

文化资讯

中国网络文学用户已超5亿

中国社会科学院文学研究所日前在京发布《2023中国网络文学发展研究报告》。报告显示,截至2023年底,中国网络文学阅读市场规模达404.3亿,同比增长3.8%,网络文学IP市场规模大幅跃升至2605亿元,同比增长近百亿,网文产业迎来3000亿元市场;中国网络文学作者规模达2405万,网文作品数量达3620万部,网文用户数量达5.37亿,同比增长9%。按照第52次《中国互联网络发展状况统计报告》中国网民数量10.79亿计算,中国网民近一半是网文用户。

据介绍,报告从内容题材、创作生态、IP产业和网文出海等层面,展现了中国网络文学产业最新发展脉络。

报告指出,在题材方面,文化自信已成为当下网络文学创作新趋势。2023年,网络文学作者更突出地将中华优秀传统文化融入历史、现实、科幻等多元题材,“国潮”写作形成年度风尚。

“网文全球化深入”是2023年度网络文学发展的另一亮眼特征。报告显示,网文出海市场规模超过40亿元,海外原创作品约62万部,覆盖全球200多个国家及地区。

报告还重点关注了AI技术对网络文学行业的影响,伴随着2023年网文大模型“阅文妙笔”发布,其应用端作家助手妙笔版同步上线,AIGC辅助网文作者提升创作效率已成行业共识。

此外,报告还指出,随着我国大力推进版权保护生态共治,加上行业、读者、作者等多方共同努力,网文正版化进程正持续深化,为网络文学海内外传播形成关键保障,助力网络文学健康可持续发展。

(据新华社、《北京青年报》)

端午节禁忌“不剃头”怎么成了正月的年俗？

很多地方有“正月不剃头,剃头死舅舅”的讲究。从科学的角度讲,这当然是一种迷信。“不剃头”成为正月禁忌伴以种种解说,比如它在清朝的原文本来不是“死舅”,而是“思旧”——“不剃头”是思念旧明,来自清朝百姓对剃发令的反抗。

其实,最早记录“剃头伤舅舅”的时间不在正月,而在五月,且仅限端午节这一天。这是怎么一回事呢？

汉代禁忌：“五月盖屋，令人头秃”

五月初五端午节。端,开端、首个。秦朝避始皇帝嬴政名讳,将岁首正月称为端月;午指五,五、午音同。历法一月建寅,排至五月是为建午之月,端午因此也称重午或重五。

《后汉书》所记“五月五日,朱索五色为门饰,以难止恶气”,已见端午节的端倪;晋代周处《阳羡风土记》“仲夏端午,烹鹑角黍”,书中与端午节名称一并记载下来,还有节日代表食品“一名粽,一名角黍”“以菰叶裹黏米”“盖取阴阳包裹未散之象”,言及阴阳五行学说赋予节日的岁时含义。

这部古代风俗史重要文献的记载,已涉及后世端午习俗的大体内容:“造百索系臂,一名长命缕,一名续命缕,一名辟兵缯,一名五色缕,一名五色丝,一名朱索,又有条达等织组杂物以相赠遗。采艾悬于户上,踏百草,竞渡。是月俗多禁,忌盖屋及暴荐席。”丝、缕、索,这一类带状物,多种名称表示古人赋予端午的多样期待;蒲剑艾虎,斗草采药,竞渡龙舟,后世端午诸多讲究此时也大体具备。

至于“俗多禁”,如“忌盖屋”,汉代《风俗通义》记俗信:“五月盖屋,令人头秃。”盖屋,并非指建造房屋,而说的是以茅草覆盖屋顶。屋上茅草与头顶毛发,是不是存在类比想象的空间?既然这想象空间,和“恶月”“恶日”有着扯不断的关联,那么,“五月子者,长与户齐,将不利于父母”之说,衍为“五月盖屋,令人头秃”,再衍出“不剃头,恐妨舅”之说,便没有不可逾越的鸿沟。

民俗的共享或迁移 “不剃头”并非孤例

明末清初文学家孔尚任《节序同

风录》一书,《端午》标题下兼收这三者:一、“是日生子者不吉,束一木或荆条,于堂斩断五六尺许,祝曰‘如是止,勿张抵户’,则儿易育,不妨父母”,涉及对“不吉”的禳解。二、“忌盖屋,犯者头秃”。三、“不剃头,恐妨舅”。乾隆年间潘荣陛《帝京岁时纪胜》,“五月不迁居,不糊窗槅,名之曰‘恶五月’。以艾叶贴牖,谓之解厄。五月多不剃头,恐妨舅氏”。二书所列,均含“不剃头”,潘荣陛点出这些禁忌出于“恶五月”之说。

原本“五月不剃头,恐妨舅氏”,怎么就成了“正月不剃头,剃头死舅舅”？

来做三段引文的对比——

一、清乾隆年间《帝京岁时纪胜》,前曾引:“五月不迁居,不糊窗槅,名之曰‘恶五月’……五月多不剃头,恐妨舅氏。”

二、同是《帝京岁时纪胜》:“正月不迁居,不糊窗槅,为‘善正月’。”

三、河南栾川、鲁山等地风俗,如《鲁山史话》:“正月不剃头,不迁居,不糊窗,不口角,称‘善正月’。”

夏至、冬至是一对至关重要的节气,形如双璧,在岁时框架的构成方面,展现了中华文化的对称特征。夏至成就了端午,冬至曾经的岁首位置让给了春节(春节是辛亥革命后的名称),文化的积淀都还在。通观传统节日,容量丰,且视野广大者,首推迎春过大年,其次应该即是端午了。既然两个节日有些内容是重合的,起由端午的五月“不剃头”,移至春节正月禁忌,似乎并没有多少沟沟坎坎。

岁时节日之间,民俗事象的共享或迁移,“不剃头”并非孤例。就说以葫芦造型为端午民俗符号,宋代《岁时广记》已见记载。清乾隆《帝京岁时纪胜》,五月朔窗牖贴红纸吉祥葫芦。光绪《津门杂记》,五月端午,有龙船戏,比户贴葫芦门符。贴葫芦又是迎春风俗。乾隆《直隶遵化州志》,除夕剪红纸葫芦贴于牖户,曰拒瘟。民国《丰润县志》,除夕贴春联、葫芦于户牖。春日里,曾在白洋淀边同口镇、鄆州古城旅行,所见家家门上贴着红纸剪成的春葫芦。夏贴葫芦、春贴葫芦,是春葫芦因循了夏葫芦,还是夏葫芦借鉴了春葫芦,若要厘清,也需下一番功夫。

(据《北京青年报》)

网文产业迎来3000亿市场

阅读市场破400亿元

IP市场破2600亿元



2023年网络文学阅读市场规模  
404.3亿元, 同比增长3.8%



2023年网络文学IP市场规模  
2605亿元, 同比增长近百亿元



网络文学作者规模达  
2405万, 新增作者225万



网文作品数量达  
3620万部, 新增作品420万部



网文用户数量达  
5.37亿, 同比增长9%

注1:数据来源于第三方数据机构极光数据