

从“阅文风波”看网络文学生态培育

欧阳友权

(中南大学文学与新闻传播学院, 湖南长沙, 410083)

摘要:“阅文风波”所折射的问题及其产生的“蝴蝶效应”,或将对我国网络文学发展及其行业生态建设带来深远影响。这一风波背后的深层原因在于,网络作家担心,阅文平台的经营理念从付费走向免费,从重视产业链前端的内容生产转向更注重后端IP分发的视频产品营销,使“文学”在与“资本”的博弈中处于下风,创作者权益不保而被边缘化。其实质是平台与作家之间的权益之争。化解作家与平台的矛盾要秉持三条原则:作家是网络文学的“第一生产力”;保障优质内容生产是行业发展的“压舱石”;打造健康的网络文学业态,要坚持保护性培育,科学化管理。在“后风波”时代,网络文学需要围绕资本、消费、政策法规、舆论四个“生态场”和作家自律、平台思维两个“生态点”发力,以培育网络文学健康前行的优化生态。

关键词:阅文风波;网络文学;行业生态培育

中图分类号:I206

文献标识码:A

文章编号:1672-3104(2020)05-0001-11

作为中国网络文学三家上市公司中最大的一家网文平台,2015年整合腾讯文学与盛大文学成立的阅文集团,不仅拥有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、起点读书、红袖读书、起点国际、华文天下、天方听书、新丽传媒等业界品牌,还入驻有近800万网络作家,白金及大神作家储备达444位,自有原创文学作品1150万部,旗下各网站储藏作品数量超1220万部,迅速成为网络文学的“领头雁”。2020年2月百度小说风云榜排名前30的网络文学作品中,有25部出自阅文平台。正因为如此,这次由阅文高层易人引发的“阅文风波”所折射的问题及其产生的“蝴蝶效应”,不仅引起了网络文学界的“行业地震”,也将对今后网络文学的发展及其行业生态建设带来难以预料的深远影响。这个“难以预料”的判断,取决于对“风波”的处理方式,更取决于通过风波处理所达成的对于网络文学生态构建与

优化的诸多可能。现如今,风波吹皱的“一池春水”已渐归平静,但它所暴露出来的问题并非一朝一夕可以解决,而需要通过溯源明理,搭建起整个行业的“阳光规则”,从而化“危”为“机”,使其对我国网络文学健康有序的可持续发展产生积极影响。

一、风起青萍,根在他处

这次阅文集团高层人事调整源于2020年4月27日阅文的一则消息——集团原联席首席执行官吴文辉、梁晓东,总裁商学松,高级副总裁林庭锋等部分高管团队荣退,辞任目前管理职务,腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武出任首席执行官和执行董事,平台与内容事业群副总裁侯晓楠出任阅文集团总裁。这一重磅消息很快被网文江湖命名为阅文“五帝”^①退位事

收稿日期:2020-06-19;修回日期:2020-08-12

基金项目:国家社科基金重大项目“我国网络文学评价体系的理论与实践研究”(16ZDA193)

作者简介:欧阳友权,湖北竹溪人,文学博士,中南大学文学与新闻传播学院教授,主要研究方向:网络文艺学

件。随之,传出了一份被视为“霸王条款”的阅文新团队的新合同,引发网络作者一系列权益问题的蒸腾发酵,让许多网络作家产生“过激反应”。一时间不实传言四起,如“收费模式将终结,免费模式将推行”“新合同推出,知名作家们纷纷断更烂尾”“全盘免费,创作已死”“侵占去世作家收益”“作者没有著作权”“作者所有社交账号阅文都有权运营”,等等,以致酿成5月5日网文圈“五五断更节”事件^②。阅文启动紧急公关,先是于5月2日发布了《关于近期不实传言的说明》,后于5月6日举行了与网络作家代表的“恳谈会”,澄清事实真相,以图平息网络作家与平台之间的矛盾。舆论引导和矛盾调解的效果明显,高层大换血后阅文股价出现攀升,截至5月18日阅文盘中股价已累计上涨48%,总市值为479.96亿港元,达到近一年半以来最高位。有评论说,以中国网络文学20余年发展史及其产业帝国铸就的来龙去脉而言,阅文的这个动静犹如“地壳震动”,“类似的震动在网文历史上未始没有,随着这一大众的、时代的、商业的创作在新世纪来得愈益兴盛而致主流化、国际化,关于它的每次平台主体的重大更迭,往往蕴含着此项中国特色新型文艺内在的方向性、结构性的再选择和力量博弈”^[1]。

这次风波,表面看是阅文核心团队几位高管职务调整引起的行业局部动荡,事实上,“合同风波”只是表象,是触点,不是原因,至少不是原因的全部。因为“不公平合同”并非是新晋高管上任后出台的新政,而是原已有之。很显然,这次阅文被推上风口浪尖的背后有着更深层次的原因。

首先,网络作家们担心,阅文人事变动可能意味着平台的经营理念和发展方向发生“重心挪移”,即平台对网络文学的经营将会从付费走向免费,从重视产业链前端的作品内容生产转向更注重后端IP分发的视频产品营销。这种担忧不是没有道理的——据2019年的阅文集团的财报显示,以付费阅读为主的在线业务首次下滑,实现收入37.1亿元,占阅文总体收入的比重从2017年的85.2%降到44%;而IP运营的版权收入却呈

增长之势,2019年版权运营收入为46.4亿元,大增283%,收入占比达到56%。另有统计表明,2017—2019年三年中,阅文集团版权收入占比从9%升至19.8%,再升到52.9%,而线上收入从83.4%下降至76%,再降到44.4%。基于版权运营的商业增值,让人们有理由相信,“影文联动”的变现模式,或将是阅文未来商业布局的打造重点。新班子上任,释放了盈利多元化信号,免费将走向前台,昔日付费阅读或将收窄,至少不再是“一家独大”,这对于那些处于“金字塔”中下层的网络作者来说,意味着收入减少,甚至出现“断炊”风险。

其次,许多人认为,阅文的人事调整可能会使“文学”在与“资本”的博弈中处于下风,创作者权益不保,将被边缘化。接任吴文辉出任阅文集团首席执行官的程武,原为腾讯影业首席执行官,是做数字视频生产运营的行家里手,在网络文学IP与网络动漫、影视、游戏、电竞等联动上经验丰富,让他来领军阅文,显然有助于升级网文IP的培育能力,构建未来商业趋势的视频内容生态。加之阅文在2018年10月以155亿元的超高溢价收购影视业翘楚新丽传媒,意在让旗下的精品IP与精品影视制作之间架构出自身的内循环,实现强强联手以追求二度创作效益的最大化。2019年《庆余年》(根据猫腻同名网络小说改编)的成功播出,让阅文集团的版权收益增长了341%,也印证了这一策略的巨大潜力和诱人前景,让人们有理由相信,阅文集团的经营策略将转向盈利占比更大的版权收入,而不再像以往那样以付费为主营业务的线上经营。卸任的吴文辉团队是做“文学”起家的,他们在起点创立的VIP付费阅读模式打造了网络文学的“中国时代”。现在,让一个做“IP分发运营”的人来替代做“文学原创运营”的人,势必会被视为“文学”在与“资本”的博弈中败北,让云蒸霞蔚的网络文学步入“图像时代,文学无存”的境地。于是,在一些人的眼中,这个拥有数百万网络作家的垄断性企业,只遵循资本的逻辑,无视创作方的利益分配,不仅是对作家的伤害,更是对文学本身的漠视,甚至被看作是资本对文学的碾

压，导致文学创作方对未来生存境遇不确定性的焦虑，引发大批网络作家的心理恐慌。

最后，平台与作家之间的权益之争，以及长期积累的不公平、不透明的契约关系，终于在“风起青萍”处形成了“引爆点”。网站平台与网络作家的关系是鱼和水的关系，二者相伴而生，相互依存，它们之间的利益分配是法律规制下的市场化契约关系，他们的权益应该基于双方的自由选择和自愿约定。但在实际运行过程中难免出现千差万别的复杂情况，作家与网站签约时，不仅不同网站的合同文本不尽相同，同一网站面对不同层次的网络作家(如白金作家、大神作家、普通写手等)，所签合同的利益分配方式也可能各自有别。唐家三少就曾说，不同阶段的作者面对的情况是不一样的，当你足够优秀的时候，你就有讨价还价的资格，当你初入的时候，你就要考虑放弃什么而获得什么。一个网络作家如果还需要以“议价资格”来与网站签约，就难免出现“店大欺客”或“客大欺店”的不公平交易。网传的阅文“新合同”有许多内容引起争议^③，众多网络作家对该合同条款的合理性提出质疑，阅文集团随后表示：该合同是阅文于2019年9月推出的，并非如外界谣传所言是在2020年4月28日推出的新合同。新上任的管理团队对此非常重视，他们在恳谈会上与作家代表进行沟通，承诺对不合理的条款做出相应的修改。程武明确表示，事实上，著作权包括著作人身权和著作财产权两部分。著作人身权，是作者不可转让、不可剥夺的权利，属于作家独有。阅文绝不会通过任何方式分享或获取这种权利。关于付费和免费模式，阅文方坦言：目前关于免费阅读的机制还在讨论中，付费阅读肯定要继续巩固并且做大，而未来在考虑免费模式时，会有明确的作家收益，需要为付费和免费规划不同的作品内容库，匹配不同的产品渠道及对应的收益体系。当然，无论哪种模式，都由作家自主选择。随后，就在6月3日，阅文集团推出“单本可选新合同”，对原合同的核心内容做了修改，提出三类四种授权分级、免费或付费可自选的新方案^④，得到许多网络作家的认可。

由此可见，此次的“阅文风波”是以平台掌门易人为诱因，以“合同风波”为焦点，在事关行业方向性选择关口，文学与资本的路径博弈；是网络文学平台与作者之间长期积累的矛盾的一次公开化，以及表达创作者试图摆脱“低势站位”而与运营方达成更为公平的利益分割时的坚毅与决心。当然，这期间也包含通过对新班子认可度的质疑来换得老问题解决的尝试。如果说“风生于地，起于青萍之末”，那么，这次风波的“根”或许正在此处。

二、调停风波的三条原则

此次“阅文风波”犹如一次“行业晒场”，把过去隐而未现的纠葛与问题暴露在阳光之下，业界如果能借此契机厘清其中的症结，化解其中的矛盾，建构起更为优化的运作机制，将使坏事变成好事，对培育积极健康的网络文学生态意义重大。本着有利于网络文学健康繁荣、有利于网站平台可持续发展、有利于网络作家权益保障的基本立场，化解这次作家与平台的矛盾要秉持三条原则。

其一，作家是网络文学的“第一生产力”，任何规则的制定或调适，都要顾及作家的正当权益，保护和调动他们的创作积极性。我们知道，经过20余年的风云变幻，网络文学平台大浪淘沙，但其主脉是清晰的——从2003年创立VIP付费模式的起点中文网，到2008年盛大文学成立后类型小说的强势崛起，再到2015年成立阅文集团掌控中国网络文学大势并布局“网文出海”，客观上形成了以起点为轴心的“平台独大”格局。以“付费一续更一追更”为主打的商业模式成就了起点、盛大和阅文，也成就了吴文辉、商学松、林庭锋这个打造“起点模式”的金牌团队。如研究者所言：“这不仅由于起点中文网和以‘起点团队’为核心的阅文集团，在中国网络文学发展总体格局中长期处于垄断地位，更由于‘起点模式’是中国网络文学原创的成功模式，在网络文学商业化转型初期在与诸种探索

模式竞争中胜出,又在此后商业模式、媒介形式的几度嬗变下不断完善,成为被普遍仿效的行业标准,从而奠定了中国网络文学的基本形态。”^{[2](2-18)}正是有了如此辉煌的过往,足以让阅文在网文平台中傲视群雄,处于领域性强势地位。此时,网络作家借机质疑平台“老大”,担心自己的收入,希望矫正“霸王条款”,实际上是通过“权益合理性”来确保“作家合法性”的一次历史拷问,是对网络文学创作主体地位的一种价值确证。培育作者,助其成长成“神”,付费阅读居功至伟,因为付费让一个作品的高低优劣有了一个可量化的尺度,不仅作者有了收入,网站有了效益,读者成为“粉丝”,也让作品的市场评价有了“硬杠杠”,如此才打造出中国独有的浩瀚的类型小说和激励内容生产的商业模式,成就了阅文的稳定经营和上市发展。然而,不是所有网络作者都能版权运营,使自己的网文IP生成影视、游戏等的授权改编获利,大多数网络作者的IP很难转化,付费阅读才是他们的主要收入来源。对那些处于网络作家“金字塔”中底层的作者,版权转让机会较少,免费就等于切断了他们赖以生存的收入来源,引发担忧和情绪波动在所难免。血红就曾不无担忧地说:“比如说阅文,平台有810余万名作者,以前其中一大批作者可以靠订阅数量,每个月拿到收入。一旦改为免费,很多人可能心里发慌:收益从何而来?”^[3]作者是平台的根基,是网络文学生产力的引擎,而网络文学的“金字塔”不可能只靠“塔尖”,没有“塔基”哪有“塔尖”?正是有了付费阅读的遴选和竞争机制,“塔基”写手才有了奔头,才让一个个新生代潜力作家脱颖而出,让那些白金、大神有了支撑的“基座”,“扑街写手”才有了上升的通道,如果“消杀”了基座无异于“自剪羽翼”。每一个网络作者都值得尊重,尊重原创、重视版权,保护每一个网络作家特别是新手作家的基本权益,维护由付费阅读建立起来的网络文学生态,是处理好作家与平台关系必须遵循的基本原则。要让每一个作者都能感受到,平台虽不完美,但那是一个有爱的地方,即使收入微薄,他们也愿“为爱发电”。正如有人分析

过的,在付费阅读体制下,付费章节有人阅读就会有收益,写得越好,看的人就越多,写得越多,收入也就越多,由此形成一个透明、健康的正向循环。但是免费阅读靠流量和广告营利,广告的出现频率、次数和内容均不能被作者左右,与付费阅读相比,作者的收入将变得不透明,甚至不稳定,难免会引起众多网络作家的担忧和抗议。如果免费模式不能保障每一个创作者的利益,在没有找到两全其美的实施途径前,作为经营平台,不能只服膺于资本,还应该站位于作家,因为作家是网络文学的“第一生产力”,在网络文学生产中,作家是“1”,其他是“0”,有“1”在前,“0”才是价值基元,失去网络作家,网文行业无存。

其二,保障优质内容生产是行业发展的“压舱石”。从产业的角度看,文学内容生产的经济体量并不大,但它却是整个行业的“基本盘”,直接影响中下游产业链的延伸。网络文学盈利渠道分线上和线下两种,线上主要是付费阅读以及由此衍生的打赏、月票和有限的广告等;线下则是通过版权转让、全媒体二度加工形成的产业链“长尾效应”。无论是线上还是线下,都依赖于作品内容这个核心支点。没有优质的内容,线上无人购买消费,线下无从形成可供版权转让的优质IP,一切都无从谈起。因而,调适网络作者与平台的关系,优化网文生态,其核心是要有利于网络文学优质内容生产,有利于网络作家的“品质写作”。在这里,“内容至上”不仅是人文审美的艺术要求,也是为网络作家、网站平台、网文读者创造价值,为整个行业高质量、可持续发展提供压阵的“定盘星”和“压舱石”。随着人口红利消减,付费用户增速放缓乃至见顶是意料中的事,在线阅读收入不能单纯依靠用户的数量增长,而要靠每个用户的单位付费量的增加。要做到这一点,只能靠作品的品质去吸引用户、稳住用户。有统计表明,2017年6月阅文付费用户数冲高到1150万后开始回落,2019年月均980万,付费率亦从2017年的5.8%降至2019年的4.5%。虽然用户人均月消费从20.5元增至25.3元,可2019年平均月活用户同比增幅仅2.9%。面对“读

者红利”减弱的难题，如果平台改弦易辙，仅用免费来吸引新增用户，以保持平台流量，而不是从品质写作入手提升作品质量，将是舍本逐末，自毁长城。因为读者的初衷是读作品，读好作品，而不是看广告，让文学为资本缴械，结果文学没了，资本也会亏的。试想，如果没有足够品质、足够数量的原创作品，即使免费开放平台，仅凭流量，文学肯定玩不过视频，阅文、晋江、17K也注定玩不过优酷、抖音、爱奇艺，而所谓线下版权分发产业链，一旦失去线上的优质内容，也将沦为无源无本的空壳。因而，在讨论付费还是免费时，不仅要考虑创作回报的作家收益，还要兼顾作品生产的内容品质；不仅要计算哪种方式作家收益更多，还得评估怎样才能保证文学出精品、作品内容上台阶，解决网络文学创作“量大质不优”的问题。从这个意义上说，付费阅读由读者遴选实现品质优先，优质内容率先获得更多回报，当然，以字数卖钱的付费也可能出现膨胀字数的“灌水”之作；而免费模式如何保证单一作品的广告量回报，让创作者获得“看得见、算得清”的量化报酬，不仅是一个技术问题，也含有文学审美(或阅读快感)的品质含量如何通过广告和流量变现的问题。品质化的内容生产在面临“鱼和熊掌”的选择时，应该成为一个“内容为王”的重要砝码。仅就付费与免费对行业的影响而言，二者的对抗是两种商业模式的选择，前者基于内容变现，后者依托广告、流量和版权运营获利，其实并无对错可判。问题在于，实施免费模式，作者的权益如何保证，怎么能推动优秀内容持续输出？如果不是按作品本身的质量决定收费标准，所有作品不分高低优劣均按广告转化收费，如何体现优质作品的价值变现并体现作者的价值呢？再从平台方面看，付费模式并没有穷尽网文产业的商业路径，免费的探索也并非就意味着放弃品质内容的生产，或创作者就失去变现获利的机会，关键还是看规则如何设置，以及规则设置者心中有没有文学、有没有对作者和平台利益平衡点的精准把握。事实上，免费模式并非一定不能支持优质内容生产，因为读者选择好作品、更愿意阅读优质内容的趋势是矢量的、不可

逆的。但免费带给网络作家的疑虑至少有三点：一是作品变现时间上的滞后性，不如付费阅读(购买、打赏、月票)让自己的收益“立马可待”。二是操作上的低透明度，作家靠广告和流量确认自己作品的市场价值，需交由渠道、广告商来完成，这就把原来作家与读者之间“面对面”的交易，增设出创作方无力控制也无从了解的中介环节。这无异于将自己养大的孩子交给一个陌生人，或许看得见，压根儿摸不着，如何可以放心！三是创作者的收益不易精准量化，广告以时长和点击量计算，一个广告覆盖全流通域，平台流量源于“打包”累积的众多作品。在这种情形下如何精确计算出某一个作品的“流量份额”和“广告份额”，在技术上怎样操控、怎样达成市场化公平，对于网络作家来说完全无能为力。于是，付费时代的“以读者为中心”或将变成以平台和渠道为中心，昔日依靠粉丝力量激励作家打造优质内容的“马太效应”只会变成一个“远去的背影”。此时若期待通过免费模式刺激精品创作，催生优质内容，就需要另出高招，探索新路。阅文集团就曾表示，是否采用免费机制目前还处在“内部探讨”阶段，未来很可能会采取付费阅读与免费阅读并存互补的商业模式。事实上已有网站开始新的尝试，如知乎首先用“内容付费模式，好内容带来好回报”吸引作者入驻，然后对免费与付费内容场景进行融合，将付费内容以试读的形式融入知乎社区的信息流内，用户先“刷”到这些内容，有兴趣再购买，让付费体现用户对平台内容的认可，也让作者得到实惠，至于效果如何，也只能“摸着石头过河”了。

其三，打造健康的网络文学业态，要坚持保护性培育、科学化管理。我国的网络文学从无到有，从小到大，从野蛮生长到规范成长，日渐从边缘走向主流，从草根娱乐到网络新军，从部分文学爱好者的“网文江湖”到拥有2400多万部作品、4.5亿多读者的“巨存在”，已成为我国社会主义文艺的重要组成部分。在当下世界大众文艺中，能与好莱坞电影全面竞争的，也只有中国网络文学有此潜力。我们的“网文出海”已用10余种语言向世界输出作品超过11000部，覆盖

“一带一路”沿线 40 多个国家和地区。因而对于网络文学,应该站在文化自信和民族复兴的高度予以重视和扶持,优化其创作生态,而不是低看、小瞧或设置障碍。同时应该看到,创生期的网络文学尚处于不确定性与可成长性并存的状态,它量大如山却体犹未健,貌似繁荣的背后,一直在世人的冷眼、传统的威压与制度的管控中战战兢兢地前行,其价值的自信力和舆论的支撑力都不够强劲,不甚坚挺,生态还十分脆弱。譬如,对网络作家和平台而言,网络盗版可以“一招毙命”;对于整个行业来说,一个不当的管理措施出台也可能让它“躺倒一片”,失去生机。行业要做到科学决策,有序管理,和谐发展,必须兼顾各方利益,培育健康生态,而网文界面临的最大的威胁是盗版侵权,作为政府管理部门和相关执法者,应该紧紧抓住打击盗版侵权这个“牛鼻子”,为行业发展提供健康、清朗、和谐、有序的业态环境。中国作协网络文学中心何弘就曾提出,盗版才是平台、作者和读者的公敌,是当前制约网络文学产业发展的首要问题,打击盗版,平台和作者的收益才能得到保障,网络文学才能更好地发展。解决好这一关键问题,无论免费还是付费,都将扫清障碍,读者可以付费来获得良好的阅读体验,也可以通过看广告的免费模式阅读作品,使平台和作者都能获得正当收益,这样才能维持平台的运营和作者的创作。作者、平台、读者从根本上说是共生关系,需要建立良好的平衡,营造健康的生态,最终实现共赢。既然平台与作者鱼水相依,网文行业管理既要规范创作,也要规范管理;既要规范文学,也要规范资本。而规范的“靶的”只能以法制思维实现法治化管理,而不是放纵“丛林法则”。解决问题的最佳路径只能是让网文的“江湖规矩”服从“法治规矩”,当遇到类似阅文的风波时,以“法制”求“法治”的中介干预也许是必不可少的。这是阅文风波给我们的启示,也是我国网络文学打造健康业态、实现可持续发展的必由之路。在处理网络文学合同纠纷上,全国人大代表、网络作家蒋胜男在全国“两会”提案中提出“制式合同”的建议,即由政府监管部门介入,推出一个能保

障双方平等权益的格式合同(制式合同)进行备案确权。签订合同时,吸纳相关管理部门如广电局、版权局等介入,对网络作家和平台双方权责的划分进行界定,对明显偏向于一方的条款实行约束和驳回,以确保创作者与平台方之间签署的合同建立在平等、自愿、公平的基础上。这样,“作者只要从网上下载统一的合同模版,双方签订以后再备案就可以了”^⑤。无论是否采用“制式合同”,这种以法制寻求解决问题的思路是正确的,它不仅有益于作者,也有益于遵纪守法的平台做大做强,培育整个网络文学行业的健康生态。

三、优化行业生态的“场”与“点”

“阅文风波”暴露了当下网络文学发展中的问题,也促使人们反思其中的症结,探寻“再出发”的行业进阶拐点。从生态系统优化的视角,在“后风波”时代,中国的网络文学要保持原有的繁荣势头,并夯实作为一种新兴文学的历史节点,既要有外部环境的“场”的调适,也离不开内在的“点”的破圈。

优化网文环境的生态“场”,可以让网络文学获得强大的外部支撑力。法国思想家布尔迪厄(Pierre Bourdieu, 1930—2002)曾经用“场”(field, 又译“场域”)理论来解释一个事物的社会化存在关系。他认为,一个“场”可以被定义为在各种位置之间存在的客观关系的一个网络或一个构型,它构成了不同事物相互区别的标志,也是不同场域得以存在的依据,文学艺术就是一个处于自律与他律不断竞争中的知识场。因而布尔迪厄说,对文学生产做“场”的分析需要把握好三个层次:第一,分析文学(等)场在权力场内部的位置及其时间进展;第二,分析文学(等)场的内部结构,文学场就是一个遵循自身运行和变化法则的空间,也就是各种位置间的客观关系结构,为合法性而竞争的个体或集团占据着这些位置;第三,分析这些位置占据者的习性的生成,习性即配置系统,这些系统作为文学(等)场内部的一种社会轨迹和一个位置的产物,在这个位置上找到

了多多少少有利的现实化机会^{[4](191)}。

就网络文学与社会关联的多重性与复杂性而言，布尔迪厄的“场”理论对检视与建构网络文学生态有着广泛的适应性——网络文学生态就是处在特定社会关系位置里的一个“场”，网文生态的优化，实际上就是这个“场”的要素配置和要素博弈的优化。网络文学的“场”有四个核心要素：资本、消费、法规和舆论。它们结构着网络文学在社会语境中的“网格”与“构型”，既是助力网络文学前行的动力，也是规制网络文学发展方向和运行质量的因素。

文化“资本场”是网络文学生态的“硬核”。我们知道，资本是企业发展的物质根基，文化资本的经济支撑决定了网文行业的规模和水平，也制衡着它的经营理念和发展方向。2015年3月，腾讯以50亿元收购盛大文学，与腾讯文学合并成立阅文集团，以占中国全部网络作家的88.3%(约有530万人)的聚集效应打造了这艘“超级航母”。那么这艘“航母”往哪里开，从根本上说是资本说了算，而不是“文学”可以自主的，特别是阅文背后的腾讯这个资本大鳄，似乎更具“任性”的底气。据阅文财报统计，2017—2019年三年中，阅文集团版权收入占比从9%提升至19.8%，再升到52.9%，而线上收入则从83.4%下降至76%，再降到44.4%，2019年的营业收入为85.48亿元，归母净利润只有10.96亿元，相比腾讯2019年3700多亿的营收，940多亿的盈利，这只能算一点“小钱儿”。于是，阅文(也是腾讯)新团队把战略重心从线上转到线下，从文学创作转到版权运营，降低线上付费阅读的经营成本，转向盈利占比更大的版权收入，阅文新合同要求无偿获得网络作家的IP改编权，也就不难理解了。2015年“IP热”后，腾讯、百度和阿里巴巴等资本巨头纷纷在网络文学领域布局，将网文、影视、游戏、动漫、有声书、出版等环节打通为全媒体产业链，中文在线、阅文、掌阅三家公司成功上市，完美世界完成对百度文学的控股，强势打通网络文学和游戏的通道，咪咕阅读、天翼阅读、沃阅读与中国移动、电信和联通在文学消费端抢占读者市场等，都是资本“场”对文学“场”

进军的集结号。面对资本的逐利本性，文学无疑处于弱势的一方，要打造积极健康的网络文学生态，必须要有相应的约束机制实施对资本的限制，不得让资本伤害文学，挤占文学的“生态场”。就如习近平在文艺工作座谈会讲话所指出的，文学不能急功近利，不能把作品当作追逐利益的“摇钱树”，“文艺不能当市场的奴隶，不要沾满了铜臭气”，网络文学创作与经营应该把社会效益放在首位，不得被市场、资本牵着鼻子走。

与资本紧密相关的“消费场”关涉网络文学的出口，而消费落地是网络作品实现其市场价值和人文审美价值的唯一途径。网文作品的消费“场”越大，受众越多，其价值就体现得越充分，价值实现度就越高。因而，无论是网络作家，还是网站平台，都希望把这个“场”拓宽、拉长，聚集人气以放大绩效，直至扩大传播半径，把中国的网络文学“出海”到全世界。扩大“消费场”是网络文学产业所追求的目标，对于网络作家而言，其唯一要做的是创作出读者喜爱的作品，靠阅读爽感形成口碑，吸引读者，并且让读者变成粉丝；对于网站平台来说，运营网站就是运营“消费场”，经营网文作品就是经营读者、经营粉丝。网络创作通过与粉丝的交流，创作“适销对路”的作品，形成了网络文学的“网生性”；而网站平台通过经营粉丝文化，打造了网络文学的商业性与市场化运营的历史合法性。可见，“消费场”作为网络文学生态培育的重要一维，不是要守住一个常量，而是要寻求一种变量而获得增量，网络文学的商业蓝海就是这样开拓出来的。如研究者所言：“消费社会时代的到来，赋予了粉丝文化崭新的样态与表现方式，更为活跃、自主和参与性强的粉丝文化开始崛起……粉丝的实践行为带动了相关产业的消费。如广电产业、电信产业和电子制造业共同为粉丝搭建一个信息生产和传播平台的同时，也享受着由粉丝的消费行为所带来的巨大红利。”^[5]我们看到，近年出现的众多“粉丝现象”，如2014年以后兴起的“饭圈文化”，轰动一时的肖战“227事件”，2020年五一期间的B站“后浪”事件，以及持续发酵的“李子柒网红热”，还有2017年2月起点创立的“本

章说”,2018年5月起点网粉丝联手让愤怒的香蕉的小说《赘婿》爆冷月票夺魁等,无不彰显了网络时代文化“消费场”的巨大能量。因而,重视“消费场”,经营好粉丝文化,正确引导读者消费,不仅事关网络文学生态优化,也是网络文化建设的重要内容。

网络文学生态“场”隶属行业的政策法规与政府管理。这个维度是刚性的,不是柔性的,因而它所构建的“法规场”是一个“红线圈层”,不得违拗和僭越。原因在于,正如笔者曾谈到的,网络文学巨大的体量和广泛的影响力,使得这一“现象级”的文学不仅仅是一个“网络”的问题,也不仅仅是“文学”的问题,而是关涉我们国家的意识形态和当代文化建设,关涉网络话语权和新媒体阵地掌控,关涉大众文化消费、国民阅读和青少年成长,甚至关涉一个社会的主流价值观建构、文化软实力打造和国家形象传播。今天,网络文学已经是政府治国理政中基层治理、社区治理、社群治理的一个执政基元,它与我们时代的艺术品相、时代风尚、文化引领、人文精神和价值导向直接相关,因而必须要有相应的政策法规来引导、监管和规制,以确保它健康有序、又好又快的发展。近年来陆续出台的一系列文件,如国家广播电视总局《关于推动网络文学健康发展的指导意见》(2014年12月18日),中共中央办公厅、国务院办公厅《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》(2015年9月15日),《中共中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见》(2015年10月3日),国家广播电视总局《网络文学出版服务单位社会效益评估试行办法》(2017年6月14日),以及此前颁布的《中华人民共和国著作权法》(全国人大常委会)、《互联网信息服务管理办法》(国务院)、《互联网著作权行政保护办法》(国家版权局、信息产业部)、《互联网文化管理暂行规定》(文化部)、《关于加强网络文学作品版权管理的通知》(国家版权局)、《网络信息内容生态治理规定》(国家网信办),等等,都是网络文学行业治理和生态建设的基本准绳,也是我们调停一切行业风波的法规与政策依据。

“舆论场”事关网络文学的“环评”维度,与行业的社会形象和文学认同直接相关。作为一个从“山野草根”和“技术丛林”中成长起来的新生事物,网络文学从传统文学的边缘起步,由小众而走向大众,这期间一直备受争议并常常遭遇冷眼,负面评价很多,误解也不少,可以说,各种舆论乃至舆情时刻不离左右。这里有媒介歧视,如“网络就是马路边的一块木板,谁都可以上去信手涂鸦。”“网上的文学能有什么好东西!”也有传统的打压,如“文学就是文学,哪有什么网络文学!《红楼梦》如果上了网,难道也是网络文学?”还有鄙视心态:“网络文学都是垃圾!”“如果作品好,还会发到网上么?”等。经过这些年网文界的不懈努力和网络文学的发展壮大,对它的误解和不当评价在消减,但有关网络文学“量大质不优”“星多月不明”“沙子多珍珠少”之类的说法依然不绝入耳,直到近日还有人说“网络文学到现在,也没有产出一部可以称之为文学的作品”。这次“阅文风波”中一些作家喊出“反对资本垄断文娱,支持著作权法立法”的口号,以至出现“55断更节”的极端舆情,一时各种误解、争议、谣言四起,正是“舆论场”影响网络文学的具体表现。要改善这个环境的“场”,用正确而积极的舆论干预网络文学,打造良性的舆论生态,其基本途径有二:一是笔者一直倡导的“从上网开始,从阅读出发”,先走近网络文学,再走进它的内部——上网站,读作品,了解作家创作和网站经营,了解读者群体和接受方式,乃至做一个网络原著粉,然后再介入评论,不虚美,不隐恶,说点内行话,说出切中实际的话,说些对网络创作和网文行业发展有所助益的话,而不是先入为主,主观臆断,或以偏概全,浮光掠影,如古人批评的“会己则嗟讽,异我则沮弃,各执一隅之解,欲拟万端之变”^[6](299)]。二是靠网文行业自强不息,用坚韧烙印理想,以业绩书写荣光,无论他人如何评说,唯以高光作品不负历史节点,就像过去20余年所做的那样——创作了二千多万部原创作品,吸引了四亿多文学网民,打造了三家上市公司,在当代文坛“三分天下”的大格局中形成“风景这

边独好”的独特景观，并作为中国文化软实力的重要代表之一走向世界，与好莱坞大片、日本动漫、韩剧争夺国际文化消费空间……尽管网络文学还有这样那样的不足，但只要从业者“咬定青山”，坚韧不拔，自会有更为亮眼的业绩让批评者不敢小觑，或将高看一眼，形成网文行业优良的文学环境和社会舆论环境，最终构建出有利于行业健康发展的环境“场”^[7]。

优化行业生态的“点”是对激发网络文学内部创新机制而言的，主要含创作自律与平台思维两个主要发力点，前者是要培育作家“点”，后者指夯实网文运营“点”。

就作家这个“点”而言，要成为网络文学生产的内生动力，离不开网络作家有担当的自我约束、自我激励和自我提升，用富有竞争力的高品质作品书写自己的文学人生。在经历了“大跃进式”的粗放发展之后，网络作家最需要的是用自律精神和长远眼光创作出立得住、传得开、留得下的作品。一个有文学“野心”的作家应该做的，一是慢下来——好作品，慢中求，与其日写万字让人一目十行却看过即忘，速成速朽，不如以“工匠精神”变“速度写作”为慢工细活的“精品创作”；二是沉下来——沉入内心、深入生活，做到持身正、立心诚，在对人民生活的体察和历史文化的沉淀中，获得思想的源泉、力量的源泉、创作的源泉；三是静下来——拒绝浮躁，抵制诱惑，追求长线效益而不是短期变现，争取大浪淘沙，把你留下。人类历史一个屡试不爽的事实是，文学只能靠品质才能传世，作家只能靠立得住的作品最终才会有立得住的人^[8]。

就平台而言，要做好平台经营，首先要有平台思维，即一种可以相互合作、资源共享、平等交流、互利共赢等彼此沟通的思维范式。网络文学网站管理者与经营者不仅要认识到自己所承担的责任，还要意识到自身与他人的互利合作关系、利益共享关系、行业全局关系，其所考虑的不仅是自己要做什么，而且是考虑大家要做什么，然后打造一个多方共赢的生态圈。马云曾经说过，阿里巴巴跟京东谈不上竞争，因为阿里巴巴不是一家电子商务公司，而是一家帮助别人做

电子商务的公司，他们的目标就是帮助别人创造更多的京东。京东是做产品，阿里巴巴做的是平台，做平台不是考虑自己的东西要怎么卖出去，而是考虑让大家在平台上都可以把东西卖出去，这就是典型的平台思维。网络文学网站管理者就需要这样的平台思维。有了这样的思维方式和商业理念，它在处理与作家、与读者的关系时，就可以通过聚人心而聚人气，做到“我好你也好，你好我更好”；在处理与社会、与政府的关系时，就能以责任担当做企业品牌，以长远眼光做“老字号”，而不是做短期变现的“淘金手”；在做市场推广时，就能致力于做市场规则的践行者和维护者，而不是去做那种只要“注意力”不讲“公信力”和“影响力”的“风口”“窗口”投机商；在做内容分发时，也能调适好与动漫、游戏、影业等产业链上其他平台的关系，以协同创新的内容生态形成新文创IP生态闭环，共同实现IP增值与盈利的良性发展模式^[9]。倘若如此，网站平台不仅能化解此时的风波，还能减少和消除未来的各种潜在风波，真正打造出生态优化的行业蓝海。

注释：

- ① 阅文“五帝”是指原起点中文网创始人团队的五个核心成员：黑暗之心(吴文辉)、宝剑锋(林庭锋)、意者(侯庆辰)、黑暗左手(罗立)、藏剑江南(商学松)。从起点中文网到2008年的盛大文学，再到2015年成立的阅文集团，他们一直是高层管理团队的核心成员。
- ② 55断更节，是由网文作家针对网络文学平台阅文集团发起的旨在抗议霸权合同、维护自身的权益的活动。2020年4月28日至4月30日期间，不少阅文签约作者在作者论坛“龙的天空”、微博、知乎等平台表示，自己收到了新的作者签约合同，并直指这是阅文对作者开出的“霸权合同”，呼吁网络作家在2020年5月5日这一天以断更(停止更新)的方式，抵制阅文集团推出的作者权益缩水的新合约。
- ③ 引起争议的合同内容包括：(1)作者创作的书，直到作者死后50年，版权都归阅文所有；(2)作者和阅文不再是合作关系，而是受阅文委托创作的，著作权属于阅文；(3)如果作者的作品遭到侵权，打官司时由作者自己掏钱；(4)作者虽受阅文“聘请”，但双方并非劳动关系或雇佣关系，作者不享受阅文集团福利；(5)合

- Commercial Press, 2004.
- [8] 马修·福勒. 媒介生态学：艺术与技术文化中的物质能量[M]. 麦颠, 译. 上海: 上海社会科学院出版社, 2018.
- MATHEW FOULER. Media ecology: Materialist energies in art and technoculture[M]. Trans. MAI Dian. Shanghai: Shanghai Academy of Social Sciences Press, 2018.
- [9] 邵燕君. 网络时代的文学引渡[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2015.
- SHAO Yanjun. Literature transition at the internet age[M]. Gui Lin: Guangxi Normal University Press, 2015.

On the ecological cultivation of network literature: Seen from the Disturbance of China Reading Ltd

OUYANG Youquan

(School of Literature and Journalism, Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: The problems reflected by the Disturbance of China Reading Ltd and its “butterfly effect” may exert a far-reaching impact on the development of network literature in China and the ecological construction of its industry. The deep reason is that, when the network writers find that operation principles of China Reading Ltd change from paid-for-view to free-for-view and from the upstream content production to the downstream derivative product development, they are worried that literature will be in inferior position to capital and that their rights will be marginalized and neglected. Essentially speaking, this contract disturbance indicates the disputes over the rights and interests between platforms and writers. To resolve the conflict between the writer and the platform, there are three principles to abide by. First, writers are the “primary productive force” of network literature. Second, ensuring the production of quality content is the “ballast stone” for the development of network literature industry. Third, to build healthy ecosystem of network literature, we must insist on protective cultivation and scientific management. In the era of “post-disturbance”, network literature needs to focus on four ecological “fields” of capital, consumption, policy and public opinion, as well as two ecological “points” of self-discipline of writers and platform thinking, so as to foster a healthy and advanced ecology of network literature.

Key Words: the Disturbance of China Reading Ltd; network literature; the cultivation of industrial ecosystem

[编辑：胡兴华]