

从日本轻小说谈国内网络小说的出版

文 / 朱晓灿

【摘要】在纸质出版守正出新的今天，有一个国家的书籍销量却在5年间持续增长，那便是日本的轻小说。面对出版的新形势，我国各大出版社都在尝试开发新的增长点，以推动纸质出版的继续发展。日本轻小说的成功正可作为案例，为我国网络小说综合开发和出版找到新的道路。

【关键词】大众文学；轻小说；网络小说；综合开发

【作者单位】朱晓灿，广西教育出版社有限公司。

【中图分类号】G239

【文献标识码】A

【DOI】10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2020.02.009

一、孕育于成熟体系的轻小说

“Light Novel”是日本娱乐小说的一个种类，中文直译为“轻小说”。2003年前后，轻小说正式进入大众视野，将日本的纸质出版渐渐推向高潮。根据日本各大书店的数据以及日本出版界的统计报告，2005年至2015年十年间，日本纸质书的出版量逐年回升，销量也有了较大的增长。

相较于传统小说，轻小说内容轻松易懂让人感到愉悦，以轻体量和极高的出版效率，迅速大量占领图书市场；其在内容和题材上的挖掘、不拘的表达方式、难以预料的思考角度、丰富的人物形象塑造等，是现代文学发展的有益尝试。作为出版者，我们不应小看娱乐小说的开发价值。轻小说在日本的成功有三大关键点值得我们注意，一是出版者对原稿的重视，二是编辑的项目策划能力，三是日本高度媒体融合开发的支持。绝大多数创作者要在日本各大出版社举办的“文库大赏”比赛中获得出道资格。出版社会花费几个月甚至一年的时间进行多次审查，聘请编辑、职业作家、编辑、赛委会成员多角度选出具有独创性和卖点的作品授予刊载权。作品获奖后，出版社会给作者分配责任编辑。责任编辑要为作者提供各方信息并为其作品的后续发展出谋划策，若该作反响很好，文库还会将小说整理出版。值得注意的是，高更新频率要求作家保质保量地持续创作，若连续几本实体小说销量过低，作家可能会被终止合同，可见成为轻小说作家虽然门槛较低，但压力非常大。但实体小说如果能得到市场认可，则有很大机会进入二次元产业链进行再开发，这时就要依靠编辑前期的项目规划，以及成熟发达的多媒体出版。

日本凭借创新的项目策划和成熟的二次元产业链开发了不少成功的跨平台项目，“Love Live！ School idol

project”就是其中的典型案例。轻小说是跨平台开发的基础，因此在原稿的审查和签约阶段，出版社和编辑会慎重考虑小说多方开发的可能性。在再开发时，投资者、制作者、出版社以制作委员会的形式共同商议跨平台合作，讨论开发细节并维护IP的基本样貌。这既表现了各产业间紧密而成熟的合作方式，也体现了编辑和出版社的前瞻性。也就是说，轻小说营销依靠编辑和文库前期的规划与投入，依靠尊重原作的高质量再开发，还依靠产业链中各产业的协调工作。而这些，恰恰是我国网络小说缺少的发展条件。

二、我国外销潜力巨大的网络小说

同为娱乐小说，很多人习惯将我国的网络小说和日本的轻小说视为同一类型。但实际上，无论是起源还是小说特征，两者都有明显差异。我国的网络小说是网民自我展示和交流的结果，具有很强的共享性质。以老牌文学论坛榕树下为例，该论坛的宗旨是“文学是大众的文学生”，以创作接地气、接近现实、情节曲折的文学作品为特色，早期代表作家有韩寒、宁财神、安妮宝贝等。如今随着网络发展及读者群的扩大，网络作家的创作心态从“表达自我”变成“主动迎合”，这一转变的直接结果是作品具有强烈的趋同性，形成了言情、修仙、青春等几个固定主题，文字质量和思想高度大幅度滑坡，同时培养了大批追求“爽”“直”“快”的读者。趋同性的创作态度、赚取点击量的目的及读者的低追求造成我国网络小说抄袭严重、维权困难。即便如此，我国网络小说还是取得了一定的成绩。比如《盗墓笔记》和《鬼吹灯》，这两部小说开创了网络小说“盗墓”的新分类，还开发了图书、网络剧、电影、游戏、漫画、动画等相关产品，《盗墓笔记》甚至还开发了话剧，

称得上是网络小说中跨平台开发最多的作品。虽然诸学者认为,两者可算网络小说中典型的成功案例,但值得注意的是,很少有人提及这些跨平台作品的口碑问题。

与此同时,国外掀起了一股仙侠热。出于分享的初衷,国外有三大中国网文交流站,为鼓励翻译者尽快上传翻译文本,最火爆时出现了翻译一章可获400美元的悬赏帖,甚至有美国小伙因沉迷阅读武侠小说成功戒掉毒品的案例出现。目前,东南亚非常流行仙侠小说,比如越南翻拍了数部我国武侠、仙侠电视剧,部部火爆;在泰国的书店,中国的网络仙侠小说被摆在畅销书专区。修仙武侠小说“墙内开花墙外香”的情况给了我们启示:“讲好中国故事”、做好文化输出是我们长期以来的期望,根据实际情况打造既受目标国家民众喜欢又能展示中华优秀传统文化的内容,不失为一种好办法。笔者认为,在文化输出的过程中,如何将传统与现代结合,以通俗的形式使外国民众接受我国的文化输出内容,是我们思考的问题。据统计,我国能“走出去”的原创IP约一半为网络文学^[1],曾分不清亚洲和中亚文化的外国友人因网络小说谈起了“道”和“无”,相互之间还以道友相称。由此可见,具有中国特色的网络小说有外销的巨大潜力,对促进国内优质小说创作、减少引进出版物比重有极大益处,这还很有可能成为我国解开文化出口难题的关键点。

三、开拓我国网络小说的种种可能

日本轻小说和我国网络小说都具有跨平台发展的潜力,但我们看到,我国网络小说的整体发展水平并不能与轻小说相比。有学者提议参考日本二次元产业链的方式进行网络小说的二次开发,但这在实际操作中也有不小难度。比如角川书店于2011年建立了“广州天闻角川动漫有限公司”,期望以日方运营形式在中国设立多媒体公司,然而2013年角川就停止了纸刊的发行。这个案例证明照搬日本的开发方式是行不通的,因为我国并不具备日本完善的二次元产业链以及成熟的轻小说市场。目前来看,几乎不可能依靠国家放宽政策或是提供资金让刚起步的二次元产业拉动网络小说。反之我们应思考一些问题:为何我国网络小说首选电视剧或是电影再开发,为何《花千骨》《琅琊榜》等网络小说都以电视剧的形式成为热门话题?答案很简单,相较于二次元,我国更成熟、更易传播、更为大众接受的形式是电视剧和电影。由此可见,只有依托国情,打造适合自己的产业链,才能走出一条康庄大道。

1. 重构小说创作环境

(1) 出版平台起风造势

从之前单纯的信息发布到如今的管理平台,小说发布平台是“游戏规则”的制定者,很大程度上影响了作家的创作。如果打开这些平台,映入眼帘的都是网络小说的几大分类链接,功能单一,平台应有的引导性功能毫无体现,

就会变相助长网络小说的“套路化”趋势。日本的文库在这方面的做法值得借鉴,比如角川书店网站图文配合得体,通俗书籍、学术专著、轻小说、杂志都有对应的分类板块,种类十分丰富,体现了出版社的出版优势;优质作品配有精心编辑的文案并加以推广,还有对热门作家的独家采访,充分体现了一个平台应有的多样性和引导性;销售时推荐同类作品和相关衍生品,体现了日本产业链的优势。尤其值得借鉴的是,日本出版界充分利用每条销售渠道的特性让销售方案拥有最优效果,使一个产品得到多平台的再开发。而我国的原创网络小说平台对利用不同渠道优势促进小说销售考虑得不多。

(2) 编辑群体保驾护航

从轻小说的出版过程可以发现,编辑对轻小说的创作和销售有积极的作用。轻小说编辑以直接的方式干预作者的创作,使得轻小说以更迎合市场的姿态面向读者。因此,轻小说编辑与其说是一个编辑,不如说是作者从“经纪公司”那里争取到的“经纪人”,作者能发展到哪个阶段全靠编辑统筹。从整个出版业来看,我国编辑的统筹规划能力、对市场的敏感性,以及实打实接触“地面”的程度都远不能与之相比。我们的编辑更多是锦上添花,而非一开始就将作品作为一个项目进行长期规划,切身参与其中的意识严重不足。这是致使我们的网络小说难以作为一个品牌长期发展的根本原因。

(3) 作家乘风破浪

网络小说作者首先要足够重视保护自身权利,其次要树立打破困境的决心,以提高作品质量为追求,将反套路视为基本创作思维。在条件允许的情况下,作者还应结合综合开发的可能进行创作。比如日本轻小说在发展成熟后逐渐产生了套路化的弊病,但大多数轻小说作家都极力在热门主题下打破常规、追求新颖以在市场中站稳脚跟。根据不完全数据,我国网络小说改编为电视剧或动画的数量仍在上升,在这一良好形势下,作为第一创作者的作家,应该努力提高自身修养,摆脱套路,脱离舒适区,创作出兼具品位和趣味性的作品,引导读者阅读更高层次、更有文学价值的网络小说。

2. 端正良好开发态度

一次成功的跨平台开发应该在开发前就有整体规划,继承原作的基本特点和优势,同时要有创新点,不能生搬硬套原作的内容,而不考虑二次开发载体的特性。原作的优秀为新作打下良好的基础,新作的成功促使原作进一步为人所知,所有作品作为一个整体得以长期发展,形成一个可持续发展的项目。通过对案例特征的归纳,我们可以很直观地看到网络小说综合开发的问题所在。产品在开发初期没有得到整体规划,只要涉及热门话题就会有投资方来投资,随后被简单粗糙地改编,然后炒作销售,若市场反馈不佳,投资商撤资,产品就此过气……上海戏剧家协

会秘书长沈伟民在观看《盗墓笔记》的话剧后评价,不希望开发者在商业利益的驱动下造成作品艺术审美价值下滑、人文精神流失^[2]。文化娱乐项目是广大群众日常增加生活情趣和接受精神洗礼的项目,作为文化工作者,我们必须端正态度、尽职尽责。

同时我们还要明确,不同载体有不同的艺术表现方式,小说文本是开发的起点和基础,但这并不意味着它可以直接作为剧本使用。小说更多具备的还是“讲故事”的功能,而非影视作品的“演故事”。因此在改编时,改编者应考虑如何将文字转化为画面。还有的制作人不但不去思考如何以画面展现作品,反而在追求经济效益上费尽心思。不正确的创作态度,对网络小说的综合发展毫无益处。

3. 严把质量关

网络小说编辑最基本的一项工作应该是抽出大量时间阅读热门网络小说,熟悉网络小说的写作套路。一些看起来似乎充满新意、描写到位的桥段,其实是别人早已用烂了的常用套路。在这种情况下,编辑应该在源头上直接切断抄袭的可能性。倘若编辑对很多明显的抄袭作品或是抄袭恶名早已传遍圈内的作者一无所知,那就说明编辑的专业性不足,工作不负责任。因此,我们要主动了解网络小说和流行文化,严把质量关,杜绝低劣庸俗的作品,保护作者利益,将优秀的作品带给读者。

如今各大高校外语系有很多以轻小说写作特征和翻译对比作为主题的毕业论文,这些论文的作者只需经过一定的培训指导,就能很好地适应涉外作品的编辑工作。网络论坛中也有不少爱好者因精通日语无偿翻译轻小说,出于对二次元文化的熟悉和喜爱,其译本翻译质量甚至优于官方版本。可以说,这些年轻人就是“双语编辑”的潜力军。在引进图书占比较大的今天,这类编辑优势极大。如前所述,网络小说在国外成为“阅读新宠”,而翻译全靠爱好者分享,如何让文稿经过专业编辑加工,以更好的面貌呈现在国外读者面前,编辑仍有很多工作要做。2014年国家新闻出版广电总局公布了《关于印发〈关于推动网络文学健康发展的指导意见〉的通知》。其中提到,网络文学存在数量大、质量低,抄袭模仿、机械化生产,片面追求市场效益,盗版屡禁不绝等问题,希望能创作一批网络文学精品,使之运营和服务模式更成熟,与图书影视、戏剧表演、动漫游戏、文化创意相关产业形成多层次、多领域的深度融合发展,推动内容投送平台建设,并以此开展对外交流,进而推动网络文学“走出去”。其中的第十七条更是点出了完善网络文学出版人才培养体系的要求^[3]。《指导意见》明确点出了我国网络小说的弊病,也点明了改进和发展的方向。

4. 相关产业联动,产业链化发展

网络小说的再开发还促进了许多相关产业的发展。配

字幕、配音、制作游戏脚本、活动策划等各种以前由其他职业的工作人员临时兼任的工作逐渐交由专职人员担任。日本在文化创意产业上有一套成熟的“MediaMix模式”,指以某载体作品为基础,衍生出同系列多载体的产品群。也就是说,在文化创意发展上,媒体间的协调合作是密不可分的,必须要“mix”(混合)到一起。我国一系列新兴产业的出现说明市场已发现相关产业的发展水平不能跟上跨媒体发展的需要,而且需要“跟上”的产业还不少。这其实是一个可喜的现象,任何一个产业的发展都会带来许多就业岗位,更不用说产业链的形成定能发挥“1+1>2”的效果。目前日本读者渐渐从纸质阅读转向了电子阅读,故而各大文库也都在积极建设阅读APP,其发展趋势将逐渐和我国网络小说重合。截至2019年6月,我国手机上网者高达99.1%,视频、音乐、文学、游戏、电商等领域协同发展的娱乐内容生态逐步构建^[4]。中国的5G时代已经来临,而我国又是智能手机的开发和使用大国,依托我国便捷的快递行业,网络小说和其周边产品销售等必然大有市场。可以预想,将来的电子阅读必然是多形式、多产业结合的综合性阅读。而在迎来这一大好形势前,各个相关产业都必须挖掘可能,与产业链形成关联,跟上发展态势。

值得欣喜的是,在这个巨大的机遇面前,出版业毫无疑问是其中关键的一环。网络小说的二次开发依赖于各类相关产业的蓬勃发展,各种新兴职业的出现,都由于各产业之间的紧密合作联系到了一起,共同为网络小说的再开发而努力。我们必须认识到,网络小说的价值不仅在于出一本畅销书,它还是文化出版的金钥匙。只要手握跨平台开发的“剧本”,我们就有资格也有条件以更高的姿态和立场与其他产业产生联系,参与整体产业链的开发。出版业是与网络小说关系最为紧密的产业,具有得天独厚的优势。只要破除僵化的思维,打破产业之间的壁垒,以积极热情的态度抓住机遇,美好前景就在前方。■

参考文献

- [1] 成就新时代的中国文化符号——2018-2019年度文化IP评价报告[EB/OL].(2019-05-29)[2020-01-02].
<http://www.lwinst.com/hongguan/8694.htm>.
- [2] 任晟姝.2014年中国戏剧现象热点述评[J].民族文化研究,2015(1):46-52.
- [3] 关于印发《关于推动网络文学健康发展的指导意见》的通知[EB/OL].(2015-01-05)[2020-01-02].
<http://www.gapp.gov.cn/news/1663/236795.shtml>.
- [4] CNNIC发布第44次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].(2019-08-30)[2020-01-02].
http://www.cac.gov.cn/2019-08/30/c_1124939590.htm.