

文章编号: 1673-1646(2024)06-0020-09

## 跨媒介视域下短篇网络小说的叙事策略转向探析

蒋欢

(西北大学文学院, 陕西西安 710127)

**摘要:** 在全媒体时代背景下, 短视频、有声读物等新媒介的兴起改变了网文用户使用移动端“看”小说的传统阅读模式。有声小说用户数量的快速增长在影响网文传播形式的同时, 也加速着网络文学的市场格局变革; 而短篇网络小说的重焕生机, 更是打破了传统模式下长篇网络小说的垄断局面。基于跨媒介叙事的背景, 对当下主流短篇网络小说平台所建构的“IP生态链”进行分析, 能够揭示出当下短篇网络小说藉由其区别于长篇网络小说的异质性占据大量网文阅读市场的传播现实, 但其与媒介共生的特质也使其自身的叙事策略发生了转向, 具体呈现为: 小说文本“快、短、精”的叙事节奏, 现实题材系列文本成主流和迎合流量而套路化、模版化创作三个方面。

**关键词:** 跨媒介传播; 短篇网络小说; IP生态链; 叙事策略

**中图分类号:** I207.42 **文献标识码:** A **doi:** 10.3969/j.issn.1673-1646.2024023

**引用格式:** 蒋欢. 跨媒介视域下短篇网络小说的叙事策略转向探析[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2024, 40(6): 20-28.

## Study of Narrative Strategy Shift in Short Online Fiction from Transmedia Perspective

JIANG Huan

(College of Literature, Northwest University, Xi'an 710127, China)

**Abstract:** In the all-media era, the rise of new media such as short videos and audio books has changed the traditional reading mode of online literature users on mobile devices. The rapid growth of audio book users not only affects the form of online literature dissemination but also accelerates the transformation of the market structure of online literature. The resurgence of short online fiction breaks the monopoly of traditional long online novels. Against the backdrop of transmedia narrative, analyzing the “IP ecosystem” constructed by mainstream short online fiction platforms reveals the current reality of short online fiction, which differs from long online fiction, occupying a large share of the online literature reading market. However, its trait of symbiosis with media also leads to a shift in its narrative strategy which is manifested in the fast, short and precise narrative rhythm of novel texts and the creation paradigm catering to online traffic and followers of mainstream realistic novels.

**Key words:** transmedia communication; short online novel; IP ecosystem; narrative strategy

随着全媒体时代的到来, 不同媒体产业通过跨界合作的方式使用户习惯于在不同媒体渠道与媒介文本间流动转换, 一种“自上而下的文化产业融合与自下而上的受众消费融合共同构成媒介融合

的运行逻辑”<sup>[1]</sup>得以形成。在这种全新的新媒体语境下, 一种区别于传统网络长篇小说的新型网络短篇小说依附于媒介传播而发展迅猛, 人们不再仅仅依附于传统的移动端阅读方式去“看”小说, 而是逐

收稿日期: 2024-01-28

基金项目: 2023年广西研究生教育创新计划项目: 青春文学视域下玄幻小说文化新变研究(YCBZ2023078)

作者简介: 蒋欢(1995—), 女, 博士生, 从事专业: 中国现当代文学。E-mail: jh719sxb@163.com。

渐转向有声阅读的方式去“听”小说,阅读网站也从昔日几家龙头网站逐渐转向公众号、知乎、有声 APP 等软件上。这给原本被少数大型网文平台所垄断的阅读市场带来一定冲击。正如麦克卢汉所言,任何媒介对个人和社会的任何影响,都是由于产生了新的尺度<sup>[2]19</sup>,有声媒介的兴起就为读者的阅读体验和阅读方式提供了“新的尺度”。相较于传统的动辄上百万字的网络小说,短篇网络小说凭借短、平、快的阅读节奏迅速收获大量读者,并因其易于传播和改编的特征而占据各大媒介平台。与之相对应的是,全媒体时代下的短篇网络小说为迎合媒介传播、获取更多平台流量而呈现出新的叙事特征和叙事策略。

## 1 媒介演进与短篇网络小说的兴起

中国早期的网络文学依附于“榕树下”“起点”“晋江”等大型网站进行传播,读者通常使用网页或者是移动端阅读软件进行小说阅读。时至今日,这些大型网站早已形成成熟的市场运营模式,但随着全媒体时代的到来,信息内容的生产和传播脱离了空间和时间的限制<sup>[3]</sup>,社会生活节奏的加快和文化产品选择的增多使大众的注意力和耐心成为宝贵且稀缺的资源,人们越来越倾向于利用琐碎时间进行“碎片化阅读”或直接使用公众号、播客、电台等有声平台“听”小说。相较于“看书”,“听书”这一时间与金钱成本较低、又能解放双眼的伴随型阅读方式成为当下读者的重要选择,有声小说便随之兴起。所谓“有声小说”,指的是以小说文字文本为依托、用声音符号来承载小说内容的“音声文本”。根据艾媒咨询数据显示,2022年,中国在线音频用户规模预计达到6.9亿人,市场规模将达312亿元,同比增长41.8%<sup>[4]</sup>。庞大的市场规模进一步催生了数字音频媒体的广阔发展空间,“有声阅读”这一功能已迅速普及至各大微信公众号、百度、网易等平台,喜马拉雅FM、荔枝FM、云听、播客、懒人听书等有声APP纷纷跻身音频新媒体市场,有声小说的读者群体逐渐占据重要市场,年轻人则是该群体的主力军。数据显示,有声阅读用户从2016年的2.18亿人次上升至2018年的3.18亿人次<sup>[5]</sup>。这个数字在疫情时代来临后又经历一次飞升,从2019年4.78亿人次上涨至2022年的6.9亿人次<sup>[6]</sup>。与之相对应的是网络文学用户数量在互联网用户数量中的占比呈下跌趋势。2022年和2023年的用户数量略有回升,但占比仍低于2020年的。根据《中国互联网络

发展状况统计报告》数据显示,2018年,我国网络文学用户规模达4.32亿人次,在互联网用户数量中的占比为52.1%;2019年6月,用户规模达4.54亿人次,占比为53.2%;2020年3月,用户规模达4.55亿人次,占比为50.4%;2021年6月,用户规模达4.61亿人次,占比为45.6%;2022年12月,用户规模达4.92亿人次,占比为46.1%;2023年6月,用户规模达5.28亿人次,占比为49.0%<sup>[7]</sup>。

网文读者数量在互联网用户数量中的占比下降意味着原本属于网络文学的市场份额正在被其他娱乐应用软件所侵蚀。相较于网文读者数量已逐渐达到饱和程度的现象,有声小说的市场正在散发新的活力,为网文市场的进一步扩大增添可能性。原本在网络文学领域,“超长度”是网络小说的标志之一<sup>[8]174</sup>,动辄百万甚至千万字的网络小说在如今的网文圈实属常态。但伴随着快节奏的全媒体时代的到来,短篇网络小说逐渐出现回流趋势<sup>[9]</sup>。针对这一现象,多家网文平台开始调整经营策略。最早专攻短篇网络小说的平台为“每天读点故事”(后文简称“读点”),该平台早已敏锐意识到未来网文市场势必会盛行短篇小说,于是在2015年正式上线后,就将发展趋向直指短篇网络小说,宣传语“你的随身精品故事库”就在强调该平台将发展重点放置于精品故事的孵化之上。这里的“精品故事”是指平台主推的0.8万字至1.5万字的精品短篇小说。与读点类似的平台还有鼓山文化于2016年成立的“脑洞故事板”,该平台同样侧重于孵化0.2万字到1万字的短篇小说,并将1万到2万字的小说定为“中篇小说”<sup>[10]</sup>,这与传统网文市场对中短篇小说的定义显然是截然不同。同年的5月1日,国内首家图文对话小说平台“话本小说”上线。“话本小说”指的是“借助角色对话的方式刻画人物形象,推进情节发展,简化环境描写,以即时通信软件聊天形式呈现的新型网络小说”<sup>[11]</sup>。随后,克拉有读、谜说、快点阅读等对话体小说APP也纷纷上线,国内形成一股短暂的“话本小说”热潮。在此之后,国内最大的回答社交平台“知乎”也捕捉到了短篇小说广阔的发展前景。2017年8月,知乎正式推出“想法”这一形式为短内容记录的新功能,由此也诞生了一种网络文学新形态,即“提问者提出一个问题后,答主们自由发挥想象,用创作小说的方式做出回答”<sup>[12]</sup>。这类网络小说被称之为“问答小说”,字数通常在几千到一二十万字不等<sup>[12]</sup>。2019年3月,知乎官方成立“盐选会员”服务体系,开通“盐选专栏”收集平台高质量的中短篇问答小说,以每月25元的价格向平台用户出售。这一

举措意味着知乎正式将原本是平台副产品的问答小说推上了商业化的道路。此外,魔宙、简书、超好看、淘故事等故事平台也陆续上线。

为了迎合全媒体时代下有声小说盛行的新趋势,这些平台多采用文字与有声双同步更新的推送模式,注重培养并维持大量有声听众。以读点为例,该平台于2017年1月正式开始做有声小说并签约大量有声主播;2019年起,开始与国内大型音频分享平台“喜马拉雅”达成合作模式,将录制的有声小说搬运至“喜马拉雅”平台。其中,《无声之城》在喜马拉雅口碑榜排第36名,《刑侦夜话》则获得了高达2 077.5万次的播放量。这一举措体现出以读点为代表的短篇网络小说平台注意到当下人们阅读方式的转变,意识到在快节奏生活及自媒体时代的冲击下,相较于难以携带和移动的PC端阅读方式,移动客户端显然能够带给用户更加便捷的使用体验,所以这些平台都将经营侧重点放在了专供APP移动端阅读模式。这一选择或许与当时的主流网文网站经营模式背道而驰,如今看来却是对全媒体时代下短篇网络小说的发展早有预料。随着网络小说读者受众数量逐渐饱和,网文行业必然要寻找新的发展市场,而有声听众数量的大幅度跃升正让网文市场看到新的发展可能性。未来的网络小说若想要获得更广阔更全面的发展机会,必然不能只局限于文本本身而忽视全媒体时代背景以及读者自身审美视角的转变。与此同时,全媒体时代的到来也使得当下网络文学呈现出“跨媒介叙事”的特征,这一特征在短篇网络小说中也显现出新的特质。

## 2 跨媒介叙事:短篇网络小说的IP生态链建构

“跨媒介叙事”这一概念由麻省理工学院教授亨利·詹金斯在2003年提出,指故事系统性散布在不同平台且每个平台均用自己的方式为故事作出各自贡献,核心在于故事文本的协同性与系统性<sup>[13]</sup>。美国两大漫画公司巨头DC(Detective Comics)和漫威(Marvel Comics)就将“跨媒介叙事”这一概念发挥到极致,它们旗下的漫画故事可以延伸涵盖至电影、游戏、电视剧、剧场等多种文本形式,且每种文本形式都根据自身平台的特性对故事进行新的阐释并统一于同一个故事母题之下,最终形成联系紧密的故事宇宙。观众们将其称为“DC宇宙”和“漫威宇宙”。网文平台自然难以将网文作品打造成如此大规模的故事宇宙,但各大平台显然意识到了单一渠道推广的局限性,转而注

重“故事宇宙”的打造。以读点为例,它在上架初期就注重多平台IP的共同孵化与推广,采用多平台推广布局并陆续推出有声故事、魔剧、漫画、实体书、影视版权等多种推广模式。这一模式在短篇网络小说市场颇为流行。

值得注意的是,与以往网文平台将已完结作品售出影视、图书、漫画等版权的单方面商业行为不同,如今的网文平台大多和影视公司、出版社等达成合作共生的关系,试图建构一种“IP生态链”的运营模式。所谓“IP生态链”,指的是产品垂直生态链和横向生态圈的共同构建可以形成良性的生态系统。若将这一概念用于网文市场,可以理解为网文作品通过IP生产链条一体化、IP产品形成过程打造相对独立的生态圈以及IP产品的可持续开发<sup>[14]</sup>。在以往的网文市场里,长篇小说通常需要在积攒大量粉丝的基础上才可以开发衍生IP产品,但短篇网络小说因篇幅短、阅读便捷等特点,会比长篇小说更易于传播,故各大平台普遍采用多平台账号及推广模式来构建一种IP版权权利人、版权机构和消费者之间及其与外界环境互利共生的“IP生态链”,在一定空间内使各IP版权要素在相互作用的前提下形成具有整体性、稳定性和协同性的生态复合系统,形成“孵化作者与优质文本——IP生成—多媒介IP开发”的跨媒介IP版权孵化路径。

### 2.1 生态链上游:网文收益方式的转变

“IP生态链”的上游是网文平台所提供的网文收益。自起点中文网等网站设置“VIP收费模式”和网文商业化产业链形成后,网文写作正式脱离“为爱发电”的无功利时代而走入商业化写作。通常来说,“网络文学作者的成长体系可分为:签约体系、晋升体系、福利保障体系、培训体系、版权运营体系”<sup>[15]</sup>,但与传统的网文平台培养体系相比,短篇网络小说平台对于读者的依赖程度要更低一些。长篇小说的作者可以依靠读者的订阅、付费、打赏而获得不菲的收益,而短篇网络小说的字数通常不超过3万字,作者很难仅依靠读者给予的收益为生,他们更加依赖平台提供的收益。这点与以往的长篇小说收益模式有所区别,平台拥有比读者更高的作品评价话语权。

通过对各大短篇网文平台的收益政策了解后可知,平台所提供的作者福利中,VIP收益通常是签约作者的主要收入。如脑洞故事板为0.2万字到1万字的短篇小说提供0.1万元/篇的稿费,读点也为0.8万字至1.5万字的VIP短篇小说提供保底收益0.1万元/篇。虽是“保底收益”,但囿于平台自

身的局限性,以公众号或 APP 为运营基地的短篇小说平台流量有限,平台的其他收入如读者的打赏与广告收益通常寥寥无几,故 VIP 保底稿酬通常也是作者单篇小说的全部收入,这也是目前全网大部分短篇小说遇到的困境。与晋江、起点、番茄等孵化长篇网络小说的网文网站不同,长篇小说通常不完全依赖平台获得稿费,即便作品得不到编辑、平台的认可,但若吸引大量读者阅读并购买 VIP 章节、打赏,作者照样可以获得不菲的稿费并赖以生存。短篇小说则因过多依赖于网站自身发放的费用,故在选题创作上更受到来自编辑、平台的限制。这点同样体现在拥有超高流量的知乎平台上,大多数作者主要依靠会员流量与平台五五分成,作者所获得的稿费收入高低与文章的点赞数据成正比。但并非是所有短篇网络小说都能够和知乎达到五五分成的收益,若写出来的短篇网络小说未能顺利过稿,文章甚至无法跻身于“盐选会员”,收益便无从谈起,故知乎盐选的短篇小说套路化写作现象也较为严重。这点将在后文展开分析。

## 2.2 生态链中游:多平台 IP 孵化推广模式

在短篇网络小说的“IP 生态链”系统中,最为关键且和传统网文“生态链”有显著区别的地方就在于中游的孵化推广部分。“生态链”中游的关键通常在于以平台的连接性降低 IP 生成和跨媒介开发成本<sup>[11]</sup>,促进其 IP 的多形式转化。通过文本的跨媒介流动来不断创造和衍生出新的文化产品,从而使文本实现跨媒介增值。传统长篇网络小说基于其宏大的故事架构和积累的忠实读者数量,得以最大程度降低其 IP 开发和影视化改编的难度,能够围绕 IP 构建一套完整且相互协同的产业链,打通从创作到线下、改编游戏、漫画、电视剧、电影、文化衍生品等一系列链条<sup>[16]</sup>。短篇网络小说则是在借鉴了长篇网络小说的 IP 孵化与运营模式的基础上,采用多平台 IP 孵化和推广布局的运营模式。如椿和文化于 2022 年下半年上线的鸥知读书平台直接将目标锁定在短篇小说的“全版权运营”上,专注于文学 IP 生态的一体化开发,包括但不限于影视剧、微剧、出版、有声、游戏、动漫、文创产品等核心衍生版权。知乎也同样为签约作者提供影视版权、书籍

等全产业链衍生开发商业机会。

在目前的短篇网络小说平台中,以读点 IP 孵化生态链最为完善。读点作为目前文学领域唯一一家核心架构采用信息流+推荐引擎的 APP 产品,被誉为“短文学版的今日头条”<sup>[17]</sup>。早在 2015 年上线以来,该平台便陆续推出多种故事模式,如魔剧、有声故事、漫画、实体书、影视版权等,在短短九年时间内孵化出大量优质短篇网络小说。读点还会聚合优质文本资源打包出售版权,并注册“每天 IP 推荐”公众号定期整理近期热门 IP 作品对外推荐,读点也由此成功售出大量短篇小说版权。以读点为首的短篇小说平台在致力于多平台多渠道推广的同时,与知乎、喜马拉雅这类同为短篇小说聚集地的大型网站也建立了合作关系。读点、脑洞故事板、魔宙、简书等平台均在知乎上进行账号注册,将平台优质的短篇小说组成专辑加入知乎的盐选会员,从中赚取渠道收益的同时借势在知乎引流。其中,读点和脑洞故事板在知乎平台分别拥有 10 万和 11 万粉丝,读点在“喜马拉雅 FM”上也拥有 57.9 万粉丝量。各大短篇小说平台基本也在知乎、头条、抖音等各大平台拥有自己的独家账号。这无疑是全媒体时代下短篇小说 IP 版权生态链孵化运营的总体发展趋向。这一趋向也体现出短篇小说不再因其字数较少而难以被影视化,反而能够为改编成电影、短剧提供更多发挥空间。当然,过于注重 IP 版权的推广与改编,也会为当下短篇网络小说的发展带来一定弊端,这点需要我们辩证地看待。

## 2.3 生态链下游:个人 IP 运营与粉丝效应

对于网文作者而言,短篇网络小说的读者粘性通常比长篇网络小说的读者粘性要低。长篇网络小说可以通过长期稳定的更新培养读者的粘性和阅读惯性,但短篇网络小说作者难以用 3 万字甚至 0.8 万字的小说来长期留住读者,并且短篇网络小说的更新频率也比长篇小说的更新频率要低<sup>①</sup>,这就使得生态链下游的“个人 IP”运营和“粉丝经营”尤为重要。也就是说,短篇网络小说 IP 版权生态链的下游不仅需要促进 IP 增值,为 IP 版权生态链的奠定良性循环基础,还需要在留存新读者的同时吸引跨媒介产品的粉丝成为平台新读者。

① 长篇小说的更新模式多为建立在“日更”基础上的“连载”模式,其目的是通过“每日更新”的方式增强小说的读者粘性并稳固读者群体;短篇小说的更新则需要“周”或“半月”的较长时间区间,且每次更新都需放出完整的、独立成篇的小说文本。故短篇小说的更新频率相较于长篇小说要更低。

为了应对这一局面,各大平台不约而同地将目光投向了网文作者的“个人IP”塑造。读点在采取多平台账号引流策略的同时,精心运营粉丝社群并鼓励平台签约作者在自媒体平台打造个人IP,以此增强作者与读者之间建立起超越文本本身的情感链接,进而成为短篇网络小说衍生产品的忠实消费者。如读点的人气签约作者“三月桃花雪”通过在抖音平台分享自己的网文写作经验而积攒21万粉丝,读点顺势为其举办直播抽奖活动来实现粉丝跨媒介引流,在打造人气作者的同时为其运营多媒介粉丝社群,从而达到固粉目的。读点在每年新春佳节之际也会邀请平台的人气作者录制新年祝福,有意培养和打造平台的明星作者,推动并运营明星作者的粉丝社群。知乎则直接将“个人品牌建设”写进签约后的作者福利之中,点明“优秀作者将有机会登上年度作家榜单、获得平台荣誉勋章”<sup>[18]</sup>。平台鼓励作者建立自身的粉丝群,并配置编辑进群做管理员,注重粉丝群体的社群管理。因为粉丝群体的社交化管理是数字版权和粉丝经济的价值桥梁,专业化的社群运营管理是深掘网文粉丝经济的需要<sup>[19]</sup>。同时,平台自身也会尝试将自身品牌拟人化来建立“品牌IP”,如读点会定期制作“读点儿”表情包,并推出明星编辑“丝茉茉”“阿野”等。由此可见,“不同媒介对应着不同的受众群体,而跨媒介融合就是将这些来自不同圈层的受众吸纳进整体IP的粉丝圈子里,由此产生并积累的粉丝文化,又为IP的长期发展提供了经济基础”<sup>[20]</sup>。

综上所述,短篇网络小说平台在建构自身“IP生态链”的同时,也呈现出不同于以往长篇网络小说“IP生态链”的特征。例如,网文收益更加依赖于网文平台而非读者市场,更注重多渠道同步推广的运营布局和网文作者“个人IP”形象的建构等。这些特征构成了短篇网络小说市场里可反复循环的“IP生态链”,“IP孵化”也由原本的平台单方面售出版权到多平台(影视公司、短视频平台、有声平台等)共同打造同一文本的故事宇宙。这也是短篇网络小说如今能在网文市场占据一席之地的主要原因。与之相对应的是,短篇网络小说因其篇幅短、易传播、易改编的特征而在网文市场焕发新生的同时,也呈现出了新的跨媒介叙事特征和叙事策略。

### 3 跨媒介传播:主题先行的文本建构策略

全媒体时代的到来使得短篇网络小说得以拥有更多的传播载体和传播渠道,但它也在一定程度

上影响了短篇网络小说的创作。相较于长篇小说,短篇网络小说更容易受到平台编辑、版权市场和短视频平台等方面的影响,并且因为篇幅短、更新较慢等原因,更难以形成以作者为核心的粉丝结构,也难以通过粉丝经济推动IP形成。针对这一现象,以读点为首的短篇网络小说平台推出了系列文的更新模式,易于出版与改编的现实题材系列文作品成为创作主流。此外,为了迎合多平台渠道传播的推广布局,当下短篇网络小说也相应地呈现出“快、短、精”的叙事特征和套路化、模版化的写作倾向。

#### 3.1 易于传播:“快、短、精”的叙事特征

正如前文所言,短视频时代的到来使人们更难以集中注意力来阅读大段的文字。短视频“短、平、快”的节奏特征也促使短篇网络小说形成相应的“快、短、精”叙事特征。为了达到吸引读者的目的,短篇网络小说的叙事模式也发生了相应的变化,主要体现在三个方面:将故事情节的悬念点前置,通过预叙模式来吸引读者注意;字句语言愈加凝练,多用短句短段落,便于读者轻松阅读;情节多处设置反转,注重故事的情节性。

首先是故事悬念点的前置,又称为“预叙”,指的是“在提及先发生的事件之前叙述一个故事事件”,使“叙述提前进入了故事的未来”<sup>[21]83</sup>。全媒体时代下的短篇小说不仅会将矛盾点与悬念点前置,通过倒叙的方式来吸引读者的注意,还会将小说中最具看点的部分提取出来放置在文章开头。如读点悬疑总榜第一名的作品《刑侦夜话:虐杀审判》<sup>[22]</sup>,开篇第一句“听说了吗?小树林死人了!”就将案件直接抛了出来;紧接着第二句“好像还是咱们学校的,据说死得特别惨……”将案件范围锁定在学校里;最后抛出第三句进行背景补充:“这破学校乱着呢,我就知道早晚得出事儿!”开头文字干脆利落,三句话将命案的发生背景、环境给交代清楚,最快抓住读者的注意力。开头寥寥几句话干脆利落地甩出悬念点,情节悬念的设置就此完成。

其次是叙述语言多采用短句和短段落,甚至经常用一句话自成一个段落。上文提到的《刑侦夜话:虐杀审判》就采用了三句话构成三个段落的写作形式:

“听说了吗?小树林死人了!”

“好像还是咱们学校的,据说死得特别惨……”

“这破学校乱着呢,我就知道早晚得出事儿!”

三句话分别作为三个段落,视觉上降低了阅读

难度,语言上也注重言简意赅,便于读者理解。当小说里的场景或时间、视角需要进行切换时,文章会使用“1”“2”“3”“4”“5”……的阿拉伯数字进行章节切分,进一步将章节内容切短,便于读者理解阅读。这一写作模式已成为所有运营短篇网络小说平台的业界共识。

此外,盛行于全媒体时代的短篇网络小说更加注重情节反转的设置,故事的叙述节奏通常十分紧凑。以在快手、抖音、百度、知乎都获得广泛阅读量的《惊魂一夜》<sup>[23]</sup>短篇小说为例,故事开头便抛出一个悬念:孤身一人在家的女性家中竟藏着一名杀人犯。随着案件不断推进,该杀人犯与“我”丈夫的感情纠葛浮出水面。最后丈夫与杀人犯扭打起来后,丈夫趁机将匕首捅进杀人犯的身体,并将其推下悬崖。就在读者以为故事叙述到这里已接近尾声之时,情节却突然反转,“我”竟然伸手将丈夫从悬崖上推了下去。该故事的字数虽只有万字出头,但悬念设置较多,矛盾冲突密集,反转也接二连三。这便是当下新媒体短篇小说的叙述魅力,即用高效的叙事文本,尽可能在最短的篇幅内制造出尽可能多的冲突,让读者在更短的阅读时间内获得更多的阅读刺激和阅读满足。

### 3.2 主题先行:现实题材系列文成主流

如前文所言,当下短篇网络小说所呈现的叙事特征虽然在一定程度上有利于多媒体多渠道的推广模式,但因短篇网络小说篇幅短、更新较慢等原因,难以长期留住读者。针对这一现象,各大平台陆续推出系列文的更新模式。系列文的更新模式优势在于既可以最大限度地留住老读者,又可以随时接纳新读者。系列文通常分为主线模式和非主线模式。主线系列文指的是具有整体世界观、主线人物和剧情任务,并用同一主角人物和主线任务将一篇篇剧情独立的单篇故事串联起来,如《名侦探柯南》《神探夏洛克》均采用了主线系列文的叙事模式。另一种为无主线系列文模式,即拥有整体世界观和相同人物,且人物之间互有关联,但单篇故事剧情独立存在且没有强主线贯穿,相较于主线系列文要更为松散一些,如“漫威系列”的《蜘蛛侠》《钢铁侠》《黑寡妇》等电影作品采用的就是无主线叙事模式。读点策划的VIP系列文多采用主线系列文叙事模式,并孵化出诸多成功售出影视版权或出版版权的系列文作品,如《寻他千百度》《拜见仙君大人》《风水师报君知》等。这些作品在更新时保持每

月双更乃至周更的更新频率,既能最大程度地保留读者的阅读热情,又能够根据读者当下的反馈来修改后面的故事情节,魔宙旗下的《天才捕手FM》系列也是在积攒众多读者的基础上成功出版成书。知乎会员VIP榜单中的故事榜单第二名《妖兽难缠:我的非人男友》和第三名《食色男女:爱情是件奢侈品》采用的也是主线系列文叙述模式,广受读者好评。

在这诸多主题系列文中,现实题材的系列作品成为各大网文平台的重点孵化对象。据统计,2021年,现实题材作品在各网站年度新增签约的占比就已超过60%<sup>[24]</sup>,《2022中国网络文学发展研究报告》的调查数据则显示现实题材进入黄金时代,七年复合增长率达37.2%,增速位列全品类第二。“第六届现实题材网络文学征文大赛参赛作品34804部,同比增长65%”<sup>[25]</sup>,究其原因,现实题材通常更容易得到出版商或导演的青睐。近些年,风靡全网并获得良好改编的《隐秘的角落》《坏小孩》《法医秦明》《欢乐颂》《三十而已》《二十不惑》等爆款电视剧均以现实生活为题材进行创作衍生,这也反向催生出作者和平台创作并孵化大量现实题材作品。基于此,读点一直重点孵化的系列文作品主题也是紧跟着现实生活,目光聚焦于当下社会前沿,注重对系列文现实题材的不断创新与摸索,并陆续在2020年相继推出较为新颖的现实题材作品,如《裁员专家》《银行生存法则》《破产规划师》等。其中,《裁员专家》<sup>[26]</sup>是首部聚焦“裁员顾问”的职业故事,用一个崭新的视角切入寻常的人力资源管理工作,使得故事有了新意。作者自身职场经验极为丰富,在小说中打造了一对极致矛盾的主角人物关系,辅以真实职场的素材,故事包罗万象,不仅在平台获得极高的订阅,并在2021年9月成功售出影视版权,于2022年8月由北京大学出版社出版成纸质书出售。此外,平台也一直在紧跟当下的舆论焦点和流行元素来举办各类征文活动,一方面是借助热点来获得更高关注度,吸引读者的兴趣;另一方面也是不断给作者提供新的灵感和创作思路。近期举办的“故事存储计划”征文大赛更是邀请了知名导演杨超、徐伟、赵霁等评委,与多家知名影业公司共同评选出优质短篇小说进行IP孵化推广。该征文共划分为五大板块,其中的“地域悬疑”强调以现实地域为背景的悬疑或犯罪故事;“百分百她公式”则是以身份公式解构女性饱满真实的多面性;“人生无小事”则强调以小事为孔窥见百态人生

的故事,三个板块均是强调作者可将故事建立在真实生活之上进行艺术再创作。

侧重于现实题材的创作在一定程度上可以迅速并大量推出可供影视化的优秀作品,但随之而来的是网文创作面临“主题先行”这一现象。无论是征文大赛的有意引导还是平台对现实题材作品的重点孵化,无一例外体现出“主题先行”的现象。平台编辑均有意识地引导作者选择现实题材进行创作,并在作品诞生之初就用IP孵化的视角看待其作品。然而,网络小说并非是“剧本”,能够直接与影视、有声书改编划等号,网文的主体受众是读者而非导演,作者也并非编剧。在浮躁的网络文学创作与急于求成的市场大环境下,仅凭想象和追逐热点题材进行网文创作,写出来的文字自然会与现实生活脱节,其作品的诞生也只是为了尽快售出影视版权并进行相关IP改编孵化,失去了创作原本的意义。这一现象在知乎更为严重,为了尽可能获得更多的点赞和流量,知乎的高赞短篇小说几乎是批量复制的现实题材爽文,主角不是打小三就是打婆婆,亦或者手撕渣男,故事情节的设置和后续发展几乎成为一种固定的短篇爽文模式。平台能够迎合主流趋势有意识地向现实题材靠近自然是件好事,但“主题先行”的后果便是有的现实题材作品仅仅是披上了“现实”的外衣,一味追求“爽”和“打脸”的现实题材短篇小说也与真正的现实生活相距甚远。长此发展下去,作者也更难以静下心来沉淀优秀作品。这一现象成了当下网络文学急需解决的问题,将在下文进行重点探讨。

### 3.3 流量青睐:套路化模板写作成趋势

如前文所言,从2018年起,我国阅读网络文学的用户数量在互联网用户数量中的占比呈下降趋势,短视频的崛起更是对原本就呈固化状态的网络文学市场造成一定冲击。为了进一步扩大网文市场,各大网文平台对小说形式进行革新的同时采用多渠道推广模式不失为一个办法,从各大平台目前售出的各项版权成绩来看,该模式也确实取得了显著成效。但短篇小说发展至今已明显陷入困境,展现出对市场与读者的迎合和对流量的青睐。以读点旗下的微信公众号为例,为了能够尽可能吸引读者的阅读兴趣并留住读者,会在作品中提取最“狗血”的元素用作标题。如“可惜,我暗恋的人,是我哥”“我妈说:我爸,爱上了婆婆”“因为一杯奶茶,我为男友流产3次”等这类近乎匪夷所思的标题来

博人眼球,长此以往形成的读者群体也是倾向于阅读这类世情狗血短篇小说。这样的小说宣传方式及目标读者群体设定必然会潜意识地影响网文作者们的创作模式与创作理念,进一步挤压网络文学的文学性。“婆媳”“小三”“流产”这些关键词和三节一小反转、五节一大反转的情节设定,也会使网络文学创作在高质量发展的道路上无法沉下心思写精品,不知不觉“开了倒车”,文学性也不断降低。这种情况并不是仅仅出现在读点一家平台上,知乎、百度等平台上的短篇小说也常常以“绿茶”“出轨”“复仇”之类的关键词作为小说的主要内容,几乎可以称得上各大平台和作者秘而不宣的“流量密码”,这也导致新媒体时代下的短篇小说呈现出明显套路化、模版化和同质化的特征。

这一特征的形成也与前文所析的短篇网络小说“IP生态链”的运营策略有关,网文作者想获得高收益的前提是通过平台审核,平台便掌握了网文创作的大部分话语权。以读点为例,该平台的签约作者收入主要还是来源于VIP政策,故VIP编辑的审稿标准成为作者们不约而同追寻的目标。在《2024年每天读点故事VIP政策》一文中,平台鼓励小说采取“第一人称”的叙事视角和“快节奏”的叙事节奏,提倡“元素新颖”和与时代变化相符的价值观作品。“快节奏”指的是“开篇直接切入剧情”且在开篇800字内(手机三屏内)就应有一个矛盾点<sup>[27]</sup>。在结构上提倡按照每节1500字搭建框架,正文每100字起新段。这一结构要求与平台的盈利方式也切实相关。该平台的优质短篇小说可入VIP,入选VIP的短篇小说可获得保底稿费0.1万元,并进行有声小说制作。VIP作品只开放给VIP用户,属于付费作品,通常只有前0.4万字公开阅读,后面部分只允许VIP用户阅读。为了促进更多用户开通VIP付费服务,编辑通常会要求作品开篇即抓人,前0.3万字至少出现一个高潮和反转。除了作者自身的一对一编辑外,如果小说成功入选VIP,还会有专门的VIP编辑从运营的角度给出修改意见,并且在小说发布前,VIP编辑会编辑一个吸引读者眼球的导言,将爆点提前放至小说开头。

这一现象不仅出现在一家平台上,目前称得上短篇小说行业巨头的“知乎盐选”也存在这一问题,多篇热门短篇小说几乎称得上是“批量模版生产”。一旦某一类型的问题及“问答小说”拥有高热度后,其他作者便会蜂拥而至对其进行模仿再创作,原本

流行的“反套路小说”被反复撰写后也依旧成为了“套路小说”。与读点的VIP设置类似,知乎会员的分界线往往卡在短篇小说的0.3万字部分,故平台对前0.3万字要求较高,注重文章质量的同时也注重小说悬念和爆点的设置。但对小说0.3万字以后的内容审核便略微放松,因为通过前0.3万字吸引用户开会员的目的已经达到。这更进一步加剧了短篇小说的同质化现象。自然,这点从商业运营的模式来说无可厚非,但从文学发展的角度来看,这种套路化小说的叙事方式发展下去,日后必形成固化模版,用强叙事、强节奏、反复情节反转和高潮对1万字的小说进行切割后,小说本身可用于发挥的空间还剩多少,是否还具有一定的文学性?对市场和读者的一味迎合,是否真的有益于文学的发展?这些问题都值得我们进一步商榷。

诚然,当下许多短篇网络小说平台已经意识到了问题所在,也在为推出精品短篇网络小说作品而付诸努力。平台编辑们虽会在短篇小说前自行添加导语或在公众号推文时会制定狗血套路化的题目和摘要,但这些均是从运营角度增添小说阅读量的手段。从小说内核来看,无论是读点、魔宙还是脑洞故事板都未放弃孵化和运营精品小说,反而经常邀请不同领域的专家、资深编辑、导演、作家分享自身的经验,并运营相关写作干货的公众号或自媒体账号来分享情节、大纲、人设撰写的写作技巧,以此来帮助作者不断提升笔力,挖掘新的故事题材,这对当下依附于网络这一媒介属性而生存发展的短篇网络小说而言,也不失为一件好事。只是短篇网络小说未来的发展趋向究竟如何,则需要身处其中的每一位作者、编辑和读者的共同努力。

#### 4 结 语

总体来说,对于全媒体时代下短篇网络小说而言,其发展本身需依附于网络的“媒介属性”,需注重与网络文学的市场定位、媒介发展的需求相契合,这无可厚非。但若作品只顾一味追求爽感而频繁出现小说情节同质化和套路化现象,那么此类短篇网络小说势必会引起读者的厌倦。无论长篇还是短篇,只有经得起时间、市场、读者三方考验的网络文学作品才能走得更远。无论是短视频引流、多媒介的推广,还是有声小说开拓新的读者市场,这些终究是促进网络文学发展的市场手段而非终极目的,网络文学的市场走向归根结底是社会需求

和多方角力的结果。短篇网络小说应利用其跨媒介叙事与传播的优势,凭借自身的优质内容在新媒介时代下的叙事新特点,打通跨媒介增值环节并促进IP生态链的良性循环与发展,在新媒体时代多方位发展的平台下拥有更广阔更全面的发展机会。

值得肯定的是,短篇网络小说为了迎合新媒体时代的发展趋势,所呈现出的新叙事特征和策略的确有效吸引和扩大了网络小说的读者群体,而短篇网络小说“IP生态链”的建构和“跨媒介叙事”的创作模式也有助于促进影视和网文市场的共同繁荣。社会发展和生活节奏的加快的确在一定程度上加快了网络小说的叙事模式,大环境下人们阅读文字的决心减少也使得网络小说迅速学习了短视频“爆点前置”的特点,最快抛出悬念点并更加注重情节的设置。套路化和模版化的短篇网络小说在读者市场面前终究是昙花一现,读者们最终还是会为好的作品买单。换言之,全媒体时代背景下的网文创作可谓是机遇与风险并存,短篇网络小说如能凭借“跨媒介叙事”和“多渠道推广”的优势,加快精品短篇网络小说的产出和孵化,未来或许可以迎来短篇网络小说的大时代。

#### 参考文献

- [1] 陆朦朦. 面向跨媒介消费的网络文学IP价值开发优化策略[J]. 出版广角, 2022(10): 52-57.
- [2] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介: 论人的延伸[M]. 增订本. 何道宽, 译. 南京: 译林出版社, 2019.
- [3] 王惠珊, 肖燕怜. 空间视域下新型主流媒体的内容生产策略探析[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2021, 37(2): 72-76.
- [4] 周鸱鹏, 赵洁. 区块链技术背景下数字音频商业模式变革的逻辑: 基于云听、喜马拉雅FM和CastBox的对比分析[J]. 传媒, 2022(13): 56-58.
- [5] 张伟迪. 媒体融合背景下有声读物的传播与发展: 以公众号“每天读点故事”为例[J]. 出版广角, 2019(20): 36-37.
- [6] 艾媒咨询. 2022年中国声音经济数字化应用发展趋势报告[EB/OL]. 2023-02-20 [2023-09-05]. <https://report.iimedia.cn/repo3-0/43319.html?acPlatCode=IIMReport&acFrom=recomBar&iimediaId=92467>.
- [7] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. 2023-08-28 [2023-09-05]. <https://www.cnnic.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>.
- [8] 禹建湘. 网络文学关键词100[M]. 北京: 中央编译出版社, 2014.

- [9] 房伟. 时空拓展、功能转换与媒介变革: 中国网络小说的“长度”问题研究[J]. 文学评论, 2022(4): 150-157.
- [10] 脑洞故事板. 脑洞故事板2023年征稿计划书[EB/OL]. 2023-01-08[2023-09-05]. <https://mp.weixin.qq.com/s/NK9iEe5pOsqvD6mEc0DpMw>.
- [11] 王鹏涛, 朱赫男. 文本与媒介融合共生: 网络对话体小说IP价值链构建路径研究[J]. 编辑之友, 2022(10): 45-51.
- [12] 黎艾迅, 黎荔. 问答小说: 一种新兴的小说形态: 以“知乎”为例[J]. 文化创新比较研究, 2023, 7(3): 59-62.
- [13] 余苗, 吴雨晴. IP有声书跨媒介叙事策略研究: 基于大众审美转变视角[J]. 中国出版, 2022(23): 34-38.
- [14] 黄晓军, 孙希标. IP出版的生态化构建策略[J]. 编辑之友, 2017(3): 13-17.
- [15] 贺子岳, 李梦琴. 网络文学作者成长体系研究[J]. 出版科学, 2017(1): 24-27.
- [16] 王卉, 张文飞, 胡娟. 价值爆发与生态初现: 2015年数字内容产业热点追踪[J]. 出版发行研究, 2016(3): 33-36.
- [17] 韩建齐. 新媒体短故事的叙事特征分析: 以“每天读点故事”APP内容为例[J]. 大学语文建设, 2021(20): 40-42.
- [18] 知乎. 盐选作者福利[EB/OL]. 2023-01-01[2023-09-05]. <https://www.zhihu.com/creator-salt/welfare>.
- [19] 陶喜红, 周也馨. 生态位理论视角下平台型媒体价值链生成逻辑[J]. 中国编辑, 2021(7): 64-68.
- [20] 黄雯, 朱子月. 粉丝文化与网络IP改编剧: 基于社会实践理论思考[J]. 中国电视, 2022(1): 27-31.
- [21] 里蒙·凯南. 叙事虚构作品[M]. 姚锦清, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1989.
- [22] 霏雪连天. 刑侦夜话: 虐杀审判[EB/OL]. 2017-09-07[2023-05-20]. <https://h.gushi.cn/detail?encode=zxdH7XfX9JE&type=1>.
- [23] 苏小北. 惊魂一夜[EB/OL]. 2020-07-19[2023-08-23]. [https://h.gushi.cn/detail?encode=1\\_1AbHqQ1\\_1bYSM&type=1](https://h.gushi.cn/detail?encode=1_1AbHqQ1_1bYSM&type=1).
- [24] 欧阳友权, 游兴莹. 走进中国网络文学的五大热点[J]. 社会科学战线, 2022(7): 168-179.
- [25] 中国社会科学院. 2022中国网络文学发展研究报告[EB/OL]. 2023-04-12[2023-05-20] <https://mp.weixin.qq.com/s/g4aYenGdarPiYU5I8Y8BBQ>.
- [26] 琥珀指甲. 裁员专家[EB/OL]. 2020-06-05[2023-06-20]. <https://h.gushi.cn/subject?sId=1406>.
- [27] 读点儿. 2024年每天读点故事VIP政策[EB/OL]. 2024-01-05[2024-01-10]. <https://h.gushi.cn/detail?encode=R5aeJpFt4IE&type=1>.