

海外用户超1.5亿人 网文出海进入“全球共创”新阶段

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部中国网文作品于2022年被收录至大英图书馆的中文馆藏书目……数据显示,截至2022年底,我国累计向海外输出网文作品1.6万余部,海外用户超1.5亿人。具有鲜明中国特性的网文小说,凭借想象丰富、故事精彩、代入感强而阔步出海,成为新时期文化传播的又一重要途径。

中国网文出海受热捧

19岁的贾伦正在努力追求着写作梦想,不过“温床”并非在他的家乡加拿大魁北克,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“起点国际网”的热门写手,短短3年时间,贾伦笔下的奇幻作品已有超过百万次的浏览量。

他将这份成就归功于读过的中国网络文学所赋予的不竭灵感:“对海外读者来说,历史悠久、底蕴深厚的东方文化,能够给予最新奇的阅读体验,为此我将小说主题聚焦‘江湖侠客’和‘修炼系统’。”

美国读者莱斯特是贾伦的忠实粉丝,她在评论区写道:“主角很酷,有一天我也会去中国看看少林寺的功夫。”

中国网络文学在海外究竟有多受欢迎?去年12月,在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》《半月传》《万相之王》《坏小孩》4部知名畅销网文小说,使用英语、缅甸语、波斯语等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,而且海外用户订阅读量还在持续增长。

截至2022年底,中国网络文学海外市场规模超过30亿元,累计向海外输出网文作品1.6万余部,海外用户超1.5亿人,遍及世界200多个国家和地区。中国作协党组成员、书记处书记胡邦胜表示,中国作协将从加强创作扶持、推动IP转化、加强队伍建设等方面,进一步推动网络文学精品化发展,更好走向海外市场。

网络热门小说《天道图书馆》的作者“横扫天涯”说,他从事网络文学创作已有16年。以前网络文学并不太被主流认可,而如今,他的作品不但在国内受到喜爱,也受到国外读者热捧,“这让我非常激动和开心”。

由中国音像与数字出版协会支持的《2023中国网络文学出海趋势报告》显示,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。

阅文集团首席执行官侯晓楠说:“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’。近两年,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。”他说,当前,中国网文出海已进入“全球共创”新阶段。

承载着中国文化“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了很多关键词,“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,它也给予了我远眺世界的精神力量。”

“16岁时我的父亲去世了,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深造。

在业内人士看来,中国网文是架设在中国与全球网友之间的一座“连心桥”。通过这座无形的桥,可以让全世界更深入、更贴切地了解中国文化。

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。她认为,读者通过小说能够了解更多中国文化元素,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,外国网友谈论中国话题前五名分别是:“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》中展现中国国画的魅力;《茗门世家》又让中国茶香氤氲世界……虽然文化背景不同,但是大家享受着中国人创造的“琴棋书画剑,诗书茶酒花”。

另外,由于绝大多数海外作家都看



网络文学作家参与第三届上海国际网络文学周中外作家圆桌会。(资料照片)

过中译英的网文小说,也由此对中国元素产生了强烈的兴趣和好感,后面才开始自己尝试写作。因此,他们在创作时会给小说加上许多中国元素,比如“武功”和“道法”等。

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”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、内涵等方面都带着浓浓中国味。”

新技术为网文出海赋能

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APP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、杭州师范大学文化创意与传媒学院教授夏烈认为,网络文学是以互联网、数字媒介为载体,伴随着网络发展而兴起的新事物,也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、启用欧美演员、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《经济学家》杂志近期刊发题为《ReelShort是征服美国的最新中国出口产品》的文章指出,“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已经从事了4年的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,全网播放量最好的广播剧系列作品能达到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,公司制作的一些有声书、广播剧作品走出国门,在海外发行。“随着中国网文市场越来越热,有更多爱好者入行,用声音、漫画等多种方式,助力中国网络文学走进更多海外读者心中。”

当前,以生成式人工智能(AIGC)为代表的新技术革命正风起云涌。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。

在人工智能助力下,网文的翻译效率提升近百倍,成本降低超九成。中译英的《神话纪元,我进化成了恒星级巨兽》、英语译西班牙语的《公爵的蒙面夫人》等多部AI翻译作品已成起点国际的畅销作品。

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《经济参考报》