

数字时代下对青少年网络小说付费阅读行为的研究

邵君如

福建师范大学传播学院, 福建 福州

收稿日期: 2024年7月18日; 录用日期: 2024年8月17日; 发布日期: 2024年8月29日

摘要

随着互联网日新月异的发展, 我们正处于移动设备、社交媒体、“永远在线”的互联网连接的时代。由于移动支付逐渐渗入日常生活中, 数字化阅读也逐渐成为主流形式, 且人们认可网络付费阅读的方式。本文在数字时代的背景下研究青少年群体阅读网络小说时的付费行为。青少年作为网络小说消费的中坚力量, 厘清其消费动因, 为网络文学今后的发展提供思路。

关键词

数字时代, 网络小说, 付费阅读

A Study on the Paid Reading Behavior of Teenagers for Online Novels in the Digital Era

Junru Shao

School of Communication, Fujian Normal University, Fuzhou Fujian

Received: Jul. 18th, 2024; accepted: Aug. 17th, 2024; published: Aug. 29th, 2024

Abstract

With the rapid development of the Internet, we are in the era of mobile devices, social media, and “always on” Internet connectivity. Due to the gradual infiltration of mobile payments into daily life, digital reading has gradually become the mainstream form, and people recognize the method of online paid reading. This article studies the payment behavior of young people when reading

online novels in the context of the digital age. As the backbone of online novel consumption, teenagers need to clarify their consumption motivations and provide ideas for the future development of online literature.

Keywords

Digital Age, Online Novels, Paid Reading

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近几年,作为技术革新发展出来的产物——网络小说逐渐活跃于青少年的阅读范围里,读者以网络小说的“产消者”的身份出现在互联网上。根据第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示[1],截至 2023 年 12 月,我国网民规模达 10.79 亿人,互联网普及率趋近饱和。其中,网络文学用户增长速度成为用户规模增长最快的三类应用之一,用户规模达 5.28 亿人,占网民整体的 47.6%,达到历史最高。2023 年中国网络文学发展报告指出[2],网络文学写作不断呈现出更加年轻的趋势,以 Z 世代(1995 年以后出生的群体)为首的人群作为网文创作的主力军。数字化阅读已然成为人们阅读方式中尤为重要的一种形式。在数字化阅读用户中,90 后与 00 后的青年一代成为了绝对的中坚力量,占比达到五成以上。以上数据可以看出网络小说伴随着互联网的东风,在二十年间实现了从无到有的成长。那么网络小说消费行为对于青少年这个特殊的群体来说它的动因是什么?在当前媒介场域中网络小说的发展方向是什么?本文将从情感消费的视角阐述以上问题。

2. 文献综述

(一) 网络小说的概述

网络文学中的一个分支就是网络小说,它的发展趋势是网络文学各种体裁中相对流行的一种。目前,业界对网络小说的定义主要分为两种:一种是在网络上发布的小说,强调的是小说的发表依附于互联网;另一种是强调首次发布就必须是在网络上,并且首次阅读的受众必须是互联网用户。不管是哪一种定义都可以看出网络小说的基础是小说文本和互联网的结合。

网络文学的起源与发展主要分为四个阶段。萌芽阶段(1990 年~2000 年),此时互联网尚未普及,多数的读者都是以实体书阅读网络文学作品,《华夏文摘》作为全球第一家中文电子刊物在北美发行,其后各大中文网站如雨后春笋般涌现[3]。付费阅读阶段(2000 年~2010 年),网络文学开始与传统刊物有了较大的区分,并且网文阅读网站推出了全新的付费模式。移动端转变阶段(2010~2014 年),得益于技术的发展和移动阅读的便利性,用户数量与日俱增及网文平台活跃度不断增加,此间网络小说的创作题材已经涵盖了上百种,是传统出版物难以企及的数量。移动互联网阶段(2015 年~至今),在 2014 年之后,移动设备在国内基本普及,IP 价值与泛娱乐化概念得到初步体现并且持续发展。网络小说与传统小说都是一种文学表现形式,只不过在移动互联时代下,网络小说比起传统小说有着更为显著的特性。

(二) 网络小说付费阅读模式

数字阅读是指在文本内容或接触形式上呈现数字化。比如说用手机电脑等电子设备看/听电子书、网

络小说、微博、网页等内容都可以被称为数字阅读。近几年我国数字阅读行业发展迅猛。据中国音数协数据显示[4]，我国数字阅读市场总体营收规模为463.52亿元，较之2021年增长11.50%，我国数字阅读呈现优质内容供给持续扩大，数字文化消费渐成主流，其中大众阅读依然占据主流。用户付费意愿呈现稳步增长趋势，以vip模式进行阅读付费的用户比例也在增加[5]。网络小说作为数字阅读中最具生机的一部分，呈现出喜人的发展势头。

网络小说的付费阅读也可称之为网文付费，随着读者版权意识的觉醒，国家对盗版文学作品的法律法规制定，网文付费阅读模式如今已被大众所接受并认可。网文付费阅读的形式总体来说可以分为两大类：第一类是文学网站采用兑换虚拟币，使用虚拟币来购买小说章节。以晋江文学城为例，大部分的小说都是有10到20章的免费阅读章节，在剧情升华与转折的节点就开始转变为使用晋江币订阅，而晋江币就需要读者进行充值购买。也有充值vip模式，将网络小说的阅读权限缩小至vip用户，读者只能通过充值相应网站或平台的会员进行小说阅读，如早期的起点中文网，现在的京东读书、知乎。第二类则是广告变现，通俗来讲就是将网络小说免费提供给读者，但在阅读的过程中每一章节都会需要读者进行广告浏览，读者和平台进行注意力与经济的交换，以此产生看似共赢的变现模式。

(三) 大众文化的观点

大众文化的概念最早被西班牙哲学家奥特加所提出，中国的大众文化起源于二十世纪末。本文众将网络小说看做是大众文化的一种表现形式，与费斯克的观点相匹配。大众文化在费斯克的眼中不仅是一个积极的过程，并且具有流通意义，同时也体现文化工业中的经济特质。费斯克从积极地角度理解大众文化，大众并非消极的消费者，而是积极的生产者，能够传造出自己的文化[6]。约翰·费斯克的大众文化观突破原有的大众文化研究模式，强调大众的主体性和能动性，这是从前大众研究所忽略的地方[7]。这与网络小说的读者有相契合的特点。

3. 网络小说付费模式流行的成因分析

本质上来说，网文付费的行为可以从情感、技术与社交三个方面分析。在情感方面，青少年阅读网络小说时能够带来强烈的情感补偿，以及其对小说本身、写手、小说角色的情感认同，基于此形成的粉丝经济；在技术方面，新媒介形态下“竖屏”这一物质载体的出场弱化了阅读时的时间概念，从而诱发读者产生不停歇的阅读及消费行为；最后，网络小说成为桥梁给青少年搭建与他人交流的方式；这三个方面的作用助推网文付费模式的普及并且被大众所接受和认同。

(一) 青年亚文化中的粉丝经济

数字化背景下网络小说的迅猛发展在很大程度上取决于读者对作品角色或作者的情感依赖进一步产生情感消费。互联网的存在使网络小说的传播更加高效且有针对性，并提供阅读介质和付费渠道。网络小说正是青年亚文化中的在网络上的一类分支。在此之前，伯明翰学派就指出亚文化的出现是青少年对主流文化的抵抗，也是青少年自我认同感的寻求方式。青少年需要找到能够代表他们这个群体在数字时代的媒介物，网络小说这样的超链接文本创作形式与定制化文本内容就十分契合青少年群体的需求，能够充分满足青少年群体在情感、娱乐和认知上的空缺。

随着网生代青年逐渐成为网络文学读者群体的主导力量，他们独特的认知方式和审美偏好不可避免地对网络文学的叙事风格和价值取向产生了深远的影响。青少年群体是产消合一的读者，他们在付费阅读网络小说行为过程不仅仅是止步于付费阅读上，更是在后续的自主传播上，这也是资本家们注意到的该群体背后不可估量的商业价值。正如普拉特所说“后金融危机时代，世界经济正经历一场由‘火’到‘冰’的转变，文化经济将成为后金融危机时代有力的经济增长点。”[8]对亚文化所带来的失序现象的解决方法主要是强调商业化，也就是将亚文化当做一种商品来看，这样能够被资本家所收编；或者是统

治阶层通过标签化来重新定义亚文化的含义，让娱乐性成为青年亚文化的主要表达方式。在当今媒介环境下，青年群体的网络小说亚文化裹着“抗争”的外衣在狂欢式的进行娱乐化表达[9]。当前数字媒介场域中的网络小说付费模式在很大程度上能够用青少年群体网络亚文化所催生的粉丝经济来理解。

(二) 新媒介形态下的阅读与消费

目前，网络小说的消费趋势正显示出网页版、移动设备端、阅读 APP 同步发展的态势[10]。伴随着二十多年的网络小说发展进程，数字阅读已经成为人们阅读的一种偏好。从物质角度来看网络小说的生产模式，智能手机的竖屏界面正是媒介场域中人与技术交互的表现。小屏的出现不仅重新分配了人们的器官系统运作，更是给予身体一定程度上的自由，能够将人与媒介的关系推向一个流动的模式[11]。部分网络文学平台的阅读界面开始整合图像和声音元素，允许读者通过多种感官体验来丰富单一的视觉阅读方式。并且读者与作者不再是割裂的，他们能够通过平台这个介质进行实时互动交流，比如说读者可以在评论区发表自己对作品的看法与态度，作者能够通过读者的反馈来调整写作方向。但值得注意的是，竖屏形式的物理限制也使得生产的内容势必以碎片化、轻量化为主，这在一定程度上对于文字和语言逻辑产生负向作用。

“竖屏”移动设备在空间和时间上带来的深远影响，为新媒介环境中的网络文学消费行为提供了更大的灵活性和流动性。移动媒介的嵌入打破了传统文学所依赖的固定场所阅读，使之转变为随处皆可阅读，任何一个流动场所都能成为一个阅读空间。互联网的出现将阅读消费方式从线下搬运到线上，从以往到书店买书，再到挑选特定的场所看书都可以浓缩在一个电子屏幕中。

技术提供了方便、快捷、自动化的载体。青少年付费阅读网络小说行为的动机大多可以归为娱乐性消费，是付费行为意向中的感知趣味性[12]。移动阅读的形式多样，读者不需要在意时间和地点就能进行阅读。移动阅读平台能够使读者得到更好地情感体验。

(三) 网络小说构建社交桥梁

网络小说的阅读依托与互联网的使用，而互联网使用中的一大特性就是社交性，通过阅读网络小说能够为青少年提供一个交往介质，这就促进青少年更加不停歇的阅读网络小说。新媒介时代，青年群体越来越希望通过互联网使用行为中获得的信息进行社会活动，以此来证明其互联网使用行为是有益的。青少年群体不承担起网络信息的接收与搬运的职责。比如说青少年群体在阅读网络小说时，出于对小说内容或角色的认可与喜爱，会自发的对小说进行二次创作与传播。就像詹金斯对电视节目的看法一样，“媒体融合时代所推动的是公共而不是个人模式的反应……但是，很少有人是在完全沉默和隔绝的状态下收看电视节目的”[13]。在网络文学领域，读者基于故事情节、角色命运和结构框架等元素进行的互动和讨论，形成了一种与网络文学本身相区别的新社交环境。这种环境，被称为“第二景观”，它不仅为原始网络文本提供了有益的补充和参考，而且作为一个独立的实体，拥有其自身的价值和意义。

在生态系统理论中也表明青少年的行为不是个体自发形成的而是与他们的成长环境相互影响所产生的。随着青少年从孩童时期过渡到青年时期，家庭对其的影响逐渐减弱，随之由同伴关系所弥补。他们寻求自我认知的其中一种方式就是通过同辈，因此同伴态度能够很大程度上影响并改变青少年的行为。以青少年问题性智能手机使用为例，同伴支持可能会影响青少年的支持利用度，进而影响同伴支持，这被称为同伴传染效应[14]。同伴对网络文学的看法能够在一定程度上影响青少年的网络小说阅读行为。青少年将网络小说作为社交的桥梁，与同伴讨论、分享，从而紧密衔接彼此之间的情感纽带。

4. 内容付费与网络文学创作影响

进入现代社会以来，流行文化就备受争议。当前学界对于流行文化的态度无非两种：一是基于精英主义立场的批判；二是基于大众文化立场的认同[15]。内容付费背景下，不同的立场会更加导致网络文学

创作出现不同导向[16]。精英主义者抨击付费的网络文学作品过于商业化,这就失去文学性,成为流水线上的作业品,也违背“文化是非功利的”这样一个核心观点。而持大众文化立场的会认为内容付费意味着网络文学创作应以付费方意愿来进行情节和人物设置,把网络文学创作当作一场大众狂欢的活动,并认为理所当然。但文学创作不是工业复制品,而是个体独特的活动,是个人思想与思维的反映,是现实社会存在的认知与思考。网络文学创作,若走传统的精英主义路线写作会曲高和寡,失去网络文学带会大众的娱乐性,若仅定位为大众娱乐,就会让网络文学失去文字魅力,难以成为优质付费内容。而付费模式也一直是网络小说生产机制中的核心要素,媒介、技术、资本各方联合促成网络小说付费行为的常态化,这是“网文二十年”后的下一阶段发展。读者的喜好与付费能够促进网络小说的产出,网络小说为了获取更大利益化而不断迎合当前读者的需求,以此陷入循环。但需要注意的是,一味的迎合会使得网络小说产出大量低俗、恶趣味的作品,失去了文学的本质,也失去了令人思考的能力。网络文学创作应该在文化性和商业化之间找到平衡点,才能创作出优质的文学作品。

5. 结论

追溯媒介的发展历程,技术与文化已然相互结合对时代产生改变与颠覆。当前学界对青少年行为的研究必须考虑到一个重要的时代背景——数字时代,而青少年的网文消费行为不仅仅要从文化角度出发,还要包括对数字技术的思考,以及数字平台反向作用的研究。

推动青少年群体网文消费的动因可以总结为三个方面。首先,青少年群体自身的个人特质决定其消费行为。网络小说的消费被青少年视为是一种合群的体现,为了更好的融入圈层中,青少年愿意自发的进行网文消费;其次,网络小说伴随着互联网的发展而诞生,其主要对应的阅读人群就是“互联网原住民”的青少年群体。因此,网络小说的写作风格与获取渠道以贴合青少年心理为标准;最后,比起传统纸质阅读来说,网络小说的阅读方式与呈现方式相对多元化与便捷化,其文本载体也更加契合当前数字时代的需求。读者不需要等待专业人员审核之后再阅读到文学作品,网络将主动权让渡给读者,通过货币的交换获取选择的主动权。只有当读者与文学作品的关系变得更加紧密时,才能够使得文字的文学性向商业性更加合理、顺畅的过渡。

在这个被媒体热潮所包围的世界中,网络小说的发展方向昭然若揭。超文本、音视频等与网络小说相结合的形式相继涌现,这正是文化与技术结合的体现。文学产业应超越对技术的完美幻想,同时也需要放下对印刷时代的怀旧情绪。技术已然随着时代进步,全面的包裹融入进社会生活的方方面面。随着数字技术的深化,除了本文所说的网络小说付费阅读模式之外,还需要注意到免费小说阅读平台的兴起,技术是否使得网络小说付费模式逻辑发生改变,读者的阅读是否被完全商业化了?这是需要学界一同关注的问题。

参考文献

- [1] 第53次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛, 2024, 7(6): 120.
- [2] 中国社会科学院文学研究所. 2023年中国网络文学发展研究报告[EB/OL]. http://literature.cass.cn/xjdt/202402/t20240227_5735047.shtml, 2024-02-27.
- [3] 黄绍坚. 第一份中文网络杂志——(华夏文摘)研究[J]. 粤港澳大湾区文学评论, 2022(2): 133-145.
- [4] 中国音像与数字出版协会. 《2020-2021中国数字出版产业年度报告》发布[EB/OL]. <http://www.cadpa.org.cn/3278/202110/41407.html>, 2021-10-29.
- [5] 苏汇智. 新媒体视域下传统媒体内容转型困境与突破路径研究[J]. 科技传播, 2023, 15(19): 94-98.
- [6] 约翰·费斯克. 理解大众文化[M]. 王晓钰, 宋伟杰, 译. 北京: 中央编译出版社, 2006: 32.
- [7] 孔令华, 张敏. 费斯克的“生产性受众观”——一种受众研究的新思路[J]. 南京航空航天大学学报(社会科学版),

- 2005(1): 48-52.
- [8] Pratt, A.C. (2009) The Creative and Cultural Economy and the Recession. *Geoforum*, **40**, 495-496. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2009.05.002>
- [9] 陈维超. 情感消费视域下网络文学 IP 热现象研究[J]. 中国编辑, 2019(1): 15-20.
- [10] 韩传喜, 郭晨. 嵌入、联结、驯化: 基于可供性视角的网络文学媒介化转向考察[J]. 学习与探索, 2022(8): 168-176+2.
- [11] 刘涛. “竖屏”叙事与融合新闻文化[J]. 教育传媒研究, 2020(2): 15-18.
- [12] 李婷婷, 何建佳. 移动阅读用户感知价值对付费意愿的影响[J]. 知识管理论坛, 2020, 5(6): 363-372.
- [13] 詹金斯. 融合文化[M]. 杜永明, 译. 北京: 商务印书馆, 2012: 61.
- [14] Dishion, T.J. and Tipsord, J.M. (2011) Peer Contagion in Child and Adolescent Social and Emotional Development. *Annual Review of Psychology*, **62**, 189-214. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100412>
- [15] 陈守湖. IP 出版的考察——流行文化、粉丝经济与媒介融合[J]. 出版发行研究, 2016(4): 19.
- [16] 熊芳芳. 内容付费背景下网络文学运营优化策略探讨——以起点中文网为例[J]. 传播力研究, 2018, 2(7): 7-8.