

手机为媒，小说作嫁

——从《城外》事件解读手机小说

刘汀

(北京师范大学 文学院, 北京 100875)

摘要: 本文以产生轰动效应的第一部手机小说《城外》事件为切入点, 分别从身份、资本、媒介、文本和读者四个方面分析了新兴的“手机小说”这一特殊文类, 并就文学与新的电子媒介之间关系作了深入探讨。

关键词: 手机小说; 《城外》; 新电子媒介

1. 引言

2004 的媒介界和文学界共有一个关键词: 手机小说^[1]。手机小说在国外已有几年的历史, 在国内民间也早有雏形, 著名网络写手戴鹏飞就在搜狐网站开辟了手机小说专栏, 还出版了手机小说集。然而直到 04 年短信小说才真正走入人们的视野, 并成为当年最具轰动效应的词汇之一。造成这种效应的直接原因是 04 年 8 月, 一个名为千夫长的广东作家的“手机小说”《城外》以 18 万的天价售出了手机网络版权, 整部小说不过 4200 字, 可谓一字千金。不久, 同一作者的《城内》也以 18 万售出版权, 另有手机小说《大小宝贝》更是让人大跌眼镜地卖了 36 万元。有关手机小说的报道和争论一夜之间铺天盖地, 几乎是“忽如一夜春风来, 千树万树梨花开”。文学界、出版商、电信公司、普通读者、网友们对此事件展开了激烈持久的讨论。百度一下“短信小说”, 得到相关网页 55700 篇, 百度“手机小说”, 得到的相关网页达 161000 篇, 其影响力可见一斑。(手机小说和短信小说两个概念在内涵上大体相同, 但由于定义时采取的视角不同而有一定区别, 笔者这里采用前者, 原因在本文第二小节中有论述。) 此事件虽然发生已经近两年了, 手机小说也在争论中不断发展变化, 不但逐渐成为诸多电信公司的一种常规短信增值业务, 还形成了一批稳定的手机小说作者和读者群体。《城外》以天价竞拍成功, 一炮打响了手机小说的进军号角, 手机小说继网络小说之后对文学的生产、传播和阅读产生了深刻影响。但令人遗憾的是至今仍没有专门的文章对《城外》事件以及手机小说现象进行全面解读, 笔者 05 年曾在一个短信增值公司兼职, 所负责的业务正是组织和撰写手机小说稿件, 对手机小说的台前幕后有一定的了解。本文正是以《城外》事件为切入点, 从手机小说的身份界定、资本运营、传播媒介以及文本和读者四个方面予以解读, 试图阐明手机小说这一新生事物中所隐含的诸多秘密。

2. 身份: 万变不离宗

研究任何事物首先所要解决的无疑都是身份问题, 也就是定义问题。有必要先廓清两个概念: 短信小说和手机小说。二者所指称的基本上是同一事物, 短信小说主要是从形式上来界定, 因为此类小说总是以短信形式发出和接受, 因而得名; 手机小说则是从媒介和载体上来界定, 此类小说的传播工具和生存空间为手机。我以为手机小说这个名字更为恰当些, 理由有二: 一、此类小说在文学属性上并没有超出传统的小说概念, 不是新的文学种类; 二、它与网络小说有着很大的相似性, 网络小说的命名是根据它的生存媒介——网络来界定的, 手机小说也适于根据它的生存媒介手机来定义。因而, 我在本文中统称为手机小说。有人给短信文学下了这样一个定义: “以手机发送为传播形式, 以格言体为基础的短小精悍, 时效

性、文学性并举的文学新样式”。^[2]这一定义并未揭示出什么新和本质的东西，只是对当下出现的手机小说的具体文本进行的概括。在手机小说远未成熟的现在来界定它的内涵显然是不现实的，但是它的出现毕竟搅动了现有的文学格局，冲击了传统的小说写作、传播和阅读方式，又不能不研究。我认为，只要我们弄清手机小说与传统小说（实际上也就是传统文学）以及方兴未艾的网络小说之间的关系，大致划定它所处的一个文学环境，所谓身份问题自然就迎刃而解了。

号称中国第一部手机小说的《城外》是手机小说的标志性作品，正是它的诞生与拍卖成功直接导致了手机小说的勃兴。《城外》描写的是两个“走出”婚姻围城的男女之间一段感情故事，这段感情属于不符合社会伦理的婚外情，主人公既受爱情所吸引，又被内心的道德感所谴责，始终处在想爱又不敢、不敢又忍不住的矛盾之中。小说全文共 4200 字，分 60 条，每条 70 字左右（包括标点）。《城外》在内容上有着相对完整的情节、独立的主人公和一定的叙事结构，在形式上则没有对话、语言比较诗化、分条。它与传统小说间最主要不同不是文学本质，而是生存媒介——手机小说借助于手机来传播和阅读的，而传统文学的媒介主要是纸张，网络小说的生存媒介是互联网，对于这三种媒介的区别下面会详细谈，这里不作赘述。

受媒介所限，手机小说形成了短小精悍、即时传播等特点。但是手机所限制的篇幅短小并不能把它从传统小说中区分开来，古代也有几十字的笔记体小说，现代有微型小说。更重要的是，《城外》仅仅是一个开始，它不代表手机小说的标准形式，根据现在市场上的作品来看，手机小说正努力摆脱自己在体裁上所受的局限，最大化地应用传统的小说资源。手机小说不具备自己独特的文学属性，它只是传统的小说在新媒介环境中的一种变体，以我组织和撰写的手机小说为例：

作品名	作品类型	字数
1、《统一大陆历史教材》	魔幻小说	20000
2、《纯什么洁：拿身体换不来的爱情》	两性故事	5000
3、《闹鬼的短信》	鬼故事	7000
4、《黑暗舞会》	两性故事	5000
5、《蜂巢》	纪实文学	6000
6、《脸》	纯文学	10000
7、《吉本和依莲的故事》	悬念故事	10000
8、《第一次去狐狐家》	两性故事	5000

8 篇作品最基本的篇幅都在 5000 字以上，而且是完全按照传统的写法写作的，并非惜墨如金，只是力求在有限的篇幅内讲述一个好听的故事，行文流畅，有吸引力，争取击中当代人的关注点是最基本的要求。后来，这些小说部分在印刷刊物上发表，全部在网络上转载过。这表明，手机小说发展到现在已经更为多样化，适应力更强，并非仅仅是以《城外》为蓝本和规范，手机小说主要依靠文字和内容来获得读者，而不是形式，市场需要什么，它就

变成什么。从技术发展趋势上讲，手机和小说之间的关系也正在发生转变，手机小说一般以短信形式发送，每条 70 字，但彩信已经可以达到 5000 字了，相信随着手机技术的发展，在不久的将来手机小说的容量会更大，性能会更好，所以那种把 70 字看作手机小说的上线的想法无遗是固步自封的。二者间的关系正由小说适应手机阶段转向手机适应小说的阶段，随着手机技术的不断发展，手机小说必将获得更大的自由空间，也就必将更深地归于传统文学的洪流之中。

手机小说和网络文学似乎有着某种天然的承接关系，正当网络文学以不可阻挡的趋势兴盛起来，并逐渐在文学话语中获得相应的合法性之后，手机小说接过了接力棒。比较起来看，二者都是随着新媒介出现而出现的，都迅速引起了人们极大的关注，都形成了自己一定的特点，可以统归于电子媒介所承载的文学作品。在文学属性上手机小说、网络小说和纸媒小说（特别是通俗小说）之间毫无区别，在形式上他们各自受制于自身所依存的媒介而有所不同，比如传统小说依附于印刷技术和纸张，因而生产和传播都需要相对多的物质资源；网络小说依附于互联网，具有更多的开放性，在生产和传播上就更为容易，但仍需要一定的物质条件；手机小说依附于电信传输，要求每条不超过 70 字，篇幅相对短小，生产成本低廉，没有库存压力，阅读具有随时随地性，其生产和传播对物质的依存性最小，只要手中有手机，你随时可以写作和发送小说，更何况手机小说也容纳其他的写作方式。所以，手机小说并不是一种新的文学形式，而是和网络文学一样属于文学借新载体的还魂之举，正如一句老话“新瓶装旧酒”，尽管旧酒口味有所变化，但始终没有失去酒这个根本属性。

总而言之，我以为手机小说在身份上是小说和手机媒介的一个产儿，它在文学属性上与传统的小说是一致的。手机小说所带来的冲击并非是对文学的冲击，而是对文学的生产、传播和阅读方式的冲击。

3. 资本：幕后操盘手

然而，在传统媒介仍然处于强势、网络媒介更为普遍化的今天，手机小说不可能只是独守着自己的一亩三分地，它需要借助其他媒介来推销和壮大自己。我们从《城外》的传播情况就可得知，它并不是依靠发短信而使自己广为人知的，而是通过其他媒介——网络、报纸、电视、广播等才迅速有效地获得了庞大的“注意力资源”（迈克尔·高尔德哈伯）。这些注意力资源吸引了众多的读者，并诱使他们心甘情愿地、急切地掏出了自己的手机和钱包。

《城外》的意义不仅在于向我们表明：手机完全可以成为小说的载体，小说完全可以在手机所规定的范围内生产、传播和阅读，更在于它极端地证明了手机小说所具有的商业价值。这一点是至关重要的。在这个大众文化盛行的时代，一切文化形式是否有存在的可能和前景不是看它是不是高雅的，而是看它能不能找到足够多的消费者和足够大的市场空间，能不能凝聚足够丰富的注意力资源。也就是说，商品性而不是文学性是手机小说的本质属性，它遵循的是商业规律而不是文学规律。

因此，我们有必要从经济学的角度对手机小说作一番分析。还是拿《城外》来说，它诞生的各个环节都布满了商业因素：作者千夫长明确表示《城外》就是为市场而写的，内容是讲述两个已婚人的婚外情，以竞标的方式拍卖版权，网上和短信付费订阅，紧跟的印刷版、影视版等等等等。^[3]千夫长一夜成名，《城外》的各种版权稿费已经高达 100 万元，竞标成功的华友世纪公司更是赚的盆满钵溢。千夫长的拍卖价定在 30 万元，而电信商敢于用 18 万去竞拍，都是因为深谙商业规律和大众心理，知道资本在一定条件下会飞速增值。资本的强力运作调动了尽可能多的媒体，在产品销售之前就培养出一大批潜在的消费者。这样，商品上就凝聚了巨大的注意力资源，一旦投放市场就必然会转化成巨大的价值。《城外》所具

有的注意力资源主要有两点：

第一，资本把《城外》打造成所谓“中国第一部手机小说”，第一个吃螃蟹的人总能够获得更多的关注。“手机小说”这四个字本身就预示了一种崭新的文学生产、传播和阅读方式，而“第一部”则更把它置于一个划时代的标记位置上，把它与随之而来的铺天盖地的跟风者区别开来。人们对第一总是怀有敬佩，从而产生了巨大的好奇心，想一睹“第一部手机小说”的庐山真面目。

第二，短短的4200字卖了18万元，加上台湾地区版权、网络、印刷版权等等将近100万元，这无疑极大地吸引人们的注意力。现在这个时代已经是一切都以金钱为标竿来衡量价值了，一字千金的《城外》必然使人们对它另眼相看。资本运作的新特点正是从这里体现出来的，资本不再完全依靠媒介来获得产品的注意力资源，或者说资本不再仅仅用各种广告宣传来吸引别人的注意，它自身也参与到宣传策略中，成为商品的卖点之一。电信公司之所以敢于花18万元来购买4200字，不单单是因为他们看准了手机小说的市场潜力，还在于他们已经摸透了传媒的脉搏，一分钱不花就利用所有媒体为自己作了广告。18万元的拍卖价一出，网络报纸对此争相报道，电视广播对参与者争相采访，《城外》人尽皆知自然不足为怪了。

资本运作的这一特点在2005年的另一媒介事件中得到了证实，那就是超级女生比赛。我这里只谈超级女生的赞助商蒙牛集团，它信心十足地投入无数钱到湖南卫视的这个比赛中，并不是一次商业冒险，而是一次高水平的商业投资。超级女生获得全国人关注的一个重要原因是，蒙牛集团作为资本方参与了对超级女生的宣传，它在自己数以千万计乳品包装上印上了“超级女生”的广告，从而使数以千万计的人知道了这个04年还影响甚微的比赛。这是一个迂回策略：蒙牛先利用自身的注意力资源为超女作广告，逐渐培育了超级女生庞大的注意力资源，自己也就得到了宣传，产品大卖，财源滚滚。

资本运作的规律是使资源利用最大化，注意力资源也不利外。正如麦克卢汉所言，传媒所获得的最大经济回报来自于“二次售卖”，本质上也就是出卖自己产品上凝聚的“注意力资源”。《城外》一举成名，并且成为资本的组成部分，资本当然要最大限度地利用其上所凝聚的“注意力资源”，以求获得最大限度的增值。所以，各种媒体争相和《城外》拉上关系，也就有了众多名目得手机小说大赛，各个网站开通手机小说板块，更多得电信公司投入短信小说的商机中，这一切都是资本的趁热打铁，它借助一系列活动塑造一种新的阅读方式——手机阅读，并把这种阅读方式置于时尚先锋的位置，从而引得众人——特别是青年人纷纷投入此中。

各种媒介把世界联为一体，牵一发而动全身，对手机小说而言，《城外》的出现恰如蝴蝶效应，它振动一下翅膀使得整个文学界和传媒界为之轰动。资本因素自始至终是这一事件的决定性因素，之后的手机小说市场也完全是按照商业规律来运作的，作者看的是人气和稿费，发行方看的是点击率。手机小说无可逃脱地、深深地烙上了商业性的印记。

4. 媒介：不能没有你

资本的运作制造了一种崭新的文化商品类型，并赋予它一种紧跟时代、代表潮流的姿态，资本还不遗余力地打造和培养一种阅读方式。我们不免要继续追问：在手机小说的问题上，作为最主要的载体和媒介，手机究竟处于一个什么样的位置？起着何种不可替代的作用？换言之，即手机作为文学载体比其他载体具有哪些独特的优势？

在现在这样一种新技术、新工具不断涌现的时代，人们所依赖的媒介种类繁多，然而手

机有着无可替代的重要性。手机是众多媒介中与人的关系最紧密、最人性化的一种，它是我们躯体的延伸，正如保罗·莱文森所言，手机是移动的、温馨的家园，在人类所拥有的一切媒介中，惟有它把人从机器跟前和禁闭的室内解放出来，送到大自然中去，因为它使得人类最基本的两种交流方式——说话和走路——并行不悖，甚至相得益彰。手机更是一种补偿性的媒介，它既联系外界又保护隐私，既功能齐备又所属单一，既是一种双向交流的媒介又有利于主叫方。^[4]作为一种奇特的电子媒介，手机对比其他媒介有着自己的特点：

1、管在宏观上手机依然依附于全球性的电信网络，但是作为个体——即消费者手中的手机却是相当独立的，它并不像电脑、固定电话、电视机那样必须拥有稳定的电源、线路等物质条件，只需要与“电”进行短暂的接触，在获得自身所需的那部分之后就完全自由，它能行走到任何地方。因此手机比报纸、电视、广播、网络更自由也更人性化，它始终跟随在你左右，并根据你的意志来发挥功能：开机或关闭、铃声或震动、短信或电话、握在手中或装在包里，它是你“挡不住的呼唤”。它比其他任何媒介都更直接、更及时地联系你，它已经是人身体的机器延伸物了。

2、手机是所有媒介中把时间和空间结合的最天衣无缝的一种。哈罗德·A·英尼斯提出，任何特定的媒介同它所传递的信息想必都具有偏倚性（biased）。比如在印刷时代到来之前，人们所使用的石块、绳子、羊皮纸等主导性媒介偏倚的是时间，而不是空间，因为他们很难借空间来传递，却能经受时间考验。而印刷纸张却偏倚空间性，因为它易于携带，能够从容转换位置。到了电子媒介时代，固定电话、电视、电影、网络都不断调和空间和时间的偏倚性，他们既可以异地传输，又能长久保存，手机把这种协调做到了极致，你可以一边走路一边打电话。

面对节奏快、竞争激烈、心里压力巨大的现代生活，人们始终在机器的夹缝中寻找一块安静的栖息地，我们的生存空间里挤满了各种各样的新事物；但在时间上却产生了许多碎片性的所谓“空洞的时间”，比如公交车上、地铁上、长途旅行的路上、无聊的会议和聚会、一个人的周末等等。处在这些“空洞的时间”碎片中，我们的内心感受是孤独、焦虑、烦躁和不安，缺少必要的归属感。于是，各种媒介都渗透到这些精神虚空中，电视、电影、通俗读物等等。手机就在此时彰显了它的独特优势，手机小说也因此比其他娱乐方式具备了一定的优势。阅读手机小说不必经历买票的繁琐过程，不必承受电影院里嘈杂的人群；也不像上网那样在信息洋流里不知所然，或者被垃圾信息搞得焦头烂额；也不像纸质印刷品那样昂贵和沉重。相反，它是完全个人化的、私密的，手机小说短小的篇幅不会消耗太多的时间和精力，高度的娱乐性能让你开怀大笑或高度紧张。手机的随时随地性和手机小说的碎片性，刚好填补你碎片性的“空洞时间”。它赋予你更多的自由选择权，你可以随时终止自己不喜欢的文本而选择另一文本，而不必像纸质作品那样浪费金钱，它便于删除，不是你的累赘，也可以用低廉的价值转发给其他人，与他们共享。

因此，手机小说的使用价值不在于它是否具有相应的文学属性，不在于它能否传播艺术价值，而是在于它把手机的某些使用价值和小说的某些使用价值结合起来，形成一种新的对人有用的有用性。这种有用性根本性地依赖手机媒介，手机是手机小说最基本的物质基础，也是它的生存空间。

5. 文本与读者：图的就是个乐

如前面所言，手机小说并没有在文学属性上有什么新的特质，而只是在传播媒介上有别于传统的小说。它作为大众文化的产物之一，由里到外都散发着大众文化最一般的特点，遵循大众文化产品的一般规律。它以娱乐性为宗旨，文学性只不过是它为取得合法身份、迅速

传播、有效实现交换价值而借用的外衣。所以，手机小说在文本内容上与通俗小说无根本区别，它就是通俗小说的一个细小分流。以号称中国第一部手机小说的《城外》为例，我们可以清晰看到这一点。下面是《城外》的部分文本：

第 1 条

城首次到城外约会，接头暗号是张爱玲名句：于千万年之中遇见的人，于时间的无涯荒野中，没有早一步没有晚一步，刚好赶上了。

第 2 条

声音慌乱地对接暗号：那没有别的话可说，惟有轻轻地问一声：噢，你等我在这里吗？我们相拥狂吻而泣，对张爱玲充满感激，对城内已经忘记。

第 3 条

长发披落遮住滚烫的脸，小声说话，喘着粗气手机短信里的文字奔走相告，爱情来了。我们敢爱城外这个春天的风景了，内心的幸福正风起云涌。

.....

第 59 条

回首一算已三个月。恋爱真是一场梦！幸运地是我们纵情地爱了一场，不幸的是我们的爱遭遇太多的阻击，以至于我们现在前途莫测天各一方。

第 60 条

想得美好做得浪漫，像小说也像诗就是不像现实，偏偏生活在现实。城外没有路城内回不去，爱本是虚无缥缈，满眼风景转头空，人间换了四季。^[5]

从这 5 条手机小说文本中我们能隐约看到，作者所选取的题材是婚外情，这是当前社会高度关注的一个话题，它涉及到爱情、家庭、道德、伦理等诸多方面。婚外情题材在文学作品中占有相当大的比重，一直以来就是大众读者的兴趣点之一。《城外》在取名上参照了钱钟书的名著《围城》，更借助了《围城》所营造的“婚姻如围城”的社会心理空间和文学想象空间，“城外”就是“围城之外”，暗示了一段不合伦理的情感。作为第一部手机小说，《城外》并不成熟，也不具备完整的小说形态，它限于每条短信的字数而采取了格言式的叙述方式，这种叙述方式一方面脱胎于手机文学中的格言和诗歌，一方面是作者为塑造一种气氛而刻意为之。作者在每条中都或隐或显地涉及到婚外情中一些敏感的问题，借此来吸引读者。比如第 1 条中的“首次约会”；第 2 条中的“暗号、相拥而泣”；第 3 条中的“爱情来了、敢爱”；第 59 条的“梦一场、阻击”；第 60 条的“城外没有路城内回不去”。这些语言不是在暗示主人公内心的忐忑、焦虑、渴望，就是对婚外情结局的隐喻。

《城外》发布后得到了数百万的订阅，证明了它拨动了读者心中的隐秘之弦。新生事物手机小说、敏感题材婚外情，这些正是读者所寻求的心理刺激。

如果说读者对《城外》的接受更大程度上还是受好奇心驱使，那我们来看另外一份能够说明情况的统计表。这是我所工作的北京英克网络增值公司 2005 年 7 月份在广东地区发布的短信小说点击排名情况，这里只取订阅人数和点击率前十名：

热度	排名	主要类型
人数	1、纯什么洁：拿身体换不来的爱情 2、偷窥来的情人 3、偷情时的千姿百态 4、搞笑 5、这个笑话是历史上最有杀伤力的 6、鬼 城 7、骨灰级电脑专家 8、大学追女仔之经典对白 9、老师的拉链没拉 10、泡妞三十六计	两性、情感类(1、2) 搞笑类(3、4、5、8、9、10) 鬼故事(6、7)
点击数	1、纯什么洁：拿身体换不来的爱情 2、这个笑话是历史上最有杀伤力的 3、半夜时，千万不要对着镜子梳头 4、偷窥来的情人 5、泡妞三十六计 6、鬼 城 7、鬼斗魂 8、偷情时的千姿百态 9、婴煞 10 搞笑	两性情感类(1、4) 鬼故事(3、6、7、9) 搞笑故事(2、5、10)

相比在文体上有些不伦不类的《城外》，这份榜单内的作品则是货真价实的小说，但从名字就能看出他们都是通俗小说。手机小说的读者的阅读趋向主要是两性情感故事、鬼故事、搞笑故事三大类，其中以两性情感故事最热。《纯什么洁：拿身体换不来的爱情》正是我所策划的作品之一，它在订阅人数和点击率上都高据榜首，这表明两性情感故事是人们关注的焦点。这一方面与当代社会越来越高的离婚率和开放的性行为相关，人们对爱情感到迷惘，

急切地想知道爱情与身体、道德、社会伦理之间该如何协调；另一方面则更凸现了读者寻求娱乐刺激的心理倾向。社会的不断进步把人类置于一个信息和娱乐方式丰富多彩的环境中，一般性的文化产品已经不能满足人们日益麻木的心灵，只有最新鲜的形式、最敏感的内容才能引起公众的兴趣，调动他们的“注意力”。鬼故事和搞笑故事与此相类似，人们在忙乱的生活、工作间隙渴望通过娱乐来放松疲惫的身心，而不是正襟危坐的谈论什么高雅和价值，鬼故事能刺激麻木的神经，搞笑故事则可调剂乏味的日常生活。他们同大多数大众文化产品一样，是现代人时钟一样刻板的生活的润滑剂，人们需要娱乐，他们提供娱乐，仅此而已。

媒介和媒介文化发展到今天，正步入一个媒介娱乐化的阶段，即各种各样的媒介——包括传统媒介形式——正逐渐从交流的功能转向娱乐的功能，各种各样的娱乐杂志、报纸风起云涌，连篇累牍地报道着一些花边新闻或奇人轶事；电视、电影也更加通俗化，作为通俗化的表征与结果，肥皂剧、贺岁片和商业广告占据了绝大部分的时段；网站也都建立自己的原创板块，鼓励博客、播客、DV秀等新兴事物；手机更向着综合性媒介发展，既能通话又能发短信，既能听音乐又能摄像，既能上网浏览又能打游戏，变成一机多能的娱乐综合体。^[6]在这种媒介环境下诞生的手机小说也就不可避免地是以娱乐性为主的，尽管许多手机小说作者（确切地应该称他们为写手，因为他们通常以多种形式受顾于网络增值公司，根据公司策划来和市场定位来创作）不断声称自己的作品具备很好的文学性和艺术性，他们依然是大众文化的产物，因为衡量手机小说的标准只有一个：市场，或者说是点击率。手机小说的指向本就是市场性，随时随地、无微不至地娱乐大众是它的根本目的，电信公司当然深知这一点，所以他们在选择、发布、宣传手机小说时也就只能集中在娱乐性上。从这些情况来看，两性情感故事、鬼故事和搞笑故事在点击排行中占据前三名也就不足为奇了。

这里讨论的手机小说文本和读者的娱乐性，和前文所谈到的手机小说的商业性是一致的，娱乐产品遵循的根本规律正是商业规律。如果说现阶段的手手机小说具备商业性、娱乐性和文学性三个基本特征的话，其中文学性是最弱的，还可能会继续被削弱。

手机小说还在继续发展，每天有数以千计的手机小说被生产和发布出来，他们在各种牌子的手机间游走，制造着眼泪和笑声。手机小说的背后是钞票和新技术，他们暗中操纵着一切，文学是商业环境中的弱者。我们今天还不知道手机小说会发展到何种程度，出现何种样式，但它依然挟风带雨地来临，除了迎接上去我们别无它途。

注释

[1] 手机小说属于手机文学（短信文学）的一种，但它与手机文学的其他形式有着很大不同，比如手机诗歌和手机段子等，现在更出现了手机新闻报道、手机报刊等新形式。本文为论述方便，只提出手机小说这一概念，其对比项为传统小说（纸媒小说）和网络小说。

[2] 葛红兵. 拇指文化·短信文学[N]. 文学报, 2003(7)

[3] 北京晨报, 2004-09-20(3)

[4] 保罗·雷文森. 手机——挡不住的呼唤[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2004

[5] <http://202.113.136.5/bbsx/data/system/bbs/dispbbs.asp?board=21&id=14326>

[6] 尼克·史蒂文森. 认识媒介文化[M]. 北京: 商务印书馆, 2001

Cellphone as Media, Novel as Fruit
--- Looking into the cellphone novel from the "Outside the City" event

Liu Ting

(Chinese department of Beijing normal university, Beijing100875. china)

Abstract: Abstract: This thesis takes a hit-head novel 'Outside the City' which was the first novel on cellphone as a cutpoint, analysis this special and newly-appeared 'cellphone novel' from the identity, capital, media and text these four different aspects. Meanwhile, the thesis also further discusses the relationship between literature and newly electrical media.

Key words: cellphone novel; "Outside the City"; newly electrical media

作者简介: 刘汀(1981-), 男(汉族),内蒙古赤峰人,北京师范大学文学院文艺学 05 级,在读硕士。