

【文学与艺术研究】

情感回馈与消费赋权：网络文学阅读中的权力让渡^{*}

许苗苗

摘要：在网络文学活动中，阅读的次序、作用和意义都发生了变化，从被动接受变成主动表达，甚至参与情节构思，成为创作的一部分。网络时代大众的阅读意见不再通过代理发表，评论权从专业批评研究者转移到付费者手中。网文原发页面琐碎而情绪强烈的留言，表达着文本激发的虚拟人格；综合性评论平台上的热度趋势等，则将阅读划类分组，使其在数据层面获得价值。网络小说顺应消费逻辑，将评论权力赋予付费者，作为产品提供方的作者也必须积极回应消费者的需求，在写作语言、叙述方式以及媒介表现手段等方面加以调整。网络读者不仅阅读文本，也结成以作者为中心的粉丝群体，通过对个人的包容和支持，鼓励作者突破类型套路不断创新。通过需求和回应的往还，参与者在网络文学活动中建立起紧密联系，网络作品是多方意愿妥协和适应的结果。

关键词：网络文学；跨媒介阅读；权力让渡

中图分类号：I206

文献标识码：A

文章编号：1003-0751(2022)01-0144-07

文学是人类活动在审美和情感领域的投射，它的表现与媒介环境密不可分，媒介变迁将文学活动带入新的文化环境。在印刷媒介时代，阅读以书本为中心，其背后的编审和出版体系、批评研究的专业角度和话语权成为读者意见的代理和中介。当前产业化的网络文学受消费主义引导，并得到粉丝文化推动。网络小说的表现形式虽然类似于印刷媒介时代的通俗小说，却因屏幕与纸张的区别、定价购买与订阅打赏的差异等，赋予读者更大的权力。文学阅读活动在网络中产生跨媒介的新变。

一、“代理阅读”：被遮蔽的权力

印刷媒介时代的阅读是文学活动的最后阶段，在书刊出版发行之后展开。读者翻开的书本，是一个传播路径清晰、形态稳定的完成品。出版社和期刊号的层层烙印，成为它们来源的认证和定位的依据。因此，印刷出版物给人以确定、完善且权威的印象。无论随意浏览还是专门研究，读者的目光往往

集中于单一对象，只有极少数作品才有不同版本，而阅读同一作品的不同版本更是个别专业人员的研究行为。人们对一部文学作品风格、题材等的判断，主要来自语言。虽然被固定在书页里，但语言可再现、可类比，也就能够脱离原始媒介，获得二次传播。因此，在精准传递作者意愿的印刷媒介时代，一部文学作品想要逸出作者权威，只能通过语言，或是文中格言警句得到读者公众自发的口头传播；或是借助评论家，使作品成为专业阅读对象，通过大众媒体或学术语言的引用再次进入传播系统。

在印刷媒介时代，一部部文学作品虽然面对公众，但公众群体却缺乏反馈渠道，读者的人际传播范围和影响力都极为有限。因此，由评论家代替大众发声成为印刷媒体的常态，评论家是“专业读者”，他们的意见在很大程度上成为公众的代言。印刷品阅读是一种“代理阅读”，是伴随专业读者而产生的再创作，它以赏析、评论、读后感为标志。“代理阅读”是一种批评文本再生产，大众读者必须阅读批

收稿日期：2021-10-15

^{*} 基金项目：国家社会科学基金艺术学重大项目“‘微时代’文艺批评研究”(19ZD02)；北京市教委重点项目“现实题材转向中的北京网络文学研究”(SZ202210028103)。

作者简介：许苗苗，女，首都师范大学美育研究中心教授(北京 100048)。

评家的文本、找寻契合点,并将其作为自我意见接受下来,只有这样才能将个人阅读意见纳入社会阅读反馈整体。从这个角度看,能在印刷媒介中发声的只有作者,没有读者;只有评论家的专业观点,没有公众感受。印刷文学阅读变成新一轮评论写作的起点,评论家隐去实质的作者身份,扮演读者代理人;而广大读者被隐形、被静音、被约略的印数所遮蔽。这种反复的话语生产划出了“文学圈”与大众阅读的边界,圈内人垄断着写作、评论和阅读,以术语搭建封闭的回路,在文体边界上越来越自律,在语言等方面越来越精细化。在代理阅读的机制中,本应来自个人的嗟哦吟咏演化成繁复的评论语汇,甚至成为只有受过专门训练才能参与的精密学术程式。

印刷媒介的强大力量将文学概念体系明晰化,并通过书本和教学将其普及。我们如今认识的文学带有不可磨灭的书刊痕迹:版次和页码是研究对象的凭据,选本和文集是典范篇章的标准。因此,印刷媒介的传播等级和次序,也就被视作文学活动的轨迹。然而,如果我们从历史和社会功能等方面看,文学活动的初衷却与是否进入媒介传播没有太大关系。早先的民歌和风雅意在怨刺与传情,唐诗宋词的酬唱则颇有一部分产自社交还过程。它们或摹写现实,或比附起兴,或被作为文人社交和上进的资本。与其说“写作—作品—阅读”的过程是文学活动,不如说是媒介传播过程。这种以媒介传播替代文学活动的过程,随着文学的经典化和印刷媒介的普及更为根深蒂固。在这一过程中,无论手稿、缣帛还是“腹有诗书”的鸿儒,承载文本的媒体都是珍贵而稀缺的,其气质来自所传播信息的可信度,也即对原作的精准还原。

可见,我们对文学的认识很大程度上受制于媒介,印刷媒介以具体的书本传播代替抽象的文学活动过程;黑白分明的印刷品塑造了文本自身不容更改、无可辩驳的权威。当然,人们对文学活动的认识也并未就此定型。例如新批评学派认为作品因语言而具备脱离创作与解读的独立性;接受美学流派将读者看作文学作品社会功能实现的关键要素。因此,媒介对文学的主导以及各要素在文学活动中主动性的冲突始终存在。文学活动不应依附于媒介,但其某些特性却可能因媒介差异而突显出来。

正是因为媒介的关键作用,在媒介上革新的网络文学更加值得关注。它不像印刷品那样提供一本

可供随手翻阅的对象,却将作品在读者心目中的价值和影响力发挥到最大——以源源不断的打赏收入和向其他媒体出让版权的价格来表现。因此,在网络文学中,阅读才是关键。从口传到印刷再到网络,文学活动的层次与方向发生数次转变。阅读作为其中不可或缺的一维,从被动、延迟的行为逐渐变得主动且与创作同步。如果我们熟悉中文网络文学概念的发展,会发现读者的阅读和支付,直接关系到网络作者、整个行业乃至网文概念的存续。因此,网络读者的行为和偏好不仅不会被忽视,反而成为网文生产流程中最受重视的环节。在一定程度上甚至可以说,在线阅读、评论以及对后续衍生品的消费,是网络文学活动的起点。

但需要注意的是,有资格对网络作品发言的并非所有读者,只有专业付费网站才给读者发声的权力;盗版网站虽然也提供文本内容,却没有评论区。这里暗含着只有订阅VIP章节的付费者才有权评判的逻辑。由专业话语和文学性等建立起来的阅读评价标准,在网络文学阅读中转为由付费体系支撑的阅读评价标准,以往的“无专业准备即无权发言”变成“不付费即无权发言”。所谓读者依然被部分群体代理,只是代理人的身份从专业研究者转换为消费者,在这一转变过程中实现了代理权的让渡。

二、表态式反馈与虚拟人格展演

文学概念在印刷文明中获得定义并建构起话语等级,新媒体也必然以新方式在文学概念体系内重新建构、调配或拓展。既然以媒介特性替代文学活动特性的态度值得警惕,那么看待网络文学就不应只是泛泛地以帖子替代网民真实意愿。

来自印刷文化的代理阅读及其产物——专业评论文章,由受过训练的专业文人写作,采用高度规范的书面语。尽管风格有温文与激昂的差别,但总体上是文本之间逻辑理性的较量。网络阅读则不同,读者直面作者和其他读者,采用的是口语和书面语夹杂的网络语言。这使得网络评论在很大程度上表现为人与人之间的即时较量,最常见的就是情感强烈、直接表态站队的点赞和吐槽。与充斥着术语和修辞的印刷媒介相比,网络媒介采用幽默、醒目、冲击力强的网络语言,本身就是对即时表态的鼓励。没有哪个网络平台不重视评论和反馈,论坛里的回帖点赞、微博中的一键转发、公众号的“赞赏”“喜

欢”等功能,都是基于表态的正负面情绪来提取数据。网络媒体技术越来越倾向于将用户带入数据生产,这种生产在网文平台上的表现,首先是直观的作品点击量,其次就是“撒花”“占楼”“签到”或“辣鸡”(垃圾)之类的表态。无论作者或读者,都已经习惯于将意见表达简化为等级清晰、爱憎分明的“选择题”。

当然,读者产生情绪和公开表达并不对等,因此无论在网页还是手机终端,网文的阅读反馈与点击量都远远不成比例。以“晋江文学城”作者 Priest 的《默读》^①为例,该作品 2016 年 6 月开始连载,免费章节点击量超过三千万,总收藏数超过一百万,总评论数五十五万。作品 2017 年 1 月更新完毕,如今虽然已完结五年有余,但评论区仍然热度不减,仅 2021 年 9 月 28 日 12 点—18 点时段内,就发布新评论 20 条。^②但遗憾的是,评论内容大都是“骆队(作品主角)太可爱了吧”“补分”“本色出演”之类。尽管《默读》风头正劲、积累长久,但数千万点击量背后表达的反馈言论只是勉强超过点击量的 1%。从中大致可以看出,绝大多数读者只是简单沉默地阅读和消费网文,并不太关注“互动”或“话语权”。观察作品评论区,除了感受到读者的情绪倾向外,很难捕捉到关于作品的实质性点评,能称得上“评论”的更是少之又少。难怪不少网文平台都采取高度概略的点赞或打分体系,以此度量读者的偏好。即便是《默读》这样的当红热文,在原发站点“晋江文学城”收获的读者长评^③也仅有 967 篇,约占总收藏比例的千分之一。也就是说,百万收藏并跟进此文的忠实读者中,仅有个别人写出超过一千字的“评论”,连载区 99% 的所谓“书评”都是不超一行的占位、留痕、宣泄和喟叹。网页上几十万条评论看似洋洋洒洒,实则千篇一律。是网络读者无暇交流,还是他们缺乏表达意愿?为什么面对当红网文,这些本应差异化极强的网民,却甘愿以一两个感叹词进入“黑”“红”阵营?我们或许应当换一个思路,从网络阅读行为心理以及媒体呈现方式角度来思考。

与书本阅读相比,在线阅读是一种虚拟公共场合的行为,读者不仅面对文本,还面对其他人的阅读反馈。对于网络读者来说,他人的评价是从高度套路化的海量网文中寻找自己感兴趣文字的依据。因此,有价值的网文反馈往往是那些态度分明、具备强烈情绪感染力和说服力的文字。网文阅读反馈具备

动态性,追文弃文、赞赏转发等,也有鲜明的立场倾向。通过最外显、最浅表、最直接的感叹词,网络读者在网友间召唤同好,以求构建兴趣相似、行动一致的网络行动群体。所以,与其将网络小说页面留言看成对作品的批评,不如将其视作一种社交互动或虚拟社群中的行为操演。就像戈夫曼对在日常生活中自我呈现的分析^④那样,网络空间也有舞台作用,网民在虚拟世界里以情绪和行动凸显个性。网络阅读的表态式反馈也受到来自媒体技术的鼓励。网络赋予人们主动发布并传播信息的权力,网络读者不再处于传播链的终点,而是直接向作者发声甚至参与创作。在这一过程中,明确表态是互联网企业点击、流量、排行榜的依据。可以说,网民以言论和行动构成影响网站内容的大数据,进而参与网络文化的生产和迭代升级。

网文的连载形式使读文成为一种“追”的过程,再勤勉的作者每天也只发布几千字,读者总是面对不完整的内容,评论也只针对眼前一两个章节,所以无法像读书那样前后勾连、宏观把握。另外,正版网站区分免费和付费章节,能坚持留言的都是忠实读者,对他们来说,阅读带有竞赛性和时效性,在章节发布后第一时间留言更有意义。由于对作品十分熟悉,他们的评论从不回顾前因后果,往往只针对俏皮话联想或情感线的突然波折等容易概括引用的部分。这也导致连载页面的讨论以短小的情绪片断为主,乍一看不知所云。与之相比,读者阅读纸质书刊面对的是前后有序、因果相继的作品,因而能从总体上把握逻辑和结构。同时,读书往往是在独处中完成的,因此,无论专业批评还是个人读后感,都必然经过酝酿和斟酌,相对更有理性和深度。而网络为读者提供了一种完全不同的阅读环境,地点分散,文本开放、随时变动——一旦作者发现作品有问题随时会在线修改。网站为应对不同审查重点,也鼓励作者随时增删修改已发布的章节,这加剧了在线作品的不确定性和不完整性。读者只能对某一时间某个章节的某些内容反馈,所以出现了争分夺秒的即时反应和情绪激烈的态度表达。

长篇网文虽然形似通俗小说,但其阅读行为和接受方式因媒介差异而与之有着本质的不同。如果用麦克卢汉的“冷热媒介”理论^⑤划分,互联网文字表达上比印刷品信息更概略、更“冷”。因此,网络小说不够清晰的文本更容易调动受众参与,读者通

过在线追更、实时评论等方式,在每章留下情感印记,将原生态的体验暴露出来,这成为网络公共空间里人格自我呈现的常见行为。这些或赞叹或不屑的表态,与印刷媒介时代孤立、私密的阅读完全不同,而是读者与作者、读者与其他读者的交流过程。同时,这种表态又因用词的简略和集体的匿名性而更显理直气壮,表达更极端,与印刷文化以书面语建构的专业评价方式泾渭分明。这就是当前网上阅读与纸媒阅读之间最显著的差异。

三、从媒介引导到趣缘驱动

“去代理阅读”行为虽然反映出网络与纸媒阅读的本质区别,但表态式言论只是大部分人的第一反应,并非网上反馈的全部。在互联网的多样话语空间里,如果我们跳出单个平台,综观网文阅读活动整体,会发现网上其实并不缺乏与报刊文章类似的严密逻辑和深度反思,只是读者的反馈会由于网络媒体的不同而呈现多层次、多样式的区别。当网民在原文连载页面读罢新作、发完感慨后,有一部分会转而聚集到贴吧、龙空、豆瓣之类专门的圈子或板块中,针对作品展开二次讨论。从即时表态到二次讨论,是读者借助网络媒体平台进行自我身份认定和兴趣群组划分的过程。

百度贴吧号称“聚集志同道合的人”^⑥,网民可以就任何感兴趣的主题找到或者创建相应的贴吧页面。因此,这个空间宽泛散漫,汇聚着同一关键词之下的绝大部分话题。在百度贴吧里,网文页面多由“书粉”发起,以作者或书名为题,主要采取问答形式。前面提到的《默读》即有同名贴吧,获18117人关注,帖子278987个^⑦,内容多围绕人物性格、情感走向等,也常有缺乏耐心的读者在读到一半时“求剧透”。这些帖子不拘泥时间,既有连载期内的疑问,也有完本后的总评和对IP衍生剧集等的评价。其语言风格与原文连载页面近似,往往也是爱憎分明、表达激烈,但常采取对话、问答形式。

在主推网文版权运营的橙瓜网上,作品页面并不提供小说内容,而是标注首发网站、以往荣誉、榜单排名等。尽管页面提供了大量客观数据,但读者的反馈互动依然是页面重要板块之一。《默读》页面共有41528名读者打卡、102人评分、62条讨论。网站鼓励为作品贴标签,《默读》前五位标签是“好书、坑太多、受不住、装逼打脸、节奏爽快”^⑧,近似连

载网站里的表态反馈。橙瓜网的读者评论量不多,但其能跳出具体的作品,横向评比相似的作家和小说,并对榜单分类、排名规则等给出基于整体的意见。这种将理性的宏观议论与情感标签区分开的页面设计,反映出网站既需要做成面向业内人士的专业评论站点,又不敢放弃大众网民的人气支撑。橙瓜网通过功能设计细分出大众阅读偏好与专业人员基于市场潮流的判断和评价,为网文从业者提供一定的参考。

龙空网是以网文评论为主的站点,其用户既非贴吧那些纯凭兴趣发言的粉丝,也非橙瓜那样的业内人士,大多则是身兼作者和读者的双重身份。因此,在龙空“原创评论区”中,不仅有作品讨论,更以大神对谈、创作指南以及新手求教为特色,常见新手作者写到一半“卡文”前来求援的讨论话题,这里充分体现出网文的“习作”性质。写作者通过阅读借鉴拓宽思路,也借助文本梳耙找寻新的契机。“推书试读”板块是龙空的特色栏目,通过发布网民自编附带评点的书单,整理类型网文中的代表作、源流和脉络等。在由龙空子频道演变的“优书网”上,《默读》页面显示被收入73个书单、评论6页103条。^⑨其中使用的标签与文学网站类似,有“单元剧模式”“推理罪案类”“BL”等,而与粉丝页面常见的点赞、吐槽等表态式标签完全不同。考虑到书单的参考价值,龙空网评相当于同行评议,具有公众言说的性质,行文语气都就事论事,力争以理服人。

“作品榜单”是以上几个文学网站的必备栏目。其中,贴吧和橙瓜榜单依据站内用户打分和搜索量抓取数据生成;龙空书单则由用户自制。三个站点的读者批评反馈沿着一条情绪浓度递减、理性说服增强的线索变化。

区别于以上站点,号称“文青聚集地”的豆瓣网不以臧否和排行为主,而以重视条分缕析、有理有据的小文章知名。在这里,用户可看到类似报刊书评的完善清晰、条理分明的分析文章。豆瓣《默读》页面读者反馈分类极细,有原文摘录31条、短评16403条、书评350篇、读书笔记140篇,并获得534个豆列(类似书单)推荐。^⑩在豆瓣网评论中,300字以下篇幅的称为“短评”,进入“书评”栏目的文章必须超过1000字,且需要正式的标题——命名反映出清晰的文体意识,它们是与报刊“书评”相类的“文章”,而不是“帖子”。这些豆瓣书评一方面预设自

身是作品共同读者的代言人,以正式的文章形式向作者发声;另一方面也力图摆脱网络常见的自说自话,力图与想象中的同好者达成共识。豆瓣网着力营造近似书籍阅读的环境,因此其《默读》评论主要列在“豆瓣读书”板块里百花文艺出版社 2018 年出版的《默读》图书细目下,言下之意就是这些都是“书评”而非网文评论,是独立言说而非意在双向交流的文本。虽然这些评论发布在网络,但豆瓣的网文评论写作引经据典、力求“客观公正”,沿袭专业文学批评者立于读者和作者之间的“代理”角色。这些高度修辞的书面化评论,是否还能算作“网文”评论?它们针对的到底是印刷的成品“书”还是线上多变的“文”?从留言看,评论者不以为意,他们一致忽略媒介差异,将与故事原型相关的小说言辞、影视手法、视觉效果等融会贯通。

网络作品的知名度离不开网民的主动评点和转发推广,各类文学网站虽然定位不同,却都十分注重激发读者的行动力。我们可以看到有关网文的在线阅读反馈文字从简短到繁复、从激情感慨到平和论理、从表达个性到呼吁同好者发声,这一变化过程并非随机显现,而是源于平台的板块设置、功能划分等,选择性地暴露出受众的行为差异。因此,在网络小说首发连载网站的评论区里,多是以原文为中心的爱憎表态,豆瓣网突出印刷品的理性全面,百度贴吧成为宽泛的粉丝交流地,橙瓜提供行业数据,龙空则注重写作技巧和题材创新度等方面的评议。

即便针对同一部作品,读者的关注点也各不相同。面对海量随机访问的网民,系统提供的阅读大数据虽有价值,但如何分类却成为问题。不同网络平台通过联想推送将读者吸引到不同作品之下,再通过对留言表态的鼓励措施,使看似混沌一体、无序离散的网文阅读群体自行划类分组,庞大的数据也因此具有了标识性和参考价值。网络阅读是一种以作品为中心的主动选择式阅读,气质各异的读者不可能乖乖地按网站的设计行动,必须将决定权交到他们本人手中,让读者自行脱离无差异的大众行列,走进依据趣缘划分的文化群落。

四、消费时代的读者权力

我国网络文学的民间写作性质使它溢出纯文学范畴,显现出强烈的通俗文学属性,而通俗文学的兴盛与读者的消费意愿和习惯密切相关。网文读者通

过情感干预、参与式塑造以及金钱资助等方式赢得话语权,迫使网文作者对这些阅读需求做出回应。

情感干预是网文读者对网文角色情感配置的认同、否定、二次组合和同人改写等。这种围绕作品的自发再创作有助于提升作品的话题性和关注度,对创作起激励作用。参与式塑造指故事连载期间,读者结成联盟集思广益,猜想情节走向。作者既要顾及“书粉”情绪,又不能顺应被预先猜中的结局,双方展开奇思妙想的较量。这种良性竞赛机制使作品更新提速,激励作者跳出类型化小说常见的模式。当然,有时作者也会将遭遇剧透的抓狂暴露出来,在自揭其短的同时加强与读者的情感联系。从评点到竞猜,读者对网络作品的参与行为逐步增强,金钱资助则从权力角度赋予读者参与网络作品的正当性。

为网文打赏付费虽然是经济行为,却与因金钱而来的权力施受不同,它反映了网络阅读的平等。对于熟悉网络生态的人来说,读网文是否需要花钱是读者与作者关系模式的选择问题。在免费文本唾手可得的情况下,付费读者的需求已不限于故事本身,他们通过打赏作品、包养作者时付出的金钱,换取与作者对等的的话语权。网络作者付出时间和精力,网络读者付出时间和金钱,网络文学是写作端和阅读端双方互不亏欠的共同产物。付费者首先阅读最新章节、有私信作者的渠道,并有信心看到自己的意见在后续写作中得到重视。在消费社会逻辑中,付费行为使消费者拥有公开对产品品头论足的资格,表现在网络文学中,即只有付费读者才有权批评和解读作品。在慷慨解囊的读者的簇拥下,网络文学成为适应最广大受众审美需求的通俗小说产业。面向市场的网络写作虽然存在流于俗套的可能性,但蓬勃的前景和充足的资金使创作者摆脱为稻粱谋的窘迫,具备潜心钻研故事魅力的信心。随着商业化网络文学的日益壮大,行业内的争夺和深耕必然促进以满足细分市场不同层次读者的兴趣为目标,最终反映在作品内容的丰富和艺术水准的提升上。

网络作者回应读者需求的最直接方式,是在不同媒介中应用差异化语体。我们可以《燕云台》的网络和书本两种媒介形式为例。纸质版本由浙江文艺出版社 2016 年推出,封面简介“长篇历史小说,契丹太后萧燕燕传”,勒口标注作者蒋胜男为“作家、编剧、浙江省网络作家协会副主席”^①。作为历史小说家,蒋胜男在《燕云台》书中采用全知讲述者口

吻,语言平实质朴,是标准的书面文风,符合她作家、国家二级编剧的身份。然而在“晋江文学城”里,我们却看到一个“网络原生蒋胜男”。她在作品封面页写道:“还是三姐妹的恩怨情仇,还是青梅暖男和皇帝截爱的故事……只有相爱没有相杀,皇帝没有开后宫一直托以江山……我知道你知道我要写谁,可你不知道我会怎么写……PPPS:这是一个会经常抽风变异风格的文案。”^⑫亲昵的语气、活泼的口吻,中英文夹杂的用词和欲言又止的省略号,以及“女强、甜文”之类的时尚标签,完全与书本里那个作者身份迥异,而颇符合晋江主流读者的言语偏好。《燕云台》在晋江文学城贴出未签约的37节,题名分别是《萧家有女一》《萧家有女二》《韩子德让一》《韩子德让二》等。虽然略嫌重复,但考虑到连载期间不能在每次更新后立即读到后续,以序号指示内容进度的方式更简单明确,其未完成状态也会提示人们持续关注、持续追更。而在同名图书里,与以上四节对应的是《燕燕驯马》《韩子德让》两章。作为一次性出版的文学“成品”,书籍内容完整、前后关联,题名的概括性更强。因此,在线和出版网文之间的区别绝不仅限于介质,也会表现在文本自身。

响应网络读者的需求,不仅体现在作者顺应媒介受众偏好调整写作风格上,有时也表现为作品内容和写作手法的探索。以知名网络作家无罪的写作为例,其最初为人所知的是根据网游《星际争霸》(英文简称SC)撰写的《SC之彼岸花》,随后的电竞文《流氓高手》《流氓高手II》赢得大批粉丝。但随着游戏自身热度的衰减,无罪开始尝试其他类型,接连在都市、玄幻、修真等栏目发布新作,并转签其他网站平台。新题材的探索虽然未必全部成功,但却有大批粉丝不离不弃,甚至追随其转站,这种忠诚的支持显然给予他尝试的勇气。在类型之外,无罪也尝试写作风格的转变。《剑王朝》是一部讲述秦统一前各国剑客修炼比武的仙侠小说,基调颇有些悲壮。然而,文中却在秦赵两国剑客决斗前插入这样一段对话:“中年男子(赵国剑客)击掌欢呼‘……一言不顺心意便杀死一个不可多得的修行者,夜司首好像没有什么心胸。’夜策冷(秦国女剑客)微嘲道:‘女子要什么心胸,有胸就够了。’……”^⑬此处的“夜司首”并非龙门客栈的风骚老板娘,而是一袭白衣、一尘不染的夺命杀手。这个冷面女剑客突然口吐荤段子,完全解构了前文以黑夜、冷雨、鲜血营造

的悲壮氛围。我们当然可以将冷酷、残忍和猥昵的对比看成作者的“幽默搞笑”,但他之所以敢将已进入决斗情绪的读者骤然抽离现场,用意绝不仅限于搞笑,而是意图模糊语义,使之具备更宽泛的解读余地:爱搞笑的读段子,爱武侠的读招式,部分女性读者还可能读出对身体消费的戏谑和嘲弄。作者通过在创作中破除性别刻板印象的方式,使原本明确面向男性的作品向更多元的读者开放。

为处理海量数据、制造宣传重点,网站经常制造简单概略的标签,“男频”“女频”之类看似方便搜索,实际上却建立起阅读的性别壁垒。被描绘为“网游竞技小说第一人”的无罪,想当然是“男性向”写作者。而他放弃驾轻就熟的网游套路、打破编辑对仙侠作品男频文的预期,这一行动建立在对粉丝群体忠诚度的信心之上。虽然网络文本具备随时可修改的开放性,但动辄上百万字的篇幅依然使改变成为一种需要极大勇气的投入。成名作者究竟应当在稳妥的类型里因袭套路,还是谋求新的突破,大部分动力来自对“书粉”喜好的判断。在网络读者构成的异质性、兴趣的差异化等一般数据之外,粉丝型读者对文本的宽容和对作者个人的支持具有更积极的意义。在粉丝的鼓励下,创造力旺盛的大神作者会更加自信,相信“真爱粉”“死忠粉”会在自己思变的探索中始终陪伴,也试图用创新吸引更多读者的关注。作者通过将网语或当下流行梗插入历史情境,以玩笑解构固化审美预期等方式,使娱乐性的网文获得在虚构中映射现实的能力。

以往的研究较少关注媒介与文学的关系,尤其是“新批评”潮流以降,文学创作被看作天才内心的灵光闪现,作品也只是纯文字内部的意义组合。但如果我们反观文学特别是小说发展历程,便不难发现,媒介和读者始终对文学发挥作用。早在维多利亚时代,小说就因为全本印刷成本高而采取分册出版的形式。这要求作品每一段都要引人入胜,结尾更要给走到终局的读者一个满意的交代。对“好故事”的需求酝酿出小说“情节曲折、悬念迭出”的特点,而这也正是当时最伟大小说家狄更斯的特色^⑭。当前网络小说同样采取分段收费模式,因而也有着与前者相似的特点:每一章不长却断在关键处,内容一个个小高潮营造整体吸引力,激发读者刨根究底的欲望和不断翻页、连续付费的行动。在媒介技术和读者付费意愿的推进下,“大神粉丝”“爆款热文”

以及产业的高额金钱回报成为我们如今所见网络文学的基本支撑。

互联网赋予文学活动全新的面貌,阅读的新属性在变迁的媒介环境中诞生。多介质、去代理和跨平台的阅读,造就读者反馈只言片语和长篇大论并存、情感反应和理性评论竞技、个体情绪和客观数据共存的状态。由于网络文学即写即发的特性,作者懈怠或勤勉的性格、新奇或迎合的思路、温文或俏皮的文笔等,全部暴露在读者的注视中。阅读新上线作品时,哪怕资深书友也只能苦等更新,无法直接翻到最后一页饱览大结局。这种匮乏的诱惑、等待的煎熬、更新的喜悦,在“书粉”与作者之间制造出强烈的情感联系。读网文不仅是读文字、读作品,而且附着着读者与作者的人际互动,这使网络文学活动具备强烈的粉丝文化特征。上瘾的“书粉”以留言恳求、人气激励、榜单排位等方式,将自己的阅读需求直接推送到作者面前。网络传递着带有温度的情感,促使作者不得不回应。因此,网络写作中作者与读者之间的亲密度是以往印刷媒介无法比拟的。

在以受众为生产动力的网络文化中,文学活动发生了明显改变,阅读从读者看书过渡到读者与作者的交流;文本从个人灵感的产出变成网民共同的创造。借助粉丝文化的情感感受力^⑮和新媒体手段营造的新型社交模式,网民群体以积极阅读、主动评论、参与式写作等方式,在印刷文学体系之外开拓出新媒体文学的天地。但同时,对作品的阅读和评判

权从专业读者向付费读者的转移和让渡,以及随之而来的将付费与道德挂钩、将数量与价值对等逻辑引发的新问题也不容忽视,值得我们进一步研究。

注释

- ①晋江文学城《默读》连载页面: <http://www.jjwxc.net/onebook.php?novelid=2771073>, 搜索时间 2021 年 7 月 11 日。②晋江文学城《默读》连载页面: <http://www.jjwxc.net/onebook.php?novelid=2771073>, 记录时间 2020 年 2 月 18 日。③不同网站对于“长评”的认定标准不同,有些网站以 300 字为限,晋江文学城要求 1000 字以上为长评,这也是该网站作品评论中长评比例低的原因,但整体看,在原文连载网页中,以词语为主的情绪化反馈仍然占绝对优势。④参见[加]戈夫曼:《日常生活中的自我呈现》,冯钢译,北京大学出版社,2008 年。⑤参见美国学者麦克卢汉《理解媒介:论人的延伸》(何道宽译,译林出版社,2011 年)中对冷热媒介的论述。⑥百度贴吧广告语: <https://tieba.baidu.com/>, 搜索时间 2020 年 11 月 20 日。⑦百度默读吧: <https://tieba.baidu.com/f?kw=%E9%BB%98%E8%AF%BB&ie=utf-8>, 搜索时间 2020 年 11 月 12 日。⑧橙瓜网《默读》页面, http://www.chenggua.com/rendering/taoshu/book/detail.html?buid=5acc721f464df778ba2acc37&page=4#y_commentsBox, 统计时间 2020 年 12 月 20 日。⑨优书网《默读》页面: <https://www.yousuu.com/book/48185>, 统计时间 2021 年 6 月 19 日。⑩豆瓣网读书频道《默读》页面, <https://book.douban.com/subject/27608412/>, 统计时间 2020 年 2 月 19 日。⑪蒋胜男:《燕云台》,浙江文艺出版社,2016 年。⑫晋江原创网《燕云台》页面, <http://www.jjwxc.net/onebook.php?novelid=2702801>。⑬无罪:《剑王朝》,长江出版社,2017 年,第 4 页。⑭申丹、韩加明、王丽亚:《英美小说叙事理论研究》,北京大学出版社,2005 年,第 69 页。⑮陶东风:《粉丝文化读本》,北京大学出版社,2009 年,第 134 页。

责任编辑:采薇

Emotional Feedback and Consumption Empowerment: Power Transfer in Internet Literature Reading

Xu Miaomiao

Abstract: In internet literature activities, the order, role and meaning of reading have all changed. From passive acceptance to active expression, the readers even participate in plot planning, and reading becomes a part of story creation. In the internet age, the public's opinions and the rights to comment are transferred from professional critics to those who pay for online reading. The trivial and emotional messages on the original web-page express the netizens' virtual personalities. The real-time popularity map on review platforms divides reading into different categories and makes it gain value on the level of data. Internet novels follow the logic of consumption, and empower the right to the payer. As the producer, the author have to respond to consumer needs by adjusting the writing language, narrative methods, and media expressions. Online readers not only read texts, but also form fan groups with the author as the core. They encourage the authors to break the routine types and innovate through personal inclusion and support. In the process of the demand and return, the participants of internet literature establish close ties. Online works are the embodiment of the willingness of multiple parties to compromise and adapt.

Key words: internet literature; cross-media reading; power transfer