

曾鈺涓(2012)。〈藝術、文化、知識之網路共創分享-以網路文學步步驚心為例〉。《第五屆公關與廣告國際學術論壇》世新大學新聞傳播學院。台北：世新大學。

# 第五屆公關與廣告國際學術論壇

**The 5th International Forum on Public Relations & Advertising**

抽印本 4A 01-22

藝術、文化、知識之網路共創分享

-以網路文學步步驚心為例

曾鈺涓

世新大學 公共關係暨廣告學系 助理教授

世新大學 新聞傳播學院 印行

2012 年 8 月

## 藝術、文化、知識之網路共創分享

### -以網路文學步步驚心為例

曾鈺涓<sup>1\*</sup>

#### 摘要

從知識搜尋的獲得，社會活動的參與，個人社交網絡的擴張，商業購物的行為等層面，網路科技的發展，對人類生活的影響，皆帶來新的生活體驗與感受。本文擬以 John Hartley 的「吟詠功能的再進化」的觀點，以中國網路文學《步步驚心》為個案研究，討論網路開放形式中的分享與共創的行為模式所建構出數位說故事的創意產業。

關鍵字：吟詠功能、網路文學、創意產業

#### 壹、前言

1960 年代冷戰時期，美國國防部為了分散風險，建構訊息網路系統，並在 1969 年開放給學術使用，建立了第一個網路 APPANET。到了 1989 年 Timothy Berners-Lee 實踐超文本系統 (hypertext system)，制定了標準通訊協定 (HTTP: HyperText Transportation Protocol) 和標準製作語法 (HTML: HyperText Markup Language)，當時，並無人能預測 WWW 竟對人類產生如此巨大的變革，Timothy Berners-Lee(1999)於《一千零一網》一書中，提及他所想要創造的網路，「不只是資訊的礦脈，更不只是參考或研究工具」他想要的是「…….如果我能在每部電腦中都創造出一個空間，使所有事物都能產生關連……」。Berners-Lee 對網路的期待，在短短幾年即達成，讓網路成為人類社交溝通、搜尋學習、娛樂購物、媒體傳播等的空間場域，不僅改變了人類生存的行為狀態，顛覆了傳統的想像，更

---

<sup>1</sup>世新大學 公共關係暨廣告學系 助理教授

\*通訊作者

116 台北市文山區木柵路一段 17 巷 1 號 世新大學公共關係暨廣告學系

Tel: +886-2-22368225#3222 Fax: +886-2-22362034

E-mail: yutseng@cc.shu.edu.tw

創造的新的文化型態，本文將討論網路雲端的開放性架構中，所建構的共創分享之網路行為，以及其所建立的創意產業。

## 壹、吟唱的傳播

印刷術發明之前，知識的傳播，依賴口語傳唱與紙筆抄寫，之後，活字版印刷延伸了人類的心靈與聲音，重新建立人類對話的橋梁，將世代代連結起來，不僅是知識儲存的工具，同時也是知識快速擷取的手段，結束狹隘的地域觀念與部落主義，讓文化邊界與意識形態移位。(麥克魯漢，2006) 人類的自我表達革命，也隨之展開，透過活字版印刷，作者可以向世界放膽高言。(簡妙如，2012)

作者具有向世界高談闊論，侃侃而談的自主能力，在網路 web2.0 時代達到高峰。網路開始蓬勃初始，其運作規則，仍如傳統媒體的操作方式，以中央主導的內容產生方式，提供資訊文字的單向傳播，然而當使用者發現，網路空間事實上是一個開放的架構，每個人都可以透過點對點的溝通，進行多向聯結的串接與互動，進行書寫、分享與共創，每個人只要開啟行動的源頭，都可以成為訊息的中心與主控者。<sup>2</sup>透過超連結，以非線性的跳躍式文本連結接駁元素，打破傳統的閱讀概念，產生了新的非線性結構的書寫文體，可以讓操控者自主控制閱讀的結果。透過超文本的連結，文本的敘述架構成為開放的空間(Landow 227)，過去只有專家或統治階級者擁有論述的能力，現在，人人可以發表感動、表述自己的思想、發展自己的存在狀態與形象，而歷史在多向的觀點與行進中，建立了屬於個人的歷史架構與時間軸向。數位時代具有能動力的主體，擴展成為更具全面性、更為日常及普遍的各式全民書寫運動。(簡妙如，2012)

Hartley(2012)以吟詠詩人詮釋此分散式的書寫文化現象，他認為印刷術雖然有著鼓勵培養讀寫能力的民主力量，支持了普遍性識字教育體系，但是最終還是形成「將印刷視為自主的溝通方式」，以及「將印刷用作私人消費」兩種分歧的勞動派別，因此即使多數人能夠閱讀，但是印刷出版的門檻，卻使得出版成為菁

---

<sup>2</sup> 網路中的超文本系統，賦予讀者不同的選擇鏈結，引導讀者選擇，重新描繪讀者對文本閱讀的認知，雖然與紙本閱讀中的索引跳躍與參考閱讀，有其速度與理性表現的差異，但是萊文森認為，兩者的超文本系統，都是依照作者預先設定的程序完成。因此他以理查茲(Richards)的「意向的誤謬」(intentional fallacy)為基礎，描述文本的意義非來自作者的意向，而是來自於讀者的推導，在此構圖中，傳統的讀者以作者的面目出現，開始對文本做相關的解讀，遠離原始文件，作者的意向不再重要，因為超文本讀者回應的文件與原始超文本作者沒有關係，原始的作品沒有參與後續文本的創建，因此「作者」一詞的概念，發生更大的變化了。參萊文森(Paul Levinson)(2011) 軟利器：資訊革命的自然歷史與未來。上海：復旦大學出版社。P119-120

英專家的特權，民眾在有限與商業化的知識餵養中，進行被動的知識學習，知識由他人提供少見自行生產，此使得創造性自我表達受到箝制。但是，網路開啓人類擁有的識讀與出版的自主權，透過數位載具的平台介面，每個人都可以透過書寫、分享與閱讀彼此的生活心得、文字與影像創作、喜好觀點與批判；此種識讀與出版的能力，在無國界的網路機制運作中，將所有的人，聯結成為開放性的創新網絡，而創意人才者掌握了經濟與符號上的價值、文化與知識，並從群眾的回饋與創意中獲得能量，此展現的文化推動力量，更甚以往，Hartley 認為此為中世紀「吟詠功能」(bardic function)的再進化。

Hartley 在與 Fiske 合著的《解讀電視》一文中，使用“吟詠功能”(bardic function)一詞描述電視在文化中扮演的角色，以及電視與觀眾之間的關係。“吟詠”一詞是描述中世紀的吟遊詩人所使用的傳唱方式，他們到處遊走流浪，受聘於菁英雇主，以自己的觀察與角度，或拼湊他人訊息故事，透過文字語言詩歌，傳唱社會現象、英雄禮讚、騎士故事、遊歷經驗等，整理組織出一套又一套的故事或訊息，整合成為一套娛樂表演。(Hartley, 2012) 這樣的「吟詠功能」，其位階就像是大眾電視，具有「由上而下」傳遞形式，是產製過程中的制度化機構，其存在目的不僅是為了讓聽者快樂，亦存著知識掮客身分的重要性，是一種帶有政治意涵與宣傳的媒介。印刷、廣播與電視的傳遞模式，承襲「吟詠功能」的「由上而下」的傳遞形式，並肩負對主流文化「吟唱著讚美的詩歌」。(Hartley, 2012) 然而，數位網路使得作者與讀者，創造者與受眾者的角色互換與模糊，(Levinson, 2011) 賦予作者(讀者)前所未有的力量，能夠隨時隨地、即時的與潛在的受眾互動，同時也讓擁有數位載具的個人，能主動發聲，產製自己創造與內容，每個個體都成為自己的吟唱詩人，具有傳佈的能力，並各自擁有屬於專有的敘事系統。同時每個個體都成為一個節點，在擴張、群聚連結的複雜結構中，串接成為具組織化的協調系統。

Hartley(2012)以說故事的觀點，強調透過網路所進行的創造行為是一種具吟詠功能的「數位說故事」方法，而分享共創的過程，是一種「吟詠功能的再進化」。科技工具的方便性，使得「數位說故事」的方式越來越簡單，人人可以透過數位相機、智慧型手機攝錄創作；使用 2D 或 3D 影像軟體，創造夢幻的虛擬場景；或透過簡單上傳的網路平台，建立部落格，進行個人生活心情感言、生活記錄與文字創作發表；而社交平台如 Facebook、Google+、Youtube、微博，串接個人與朋友、陌生人，建構了無國界的社交網絡。在網路的世界中，只要願意，人人擁有的貢獻、消費與分享的能力，可以將網路作為自己幻想、白日夢、抒發感想的場域，使用網路，建立自我表達與實踐的文字系統，成為一種具生產力的貢獻者。

## 貳、個案研究：數位說故事與共創的創意產業

「吟詠功能的再進化」與「數位說故事」的共創生產，可以從網路文學、影視產業、新聞傳播等領域討論其創造性價值。以下將以中國網路文學《步步驚心》為個案研究，討論數位說故事與共創的創意產業。

網路文學一詞，主要指稱在網路上進行的文學傳播，指稱將平面印刷文學作品數位化，或透過網路特質進行的超文本文學的書寫，蔡智恆（痞子蔡）《第一次的親密接觸》（圖一）是台灣網路文學的肇始。而 1995 年原創文學網站“橄欖樹”成立，則是中國網路文學發展的第一步。2002 年「起點文學網」成立，2003 年起開始線上閱讀收費，到了 2004 年「盛大文學」<sup>3</sup>收購了「起點文學網」，並陸續投資「紅袖添香」、「晉江原創」、「榕樹下」等三家文學網站。目前。盛大文學旗下擁有「起點中文網」、「瀟湘書院」、「言情小說吧」、「晉江文學城」、「紅袖添香」、「榕樹下」和「小說閱讀網」7 家國內原創文學網站。（閔偉華，2010）至今（2012 年 7 月），盛大文學旗下擁有 160 萬名作者，累計創作近 600 萬部原創小說，每日上傳 8,000 萬字。（樂天，2012）



圖一、2008 年《第一次的親密接觸》，麥田出版社出版了十周年經典紀念版。資料來源：<http://jht.pixnet.net/blog/post/14259292->

<sup>3</sup> 『盛大文學』是【盛大集團】的子公司，【盛大集團】以經營網路遊戲著名，成立於 1999 年，早期經營網路虛擬社區遊戲「網絡歸谷」，2001 年代理韓國遊戲《傳奇》，也因此體會到版權的重要性。2004 年【盛大集團】收購起點中文網，『盛大文學』正式成立於 2008 年 7 月。參賀子岳、鄒燕(2010)。盛大文學發展研究。《編輯之友》，11：75-78

曾鈺涓(2012)。〈藝術、文化、知識之網路共創分享-以網路文學步步驚心為例〉。《第五屆公關與廣告國際學術論壇》世新大學新聞傳播學院。台北：世新大學。

《步步驚心》(圖二)是網路作家桐華<sup>4</sup>所創作的清朝穿越小說。2005年5月16日開始於大陸「晉江文學城」連載,提供網友部分章節免費觀看,之後陸續透過海洋出版社、民族出版社、花山文藝出版社出版了簡體版本,2009年則由台灣耕林出版社出版繁體版。由上海唐人電影製作有限公司製作改編電視劇,由劉詩詩、吳奇隆、鄭嘉穎、袁弘、林更新、劉松仁等主演,2010年12月6日在上海開機拍攝,2011年03月22日全劇順利殺青,2011年9月10日於湖南衛視首播。2011年9月19日推出結合鹿鼎記之《鹿鼎記之步步驚心》網路遊戲,並同步推出網路微電影。2009年到2011年,桐華進行《步步驚心》的修訂版並加入番外篇,搭配電視劇上映,2011年湖南文藝出版社出版了簡體增訂版。2012年,由台灣野人出版社更版了繁體增訂版,同年也出版了越南版。2011年改編成廣播劇。2012年由上海話劇藝術中心、北京完全娛樂有限公司及文化中國傳播集團三家聯合製作改編成為話劇,2月14日於上海藝海劇院首演。



圖二、搭配電視劇上映,2011年湖南文藝出版社出版了簡體增訂版。搭配電視劇,以劇照作為裝禎書套,並隨書附贈劇照明信片。

資料來源：<http://book.360buy.com/10828924.html>

<sup>4</sup> 桐華(1982年10月18日~),畢業於北京大學,目前定居於紐約,被喻為中國文壇言情小說「四小天后」之一。2005年從中國達到美國,創作第一部小說《步步驚心》,以出版著作有:《大漠謠》(2006)、《雲中歌》(2007)、《被時光掩埋的秘密》(2008)、《那些回不去的年少時光》(2010)、《曾許諾「山經海紀」系列之一》(2011)、《曾許諾·殤「山經海紀」系列之二》(2011)。除了《步步驚心》,《大漠謠》與《被時光掩埋的秘密》正進行電視劇拍攝,《雲中歌》籌拍中。2011年第六屆中國作家富豪榜上,桐華以290萬元排名第14位。參  
<http://big5.huaxia.com/zhwh/rw/2011/02/2306588.html> 與  
<http://ent.sina.com.cn/s/m/2012-07-06/12093678141.shtml>

《步步驚心》受歡迎的程度，可以從其點擊率、販售量，以及網路搜尋數據窺知。小說在網路上的點擊率過億，第三版首印 10 萬冊，已經再版 5 次，每日販售量幾乎為 3000 本。(張傑，2011) 百度搜索風雲榜顯示，電視劇開播以來 7 天內的搜索次數為 1144 多萬次，在新浪微博的一周、每日、一小時熱詞榜上，《步步驚心》都佔據鰲頭，劇中主角們到微博進行微訪談，與網友對談，在一小時內提問高達 12 萬筆，(國際線上，2011) 而在土豆網上第三天即達到 2500 萬次的總播放量。(太平洋電腦網，2011) 7000 萬網友熱烈討論參與話題。(諸葛漪，2011) 《步步驚心》電視劇至今(2012 年 8 月)仍在台灣、中國、韓國等各地熱播中，google 《步步驚心》繁體搜尋，比數約 3,180,000 項結果，簡體《步步惊心》搜尋則達到 24,000,000 項結果，新浪微博熱門話題欄中迄今已(2012 年 8 月)有 32,432,252 條的討論量，微博、百度貼吧中的討論仍然持續發酵中。

檢視《步步驚心》成功的幾項因素，除包括作家桐華的文筆與書寫特質，電視劇男女演員的演技、表現與相貌，其網路傳播擴散強度，更是其中不可忽視的重要因素，即是網路書寫與傳播的「吟詠功能」與「數位說故事」的表現，網友群聚所貢獻與匯聚的力量，建構出網路文學發展的經濟模式，並擴散成為一種流行文化與經濟產業。

網友在《步步驚心》扮演著成功的推動力量，其角色是使用者，也是消費者，更是創造者。在最初期的網路小說連載時期，給予作者相當程度的鼓勵，支持其繼續創作，當然也不乏有網友，針對穿越小說產生對歷史正史的疑雲，給予意見與批判。桐華在 2011 年的新版序中，特別提到《步步驚心》的創作原只是當時剛到美國，閒著無聊，在線上寫了第一節，當寫到第三節，開始有網友留言後，感受到大家的鼓勵，才開始對故事嚴肅認真，並持續寫完一部四十萬字的故事，卻也從未想過會被出版，甚或拍成電視劇。(桐華，2011) 網友熱烈討論小說人物的個性、心情，並加入自己的詮釋，撰寫了一篇又一篇的書評與感想，並對於書中所提的歷史爭議，也紛紛透過考據提出看法與解釋。而續寫故事的篇數，更是難以計數，大陸「晉江文學城」裡，有 162 篇書評與續集，百度貼吧的「步步驚心吧」中，根據膩稱為 kiss 落櫻的分享收藏，有 166 篇，此數量仍持續增加中，甚而引起「步步驚心吧」的管理者，訂定續文的管理辦法，嚴格控制每月續集貼上限為 30 貼，同時也嚴格控管書寫者，避免臨陣脫逃棄文，讓閱讀者陷入惆悵中。

網友以「使用者」的身分，與他人串連與分享，小說的觀看不再只是個人情感的關照，而是眾人的集體事件與情緒的分享，並沈溺於其中，透過網路與他人



討論故事的唏噓與怨嘆，或將自己投射成為書中主角，或各自為自己喜愛的主角辯護與不捨。而當小說的紙本書籍出版，開拍電視劇、網路遊戲上線時，網友仍購買圖書再次閱讀，在電視或網路頻道中，重複觀看貢獻收視率與點擊率，購買遊戲點數，在其中與主角們一起探險並改變故事情節，成為延伸產業的「消費者」。對於小說情節的感嘆，網友轉向成為「生產者」，延續原創者的故事人物角色與個性，以及故事情節，成為一個蔓生發展無止盡的故事，及盤根交錯的多向情節，依照不同書寫者的生活經歷、年齡階層，也創造了不同的書寫體例與續篇。

其續篇內容大致尚可分為：「現代續」與「古代續」。而「古代續」中女主角多是再次穿越回到清朝，並以不同身分現身，甚至有一作者結合《後宮甄環傳》，再次穿越後成為甄環角色；有的創作者則為穿越重生提出解釋，依紅樓夢的故事情節，女主角與男主角們皆原為天上仙，下凡歷劫在續前緣；或改變原著結局，讓女主角續命與男主角再續前緣。而「現代續」中，原著中並無女主角逝後，回到現代的情節，多是依照電視情節中的情節，女主角回到了現代後遇見，相見不相識的男主角開始，並賦予男主角顯赫的家世背景，以符合皇室的身分轉世，與女主角之間再次發生錯綜複雜的情愛糾葛，在重重困難中，終於憶起前世的記憶。又或是男主角群穿越，至現代，憑恃著其文人學養、古董知識，或是雄才策略，建立了自己的現代生活方式，並與女主角建立美好的未來。雖然其中不乏生澀的文字，但也有提出新意並或好評的情節橋段者，甚至由筆名玉朵朵所書寫的續集，於2008年獲得由花山文藝出版社出版為紙本書籍。

「使用者」「消費者」「生產者」三者，互相依存與影響的互生關係，可能發生於網路上任一個創作產業之中，但是其憑藉的是網友的投入黏著，此也是作者與企業無法控制的力量，只能憑恃著作品的能量與行銷策略，引起網友的興趣，讓他們會主動的趨近投入。福嶋亮大(2012)認為「興趣」是投入的主因，他認為此是由阿宅所建立的一種文學種類<sup>5</sup>，讀者享受書中的會話與戰鬥，彼此也討論角色與故事，依此，阿宅更新自己的內容，並在透過網路等媒介傳播後，阿宅的交流被可視化（放大）成了環境資訊，寫者又在讀取這些環境資訊後，將其化為新的作品。而這些集體的行為中，「興趣」是奠基的基石。興趣引起互動，網路群眾在「使用者」「消費者」「生產者」三種身分中切換與變動，透過互動參與，沉浸於參與的愉悅中，王真子與劉志強(2006)借用語言學「行為體」(actant)<sup>6</sup>一詞

<sup>5</sup> 福嶋亮大以網路輕小說與手機小說，討論透過網路書寫的行為過程。

<sup>6</sup> 王真子與劉志強引 Judy Pearsall 的理論，解釋「行為體」(actant)又翻譯為「施動者」，此為文學理論中，意指一個人、一個事物或是一個物體，他起著推動情節、組織故事的功能，在敘事過程中是一個積極主動的角色。參王真子、劉志強(2006)。從旁觀到參與：新媒體敘事結構分析。媒介擬想-數位媒體與科技文化。台北：遠流出版。92-112



來解釋在新媒體環境中的使用者，將資料組織成為敘事。

《步步驚心》是「吟詠功能的再進化」的成功案例之一，其系統運作，正是在自發性秩序的市場需求下、脫離了由作者主導的中央控制與網路文學平台的法規規範，無數的個人市場、娛樂與社會網絡中，以及傳統的出版形式的環境中，提供參與共創實現自我的動能，漸漸達成 Hartley 所推斷的建立(供應導向的)低成本製造基礎上，搭建出一個使用者需求導向的消費與服務的市場，並形塑出具生產力與創意的主體。(Hartley, 2012)

### 參、開放網路與考驗

具開放性、自主性特點的網路文學事實上也面臨許多考驗，雖然形成了大眾寫作的熱潮，但卻因為缺乏編輯審核機制，降低了文學價值，受到傳統文學創作者的批判，包括話語權與編輯權的喪失，文學性價值與文字美感的喪失、文學結構鬆散等。(張靜，2006) 這些疑慮，凸顯的還是專家思維的拒斥，即使現在，數位媒體已經不再神祕，然而對於新媒體的恐懼與批判，仍然不斷地發生。採取李自芬(2004)認為網路文學的出現與歷史上每一次的文學形式變遷是一樣的，正是文學作為一個開放性系統的明證。再者因為數位化格式方便了網友們的拷貝分享，更加速了網路上盜版猖獗，使得作者與企業蒙受不少損失。在 google 的搜尋中，可以輕易搜尋到網友轉載的全文文本，而在百度貼吧中，更時時看到網友提供分享訊息與下載連結。盛大文學 CEO 侯小強就曾在專訪中，針對網路盜版問題，抨擊 Google 與百度是盜版的源頭，企業沒有積極解決盜版問題，缺乏社會責任感，(劉瓊，2009) 而最近(2012年7月)中國小說家韓寒號召了「作家維護聯盟」起訴百度文庫，要求其負起網路侵權的責任，更凸顯了中國大陸網路盜版的嚴重性。

然而，開放性也是中國網路文學可以快速建立產業規模的因素之一，中古世紀的吟唱詩人透過口語傳唱，將故事傳播出去，而網路時代的吟唱詩人，則透過網路分享，加快故事傳播的速度，並衍生更多的故事續篇，也誘發網友書寫的慾望。網路文學已經對強大的文學體系，造成衝擊，消解了文學的神聖性，逐漸朝向大眾化靠近。(李自芬，2004) 雖無正式研究數據可以依據，但是可以確知的是，多數的網友都是透過免費閱讀，開啟對故事的興趣，並進而成為該作者的忠實粉絲。盛大文學更將免費閱讀的策略應用於網路產業之中，<sup>7</sup> 侯小強也曾表示，

---

<sup>7</sup> 盛大文學將免費閱讀的策略應用於網路產業之中，針對網路簽約作品，前半部提供讀者免費試閱，後半部則需付費閱讀，作者可以獲得網友付費金額的 50%-70% 作為基本報酬。此網路文學

線上和線下針對的人群還是有很大不同，喜歡買書的人還是會繼續購買；並認為網上連載，會擴大書的影響力，反而可能增加銷量（錢亦蕉，2008）。

當網友對作品喜好度達到一定程度的規模時，也建立了產業規模，『盛大文學』建立了「全版權營運」制度，成立「行業合作部」，聘用「版權經紀人」，針對受歡迎與點擊率高的作品，推動實體書出版、行動無線閱讀、動漫遊戲、影視產業等，並積極簽約作家仿效影視經紀人的經營方式，給予作家明星般的規格協助。此策略讓實體產品尚未問市前，就已經培養了消費市場的群眾基礎。（王行麗，2011）為謀求更高的利潤，『盛大文學』更將重點放在影視版權的推動，投資電視劇與電影的拍攝，版權經紀人必須從大量的受歡迎作品中，篩選出適合改編的作品，推薦給影視公司，遊戲平台，此策略，也提昇了網路作家、文學網站的形象（任曉寧，2012）。據盛大文學「行業合作部」總監秦瑄表示：「一部點擊量高的網路文學作品能賣出上百萬的影視版權費用，如果是遊戲改編權，則價格會更高一些。因為網路閱讀用戶和遊戲用戶之間轉換起來很方便，買走遊戲改編權，也就意味著擁有了大量的潛在用戶。」（人民日報，2011）根據報導，光是2011年，『盛大文學』就銷售了計651部作品版權。（樂天，2012）從網路文學進一步成為成功的影視作品的成功案例，除了《步步驚心》之外，尚有《裸婚時代》、《後宮甄嬛傳》《傾世王妃》等。

#### 肆、結論

雖然開放性帶來了不可控制與不可預期的效應，Levinson (2011)針對此提出，我們應該在多大程度上忍受網路的不可預測性，並反問：姑且不論政府插手，如果我們有能力調控網路生活，我們想要更多的編目、較少無拘無束的鏈接嗎？我們應使網路上自發的、達爾文式的鏈接的增生最大化嗎？應該將其視為平衡印刷和廣播等就媒體的唯一手段嗎？這些疑問，一直是在討論數位版權與網路文化的研究中出現。然而，Levinson (2011)也以雜草「蒲公英」的隨風飄與落地生根來比擬此數位網路資訊的漫生與不可控性的必要性。他認為蒲公英比人工栽培的嬌媚花朵，更能生成智慧，更能輕鬆欣賞，並與其互動採摘，而不會擔負起冒犯的危險性。福(山鳥)亮大(2012)在討論網路文學章節中，提出因為世俗化的急遽進行，通俗小說已經從塑造「共同主觀」，轉變成為「溝通」，所謂的共同主觀即是「文化」，指「複數以上的人對於事物的認知方式具有共同的方向」，但是不管我們對於這世界抱持著怎樣的認知，認識範圍其實都只是侷限在形式化的世界裡頭，

亦即是，我們所了解的世界，「是被溝通所產生的整體模式規範者的世界」。因此當文學的目的是溝通，整體潮流會往已經普及的次文化傾斜，在此現象中，作者的可聯繫性被擺在第一，而文學性則是次要了。

印刷術發展之初，是滿足宗教用途，但是在一開始並不被看好，古騰堡甚至還面臨破產，那時，並無人能預期印刷術對現在的文字系統與知識系統具有關鍵的重要性。翟本瑞(2001)提出數位資本主義是以提供數位資訊與知識為主的服務，資訊存在時間當中，是流動且易於複製的，因此，關於財產的觀念，在數位時代必須重新估量。Shirky (2011)認為出版的自由伴隨而來的品質低落，但是也伴隨著各種形式的創作實驗，實驗帶來多樣性，也延伸了可能的範疇，因此脫穎而出的作品也將不斷進步，即使會帶來不少垃圾，但是整體社會終將得利。透過網路所建構的節點組織，增進了媒體的流動性、快速性與即時性，也將過去單向與雙向的媒體形式，從私人延伸到公共規模的多向媒體，傳統思維所堅持的架構與邏輯，對業餘者的價值定義，也變得無意義與不適用。福(山鳥)亮大(2012)認為今日社會的各種制度裡，資訊網路與資料庫的力量不容小覷，我們每天都與人交換資訊，或透過資訊的媒介與他者溝通，在此溝通過程中，分享的資訊都被淬鍊成為結晶，這些結晶淬鍊成為當今的社會樣貌，這種情況也適用於文化創造。

尼爾森(Ted Nelson)於1963年提出超連結(hyperlink)與超文本(hypertext)的構想，並提出《仙那度計畫》(Xanadu)時，期待全世界的資訊，以多向文本(Hypertext)的方式串連，每一個連結都可以回到原始來源，每引用一次，原始作者即可獲得微薄的收入，此資訊共享、利益共享的概念，今日來看，似乎將在「吟唱功能再進化」中，獲得解答。無人能預測未來發展，網路的未來面貌將走向何種狀態？誰又能對目前網路所誘發的文化功能與出版民主化的結果，以及全民語言生產力的拓展規模妄下預言？「吟唱功能」是否可以在自我表達、社會網絡及知識創造方面，完成某種大業？Hartley(2012)提出的疑問，其實已經默默地在網路上發生了。

## 參考文獻

### 專書

Landow, George, and Paul Delany(2001). "Hypertext, Hypermedia and Literary Studies: The State of the Art [1991]." *Multimedia*. Eds. Randall Packer and Ken Gordan. New York: Norton, 225-235

王真子、劉志強(2006)。從旁觀到參與：新媒體敘事結構分析。*媒介擬想-數位媒體與科技文化*。台北：遠流出版。92-112

曾鈺涓(2012)。〈藝術、文化、知識之網路共創分享-以網路文學步步驚心為例〉。《第五屆公關與廣告國際學術論壇》世新大學新聞傳播學院。台北：世新大學。

王行麗(2011)。盛大網絡文學產業鏈發展分析。《*赤峰學院學報(科學教育版)*》，3: 30-31

克雷·薛基(Clay Shirky)(2011)。《*下班時間扭轉未來：休閒時間 x 網路連結 = 改變世界的決勝點 (Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age)*》(吳國卿譯)，台北：行人出版社。

李自芬(2004)。網絡文學與文學本質。《*四川大學學報(哲學社會科學版)*》，6: 136-140。

約翰·哈特利(John Hartley)(2012)。《*全民書寫運動 (The Uses of Digital Literacy)*》(鄭百雅譯)。台北：漫遊者文化事業股份有限公司。

提姆·柏納李(Tim Berners-Lee)(1999)。《*一千零一網：網際網路 WWW 發明人的思想構圖(Weaving The Web)*》。台北：台灣商務

福嶋亮大(2012)。《*當神話開始思考—網路社會的文化論*》。台北：大鴻藝術

賀子岳、鄒燕(2010)。盛大文學發展研究。《*編輯之友*》，11: 75-78

麥克魯漢(Marshall McLuhan)(2006)。《*認識媒體：人的延伸 (Understanding media: The extensions of man)*》(鄭明萱譯)。台北：貓頭鷹出版社。

萊文森(Paul Levinson)(2011) 《*軟利器：資訊革命的自然歷史與未來 (The Soft Edge: A Natural History and Future of the Informaiton Revolution)*》(何道寬譯)。上海：復旦大學出版社。

桐華(2011)。《*步步驚心新版*》。中國：湖南文艺出版社

張靜(2006)。敢問路在何方-對網路文學發展的思考。《*語文學刊(高教版)*》，9: 34-36

閔偉華(2010)。網路文學發展的贏利模式及增長空間——以盛大文學為例。《*中國出版*》，53: 52-55

劉瓊(2009)。文學可以在那裡強大？盛大文學 CEO 侯小強專訪。《*編輯學刊*》，3: 31-37。

雪莉·特克 (Sherry Turkle)(1998)。《*虛擬化身：網路世代的身分認同*》。台北：遠流

曾鈺涓(2005)。電玩成為藝術形式的可能性。《*中外文學*》，第34卷第3期：65-84

翟本瑞(2001)。《*網路文化*》。台北：揚智文化。

簡妙如(2012)。導論：數位時代的文化素養。《*全民書寫運動*》。約翰·哈特利。台北：漫遊者文化事業股份有限公司。

曾鈺涓(2012)。〈藝術、文化、知識之網路共創分享-以網路文學步步驚心為例〉。《第五屆公關與廣告國際學術論壇》世新大學新聞傳播學院。台北：世新大學。

## 網路資料

PBS online, Life on the internet, Retrieved Retrieved Oct. 15, 2008 from

<http://www.pbs.org/internet/timeline/index.html>, (2002.12.3)

任曉寧(2012-07-12)。版權經紀人：稀缺的“多面手”。**中國新聞網**。取自

[http://big5.china.com.cn/gate/big5/ent.china.com.cn/live/2012-07/12/content\\_15127667.htm](http://big5.china.com.cn/gate/big5/ent.china.com.cn/live/2012-07/12/content_15127667.htm)

步步驚心吧。上網日期 2012 年 3 月 10 日。**百度貼吧**。取自 <http://tieba.baidu.com/>

張傑(2011 年 9 月 22 日)。《步步驚心》原作小說脫銷 穿越紅遍網路魅力何在。

**華西都市報**。上網日期 2012 年 7 月 20 日。取自

[www.chinadaily.com.cn/micro-reading/dzh/2011-09-22/content\\_3858984.htm](http://www.chinadaily.com.cn/micro-reading/dzh/2011-09-22/content_3858984.htm)

陳豐偉。仙那度計畫。《eroach.net》。上網日期 2004 年 10 月 23 日。取自

<http://www.eroach.net/revolution/18.htm>。

“清穿”小說家桐華:迷戀穿越 因在時間面前無力(2011 年 2 月 25 日)。**華夏經**

**緯網**。上網日期 2012 年 7 月 20 日。取自

<http://big5.huaxia.com/zhwh/rw/2011/02/2306588.html>

晉江文學城。上網日期 2012 年 6 月 5 日。<http://www.jjwxc.net/>

樂天(2012 年 7 月 27 日)。盛大文學宣稱 2011 年共計售出版權作品 651 部。

**速途網**。上網日期 2012 年 7 月 28 日。取自

[www.sootoo.com/content/317228.shtml](http://www.sootoo.com/content/317228.shtml)

國際在線(2011 年 9 月 16 日)。土豆網《步步驚心》點播次數突破 2500 萬。**太平**

**洋電腦網**。上網日期 2012 年 7 月 20 日。取自

[www.chinadaily.com.cn/micro-reading/tech/2011-09-16/content\\_3804625.html](http://www.chinadaily.com.cn/micro-reading/tech/2011-09-16/content_3804625.html)

娛評：《步步驚心》熱播引發思考(2011 年 9 月 21 日)。**中國日報**。上網日期 2012

年 7 月 20 日。取自

[www.chinadaily.com.cn/micro-reading/dzh/2011-09-21/content\\_3849823.htm](http://www.chinadaily.com.cn/micro-reading/dzh/2011-09-21/content_3849823.htm)

駱俊澎 實習生 崔凡(2012 年 07 月 06 日)。桐華：像金庸那樣寬容對待改編。**東**

**方早報**。上網日期 2012 年 7 月 27 日。取自

<http://ent.sina.com.cn/s/m/2012-07-06/12093678141.shtml>

錢亦蕉(2008)。侯小強：網上收費閱讀盛大文學絕對領先。**新民周刊 2008043 期**。

上網日期 2012 年 7 月 27 日。取自

<http://www.techweb.com.cn/people/2008-10-23/371996.shtml>

曾鈺涓(2012)。〈藝術、文化、知識之網路共創分享-以網路文學步步驚心為例〉。《第五屆公關與廣告國際學術論壇》世新大學新聞傳播學院。台北：世新大學。

諸葛漪(2011年9月22日)。7000萬網友熱議《步步驚心》。《**新聞晨報**》。上網日期 2012年7月20日。取自

[www.chinadaily.com.cn/micro-reading/dzh/2011-09-22/content\\_3859328.htm](http://www.chinadaily.com.cn/micro-reading/dzh/2011-09-22/content_3859328.htm)

當紅小說版權費達百萬 版權經紀人讓作品“無處不在”(2011年09月19日)。《**人民日報**》。上網日期 2012年7月28日。取自

<http://big5.jrj.com.cn/gate/big5/finance.jrj.com.cn/biz/2011/09/19150011076927.shtml>

韓寒訴百度，電子閱讀的雙面困境(2012年7月11日)。《**世紀經濟報導(廣州)**》。上網日期 2012年7月28日。取自

<http://money.163.com/12/0711/03/863PHBBQ00253B0H.html>