

ISSN 2186 — 3989

日本网络文学的概念辨析及创作特征
——兼论中国网络文学在日本的译介与传播

刘 芮宏、卢 冬丽

The Concept and Characteristics of Japanese Online Literature
—Also study on the Translation and Spread of Chinese Online Literature
in Japan—

Ruihong Liu, Dongli Lu

北 陸 大 学 紀 要
第55号(2023年9月)抜刷

日本网络文学的概念辨析及创作特征

——兼论中国网络文学在日本的译介与传播

刘 芮宏*、卢 冬丽**※

The Concept and Characteristics of Japanese Online Literature
—Also study on the Translation and Spread of Chinese Online Literature
in Japan—

Ruihong Liu* , Dongli Lu**※

Received July 19, 2023

Accepted August 8, 2023

Abstract

Japan is gradually exiting from the main spreading range of Chinese online literature by looking through iResearch's report on the overseas spread of Chinese online literature in the past six years. However, few domestic scholars, who study the export of web literature, have paid attention to the spread of web literature in non-English speaking countries, nations, and regions where the export of online literature is not ideal. This paper focuses on the concept and characteristics of Japanese online literature, doing some primary observation by taking Japanese online romantic fiction as an example to conclude the creative characteristics of Japanese web romantic fiction. It also studies the translation and spread of Chinese online literature in Japan, Japanese readers' intrinsic impression of Chinese online literature, reflects on the root cause of why the export of Chinese web literature to Japan is "very mediocre" and the future export of Chinese online literature in Japan. The study suggests three points: 1) make sure that the stories can meet Japanese readers' preferences and that there are some "cute elements" in the works, and pick suitable novel websites; 2) cross the cultural barriers by using multimedia to let Japanese readers feel the charm of Chinese culture more intuitively; 3) disseminate Chinese online literature through various channels, put the works in front of the public to increase the exposure and draw Japanese readers' attention. This paper hopes the aforementioned points can promote the efficiency and quality "wide spread" of Chinese online literature in Japan.

Key Words : Japan, China, Online literature, going overseas, Spread

* 南京師範大学外国語学院修士一回生 Foreign Languages and Culture, Nanjing Normal University

** 北陸大学国際交流センター International Exchange Center, Hokuriku University

南京農業大学外国語学院 College of Foreign Studies, Nanjing Agriculture University

※責任著者 卢冬丽 Dongli Lu d-lu@hokuriku-u.ac.jp

1. 绪论

现如今，中国网络文学从以传统文学为主要借鉴资源的、“拟宏大叙事”式的“追更型”升级式爽文，逐渐发展到受“二次元”文化影响颇深的、“大型非叙事”式的“数据库写作”（邵燕君，2019：6），从单一的文本创作发展到全面建立包括动漫、游戏、影视、周边产品等增值业务在内的文学生态矩阵（贺予飞，2022：101），从独属于一小部分人的文学喜好发展到现今乃至海外都有一大批中国网络文学的粉丝。在一系列变化中，中国网络文学跨越国界的藩篱，打通了不同文化形态之间的壁垒，成为在海外讲述中国故事、传播中国文化的新主力，彰显了中外文学文化交流、文明互鉴更多的发展可能性。

1.1 社会现状

根据艾瑞咨询《2021年中国网文出海研究报告》，“截至2020年底，我国向海外输出网络文学作品数量超过10000部，已成功在东南亚国家（新加坡、菲律宾、泰国、越南、印度尼西亚等）和欧美国家（美国、英国、加拿大等）两个主要市场地区建立了自身影响力”。纵观艾瑞咨询近六年的网文出海研究报告，可以发现日本逐渐退出中国网文出海主要辐射区域，如图1至图3。



图 1:来源于艾瑞咨询《2017年中国网文出海研究报告》，绿色为网文出海合作国家



图 2:来源于艾瑞咨询《2019年中国网文出海研究报告》，绿色为网文出海合作国家



图 3:来源于艾瑞咨询《2021年中国网文出海研究报告》

分析上图可知，2017年中国网络文学主要与美国、德国、印度、马来西亚、日本建立出海合作关系；2019年中国网络文学加速扩展，传播对象囊括加拿大、俄罗斯、韩国、英国、法国等国家；而到了2021年，网络文学海外传播影响力图谱中，日本已退出主要辐射区域。可见，中国网络文学虽与日本建立了合作关系，但传播有限，面临诸多困境，尚未在日本成功培养出中国网络文学的基本市场。2018年以邵燕君为代表的北大网络文学研究团队对此也曾做出判断：“中国网络文学进入日本、韩国等亚洲流行文化大国的尝试反响平平”。（邵燕君、吉云飞、肖映萱，2018：121）

1.2 学术现状

首先，中国网络文学外译与传播研究方面，“网文出海”研究缺少真正扎根海外的、针对不同国家区域的专题研究，尤其是网络文学输出效果“反响平平”的国家区域。近几年的网文出海研究大多将目光集在输出效果较为理想的国家和地区，比如北美、东南亚等地（何明星、王丹妮，2015；郭竞，2017；邱冬胜，2018；朱彩霞，2018；尹倩、曾军，2019；高佳华，2022），翻译研究则多集中在英译（刘萍，2018；吴磊，2018；李育杰，2018；刘毅、张佐堂，2018；杨柳，2019；吴贇、顾忆青，2019），而鲜少有学者关注输出效果不太理想的国家区域以及非英语世界的网络文学传播，比如日韩、南美等地。因此，学界并没有对中国网络文学的海外传播全貌形成一个完整清晰的认识。我们不仅可以从“成功”中总结“成功”的经验，还可以从“失败”中反思何以“失败”。因此，研究中国网文出海日本输出不理想的根本因素，可以促使我们反思如何更好地推动中国网络文学“走出去”。此外，中国网络文学要完成从“走近”到“走进”的传播，消除“水土不服”的文化屏障，就需要从文化对接迈向文化认同。（欧阳友权，2021：122）而要想从“文化对接”迈向“文化认同”，就需要真正扎根海外的研究，了解不同国家区域群众的阅读习惯、文学审美，了解不同国家区域大众对中国网络文学的印象以及阅读期待，更重要的是了解落地国类似文学形式及其运行模式，针对落地国群众心仪的“爽点”，挑选合适的类型，制定准确、详尽的网文出海计划，不失为促进中国网络文学更高效、更高质量地“落地生根”的有力举措。

另外，日本网络文学研究方面，国内学者对日本网络文学的研究主要停留在“手机小说”这一领域，且多为十年前的研究，时效性低，具有局限性。顾宁（2009）简单回顾了日本网络文学的发展历程，具体以《电车男》为例，概括日本网络文学的特征为“作者之死”，即“作者成为众人，网络创作成为群体写作，而成为群体作者的前提，是他们必须同时是读者”，其次介绍了日本网络文学的重要组成部分——手机小说，进而概括日本网络文学的总体特征——“现实性”“双向互动性”和“唤醒群体意识”。宋刚（2011）从文学分类、描写内容、语言表达、创作模式四个不同的维度出发，明确了日本手机小说的定义，并缕清了手机小说十年发展历程，总结日本国内手机小说的学术研究状况，并从社会心理学视角分析日本形成手机小说热潮的原因。彭柳、许嘉琪（2013）将目光集中在手机阅读媒体，分析日本手机小说传播内容的特点，即“精心组织字数、编排、语言；叙写多用第一人称；篇幅短、节奏快，情节较简单；以情爱题材为主；在互动中完成内容传播”。而2013年以后，鲜少有学者研究日本网络文学及其新进展。这造成国内学界对日本网络文学了解的局限性，截至目前并没有出现较为成熟的研究成果去关注手机小说以外的日本网络文学。令人耳目一新的是，金恩惠（2019）对韩日网络文学生产机制的梳理和研究，这是一篇针对日本网络文学具有较高时效性的研究成果，分析了日本网络文学与传统出版行业，尤其是轻小说出版之间的联系，认为日本网络文学“并没有走上与传统产业脱节、自足发展的道路，而是牢牢依附于传统出版行业，并不断为传统出版业注入新的活力”。在此，金恩惠揭示了日本网络文学与轻小说之间的关系，即“网络文学只是轻小说的内容来源之一”。（金恩惠，2019：131）

因此，日本作为中国网文出海“反响平平”的流行文化大国，通过进行网络文学的日本专题研究，可以对日本网络文学有更加深入的了解，探究日本网络文学的创作特征以及日本读者的阅读习惯，可以反思如何促进中国网络文学更高效、更高质量地输出日本。

2. 日本网络文学概况

2.1 日本网络文学的定义

2.1.1 日本网络文学的三种名称

长期以来，日本网络文学概念模糊不清，存在“オンライン小説（Online 小说，即线上小说）”“ネット小説（Internet 小说，即互联网小说）”和“ウェブ小説（Web 小说，即万维网小说）”三种名称混用的情况。厘清三者关系，有助于查阅日本网络文学相关的日文资料时攫取隐含信息，在翻译中日资料的过程中更好地进行专有名词翻译。理解三者联系可以从“线上”“互联网”“万维网”入手，如图 4 所示：

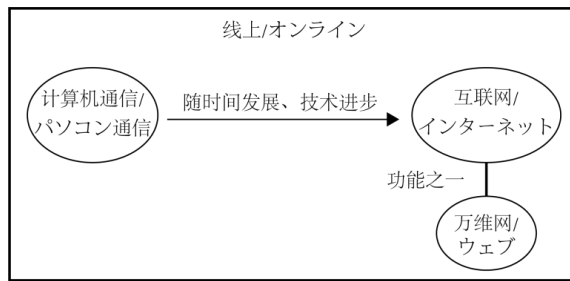


图 4：“线上”“互联网”“万维网”的关系图

“线上”“互联网”“万维网”虽性质不同，但作为“小说”的修饰成分，可以表示在三种不同状态下发表、连载的网络小说，因此“线上小说”“互联网小说”“万维网小说”具有了可比性，笔者总结三者的范围关系是：“线上小说”>“互联网小说”>“万维网小说”。“线上小说”包括发表在计算机通信和互联网上的小说。日本的计算机通信盛行于 20 世纪 80 年代后期至 20 世纪 90 年代，是在特定的服务器和特定的参与者之间联通的网络，连接其他网络时需断开已有连接，简而言之是“封闭的网络”，当时日本计算机通信的主要流行方式是使用 BBS（Bulletin Board System，电子公告板）。而互联网则与此相反，在连接其他服务器时并不需要断开已有连接，是“开放的网络”，其功能之一是万维网（WWW），除此之外还有发送电子邮件或文件等功能¹。万维网（WWW）实际上是一种多媒体的集合，由超连接组合而成，可以存取世界各地的超媒体文件，如文字、图像、声音、动画等，现今万维网（WWW）常被当成互联网的同义词。因此，“线上小说”“互联网小说”“万维网小说”其实是一种包含关系。中日韩网络文学都经历了从计算机通信时代（“封闭的网络”）到互联网时代（“开放的网络”）的转变，对中日韩早期网络文学的发展状况作横向对比也是一个具有研究价值的课题。网络小说的发表空间从“封闭的网络”发展到“开放的网络”，其变化确实是媒介技术发展的结果，区分小说连载于“封闭的网络”和“开放的网络”的重要性也恰恰在于技术。麦克卢汉认为“媒介即讯息”，“讯息=技术创新引发的变化”，比如“‘电视改变了我们的感官生活和脑力活动的过程’，对各种事物产生了深远的影响：政治、

新闻、娱乐、宗教、商业、广告、教育等，不一而足”。（马歇尔·麦克卢汉，2019：13）从“封闭的网络”到“开放的网络”，这种转变带来隐含的、不易察觉的联系，日本网络文学也经历了这种转变，值得学界深入研究。

2.1.2 日本网络文学的定义

日本百科网站维基百科将“Online 小说”定义为“在计算机通信或互联网上公开发表的小说”；Niconico 百科将“Internet 小说”定义为“（作者）以首先在互联网公开发表为目的撰写的小说”，将数据化的经典作品以及在网络上出售的电子化的商业小说排除在外，强调“互联网”是日本网络文学的第一生产和发表空间；pixiv 百科将“Web 小说”定义为“发表在互联网网页上的小说”，并不包括在纸媒发表、后电子化上传至网络的书籍。

在学术研究领域，玉井建也将“Web 小说（或 Internet 小说）”定义为“在网页平台上发表的小说，或者特指在平台上广受欢迎从而经过出版社出版，进行发售的小说”。（玉井建也，2020：1）饭田一史曾梳理日本“Web 小说”的发展轨迹：日本网络小说的发表平台始于（作家创建的）个人网站——个人网站链接集合（小说平台拥有了人气排行榜的功能）——电子告示板（BBS）——小说投稿网站。（饭田一史，2022）后来日本的社交媒体网站如推特、LINE 等，也成为日本网络小说的发表平台。从上述定义可以发现，日本网络文学并没有将“纯文学”“一般文学”排除在外，更加注重从媒介角度——“网络性”定义网络文学，而非从内容角度——“娱乐性”将严肃文学排除在外，以“网络”为第一生产和发表空间的文学都可被称作网络文学。

由此，本文从发表空间、发表渠道、盈利方式、文学特质几大方面，将日本网络文学定义为：以计算机通信或互联网为第一生产和发表空间，以个人网站、电子告示板（BBS）、小说投稿网站、社交媒体等为发表渠道，以“线上免费阅读，按受欢迎程度出版销售”为主要盈利方式，内容具有艺术性、娱乐性或半艺术半娱乐性的文学。

2.1.3 日本类似的文学形式

与起点中文网、纵横中文网、晋江文学城、潇湘书院等类似，日本发挥小说网站功能的是日本的小说投稿网站。“所谓小说投稿网站，是指任何人都可以自由地投稿、发表自己的原创小说的网站，对小说投稿者并无年龄等任何限制”²。日本在小说投稿网站设立之前，网络发表小说是少数人（多为职业作家）的专利，并且局限于熟练使用网络的人。而在 21 世纪初日本小说投稿网站设立之后，任何人都可以在网络上创作、发表属于自己的原创小说，作者与读者的双向互动性增强，创作小说不再是精英的专利。目前，笔者整理日本主要的小说投稿网站如下表 1 所示。

表 1：日本小说投稿网站简介³

小说投稿网站	设立时间	所属公司	性向	主要类别	受欢迎类型	受欢迎的关键词/标签
魔法岛屿（日文原名：魔法のいランド）	1999 年	KADOKAWA 股份有限公司	偏成人女性向	手机小说	言情	过度疼爱、疯批爱、不良

AlphaPolis（日文原名：アルファポリス）	2001年7月	AlphaPolis 股份有限公司	偏女性向		异世界言情、奇幻	异世界、解除婚约、复仇虐渣
成为小说家吧（日文原名：小説家になろう）	2004年4月	Hina Project 股份有限公司	男女性向	轻小说（的重要内容来源）	异世界言情、主流奇幻（也称深度奇幻）、现代言情	王太子、复仇虐渣、逆袭打脸
Noichigo（直译：Noichigo）（日文原名：野いちご）	2007年5月	日本群星出版社股份有限公司	偏少女女性向	手机小说	言情、恐怖	纯爱、过度疼爱、校园
EVERYSTAR（日文原名：エブリスタ）	2010年4月	EVERYSTAR 股份有限公司	偏女性向		言情、BL、恐怖生存	成人恋爱、过度疼爱
berrys-cafe（日文原名：ベリーズカフェ）	2011年5月	日本群星出版社股份有限公司	偏成人女性向		言情	成人恋爱、办公室恋情
Hameln（日文原名：ハーメルン）	2012年7月	个人运营		同人创作		
kakuyomu（直译：创作阅读）（日文原名：カクヨム）	2016年2月	KADOKAWA 股份有限公司	男女性向	轻小说（重要内容来源）	异世界奇幻、爱情喜剧、现代奇幻	男性主人公、复仇虐渣、后宫
Short Short Garden（日文原名：ショートショートガーデン，简称SSG）	2017年4月（由Twitter账号开通时间推测）	个人运营（超短篇小说作家田丸雅智）		超短篇小说		
Puri 小说（日文原名：プリ小説）	2017年10月	GMO 互联网	偏少女女性向	对话小说	言情	梦小说、娱乐圈
monogatary.com	2017年10月	索尼音乐娱乐公司（简称SME）		微小说、短篇小说		

Nobema (日文原名: ノベマ)	2019年4月	日本群星出版社股份有限公司	男女性向	轻小说、轻文艺	奇幻、青春	妖怪、和风、后宫奇幻、不久于人世系列(易让人感动)
Novel Up Plus (日文原名: ノベルアップ+)	2019年7月	Hobby JAPAN 股份有限公司			异世界奇幻、现代奇幻	男性主人公、日常

(注: 表中空白部分表示笔者目前尚且无法准确判断)

上表 1 按照时间顺序整理了日本主要的小说投稿网站, 区分不同网站的性向倾向、主要类别、受欢迎的类型、受欢迎的关键词/标签。可以发现日本投稿网站的以下三大特征: ①小说投稿网站的多样化, 不仅有老牌出版社, 如角川集团 (KADOKAWA)、日本群星出版社等, 还出现了互联网公司——GMO 互联网、音乐娱乐公司——索尼音乐娱乐公司 (SME)、个人运营——如 Hameln、Short Short Garden; ②小说投稿网站的细分化, 日本网络文学不仅在性别 (男/女性向) 上, 还在年龄 (成人/青少年向) 上细分网络小说; ③小说投稿网站的类型化, 言情、奇幻是多数网站包含的类型, “过度疼爱”“复仇虐渣”是出现频率较高的关键词/标签。

2.2 日本网络文学的特点

2.2.1 日月同辉的两大支柱

日本的手机小说和“成为”系列 (“成为”系列是指投稿于网站“成为小说家吧”的异世界题材的作品) 是日本网络文学界的“常青树”, 像是“太阳”与“月亮”在日本网络文学界熠熠生辉。除此两大支柱性构成外, 日本网络文学界众多“群星”, 如超文本式多分支接力型小说、VOCALOID 小说、对话小说、推特小说、Vtuber 小说等, 拥有各自的亮点, 是日本网络文学的重要组成部分。

1. 手机小说的四大发展时期

日本的手机小说第一个发展时期是 2002-2005 年的第一次手机小说热潮。(本田透, 2008: 20) 掀起这次热潮的是日本的男性职业作家 Yoshi, 在个人网站上发表了适用于日本老式翻盖手机的小说 *Deep Love* (中文译名: 《步之物语》), 大部分情节是“Yoshi 来自读者的感想邮件和真人真事为基础”(饭田一史, 2022) 创作的内容。

第二个发展时期是 2006-2008 年的第二次手机小说热潮。(本田透, 2008: 21) 这一时期小说投稿网站成为创作的中心地带, 年轻女性成为主创人员, 在真人真事的基础上创作, 书写心中的爱情故事。女主人公大多也和作者同名, 行文“多短文、多换行、多空白、用诗一般的语言吐露心声”(长峯明子, 2011: 72), 具有“多对话, 多采用第一视角”(宋刚, 2011: 105) 的特点。但是, 内容有关“卖淫、轮奸、怀孕、毒品、不治之症、自杀、真爱”的情节饱受诟病, 被称为“手机小说的七宗罪”。(本田透, 2008: 12-18) 代表作品有 chaco 的《天使给的礼物》、美嘉的《恋空》、Mei 的《红线》等。这一时期, 日本学术界也颇为关注手机小说。日本知名学术杂志《国文学》于 2008 年 4 月发表的手机世界特辑刊载了 5

篇手机小说相关的学术论文。此外，本田透、速水健朗、吉田悟美一等学者都在 2008 年发表了手机小说的研究专著。可以说，手机小说的热潮带动了日本学界手机小说研究的兴起。

第三个发展时期是 2009-2010 年的平静期。这一时期手机小说回归小众文化领域，但是并不代表手机小说进入衰退期。虽然书籍销量停滞，但在网络空间中手机小说的“浏览量在一年之内翻了一倍”。（飯田一史，2022）

第四个发展时期是 2011 年之后，主要呈现出三大特点。一是智能手机取代了日本老式翻盖手机，更大的屏幕赋予了创作者更多的展示空间，一行可以放更多的字，更加接近一般小说的表现形式，为了使画面更加丰富，也有许多作品添加插图；二是类型多样化，手机小说不再局限于“取材自真人真事”的、富有悲剧性的故事，奇幻、推理、历史等多种倾向的作品出现，扩充着手机小说的内容，角色设定更加多样且富有“二次元”倾向，即具有“萌要素”属性，“腹黑”“傲娇”“病娇”等角色大量出现；三是阅读对象年龄分层，比如“Noichigo”主要面向十多岁的女初高中生，“Noichigo”的姐妹网站“berrys-cafe”则主要面向 20 岁以上的成年女性。

由此可知，时至今日日本手机小说并没有丧失发展活力，同时作为女性向小说的重要组成部分保留了下来，成为日本广大女性书写自身欲望的工具。

2. “成为”系列的醒目存在

“成为”系列是一个在定义上饱受争议的概念。日本电子辞典“电子大辞泉+”将“成为”系列定义为“投稿于小说网站‘成为小说家吧’并在该网站举行的文学大赛中获奖的作品，或拥有与获奖作品相似风格的创作产物，创作此类作品的作家也被称为‘成为’系列”。⁴日刊工业新闻则认为“主角因事故转生至异世界，获得魔法等超能力，同时又带着现代文明的知识活跃在异世界”的故事是“成为”系列的典型作品。⁵而在大多数日本人的认知当中，“成为”系列是指连载于日本小说投稿网站“成为小说家吧”的异世界题材作品，包括异世界转生、异世界穿越等，基本认同“成为”系列等于轻小说。

虽然“成为”系列尚且没有一个准确的定义，但日本小说投稿网站“成为小说家吧”一直是界定“成为”系列的核心，也是“‘成为’系列”命名的出处。在 20 世纪末 21 世纪初，“成为小说家吧”创立之前，日本文学爱好者大多成立个人网站连载自己的作品。由于链接混杂，不便于读者找到自己想看的作品，便出现了小说链接集合网站，这也是“成为小说家吧”的前身。（飯田一史，2022）2010 年前后，异世界转生、异世界穿越题材作品出现在“成为小说家吧”并获得如潮好评，长期占据“成为小说家吧”人气排行榜前列，也是在这个阶段日本网络小说与轻小说的关系发生转折——“成为”系列逐渐成为轻小说的重要内容来源。究其原因，主要有以下三大因素：①在现实状况上，“2012 年前后，轻小说年销量首次呈现出减弱趋势，市场饱和状态凸显”（金恩惠，2019：131），轻小说出版行业危机迫在眉睫。②在内容亲和性上，投稿于“成为小说家吧”的异世界题材作品所具有的幻想性、趣味性与轻小说所强调的“轻松独特的阅读体验”不谋而合。“小说投稿网站”的成立为非文学专业人士提供了表达自我渠道，对投稿者无任何门槛限制的特性使得非精英文学更加有机会出现在大众视野。一方面，无门槛限制在某种程度上降低了阅读难度，即“人人可写”保证了“人人可读”，因而保证了“轻松”；另一方面，异世界题材更容易提高作品的趣味性，抛弃现实、创建自己的规则，让作者和读者同时拥有更多的自由，因而保证了“独特”。③在销量上，群众对自身欲望的书写自然会在群众中获得共鸣，而对群众欲望捕捉得更加精准、书写得更加有趣的作品自然会成为“爆款”，这一特点与人气度和销量直接挂钩，而且人气排行榜的可视化数据——浏览量、收藏量等，也为小说出版销量提供一定的保障。

如前文所述，“成为”系列在概念界定上颇受争议，其中一点便在于“‘成为’系列=异世界转生、穿越题材作品”的认知。作为网络类型小说的投稿聚集地“成为小说家吧”，其

流行的类型总是在不断更迭、变化的，虽然变化速度有快有慢，但总是在向前推进、不断自我更新的，这也是网络文学发展的生命力所在。当新的类型出现，并在人气排行榜中名列前茅时，以“成为小说家吧”为概念界定核心的“成为”系列就不能简单等同于异世界转生、穿越题材作品。总而言之，日本网络文学并不等同于轻小说，而是轻小说的重要内容来源，网络文学以网络为媒介，轻小说则以印刷为媒介，两者有质的差别。

2.2.2 群星璀璨的创作特征

除了手机小说和“成为”系列，日本网络文学界也做了许多新的尝试，整体具有先锋实践性和多媒体联动的特点。

1. 先锋实践性——作品与读者的深层次互动

中国网络文学中作品与读者的深层次互动主要有两种表现方式。首先，在宏观层面上，作者遵循网络文学圈的“公设（公共设定）”进行创作。“公设”即趣缘空间约定俗成的标准，是处在趣缘空间当中的人们广泛认可的设定，“无论是萌要素，还是网络文学中共用的世界设定，归根结底也不过是一套圈内公设”（王玉王，2021：200）。比如“腹黑”这一设定，在泛二次元亚文化圈里已有一套公众认可的、固定化的角色行为模式，即表面和善、内心阴暗的人物，如果违背这一模式，将一个原本设定为“腹黑”的角色描绘成表面、内心都温和善良的形象，就是“OOC（Out Of Character）”，会引起读者的抱怨和不满。因此，在网络文学世界写作需要遵循公设，而公设本身就代表了网络文学界作品与读者的互动。另外，在微观层面上，作者在读者反馈的基础上创作。对于连载作品，读者在评论区的反馈会影响作者的创作，如连载速度、角色设定、故事情节、世界设定，甚至是故事的结局（HE/BE/开放式结局）。当然，相当一部分作者选择坚持自己的想法，按照自己创作的故事大纲将故事进行下去，但来自读者的肯定或否定的反馈也会影响作者的写作热情。

而在日本，网络文学的创作曾经存在与读者深层次的互动，虽然这种集体创作的模式现如今已被“个人创作为主，读者反馈为辅”的模式所代替，但这种曾经风靡一时的创作方法确实成为日本网络文学写作的一种范式，在需要的时候可以直接取用，进行创作。首先，日本网络文学进行过“读者模拟式”的创作尝试。“1992年，日本‘全球数据通讯’公司开设了‘网络·社群’服务，用户既可以成为线上连载小说中的登场角色，又可以模拟体验小说中的日常生活。对于前者，用户可以发邮件告诉作者，自己在小说中的化身的行动意图；对于后者，用户可以假装自己是线上小说世界的原住民，在这里和其他角色进行交流，享受团体活动，模拟日常生活；作品以两周一更的速度向前推进”（飯田一史，2022），两种方式都可以促进线上小说的创作。其次，日本网络文学进行过“读者续写式”的创作尝试。这种模式的主要特点是由作者撰写小说开头，由读者续写故事内容，进而在产生了超文本式、多分支、接力型小说，即在读者续写的众多故事线的基础上再次续写，进一步创作出更多故事线。其典型代表是日本1996年创作的以“百事可乐侠”为主角的作者-读者合作式小说。“作为百事可乐市场宣传的一环，剧作家鸿上撰写了‘百事可乐侠’故事的开头，并收集网友的续写邮件，从中挑选、刊登一些优秀的作品，在此基础上继续收集读者的邮件，由此循环了10次，最终小说成功出版，书籍以网络版为基础，采用了游戏记录本风格，不同的选项会导向不同的页数。”（飯田一史，2022）“百事可乐侠”式的小说创作是一种作品与读者的深层次互动，读者在很大程度上参与了小说创作。

2.多媒体联动——文学与多媒体的深度融合

在大众印象中，日本网络文学的多媒体性主要展现在小说改编漫画、动漫、游戏，即日本ACGN（Animation-动画、Comic-漫画、Game-游戏、Novel-小说）文化的联动。其实，“多媒体”并不局限于此，日本网络文学还与音乐、社交媒体、虚拟人物等建立了深刻的联系，形成了较为完整、丰富的内容联动生态圈。

(1)VOCALOID小说——日本网络文学与音乐相结合的代表

日本的VOCALOID小说主要有两种作品形式：一是“在VOCALOID音乐⁶的基础上创作的小说”，二是“作为VOCALOID音乐灵感源泉的原作小说”，彰显出小说与音乐的双向性互动。

VOCALOID小说最初的流行模式是“以音乐创作小说”，其先驱是2010年出版的、由mothy创作的《恶之娘》。mothy既是VOCALOID音乐制作人，又是小说作者，以自己创作的音乐为灵感进行小说的二次创作。同样也有非VOCALOID音乐制作人的小说家创作的作品，比如2013年一斗Maru创作的乐曲（黑usaP制作）同名小说《千本樱》、2014年藤谷灯子、香坂菜里以HoneyWorks制作的歌曲《告白的预演联系》《初恋的绘本》《吃醋的答复》为中心创作的小说《告白实习委员会~恋爱系列~》等。以上作品的原作歌曲大多由初音未来、镜音铃、镜音连等虚拟歌手演唱，直至今日，“以音乐创作小说”的模式仍在流行，近期出版作品例如《VENOM 求爱性少女症候群》《再见宣言》等。

“以小说创作音乐”的典型代表是日本索尼音乐娱乐旗下的音乐组合YOASOBI。YOASOBI由VOCALOID音乐制作人Ayase和主唱ikura组成，于2019年11月发布第一首单曲《向夜晚飞奔》正式出道，歌曲原作则是星野舞夜在小说投稿网站monogatary.com上发表的短篇小说《塔纳托斯的诱惑》，Ayase以此故事为基础作词谱曲，利用VOCALOID软件完成歌曲创作，歌曲一经发布获得如潮好评。此后，YOASOBI按照“以小说创作音乐”模式发布了《描绘着那场梦》《大概》等歌曲，甚至于2020年9月出版了书籍《向夜晚飞奔YOASOBI小说集》，收录了4篇作为音乐创作灵感的短篇小说。YOASOBI的出现绝非偶然，其原创内容的来源——monogatary.com是日本索尼音乐公司创建的小说投稿网站，其创建初衷就是为了“收集能够成为娱乐之‘种’的原创作品”⁷。

(2)推特小说、对话小说——日本网络文学与社交媒体相结合的代表

社交媒体可以成为网络小说的发表空间，利用其高浏览量为小说人气提供保障，同时能更好地适应快节奏社会，社交媒体所拥有的特性也可以融于小说创作，为情节、角色提供新的表现形式，进一步带来沉浸式体验。

首先，推特小说是指发表在美国社交网络及博客服务平台——Twitter上的小说。由于日本版推特有140字的字数限制，所以小说大多以超短篇的形式存在，但这并不意味着推特小说只有短篇小说这一种可能，推特也诞生了长篇连载小说，以大量分散的条列式文句存在，例如自2010年连载至今的《忍者杀手》系列，是以本兑有、杉Raika为核心的翻译团队Diehardtales翻译连载的美国长篇小说，目前已成功出版21册图书，并成功漫画化、动画化，在日本获得了极高的人气。推特作为日本常用的社交网站，保持高访问量的同时，因其140字的字数限制，推文无需点击即可阅读，满足了用户快速摄取信息的需要，因此拥有良好的宣传效果，再加上推文可以粘贴链接，用户可及时跳转至另一界面，所以推特满足了连载长篇、系列短篇的条件。虽然小说仅有140字（甚至更少），但并不妨碍读者进行沉浸式阅读，或者通过文字反思人生。日本许多纯文学作家也在Twitter上进行超短篇小说创作，如内藤美加、安达瑶、新城和马等人，他们在2009年也合著出版了《Twitter小说集140字的故事》。

还有，对话小说很好地融合了LINE等通讯软件的特点来进行创作。以日本女性向对话小说应用软件——Puri小说（プリ小説）为例，其大部分小说的阅读界面如下：



图 5: Puri 小说 (プリ小説) 大部分小说阅读界面 (2023-03-25)

Puri 小说中最流行的类型是“梦小说”。“梦小说”可理解为“将自己做的梦写成小说”，是原创角色与架空角色之间的故事，21 世纪初作为一种类型稳定下来。在 Puri 小说中，梦小说与对话小说，亦即社交媒体元素充分结合，每部小说在简介页面的左下角都会有“姓名设定”的选项，允许读者输入自己希望使用的名字，Puri 小说会在出现女主人的地方自动替换成读者姓名，给读者带来很强的参与感和代入感。

(3) Vtuber 小说——日本网络文学与虚拟人物相结合的代表

Vtuber 全称是“虚拟 Youtuber，又称为虚拟主播，是以虚拟人物形象在在线视频平台上上传视频或进行直播的创作者”。Vtuber 由虚拟的人物和“中之人”⁸两部分组成，因此 Vtuber 小说也主要分成两类：①对虚拟的人物进行二次创作；②对拥有 Vtuber 身份的中之人进行创作。

目前，成为小说家吧、AlphaPolis、kakuyomu、pixiv、Puri 小说等小说投稿网站都在连载 Vtuber 小说。一方面，小说作者可以对虚拟的人物进行衍生创作，Vtuber 作为人扮演的虚拟形象，在访谈、现场表演、游戏互动中，“中之人”的性格、行为习惯必然会影响 Vtuber 的角色设定，因此在进行小说创作时就需要注意“OOC”问题。另一方面，小说作者还可以将主角的职业定为 Vtuber，即利用 Vtuber “中之人”的职业设定进行创作。Vtuber “中之人”这一职业本身带有“披马甲”的快感，即表面平平无奇，实则实力惊人、广受欢迎，是完成“逆袭打脸”类型爽文的有力武器；同时也容易塑造“反差萌”，即“中之人”在虚拟世界中呈现出的性格，在现实生活中可能完全相反，是塑造人设、增添故事趣味的强有力手段，因此 Vtuber 成为网络文学设定也不足为奇。

2.2.3 日本网络文学的生产传播模式

日本网络文学生产、传播和盈利模式大多采用以下模式。第一，免费阅读。以小说投稿网站为主要生产和发表空间，读者免费阅读网络小说，除此之外，个人网站（多为职业作家发表网络文学的平台）和社交网站 Twitter、note、pixiv 等也可以发表、连载网络小说。第二，生成榜单。根据用户浏览量和收藏量，小说投稿网站会在生成小说人气排行榜（日榜、月榜或年榜）。第三，有前提的出版。不同的小说投稿网站有不同的出版条件，比如在“成为小说家吧”，小说的“综合评价积分超过 30000 分；收藏量超过 10000；月榜排名第一>周榜排名第一>日榜排名第一”，满足以上三个条件的任何一个都有出版的机会，满足的条件越多可能性越大⁹；在“Alphapolis”，如果 24 小时投稿积分超过 1500 分，小说作者可以

自行申请出版¹⁰。第四，成熟的产业链。版权也是小说作者、小说投稿网站和出版社盈利的重要方式，日本在小说改编漫画、动画、广播剧、游戏等方面已形成一条成熟的产业链，已出版的小说在此方面具有很大的优势。

3. 中国网络文学在日本的译介与传播

3.1 中国网络文学在日反响平平

中国网络文学在日本的译介与传播经历了由“反响平平”向“略有起色”的转变，整体传播效果虽然无法与欧美、东南亚等网文出海传播主要市场媲美，但也收获了一批中国网络文学、确切来说是中国网络耽美小说的粉丝。在日本，目前已知的以书籍形式出版的中国网络文学作品有《全职高手》（4卷已完结，2012-2016年）、《魔道祖师》（4卷完结，2021年5-7月）、《天官赐福》（2卷已完结，2022年7月）、《镇魂》（15卷已完结，2021年6月）等。除此之外，也有日本爱好者自行建立网站，翻译《盗墓笔记》（2016-2018年）和《鬼吹灯》（2011年3-9月），但翻译数量都没有超过第一部的第十章（《盗墓笔记》翻译至第一部第八章；《鬼吹灯》翻译至第一部第三章）。据了解，中国文学翻译家阿井幸作正着手翻译《盗墓笔记》和《花千骨》，未来将有希望于日本出版。

在中国掀起热潮的《全职高手》，于日本的输出效果反响平平，甚至因销量惨淡，发行4卷后就中止了翻译和出版，是中国网文出海典型的“反面案例”。究其原因，首先，在内容选题上，《全职高手》的主要背景——电子竞技行业在日本并不发达（eスポーツ）。如果合理规划游戏场景和其他情节设置的占比，日本读者也不会排斥陌生的题材，但是，《全职高手》对游戏场景刻画的篇幅琐碎冗长，导致本就对电子竞技知之甚少的日本读者很难代入小说情节，享受情节设置的爽点。其次，在读者群体上，日文版《全职高手》将读者定位为女性群体，其选择的日本出版社是libre——主要发行女性向内容（BL、TL）的出版社，不难发现《全职高手》的在日出版策略模仿了国内的宣传模式，即通过吸引女性读者激发她们二次创作，利用同人作品提高小说的人气和普及度。同人创作是角色配对的过程，“能被用于配对的‘角色’，本质上都是由‘萌要素’拼贴而成的‘人物设定’”（高寒凝，2022: 44）。因此，“萌要素”明显的角色更有利于二次创作，但是《全职高手》“日版宣传视频和插画……角色形象不统一，且脸部差异不够明显”¹¹，导致本就因游戏场景刻画篇幅过长而减少阅读耐心的读者更难抓住角色魅力，“利用同人创作提高人气”的宣传策略也就不了了之。再次，在宣传层面，“最重要的是，这本书除了在日本出版，没有进行任何引人注目的宣传”（飯田一史，2022）。“引人注目的宣传”比如，在浏览量高的社交平台Twitter利用主题标签#（ハッシュタグ）增加小说话题讨论度、开通小说角色的Twitter账号与读者互动、在社交平台免费连载部分情节吸引读者关注、与知名作品联动增加小说热度等，缺乏宣传导致《全职高手》更难在日本流行。

不可否认，中国网文出海在日本反响平平最重要的原因是日本ACGN文化的流行。一方面，对于日本读者来说，日本国内已有满足读者阅读期待的文学类型及衍生的娱乐模式，无需费力寻找他国的娱乐方式来满足自己的需求；另一方面，“在网络时代，‘最受宠’的艺术样式不再是需要抽象转译的‘文字的艺术’，而是各种感官可以深度卷入的‘形象的艺术’，比如ACG，特别是电子游戏”。（邵燕君等，2015: 90）因此，日本ACGN文化的流行也使日本文化消费者偏爱能调动多重感官的娱乐模式。“史前的部落人，生存于感官的和谐平衡中，通过听觉、嗅觉、触觉、视觉和味觉，同等地感知世界……拼音字母的发明，使部落人失去感官平衡，眼睛独占优势；15世纪的活版印刷术，加速了上述过程；以及1844年电报的发明，它预示着电子革命最终通过恢复人的感官平衡来重新部落化”。（马歇尔·麦克

卢汉, 2019: 10) 这启示我们, 在电子时代, 能充分调动感官(视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉)的娱乐方式带有天然的优势。电子时代利用多媒介推动网文出海是必然趋势, 漫画、电视剧、电影、游戏、广播剧等 IP 改编作品的流行也印证了这一点。

3.2 网络文学在日本的 IP 化传播

抛开小说文本的形式, 中国网文出海日本的主要方式是电视剧改编的海外传播。如《甄嬛传》《琅琊榜》《扶摇》《三生三世十里桃花》《三生三世枕上书》《山河令》《如懿传》《庆余年》《知否知否应是绿肥红瘦》《微微一笑很倾城》《鬓边不是海棠红》《亲爱的, 热爱的》等, 都是网络文学改编剧, 主要在网站 U·NEXT 上播放。海外影视剧评论家村上淳子在线上组织了一场由观众投票推荐中国电视剧的评选活动。截至 2023 年 5 月 6 日, 共有 5481 人参与投票, 投票数共计 19652 票。结果显示, 满分 100 分中, 《延禧攻略》排名第一, 得分 87.3 分, 共有 1676 人参与评价; 《三生三世十里桃花》排名第二, 得分 86.2 分, 共有 2068 人参与评价; 《琅琊榜》排名第三, 得分 85.7 分, 共有 847 人参与评价; 《知否知否应是绿肥红瘦》排名第四, 得分 83.8 分, 共有 319 人参与评价; 《陈情令》排名第五, 得分 82.1 分, 共有 487 人参与评价。¹² 上述排名仅供参考, 但可以发现: ①在日本, 中国古装剧是比较受欢迎的一大类别; ②大部分受欢迎作品包含“复仇虐渣”情节设置。

中国网络文学真正在日本“出圈”、受到社会的广泛关注, 是 2020 年在日本播出的《陈情令》, 同时也带动了小说翻译版输出日本, 即借助多媒介, 中国网文出海完成了由“反响平平”向“略有起色”的转变。2020 年 3 月, 日语字幕版《陈情令》在日本播出, 因广受好评, 在短短一个月内推出了日语配音版《陈情令》(2022 年 4 月); 2020 年 9 月, 由《陈情令》的原作小说《魔道祖师》(墨香铜臭 著)改编的同名动画的日语字幕版于日本播出, 并在 2021 年 1 月播出日语配音版动画。由于《魔道祖师》改编的电视剧和动画在日本广受好评, 2021 年 5 月至 7 月, 日本出版了全册 4 卷《魔道祖师》日语版小说, 累计销量突破 40 万本。¹³《魔道祖师》在日本的流行推动了中国耽美网络文学作品以小说的形式输出日本。2021 年 6 月, 日本 Subaru 出版社发行了《镇魂》(priest 著)第一卷日文版小说, 预计 2023 年 5 月发行第 15 卷。2022 年 7 月初至 9 月, 由《天官赐福》改编的同名动画的日语字幕版和日语配音版在日本播出, 2022 年 7 月 15 日发行了《天官赐福》第一卷日语版小说, 2023 年 2 月 15 日, 发行了第二卷日语版小说。动画版和小说版之间发行时间的缩短再次印证中国耽美小说在日本的流行。

4. 中国网络文学输出日本的译介与传播的未来

4.1 内容上——精准输出

在日本, 中国网络文学对应的类似文学形式是发表在各大小说投稿网站上的类型小说。中国网文出海日本, 需要在内容上做到精准输出。一方面, 需要了解不同小说投稿网站的特点, 挑选合适的网站; 另一方面, 需要分析日本网络文学的创作特征, 挑选符合日本网络文学读者阅读喜好的故事。

美国粉丝文化研究学者亨利·詹姆斯曾提出“学者粉丝”的概念(郑熙青, 2020: 27), “学者粉丝”既身处趣缘空间, 对研究对象抱有深深热爱, 又可以熟练运用学术界的理论话语去分析研究对象。笔者身为言情小说的“粉丝”, 希望从这一趣缘空间出发, 对日本网络言情小说进行入场式观察。以日本网络言情小说为例, 了解日本女性向小说投稿网站的特点,

分析日本网络言情小说的创作特征，反思中国网络言情小说输出日本的方法。

4.1.1 选择合适的小说投稿网站

日本网络言情小说主要分为两大类：现代言情和异世界言情。前者是以现代日本为舞台的言情小说，包括描绘学生时代纯洁的青春恋爱故事、有结婚意向的成人爱情故事、婚后夫妻之间的爱情故事、背德夺爱故事等¹⁴，代表网站有 Noichigo、Berrys' cafe、魔法岛屿、EVERYSTAR 等；后者是以异世界为舞台的言情小说，包括发生在诸如江户、战国时代、以过去为背景的爱情故事，富有创造性的以近未来世界为背景的爱情故事、以异世界为背景的奇幻爱情故事¹⁴，代表网站有成为小说家吧、Alphapolis、kakuyomu 等。以上网站的分类并不绝对，网站可以兼容现代、异世界两种类别的作品，但不同的网站确实显示出了不同的创作倾向，也划分了对应的读者年龄。因此，判断一本中国网络言情小说适合输出的小说投稿网站，可以分为两个步骤：首先，判断小说类型，是现代言情还是异世界言情；其次，判断小说适合的读者年龄，如果读者是未成年少女，适合 Noichigo 等网站，如果读者是成年女性，涉及怀孕生子等情节，则适合 Berrys' cafe、EVERYSTAR 等网站。

4.1.2 选择符合日本网络文学读者阅读喜好的故事

笔者挑选了四个以投稿现代言情小说为主的女性向小说投稿网站——Noichigo、Berrys' cafe、魔法岛屿、EVERYSTAR，和三个以投稿异世界言情小说为主小说投稿网站——成为小说家吧、Alphapolis、kakuyomu——的言情小说排行榜前 10 位，共计 70 本小说，提取了人气标签，运用易词云词频统计工具分别统计出频率最高的 20 个词语，如下表所示。

表 2：现代言情小说人气标签出现次数排行榜，笔者根据 Noichigo（2022 年上半年）、Berrys' cafe（2022 年上半年）、魔法岛屿（最新月榜，截至 2023 年 3 月 5 日）、EVERYSTAR（最新恋爱累计排行榜）的言情小说排行榜前 10 位、共计 40 本小说的人气标签制作而成

人气标签	出现次数	人气标签	出现次数
过度疼爱	18	年龄差	5
苦涩	14	大人	5
心动	12	人渣	5
帅哥	11	爱情喜剧	5
亲密	11	不良	4
纯爱	9	嫉妒	4
高中生	8	小鹿乱撞	4
成人恋爱	8	美少女	4
互相喜欢却不能顺利恋爱	7	秘密	4
占有欲	6	同居	4

表 3：异世界言情小说人气标签出现次数排行榜，笔者根据成为小说家吧（2022 年年选）、Alphapolis、kakuyomu 最新年榜（截至 2023 年 3 月 5 日）的言情小说排行榜前

10 位、共计 30 本小说的人气标签制作而成

人气标签	出现次数	人气标签	出现次数
过度疼爱	12	有暴力描写	4
异世界	11	反派大小姐	3
复仇虐渣	11	恋爱	3
he	9	地位差	3
15 禁	8	亲密	3
女主人公	8	魔法	3
奇幻	8	后悔	3
悔婚	5	温暖	3
有血腥描写	4	圣女	3
爱情喜剧	4	历史	2

故事叙事方面，现代言情和异世界言情小说中“过度疼爱”的出现频率都排在第一。结合样本数量，10 本女性向言情小说中，5 本有“过度疼爱”的标签。现代言情小说中的“心动”“亲密”“纯爱”“占有欲”都可视作“过度疼爱”的近义词，“苦涩”“互相喜欢却不能顺利恋爱”的“苦”作为推动情感深入的工具，连同“过度疼爱”“心动”等标志爱情之“甜”的标签，体现日本女性对一段纯洁、坚定、深刻的感情的需要。异世界言情小说中“复仇虐渣”的出现频率位列第二，“复仇虐渣”和“悔婚”“反派大小姐”“魔法”“后悔”“圣女”等标签联系紧密，“悔婚”“反派大小姐”是“复仇虐渣”的动力，“魔法”“圣女”是“复仇虐渣”的“金手指”，“后悔”是“复仇虐渣”的同义词。在角色上，言情小说作者和读者偏爱“帅哥”，喜欢“不良”“飙车族”及其他带有反差感的角色，男女主之间大多带有身份差。由此可以从叙事模式、角色设定上总结日本言情小说的整体特质。

1. 叙事模式——对“过度疼爱”和“复仇虐渣”的偏爱

(1) “过度疼爱”

“过度疼爱”翻译自日文「溺愛」，意为「むやみにかわいがること」，即“过度地喜爱、疼爱”。上野千鹤子曾指出，“‘可爱’的潜台词就是被疼爱、被选择、被保护，暗含了绝对不会威胁到对方地位的顺从意味”¹⁵，因此“过度疼爱”这一情感模式本身就暗含了“宠”的权力关系。“过度疼爱”意味着被视为重要的存在，体现出女性对“被珍视、被关心、被肯定”的渴望，也暴露出她们内心的不安。

日本女性内心的不安主要来源以下几个方面。首先，这种不安源自于人类本身对与世界建立稳固、紧密的联系诉求。“人活着，需要与世界有一种很深刻、牢固的链接，需要自己完全属于这个世界上的某一个人，同时有一个人完全属于自己，两者合而为一”（武志红、青音，2017：37），这种向外寻求的“链接”是人治愈孤独、缓解不安的良药，是下意识的选择，也是相对容易寻找到的解决方法。另外，日本自然灾害不断，由此带来的封闭感、孤独感、危机感充斥着人们的生活，逐渐形成一种“无常感”，友松元谛说：“无常感暂且是个安慰，将希望寄托于明日的荣乐而生存下去。……对于我们来说，正因为现在的无常才期待着将来能幸福。”（韩立红，2008）但这种对未来的期待是退而求其次的选择，是对现实痛苦的另一种妥协。再有，从社会环境来看，上世纪 90 年代以来离婚成为日本愈发普遍的现象，传统家庭模式的分崩离析使越来越多的日本人反思婚姻和亲密关系。之后，随着新自由主义盛行，愈发强调“独立自主”“对自己负责”，人们“从以前的限制与要求中解脱出来”，

同时“也再无法看到通向成功和安定的道路”（艾莉森·阿列克西，2022）。加上日本社会性别歧视仍根深蒂固，女性在现实生活中经历的坎坷以及由此带来的失望情绪仍是一道无法治愈的伤口，对现实生活的不满与不安仍充斥在女性心间。

由此，这种不安在网络言情小说中体现为对被“过度疼爱”的渴望，人气标签“心动”“亲密”“纯爱”“占有欲”“过度保护”等可以视为“过度疼爱”的近义词，“大人”“年龄差”在某种程度上意味着保护欲、安全感。凸显女主对男主是一种重要的存在，仅靠“甜”“发糖”是远远不够的，还需要“虐”“发刀子”来为关系的重要性加码，所以“苦涩”这一标签的出现频率在现代言情小说中排名第二，同类标签还有“互相喜欢却不能顺利恋爱”“人渣”“嫉妒”等。解决亲密关系中出现的各种情感矛盾既是叙事的一大动力，又为女主自身存在的重要性层层加码，最终成功达成“被珍视、被关心、被肯定”的结果。这体现了日本网络言情小说的一大创作特点，即多数作品以爱情叙事为以第一叙事动力，并且倾向于带有曲折感的情感关系，喜欢“甜虐”交杂的小说，挑动读者情绪的同时为这段关系赋予更多的重量，从而增加女主成功被“过度疼爱”的几率，使读者的欲望获得满足。

（2）“复仇虐渣”

“复仇虐渣”是异世界言情小说中最常出现的一个标签，也是在成为小说家吧、kakyuomu、EVERYSTAR等小说投稿网站最早作为类型稳定下来的标签之一。“复仇虐渣”大多以两种故事形式出现：“流放”和“配角”。“流放”主要表现为“主角因某种原因被流放，或被处以某种罪名后逃走到其他地方”。“配角”是“反派大小姐”这一类型标签发展的结果，大多表现为“女主转生成为乙女游戏、少女漫画等中的反派大小姐，破除‘反派’的悲惨命运”。在“异世界穿越、转生”的热潮平静后，网络小说的作者越来越倾向于将女主设定为异世界“原住民”，尝试其他角色设定的可能。当然，“流放”和“配角”两种故事形式也可以交织汇集在一部作品中。

“复仇虐渣”大多与“悔婚”“解除婚约”“后悔”等标签联系在一起。主角在开始大多处于被抛弃或者被低估的状态，前者大多以三角关系或者女主爱而不得的形式出现，所以多与“悔婚”“解除婚约”联系在一起；后者则是主角以不具备特殊能力，被视为无用之人的形式出现，但其实是主角的潜能未被及时发现。小说标签中专门出现了一个名词——“没有被选中的人”，情节大多是主角被“错误”召唤到异世界，又被“错误”地认为是非特殊能力者（圣女、勇士等）而被抛弃。“被选中的人”具有特殊能力，是作者为了更好地完成“复仇虐渣”而设定的“金手指”，“魔法”“圣女”等标签都暗示着这一设定。在过去的少年漫画中，主角大多经过不懈努力和重重考验成为“最强”，但“被选中的人”的设定舍弃了这种努力，也是其爽点所在：主角并不是通过努力得到新的技能，而是发现自己的潜能，特殊能力自开始就存在于主角身体当中¹⁶。

日本异世界言情小说偏爱“复仇虐渣”的叙事有几大因素。首先，被抛弃、被低估的设定对应日本女性在现实生活中的种种状态，暗恋无疾而终、恋人出轨、晋升空间被男性挤压等。其次，“复仇虐渣”是因果教育、道德教育双重作用的结果，是对“有A就会有B”这一因果关系的回应，惩恶扬善、伸张正义则是对因果关系的正向修正，“复仇虐渣”将事情简化为“善”“恶”的二元对立，是对“有A并不必然有B”的复杂现实的反抗。再次，“异世界”使作者和读者同时逃离现实，一方面可以剥离来自现实世界的重重压力，另一方面可以摆脱现实常识的束缚，对于作者来说可以重新构建规则、激发创作，“对于习惯了游戏或者漫画的读者来说，也很容易接受‘奇幻世界’不同世界观的设定”（本田优也，2017：6）。

2. 角色设定——对“帅哥”和反差感角色的偏爱

（1）“帅哥”

将男主设定为“帅哥”自然是人“爱美天性”的体现，但正是这种天性使得高颜值在社

会中拥有被偏爱的权利，即被优先注视，甚至被优先重视的权利，高颜值的人无形之中可以享受更多的社会资源。当被“帅哥”追求、视为重要存在的时候，代入女主的读者不仅可以在审美上获得愉悦感，而且可以在虚荣心上获得满足——被帅哥重视的“我”也成了特别的存在，被更加重视的存在。当“帅哥”拥有更多社会身份的时候效果更甚，如日本网络言情小说中受欢迎的男主职业设定——“黑道头目”“律师”“医生”“飞行员”等。

（2）反差感角色

日本现代言情小说对“不良”“飙车族”“黑道”等角色的偏爱体现出“通过角色前后的反差稳固角色间情感关系”的诉求。“不良”“飙车族”“黑道”等“负面”身份更加有利于凸显人物魅力，比如当一个暴虐、无视规则的男主同时具有强大的责任感或其他美好品格的时候，优点会被成倍放大，更有利于塑造多面立体的人物，可以说角色设定中的“缺点”是为“优点”服务的存在。

在言情小说中，对他人冷漠、疏远但亲近、疼爱女主的具有反差感的男主形象会更让读者心动，在与女主的互动中，男主形象发生变化，在维持角色特点的前提下变得更加积极、正面，也会让读者产生幸福感。大场有纱、村井源（2022）通过研究女性向恋爱游戏，总结出让女性玩家“心动”的三类男性攻略对象形象。虽然上述研究对象是电子游戏，但由于ACGN文化爱好者在动画、漫画、游戏、轻小说之间具有很强的流动性，游戏的角色设定以及爽感机制同样适用于网络言情小说。在小说中，读者代入女主，当女主的行动得到了正向反馈，使读者获得一段虚拟但又安全的亲密关系。一方面，虚拟文学中，读者在小说中不必担心受到金钱等物质性伤害，读者可以随时从这种虚拟亲密关系中抽离；另一方面，当读者感受到内心真实的情感波动，“虚拟”和“真实”的界限就会变得模糊，虚拟羁绊带来的自身价值被发现、被认可的满足以及被疼爱的幸福感会在读者心中落地扎根，由此达到“安全地释放自己的欲望，享受没有负担的幸福”（李洋，2017：14）的状态。王玉王提出了“或然性真实”（王玉王，2021：7）的概念，或然性真实拒绝承认唯一真实的存在。由此，在男女主互动的过程中产生情感波动的读者，可以通过小说男女主人公的羁绊获得安全感，可以从设定为“过度疼爱”的小说中获得满足感、幸福感。

因此，挑选中国网络文学日译作品选择中，建议从叙事模式、角色设定上优先挑选带有“过度疼爱”“复仇虐渣”“帅哥”“反差感角色”元素的作品，即挑选能够戳中日本女性读者“爽点”的故事。

需要补充的是，从某种意义上说，“类型”的存在是为了“反类型”，某一“类型”作品的增加会让我们发现“类型”存在的漏洞从而进一步升级出“反类型”。李玮（2022）曾分析中国2020-2021年中国女频网络文学呈现的叙事结构新变，包括场景化“美貌”叙事的消失、主体“行动元”的性别位移、对情爱叙事结构的超越。如果说中国网络言情小说正显现出打破性别固化的趋势，那么日本网络言情小说还束缚在传统性别规约之中，仍偏好以爱情作为第一叙事动力的作品，带有“宠”这一权力关系的情感模式，女主大多仍处于被凝视的客体状态。这暴露出日本社会仍较为严重的性别不平等，暗示女性在情感关系中受到的伤害，需要言情小说这一“治愈剂”去疗伤。无疑，日本女性向ACG文化的发展早于中国，但无论是动画、漫画还是游戏，都有较高的创作门槛，而日本女性真正进入无门槛、人人都可创作的阶段是2000年代中期日本小说投稿网站成立之后，任何人都可以创作属于自己的故事，诚实地袒露自己的欲望。日本大众女性长时间的创作失语是日本女频网络文学偏爱“过度疼爱”的另一重原因，暴露出的传统性别规约问题是日本女性在探索自身欲望时遇到的一面性别的“墙壁”，重要的是要允许女性袒露、表达心中的“墙壁”，因为“不破不立”的前提是“立”。正如戴锦华老师所说，“如果我们在哪儿落网的话，我们可以在这儿再度逃离。如果我们在哪儿撞到了一个墙壁的话，那么也许这面墙壁是可以被击破的”¹⁷。也许人的“欲望”是“难以获得某物的伤痛”，而允许书写这种欲望则是正视自己的伤痛的第一步，更是网络文学不断推陈出新的生命力所在。

4.1.3 凸显“萌要素”

“萌要素”是由日本哲学家东浩纪提出的概念，“我们在轻小说或动漫、游戏中常见的特定着装风格、口头禅（如句尾带‘喵’等）或独具特色的性格特征，甚至是诸如‘不治之症’‘前世宿命’‘天涯孤女’等特定背景设定，又或‘提出不可思议的谜团’‘出乎意料地解决’等情节布局，都可归为东浩纪称之为‘萌要素’的范畴”。（汤俏，2021：84）“角色”由各种各样的“萌要素”拼贴而成，因此“萌要素”是被分解的、符号化的产物，进而每种角色都具有辨识度。这种辨识度是读者认识角色的依据，是对角色产生喜爱之情的重要来源，也是读者进行同人创作的重要手段。在动画版《魔道祖师》日语本地化的过程中，身为制作人的黑崎静佳指出了一个问题，其解决方法值得我们借鉴与反思，“虽然《魔道祖师》动画是一部高质量的作品，但也存在表情、人物外形相似的角色，第一次看到会很难抓住这个角色，因此，日语版的台词中，在句尾、表达方式、第一人称等方面进行了能凸显角色个性的变化。通过符号化，观众能更容易理解角色和故事”¹⁸。之前提到的《全职高手》在日本传播的失败，也在于其角色辨识度较低。因此，在网文出海日本的过程中，需要进一步提炼角色的特点，在造型、台词、说话方式等方面下功夫，增强角色辨识度。

因为“萌要素”包含了角色的行为方式，所以更像是一种作者与读者的约定，与读者的爽感机制直接联系。比如“反派大小姐”大多会经历被误解、被排挤的过程，经常与打脸等情节联系在一起，读者在阅读“反派大小姐”相关的小说之前，内心已大致预测了故事发展的走向，因而做出选择。在某种程度上说，“萌要素”可以代表浓缩的故事情节。因此，为了吸引读者的注意力，日本网络小说大多会起“萌要素”明显的标题，经常出现字数很多的题目，阅读标题的读者可以迅速了解小说的主要内容，进而选择是否阅读。比如“モテすぎる男子から、めちゃくちゃ一途に溺愛されています（笔者译：被大受欢迎的男生一心一意地疼爱）”、“憧れの公爵令嬢と王子に溺愛されています！？婚約者に裏切られた傷心令嬢は困惑中（笔者译：被仰慕的公爵大小姐和王子过度疼爱！？因未婚夫的背叛而伤心的大小姐现在正在烦恼）”等。在翻译小说或衍生作品的日文标题时，可以结合实际情况，突出故事包含的萌要素，吸引日本读者、观众的注意力。

4.2 形式上——多媒介输出

中国网文出海日本必须利用多媒介，结合漫画、动画、电影、电视剧、游戏、广播剧等多种形式，将优秀的网络文学作品带到日本。究其原因，在现实层面，一是中国网络文学的IP化改版已在日本获得一定关注，积累了一定数量的粉丝；二是日本ACG文化的流行，以及媒介革命带来的影响，使得能牵动多重感官的娱乐方式更容易获得关注、受到喜爱；三是声音、画面和文字的结合代替纯文字描绘，以多模态的形式助推深度传播。在传统文化层面，多媒介更容易跨越文化的藩篱，让异文化者了解中国传统文化的魅力。在宣传层面，将日本制作人、声优等日本本土专业人士纳入中国网络文学传播，会在无形中增加作品的热度，中国演员的演技、颜值等也会吸引日本群众的关注。

需要特别注意的是，多媒介的运用可以让异文化者直观感受中国文化的魅力。综合日本网站中国电视剧推荐，在日本相比现代剧，中国古装剧更受欢迎。“（日本的）中国文化粉丝所憧憬的中华形象，相比现实中的中国，是更加富有幻想性的、唯美的、神秘的古代中国形象”¹⁹，向日本输出能回应这一期待的作品不失为网文出海的一个妙方，即以网络文学作品的故事为骨架，运用多媒介的形式展现故事内容以及故事中包含的中国文化，为作品添上血肉与肌理。《陈情令》的日本粉丝曾写过一篇文章，列举沉迷《陈情令》的原因，其中一

点是“不论什么都非常高质量”：“演员、动作、音乐、外景、CG、服装……能亲眼所见的高质量，隐藏在作品背后的种种努力”²⁰，都是《陈情令》的看点所在。中国电视剧的高投入、大制作是吸引日本观众的一大要素，精美的布景、服装搭配、特效等给日本观众带来视觉盛宴的同时，也为日本观众提供了直观感受中国文化的有力工具。

4.3 宣传上——多矩阵广泛宣传

多矩阵广泛宣传，意味着充分利用社交平台、电视广告、电子屏等媒介，将作品推到大众面前，同时动员知名人士，提升作品曝光度。《罗小黑战记》在日本上映之前，通过播放配音演员们的电视广告、利用日文版官方推特账户，进行了积极的宣传。¹⁹《魔道祖师》动画版在日本播出时，由于悲剧情节很多，官方推特会在每周动画更新时，发布“#魔道祖师 心痛”的标签（网站），进行实时互动，提升作品的观看体验。这些都是良好的、可供借鉴的宣传措施。除此之外，还可以制作精美的宣传海报投放在公共场所的电子屏上，开通小说角色的 Twitter 账号与读者时时互动，与知名作品、知名人士联动增加作品热度等。良好的宣传措施是网文出海必不可少的举措。

在作品积累一定人气后，可以邀请小说作者、制作方针对日本进行特定的宣传。“如果不能顺利来到日本，（小说作者）专门为日本读者写下几句话，或者拍摄一段视频也是十分必要的。通过这些方式，读者可以了解作品中没有直接传达的作者的思想和意图，如果（小说作者）能介绍喜欢的日本作品，会增加该作品粉丝购买小说的可能性，也会拉近（日本读者）与小说作者之间的距离”（阿井幸作，2020：4），这种宣传方式会增加作品的亲切感，甚至可以达到事半功倍的效果。

5. 总结

中国网文出海日本一直反响平平。从社会现状看，中国网络文学虽与日本建立了出海合作关系，但可以发现近年日本逐渐退出了中国网文出海的主要辐射区域；从学术现状看，一方面，“网文出海”研究缺少真正扎根海外的、针对不同国家区域的专题研究，尤其是网络文学输出效果“反响平平”的国家区域（如日本、韩国等）；另一方面，国内学术圈对日本网络文学的认知还停留在“手机小说”这一领域，且研究时效性低，并没有对日本网络文学全貌形成一个完整清晰的认识。为了探究上述问题的解决方式，本文首先厘清日本网络文学的概念及其创作特征，了解日本类似文学形式及其运行模式。

一直以来，日本网络文学概念边界模糊，内涵不清，存在“オンライン小説（Online 小说，即线上小说）”“ネット小説（Internet 小说，即互联网小说）”和“ウェブ小説（Web 小说，即万维网小说）”三种名称混用的情况。但三者呈现出一种包含关系，即：“Online 小说”>“Internet 小说”>“Web 小说”。在此基础上，本文界定日本网络文学是指“以计算机通信或互联网为第一生产和发表空间，以个人网站、电子告示板（BBS）、小说投稿网站、社交媒体等为发表渠道，以‘线上免费阅读，按受欢迎程度出版销售’为主要盈利方式，内容具有艺术性、娱乐性或半艺术半娱乐性的文学”。此外，本文进一步理清日本不同的小说投稿网站，按照网站建立的时间顺序对其进行整理，区分不同网站的性向倾向、主要类别、受欢迎的类型、受欢迎的关键词/标签。研究发现日本网络文学呈现出两大特点。一是“日月同辉，群星璀璨”，即日本的手机小说和“成为”系列分别日本网络文学界的“太阳”与“月亮”，除此两大支柱性构成外，日本网络文学界还有众多“群星”，如超文本式、多分支、接力型小说、VOCALOID 小说、对话小说、推特小说、Vtuber 小说等，“群星”整

体呈现出先锋实践性和多媒体联动的特点。先锋实践性是指日本网络文学创作包含作者与读者的深层次互动，多媒体联动则是指日本网络文学与音乐、社交媒体、虚拟人物等多媒体的深度融合。二是以免费制阅读为主，小说投稿网站可根据用户浏览量和收藏量生成小说人气榜单，满足一定条件的小说可以获得出版机会，且日本在小说改编漫画、动画、广播剧、游戏等方面已形成一条成熟的产业链。

基于日本网络文学的概念辨析、创作特征和运营模式，梳理中国网络文学在日本的译介与传播状况，进而反思中国网文出海日本“反响平平”的原因，主要在于以下五个方面：①题材陌生；②读者群体定位错误；③“萌要素”不突出；④缺乏宣传；⑤日本ACGN文化的流行。目前，中国网文出海借助多媒介，在日本完成了由“反响平平”向“略有起色”的转变，《陈情令》使中国网络文学真正在日本“出圈”，受到社会的广泛关注，同时也带动中国网络文学翻译版输出日本。

由此反思中国网络文学输出日本的译介与传播的未来，针对现实状况提出促进中国网络文学更高效、更高质量地输出日本的举措。一是在内容上，做到精准输出，笔者具体以日本网络言情小说为例，了解日本女性向小说投稿网站的特点，从叙事模式、角色设定上总结日本言情小说的整体特质，总结出三个举措：中国网络文学输出日本需要①挑选适合的小说投稿网站，②挑选符合日本网络文学读者阅读喜好的故事，③凸显“萌要素”，做到精准输出。二是在形式上，做到多媒介输出，中国网文出海日本必须利用多媒介，结合漫画、动画、电影、电视剧、游戏、广播剧等多种形式，将优秀的网络文学作品带到日本。三是在宣传上，做到多矩阵广泛宣玉井传，充分利用社交平台、电视广告、电子屏等媒介，将作品推到大众面前，同时动员知名人士，提升作品曝光度；在作品积累一定人气后，邀请小说作者、制作方针对日本进行特定的宣传。

本文主要将目光集中在日本女性向网络文学，没有对男性向内容作充分了解是本研究存在的一大问题，希望未来能补充对日本男性向内容创作特征的研究，对日本网络文学有更进一步的了解。面对日本网络文学，我们需要抱有开放的心态，了解日本网络文学的运行模式、爽感机制和日本读者的阅读喜好，利用网络文学这一媒介进行充分的中日文化交流，通过海外读者的“他者视野”重新审视、反思中国网络文学的文学特质，在对外“输出”的同时也在向内“自省”。由此，我们可以全面审视中国网络文学的海外译介的全貌，构建多元化、多视角的网络文学批评模式，推动中国网络文学更好地“走出去”的同时，也促进中国网络文学的长远发展。

注

¹ ダイスケ「ワールドワイドウェブ(www)とは何か？インターネットとの違いも解説」
[EB/OL]<https://tech-camp.in/note/technology/101184/#i-7> (2023-04-11)

² 漫画 Geek 記. 小説を書くのにおすすめの「小説投稿サイト」を厳選して紹介！

[EB/OL]https://www.dokusyo-geek-ki.com/entry/novel_posting_site (2023-04-10)

³ 主要参考：蜂賀三月. 各小説サイトの人気ジャンル・タグまとめ/サイトの傾向も解説

[EB/OL]<https://creative-story.net/popular-genre/> (2023-04-13)，其余来自各小说投稿网站维基百科的信息。

⁴ デジタル大辞泉プラス「なろう系」

[EB/OL] <https://kotobank.jp/word/%E3%81%AA%E3%82%8D%E3%81%86%E7%B3%BB-1746307> (2023-04-13)

- ⁵ 日刊工業新聞社「台頭する「なろう」系小説ー「情報革命」の生んだ『生産＝消費者』のひとつの姿」
[EB/OL]<https://newswitch.jp/p/3121>（2023-04-13）
- ⁶ VOCALOID 音楽是指利用日本乐器制造商雅马哈公司开发的电子音乐制作语音合成技术软件制作的歌曲，制作此类歌曲的音乐家被称为“VOCALOID 音乐制作人（ボカロ P, P 指 Producer）”。日本著名的 VOCALOID 音乐代表人物是虚拟歌手初音未来、镜音铃、镜音连、巡音流歌、KAITO 等，知名的 VOCALOID 音乐制作人有 YOASOBI 的 Ayase、PENGUIN RESEARCH 的 kemu（堀江晶太）、DUESTCELL 的 Misumi 等。
- ⁷ 谷井将人「紅白出場の YOASOBI を生んだ小説投稿サイト「monogatary.com」とはエンタメの“種”を集める」
[EB/OL]<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2012/24/news115.html>（2023-04-13）
- ⁸ 背后操纵虚拟的人物、进行各种活动的人。
- ⁹ 腰ボロ作家のライトノベル奮闘記「小説家になろうで書籍化するための条件 3 つ」
[EB/OL]<https://kosiboro.work/?p=3165>（2023-04-13）
- ¹⁰ Web Novel Labo「おすすめの小説投稿サイト一覧【最新 2023 年版】」
[EB/OL]<https://creative-story.net/novelsaito/>（2023-04-13）
- ¹¹ 知乎《如何看待《全职高手》登陆日本》
[EB/OL] <https://www.zhihu.com/question/36655216/answer/89107262>（2023-04-13）
- ¹² 村上淳子「華流（台湾・中国）ドラマランキング！みんながおすすめする華流作品は？」
[EB/OL]<https://ranking.net/rankings/best-taiwanese-dramas>（2023-05-07）
- ¹³ PRTIMES「日本語翻訳版小説が累計発行部数 40 万部を突破した「魔道祖師」の著者・墨香銅臭が描く中国 BL ファンタジー小説 最新巻！「天官賜福」2 巻 大好評発売中！」
[EB/OL]<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000004095.000016756.html>（2023-04-13）
- ¹⁴ おすすめネット小説投稿サイト研究所「【小説投稿サイト徹底比較】恋愛小説、投稿するならどこがおすすめ？」
[EB/OL]<https://enjoy-days.net/lovesyosetu-hikaku>（2023-04-13）
- ¹⁵ 来源于 2019 年上野千鹤子在东京大学入学礼上的致辞
[EB/OL]https://www.bilibili.com/video/BV1T7411f7xu/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=3a6c47991fc134d4a7aa96c3ec391b90（2023-04-13）
- ¹⁶ 軽石「④『お約束化』によってストレスフリー化を実現した追放テンプレ」
[EB/OL]<https://ncode.syosetu.com/n7541fi/7/>（2023-04-13）
- ¹⁷ 来源于 2020 年戴锦华于造就的演讲《女性的自我想象：落网之处？逃逸之路？》
[EB/OL]https://www.bilibili.com/video/BV1kk4y1B76X/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=3a6c47991fc134d4a7aa96c3ec391b90（2023-04-13）
- ¹⁸ Cocotame「世界で絶賛された中国アニメ『魔道祖師』の魅力とは？ 日本版を実現させたプロデューサーに聞く【前編】」
[EB/OL]<https://cocotame.jp/series/021644/>（2023-04-13）
- ¹⁹ トランス「中国アニメ・中国ドラマ事情 | 女性ファンが熱狂する中華コンテンツの今」
[EB/OL]https://www.trans.co.jp/column/trend/china_anime2021/（2023-04-13）
- ²⁰ note「タイ BL オタクが「陳情令」に狂った理由」
[EB/OL]https://note.com/pink_milk/n/na13832ce76a4（2023-04-10）

参考文献

- 阿井幸作.「中日文学交流の新局面を開くために—中国の通俗小説『盗墓筆記』と『花千骨』の日本語訳を中心に」日本言語文化研究,3:4-9(2020).
- 飯田一史.『ウェブ小説 30 年史—日本文芸の「半分」』株式会社星海社,2022.
- 大場有紗,村井源.「女性向け恋愛ゲームにおける「ときめき」の自動生成システムに向けた物語構造の分析」情報知識学会誌,32: 294-300(2022).
- 玉井建也.「ウェブ小説にみる物語構造と虚構性—『転生したらスライムだった件』を事例として—」東北芸術工科大学紀要,27:1-12(2020).
- 長峯明子.「ケータイ小説らしさとは何か—形式面からの考察」千葉大学日本文化論叢,12: 69-98(2011).
- 本田透.『なぜケータイ小説は売れるのか』ソフトバンククリエイティブ株式会社,2008.
- 本田優也,伊東栄典.「利用者投稿型小説サイトにおけるキーワード」火の国情報シンポジウム論文集,1-6(2017).
- 艾莉森·阿列克西.《中国式的情与爱》上海:华东师范大学出版社,2022.
- 郭竞.《也谈中国文学翻译出版“走出去”——以中国网络文学欧美热为例》出版广角,03:85-87(2017).
- 高寒凝.《罗曼蒂克 2.0: “女性向”网络文化中的亲密关系》北京:中国文联出版社,2022.
- 高佳华.《中国网络文学在法国的传播研究》中国出版,17:60-65(2022).
- 顾宁.《简论日本网络文学》日本研究,03:84-87(2009).
- 韩立红.《日本文化概论》天津:南开大学出版社,2008.
- 何明星,王丹妮.《文化接近性下的传播典型——中国网络文学在越南的翻译与出版》中国出版,12:56-60(2015).
- 贺予飞.《中国网络文学起源说的质疑与辨正》南方文坛,01:92-101(2022).
- 金恩惠.《从中国网文的“彻底网络化”反观韩日网文生产机制》文艺理论与批评,04:123-134(2019).
- 李洋.《中国电影的硬核现实主义及其三种变形》文艺研究,10:9-17(2017).
- 李玮.《论女频网络文学叙事结构的新变(2020—2021 年)》江苏社会科学,04:205-213(2022).
- 李育杰.《网络武侠小说英译的归化与异化》福建师范大学,2018.
- 刘萍.《“武侠世界”网站对中国网络奇幻小说的英译研究》上海外国语大学,2018.
- 刘毅,张佐堂.《网络文学中武术文化的译介与传播——以北美网络翻译平台“武侠世界”为例》西南交通大学学报(社会科学版),19(06):98-104(2018).
- 马歇尔·麦克卢汉.《理解媒介:论人的延伸:55 周年增订本》南京:译林出版社,2019.
- 欧阳友权.《中国网络文学海外传播的形态、动力与屏障》贵州师范大学学报(社会科学版),06:115-123(2021).
- 彭柳,许嘉琪.《日本手机阅读媒体内容特点及其对我国的启示》出版发行研究,01:90-93(2013).
- 邱冬胜.《网络玄幻小说在北美的传播研究》东华理工大学,2018.
- 宋刚.《概论日本手机小说》日本研究,03:105-111(2011).
- 邵燕君.《网络文学的“断代史”与“传统网文”的经典化》中国现代文学研究丛刊,02:1-18(2019).
- 邵燕君.《以媒介变革为契机的“爱欲生产力”的解放——对中国网络文学发展动因的再认识》文艺研究,10:63-74(2020).
- 邵燕君,吉云飞,肖映萱.《媒介革命视野下的中国网络文学海外传播》文艺理论与批评,02: 119-121(2018).
- 邵燕君,周志雄,庄庸,赵斌.《新媒体时代的文学形态——关于网络文学的对话》名作欣赏,34:83-91(2015).

- 汤俏.《“动物化”的消费与清高主义的日本——御宅族文化影响下的轻小说研究》外国文学动态研究,01:81-92(2021).
- 王玉王.《编码新世界：游戏化向度的网络文学》北京：中国文联出版社,2021.
- 吴磊.《生态翻译学视角下<三生三世十里桃花>英译》福建师范大学,2018.
- 吴贇,顾忆青.《中国网络文学在英语世界的译介:内涵、路径与影响》中国比较文学,03:66-79(2019).
- 武志红,青音.《中国式的情与爱》北京：联合出版公司,2017.
- 杨柳.《网络幻想小说英译塑造的中国形象研究——以仙侠小说为例》上海外国语大学,2019.
- 尹倩,曾军.《中国网络文学的海外传播:现状及其问题》社会科学,01:171-180(2019).
- 郑熙青.《学术粉丝作为一种研究方法：来自粉丝文化研究的启发和挑战》百色学院学报,33(03):24-30(2020).
- 朱彩霞.《中国网络玄幻、奇幻、仙侠小说在北美地区的出版研究》南京大学,2018.
- 上海艾瑞市场咨询有限公司《2017年中国网文出海研究报告》
[EB/OL]<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3057&isfree=0> (2023-04-10)
- 上海艾瑞市场咨询有限公司《2019年中国网文出海研究报告》
[EB/OL]<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3389&isfree=0> (2023-04-10)
- 上海艾瑞市场咨询有限公司《2021年中国网文出海研究报告》
[EB/OL]<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3840&isfree=0> (2023-04-10)