,要注重选择能承载中国文化底气,且可体现中外文化共情的优秀作品。面对这种情况,要紧跟时代步伐,充分利用大数据技术给国际传播中的精准传播、精确营销、用户画像、舆论分析所提供技术支撑和策略支持。<sup>[29]</sup>企业要深入调研各对象国的阅读偏好、文化宗教等因素,运用大数据来分析海外读者的信息需求。目的导向、过程导向和结果导向三重发力,来为网文“出海”对象国提供高质量、规模化、移动性和可定制的内容生产服务。总之,借助当前大数据技术的发展,实现中国网文对“一带一路”沿线国家的精准“出海”。<sup>[30]</sup>

## (三)个体层面

个体层面实则是围绕创作者和翻译者两个角色展开论述。创作者角色,当前我国网络文学发展迅猛,每天新开设的作品及每日更新的作品数量巨大,对于网络文学创作者而言机会巨大。初步统计,国内网络文学网站有几十家,作者可以选择合适的网站发布作品。在这一过程中,实际上会面临一个问题。作者选择平台有众多方面的考虑,例如作品类型适合哪些平台、哪些平台签约率高、哪些平台待遇好等因素。综合各方面因素,归根结底发在哪一平台上出人头地的概率更高是作者的主要考虑。对于创作者而言,国内网文圈子就是一片红海,成名的作家是少数。趁着中国网文“出海”的机遇,国外网文市场对于创作者来说实则是一片蓝海,充满机遇。但是,在这个问题上可能需要作者具备相关的语言能力。翻译者角色,如果国内有更多的、更优秀的专业翻译人才从事或承接网文“出海”的翻译工作,这将进一步推动中





中国网文“出海”。除此之外，翻译者的角色身份从翻译者转为创作者也充满着可能。总之，创作者和翻译者都可以抓住国家“一带一路”的机遇，自己去寻找市场，而这样又反过来进一步促进中国文化走出去。

## 五、结语

习近平总书记在全国宣传思想工作会议上曾指出：“讲好中国故事，传播好中国声音，对外话语体系建设十分重要。中国故事能不能讲好，中国声音能不能传播好，关键要看受众是否愿意听、听得懂，能否与我们形成良性互动，产生更多共鸣。”<sup>[31]</sup>中国文化的对外传播，是一项系统性的复杂工程，不能一蹴而就。大处着眼，小处着手，官民结合，持续跟进。在互联网+时代，网络社交平台的出现，为文化交流提供了新的载体与快速便捷的传播方式，“中国性”可以通过“网络性”展现出来。网文“出海”体现了从文学输出到文化输出的特质，可以产生附带效应，越来越多的外国人爱上中国网文，间接促进他们学习汉语的动机，通过网文了解背后的中国传统文化。总之，中国网文“出海”现象绝不能被视为“小儿科”，相关部门应给予高度重视，将其打造成中国文化新名片。网文企业应抓住当前“一带一路”倡议稳步推进的机遇，向海外输送高质量的网络文学作品，进一步推动中国文化走出去。

**基金项目：**国家社会科学基金一般项目“基于语料库的中国传统语言学术语的整理、英译及双语术语知识库建设”（项目编号：18BY126）；辽宁省教育科学“十三五”规划项目“对外宣传翻译的文化外交理念提升研究”（JG18DB112）。

## 注 释：

- [1]中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》[EB/OL].中国政府网, [http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content\\_5163472.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm), 访问时间2019-07-19.
- [2]王蔚, 宋豪新.网络文学“出海”:值得关注的文化现象[N], 太原日报, 2017-4-12.
- [3]网络文学概念[EB/OL], 百度百科, <https://baike.baidu.com/item/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E6%96%87%E5%AD%A6/152347?fr=aladdin>, 访问时间2019-07-20.
- [4][21]苏晓芳.古典文学传统影响下的网络小说创作[J].福建论坛(人文社会科学版), 2018(04):127-133.
- [5][7]艾瑞咨询.2019年中国网络文学“出海”研究报告[EB/OL], 艾瑞网, <http://report.iresearch.cn/report/201906/3389.shtml>, 访问时间2019-07-21.
- [6]尹倩, 曾军.中国网络文学的海外传播:现状及其问题[J].社会科学, 2019(01):171-180.
- [8]艾瑞咨询.中国数字阅读行业研究报告[EB/OL], 艾瑞网, <http://report.iresearch.cn/report/201808/3255.shtml>, 访问时间2019-07-23.
- [9]新华社.习近平:在中国文联十大、中国作协九大开幕式

上的讲话[EB/OL], 新华网, [http://www.xinhuanet.com/politics/2016-11/30/c\\_1120025319.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2016-11/30/c_1120025319.htm).

- [10]刘畅.“志怪”传统与中国当代的网络小说[J].中国文艺评论, 2017(11):48-56.
- [11]邱凌, 韩婕.网络玄幻小说的文化杂糅及跨文化传播解读[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 39(09):90-95.
- [12][21]言之有范.网文“‘出海’记”, 从走红民间到产业化路漫漫[EB/OL], 搜狐网, [http://www.sohu.com/a/251137223\\_182272](http://www.sohu.com/a/251137223_182272), 访问时间2019-07-25.
- [13]严进, 杨珊珊.叙事传输的说服机制[J].心理科学进展, 2013, 21(06):1125-1132.
- [14]张冬静, 周宗奎, 雷玉菊, 牛更叔, 朱晓伟, 谢笑春.神经质人格与大学生网络小说成瘾关系:叙事传输和沉浸感的中介作用[J].心理科学, 2017, 40(05):1154-1160.
- [15]孔令斌.网络小说中的超人情结[J].重庆第二师范学院学报, 2017, 30(04):55-58.
- [16]林江依, 段绮茹, 关雪维, 高月琴.中国网络玄幻小说走红海外的原因探究[J].新闻研究导刊, 2017, 8(23):32-33.
- [17]陈彦旭.“雅到俗”抑或“俗到雅”?——论“中国文化走出去”的另类传播路径[J].西安外国语大学学报, 2018, 26(03):91-96.
- [18][24]吉云飞, 李强.中国网络文学“走出去”的启示[J].红旗文稿, 2017(10):11-12.
- [19]乔燕冰.中国网文“出海”:越是网络的, 越是世界的[N].中国艺术报, 2017-04-10.
- [20]王江红.论网络文学的“社交化”特征[J].温州大学学报(社会科学版), 2019, 32(03):88-93.
- [21]樊文.网文“‘出海’”:变的是模式和“套路”, 不变的是“中国故事”[N].国际出版周报, 2019-04-22.
- [25]张纯莹.中国网络小说北美传播的跨文化解读[D].河北经贸大学, 2019.
- [26]陈朝辉.中国网络小说走红海外的启示[J].对外传播, 2017(11):35-37.
- [27][28][30]刘阳.中国网络文学对外传播的“在地化”建构:历史、现状和思辨[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(05):85-91+97.
- [29]荣轶玫.人工智能降低国际传播中的文化折扣研究[J].对外传播, 2018(04):58-60.
- [31]新华社.习近平出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话[EB/OL].中国政府网, [http://www.gov.cn/xinwen/2018-08/22/content\\_5315723.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2018-08/22/content_5315723.htm), 访问时间2019-08-02.

## 作者简介：

王琳 大连外国语大学国际关系学院讲师, 博士, 主要研究方向: 文化外交、政治与传播心理学。

【责任编辑：许启东】