

# 汕头大学硕士学位论文

## 中国网络文学受众的积极性分析

Analysis on the Enthusiasm of Chinese

Readers of Online Literature

姓名：孟雪云

学号：11102002

所在学院：长江新闻与传播学院

导师姓名：陈岳芬

专业：新闻学

入学日期：2011.9

答辩日期：2014.5

# 学位论文原创性声明

本论文是我个人在导师指导下进行的工作研究及取得的研究成果。论文中除了特别加以标注和致谢的地方外，不包含其他人或其它机构已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出贡献的个人和集体，均已在论文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律责任由本人承担。

作者签名： 孟雪云      日期： 2014 年 4 月 30 日

# 学位论文使用授权声明

本人授权汕头大学保存本学位论文的电子和纸质文档，允许论文被查阅和借阅；学校可将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或其它复制手段保存和汇编论文；学校可以向国家有关部门或机构送交论文并授权其保存、借阅或上网公布本学位论文的全部或部分内容。对于保密的论文，按照保密的有关规定和程序处理。

作者签名： 孟雪云      导师签名： 陈岳芬

日期： 2014 年 4 月 20 日      日期： 2014 年 4 月 20 日

## 摘要

国内网络文学研究已渐趋成熟，但是关于网络文学受众积极性的研究成果相对较少。本研究以 Alexa 网站排名前两位的“起点中文网”、“幻剑书盟”为主要研究对象，并辅之以丰城二中学生网络小说阅读情况的案例调查，运用英国布莱克威尔传播学者尼科·卡彭特尔（Nico Carpentier）的积极受众理论框架，采用文献研究法和案例分析，通过内容分析、问卷、访谈等方法对网络小说受众的积极性展开研究。研究发现：（1）两大文学网站为草根受众提供一种独有的“大众评审”模式。这种模式通过受众的阅读、点击、跟贴、回帖、投票、收藏、转载、VIP 阅读购买等一系列主体性活动，从而形成一种有别于传统文学运作的“网民评审”方式。这种“大众评审”传播模式，相对精英式传统文学运作的传播模式，受众在文学网站上的自主性大大增强，受众积极与媒介内容互动尤为明显。（2）在丰城二中（创办于 1956 年，现为宜春市级重点中学）的实例调查和访谈中，笔者发现应试教育下的高中生，他们的私人空间、时间都被压缩到最低限度，虽然他们接触网络小说的设备有限，但他们“偷着看”网文之风却非常盛行，这一现象正说明网络小说受众在追求自己喜好时自主意识与自主行为的凸显。

**关键词：**网络文学；文学网站；起点中文网；幻剑书盟网站；受众积极性

## Abstract

Although research on domestic online literature has become more mature, there are relatively few research productions about the enthusiasm of readers of online literature. This study does main research on the top two online literature websites “Qian dian”& "Huan Jian Shu Meng" in Alexa, and does supplemented investigation on how students read online novels from FengCheng Second Middle School. In this paper, literature and empirical analysis of the research study were used in-depth study. This study focuses on the enthusiasm of readers of online literature by the methods of content analysis, questionnaire design and face to face interviews combining with the Nico Carpentier’s active audience theory framework, who is a British communication scholar. The study finds that two literature websites provide a unique "public review " communication mode for grassroots readers, which is different from the traditional “Online users review” mode by composing a series of those grassroots’ subjective activities, such as reading, clicking, posting, replying, voting, collecting, transferring, buying VIP reading cards. Comparing the traditional elite reading mode, the “public review” mode helps online audience to behave more actively and interact more frequently with media contents. Besides, this study finds that Chinese high school students under the examination- oriented education system love reading online literature secretly, even though they have limited technical access to the internet, let alone the compressed little personal spare time and space. This result just represents that readers of online literature pursue their hobbies with strong independent consciousness and actions.

Key words: Online literature; Literature website; Qian dian Chinese Website; Huan Jian Shu Meng website; the enthusiasm of readers

# 目 录

摘 要.....	I
Abstract.....	II
目 录.....	III
<b>第一章 导论.....</b>	<b>1</b>
1.1 研究背景及研究意义.....	1
1.2 网络文学与网络文学网站概念.....	3
1.3 研究方法与创新.....	6
<b>第二章 文献回顾.....</b>	<b>8</b>
2.1 国内研究现状.....	8
2.1.1 文学研究视角.....	9
2.1.2 经济数字化产业研究视角.....	10
2.1.3 新闻传播理论研究视角.....	11
2.2 国外研究现状.....	12
2.2.1 日韩.....	12
2.2.2 欧美.....	13
<b>第三章 受众理论框架及文学网站受众的总特征.....</b>	<b>15</b>
3.1 传统的受众理论.....	15
3.1.1 大众、受众与大众受众.....	15
3.1.2 霍尔的编码解码理论.....	16
3.2 网络时代的受众理论.....	18
3.2.1 阿伯克龙比的“观展/表演范式”.....	18
3.2.2 尼科·卡彭特尔的积极受众理论框架.....	20
3.3 文学网站受众总体特征.....	21
<b>第四章 起点中文网站、幻剑书盟网站的受众分析.....</b>	<b>28</b>
4.1“起点中文网”的受众分析.....	28
4.1.1“起点中文网”主动搜索获取信息的受众.....	29
4.1.2“起点中文网”与媒介内容积极互动的受众.....	31
4.1.3“起点中文网”参与创作的受众.....	36
4.2“幻剑书盟”网站的受众分析.....	37
4.2.1 主动搜索获取信息的受众.....	37
4.2.2 与媒介内容积极互动的受众.....	38
4.2.3 参与创作的受众.....	39
<b>第五章 实例研究：丰城二中中学生受众调查.....</b>	<b>40</b>
5.1 问卷调查.....	40
5.2 访谈.....	45
<b>第六章 结语.....</b>	<b>50</b>
6.1 研究结论.....	50
6.2 研究反思.....	51
<b>参考文献.....</b>	<b>52</b>
<b>附录：调查问卷.....</b>	<b>56</b>
<b>致 谢.....</b>	<b>61</b>

# 第一章 导论

本研究尝试用社会文化性受众研究及积极受众框架理论,尤其是运用中国传媒大学传播学者康彬的积极受众分类及其社会参与三种模式,重点研究网络文学受众的积极性。本论文以“起点中文网”和“幻剑书盟”两个具代表性的文学网站为研究案例,同时对丰城二中学生网络小说阅读情况进行深入的案例调查,探究在中国当代网络文学传播场域下网络小说受众的积极性及其表现。

## 1.1 研究背景及研究意义

中国互联网信息中心(CNNIC)第33次《中国互联网络发展状况统计报告》指出,截止2013年12月底,我国网民规模达到6.18亿,互联网普及率为45.8%,其中手机网民规模为5亿。

随着互联网技术的迅猛发展,中国网络文学也不断发展。根据CNNIC最新调查第33次《中国互联网络发展状况统计报告》:截止2013年12月,中国网络文学用户规模达到2.7441亿,较2012年底增长了4097万人,年增长率17.6%。互联网迅速普及降低了文学写作和发表的门槛,让大众获得更多参与文学创作和阅读的机会,从而带动网络文学繁荣。《十八届三中全会报告》有关文化改革述评中重点提出要做大做强文化产业板块,文化产业已成为国民经济支柱性产业。网络文学作为文化产业的重要组成部分,将在政府振兴文化产业过程中迎来巨大的发展机遇。随着网络文学作品的丰富和多样化,及用户群体不断壮大,网络文学逐渐成为网民互联网应用的重要组成部分,吸引了社会各界的关注和参与。越来越多的传统文学作家通过互联网发表和传播作品:自2011年起,网络文学逐渐被主流认可,主要表现在以下几方面:广东省作协创办由杨克主编的《网络文学评论》;网络文学研究院相继揭牌;邵燕君“北大新世纪网络文学研讨课”开课;鲁迅文学奖把网络文学纳入参评范围;线下出版社与文学网站积极合作;网络文学改编的电影电视剧热播;主流媒体如《北京日报》、《中国新闻出版报》网络文学大学的创办等也纷纷关注中国特色的网络文学。

中国网络文学经过十多年的发展,其作品数量和读者规模不断扩大,市场也

正向深度和广度发展，尤其是近几年，网络文学的产业化发展趋势日益明显，产业链各环节逐渐齐备，网络文学市场迎来高速发展期。据不完全统计，目前我国以文学命名的综合性文学网站有 300 多家。根据 Alexa 咨询网络用户行为监测工具（iuser-tracker）的监测数据，2011 年我国文学网站月覆盖人数已超过 1 亿人。文学网站的商业模式从单一的收费阅读逐步向版权销售、合作出版、网络广告等多模式并存的方向发展，它作为文化创意产业上游源头的价值也日益凸显。2009 年至 2013 年，社会资本对网络文学的介入尤为明显，小米介入多看阅读网，人民网以 2.48 亿元收购完美世界旗下的古羌，腾讯重组离走的盛大文学一部分团队，盛大文学收购晋江文学、红袖添香、榕树下等多家文学网站，中国移动投资建立手机阅读基地，完美时空斥资 1 亿投资网络文学。网络文学在网民中迅速普及，此外作为网络文学产业来说，对其它产业的渗透也愈渐加深，网络文学开始成为文化创意产业的重要源头，为网络游戏、影视动漫等文化娱乐产业提供创意和素材。

本文将立足文学网站本土，运用尼科·卡彭特尔（Nico Carpentier）积极受众理论，依据康彬新媒体时代积极受众的三大分类及社会参与模式，通过对“起点中文网”和“幻剑书盟”的分析，探析以“起点中文网”和“幻剑书盟”为代表的文学网站积极受众特征，同时对丰城二中学生网络小说阅读的分析也具有十分重大的意义。虽然研究网络文学的专著，论文不计其数，但网络视域下积极受众的研究成果尚不多见。据中国知网以关键词“网络文学”搜索，再选指数一栏分析得出：网络文学研究 90%侧重在文学领域，而从“新闻与传媒”视角研究极少，只占 1.18%，从受众视角来研究的在指数一栏并未细分出来，有学者在讨论网络主体整体特征的基础上，将网络文学的接受者和传统文学的接受者作简单的比较。<sup>[1]</sup>在所收集文献中从受众理论来研究网络文学的文章极少，还有待探索和挖掘的空间。欧阳友权认为“网络文学的发展迫切需要正确的观念引导和学理阐释，但眼下的网络文学研究还远远滞后于网络文学发展实际。”<sup>[2]</sup>网络视域下积极受众的研究成果尚不多见，本论文试图在这一领域有所发现。目前，以高中生作为网络小说的一大受众群做为研究对象并进一步对网络小说冲击高中校园文化的研究不多。对网络文学及网络小说的研究多侧重在理论等学术问题上，却忽略了现实中网络小说对高中生课外阅读的巨大影响。考察中国网络文学受众的积

极性，对于进一步探索文学网站的发展之道，研究中国网络文学的走向尤其是通俗文学的发展，以及引导网络原创文学的健康发展，都有重要的意义；同时也为各大类文学网站及政府监管部门提供有力的决策依据。

## 1.2 网络文学与网络文学网站概念

对于网络文学的定义，国内外有很多不同的看法，至今未达成共识。

网络文学最早出现在美国和欧洲等互联网较为发达的国家。上世纪 70 年代的网上写作处在萌芽期，80 年代开始有自觉的网络文学创作活动。1987 年，迈克尔·乔伊斯于美国计算机协会第一届超文本会议上发表超文本小说《午后，一个故事》，这一经典之作不仅开创性地运用超文本技术，而且为以后的超文本小说与网络的对接奠定基础。1991 年，美国作家史都尔·摩斯络坡的超文本小说《胜利花园》同时以磁盘版和网络版的形式发布，开启了日后网络超文本小说创作的潮流。因此电子文学 (Electronic literature)<sup>1</sup> 成为最主要的网络文学形式。随后，美国加利福尼亚英语文学教授 Katherine Hayles 在电脑文本 (cybertext) 概念上提出 Cyberliterature，成为英语世界中获得较大支持的网络文学名称，之后也成为网络文学的总称，但它的定义关键在于 cybert——计算机的、电脑的、网络的，这也在一定程度上体现英美网络文学偏向技术性定义与命名的现状。

汉语网络文学的产生和发展，与海外留学生创办的电子刊物和网络新闻组发布的原创作品息息相关。1991 年 4 月 5 日，全球第一家中文电子周刊《华夏文摘》在美国诞生。同年，王笑天创办海外中文通讯网，此之为汉语网络原创文学的萌芽。中国留美网络作家少君，1991 年 4 月在网络上发表《奋斗与平等》，是目前所知最早的一篇中文网络小说。<sup>2</sup> 在汉语网络文学的产生过程中，ACT (以 alt.chinese.text 为域名的互联网新闻组) 功不可没。1992 年 6 月 28 日，在美国印第安那大学出现一个以 alt.chinese.text 为域名的互联网新闻组。ACT 虽然仅仅是在互联网的局部功能上使用中文，但它的意义极为重大。它在当时海外留学生中产生着深广的影响。大批留学生为了抒发游子思乡情怀和表达对汉语母语的留念，在 ACT 上发表小说、散文、诗歌等大量汉语文学作品。ACT 在短短的一两年时间内，聚集起分散在世界各地的来自中国大陆和台湾的留学生，当时有近

<sup>1</sup> 指借助广播、电视、电脑创作和传播的文学作品。

<sup>2</sup> 百度百科. 网络文学. [EB/OL]. <http://baike.baidu.com/view/4023.htm>.

8万读者。1994年，第一份汉语网络文学刊物《新丝语》<sup>3</sup>在方子舟等人操持下创办起来。之后，诗阳、鲁鸣等人于1995年创办网络中文诗刊《橄榄树》<sup>4</sup>。1996年，第一份女性文学刊物《花招》正式诞生。进而，随着1994年互联网登陆中国大陆，汉语网络文学从海外迅速向本土回流。正因为这样早期中国对于网络文学的定义和解释大多直接翻译自英文。

1997年，我国最大的中文原创文学网站“榕树下”在上海成立。随后，“黄金书屋”、“白鹿书院”、“博库”、“天涯虚拟社区”、“麦田守望者”等几十家文学网站也陆续诞生。一时间，汉语网络文学迅速涌现，虽然精品力作不多，但发布的数量很大，其中的一些网络蹿红名篇，如《第一次的亲密接触》、《悟空传》等，从网上火到网下（印刷出版发行），一时间在文坛占尽风光。

有学者认为对网络文学的定义不止一个。<sup>[3]</sup>

欧阳友权对网络文学进行界定，一般而言，对什么是网络文学，可从三个层面去理解：（1）从广义上看，网络文学是指经电子化处理后所有上网的文学作品，即凡在互联网上传播的文学都是网络文学，这种网络文学同传统文学仅仅只有媒介和传播方式的区别；（2）网络文学是指发布于互联网上的原创文学，即用电脑创作、在互联网上首发的文学作品，这个层面的网络文学不仅有媒介载体的不同，还有创作方式、作者身份和文学体制上的诸多改变；（3）最能体现网络文学本性的是网络超文本链接和多媒体制作的作品，或是借助数字工具、电脑程序由计算机自动生成的文学作品，这类作品具有网络的依赖性、延伸性和网民互动性等特征，它只能存活在互联网上，不能下载作媒介转换，一旦离开网络就不能生存，这样的作品与传统印刷文学完全区分开来。目前所说的网络文学多是指网络上第二和第三层意义上的文学作品。这是狭义的网络文学，也是真正意义上的网络文学”。<sup>[4]</sup>

结合上述观点，本文研究的网络文学受众中的“网络文学”概念，具备如下特点：1、创作主体为使用电脑、网络等新媒体工具进行创作的人；2、必须保证网络首发；3、作品的主要读者为网上读者；4、创作过程中有作者与读者的双方互动；5、发行传播的主要渠道为网络。

文学网站有两种英译：network literature 或 internet literature。目前

<sup>3</sup> <http://www.xys.org>.

<sup>4</sup> <http://www.rpi.edu/~cheny6>.

对文学网站的界定基本空白。由于网络是开放自由的空间，任何社会化个体，只要愿意都能以文字的形式把作品发布到网络上。因此，网络上文字作品繁多，它们可以在博客、QQ空间、论坛、微博、个人主页、原创文学网站等不同平台上出现。文学网站是为网民提供在互联网上发布和阅读文学作品的网络媒体。有学者认为文学网站是专门用于收藏、储存并发布文学作品和其他文学信息以供网民浏览的网络节点，它一般由文学机构、文学社团、文化公司或文学网民个人建立，是文学在网络虚拟空间的聚集地，也是网络文学的具体载体<sup>[5]</sup>；文学网站是在网上可以浏览访问文学作品的站点。输入文学网站的网址，通过识别访问此页面的终端不管是电脑终端还是手机终端，自动选择不管访问 web 页面还是 wap 页面，可以让用户不管使用何种终端，都能浏览到所需的内容。同时文学网站除了必须与文学作品相关外，还具有一定的盈利性质。根据功能的不同，文学网站大体可分为两种模式，一种以网民文学作品共享，交流写作心得和思想为主，发布一些个人掌握的文学信息等，这种一般以个人主页的形式出现。如 QQ 空间、博客。另一种是拥有自己的管理层和员工，把传播文学作品和经营网站作为盈利手段的。如：起点中文网、幻剑书盟、纵横中文网、榕树下、晋江文学网等。<sup>[6]</sup>

中国网络文学或者说华文网络文学的起源不在大陆，而在北美。中国网络文学最早可追溯到 1991 年王笑飞在海外创办的中文诗歌网，中国留美网络作家少君同年 4 月在网络上发表《奋斗与平等》，这是目前所知最早的一篇中文网络小说。1994 年 2 月，方舟子等人创办第一份中文网络文学刊物《新语丝》。如果说欧美网络文学走的是网络技术新路，更多地向技术性一端倾斜，那么汉语网络文学走的却是传统文学的老路，更追求古老的文学情性与新型的媒介技术结合。<sup>[7]</sup>1995 年网吧开始陆续在中国出现。1996 年后，网吧开始在中国各大城市“遍地开花”。

**文学网站**是网络原创文学发展的平台，正是借助这个平台，“网络文学”这个概念才开始出现并日渐被学界所认同。目前，据不完全统计，我国以文学命名的综合性文学网站有 300 多家，据流量监测网站 Alexa 2012 年 2 月统计，其中名列前 10 位的分别是：起点中文网、幻剑书盟、纵横中文网、小说阅读网、晋江文学城、潇湘书院、17K 文学网、红袖添香、逐浪网、榕树下。

中国第一个文学网站的诞生及发展，1997 年底，美籍华裔朱威廉回国创办

了中国第一个华文原创文学网站“榕树下”，作为中国网络文学诞生的标志，揭开中国网络文学网络时代的序幕。1997年12月，“榕树下”是一个挂在PCHOME网站上的个人主页，直到1999年7月，“榕树下”才申请独立顶级域名的网址（www.rongshu.com），同年8月，朱威廉邀请10余位网络文学作者，并成立上海榕树下计算机有限公司，正式开始运作。

自创办至今，“榕树下”发展历程几经坎坷。它曾在中国文学网站发展初期独领风骚，而今在文学网站激烈竞争中却名落孙山。2001年，“榕树下”注册用户达160万，<sup>[8]</sup>2004年其注册用户达400万，在当时文学网站仍是注册人数最多的。<sup>[9]</sup>虽然现在“榕树下”仍是官网号称全球最大的原创文学作品库之一，每天投稿数量近5000篇，文章总数在140万部以上，但www.rongshuxia.com在Alexa上全球综合排名第43,566位，中文排名第5488位。在互联网实验室提供的中文网站排行榜文学类网站中，“榕树下”跌出前二十，排在23位，<sup>5</sup>（互联网实验室提供的《2010年9月中国文学网站市场份额统计报告》中，显示其9月份的市场份额仅为0.99%。<sup>[10]</sup>

“榕树下”在文学网站中的排名变化，与其发展经历紧密相关。综合相关资料，“榕树下”发展阶段，可分为：朱威廉时期（1997-2002）、贝塔斯曼时期（2002-2005）、欢乐传媒时期（2006-2009）和盛大文学时期（2009至今）四个阶段。2009年12月，盛大文学在完成对“起点中文网”、“红袖添香”和“晋江原创文学网”的收购后，开始收购“榕树下”。收购“榕树下”是盛大文学垄断网络文学市场的一个重要步骤。如今“榕树下”很少被人提起，而作为中国文学网站排名前两位的“起点中文网”和“幻剑书盟”却把网络文学产业做的风生水起。

### 1.3 研究方法与创新

本研究中主要使用的研究方法是文献研究法和案例分析法。

文献研究法主要利用互联网和相关的期刊书籍对文献资源进行收集整理，厘清网络文学、文学网站的概念、及其发展脉络，并对研究现状及存在的问题进行评述，同时对传统的受众理论和积极受众理论进行梳理。

<sup>5</sup>查询时间：2013-6-18，中国互联网实验室 [http://top.chinalabs.com/ciis\\_sort.aspx?Sort=000B](http://top.chinalabs.com/ciis_sort.aspx?Sort=000B).

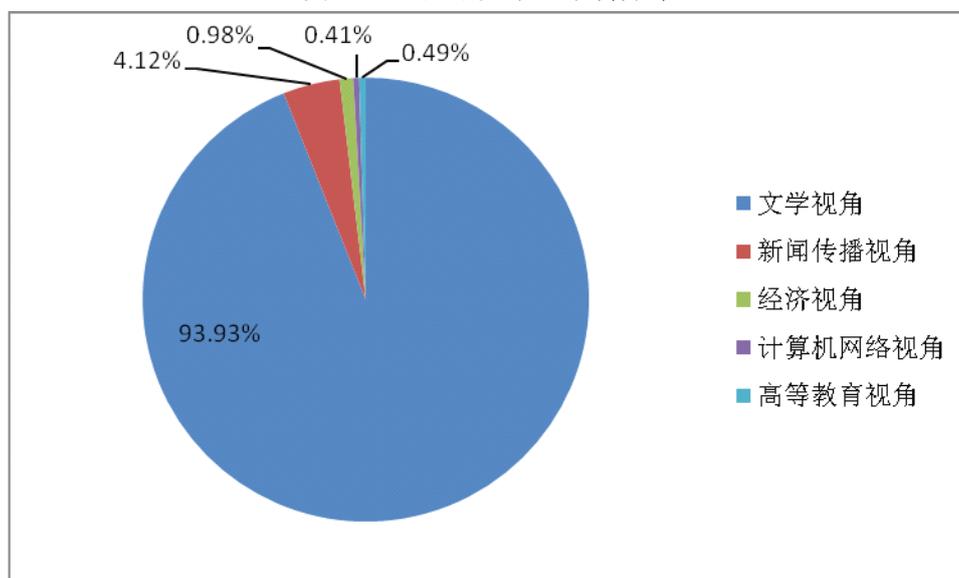
案例分析法主要是以“起点中文网”和“幻剑书盟”两个具代表性的文学网站为研究案例，运用康彬的积极受众分类及其社会参与三种模式，对两大文学网站进行分析。与此同时笔者利用在丰城二中任课的优势，对丰城二中高一、高二、高三学生进行问卷调查和深度访谈。调查问卷设计思路主要是参照康彬的三种受众社会参与模式。问卷调查采用分层抽样的方法，访谈则以一对一访谈为主、小组访谈为辅，借助这两种方式了解考察高中生网络小说的使用情况。通过这一些案例分析进一步探究网络文学受众积极性的阅读及使用情况。作为分析工具的主要是康彬在尼科·卡彭特尔（Nico Carpentier）的积极受众理论模式基础上提出的三种受众社会参与模式。

## 第二章 文献回顾

### 2.1 国内研究现状

随着研究对象在规模上极速膨胀和各种媒体的关注，国内掀起了一股研究网络文学热潮。在 CNKI 网上以“网络文学”为关键词进行搜索，共找到 5632 条结果，其中 289 篇硕博论文、101 篇会议论文、2673 篇学术期刊论文。<sup>6</sup>在 CNKI 网上以“网络文学”为关键词搜索后，再按“指数”一项可得出以下图表。

图 1：“网络文学”学科分布



附注： 查询时间 2013-6-16

如“网络文学”学科分布饼状图所示，这一阶段分别有以下几方面研究视角：文学视角（中国文学、世界文学、文艺理论、中国语言文字）共占学科总研究的 93.93%；新闻传播视角（出版、戏剧电影与电视艺术、新闻与传媒）占 4.12%；其他如经济、计算机网络、高等教育视角分别占 0.98%、0.41%、0.49%。综观上图，网络文学的研究已取得较快的发展，但其不足也十分明显：文学视角研究网络文学占绝大多数，但从新闻传播视角研究网络文学却寥寥无几。鉴于以上研究情况，本文力图从新闻传播角度进入积极受众视角研究的微观层面，希望对网络原创文学阅读接受活动有所创见。

本文所要研究的方向属于美国文艺批评家艾布拉姆斯文学四维度（作者、读者、文本、世界）中读者维度。<sup>[11]</sup>

<sup>6</sup> 查询时间 2013-6-16.

崔萍溶对于当前国内网络文学研究作了类似评价：“国内网络文学研究都将着眼点放在网络文学的个别文本或”‘作品’内部，却忽略了发生在文本与文本之间的，更准确地说，发生在整个文学‘网络’当中的重要文学现象……但如果我们将着眼点放大一点，去分析整个网络这一广阔的新文学空间，网络文学特征还是很明显，对个别文本的具体分析也是没有意义的，但这样的研究很难获得对网络文学更宏观的视野。”<sup>[12]</sup>

考虑到本文的研究方向，以下将主要从文学视角、新闻传播视角和经济视角三方面来对国内网络文学研究进行文献综述：

### 2.1.1 文学研究视角

国内网络文学研究中以文学视角研究的占 93.93%。研究的学科包括中国文学、世界文学、文艺理论和中国语言文字。在豆瓣读书网上以“网络文学”搜索，得出 1280 本书，其中网络文学学术理论专著只有 37 本，其余皆为网络原创小说出版书，而这 37 本网络文学学术理论专著中大部分是从文学视角来研究的，用新闻传播理论视角的研究只是零星散见于某些专著中。<sup>7</sup>

文学视角研究主要围绕着以下问题：有关海外华文网络文学和西方超文本理论、网络文学历史发展的相关梳理、网络文学四个维度（作者、读者、作品、世界）单向的研究分析、网络文学历史定位及评判标准、网络文学与传统文学间的关系、网络文学批评体系的建构等。研究者有欧阳友权、蒙星宇、马季、蓝爱国、苏晓芳、谭德晶、吴冠军、宿晶格、邱碧君、雷默、黄鸣奋、谢家浩、姜英等，特别是前两位研究成果占国内研究的相当部分。欧阳友权写有《网络文学本体论》、《网络文学的学理形态》等专著以及数百篇有关网络文学论文，并且编著《网络文学概论》、《网络文学发展史》等能够当成教科书的基础性研究。此外他还主编“网络文学教授丛书”、“网络文学新视野丛书”，并组建“湖南省网络文学研究基础地”，对网络文学研究作出贡献。蒙星宇的《北美华文网络文学二十年研究（1998-2008）》在研究对象上有一定的突破，网络文学研究主要集中于两岸的网络文学，他开创华美网络文学的研究先河，将北美华文网络文学与中国本土网络文学进行参照，对目前网络文学研究有不少借鉴意义。初步探索期，研究

---

<sup>7</sup> 查询时间 2013 年 6 月 16 日。

较零散，不成体系。主要研究对象与 03 年以后商业化经营的网络文学有较大差别，研究者多集中于探讨网络文学的概念、网络作品本身的网络特性，而较少掺杂进市场化的因子。

从 CNKI 网上以“网络文学”搜索后，再选“指数”一栏可了解有关网络文学文学视角研究单位集中于中南大学、四川大学、苏州大学。

## 2.1.2 经济数字化产业研究视角

2003 年 10 月 10 日，起点中文网正式推出第一批 VIP 电子出版作品，VIP 会员计划正式启动，随后各中文网站纷纷效仿。VIP 制度的启动和网络文学出版热、网络文学与电脑游戏的互动关系、网络文学影视改编热等因素均加速了大陆网络文学的商业化倾向。以经济产业视角研究网络文学的论文日增，关于网络文学与数字化阅读及数字化产业的关系；关于网络文学整个产业链运作、其商业化价值；关于网络文学版权纠纷等问题随之成为研究热点。有关文学网站的产业化经营。商业化了的网络文学与初期研究主要探讨的业余性、无功利性网络文学很不一样。

黄鸣奋的《互联网艺术产业》，扩大了网络文学的研究视野，他的研究对象不只是局限于文学现象而是还包括整个新媒体等更广大范围，进而开始关注数字艺术作为“产业”的特征，从“艺术产业”的角度深入分析包括网络文学在内的互联网艺术产业。<sup>[13]</sup>

网络文学扮演数字化阅读先锋者的角色，掀起了阅读史上的一次革命。要真正把握到中国“网络文学”的症结，推动中国式“网络文学”走向新的发展轨道，首先应对网络文学的数字技术化特质有清醒而深刻的认识。而世界新媒介文学的生产现实已经说明，没有数字技术就没有计算机网络，没有计算机网络就没有网络文学。那种忽视、轻视、盲视、反感与排斥网络文学技术要素的看法，既不懂得技术之于文学艺术的存在性地位，更不懂得数字网络技术本是网络文学获得人文性和文学性的助推器的真意所在。<sup>[14]</sup>

关于网络文学版权纠纷的问题，网络作家群体最关心的是自己合法权益难以得到保障。网络文学盗版直接导致正版网络大量付费读者和潜在付费读者流失，正版网络被迫扩大其他渠道的收入，严重阻碍了网络文学的产业发展。<sup>[15]</sup>

### 2.1.3 新闻传播理论研究视角

在 CNKI 上以“网络文学”为关键词搜索后，再选择“指数”一栏在学科分布状图上了解到以新闻传播理论视角研究网络文学的仅占 4.12%。可见到目前为止，以新闻传播理论网络文学的研究极少，在 CNKI 上以“网络文学”为关键词搜索后，再按“分组浏览”中“学科—新闻与传媒”一栏，共搜索出 192 个结果。对收集到的文献进行了划分与归类，发现目前我国以新闻传播理论视角研究网络文学的论文大体可分为以下几个方面：

一是传播媒介研究视角，研究传播媒介的嬗变与网络文学生存发展间的关系，传播环境变迁给网络文学新形态造成的影响。以传播媒介角度研究网络文学在新闻传播理论视角中占大部分。媒介传播是文学发展的中枢，有什么样的媒介就有什么样的文学，文学的样态围绕着媒介的特性起舞。互联网不是一个无关痛痒的媒介，而是一个似文字符号为主兼容各种符号介质的传播载体。这样一种载体势必带给文学革命性的变化。<sup>[16]</sup>互联网新媒介技术对网络文学创作、传播方式的影响巨大。网络文学具有前所未有的开放性及互动性，这就决定了其生产机制上与传统文学的差异。其生产主体范围不再限于传统精英阶层，而是每一位文学爱好和有兴趣创作的普通人。其作品连载为主的发布方式和良好而直接的互动环境决定了生产机制的另一方——普通受众也能通过评论、消费等互动方式让自己的影响力贯穿整个生产过程。在网络文学创作中，所有数据化和文字交互行为都可以视作直接互动，读者可以通过阅读、评论、订阅、道具、月票、打赏等方式为与创作者互动。<sup>[17]</sup>

二是受众研究视角，网络传播过程中，由于网络媒介的特有形式所造成使用阅读方式的改变，网络媒介迅速普及对与阅读有关的学习方式和思维的影响。有学者在讨论网络主体整体特征的基础上，将网络文学的接受者和传统文学的接受者作简单比较，并同时运用社会心理学的相关理论分析网络文学接受特有的心理特征。<sup>[18]</sup>在所收集文献中从受众理论来研究网络文学的文章极少，还有待探索和挖掘的空间。本文将两个具代表性的文学网站“起点中文网”和“幻剑书盟”为研究案例，运用积极受众理论框架，重点在于研究网络文学受众的积极性，试图填补这一研究领域的空白。

三是网络营销研究视角，有学者用营销传播理论针对处在营销传播萌芽状态

的网络文学产业进行了深入研究。<sup>[19]</sup>之后以营销传播理论研究文学网站的运营、发展及未来趋势也日渐成为一新的研究领域。

## 2.2 国外研究现状

### 2.2.1 日韩

研究中国的网络文学发展，如果只将视线停留在国内便很难取得突破性进展，了解国外网络文学发展状况，对中国网络文学发展具有借鉴意义。

在日本，2004年，发表在匿名论坛“第二频道”上的小说《电车男》被改编成电视剧、漫画，出版单行本，一些新闻媒体也对此进行报道讨论，从而引起全球性的“电车男”热潮。在2007年“TOHANwebsite”公司公布年度最畅销文艺类书籍前十名中，网络小说占据5位，其中前3名皆为网络小说，排在第一位美嘉的《恋空》销量达到200万册，并被改编成电影、电视剧。2008年，向来传统的“读卖文学奖”将上一年空缺小说奖颁给了网络小说——《犬身》。<sup>[20]</sup>一系列事实说明日本网络文学已融入社会并与传统文学相交织，在学界也拥有一席之地，日本网络小说出版已成为一种常态。

在产业链上游——作者部分，日本与中国极为相似，大多由青年业余写手组成，作品在成文中有非常频繁的作者与读者互动，在互动中，完整的作品得以最后呈现。但到出版发行阶段，不同于中国的网络文学，由网络文化公司主导，日本传统大型出版社在比较早便介入了网络文学。1999年11月，由日本151家出版社和书店组成的研究组织“电子图书国际财团”开启了日本电子图书试验。<sup>[21]</sup>此外，日本的手机小说相当发达。手机文学网站“魔法岛屿”为使用手机写手们提供了一种便于章、节管理的自动文本生成系统，成为手机文学在日本兴盛的功臣。《恋空》、“手机小说”创始人Yoshi的《深爱》系列作品，都是“手机小说”代表作。3G化阅读已成为日本网络文学发展的一大重要特色。

就文学内容而言，中日网络文学大相径庭。经典的写作方式被挑战，大量短句，断句充斥文章，语句随意性明显，比如以下获第三届手机小说奖的作品——《我是女朋友》的一段：我/ Aki/年龄? / 23/今年24了/男朋友? /嗯/当然/有啦/怎么能没有呢/……<sup>[22]</sup>日本网络文学也体现出相当明显的口语化特征，与经典文学表现绝然不同，但却满足了网络文学主流阅读群求新求奇的爱好的爱好。性、腥

等内容成为网络文学重要组成部分。

与中国网络文学相比，日本网络文学中的短篇文学比较富有特色。它们不仅有较多短篇文学专门性网站，还举行一年一度专门的短篇文学创作大赛，这是线上文学和线下互动的有益实践。而在这点上，中国网络文学还有欠缺。<sup>[23]</sup>韩国网络写手以女性居多，作品几乎都是纯真爱情小说，2001年、2002年网络畅销小说《我的野蛮女友》、《狼的诱惑》皆为典型纯爱小说。<sup>[24]</sup>同时韩国出版界对互联网、网络小说也呈现出比较主动的姿态，90年代开始，韩国出版界的电子图书市场和网络图书出版都呈现规模急剧扩大的趋势。<sup>[25]</sup>

### 2.2.2. 欧美

由于欧美国家在网络技术上的领先地位，他们的网络文学中存在着更多网络通信技术的影响因素。甚至众多欧美文学评论家认为只有运用网络技术进行创作的文学作品才是真正的网络文学作品。尽管欧美地区并没有显现出网络文学的繁荣盛况，但网络与文学之间的关系却更加纯粹。依靠网络资源才能更广泛流通的超文本是欧美网络文学的突出表现形式，代表着欧美网络文学的发展方向。<sup>[26]</sup>

1987年美国计算机协会第一届超文本会议上，迈克尔·乔伊斯(Michael Joyce)发布了他的超文本小说(Hypertext fiction)《午后，一个故事》，这部小说被称作“超文本小说始祖”，此后，由美国作家史都尔·摩斯洛坡(Stuart Moulthrop)创作的《胜利花园》发行，由此超文本小说与网络真正实现对接。摩斯洛坡在中国影响较大的《漫游网际》，都是跳转式超文本小说。1999年摩斯洛坡的《雷根图书馆》更是采用随机跳转式技术，一个页面和多个页面进行链接，在跳转时，由计算机随机在多个链接的页面中选定一个跳转，便形成一个多向路的叙事。读者在每一次阅读中都会有新的发现和理解。<sup>[27]</sup>随着欧美网络文学的发展，对其进行理论性研究也日渐增多。欧美的网络文学研究成果相当可观。自超文本理论鼻祖范内瓦·布什(Vannevar Bush)提出“MEMEX”概念之后，<sup>[28]</sup>这一概念被泰德·纳尔逊(Ted Nelson)和乔治·当道(George Landow)等超文本理论家所继承。

可是，中国作协网络文学负责人马季在海外网络文学研究方面这样评价：“如果说国内网络文学走的是传统写作老路的话，那么可以说欧美网络文学走的

是网络技术的新路。”<sup>[29]</sup>

有学者认为，欧美网络文学发展的途径与中国、韩国、日本等东亚国家有所不同。欧美几乎没有出现网络文学作品席卷出版界的文化现象，它们的网络文学作品更集中在前沿的超文本学实验方面。他同时认为，欧美网络文学研究的最大问题在于理论性过强。而这些超文本的相关理论离我国网络文学现状却有相当距离。他认为欧美的网络文学研究有一定价值，对我们的理论启发很大，但我们要拿它使用于中国网络文学研究领域时，一定要保持极其谨慎的态度，欧美毕竟没有蔡智恒，没有安妮宝贝，中国这种巨大的网络文学现象是不能完全通过超文本理论去解释的。<sup>[30]</sup>

# 第三章 受众理论框架

此小节除传统受众、网络受众理论之外，还将叙及文学网站受众的总体特征。

## 3.1 传统的受众理论

### 3.1.1 大众、受众与大众受众

在受众研究领域，“大众受众”（mass audience）一词广为人知，然而，大众（mass）与受众（audience）并非天然一体，前者是社会学的，后者为传播学的。大众与受众的勾连，一定程度上反映历史和社会发展的内在逻辑。按照大众社会理论，大众（mass）是现代工业化社会的产物，也是大众传播发展的起因，反映脱离家庭、血缘、土地等传统纽带，相互依赖却又彼此陌生人们的生存形态。大众具有规模大、分散、匿名和无根性的特点，既不同于有一定组织性的社会群体（group），也不同于松散的群集（crowd），以及有政治自觉意识的公众（public），他们没有任何组织性，没有稳定的结构、规则和领导者，也缺乏为实现自身目的而行动的意愿和手段。

而受众（audience），按照麦奎尔的说法，是社会环境和特定媒介供应方式的产物。<sup>[31]</sup>受众的发展经历了漫长的过程，受众的媒介使用亦具有鲜明的社会特征和环境特征。最早的受众可以追溯至古希腊古罗马时代，那些集聚在一起现场观看表演或竞技的城邦观众，他们是受众的原始雏形。15世纪印刷品的出现，催生了最早的大众媒介受众——阅读公众，一种拥有一定社会地位和阅读技能，相对自主的群体。电影的发明和影院放映方式的出现，则“创造了第一个真正意义上的‘大众受众’<sup>[32]</sup>：数以百万计的人们一起分享相同的、经媒介传播的情感和体验，批量生产的拷贝传播，取代人性化的、活生生的现场表演和互动。到20C初中期，广播电视的发明，使受众身份第一次与技术手段的拥有联系在一起，跨越有形疆域的无形传播，大大扩展了传播的影响面和影响力，时空转换性更强，共时分享的受众也更多。

最早用“大众”概念框架来分析“受众”的，是美国社会学芝加哥派的代表人物之一布卢默。他从更广泛社会生活变化特征的角度进行思考，将受众这一

新型集合体的形成，视为现代社会各种因素相互作用的结果，并称之为“大众”，这与此前的“群体”、“群体”和“公众”区别开来。<sup>[33]</sup>大众或受众的形成，都离不开工业化都市化的发展、人们识字能力的提高、交通运输的发达、信息传播的普及、社会的集中化程度等因素的影响。大众传播的受众，不仅人数众多、分布广泛、层次参差、互不知晓，且缺乏自我认同意识，也没有任何组织性，易受外部力量的驱使。由此观之，用典型的大众社会论观点说，“大众传播的受众无疑就是大众本身，受众具备着大众的一切特点”<sup>[34]</sup>这个版本的大众受众，常被视为像一盘散沙一样孤立无助、被动消极的个体，在大众传播中，他们处于单向的、非人格传播的接收端，是中弹即倒的“靶子”和任人操纵的群氓。早期传播效果理论“魔弹论”眼中的受众便是如此。

此后，随着社会的发展和研究的深入，人们重新发现“作为群体的受众”，发现了“顽固的受众”，也出现了各种不同的受众观。然而，更明显的趋势是，随着大众传媒向产业经营方向发展，市场话语逐渐呈现强势，而将大众受众视为市场、视为消费者的观念也日益发达。在这种观念下，传播者与受众之间的关系被简化为一种“计算”关系，一种买卖关系，大众受众成为媒介资本和广告商（广告主）的“打工仔”。而在批判学派眼里，大众受众一词多少带些贬抑之意，意味着个性丧失、非理性和缺乏自我意识。用马尔库塞的话说，大众受众的形成是控制与同质化过程的一个组成部分，而控制和同质化导致出现了单向度的社会和人。<sup>[35]</sup>他们无力为自己辩解，而传媒却可以将“心理无知”强加给他们。然而，后期文化研究学派尤其是接受分析抛弃了传统“大众”概念，也否认受众不可避免的被动性，他们认为，受众从来就不是绝对被动的，而是具有一定的主动性和选择能力，他们能够按照自己的意愿解读媒介文本，并建构意义。

### 3.1.2 霍尔的编码解码理论

麦奎尔曾将受众研究划分为“结构性”(structural)、“行为性”(behavioral)和“文化性”(cultural)三大研究传统。“结构性”研究的主要目的是获取“到达率”等量化数据，以揭示传媒系统与个体的媒介使用之间的关系，由此催生出一个与广告和媒介市场研究密切相关的庞大产业；“行为性”研究注重受众动机及选择模式，着眼于心理模式对行为范式的影响，“使用与满足”理论是其显著

代表；“文化性”研究广义上包括批判性研究、文化研究和接受分析，狭义上主要指后者，强调受众的能动作用，将媒介使用视为特定社会文化环境的一种反映，是受众赋予文化产品以意义的过程。<sup>[36]</sup>

斯图亚特·霍尔的编码解码理论无疑是“文化性”研究的代表。1973年，霍尔（Stuart Hall, 1931-）发表论文《编码/解码》（Encoding/decoding, 后收录于《Culture, Media, Language》），将受众研究带入一个全新阶段。霍尔认为，受众对媒介产品的解释，与他们在社会结构中的地位和立场相对应。《编码/解码》文中提出受众解码电视符码的三种假想立场，即：主控式立场，受众完全、直接地接受节目的内涵意义，按照信息被编码时的参考代码进行译码，这是理想中典型“完全不失真的传播”例子；协商式立场，它既承认有关事件主导性定义的特权地位，同时又保留着以协商的方式将其运用于“本地情形”的权利，混合着适应性和对抗性因素，因而，这种占主导地位意识形态协商式变体充满矛盾；对抗式立场，受众完全明白话语中给出的字面意义和内涵隐义，却使用一种与之完全相反的方式进行译码，将信息在另一种参照体系中重新组合进行话语斗争。<sup>[37]</sup>

霍尔的学生莫利（David Morley）借助老师的编码解码理论，对英国当时具代表性的新闻杂志类节目《全国新闻》展开实验式研究，以检验并认证霍尔的“积极受众论”，研究成果形成《“全国”观众》一书。此后，《编码/解码》与《“全国”观众》不仅成为积极受众论的丰碑，而且成为英国文化研究转折的标志。金惠敏认为，我们承认霍尔作为英国文化研究总设计师的地位，但是假设没有其门生莫利接续的、持久的、深入而系统的强化和拓展，霍尔关于编码和解码的思想即令如何高妙，那也终将不过是一张图纸而已。可以说戴维·莫利是英国文化研究中将文本研究转向受众研究的关键人物。20世纪80年代，莫利在伯明翰大学当代文化研究中心师从霍尔，深受伯明翰学派所倡导的阶级、种族、性别、民族、国家等宏观视角的影响，开始关注文化产品的政治意义和意识形态结构。90年代以后，莫利及时吸纳新兴理论，加入了家庭研究、人类学和地理学，与费斯克一起致力于在后现代文化语境下以更全面的视野为信息时代的媒介研究延展新的空间。同时，莫利重新构筑了受众概念，开创性地将传统受众研究范式引向民族志受众研究，挑战了美国主流传播研究实证主义传统范式，实现了传统受众研究视角的转型。<sup>[38]</sup>

## 3.2 网络时代的受众理论

麦奎尔在《受众分析》一书的结语中指出：“如今，出现新型受众的可能性是如此之大，以致没有任何单一的分类方法能够恰如其分地对受众进行划分。……受众理论和受众研究中将会不断涌现大量的新概念。”<sup>[39]</sup>

康彬认为结构性受众研究在新媒体时代的发展，仅仅对电视和广播等传统媒体进行受众调查已远远不能满足当今受众调查的需要，众多网站经营者、手机内容运营商及移动电视运营商等新媒体传播者迫切需要有公司提供它们所面对的受众信息，因此一些新的专门针对新媒体进行数据调查的公司应运而生，如美国的互联网调查公司 comScore，而在中国也有专门针对网络媒体和手机媒体受众进行调查的 Alexa 公司；行为性受众研究尤其是其中最著名的使用与满足研究，在新媒体时代也有其可取之处，通过借鉴这一理论来分析网民使用网络媒体的行为，可以分析出网民是为了满足缓解焦虑的需求、满足获取信息的需求、满足情感交流的需求、满足自我实现的需求等；而青少年通过对新媒体的使用，可以获得平等参与的满足、“个性化”的满足、“共享”的满足。<sup>[40]</sup>

以霍尔编码解码理论为代表的社会文化性受众研究在新媒体时代也会有相应的发展。社会文化性受众研究强调受众具有主动性和选择性，受众的媒介使用是特定文化环境的一种反映，也是赋予文化产品的过程。文化研究学派以霍尔研究电视媒体的编码/解码模式为代表，以民族志为研究方法。

### 3.2.1 阿伯克龙比的“观展/表演范式”

在互联网新媒体环境下，媒介使用更为频繁，受众的媒体表现更为多元，仅仅依靠前面提到的几种理论和模式还无法解释许多新媒体环境下的受众表现。英国传播学者阿伯克龙比（Abercrombie）和朗斯特（Longhurst）在《受众——表现与想象的社会学理论》一书中提出观展/表演范式（Spectacle/Performance Paradigm, 简称SPP）。该范式提出媒介影像大量进入日常生活，人人都直接或间接的成为受众，同时也是表演者，内容的生产者与接受者融为一体。人们将自己呈现于他人面前，并想象他人如何看待自己。该范式重视受众主动的媒介使用行为，以及由此带来的自我形象的搜寻与建构。<sup>[41]</sup>他们不只将受众视为社会建构的

产物，同时将消费与认同的观点也纳入到受众研究中，开始重视受众的媒介消费行为所展现的自我形象的建构。

运用这一范式可以更好的解释网络上出现的网民行为，比如很多人喜欢在网络上写博客，在QQ空间上晒美照，如果从使用与满足角度考虑，可能这种现象就被解释为通过使用博客这种渠道来满足网民抒发感情的需要，而从观展/表演范式角度解释，可以把网友在网络上写日志、晒美照、晒名牌包包等行为看做是一种表演行为，通过这种表演，网民将部分自己呈现在其他网民面前，再从其他网友对自己的评论中，来建构自己在他人眼中的形象。同样这一理论也可用来解释新浪微博、QQ空间上一些网民热衷于更新自己状态的行为。

现在国内运用这一范式来解释新媒体时代受众行为的论文并不多，比较成功的是用此范式来解释中国大陆美剧迷的现象，活跃在美剧论坛上网络迷群通过观展、表演和想象等行为来确认自己文化上的身份和被别人所认同。<sup>[42]</sup>

阿伯克龙比（Abercrombie）和朗斯特（Longhurst）还在书中提出扩散受众（diffused audiences）这一概念，它与简单受众与大众受众这两概念相对，主要由以下四个因素构成：（1）花费大量的时间消费媒介；（2）媒介无所不在，且难以和日常生活区分开来；（3）当代社会是一个表演的社会，相当多的人类活动都包含了表演的成分；（4）扩散受众是观看（spectacle）与自恋（narcissism）交互作用的结果。<sup>[43]</sup>扩散受众的提出，为传统的受众概念增添了新内容，使新媒体时代的受众产生的新特征在扩散受众这一概念中得以体现，即由于媒介影像的大量渗透，入侵日常生活，生活在社会中的人们无法避免媒介影像的接触，无人能够逃脱受众的位置，因而在当代社会人人都直接或间接的成为受众。

中国传媒大学传播学者康彬认为对新媒体时代受众研究有以下三个方面：一是受众这个词在新媒体时代受到一些学者的质疑。在新媒体时代，互联网和智能手机等新媒体用户在信息的选择上都处主动地位，传播者和受众的界限越发模糊。并且，传统定义上的受众范围过于狭窄，已不囊括新媒体时代所出现的各种新受众类型，比如互联网、智能手机和Ipad用户等；二是新媒体时代的受众研究中缺乏新的理论或学说支持。许多学者在分析受众时多在运用使用与满足理论，这个产生于上世纪70年代的研究，而观展/表演范式也是在上世纪90年代末提出的，技术上的发展带来的是受众观念和媒介使用情况的变化，这一时期并没出现

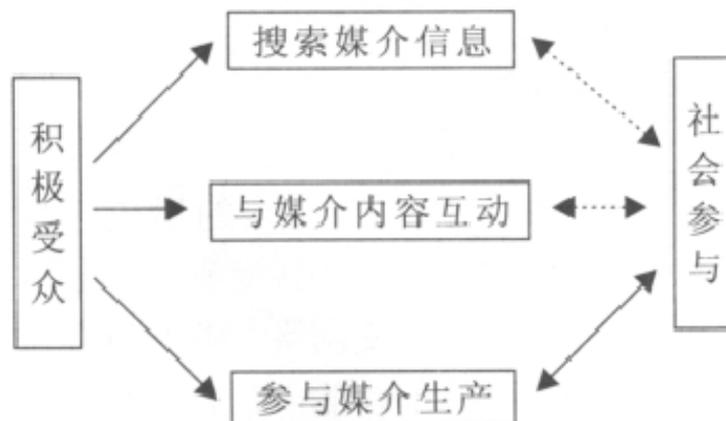
著名的受众理论或学说。三是新媒体时代的受众研究应探究适合新媒体的研究路径。在Web2.0时代，网络技术的发展使用户自主创造内容的门槛大大降低，个性化的用户个体创造汇聚成庞大的内容生产，一种新的网络用户为中心的传播生态正在形成。在这个传受关系相当模糊的新媒体时代，怎样做受众研究令人深思。

[44]

### 3.2.2 尼科·卡彭特尔的积极受众理论框架

此外，英国布莱克威尔传播学者尼科·卡彭特尔（NicoCarpentier）将积极受众分为与媒介内容互动的受众和参与媒介产品生产的受众，并提出相应的受众行为模式。<sup>[45]</sup>康彬在尼科受众划分的基础上，结合当今媒体传播的实际，提出新媒体时代的积极受众分类及其社会参与模式。

新媒体时代积极受众的分类及其与社会互动的模式



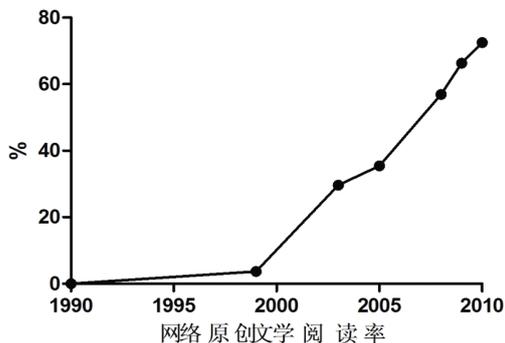
第一类积极受众指在新媒体时代主动搜索浏览信息的受众，不同于传统受众，他们不再满足于传统的以点对点、你传我受的传播模式，他们积极通过媒体搜索自己感兴趣的信息，体现新媒体时代受众的主动性，但这类受众仅仅搜索和获取信息，并没有和其他受众产生交流，或与媒介文本产生互动，，所以这类受众社会参与活动并不明显，他们的媒体行为可能对他们的社会参与活动产生了影响，也可能并不起什么作用；第二类积极受众在新媒体时代积极与媒介内容互动，他们不光搜索浏览媒介信息，同时还积极传播和评论这些信息，比如网络论坛或社区中积极发表言论和评论的受众，还有那些喜欢转发和评论的用户，信息在受

众之间进行分享和交流，同时通过社交媒体等社会化媒体进行信息交流，受众可以根据自己的喜好选择志同道合的人进行互动，但与其他受众的交流与互动并不能保证其参与到社会活动中。这类受众与媒介的互动方式与传统的受众与媒介的互动方式不同主要在于，传统的受众与媒介的互动模式侧重于受众与媒介机构的交流，因为媒体是信息的提供者，所以受众的反馈主要流向媒体机构，而新媒介技术的发展使得新媒体时代的受众与媒体内容的互动，内容成为积极受众的关注焦点；第三类受众是伴随着新媒体技术出现而产生的积极参与媒介生产的受众，新技术的出现降低了受众参与媒介生产的门槛，UGC（User Generated Content 用户原创内容）正好代表这类受众的主动性和生产性。这类受众参与媒介生产主要有两种形式，分别是直接参与和间接参与。直接参与就是直接生产和发布信息，比如在社交媒体上发布信息等，而间接参与则是指利用媒体上的信息进行创造性的再加工。这类受众的主动性和积极性在新媒体时代得到充分体现。<sup>[46]</sup>

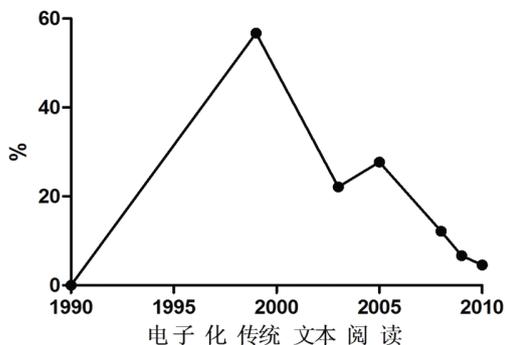
### 3.3 文学网站受众总体特征

传播学家 E. 卡兹在《个人对大众传播的使用》中提到实际接触行为的发生需要有两个条件，其一是媒介接触的可能性，即身边必须要有电视机或报纸一类的物质条件，如果不具备这种条件，人们就会转向其他代替性的满足手段。<sup>[47]</sup>一般文学网站受众可分为传统网络媒体受众和移动网络媒体受众。传统网络媒体指需要电脑登录的网站，台式机电脑是网络文学用户最常用的阅读设备。一直以来 Alexa 网站流量查询系统所显示文学网站排名第一的是起点中文网；文学网站的移动网络媒体受众，移动网络媒体主要指可以上网的手机（尤其指智能手机），此外还有 Ipad、kindle 等电子阅读器。在手机上看网络文学的占 40.5%，而用电脑看网络文学的人逐年递减，这说明网络文学受众在电脑和手机两类终端的使用上较为分化。<sup>[48]</sup>有学者根据 1999-2010 年互联网基本情况调查（CNNIC）和当年国民阅读情况调查数据对网络原创文学阅读率和电子化传统阅读作了相关数据统计。<sup>[49]</sup>笔者将其统计的数据制成以下两个图表：

阅读趋势图



阅读趋势图

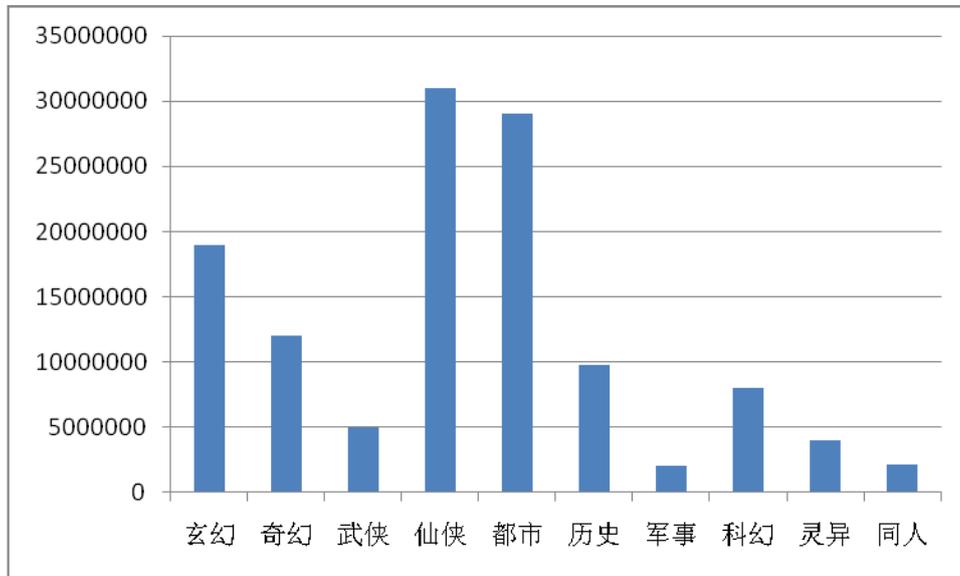


这两张图表呈现了网络原创文学阅读率、电子化传统文学阅读率的变化趋势。从以上图表可以看出，自 1999-2004 年电子化传统文学的阅读比率一直在下降，在 2004-2010 年这个时间段，电子化传统文学的下降幅度虽不太大，但也呈持续走低趋势，其中网络文学的阅读率不断升高在图表中表现最突出。可见，在 2004 年以前读者更倾向于选择电子化传统文学，而之后受众更倾向于选择阅读网络原创文学。

为什么会 2004 年左右出现受众阅读选择的变化呢？这实际上与网络原创文学网站在这一年的迅速发展有关。网络原创文学网站的发展为原创文学提供了储存的空间。在这一年起点中文网正式成立，并成功推出签约作家的网络原创文学的生产模式，为受众的阅读提供了条件。TOM 网络入驻幻剑书盟，投资两千万，为网络原创文学网站的发展提供了物质基础。同一时期，红袖添香与新浪共同举办了网络原创文学大赛，反响不同一般。有影响力的网络原创文学网站数量上的增加，客观上为受众提供了可选择的阅读资源。这些供受众选择的资源内容包括哪些呢？在网络原创文学网站中一般根据作品内容分为以下几类：奇幻玄幻、武侠仙侠、都市言情、历史军事、科幻灵异、同人书坊、图文文学等。那么

受众倾向于选择怎样的原创文学作为阅读的对象呢？我们不妨看看下表的统计。

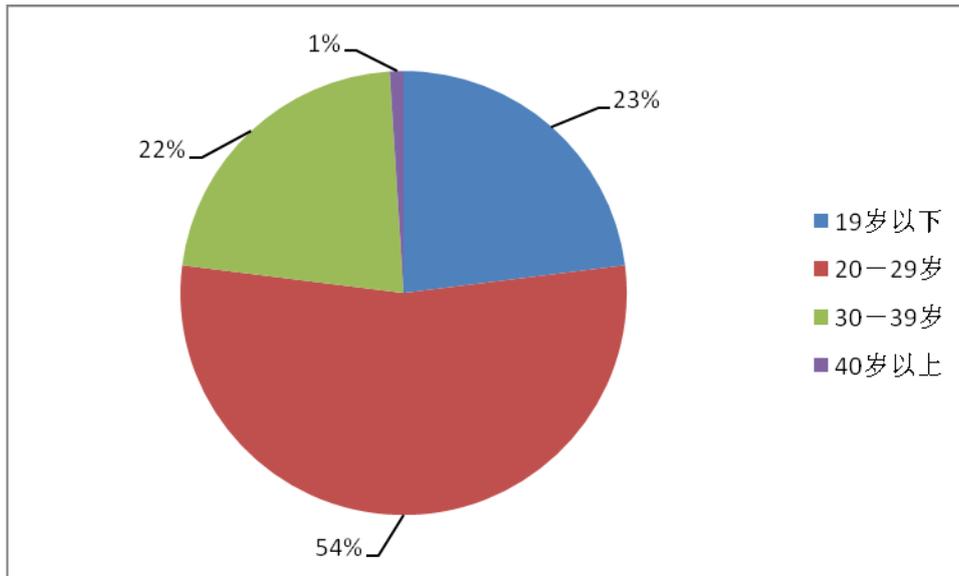
小说类型书友周点击排名第一统计表



附注：图表的源数据来自于起点中文网站，是类型文学周点击量最高排行（查于2013年12月6日）起点中文网是国内最大的网络原创文学阅读与写作平台，根据互联网实验室统计数据，自2006年以来起点中文网长居中国文学网站市场份额首位，这一网站的数据调查较能说明受众的阅读选择情况。

通过图表可以直观得出都市言情、仙侠武侠、玄幻奇幻小说的周点击率最高，也就是说在网络原创文学网站中，受众更多的选择阅读这三类。此外，受众还比较倾向于选择年轻作者创作的作品。关于这一倾向性以下引一图表进行说明。

热门作家年龄分布图



附注：本图的数据是根据小说阅读作家点击量排行榜统计得出，数据来源 <http://x88.cn/top/writers.html>

从图中可以清晰的看出，受众喜爱的作家年龄多集中在20-29岁间，80、90后作家较多受众喜爱。这一区间分布与网络受众主要群体的年龄分布区间是吻合的。网络文学主要用户群是青少年。由于这一阶段青少年处于发展的特殊阶段，他们有通过网络文学小说阅读来满足自身认知和情感的需要，在这一诉求的指引下，他们更渴望在文学阅读中读到与自我有共鸣的作品。而青年作家作品一定程度上表现出青春期的情绪，容易符合受众的期待视野，满足他们的情感心理体验。可见受众多选择与自己年龄差距较小的作品来阅读。

通过对传统网络媒体和移动网络媒体受众分析，网络文学的受众特征有以下五大特点：

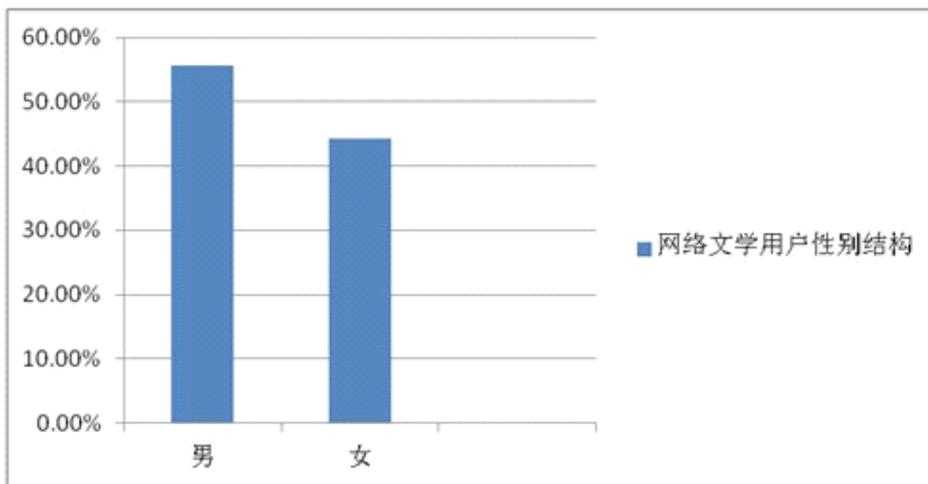
其一、文学网站的受众数量增速快。随着网民的激速增加，中国互联网的迅速普及降低了文学写作和发表的门槛，让更多的普通人获得了大量参与文学创作和阅读的机会，从而带动网络文学的繁荣。此外，很多传统文学作家也开始借助互联网发表和传播作品，扩大网络文学的影响力；传统文学奖项也开始把网络文学纳入评选范畴，一些热门作品获得好评，一些明星作者也获得作家大奖；传统出版社与文学网站积极合作出版网络小说畅销书；网络文学改编电影电视剧在电视和网络上热播；网络小说陆续制作成网络游戏等。网络文学在社会上“马太效应”的影响力也推动网络文学用户规模的扩大。

2012-2013年 网络文学用户数及使用率



附注：图为2012—2013年中国网络文学用户数及网民使用率

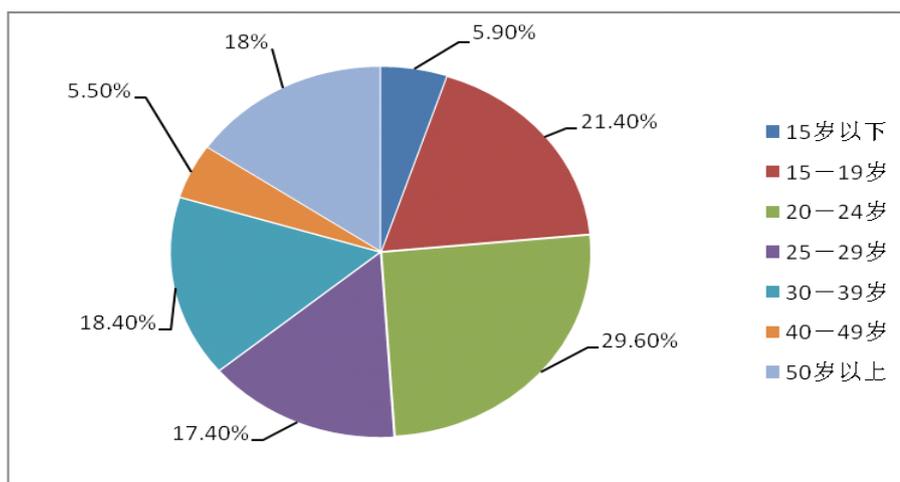
其二、性别结构上网络文学受众以男性居多。根据2010年《中国网络文学用户调查报告》，网络文学受众男女比例为55.7：44.3，男性受众高于女性受众11.4个百分点。纵观Alexa统计报告排前10位的文学网站：起点中文网、幻剑书盟、纵横中文网、小说阅读网、晋江文学城、潇湘书院、17K文学网、红袖添香、逐浪网和榕树下。其中明显以女性受众为主的文学网站有2个，分别是潇湘书院和红袖添香；其他文学网站多以男性受众爱看的玄幻类、仙侠类网文为主，虽然起点中文网专设了起点女生网。<sup>[50]</sup>



其三、年龄结构上青少年是网络文学主要用户群。根据2010年《中国网络文学用户调查报告》，在年龄段网络文学受众中，15-24岁年龄段受众比例达51%；30-39

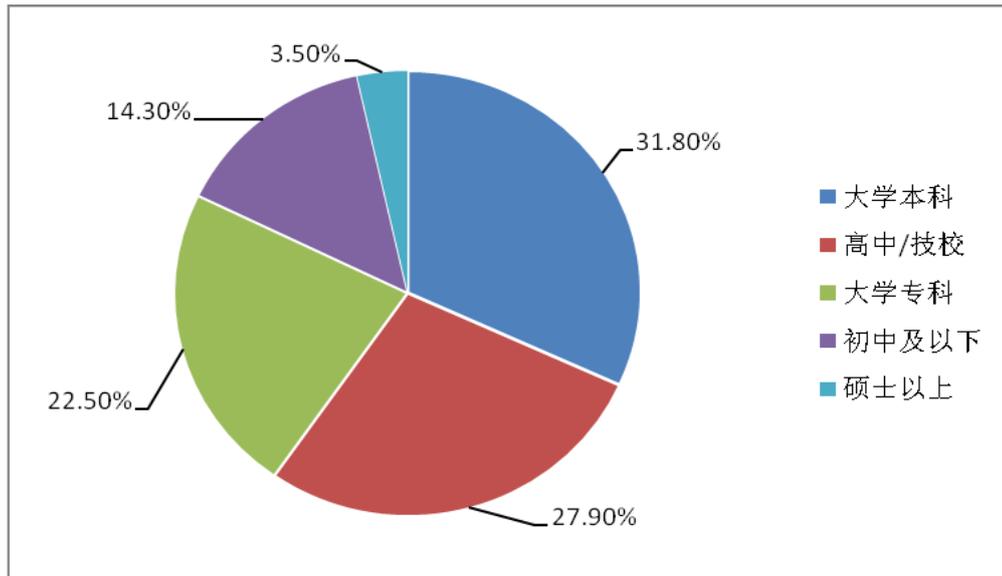
岁年龄段比例为18.4%；50岁及以上占最小，仅为1.8%。青少年成为网络文学主要用户群主要有两方面原因：一方面与他们倾向选择娱乐类应用有关；另一方面则是网络文学在当前发展阶段，主要以轻松、前卫、娱乐化内容为主，而这些内容更能吸引年轻受众。(p15)

网络文学用户年龄结构



其四、学历结构上，网络文学高学历受众居多。网络文学大学本科学历受众比例为 31.8%，构成网络文学受众的主要群体。从下图可见，学生构成网络文学最大的受众群，因此从受众职业构成来看，学生群体比例最大，也因为受众职业主要是学生，所以网络文学受众整体收入普遍不高，据 2010 年《中国网络文学用户调研报告》，网络文学受众月收入集中在 1001-3000 元。(p16)

网络文学受众职业结构



其五、在城乡结构上，网络文学受众的城镇化明显。据2010年《中国网络文学用户调查报告》，网络文学受众城乡分布比例为89：11，可见受众的城乡分布差异明显。农村受众受教育程度普遍较低，对娱乐类应用选择多集中于音乐、游戏等，而城镇受众网络文学阅读率明显更高。(p18)

## 第四章 起点中文网站、幻剑书盟网站的受众分析

### 4.1 “起点中文网”的受众分析

后起之秀——“起点中文网”前身是玄幻文学协会，它创立于2001年11月，由一批以玄幻文学爱好者组成，在2002年6月创立起点中文网，2003年10月10日推出VIP作品付费阅读，VIP制度实施不到一年，“起点中文网”Alexa世界排名进入前一百名。

“起点中文网”崛起的第二节点是在2004年10月，盛大文学对它的收购。作品付费阅读让“起点中文网”找到了文学网站通过网络盈利的模式，同时被盛大收购也让它获得了文学网站发展所需的资金及相关资源的支持。自2005年起，“起点中文网”逐渐坐上文学网站的“头把交椅”，并一直保持文学网站业界领先地位。

目前，它无论是内容资源、作品付费阅读规模还是网站页面流量等，都在文学网站排名前列。“起点中文网”官方统计数据显示其拥有的内容资源为：图书频道签约作品20万部、原创作品250万部、VIP付费阅读作品10万部；电子阅览方面：日均PV量近3.5亿、注册用户3058万、VIP付费阅读账户250万；WAP日均PV量858多万、日活跃用户14万。2010年12月《中国网络文学用户调研报告》统计出使用起点中文网阅读的用户比例为24%；新浪读书紧随其后，用户比例为23.2%。（p22）

2003年以起点中文网为代表的文学网站通过VIP收费制度取得盈利，2004年，

上海盛大网络有限公司宣布收购起点,不久后,同为文学网站的幻剑书盟也被TOM网站以2000万人民币买下,在业界引起轰动。网络文学近二十年发展,文学网站由分散经营逐渐走向集中规模化经营,比如“起点中文网”、“潇湘书院”、“小说阅读网”、“晋江文学城”、“红袖添香”、“榕树下”这6家网站都已通过资本运作,整合到盛大文学公司旗下了。近20年文学网站发展最显著的特征是商业化嬗变。在我国市场经济大背景下,借由营销手段升级、资本运作等途径,文学网站从起先基于个人兴趣而搭建的文学平台,逐渐转变成一种产业。<sup>[51]</sup>

#### 4.1.1 “起点中文网” 主动搜索获取信息的受众

本文研究的是网络文学受众,而起点中文网是最能代表网络文学特征的一类文学网站,也是受众聚集最多的网站。2012年,牛华网依据权威流量监测网站Alexa的统计报告,对国内文学网站进行排名,其中名列前10的分别是:起点中文网、幻剑书盟、纵横中文网、小说阅读网、晋江文学城、潇湘书院、17K文学网、红袖添香、逐浪网、榕树下。依据Alexa中国文学网站排名,鉴于起点中文网和幻剑书盟各166名和531名,在中国网站前1000名,而且这两大文学网站也是中国文学网站中受众名列前两位,盈利最好的,因此本文选取这两大原创文学网站的受众作为主要研究对象,对它们进行受众积极性的研究。<sup>8</sup>

随着互联网技术的成熟,网络原创文学网站的兴起,受众在网络上可选择资源的增加和丰富,同时受众在网络上的话语权也前所未有地被放大,网络受众的主体性正迅速展开,网络文学网站受众的主体性也在不断发展。本论文以“起点中文网”和“幻剑书盟”两个文学网站为研究案例,以新媒体时代的积极受众理论为指导,重点研究网络文学存在形式的文学网站中受众的积极性。前文提到第一类受众是仅仅搜索和获取信息,并没和其他受众产生交流的,依据这一点来分析,可将“起点中文网”的IP(Internet Protocol)访问量;PV(page view),即页面浏览量或点击量归为这一类。根据iResearch艾瑞咨询推出的网民连续用户行为研究系统iUserTracker最新数据显示,2013年2月,垂直文学网站日均覆盖人数1220万人。其中,起点中文网近一周日均访问量337250。一般在注册“起点中文

---

<sup>8</sup> 查询时间2014年1月6日。

网”之前，受众在文学网站的页面上浏览只能算作游客，而只有当完成注册后，才成为该类文学网站的会员，普通会员一般只能浏览公共阅读区的网络小说，且有大部分网络小说只提供一部分免费阅读，若想继续阅读，必须购买相关的“起点币”。相比其他文学网站，起点中文网的用户体系相当完善，它对用户进行了进一步的细分，从最初的三个用户级别（普通用户、初级VIP、高级VIP）增加到五个用户级别（普通用户、会员、高级会员、初级VIP、高级VIP）。同时也降低“入会”门槛，用户单笔充值5元，并全额转换为起点币，即可成为会员，享受比普通用户更加贴心的阅读服务和阅读体验，包括订阅、推荐票、不限藏数量的VIP书架等。由下表可见“起点中文网”的IP访问量和PV浏览量相当高，但值得注意的是，受众的群体量与受众的活跃度并不等同。有学者认为，一个社交网站的用户注册量也许可过亿，但其真正的活跃使用者可能不到注册量的二分之一。社会网络发展的支撑性因素不是那些注册一次就很少登陆的“即时性用户”，而是那些每日不停使用社会网络的分享、发布、应用等功能的活跃用户群体。因为只有这个群体的用户才是社交网络平台上真正的信息接收者，同时也是信息传播者<sup>[52]</sup>“起点中文网”有关用户活跃度的说明：它标识每位用户每天在起点活跃程度，用户活跃度单日上限100点，超过100点的以100点计。每日0:00清除重新累计，用户活跃度越高所获得的奖励越丰富。

“起点中文网”最近一周和一月日均 IP 访问量和 PV 浏览量

该网站最近一周和一月日均 IP 访问量 和 PV 浏览量估算值			
近一周日均IP量	近一周日均PV量	近一月日均IP量	近一月日均PV量
≈ 337250	≈ 3035250	≈ 337725	≈ 2654518

（查询时间为2014年1月6日）

以上是从受众本身出发，他们都有强烈进行搜索作品的冲动并为此付诸实践，这体现了文学网站受众自主性和主体性意识的觉醒。此外，面对网络小说阅读受众主体性不断发展，各大文学网站尤其是“起点中文网”也转变了他们以传者为中心的理念，2003年8月23日，起点第二版的改良升级工作完成，加入更多贴近书友的阅读设置。该网站会详细了解他们网站的IP访问量和PV量，并根据受众需要来设置网站的内容。比如登录起点个人中心，每天可以获得10点经验值，

每天只计一次，多次登录和自动登录不累计加分；“起点中文网”网站首页上设置的“起点搜书”通过这个搜书设置，受众可以通过书名/书号/作者的搜索找到想要的作品；“起点中文网”的书架分为“我的书架、书架管理、VIP会员独享VIP书架和共享书架。”

这些相关设置都为受众搜索并跟进自己感兴趣的网络小说提供便利，尤其是“起点中文网”推出的读者对“作品完本满意度”投票和催更票/更新票，最能体现这些文学网站为受众提供一个自由表达话语的平台。“作品完结满意度”投票是“起点中文网”新推出的受众投票功能，对A级签约的VIP完结的作品，受众可以投票是否满意这部作品；起点催更票是“起点中文网”设置的一种受众投票功能，如果你对某作品的更新速度不满意，就可以使用更新票来催促作品的更新，只要第二天作者的更新量能达到更新票要求的更新量，更新票就起作用了，同时作者也可以获得一定的收益。（起点催更票作用在于如果您对某作品的更新速度不满意，就可以使用更新票来催促作品的更新）的推出，更体现了新媒体时代受众的主动性。相比之下，“幻剑书盟”的受众互动性设置功能较逊色于“起点中文网”。

#### **4.1.2 “起点中文网”与媒介内容积极互动的受众**

这类积极受众在新媒体时代积极与媒介内容互动，他们不光搜索浏览媒介信息，同时还积极传播和评论这些信息。比如文学网站的论坛或社区中积极发表言论和评论的受众，还有经常在论坛上分享自己所喜欢言论、照片和视频等内容，同时还喜欢转发和评论的受众，信息在这些受众之间进行了分享和交流。通过文学网站的相关互动性设置受众可以进行信息交流，受众还可以根据自己的喜好选择志同道合的人进行互动，满足自身的交流感和满足感。这类受众与媒介的互动方式与传统的受众与媒介的互动方式不同主要在于，传统受众与媒介的互动模式侧重于受众与媒体机构的交流，因为媒体是信息的提供者，所以受众的反馈主要流向媒体机构，而新媒体技术的发展使得媒体越来越成为一种信息交流的平台，而不再是信息传播的唯一渠道，这就使得新媒体时代的受众与媒介互动模式转变成为了受众与媒体内容的互动，内容成为了积极受众的关注焦点。以下主要从起

点中文网的论坛帖子分析、相关互动性设置、线下展开与受众互动的相关活动三方面来阐述受众是如何根据自己的喜好选择志同道合的人来进行互动的。

**论坛帖子分析** “起点中文网”没有“社区”板块，统一设置“论坛”板块。相对于“幻剑书盟”，“起点中文网”的“论坛”条目较多，分为“原创部落”、“女生部落”、“书频道”、“淘金频道”、“文学部落”、“三江阁”、“休闲娱乐”、“游戏人生”、“社区游戏”、“活动中心”、“公共事务”11个大板块，其中大板块下又分设不同的小板块，考虑到论坛帖子数目巨大，在这就不一一统计。

在传播学中，活跃在人际传播网络中，经常为他人提供信息、观点或建议并对他人施加个人影响的人物，称为“意见领袖”。意见领袖作为媒介信息和影响的中断和过滤环节，对大众传播效果产生重要的影响。<sup>[53]</sup>起点中文网论坛帖子中受众用语特点充分体现会员级别的高低和意见领袖作用。起点论坛帖子用语中体现受众等级，比如高V会员说“我是来恭喜青木的”，初V会员说“好多大神呀！”，而普通会员经常说“新人，求罩求指导！”；再比如在起点中文网的评书区，一般评书和给读者荐书的都是该文学网站的高V等元老级人物，或者是写手与受众身份的迅速转换，比如某书写手（一般是高v或A签的），以给其他写手写书评为代价，吸引一批写手的回访或点击他本人的作品；此外有意思的是起点中文网论坛帖子分为锁定的与非锁定的两大类，锁定的帖子一般是禁止初级会员回复的；然而其发帖人一般为“高V”人士，可以说这些人士早已在此占得一席之地，争当起论坛各板块的“高级管理员”、“高级盟主”或“高级版主”，锁定类帖子其发帖的内容一般为通知类，告诉大家一项公共活动等，但有些公告类的活动是不锁定的，大家可以对其进行回复。

在网络文学产业化阶段，如何从“浩如烟海”的海量网络小说中选择出受众自己喜欢的作品是一大难题。网络小说供过于求的现象，进一步改变着写手与读者传受双方的地位。传统的精英文学中作者处于绝对优势地位，而在文学网站上写手们多处在低受众一等的位置，他们自觉或不自觉的开始在论坛帖子中吆喝、拉客、跪求读者，来增加自身新作的打赏、投票率、点击量和知名度，力求新作不会遭扑街之惨状。写手们也是在电脑前全天候码字、24小时作业、力求新作更新最快最好，以争得更多的会员互粉和打赏。虽说写手们足不出户，可他们却经常会在文学网站论坛上发帖就某一类作品或新作的故事情节发展征求读者的

宝贵意见，调查清楚哪类作品读者更喜欢阅读，以此来迎合读者。此外，写手们还经常以悬赏、奖励的形式来吸引读者，让读者点击、收藏、评阅他们的小说。

在论坛评论中最能体现受众积极性的是受众对起点网文的质疑与批判的态度，相当于霍尔提出受众三种解读方式之一的对抗式解读（Opposition Reading）。对抗式解读是受众完全明白网文所传递信息的字面意义和内部涵义，但却采用一种与之完全相反的方式进行译码。对抗式解读的受众比较极端，比如起点论坛帖子中有这样的帖子“起点还行不行，感觉写手们都是脑残”、“起点没书了，读者们闹书荒啦！”、“网络小说要死了！”。普通会员“救世主 1235”发帖说道：“不是读者文化档次太低，而是读者在这个幼稚口水文化流行的网络上，已经没有选择的权利，也不是写手水平低，只是为了迎合读者口味，很多优秀的写手们强忍着枯燥，写着同类型的网文，而事实上，这都不是我们需要的！”。这些对抗式的解读多是对各类作品体裁模式化的不满，一边是作品大量增加，一边是读者闹书荒；或是对文学网站服务态度的不满，起点账号无法正常登陆或起点币被盗的牢骚。

传播总是充满歧义或误解，在起点中文网论坛这一自媒体中更为明显。笔者通过对论坛帖子的观察发现：有这样一类帖子，它们讨论的内容不仅与起点中文网毫无关系，而且与网络小说的阅读也没有一丝关系。本文将借鉴陈岳芬老师的观点将具有此类特征的帖子称为“离散式”帖子。<sup>[54]</sup>此外有学者也提出了相类似的概念——“游离模式”，该学者认为游离模式，指的是舆论参与主体对目标主体发布的消息置之不理，自行确立话题。结合到起点中文网论坛帖子，在起点论坛——幻想文学版块，就有这种自说自话，与论坛主题毫不相干的帖子。<sup>[55]</sup>比如名叫“姑苏三圣”的会员在张国荣逝世十周年纪念日那天发帖“转瞬十年——纪念张国荣”，其他帖子如“高考体验”、“公务员考试试题”、“四六级答案多少钱 QQ80716498 卓群教育联盟”、“天津在哪里找富婆包养情人信息”、“浦江招小姐”等离散性的帖子。夏雨禾认为在这种模式下生成的舆论空间，具有话题的多样性、弥散性和不可知性特征；目标主体发布的消息形同虚设，被置于可有可无的境地。从严格意义上来讲，游离模式下生成的并不是纯粹意义上的舆论空间，更像是突发事件微博舆论的“噪音”，这种“噪音”具有较强的破坏力，因而不可等闲视

之。起点中文网论坛帖子的离散式特点或多或少的体现出受众主体性地位的凸显。

**互动性设置**“起点中文网”的互动性设置是该网站为了提高读者的参与性和积极性而专门设置的，“起点中文网”的互动性设置包括以下几方面：七种职业系统、等级系统、三种宠物系统、打赏系统、推荐票、论坛评论/帖子数/回复数/打卡、积分、相关道具如月票、砖头、玫瑰、职业道具等。其中打赏系统最有特色，起点中文网自2009年开始推出打赏系统，每周都会在网上公布读者打赏排行榜，每年更有年度读者打赏排行榜。打赏是对作者或读者进行奖励起点币的一种方式。依照对象不同，打赏可分为两种：对作品打赏和评论打赏。对作品打赏：如果您对所阅读的小说感到满意，除了给予作品订阅支持以外，也可以打赏给额外的起点币，以鼓励作者继续创作更好的作品；评论打赏：如果您觉得书评区帖子值得嘉许，可以直接打赏该帖，鼓励该帖发帖人写出更多更好的帖子。对作品每打赏1起点币可以获得该作品1粉丝值，一次性打赏10000起点币或以上，可获得打赏起点币数量/10000的打赏月票，可以选择投给被打赏者，也可以保留之后投给其他书。评论打赏：1-10级用户每日可评论打赏1次，11-20级用户每日可评论打赏2次，20级以上用户每日可评论打赏3次，评论打赏收取50%的平台费，剩余的部分24小时后方可由被打赏帖子的发帖人在“个人中心”手动提取。月票是起点高级会员及以上用户每月通过订阅或打赏作品消费可获得月票，月票可用于书评区置顶、去读者群里呼吁让读者投某部作品的月票以及用自己正常使用的盛大通行证给自己喜爱的作品投票。月票分为保底月票、订阅月票和打赏月票，下表是起点现行月票赠予方式。

起点中文网月票赠予方式

月票种类	高级会员	初级VIP	高级VIP
保底月票 (注:每月仅送1张)	订阅消费满1500起点币,次月获得	订阅消费满1000起点币,次月获得	订阅消费满500起点币,次月获得
订阅月票	订阅消费3000起点币/张	订阅消费2500起点币/张	订阅消费1500起点币/张
打赏月票	主站VIP作品打赏10000起点币/张		

一位名为“人品贱格”的狂热粉丝，一夜间为自己在纵横中文网的偶像写手

“梦入神机”的新作品《星河大帝》送上整整1亿纵横币（折合人民币100万元）的“打赏”，创下网络文学界有史以来粉丝“打赏”写手的最高纪录。由“月票”、“更新票”、“送玫瑰花”等不同形式道具激发的粉丝经济已经悄然成为一个价值亿元的产业，成为网络文学网站和写手们获取收益的稳定渠道，

起点中文网的互动性设置看似是一个复杂而精密的系统，但操作和理念却极为简单：粉丝喜欢某位作者或者某部作品，随手“打赏”点钱理所当然。为了迎合粉丝这种心理，其巧妙地设计出一套消费系统，以满足粉丝的旺盛需求。

为了满足狂热粉丝对偶像作者的追捧，起点中文网特地推出作品“打赏”的福利道具，作品打赏是用户对作品认可后，直接给予作品奖励的互动道具，“打赏”额度从每次100起点币（1元）至1万起点币（100元）不等。主要针对起点中文网所有 A 级签约、合作签约作品。而根据所花费金额不同，粉丝也能获得相应的荣誉称号，从学徒、弟子、执事一直到最高级别的盟主称号。其中粉丝要想获得盟主称号则需要花费10万起点币（折合1000元）。

这一打赏体系推出后引发狂热粉丝的追捧，而起点中文网也随即诞生了一批百盟小说，即“打赏”达到盟主级别的读者超过100人的作品。统计显示，起点中文网目前17部作品拥有“百盟争霸”荣誉勋章（拥有100个及以上盟主级别粉丝的作品可获得此勋章），其中盟主数量最多的《凡人修仙传》据称盟主级别粉丝超过300个，粗略计算，这300个粉丝至少直接贡献了30万元。纵观国内主流网络文学网站，全部设置有完善的打赏体系。“打赏”的设置符合读者、作者和网站三方的利益。‘大神’作者或者是有个人独特风格的作者肯定会有一批忠实粉丝，粉丝为表达对喜爱的作者或者作品的支持，花钱追捧也在情理之中。

“起点中文网”的互动性设置

互动性设置 文学网站	代币	受众等级	打赏	消费	受众活跃度	消费	道具
起点中文网	起点币	七职业系统/等级系统/三宠物系统	推荐票	起点抵用券	论坛评论/帖子数/回复数/打卡	积分	月票 砖头、玫瑰、 职业道具

附注：本图表为“起点中文网”互动性设置

**线下受众互动** 起点中文网同时也非常重视线下与受众的互动，起点中文网推行“互动理念”主要表现在以下几方面：一是“明星片设计大赛”，提高受众的积极性与参与性。二是自2011年年底起点推出的“年终嘉年华”活动，进一步推动与受众的互动热情。通过与受众互动，增加受众、写手、文学网站之间的交流，以增强受众的参与感和归属感。“年终嘉年华”活动是互动理念的体现形式。起点中文网“年终嘉年华”活动，涵盖“2011资深阅读达人”的评选、双倍月票优惠活动、吉祥物设计招募、“起点大神经典语录”选拔等五项活动。三是2011起点中文网“金键盘奖”因设定读者奖项而格外受到关注。“年度盟主”、“年度版主”两大奖项，均与受众互动关联。与以往文学奖项不同，起点中文网除去挖掘优秀的作品、写手外，亦注重网络文学最重要特征互动。“年度盟主”来自于2011年在起点主站的粉丝等级为盟主以上的受众，“盟主”来自起点中文网首推，并成为网络文学互动标准体系的粉丝互动等级制度，涵盖订阅、评价、打赏等诸多受众互动形式。“年度版主”则来自于2011年12月1日前开始担任“金键盘奖”参选作品书评区副版主的书友。版主积极推广作品，并与书友多方互动，精心打造了一个与受众畅通交流的环境氛围，尽职尽责地维护书评的公正及公平。起点中文网一直致力于构建一个完善的网络文学互动体系，“年度盟主”、“年度版主”的奖项评选就是网络互动的一大体现。除了注重对写手的挖掘与培养外，起点也非常重视受众在一部成功网络文学作品中所起到的作用。通过完善对受众的服务，增加对受众的奖项，进一步强化受众与网站的粘性。

#### **4.1.3 “起点中文网”参与创作的受众**

这类受众是伴随着新媒体技术出现而产生的积极参与媒介生产的受众，UGC（User Generated Content 用户原创内容，又称 UCC User created Content）正好代表这类受众的主动性和生产性。“起点中文网”网站作品分类中有“同人”小说一类。“同人”（doujin）一词，是日文引入的。翻查日语字典，有两个解释，一是“同一个人、该人”，二是“志同道合的人、同好”。这里解作后者，然而，在一般使用时，“同人”所指的并不一定是指“同好”，也可以指“自创、不受商业影响的自我创作”。同人小说（FAN FICTION），指利用原有的漫画、动画、小说、影视作品中的人物角色、故事情节或背景设定等元素进行的二次创作小说，

“同人”小说充分体现了受众积极性、能动性及创造力。“起点中文网”共有 33926 篇“同人”小说<sup>9</sup>，该网站还将“同人”细分为“动漫同人”、“武侠同人”、“小说同人”、“授权同人”和“影视同人”五大不同题材的“同人”小说。其中“动漫同人”以动漫作品的背景、剧情或人物为基础，依托原著进行再创作；“武侠同人”以武侠小说的背景、剧情或人物为基础，依托原著进行再创作；“小说同人”以他人小说的背景、剧情或人物为基础，依托原著进行再创作；“授权同人”以获得原作者许可和授权的同人作品；“影视同人”以影视作品的背景、剧情或人物为基础，依托原著进行再创作。

## 4.2 “幻剑书盟”网站的受众分析

幻剑书盟创立于2001年5月，由书情小筑、石头书城、小书亭、凝风天下4个志趣相投的网络文学爱好者所创立的文学书站合并而成。建站伊始，致力于网络文学的发展。广聚网络写手，开创网络奇幻、武侠盛世。奇幻武侠方面在国内文学网站中独占鳌头。紧接着起点，幻剑书盟于2003年6月成立北京幻剑书盟科技发展有限公司，正式走上商业化道路。幻剑书盟目前收录作品主要以武侠和奇幻为主，驻站原创作家2万多名，收录作品3万多部。目前全球综合排名第 5755 位，中文排名第 497 位，已经成为国内最大原创文学网站之一。05年幻剑和国内外多家出版社进行密切合作，被喻为后金庸武侠圣经的幻剑签约作品《诛仙》的出版，使2005年成了“武侠小说年”。纯爱小说《和空姐同居的日子》出版、历史小说《新宋》出版及《搜神记》、《狂神》、《炽天使传说》、《我的播音系女友》等多部经典小说出版，使幻剑从网络出版到简体出版迈出坚实的第一步。2006年2月幻剑书盟获得 TOM 注资千万，如今幻剑已在资金、技术、社会资源和品牌等方面得到了全面提升。

### 4.2.1 主动搜索获取信息的受众

前文提到第一类受众是仅仅搜索和获取信息，并没和其他受众产生交流的，依据这一点来分析，“幻剑书盟”的 IP (Internet Protocol) 访问量；PV(page view)，即页面浏览量或点击量归为这一类。根据 iResearch 艾瑞咨询推出的网民连续用

<sup>9</sup>查询时间 2014 年 3 月 25 日。

户行为研究系统 iUserTracker 最新数据显示，2013年2月，垂直文学网站日均覆盖人数1220万人。其中，“幻剑书盟”近一周日均 IP 访问量1117325，注册会员50多万人，。一般在注册“幻剑书盟”前，受众在该网站的页面上浏览只能算作游客，只有完成注册后，才成为该文学网站的会员。普通会员一般只能浏览公共阅读区的网络小说，而且大部分网络小说只提供部分章节免费阅读，若想继续阅读，必须购买相关的“幻剑币”。相比“起点中文网”，“幻剑书盟”的用户等级相对简单，只有等级1到等级 N。读者等级进入后台就能看到自己的等级，要想提高等级，必须通过如收藏、评论、做任务等来增加经验值。进入“幻剑书盟”论坛，该论坛左上角显示：“今日: 0|昨日: 10|帖子: 846477|会员: 398017”。<sup>10</sup>

“幻剑书盟”最近一周和一月日均IP访问量和PV浏览量

该网站最近一周和一月日均 IP 访问量 和 PV 浏览量估算值			
近一周日均IP量	近一周日均PV量	近一月日均IP量	近一月日均PV量
≈ 117325	≈ 375440	≈ 111625	≈ 395152

(查询时间为2014年1月6日)

以上注册会员，成为VIP等相关活动是从受众本身出发，他们都有强烈进行搜索作品的冲动并为此付诸实践，这体现了文学网站受众自主性和主体性意识的觉醒。此外，面对网络小说阅读受众主体性的不断发展，“幻剑书盟”也转变了他们以传者为中心的理念，该网站首页设置“书名/作者/简介/标签”搜索功能，而且还设置“我的书架”。“幻剑书盟”网站相比“起点中文网”，不仅设置“我的书架”，还设置了“好友的书架”，此外在“我的书架”中又分为“普通书架”、“订阅书架”、“获赠作品”，而且“幻剑书盟”还根据会员的等级来决定会员的藏书量，一般普通会员的藏书上限为10本。

#### 4.2.2 与媒介内容积极互动的受众

“与“起点中文网”相比，幻剑书盟”受众的活跃力不高。以下主要从论坛

<sup>10</sup> 查询时间2014年3月25日.

帖子分析、相关互动性设置两方面来阐述。

“幻剑书盟”有“论坛”和“社区”两大板块，设置较为简单，其论坛有846477个帖子<sup>11</sup>，“论坛”分类也较少，分为“作者专区”、“休闲娱乐区”、“评论区”、“TOM 读书”和“社区事务”五个板块。其中“TOM 读书”这一板块只发有一帖；“社区事务”这一板块发有两帖，分别是有关官方公告和客服相关事宜；五个板块中只有“休闲娱乐区”中的分板块“灌水天堂”和“评论区”板块受众活跃度较高。该文学网站总注册会员398017人，而当日在线人数为799人，可见其网站的受众粘度不高。<sup>12</sup>“幻剑书盟”的互动性设置见下表，其互动模式与“起点中文网”相似，但这些互动性设置却又不如“起点中文网”设置那样成体系。

“幻剑书盟”的互动性设置

互动性设置 文学网站	代币	受众等级	打赏	消费	受众活跃度	消费	道具
幻剑书盟	幻剑币	普通会员/VIP (勋章中心)	推荐票	财富 值/经 验值	帖子数	积分	红包/礼物/ 金牌

附注：“幻剑书盟”的互动性设置是该网站从提高读者参与度方面而设置的。

### 4.2.3 参与创作的受众

“幻剑书盟”与“起点中文网”相比，“幻剑书盟”的“同人”小说分类较少，共分为“动漫同人”、“小说同人”和“影视同人”，该网站共有“同人”小说235部<sup>13</sup>。通过对这两大文学网站的“同人”小说观察，笔者将其“同人”分为以下五大类：1、完全忠实于原著演绎，即文字版的漫画、电影或者其它；（如《火影龙腾传》）2、对原著原人物情感剖析；（《我知道你在乎》）3、原著原人物在原著设定下所发展出的其它剧情；（如《斗破苍穹之萧炎转》）4、原著原人物在不同的时空背景下所发生的其它故事；5、原著童话演绎。可见同人这种特殊的作品形式，其本质都是依附于原著的。同人小说是创造性写作的一个特殊分支。

<sup>11</sup> 查询时间 2014 年 3 月 25 日.

<sup>12</sup> 数据查询时间 2014 年 3 月 25 日.

<sup>13</sup> 查询时间 2014 年 3 月 25 日.

由于存在着原始文本，而读者群在阅读同人小说之前对故事背景和人物已有一定了解，所以同人作者通常假定读者已经阅读/观看过原始作品，无需再在同人小说中提供背景。同时笔者还发现同人小说大部分是由喜欢原著的粉丝们创作的。

## 第五章 实例研究：丰城二中学生受众调查

### 5.1 问卷调查

丰城市第二中学，创办于1956年，现为宜春市级重点中学，高中部7150名学生，高一年级3150名学生，高二和高三年级各2000学生，每个年级划分出理科重点班、实验班、平行班，文科重点班、实验班、平行班。该学校自2007年以来，开始在学生管理中坚持实行准军事化管理模式，设有军管处，用于管理学生日常事务。面对各大高中学校的竞争压力，二中不得不降低招生门坎，而部分“走后门”买进来读书的学生，他们多为丰城市本地的独生子女，娇气、叛逆、逃课、通宵上网等影响校风学风的情况严重，纪律观念淡薄，享乐主义思想膨胀等问题普遍存在。针对这一现象，学校在实施学生管理工作中，采取这一管理。

本小节实例研究以阅读网络小说的丰城二中学生为对象，以此作为调查对象的原因如下：1、青少年是网络小说的主要受众群。据《中国网络文学用户调研报告》<sup>[56]</sup>，在各年龄段网络小说用户中，15-24岁年龄段的用户比例达51%；在学历结构中，初高中生的用户占42.2%；在网络小说用户职业结构上，学生构成网络小说的最大用户群体，为39.9%，网络小说学生用户比例高于整体网民中学生群体的比例。2、就可操作性考虑，笔者利用在丰城二中任课的优势，问卷发放和调查较为方便，可行性很高。3、研究意义：网络文学大潮势不可挡，社会各界对网络小说在中学校园的流行褒贬不一，要么畏之如虎，一概驳斥；要么熟视无睹，放任自流。此次调查目的在于了解高中生网络小说阅读的现状，进一步分析和探索高中生作为网络小说特殊受众群的特征，并为本文的研究提供案例支持。

按照分层抽样的调查方法，本次对学生采用不记名的问卷调查方式，时间选在中午放学及下午上课前的这段时间。笔者在调查过程中发放210份问卷，实际回收与整理问卷184份，这184份为有效问卷。发放问卷方式：高一年级发放90

份，高二年级和高三年级分别发放60份，问卷分为：自填问卷和访问问卷。自填问卷是由被访者自己填答的问卷。访问问卷是访问员通过访问被采访者，由访问员填答的问卷。自填式问卷由于发送的方式不同又分为发送问卷和邮寄问卷两类。发送问卷是由调查员直接将问卷送到被访问者手中，并由调查员直接回收的调查形式。发送式自填问卷的回收率要求在67%以上。此次调查属于发送式自填问卷调查，回收率为87.62%，属于有效范围内回收率。以下各表的总数为有效回收的总数。问卷主要针对中学生阅读、使用网络小说的情况及其评价与态度。

**表 1 丰城二中中学生网络小说阅读情况**

您是否有阅读过网络小说	人数小计	比例
有阅读过	158	85.87%
从未阅读	26	14.13%
总数	184	100%

从表 1 中看出，没有阅读过网络小说的受众只占 14.13%，而阅读网络小说的占 85.87%。可以看出网络小说在高中校园的盛行情况，高中生阅读网络小说已成为一种新时尚，网络小说的大潮势不可挡，在高中校园已成掀起一股“网文”风。

**表 2 丰城二中学生对“阅读网络小说会影响学习”的同意程度**

阅读网络小说会影响学习	人数	比例
非常同意	52	29.05%
比较同意	44	24.58%
一般	62	34.64%
不同意	14	7.82%
非常不同意	7	3.91%
总数	179	100%

表 2 中，29.05%学生非常同意“阅读网络小说会影响学习”，只有 7.82%和 3.91%学生不同意和非常不同意“阅读网络小说会影响学习”。可见在 85.87%阅读过网络小说的学生看来，阅读网络小说是件会影响学习的事，但他们却仍然在坚持阅读。高中校园的“网络小说阅读风”无时无刻不在。尽管高中学生面对巨大的升学压力，尽管班主任各任课老师一再强调要刹住这股“网风”，尽管家长一再反对，但是学生们还是要偷着看，而且是见缝插针地看，甚至课堂上放在教科下面，遮蔽着看……这一现象正说明网络小说受众在追求自己喜好时自主意识

与自主行为的凸显，受众主体性地位内驱力的进一步展开。

**表 3 丰城二中中学生网络小说阅读史**

您阅读网络小说多长时间了	人数	比例
少于 3 个月	42	26.25%
3--6 个月	5	3.13%
6—12 个月	24	15%
1-2 年	47	29.38%
3 年以上	42	26.25%
总数	160	100%

表 3 反映学生接触网络小说时间长度，其中被调查对象阅读网络小说的历史有 1-2 年的占 29.38%；有 3 年以上阅读史的占到 26.25%；有 6—12 个月阅读史的占 15%；有 3—6 个月阅读史仅占 3.13%；有少于 3 个月阅读史的占 26.25%。从这个受众的阅读史构成中可以看出受众对网络小说具有较高的忠诚度。

**表 4 丰城二中中学生网络小说阅读频率**

您多久阅读一次网络小说	人数小计	比例
每天一次或更多	51	32.69%
每周一次或更多	34	21.79%
每月一次或更多	23	14.74%
半年一次或更少	48	30.77%
总数	156	100%

表 4 是关于受众阅读网络小说频率的统计，32.69%的受访者每天都会至少阅读一次网络小说；每周一次或更多的阅读频率占 21.79%；每月一次或更多的阅读频率占 14.74%；半年一次或更少的占 30.77%。

**表 5 丰城二中中学生网络小说阅读时长**

您每次阅读网络小说的时长大概是	人数	比例
10-30 分钟	28	17.83%
30-60 分钟	41	26.11%
60 分钟-120 分钟	46	29.30%
2 小时以上	42	26.75%
总数	157	100%

表 5 统计的是学生网络小说阅读时长，2 小时以上占 26.75%；60 分钟—120

分钟的占 29.30%；30-60 分钟的占 26.11%；10-30 分钟的占 17.83%。根据表 3、4、5 的调查数据，可以分析出丰城二中阅读网络小说的受众群分化为两个群体，笔者把每天都接触网络小说和每周一次或更多阅读网络小说的受众归为深度受众，半年一次或更少阅读网络小说和其他受众归为浅度受众。深度受众作为网络小说的受众，具有非常高的忠诚度，并且在一定程度上存在对网络小说的依赖，对他们来说，网络小说对枯燥而单调的高中生活起到调味剂的作用，是不可或缺的娱乐方式。而对于浅度读者来说，他们对网络小说的接触习惯是不定期的，规律也不明显。

**表 6 丰城二中学生阅读网络小说接触渠道**

您是通过哪些渠道阅读网络小说	人数	比例
印刷出版的网络小说	17	10.02%
通过移动存储介质下载到普通手机上	28	16.87%
直接用普通手机或智能手机阅读	113	68.07%
直接用台式电脑或笔记本电脑上网阅读	8	4.82%
总数	166	100%

表 6 反映丰城二中学生阅读网络小说接触渠道的相关调查情况，仅有 4.82% 的学生直接使用台式电脑或笔记本电脑阅读网络小说，有意思的是使用印刷出版的网络小说的学生也占 10.02%。学生通过移动存储介质下载网络小说到普通手机上和直接用普通手机或智能手机阅读的比例总共占 84.94%，可见手机是学生们阅读网络小说的主要渠道。这与《中国网络文学用户调研报告》（2010 年 12 月）的调查情况相吻合，报告中指出使用台式电脑和手机阅读网络小说的用户比例相近，分别为 61.6%和 60.1%。可见手机阅读不仅可以使学生通过手机上网消耗流量的方式，选择自己喜欢的网络小说进行阅读，而且还意味着网络小说传播渠道的拓宽。在此次调查中，学生运用 MP3 或其他电子阅读器来阅读网络小说的几乎为零。

**表 7 丰城二中学生阅读网络小说常用搜索引擎**

您主要通过哪些搜索引擎来搜索或阅读小说	人数	比例
百度	75	49.34%
谷歌	2	1.32%
文学网站，如：起点中文网	27	17.76%
无固定的搜索引擎	48	31.58%
总数	152	100%

表 7 是丰城二中学生阅读网络小说所使用搜索引擎调查，百度是高中学生最

常用的搜索引擎，占 49.34%，而通过固定的文学网站如“起点中文网”、“幻剑书盟”来搜书的仅占 17.76%，无固定搜索引擎的占 31.58%。

**表 8 丰城二中学生偏爱阅读的网络小说类型**

您偏爱阅读哪一类网络小说	小计	比例
玄幻类（如《斗罗大陆》	70	40.70%
仙侠类（如《诛仙》）	22	12.79%
灵异类（如《都是地府惹的祸》）	16	9.30%
都市言情类（《纯情与魅惑》）	36	20.93%
其他类型	28	16.28%
总数	172	100%

从上表可见，有 40.70% 学生首选充满玄幻梦想的武侠玄幻题材网络小说；其次 20.93% 学生，主要是女生，喜欢描写细腻，感情丰富的都市言情类网络小说。高中生阅读网络小说的随意性很大，往往是网络上盛行什么他们就看什么。而玄幻类网络小说一直是各大文学网站的一大亮点。但流行的往往并不都是真善美，而是宣扬复仇、搏斗和各种色情的读物。目前，各大文学网站为了追求商业利益，必须迎合读者的口味，网络小说主题主要是情与欲。爱情的迷惘和生活的困扰，网恋的痛苦，物质追求中的失落，甚至更为露骨的色情描写，成为很多网络小说作品主打。而网络小说这些特征恰好吻合高中生青春懵懂萌动的少年情怀，他们对异性的好奇，对爱情的向往及对枯燥学习生活的厌倦，都导致他们对网络小说的痴迷。

**表 9 丰城二中学生是否为文学网站的会员**

您是某个文学网站（如：起点中文网）的会员吗	小计	比例
是	8	5.10%
不是	149	94.90%
总数	157	100%

**表 10 丰城二中学生尝试创作情况**

你创作网络小说吗	小计	比例
没有创作想法	57	37.75%
有过创作想法但没有创作实践	73	48.34%
创作出小说	21	13.91%
总数	151	100%

从表 9 和表 10 看出：高中生只有很少一部分人是某文学网站的会员，比例

仅占 5.10%，可见高中生阅读受众选择性阅读的随意性和不固定性。而由于高中生各种接触网络条件的限制，使很多学生虽然有创作的想法却不能将它付诸实践，或有些学生由于种种条件的限制，根本就没有进行网络小说创作念头。

此次调查的性别构成，其中女性占 51.37%，男性占 48.63%，在此《中国网络文学用户调研报告》（2010 年 12 月）中有关网络文学用户性别结构的分析指出网络文学用户以男性居多，男性用户高于女性用户 11.4 个百分点。在调查与访谈的过程，笔者发现，网络小说的阅读打破了以男性受众群为主的局面。有相当一部分女生喜欢阅读玄幻类、仙侠类网络小说，而且她们的阅读史较长于同班男生。有些阅读史长达三年以上的女生在其所在班级一般都是“师傅”级别的人物在网络小说阅读这一领域。为什么会出现这一现象呢？带着这个疑问，我进行了访谈：“小女子第一次从言情一下子跳到星辰变，是因为那会总是看见它在排行榜上，就随便看一下。这一看就刹不住呀，真是好看的不得了啊，番茄的书我觉得主线很明确，不散乱。星辰变打开了一个新的仙侠修真模式，地图式的修真。从陆地到海洋，从海洋到天上，为了心爱的人一步步的努力，从来不曾放弃的精神，真的很吸引我。我真心不认为玄幻仙侠修真之类的是男生书，我超爱它们的”，一名高二女学生说道。

## 5.2 访谈

这几年，靠近任何一所中学，你很容易发现以下情形：在学校周边有大量租书小屋，除去一些教材和报刊，大部分是小说，与上世纪九十年代全是武侠类不同，现在的小说基本是网络原创小说的纸质印刷版。在昏暗的网吧里，除了疯狂的游戏迷外，总有一两个学生聚精会神地盯着网络小说。在课堂上，一学生总是把课本高高竖在课桌上，长时间地低着头，你千万不要以为他是在勤奋学习，大部分情况下，他们学生的课本里会夹带着一本已经翻的破旧的网络小说。一学期结束，班主任的办公室抽屉里，常常堆满了从课堂上搜缴来的网络小说……种种现象，让人惊叹网络小说对校园文化的入侵。

本论文访谈部分源自我在 2014 年 1 月—3 月期间对丰城市第二中学高中部学生为期 3 个月的研究，目的在于探讨身处军事化高压管理下的高中学生，他们

阅读网络小说的念头是被扼杀，还是反而高涨。研究以一对一的采访记录为主，小组访谈为辅，主要考察高中生网络小说的阅读情况。

这次访谈为本论文进行网络小说受众积极性的研究提供了具有启发性的内容，访谈主要围绕下列几方面展开：有的学生从不阅读网络小说，原因是什么？对其他看网络小说的学生，他们是持何种态度呢？从问卷调查中可知二中学生有八成以上阅读过网络小说的，八成以上学生阅读过，超过 85% 的学生认同阅读网络小说影响学习，原因是什么？既然有这么多的学生认为网络小说的阅读会影响学习，那么为什么还有如此多的学生阅读网络小说呢？用百度搜索网络小说占如此高的比例，而知道文学网站的学生比例却那么少，原因是什么？

记得访谈到理科平行班一个高个子男生，当问到：“你有没有看过网络小说”，他先是迟疑，尔后面红耳赤的说“我现在又没看网络小说了”说完后白着眼离开了。当时我很不解，在对其同桌进行访谈时，才了解到该生上学期因沉溺网络小说，学习成绩一落千丈，如今分到普通班，为此被班主任和家长再三批评。一次在发放调查问卷时笔者问到“你看过网络小说吗”，一位学生很自然的指着他后桌说道：“他上课都在看小说，晚上睡觉也窝在被子里看，哎……，看得天昏地暗的”，说着还不时的摇摇头。可见他对其他同学阅读网络小说持一种排斥和厌恶的心理，甚至有部分学生极端的认为对他进行有没有看过网络小说这样的发问是一种侮辱。笔者注意到不阅读或没阅读网络小说的学生大部分是重点班、实验班或者是平行班成绩较好的学生，他们多为来自偏远农村的“住宿生”而非在丰城市的“走读生”。

一位女学生说“我有段时间克制自己不去看网文，可最后还是忍不住拿着手机去看，没办法呀，网文是我的精神鸦片。”还有一位学生在访谈中提到，手机最近一段时间被盗，使他的生活彻底混乱了，平时他不想听课时还可以看看网文，现在却只能对着墙壁发呆。当问到“你什么时候又会开始看网络小说”，他回答说一旦我的手机找回来了，或者我又新买了手机，我立马会看网络小说，哎，只是现在没有机会接触到手机哦。一般说来浅度读者他们的自觉性比深度读者要高，自控力比他们要强。但高中校园网络小说的盛行也从侧面反应出老师教学的一些问题。在二中任课阶段，常见到这样的情况，老师在讲台上滔滔不绝地讲，学生却在下面安安静静的，若遇到提问，学生也只是机械地回答。此外高中生课

外阅读管理未成体系，丰城二中只有一个小图书馆，虽面向全校师生开放，但其所藏书量较少，书籍内容单一，再加上课外活动课学生又不能安排时间，因此很少有学生上图书室借书。高中语文的教学很少考虑到学生们的自主阅读问题，某种意义上还是传统的“灌输式”、“填鸭式”教学，丰城二中每周一是语文周练时间，很少腾出时间来给学生进行课外阅读。

通过对一些学生访谈，笔者了解到：丰城二中实行由军管处介入的军事化封闭式管理，校方规定学生一律不准带手机进教室，若发现教室有正充电的手机，一律上缴；各班班主任尤其是重点班和实验班的班主任，禁止学生用手机看网络小说，一旦发现便对学生进行严厉地批评，乃至进行处罚（比如罚 100 元钱）。在这样的校风、班风和学风之下，从未看过网络小说的学生和喜欢看网络小说的学生对“阅读网络小说会影响学习”的看法基本是一致的，令人不免联想到“沉默的螺旋”理论。“沉默的螺旋可以是一个过程，一种新的、朝气蓬勃的舆论通过这一过程得到发展，或者原有舆论的内涵通过这一过程赖以扩散，沉默的螺旋有助于促进社会一体化，保障基本行为和观念达到足够的一致水平”。<sup>[57]</sup>在访谈中当笔者问到抓得这么严，那你们是怎么看网络小说的，他们回答说“偷着看呗”。偷着看，为什么要用“偷”字呢？学生说因为怕班主任或其他任课老师发现后批评并上缴手机。访谈中一学生谈到他们班同学偷着看网络小说最疯狂的举动就是在课桌上挖个与自己手机差不多大小的洞，把手机放在课桌的抽屉里，然后桌面上再堆一些书以掩老师耳目，这样一来老师根本就不知道你是在学习还是在看网络小说。一个阅读了多年网络小说的学生说道：“只要看到的课桌上有没有发亮光，就知道他是不是在用手机看网络小说。”这说明网络小说极强的吸引力，正是在这一吸引力之下才有如此的自主行为。观察发现处于青春期的高中生成长过程中的困惑、迷惘；学习生活中的紧张、焦虑；莫名其妙的情愫冲动、个性叛逆等性格特征都与网络小说特质高度契合。高中生网络小说的课外阅读，主要在课外时间进行的，单纯的约束很难奏效，甚至有些学生处在青春的叛逆期，逆反心理的作用，老师们越不让看，他们就越想看。传统的文学作品或文字晦涩难懂或内容刻板深奥，不能很好地吸引中学生，网络小说以中学生易懂易接受的语言，以中学生身边或者符合中学生预期的题材为内容吸引了中学生的注意力，可以说这是中学生文化消费中的大众消费品，它不需要太多的文化知识，却又可以拥有

足够的吸引力。身心都还不成熟的青少年受众，更靠近那些玄幻世界。在玄幻、修真、武侠类作品中，主人公经过努力修炼、不断晋级、拥有超能、成就神仙事业就是欲念得逞的主要线索，特别是“小白文”，不断战斗不断“升级”就是主要情节构成。玄幻类等网络小说集中于特定受众群的特定愿望，展开不间断快感奖赏模式。

经访谈了解到印刷出版网络小说是纸质的，学生一般都能从校内的小书屋或学校附近的小书摊上买到或租到。此外他们还反映印刷出版的网络小说租一本大概 2.4 块钱，比较便宜，在他们经济所能承受的范围内；再者他们看纸质的网络小说还有个重要的原因就是纸质的网络小说不同于在手机上看网络小说，捧在手里阅读时不容易被班主任或老师发现，纸质媒介相对于手机等移动媒介具有较强的隐蔽性。一位学生说到“反正老师只要知道你在看书就可以了，关于你在看什么书，如果他们不走近仔细看是发现不了的。”

笔者最初进行选题和论文研究时，本以为大多数人会找固定的文学网站，如“起点中文网”，然后搜书加入“我的书架”再进行阅读。通过此次问卷的调查和数据的分析，再加上后期的访谈，笔者发现，其中有部分学生根本没听过如“起点中文网”这样在中国排名前列的文学网站，他们高中学生倾向于选择免费小说网站进行搜书，比如书旗文学网和笔下文学网，结合他们每月伙食费和经济条件，他们更偏向于选择这些免费的文学网站，而很少去注册类似“起点中文网”这种需要各种币的文学网站。而那些没听过文学网站的学生，他们一般都是通过同学介绍哪本网络小说好看，然后再直接登陆百度搜索，搜索之后下载常见的 txt 电子书格式存入手机进行阅读。当问到他们是怎么去追一部正在更新中的网络小说时，他们表示会通过免费的书旗文学网或笔下文学网，效果不佳便直接进入“百度贴吧”，一般这些贴吧里都有相关网络小说的更新章节，而像书旗文学网虽说是免费，可更新跟起点中文网这种收费的网站相比还是会慢一两天的。综上所述这些高中生他们选择不付费网站阅读的一方面是因为他们能在网上找到免费版本的网络小说，而对于小说的更新章节又没有 VIP 受众那样具有急迫性，因此他们没必要付费；另一方面是因为他们的经济承受限度及其购买力，从调查问卷中统计出数据每月伙食 500 以下的占 34.67%，500—1000 的占 55.6%，而只有极少数学生有 3000 以上的伙食费。习惯于租借便宜纸质网络小说的学生，不会愿

意去主动购买起点币或幻剑书盟币。这也可以从另一个侧面推断出这些像起点中文网以盈利为主的文学网站，其受众群很少一部分是初高中学生。因为他们没有经济能力去“打赏”作者作品。

# 第六章 结语

## 6.1 研究结论

本研究所探析的是中国网络文学受众的积极性特征，这一受众的积极性特征还未被有关实证研究系统性的探究过。本研究着重案例分析，且立足于网络文学本土，以尼科·卡彭特尔（Nico Carpentier）的积极受众理论框架对“起点中文网”、“幻剑书盟”两大文学网站及丰城二中的中学生受众进行深入分析。

两大文学网站为草根受众提供一种独有的“大众评审式”遴选模式。这种模式通过受众的阅读、点击、跟帖、回帖、投票、收藏、转载、VIP 阅读购买等一系列主体性活动，从而形成一种有别于传统文学运作的“网民评审”方式。这种“亲民”的“大众评审式”传播模式，受众在文学网站上的自主性大大增强，受众积极与媒介内容互动尤为明显，而两大文学网站的受众 UGC 主要体现在同人小说（FAN FICTION，指利用原有的漫画、动画、小说、影视作品中的人物角色、故事情节或背景设定等元素进行的二次创作小说）的创作上。

在实例调查和访谈中，笔者发现作为应试教育下高中生一代，所有私人空间、时间都被压缩到最低限度，虽然他们接触网络小说的设备有限，甚至接触条件都有可能不具备，但他们“偷着看”网文之风却非常盛行，这一现象正说明网络小说受众在追求自己喜好时自主意识与自主行为的凸显，受众主体性地位内驱力的进一步展开。高中生作为网络小说的特殊受众群，他们青春期的性格与网络小说的风格高度契合，短、平、快成为高中生课外阅读的首选，再加上其自身心理发展的特点，他们更倾向于追求个性化、自我化而具平民创作风格的网络小说。笔者发现由于学校的管制、经济的限制、设备接受的不可能造成高中生网络小说阅读积极性暂时被打压，以及他们极少参与相关文学网站论坛等互动活动，甚至很少有进行相关网络小说创作的念头。同时在访谈中笔者发现高中生课外阅读存在很大问题，从侧面反映出高中生课外阅读无力应对网络小说的冲击。

## 6.2 研究反思

本文首先以积极受众论定义网络受众，此论非建立于实证基础上，有可能存在先入为主的缺陷。其次案例调查限于条件和精力，仅仅选择一所学校，并没对周边的丰中、三中进行调查，不具备普遍性，只是特例。由于笔者对网络文学的研究处于刚刚起步阶段，在探讨过程中的调查取样又不够广泛，所以调查研究中所反映出的问题和得出的结论难免有一定的局限性；且限于笔者水平，文中对两大文学网站的受众分析，对调查案例及访谈部分的分析的不够透彻。这些不足有待在后续研究中逐步完善。

## 参考文献

- [1] 熊俊.《析网络化对文学受众主体的影响》,贵州大学学报(社会科学版),2006-01-25.
- [2] 欧阳友权.《新世纪以来网络文学研究综述》,当代文坛 2007 年 1 期.
- [3] 崔滓溶.《中注国网络文学研究的困境与突破》[D].北京:北京大学,2011 年.
- [4] 欧阳友权.《网络文学的学理形态》,中央文献出版社,2008.2 月第 1 版.
- [5] 欧阳友权.《网络文学发展史》,中国广播电视出版社,2008 年版.
- [6] 吴红燕.《我国文学网站的营销传播及其策略研究》[M],重庆工商大学,2011-6-09.
- [7] 张凤林.《漫谈网络文化》,  
[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_5ef66f4b01001nv4.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_5ef66f4b01001nv4.html).
- [8] 陈阳.《网络文学文学资源的跨媒体经营——榕树下全球中文原创作品网案例简析》,编辑之友,2003 年第 2 期.
- [9] 江筱湖.《原创文学网站之五大世家》,中国图书商报,2004-10-19.
- [10] 中国互联网实验室.《2010 年 9 月中国文学网站市场份额统计报告》.
- [11] (美)M.H.艾布拉姆斯/郇稚牛,《镜与灯:浪漫主义文论及批评传统》,北京大学出版社,2004 年 1 月.
- [12] 崔滓溶.《中国网络文学研究的困境与突破》[D].北京:北京大学,2011 年.
- [13] 黄鸣奋.《互联网艺术产业》,学林出版社,2008 年.
- [14] 单小曦.《网络文学发展的新空间》,人民日报,2011-09-23.
- [15] 赵一帆.《网络文学的版权困境及其应对策略研究——基于文化冲突的角度》,图书情报工作,2011-08-05.
- [16] 聂庆璞.《传播媒介的嬗变与网络文学的发展》,贵州社会科学,2008-10-20.
- [17] 《网络文学的生产与运营述略》.盛大文学有限公司“榕树下”原创文学网站.
- [18] 熊俊.《析网络化对文学受众主体的影响》,贵州大学学报(社会科学

版), 2006-01-25.

- [19] 陈虹. 《网络原创文学营销传播研究》[M], 浙江大学, 2010-05-30.
- [20] 顾宁. 《简论日本网络文学》[J]. 文学文化研究, 2009(3): 第 84 页.
- [21] 陈虹. 《网络原创文学营销传播研究》[M], 浙江大学, 2010-05-30.
- [22] 顾宁. 《简论日本网络文学》[J]. 文学文化研究, 2009(3): 第 86 页.
- [23] 陈虹. 《网络原创文学营销传播研究》[M], 浙江大学, 2010-05-30.
- [24] 张雨. 《中外网络文学比较分析》[M], 2006: 第 8 页.
- [25] [韩]金善男. 韩国网络出版的现状与特点[J]. 出版发行研究, 2003.
- [26] 马季. 《欧美网络文学》[J]. 网络时代, 208 期: 第 70 页.
- [27] 马季. 《欧美网络文学》[J]. 网络时代, 208 期: 第 71 页.
- [28] Vannevar Bush. 《As We May Think》, Atlantic Monthly 176 (July 1945): 101-8.
- [29] 马季. 《读屏时代的写作: 网络文学 10 年史》, 中国工人出版社, 2008, 第 118 页.
- [30] 崔滓溶. 《中国网络文学研究的困境与突破》[D]. 北京: 北京大学, 2011 年.
- [31] see McQuail D. Audience Analysis, Sage Publications, London, 1997, P. 2.
- [32] see McQuail D. Audience Analysis, Sage Publications, London, 1997, P. 5.
- [33] see McQuail D. Audience Analysis, Sage Publications, London, 1997, P. 6.
- [34] 郭庆光. 《传播学教程》, 第 1 版, 172 页, 北京, 中国人民大学出版社, 1999.
- [35] See Marcuse, H. One Dimensional Man, Routledge & Kegan Paul, London, 196.
- [36] 丹尼斯·麦奎尔. 《受众分析》, 刘燕南等译, 中国人民大学出版社, 2006 年版.
- [37] 张国良主编. 《20 世纪传播学经典文本》, 复旦大学出版社 2006 年版.

- [38] 金惠敏.《走向社会本体论——试论戴维·莫利的积极受众论》，文艺学研究，2012年。
- [39] 丹尼斯·麦奎尔.《受众分析》，刘燕南等译，中国人民大学出版社，2006年版，p179。
- [40] 康彬.《新媒体时代的受众研究——由麦奎尔的《受众分析》谈起》新闻知识 2011年第01期。
- [41] Abercrombie, N. & Longhurst, B. Audiences: A sociological theory of performance and imagination. London: Sage. 1998.
- [42] 文卫华.《想象·表演·认同——中国大陆美剧迷的身份/认同研究》  
<http://academic.mediachina.net/article.php?id=6257>.
- [43] Abercrombie, N., & Longhurst, B. Audiences: A sociological theory of performance and imagination. London: Sage. 1998.
- [44] 康彬.《新媒体时代的受众研究——由麦奎尔的受众分析谈起》，新闻知识，2011，第01期。
- [45] Carpentier, N. 2011 New configurations of the audience? In Nightingale, V, ed. The handbook of media audience. Blackwell, United Kingdom, p. 202.
- [46] 康彬.《受众身份的转变与角色的突围》——浅析新媒体时代的积极受众. 新闻知识. 2013年第1期.
- [47] E. 卡兹.《个人对大众传播的使用》，1974.
- [48] 《第33次中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL], 2014.
- [49] 李杨.《网络视域下的文学接受研究》西北大学硕士学位论文，2012.6.12.
- [50] 《中国网络文学用户调研报告》，2010.
- [51] 吴华. 段慧如,《文学网站的现状和走势——基于五家著名文学网站的实证考察》，湘潭大学学报（哲学社会科学版），2012-11，第36卷第6期。
- [52] 杨玉琼.《中外社交网站受众行为模式对比》，科技传播，2011.11.
- [53] 郭庆光.《传播学教程》2007年1月第13次印刷，209页。

- [54] 陈岳芬.《微博用户对灾难信息的解码方式探微——以“7.21北京暴雨”为例》.
- [55] 夏雨禾.《突发事件中的微博舆论：基于新浪微博的实证研究》.
- [56] 《中国网络文学用户调研报告》,2010.12.
- [57] Noelle-Neuman,E.The spiral of silence:Public Skin.University of Chicago press,1993.

# 附录：调查问卷

## 关于丰城二中学生网络小说阅读情况的调查问卷

您好！我是汕头大学新闻学院的研究生，想调查您阅读网络小说方面的情况。本调查结果完全用于学术研究，不会泄露问卷中所获得的任何个人信息。请根据您的具体情况作答。完成问卷大概需要 3 分钟，非常感谢您的配合！（请在每题圆圈内打钩，以此作为您的所选选项）

1. 您的性别： [单选题]

男

女

2. 您所在的年级是 [单选题]

高一

高二

高三

3. 您每月的伙食费是 [单选题]

$\leq 500$  元

500-1000 元

1000-2000 元

2000-3000 元

4. 您是城镇户口还是农村户口 [单选题]

农业户口

非农业户口

5. 您是否读过网络小说 [单选题]

有阅读过（请答所有题目）

从未阅读（请选答 1、2、3、4、5、6、17 题）

6. 您从未阅读过网络小说的原因是 [单选题]

不懂上网没有任何途径接触网络小说

已经拥有其他图书或小说

课业繁重没时间阅读

学校管制严格，没有阅读的念头

其他原因\_\_\_\_\_

7. 您阅读网络小说多长时间了 [单选题]

$\leq 3$  个月

3 个月-6 个月

6 个月-1 年

1 年-2 年

$\geq 2$  年

8. 您多久阅读一次网络小说 [单选题]

每天至少一次

每周至少一次

每月至少一次

每半年至少一次

9. 您通过哪些搜索引擎搜索或阅读网络小说 [单选题]

百度

谷歌

- 必应
- 搜狗
- 网络文学网站，如：起点中文网、盛大中文网
- 其他

10. 您每次阅读网络小说的时长大概是 [单选题]

- ≤10 分钟
- 10 分钟-30 分钟
- 30 分钟-1 小时
- 1 小时-2 小时
- ≥2 小时

11. 您是通过何种媒介阅读网络小说 [多选题]

- 纸质版网络小说
- 用移动存储设备从电脑上下载后上传到普通手机上
- 直接在普通手机或智能手机或平板电脑上阅读
- 直接用台式电脑或笔记本电脑阅读

12. 您了解以下哪些文学网站 [多选题]  
榕树下

- 起点中文网
- 幻剑书盟
- 红袖添香
- 其他\_\_\_\_\_

13. 您是否注册某个文学网站 [单选题]

是，普通会员

是，VIP 会员

14. 您是否参与过其文学网站的相关活动 [多选题]

签到或打卡

做任务

发帖子或对相关帖子进行评论

打赏

其他\_\_\_\_\_

15. 看完网络小说之后有自己进行创作的想法或有创作过自己的网络小说吗 [单选题]

从来没有过创作想法

有过创作想法但没有创作实践

有过想法并创作出小说

16. 您偏爱阅读哪一类的网络小说 [单选题]

玄幻类小说（如《斗罗大陆》）

仙侠类小说（如《诛仙》）

灵异类小说（如《都是地府惹的祸》）

都市言情类小说（如《纯情与魅惑》）

其他类型小说\_\_\_\_\_

17. 您对“阅读网络小说会影响学习”的同意程度 [单选题]

非常同意

比较同意

- 一般
- 不同意
- 非常不同意

# 致 谢

经过三年的忙碌和学习，本次毕业设计已接近尾声，作为一个研究生的毕业论文，由于我经验的匮乏，难免有许多考虑不周全的地方，如果没有导师的督促指导，以及一群好朋友的支持，想要完成这个设计是难以想象的。

在这里首先我要感谢我的导师——陈岳芬教授。本论文是在她的悉心指导下完成的。陈老师渊博的专业知识，严谨的治学态度，诲人不倦的高尚师德，朴实无华、平易近人的人格魅力对我影响深远。本论文从选题到完成，每一步都是在老师的指导下完成的，这倾注了她大量的心血。在此谨向陈老师表示崇高的敬意和衷心的感谢！

还要感谢程金福教授。程老师在我论文的选题和初创阶段给予了许多指导和建议，谨在此表示感谢！同时，我要感谢所有教导过我，关心过我的老师。特别是我们和蔼可亲的范院长、经常请我们吃饭唱 K 的魏老师、上课满脸笑容的陈莱姬老师。您们为我的学业倾注心血，您们为人师表的风范令我敬仰，严谨治学的态度令我敬佩。

难忘同学情，这三年中我们朝夕相处一路走来。三年的研究生生活是我人生中重要的转折点，也是我人生的宝贵财富。在汕头大学的日子，我不仅得到了同学的诸多帮助，而且还从同学身上学到了许多闪光的东西。衷心感谢所有在成长道路上给予我关怀的友人。

同时要对我的家人致以最深情的敬意，他们用无私的爱给予我默默的关心和支持。是他们给我撑起一片蓝天，使我能安心进行学习和研究。

完成论文离开学校，是一个终点，又是另外一个起点！