文学与商品之外：中国网络文学生产中的情感劳动研究

郑雪美

（华南师范大学，广东　广州，510631）

摘要：本文从中国网络文学的文学-商品二重性出发，采用网络民族志和半结构式访谈的研究方法，对中国网络文学生产中的情感劳动进行探究。研究发现，网络文学作者的创作动机普遍经历了从最初的热爱到逐渐耗竭的过程；类型文这种高度商品化的文学产品带来的是“爽”感，而非真正意义上的情感体验；作者在把读者奉为“衣食父母”的同时也坚守着自己的“道心”。情感劳动在网络文学生产中若隐若现，时而被平台资本收编，时而突破、越出资本设下的限制。主体性与共同性的生成，需要作者与读者的平等参与。

关键词：网络文学；情感劳动；主体性；共同性

中图分类号：G2　　文献标识码：A

自 20 世纪 90 年代中末期，互联网在国内落地以来，网络文学也如影随形，应运而生，至今已经走过近三十个年头了。2023 年 4 月，中国社会科学院《2022 中国网络文学发展研究报告》在北京发布。据该报告显示，截至 2022 年底，中国网络文学用户规模达 4.92 亿，网络文学作家数量累计超过 2278 万，尤为引人注目的是海外网文访问用户的规模，已达 9.01 亿。[1]网络文学作为一种新的文学现象，亟待相应的文学批评，而它作为一种新的传播现象和劳动现象，也值得我们深思。网络文学是否仍然属于传统的“文学”范畴？网络文学的生产者，是法律意义上拥有独立版权的“著”者，是通俗意义上大众认可的“作”家，抑或是游离在规范与制度之外的“写”手？网络文学的消费者，又是出于怎样的心理阅读这些或许并不精美的作品？在这个文学生产的过程中，网络平台扮演着怎样的角色？网络文学的劳动过程具体而言是怎样的？

上述这些问题，共同指向的是当代中国网络文学在“文学”与“商品”属性之间的摇摆。然而，与其说是在文学与商品“之间”，不如说是“之外”，因为后者不局限于争论网络文学到底是文学还是商品，而是指向了作者与读者互动的不同样态，同时也蕴含着改变的契机和革命的潜能。本文将从文学-商品二重性的角度出发，聚焦于中国网络文学生产中的情感劳动，探究其中抵抗异化以及生成主体性（subjectivity）和共同性（commonality）的多种可能。

一、文献回顾

（一）类型文与合作生产

储卉娟的《说书人与梦工厂：技术、法律与网络文学生产》是一本关于中国网络文学的“断代”史，也是一种社会学研究的尝试。尽管研究对象局限于 2013 年以前的中国网络文学，但其研究结果对于今天的网络文学现象来说仍然适用，并且极具启发意义。储卉娟从作者与读者的关系出发进行探究，认为网络文学实践的重要性在于，在先进网络技术的条件下，读者与作者之间的合作第一次被摆上了台面，从阅读上移至写作，从意义的合作再生产直接进入了文本的合作生产。[2]伴随着网络文学生产中读者与作者的互动，类型文开始出现，并冲击着版权的严肃性，消解了法律权威的意义。储卉娟还对类型文的产生及兴盛原因进行了

细致的社会学观察，并总结了其中缘由，即世界观构建（world building）的参与感，吸引着众多作者和读者投身其中，乐此不疲。[2]网络文学的“类型”对应的是法律上的“积极共有”而不是“消极享有”，而这也通往了社会治理的另类可能性。[3]

韩国的崔宰溶是从文学批评的角度来研究中国网络文学的。他提出，中国、韩国、日本等东亚国家的网络文学发展途径与欧美网络文学不同，欧美的网络文学更致力于前沿的超文本实验，而中国的网络文学更像是传统通俗小说的网络化。[4]崔宰溶在他的博士论文中使用了“土著理论”（vernacular theory）来研究中国的网络文学（后在出书时将其翻译改为“原生理论”[5]）。“土著理论”最初由豪斯顿·巴克（Houston Baker）率先使用，用来分析美国黑人文化中的布鲁斯（blues）音乐，随后麦克劳克林（Thomas McLaughlin）把这个概念扩展到文化批判理论的层面，使得读者不再是法兰克福学派所悲观假设的信息被动接受者，而是具有自觉性和能动性的认知及行动主体。[4]崔宰溶认为，网络文学的创作者（包括作者和读者）不仅拥有反思和批判的能力，甚至还可以把这些零碎的反思和批判上升到理论的高度。[4]同时，崔宰溶还借用了亨利·詹金斯（Henry Jenkins）的“学术—粉丝”（aca-fans）和“介入分析”（intervention analysis）的概念，为网络文学研究者在田野中寻找自己的身份归属提供了便利，解决了研究者究竟应当采用何种立场和姿态贴近研究对象的问题。[4]

邵燕君则挪用了福柯“异托邦”的思想资源来对中国网络文学进行文学批评。她将当下中国网络文学与五四以来的现实主义文学做比较，认为后者属于“乌托邦”，是精英的文学，也是“寓教于乐”的文学，而前者属于“异托邦”，是大众的、纯娱乐的文学。[6]与储卉娟对于类型文的分析相似，邵燕君提出，“所谓类型并不是任何人规定的，而是作者和读者在长期的文学实践中以真金白银协商出来的契约”，是“集体智慧的结晶”。[6]也就是说，在关于网络文学类型化的现象方面，邵、储二人都是持较为积极正面的态度，并且对类型文的成因进行了深入的研究。这与一些学者将类型文看作是流水线上的文化工业产品的悲观观点形成了鲜明对比。例如，蒋淑媛、黄彬就认为题材的类型化和套路化是“数字劳工”的劳动产品异化的表现。[7]同时，邵、储二人的研究，又不同于那种排除了集体合作可能性的、高扬个体创作和个人主义意识的“创意劳动”或“数字灵工”乐观派研究[8]，而是将类型文的创作与世界观的搭建甚至改造联系到一起，为研究类型文这一不同寻常的网络文学生产合作现象打开了新的思路。

在中国网络文学研究领域，类型文已然成为了目前研究和争议的焦点之一。类型文既可以被看作是劳动产品异化的结果，也可以被视为主体性、能动性乃至共同性的表现形式。类型文的产生又与读者和作者之间的互动密切相关，可以说，正是经由读者与作者之间漫长的协商、试验与博弈，类型文才得以成型。由于这种互动必然涉及用户（不论是作者还是读者）的劳动实践，而文学的生产又离不开情感的投入，对网络文学生产的劳动过程尤其是情感劳动过程就成为了研究的中心议题。

（二）情感劳动中的剥削与抵抗

何菡馨通过半结构式的深度访谈，探讨了平台既通过技术等物质性和可供性手段赋权于网络小说写手，又通过操纵情感对他们进行剥削的双重现实。[9]基于物质性转向和新物质主义的视角，写作平台成为资本的化身，情感劳动有可能从非物质劳动的概念中剥离出来，在

写手-平台-读者之间人-物相互嵌套的关系中被激发，在被剥削中不断生成主体性。[9]与何菡馨较为复杂的研究架构以及研究结果相比，林磊、冯应谦更为关注的是网络文学创作中自由、自主与抵抗的那一面，他们将网络文学创作看作是“创意劳动”，认为这种创意劳动提供了反剥削和反异化的契机。[8]然而，杨睿彤、谷李的对于阅文集团平台上的数字劳动的案例研究却得出了不同的研究结论：平台通过制造“同意”（consent）以及多重的组织和技术控制等方式，较为成功地使平台作家自发进行劳动，而平台作家在特定情境下的反抗尽管具有一定积极意义，但仍然是无力的。[10]蒋淑媛、黄彬则是针对网络作家的异化劳动做了深入研究，并将之划分为几个层次：追逐商业价值的劳动动因异化、表现为题材和内容老套的劳动产品异化、在现实与虚拟空间中被双重规训的劳动行为异化、劳资矛盾突显的生产关系异化和人工智能写作下的劳动主体异化。[11]

除了研究网络文学生产中的情感劳动、剥削、异化、抵抗等现象之外，也有学者从劳动过程、劳动分化、劳动实践等方面给予关注。吴鼎铭、徐丙飞借用劳动过程理论视角，对网络文学生产中的劳动控制进行了研究，认为平台通过使写手“去技能化”、呈现自雇状态以及使写作“游戏化”等方式，对写手进行隐蔽的剥削；同时，写手也会通过将写作任务“外包”以及社群联结和集体抗争等方式，试图维持与平台之间的权力平衡。[12]胡慧、任焰研究了网络文学平台的众包生产体制，指出这一众包生产体制隐蔽地将网络作家的身份转换为文学产业平台上的知识劳工，并模糊了真实的劳资关系。[13]胡慧还从劳动力商品化的理论框架出发，认为网络作家之间存在着差异化的劳动实践和多样化的应对策略，依次层级表现为“加入游戏”“调试”“狂欢”和“逃离”。[14]张铮、吴福仲以网络签约写手为研究对象，提出雇佣弹性化、生产社会化以及地位层级化是他们当前劳动境遇的三大趋向。[15]赵景（Elaine Jing Zhao）则以中国的在线文学生产为案例来探究正式与非正式经济之间的联系与互动。她认为，尽管在线文学已经在资本的运作之下变得正式化（formalise），有少数作者成为了行业“明星”，但网络写手的劳动实践仍然很大程度上是非正式、不稳定和无保障的（precarious），更不要说存在着大量的“代写”（surrogate or ghost writing）现象。[16]

可以看出，目前关于网络文学生产中情感劳动的研究，大多数关注的是平台的“剥削”与作者的“抵抗”之间的二元结构，但实际上，这个二元结构放置到互联网平台的其他工种的劳动、甚至任意一种劳动关系之上都是能够说得通的，并没有充分体现网络文学生产的特殊性。网络文学是文化的一种，是社会上层建筑的表达，理应放置到文学、美学甚至哲学的层面来看待。而劳动与商品是政治经济学的研究范畴。因此，本文既尝试分析当代中国网络文学的文学-商品二重性，又着力书写其中的情感劳动，从而探究作者与读者生成主体性和共同性的潜力。

三、研究设计

（一）研究方法

在研究立场上，笔者自认属于崔宰溶所说的“学术-粉丝”，既是网络文学的忠实读者和拥趸者，又是能够站在局外进行反思的学术研究者。[4]在研究方法上，本文主要采用网络民族志和半结构式访谈。具体而言，笔者于 2019 年开始在“知乎”平台上阅读小说，直至今日，每每空闲无聊时都会在该平台上刷小说，也会关注小说发布之后的评论区。与此同时，

笔者偶尔也会在其他网页上阅读一些无需充值缴费的盗版小说。除此之外，笔者还加入了“小红书”平台的 4 个网文写作交流群进行非参与式观察（不在群内发言），观察和了解网络文学作者之间的交流互动情况。从 2024 年 1 月起，笔者通过熟人介绍、在“知乎”和“小红书”平台上自行联系等方式，对 9 位网络文学作者（其中一位作者 E 只愿意回答部分问题，因此访谈不完整，但也有研究价值）和 2 位网络文学读者进行了半结构式访谈，其基本信息如下表所示。笔者用大写的英文字母为作者编号，而用阿拉伯数字为读者编号。

编号	写作时长	写作平台	全职/兼职	写作月收入	社会网络支持
A	14年	起点中文网	全职	数千到数万元	基本支持
B	不详	天涯、糗百、知乎	兼职	零元	不在意
C	3年	超好看、知乎	全职	不便透露，数目可观	支持
D	3年	知乎	兼职	零元	没有告诉身边人
E	均未透露				
F	数月	阅文、头条号、知乎	兼职	零元	朋友支持，其他人不知道
G	1年	知乎	兼职	2000元左右	没有告诉身边人
H	7年	逐浪网、番茄、磐石	全职	40000元	支持
I	2年	快点阅读、番茄	兼职	偶尔有50元左右	基本支持

表格 1 访谈对象（网络文学作者）基本信息表。

编号	年龄	阅读时长	职业	阅读平台
1	23岁	从小学开始	学生	实体书、起点中文网、笔趣阁、潇湘书院、晋江文学
2	23岁	14年	品牌推广	百度能搜到什么网站就在哪里读

表格 2 访谈对象（网络文学读者）基本信息表。

在理论建构上，笔者认同崔宰溶提出的“土著理论”[4]，同时也认为，网络文学内部的“土著”（网络文学的作者和读者）尽管具有自我搭建理论、将零碎的思考和想法上升到理论高度的能力，但这种能力有其局限性。“土著理论”想要成为真正被学术界接纳的理论，就必须能够与更深刻的理论相互咬合（articulate），在更宽广的学术脉络中找到自身的归属。据此，本文的研究发现不仅保留访谈过程中的“行话”，更是努力找寻这些土生土长的认识（knowledge）与更高层次更抽象的理论之间的共通之处。

（二）研究问题

本文关心的研究问题可用三个方面来概括。其一是关于劳动：当代中国网络文学生产中的劳动者生存状况如何？他们对自身劳动的认识如何？他们认为自己所从事的是类似于工厂流水线上简单重复的机械劳动，还是需要付出情感与智力的创意劳动？其二是关于文学：当代中国网络文学的文学境况如何？作为作者和读者，他们分别对网络文学有着怎样的认识？他们如何看待逐渐同质化的类型文现象？其三是关于互动，在当代中国网络文学的生产过程中，作者与读者的互动情况如何？这种互动是否属于情感劳动？平台在其中扮演怎样的角色？

综上所述，本文采用“学术-粉丝”的研究立场，运用网络民族志、非参与式观察和半结构式访谈的研究方法，剖析当代中国网络文学的文学-商品二重性，探究贯穿其中的情感劳动。而在描述研究发现、构建理论的过程中，笔者将结合“土著理论”与学术理论，力图呈现一幅较为清晰的研究图景。

四、研究发现

（一）创作动机的耗竭：从“用爱发电”到劳动赚钱

一个鲜明的现象是，投身于网络文学创作的作者，至少在刚刚入行的那段时间里，他们都怀揣一个或隐或显的文学梦想，拥有强烈的表达欲望和冲动。这种对文学的渴慕，是网络文学作者进行创作的根本动因。

在西方，识文断字原本是僧侣阶层的特权。随着印刷资本主义的兴起，普通大众才逐渐具备了阅读小说的基本能力，形成了民族-国家这样的“想象的共同体”。[17]对于中国而言，直至五四运动，传统文化的桎梏才得以打破，新兴的知识分子阶层获得了表达自我个性的空间，现实主义题材的小说不断涌现，造就了中国文化史上的辉煌时代。但是，中下层民众识字率的提高，要等到新中国成立后的汉字简化运动、扫盲运动等大型群众运动的展开才最终实现。虽然在毛时代，工农兵文学曾经在文学史的长河中留下印记，但正统文学似乎始终是高不可攀而只属于少数精英的。随着信息和通信技术（ICT）的普及，几乎人人都拥有了在互联网上书写的能力，文学的大门终于对普通民众敞开，尽管是以与正统文学有所区别的“网络文学”之名。网络文学作者的文学梦，就是在这样的历史背景中被凸显出来。

网络文学作者的创作动机，最主要的就是热爱写作本身。一方面，生活的经历为作者提供了丰富的写作素材，激发了作者的表达欲，写作成为了满足欲望的一种方式：“写作这事打小我就喜欢。……关注我的人喜欢看我写部队里的故事，还有一些搞笑文。”（访谈对象 B）“我想要写出脑子里的故事。”（访谈对象 D）“我的脑子经常很多故事小片段，就突发奇想，想把它写出来。”（访谈对象 G）另一方面，来自他者书写的文学作品仿佛成为了一种“召唤”，吸引原本是读者的作者加入写作行列。“输入的太多了呀，所以需要一个输出的口子。我从小就喜欢看小说，喜欢写些身边人的故事，看得越多越想自己写。”（访谈对象 C）

网络文学作者的创作动机，除了取悦自己、满足自我的表达欲之外，还有一层目的是为了赚钱，或者更准确地说，是对于赚钱乃至一夜暴富的想象。“创作动机当然是为了赚钱呀，甚至可以说是为了暴富。”（访谈对象 F）但是，在自我满足和金钱诱惑之间，有一条若隐若现的转变历程。“一开始纯粹就是‘用爱发电’，后来就变成了用智力写作，最后变成了用技巧来写作。一开始写作的动机是为了自我满足和得到夸奖，就是马斯洛的那个需求层次理论，到后来就是为了钱，为了社会地位。”（访谈对象 A）“创作心态是有变化的，以前觉得写作是热爱，甚至把这看作一种休息，一打开电脑就动力十足。现在不行了，一想到写稿就心累。”（访谈对象 C）

访谈对象 A 特别提到了马斯洛的需求层次理论。在网络文学作者这一群体的创作心态变化上，这一需求层次理论却是颠倒的。马斯洛的需求层次理论将人的需求分为从低级到高级的五个层次，分别是生理需求、安全需求、社会需求、尊重需求和自我实现需求。[18]然而，网络文学作者的创作动机，一开始却是为了自我实现，然后才逐渐向较低层次的需求（如 A 所言，为了社会地位和金钱）过渡。访谈对象 C 很好地解释了这一点：“当爱好成为工作以后，就不那么纯粹，要考虑的东西就多了。以前写点自己喜欢的，现在要写读者喜欢的，

能挣到钱的。”如果要用“土著理论”或者业内的“行话”来概括这一变化过程，那就是从“用爱发电”到赚钱。

所谓的“用爱发电”，即网络文学的作者在没有或少有金钱报酬的情况下，单凭自己的热情喜爱，创造出文学作品来为读者提供精神上的食粮。从情感劳动的角度来说，“用爱发电”这个比喻，生动形象地描绘出了情感的劳动价值之所在。奈格里和哈特认为，“爱”是哲学和政治的核心概念，它具有生产性，是主体性和共同性生产的过程。[19]与奈格里和哈特所提出的学术理论不谋而合的是，“用爱发电”的这个“土著理论”，同样指向了作者的“爱”之情感是如何生产出作为隐喻的“电”之财富（wealth）。但是，随着商品化逻辑的扩张，作者之“爱”逐渐被平台资本所收编，原本发自内心的创作动机趋于耗竭（exhausted），甚至于到了最后，来自外界的剥削变成了一种自我剥削，也就是写作欲望的自我打压和文学梦想的自我矮化。“我们当然是像流水线工人一样受剥削受压榨，一开始是受网站平台剥削，后来受读者剥削，最后是自己剥削自己，自我剥削。而且已经形成一种职业依赖了，变成了一种束缚，一种圈禁。”（访谈对象 A）最终，赚钱成为了最重要的目的。网络文学创作不再是来源于“爱”，而仅是出于谋生需求的一项工作、一类职业和一种劳动。

在描述自己的劳动类型时，笔者接触到的绝大多数访谈对象都将其归类为“需要付出情感和智力的创意劳动”而不是“流水线上工人的简单重复的机械劳动”。这在一定程度上印证了卡洛·韦尔切洛内（Carlo Vercellone）等人对当前社会所做出的激进分析，即“资本增长积累和调节的主要对象已从传统的工业产品演进到广义的认知产品”，工业资本主义转向了以非物质劳动（情感劳动属于非物质劳动的一个子集）为主要形态的认知资本主义。[20]而在谈论自己的劳动状况时，不同的平台之间存在较大差异。具体来说，长篇连载小说的作者收入较高且相对稳定有保障，同时劳动压力和强度也较大。短篇小说、轻小说的作者收入不及长篇连载小说的作者，但劳动压力和强度也较小。特别值得注意的是如下几个方面。

第一，与意大利自治马克思主义者等西方文化左派对于非物质劳动的观察和分析相符，网络文学作者的劳动时间极不固定、难以计量。[20]劳动的计量单位不是时间而是字数，换言之，属于计件而不是计时劳动。“工作时间比较灵活有弹性，但最主要的是看更新字数，每天必须更新规定的字数。”（访谈对象 A）

第二，相较而言，长篇连载小说平台对作者的管理更为严格，更类似于传统公司中的雇佣劳动，而不是互联网平台上自行生产内容的“自由数字劳动”（Free Digital Labor）[21]，这体现在考勤制度上：“平台会有一个‘请假条’，每个月可以请三次假，假条用完后，每天不更新到规定的字数就算作是旷工，就拿不到全勤奖了。”（访谈对象 A）一位全职的长篇连载小说作者甚至说：“每天工作大概 8 小时到 10 小时，一般都是下午和晚上工作，由于用脑过度经常头痛，失眠，身体出现各种职业病。”（访谈对象 H）而短篇小说平台则相对来说较为自由散漫：“因为是短篇，所以不必要每天都写。工作时长和劳动强度都适中。”（访谈对象 C）“每天工作两个小时以上，各个时间段，半夜我都爬起来写过。”（访谈对象 D）“每天工作的时间随机，看灵感。时间段也随机，工作时间短，劳动强度感觉适中，因为没有刻意的强迫自己，一定要在什么时间写出什么东西。”（访谈对象 F）“大约每天工作一个小时，通常在晚上睡觉前；工作时间挺短的，挺轻松的。”（访谈对象 G）因此，在研究网络文学作

者的劳动状况时，一个不可忽视的变量就是不同平台的不同制度，这是影响作者工作时长和劳动强度的一个重要因素。

第三，网络文学作者会通过各种方式规避平台的劳动控制，例如“踩点”：“一般是下午和晚上写作，而且抢在零点前，用我们的话来说就是‘踩点’，因为如果是零点后就算作是第二天的业绩了。要是今天的任务量没达标，就等于白写。”（访谈对象 A）另一种方式则是“存稿”：“有些时候会‘存稿’，就是一次性写很多字，但稿子并不立刻发出去，而是留到之后慢慢发，这也是一种应对策略。”（访谈对象 A）

从“用爱发电”的积极、自觉和主动创作，到受限于平台管理制度的、为生计所困苦的被迫劳动，在这一转变过程中，我们看到的是网络文学作者的情感劳动是如何被平台资本蚕食和收编，让最初的“爱”消耗殆尽。当文学的灵韵（aura）消失而成为被标价和售卖的商品，蕴含其中的情感劳动将何去何从？在下一节中，笔者将对高度商品化的文学产品——类型文进行讨论，探究类型文中“爽”感与情感的区别之处。

（二）类型文的悖论：“爽”感与情感

在研究过程中，笔者接触到的访谈对象普遍认为，情感或情绪是网络文学创作最核心的能力或技巧。“最核心的是共情。”（访谈对象 B）“最重要的是带动读者的情绪。”（访谈对象 C）“是爽感，要制造信息差，拉期待感。”（访谈对象 H）“要能把读者带入故事中。”（访谈对象 D）访谈对象 F 对此解释得更为详细：“很多人总会觉得写网文需要多么好的文笔，其实不是，文笔在及格线就行了，我觉得真正的技巧就是能调动读者的情绪。然后你写的东西就会有人看，你就能赚到钱。虽然那些东西都已经烂大街了，但是还是有人看，能够吸引人。……你能把读者的情绪调动了，这就意味着你可能就是已经悟到了，嗯，get 到了这个写网文的最高境界。”

在这里，与学术研究中的困境相类似，在“土著理论”中，我们同样面临着“情绪”“情感”不分的局面。也就是说，网络文学生产田野中的“土著”（作者和读者）在通常情况下会混淆使用这两个概念。但与学术理论稍有区别的是，“土著理论”更倾向于使用一个他们自己发明出来的词汇来形容自己的情绪或情感体验，那就是“爽”感。邵燕君对此进行了深入研究，认为“爽”是一种“欲望得到极大满足的心理快感”，在传统文学批评体系内可以被解读为“娱乐性”。[7]然而，在网络文学时代，“娱乐性”本身成为了目标，而不仅是“寓教于乐”的手段，这就使得现代的网络“爽”文与五四运动以来形成的现实主义精英文学形成了巨大的分野——前者是逃向虚拟、睁着眼睡，后者是直面现实、睁了眼看。[7]邵燕君试图在虚无中看见希望，将文学的意义从网络“爽”文中剥离和拯救出来。她用了粮食和干草的比喻，认为“爽”文就如同吃饭那样，满足的是人类心理上的刚性需求，不能一概斥为垃圾。[7]

但是，邵燕君在合理化、正当化网络文学读者的精神需要的同时，也存在着将其过分拔高的嫌疑。事实上，无论是作者还是读者，他们对于这种“爽”感都抱持着反思甚至怀疑的态度。这主要体现在他们对类型文的看法上。

类型文即高度同质化、套路化的某类小说设定。在类型文中，由于故事情节已经基本定型，甚至趋于僵化，调动读者情绪的模式（让读者感到“爽”的地方）也相对固定。如访谈

对象 2 所说，“这是很完整的一套流程。跟着作者的一套扮猪吃老虎和翻身打脸的顺序，先是愤怒、压抑，然后再爆发、高兴、爽。”因此，类型文可以看作是“爽”感的承载体。一种成功走红的类型文，必定包含了许多吸引读者的“爽”点，让读者能够在阅读中释放自己的情绪。

类型文的出现与商品化（commodification）之间有着密切的联系。“类型文是读者的选择，作者只是顺应市场。类型文其实挺没意思的，但作者要吃饭，也没办法。”（访谈对象 C）“类型文的出现其实是因为读者的需求。”（访谈对象 D）“类型文反映出来的是读者的喜好，它的出现代表小说阅读群体的偏好模式化。我在写作过程中也会借鉴类型文，把握它的本质情节后再加入自己的内容，毕竟写小说还是希望为自己创收，所以写类型文至少可以保障自己的小说有市场。”（访谈对象 G）“网络文学是商业文学，类型文的出现有助于市场细分，标志着网络文学的市场成熟。”（访谈对象 H）

访谈对象 F 对类型文和商品化的关系有着深刻的认识：“关于类型文对网络文学的发展有没有益处的这个问题，我觉得严格来说，网络文学都不能说达到文学的那个层面，在我眼里它就是一个商品，它就是。如果把它看作是文学，当然是没有帮助了，但是如果你把它看作一个商品，就很有帮助。虽然人人都在抱怨这些类型文，但受众还是愿意为这些东西花钱。写多了之后，会发现其实没办法，你要赚钱，想获得收益，想签约，最终还是得写类型文。”这也就是说，在类型文中，文学的属性已经冲淡减弱，经济学意义上的商品属性得到增强。这一点，在访谈对象 G 那里得到了佐证：“这些小说的本质属性是商品文，既然是商品就一定会受市场（也就是读者的喜好）的影响，所以类型文的出现就是市场/读者选择的结果。”G 还提供了一个重要的信息线索，那就是，与传统的网络文学网站不同，目前在某个短篇小说的头部平台，作者所缴纳的税款种类并非个人所得税中的稿税，而是商品税。并且，其结算网址的名称为商品销售管理平台，这说明平台对于这些小说的定位也是商品。G 十分赞同 F 的看法，认为“我们的作品不是文学而是商品”这句话形容得很贴切。

类型文作为正在兴起的网络文学的一种，它本身兼具文学-商品二重性。笔者认为，如果仅仅是从文学批评的角度来分析类型文现象，以及其带来的“爽”感（无论是褒扬还是贬抑），显然是不足够的，必须补充来自政治经济学的理论视角。类型文的形成，其根因何在？它是读者与作者相互协商和合作的劳动成果，还是商品化逻辑的后果？它带给读者的“爽”感，满足的是读者的真实需要，还是随着资本扩张而制造出来的虚假需求？

从上述访谈资料中不难发现，不少作者将“读者”等同于“市场”。也就是说，在网络文学商品化的过程中，作者与读者之间似乎是直接进行交易的，前者是制造产品（“爽”文）的生产者，后者是具有购买力的消费者，而这些消费者聚集在一起，构成了商品售卖的市场。在这种认识之下，网络文学平台变成了提供交易场所、抽取交易费用的第三方，其资本雇佣劳动的角色淡出，劳资关系的矛盾从作者-平台转向了作者-读者。但实际上，所谓的“市场”并不完全由读者组成，因为读者的阅读选择除了受到个人兴趣的影响之外，更是受到网络文学平台的审核机制、算法推荐等程序的形塑和限制。因此，类型文的出现、“爽”文的流行和网络文学的商品化与其说是读者自主选择的结果，不如说是平台资本为了维持自身运转而累积形成的产物。它满足的不是纯粹的真情实感，而是被卷入资本运作的一种异化的需求。

传播政治经济学者达拉斯·斯迈思（Dallas Smythe）在《传播：西方马克思主义的盲点》一文中，捏造了“受众-力”（audience-power）这个术语。[22]他认为，受众生产的是自身对消费品的需求；受众作为与劳动力（labor power）相对应的“受众-力”，作为生产资料（可变资本）的一种，被吸入资本生产过程。[22]这便是类型文形成的根因。表面上看起来，是读者的需求催生了类型文的诞生，但实际上，是平台资本制造并吸收了读者的需求，使之成为资本循环的一个组成部分。

这样的解释不免堕于悲观。一个可能的突破点是，回到之前关于“情绪”和“情感”的理论难题与纠葛，将具有生产性的、真正的情感体验与“爽”感区别开来。访谈对象 1 使用了“批量生产的工业糖精”来形容高度同质化、套路化和商品化的类型文，而访谈对象 2 则在情感和“爽”感之间划下了泾渭分明的界线：“现在的网文有什么情感吗……现在的那都不是情感，都是爽点。”在回答笔者的追问时，访谈对象 2 用了一个很有意思的比喻：“它们不一样，‘爽’像是心在跳，情感是大脑在动。”也就是说，“爽”是单纯的生理反应，而情感需要调动大脑更深入的参与。

访谈对象 2 提出来的“土著理论”与有关情感劳动的学术观点并不完全一致，甚至有些颠倒和错位。在斯宾诺莎那里，“欲望、心灵的命令和身体的决定，三者是同一的”，“情动将身心统一在一起”。[23]也就是说，在情感劳动中，并不存在什么身（包括物质大脑在内的身体）、心（心灵或灵魂）之间的二元区隔。而在访谈对象 2 的理解中，“心”对应的是身体的本能反应，“大脑”对应的是心灵或灵魂的交流触碰。这虽然在一定程度上说明了“土著理论”的局限，但它并不遮掩“土著理论”自身的理论敏感性。“爽”感与情感的不同之处，或许可以成为资本围城中的一道裂隙（crack），为我们提供进行抵抗的出发点和容身之所。接下来，笔者将考察读者与作者之间的具体互动，以及平台在这些互动中所起的作用，并借此来探究读者和作者一同进行情感劳动、从而生产主体性和共同性的可能。

（三）读者的互动：“衣食父母”与坚守“道心”

由于网络文学发布的地点是在虚拟的网络空间，所以读者与作者的互动，在绝大多数情况下也是虚拟的、被网络平台所中介的。虚拟民族志的首创者海因（Christine Hine）强调，应当获知受访者的真实社会生活，而不是将他们的线上与线下活动相互割裂。[24]因此，笔者在关注作者与读者的虚拟互动的同时，也特别关心作者在线下的真实社交情况。

从表 1 以及访谈中可得知，网络文学的作者所得到的社会网络支持并不显著，并且时常与收入和报酬相挂钩。访谈对象 A 一语中的：“最主要还是看钱。有了钱，能赚到钱，父母也就不会说什么了。”在受访的 9 位作者中，除了 A 之外，能够肯定地回答“身边人都支持”的，只有 C 和 H，他们均为全职写作且收入较高。而那些兼职写作的作者们，除了要忍受低报酬甚至零报酬之外，也要面对身边人的不理解。在后一种情况下，这些作者甚至会选择干脆不告诉身边人，这就造成了他们在互联网上的匿名“化身”（avatar）与现实身份之间的冲突与张力。这两组访谈对象的区别如下图所示：

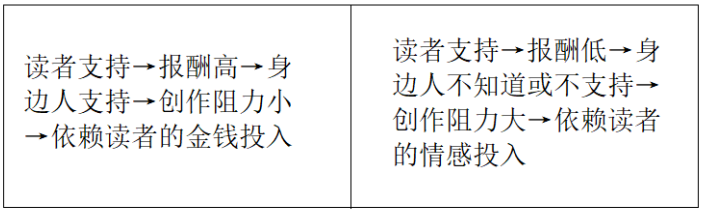

图 1 高收入网络文学作者（图左）与低收入网络文学作者（图右）。

对于高收入网络文学作者来说，读者的支持主要体现在“真金白银”的金钱投入上。换言之，也正是由于读者的经济支持，这些网络文学作者才得以成为高收入群体。相较而言，这部分作者对于读者的情感投入不会十分在意。“看完以后选择订阅才是最实在的，其他都是虚的，因为订阅与否跟你的收入挂钩。他（她）看了免费的章节，发评论夸你但是不订阅，那也没用啊。”（访谈对象 A）“以前在乎，现在看多了也就随意吧。”（访谈对象 C）“以前我还会看读者的评论，现在基本不看，怕影响创作心情。”（访谈对象 H）高收入网络文学作者，由于已经从读者那里（经由平台的抽成）取得了较高的经济回报，也因而更容易得到来自身边人的、基于线下真实人际关系的支持，所以并不特别依赖于与读者的情感互动。

对于低收入甚至零收入的网络文学作者而言，在既缺乏经济回报，又因此而不能获得身边人理解和支持的情况下，虚拟网络空间中来自读者的情感互动就显得尤为重要。“一个正面的反馈会让我即使毫无收益也坚持把文写完。”（访谈对象 D）“在新文创作初期对于过稿与否是不确定的，所以这个阶段读者的评价会起到情感支持的作用，即便后续不过稿，我也可能会为了那几个支持的读者把故事写完发出来。”（访谈对象 G）“读者的每一条正面反馈都是我继续创作的动力。”（访谈对象 I）甚至有些时候，负面的反馈也能起到激励作用。访谈对象 F 如是说：“对于一个没有流量的作者来说，被骂也是一件很开心的事情，证明有人看嘛。”F 还生动具体地描述了自己是如何依靠读者的情感付出而“起死回生”的过程：“作为新手，每天就是靠着那几个留言给我吊着一口气。已经不想写了，烦得很，然后突然发现有人给你评论了一句。这一句评论就可以吊我大半天的气，然后我又有劲儿，又开始写。”

当然，在经济支持与情感支持之间并无对立和互斥的关系，它们二者是可以同时共存的。只是说，在高收入和低收入网络文学作者之中有所侧重而已。一个在访谈中多次出现的词语可以很好地概括这一点，那就是“衣食父母”。“我当然感激我的读者，他们就是衣食父母啊！”（访谈对象 A）“读者就是我的衣食父母，非常感激我所有的读者，而且被读者认同心里会感到非常自豪。”（访谈对象 H）

所谓“衣食父母”，即指生活所依赖的人、提供生活所需的人。这个词语一方面点出了读者在“衣食”等经济条件上对作者的扶持帮助，另一方面则道出了读者在情感上就如同“父母”那样关怀和鼓励作者的成长，具有经济-情感两方面的重要意义。与本文的发现类似，邵燕君的研究表明，在网络文学时代，读者不再是有待精英启蒙的民众，也不再是被动进行消费的受众，而是参与性极强的“供养人”。[7]也就是说，这些读者替代了从前的贵族或官方，成为提供金钱、爱和集体智慧的文学“供养人”。

但是，上述说法尽管具有一定的说服力，却还是忽略了平台资本和平台制度所发挥的作用。从政治经济学的角度来说，平台全方位地参与到网络文学的流通与再生产过程，这体现在平台的审核过滤机制和平台对作者收入的抽成上。首先，作者除了跟读者打交道以外，还需要与平台编辑进行沟通和协调。平台编辑首先对作品进行“把关”，随后再由大数据主导的算法分发、推荐给每一位在平台上浏览的读者。其次，虽然理论上作者可以自由地在平台

上发布作品，但在实践中，作者若是想要获得报酬，就必须与平台签约。目前的签约模式主要有两种，一是分成合约，即“规定你用某个特定笔名的作品只能在这个平台上发布，一般是五五分成”（访谈对象 A），二是头部约，“头部就是订阅数非常高的作品，签头部约就是这部作品只能在这个平台上发布”（访谈对象 A），或“相当于被平台买断五年的所有版权，作品收入是平台与作者五五分成”（访谈对象 G）。除此之外，读者给作者的“打赏”也要经平台抽成：“开新书的时候，还没有订阅，刚写了一点，就有读者发一千块钱的打赏。当然平台会拿走一半，自己只能得一半。”（访谈对象 A）

网络文学作者与读者的关系复杂而微妙。一方面，读者的金钱和情感投入对作者来说至关重要，读者是作者的“衣食父母”。但另一方面，作者会自觉保持与读者的距离，也会对被金钱所腐蚀的关系有所警惕。“印象最深的是读者给了我高额的打赏，我知道后很感动，最后我把但凡是我所得的部分都私下退回给了读者。我告诉他们，只要真心喜欢我写的东西就好，不一定要你们不停地打赏才叫喜欢我这个作者。”（访谈对象 E）从这个案例中可以看出，尽管作者的生存依赖于读者的金钱付出，但也会有作者出于“大部分读者花的是父母的钱，我怕他们父母知道后生他们的气”（访谈对象 E）的考虑，而选择维持一种纯粹的情感联系。

一个更有意思的说法是坚持“道心”。这个词语最初是访谈对象 F 在访谈中提出来的。她认为读者虽然是作者的“衣食父母”，但他们在创作过程中并不会起到太大的作用，否则一个作者被读者牵着走，就会“道心”崩溃。“比如说读者给你提的建议，一般都不会采纳。如果一个作者的写作思路被读者左右了，这是一件很可怕的事情，可能用网文界的说法就是，他道心就崩了。”（访谈对象 F）在这里，“道心”指的是一种要把事情做好、不受外界任何干扰的信念。访谈对象 A 对此也有同样的看法：“我只会用读者评论中的一两句抖机灵的俏皮话，一些小的‘梗’，大的方向还是自己把握。”因此，网络文学作者创作的初衷仍旧是对文学的热爱，而不是为了迎合或讨好读者，从而谋取经济利益。坚守“道心”意味着抵抗文学的商品化逻辑，坚持网络文学的文学性。也就是说，文学性才是衡量一部网络文学作品的内在和最终尺度。这里的“文学性”不再是纯文学，而是具有政治性的文学性，换言之，是与资本斗争过后的文学性。

正是基于网络文学的文学性而不是商品性，正是在抵御文学的商品化逻辑的过程中，正是在作者坚守了创作的尊严与自由之后，读者与作者真正的情感互动才会显露出来。“我的一个读者，某个刚和男友分手的女孩，刚开始是哭着看我写的搞笑文，后来过于投入，笑得很大声。我看她写给我的这些评论，当时，我很骄傲。”（访谈对象 B）“有个读者给我的文章画了插画，她现在在我的好友列表里。”（访谈对象 D）“印象最深的是有一个读者给我写了上千字的留言。”（访谈对象 H）“我的一部网文作品在创作时家中发生重大变故，我一连两个月没有打开小说创作平台，再次登陆时，私信里都是那位读者对于作品的正面反馈，以及他对我的鼓励。”（访谈对象 I）上述的这些情感互动，实际上已经越出了“衣食父母”或“供养人”的边界，因为作者不再受制于读者的需求，作者与读者的地位是平等的。作者并非单方面为平台、为读者付出情感劳动，或者换句话说，情感劳动本身并不是一个独属于生产者的概念。“情动”需要身体在流变中的相遇，而情感劳动也需要生产者与消费者的共同参与，才能生产出主体性和共同性。

五、结语

本文回顾了中国网络文学近三十年来走过的历史变迁，从文学批评和政治经济学批判两个维度，对中国网络文学的文学-商品二重性进行了考察。一方面，网络文学有其文学性的一面，即它属于文学的一个分支变种。另一方面，在平台的资本运作和商品化逻辑之下，以

类型文为代表，网络文学变成了可以售卖的商品。在文学与商品“之外”的情感劳动，提供了突破“文学/商品”二元框架的出发点。

首先，对于网络文学的作者来说，“用爱发电”一词表达了他们的创作热情，对文学之“爱”是他们创作的原动力。但随着平台资本的吸纳、商品化逻辑的扩张，作者不得不向现实妥协，“用爱发电”的情感劳动被降格为以赚钱为目标的劳动。不同平台的劳动控制手段有所不同。网络文学的作者会有意识地通过各种方式规避这些劳动控制。

其次，类型文的出现标志着网络文学细分市场的成熟，也标志着网络文学商品化程度的加深。类型文中带给读者的“爽”感，不等同于真正的情感体验。辨别这一点有助于我们认清现实，也就是说，“爽”感来自于故事情节的设定，是被平台资本制造出来的一种幻觉，它有利于带动读者进行网络文学的商品消费，从而拉动资本循环。在读者对类型文的阅读和消费中，并不存在有生产性的情感劳动，存在的只是被异化了的情感需求。

最后，读者与作者的互动关系有多种样态。读者是作者的“衣食父母”，提供着经济和情感的双重支持，但同时作者却要刻意保持与读者的距离，做到坚守“道心”，也就是坚持自己的创作初衷：对文学的热爱。值得注意的是，这里的“爱”文学不再是一开始“用爱发电”时对文学的纯粹之爱，而是在历经了金钱诱惑、抵御了商品化逻辑之后的富于政治性的“爱”。当网络文学的作者拥有了创作的尊严和自由，解除了与读者的“供养”关系，并且不再被平台所剥夺之后，他们的情感劳动才能真正生产出主体性和共同性。唯有如此，网络文学才能真正成为读者与作者的共同财富（commonwealth）。

参考文献

[1] 中国社会科学院. 2022 中国网络文学发展研究报告[EB/OL]. [2024 – 01 – 12]. https://www.cssn.cn/wx/wx_xlzx/202304/t20230411_5619321.shtml.
[2] 储卉娟. 说书人与梦工厂：技术、法律与网络文学生[M]. 北京：社会科学文献出版社，2019.
[3] 储卉娟. 通过知识产权的治理：网络文学生产领域的经验[J]. 社会建设，2019，(3).
[4] [韩]崔宰溶. 中国网络文学研究的困境与突破——网络文学的土著理论与网络性[D]. 北京：北京大学，2011.
[5] [韩]崔宰溶. 网络文学研究的原生理论[M]. 北京：中国文联出版社，2023.
[6] 邵燕君. 从乌托邦到异托邦——网络文学“爽文学观”对精英文学观的“他者化”[J]. 中国现代文学研究丛刊，2016，(8).
[7] 蒋淑媛，黄彬. 当“文艺青年”成为“数字劳工”：对网络作家异化劳动的反思[J]. 中国青年研究，2020，(12).
[8] 林磊，冯应谦. 自由、自主与抵抗：作为创意劳动的网文创作[J]. 新闻记者，2022，(10).
[9] 何菡馨. 情感劳动的物质性想象——基于网络小说写手的劳动研究[J]. 华东理工大学学报（社会科学版），2022，(2).
[10] 杨睿彤，谷李. 劳动控制与抗争：网络文学领域平台作家的数字劳动研究[J]. 东南传播，2022，(4).
[11] 蒋淑媛，黄彬. 当“文艺青年”成为“数字劳工”：对网络作家异化劳动的反思[J]. 中国青年研究，2020，(12).
[12] 吴鼎铭，徐丙飞. 去技能化、自我剥削与写作游戏化：新媒体时代网文写手实证研究[J].山东科技大学学报（社会科学版），2023，(4).
[13] 胡慧，任焰. 制造梦想：平台经济下众包生产体制与大众知识劳工的弹性化劳动实践——以网络作家为例[J]. 开放时代，2018，(6).
[14] 胡慧. 生存之道：网络文学作者的劳动分化与主体实践[J]. 中国青年研究，2020，(12).
[15] 张铮，吴福仲. 数字文化生产者的劳动境遇考察——以网络文学签约写手为例[J]. 同济大学学报（社会科学版），2019，(3).

[16] Elaine Jing Zhao. Writing on the assembly line: Informal labour in the formalised online literature market in China[J]. *New Media & Society*, 2017, 19(8).
[17] Benedict Anderson. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism[M]. London: Verso, 1991.
[18] A. H. Maslow. A Theory of Human Motivation[J]. *Psychological Review*, 1943, 50(4).
[19][美]迈克尔·哈特，[意]安东尼奥·奈格里. 大同世界[M]. 王行坤译. 北京：中国人民大学出版社，2015.
[20] [美]曹天予. ICT 革命与非物质劳动——当代社会形态话语斗争的主战场[J]. 科学与社会，2021，(1).
[21] Carlo Vercellone, Antonio Di Stasio. Free Digital Labor as a New Form of Exploitation: A Critical Analysis[J]. *Science & Society*, 2023, 87(3).
[22] Dallas Smythe. Communications: Blindspot of Western Marxism[J]. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1977, 1(3).
[23] 汪民安. 何谓“情动”？[M]. 外国文学，2017，(2).
[24] Christine Hine. Virtual Ethnography[M]. Sage Publications, 2001.

The Affective Labor in the Production of Chinese Online Literature: Beyond Literature and Commodities

Xuemei Zheng
(South China Normal University, Guangdong / Guangzhou, 510631)

Abstract: Starting from the literature-commodity duality of Chinese online literature, this paper adopts the research methods of cyber ethnography and semi-structured interviews to explore the affective labor in the production of Chinese online literature. It reveals that online literature writers often experience a transition from initial passion to its gradual exhaustion. Highly commodified literary products, such as genre fiction, provide a sense of excitement (“shuang”). Writers regard their readers as their “bread and butter”, yet they also uphold their own principle (“dao xin”). Affective labor in online literature production often breaks through the constraints set by capitalist platforms. The formation of subjectivity and commonality requires equal participation from both writers and readers.

Keywords: online literature; affective labor; subjectivity; commonality

作者简介：华南师范大学新闻传播系 2023 级硕士研究生，主要从事左翼文化研究。