

生存之道：网络文学作者的

劳动分化与主体实践

□ 胡 慧

摘要：本文试图在劳动力商品化理论框架下对网络文学作者的创意劳动进行分析，并探索网络文学作者多样化的主体性实践。研究发现，平台经济下的网络文学生产正经历着新一轮的商品化过程；与此同时，网络文学作者多样化的主体性实践体现在其应对劳动力商品化趋势的行为策略上，并形成劳动分化现象。本文认为网络文学作者应对被平台资本商品化的策略基于自身在劳动力再生产的社会化程度、谈判力量、职业化身份认同等方面上的差异而展现为“加入游戏”“调试”“狂欢”“逃离”这一递进的层级化行为表现。网络文学作者多样化的主体性实践也折射出在平台资本主义下信息社会中个体被过度商品化的困局。

关键词：网络文学作者；劳动力商品化；平台资本；主体性；应对策略

一、问题的提出

全球金融危机之后，市场和信息通信技术的结合诞生了一种新的商业形式：平台经济。平台本身不生产产品，而是依托数字基础设施和网络系统平台进行经济交易与活动，通过促成双方或多方供求之间的交易或信息交换，从中收取恰当的费用或赚取差价而获得收益^[1]。平台经济吸纳了巨大的就业人口，推动了新业态与新劳动形式的形成和发展。与此同时，全球范围内越来越多的劳动力不再受雇于传统的工业化大生产部门，而是从事着大量的“非物质劳动”，包括作家、艺术家、网页设计者等^[2]。这种将个体创意引入经济循环的基础上建立的经济模式和商业惯例在全球范围内得到发展和传播^[3]。

始于20世纪90年代的网络文学产业依托遍布全球的数字基础设施和网络系统，完成了它作为新的文化生产方式的变革——平台化——走向了数字平台经济模式^[4]。平台经济下的网络文学生产日益商品

化，拥有了非常广阔的市场空间。中国互联网信息中心数据显示，截至2020年3月，我国网民中网络文学用户达到4.55亿，占网民总体的50.4%^[5]。中国音像与数字出版协会发布的《2018中国网络文学发展报告》显示中国国内网络文学创作者已达1755万^[6]。庞大的读者群体和网络作者群体的存在为中国文学产业创造了超过150亿元的文学商品市场^[7]，且2012年以来中国网络文学产业市场规模保持着平均年增长率20%左右的增速^[8]。

马克思认为资本积累的先决条件是劳动力的商品化，即资本是否能够成功地将过剩人口卷入资本再生产的经济循环当中^[9]。由于社会保护运动对劳动力商品化的限制^[10]，如何使劳动者妥协，加速劳动力商品化程度成为资本积累的重要任务。平台经济带来的有偿劳动形式的非标准化、多样化，实际上是资本积累在面临社会通过组织与立法等方式对劳动力商品化过程的约束下形成的新的经济秩序与积累体制。技术在这个过程中扮演了极为重要的角色。数字平台经济将劳工转变为一种创造力的表达，知识和文化生产

者踏上了劳工化与零工化的进程^[11]。众多研究认为资本与技术合谋，突破了时空障碍，加速了文学作品的复制、传播与交易过程，让网络文学生产走向商品化。平台资本通过技术将文学生产的商品化过程悄无声息地日常生活化，不断重构着文学生产体系和劳动关系^[12]。

网络文学作者的劳动变化吸引了学者对其劳动形态与过程的关注，并聚焦于平台对网络文学作者的劳动控制机制的挖掘，探究平台下新的劳动组织方式与用工制度及平台资本控制下的网络作者劳动境遇^[13]。研究表明，在网络文学平台以“梦想”职业为目标的工作伦理建构、以流量为基础的薪资制度下^[14]，大部分网络文学作者的劳动是弹性的，收入低廉，且处于不稳定状态，十分依靠更新量；网络文学作者的工作时间长，并侵入了生活时间。总的来说，相较于传统文学作者，网络文学作者的劳动发生了变化：平台经济下的网络文学作者的创意劳动走向了网络化与社会化^[15]。

以往研究向读者展现了一个平台经济下兢兢业业“自我程控”的网络文学作者群体，强调的是平台资本新的劳动控制机制，反而对网络文学作者面临平台经济下新的生产关系和劳动关系所具有的能动性的关注稍显不足，仅仅局限于网络文学作者的写作动机上，并简单以是否功利为标准进行类型划分^[16]。

福柯认为主体拥有生命权力，与个人的身体、日常行为以及分散在社会生活各个领域中的关系结构密切相关。正是这种权力，生产了个体的主体性，且丰富了主体性。因此，资本积累的商品化过程不仅仅是展现资本权力的过程，也是劳动者展现自身的过程，

了解劳动者的主体性实践，对我们进一步了解资本与劳动者二者之间张力有着重要意义。

本研究认为，平台方在努力让网络文学作者成为平台的内容商品，在推动网络文学作者商品化的过程中，网络文学作者展现了鲜活的劳动者主体经验，而非简单的顺从。网络文学作者基于自身的体验，调试自己与平台的关系，以适应平台对其商品化意图与隐蔽的劳动控制。劳动者在与平台的互动中确立了自身的身份认同。基于此，本文将网络文学作者为研究对象，探索资本发展与文化产业劳工的主体经验表达之间的张力，探究在隐蔽的平台劳动体制与加速的商品化过程之下，劳动者自身如何体验、应对这种新的生产关系和劳动关系。

从2016年到2020年，笔者以网络文学作者为研究对象展开了关于创意劳动的调查，因为网络作者的劳动空间的私人性与网络化，笔者采用了虚拟民族志的观察方法。一方面对网络文学产业的发展进行文献资料收集，包括相关新闻报道、网络文学网站的官方公告与文件（包括签约合同、作者访谈行业及作者调查报告等）等二手文献资料。另一方面，笔者通过线上线下的方式对25位网络文学作者进行了深度访谈，并关注其在网络上的文学生产现状。受访者的平均年龄（截至2019年12月）为28岁，其中20~25岁的被访者有11人，26~30岁的被访者有8人，30岁以上的被访者有6人，具体被访者信息如表1所示。访谈具有更大的灵活性和阐述空间，更能了解受访者的主观感受、情绪反应，并深入交流他们行为的意涵，不仅在一定程度上补足了虚拟民族志的线上观察的短处，也十分适合本文对网络文学作者主体性探讨的主题要求。

表1：研究对象基本信息

| 个案编码 | 性别 | 是否签约 | 是否全职 | 职业 | 个案编码 | 性别 | 是否签约 | 是否全职 | 职业 |
|-----------|----|------|------|------|-----------|----|------|------|-------|
| C01f-17-f | 女 | 否 | 否 | 大学生 | C14f-20-f | 女 | 否 | 否 | 杂志社员工 |
| C02f-17-t | 女 | 是 | 是 | / | C15m-20-t | 男 | 是 | 是 | / |
| C03f-17-t | 女 | 是 | 是 | / | C16f-19-f | 女 | 否 | 否 | 研究生 |
| C04f-17-t | 女 | 是 | 是 | / | C17m-20-t | 男 | 是 | 否 | 媒体记者 |
| C05f-18-f | 女 | 否 | 否 | 公务员 | C18f-20-t | 女 | 是 | 否 | 大学生 |
| C06f-17-t | 女 | 是 | 否 | 国企员工 | C19m-20-f | 男 | 否 | 否 | 企业职工 |
| C07f-17-t | 女 | 是 | 是 | / | C20f-20-f | 女 | 否 | 否 | 大学生 |
| C08f-18-f | 女 | 否 | 否 | 大学生 | C21f-20-t | 女 | 是 | 否 | 大学生 |

(续表)

| 个案编码 | 性别 | 是否签约 | 是否全职 | 职业 | 个案编码 | 性别 | 是否签约 | 是否全职 | 职业 |
|-----------|----|------|------|-----|-----------|----|------|------|-----|
| C09f-18-t | 女 | 是 | 否 | 大学生 | C22f-20-t | 女 | 是 | 是 | / |
| C10f-18-t | 女 | 是 | 否 | 研究生 | C23f-20-t | 女 | 是 | 是 | / |
| C11f-18-t | 女 | 是 | 否 | 大学生 | C24f-20-t | 女 | 是 | 是 | / |
| C12f-19-t | 女 | 是 | 否 | 大专生 | C25f-20-f | 女 | 否 | 否 | 大专生 |
| C13m-17-t | 男 | 是 | 是 | / | | | | | |

二、平台经济下的网络文学生产与作者劳动

1. 网络文学生产的基本特征

曾繁亭认为网络文学平台成立之初就已经奠定了它的商品化前景^[17]。网络平台借助互联网媒介形成的跨时空的传播能力,联结了更多的文学消费者与生产者,形成一个更为庞大的市场。网络文学平台资本增殖的关键就是更多、更好地将网络文学作者商品化。本文将从三个方面展现目前网络文学生产的商品化特征。

(1) 内容生产以娱乐化与市场化为导向

传统的文学生产就是作者的创作,蕴含的是“文以载道”的思想高度或对生活的感悟与反省^[18]。网络文学平台上的文学生产在内容上趋向娱乐化与市场化,生产目的是“产品”的丰富性^[19]。这一点我们可以从网络文学平台内容栏目的变迁看出端倪:早期占据了文学网站半壁江山的纯文学性质的网站栏目如今却销声匿迹。比如起点中文网改版之后不仅撤销起点文学网网站,在首页的作品分类内容栏目也看不到文学的分类了。

小海在朋友的推荐下,正在尝试成为一名兼职网络作者。我写的就是你不喜欢的那种小白文,脑残文。就是小白文观众才喜欢看。编辑说写这个容易签,观众都喜欢看这个。(C25f-20-f)小海的经历并不是唯一的,正因为编辑过稿签约是以市场为主导,越来越多的写作者在网络文学平台上进行着“娱乐读者”的写作。网络文学平台在一些资深读者眼中也变成了娱乐化的文学作品生产基地,成为文学麦当劳化的一个符号。市场成为网络文学平台内容生产的裁判与指引^[20]。

(2) 内容生产过程“但重数量,不重质量”

作为艺术的文学作品总是环绕着仪式意味的独特的“灵光”,这是它区别于一般商品的地方^[21]。这种

“灵光”是创作者自己独特的“个人化劳动”的体现,也决定了劳动者的技术声望资产^[22]。不同于文学创作者凭借技术声望资产获得相应报酬,网络文学作者通过劳动量来获取报酬。因此,网络文学作者的创作并不追求文学性,而是追求创作数量和更新速度。

小古2009年开始尝试网络文学写作,一直没有能够签约网站获得收入,她认为自己失败的原因是“更新”不勤。我大概2009年就在起点(写)了。刚开始几天我每天更新,还有人看,还有编辑问我签约不。但是后面经常断更,连那个编辑留言我都是隔了几天才看到的,所以后来编辑也不和我说签约了。后来才知道更新量是关键,反而你用很多技巧,读者不喜欢看,看不懂。不然为什么会有网络写手(的称呼)。(C01f-17-f)

网络文学平台的快速匹配资源的产品交换模式决定了网络文学平台只需要在有限的劳动时间内更多生产出文学产品,形成文学市场供不同需求的消费者进行选择,就完成了网络文学平台的资本增殖过程。文学传播的互联网媒介技术不仅让网络文学平台加速了文学生产的商品化进程,更加深了文学生产的商品化程度。文学作品的量取代了文学作品的质,产出与流量成为网络文学平台赚取利润的核心所在。

(3) 写作者技能要求的零门槛

网络文学生产的过度商业化还表现在网络文学平台通过众包的生产方式为自己打造了一群规模庞大的产业后备军。网络文学平台并没有花费很多成本在文学生产的劳动者技能培养上,而是通过“梦想”的宣传口号,吸纳了大众进行免费劳动^[23]。如此,网络文学平台一方面有效地降低了文学生产的人力成本,另一方面却高效地完成了大量的丰富的文学产品的生产。

小卡是一位资深的文化行业的从业者。她做过漫画师、开过工作室,现在是一名全职的网络小说作者。你知道我们这一行年龄最小的大概多大吗?

我告诉你你是小学生……我们这一行，不需要你文笔有多高，只要过得去就行了，就能拿钱……我每天要写3000字，有时候卡了，就水过去就好了。（C23f-20-t）

事实上，网络文学进入的门槛几乎为零。网络文学平台借助互联网传播媒介成功地将其梦寐以求的产业后备军卷入了文化资本生产体系当中，为文学生产极度的商品化奠定了庞大的自由劳动力市场基础。

2. 网络文学作者的劳动分化

在平台资本的冲击下网络文学生产也形成了本雅明所说的文学艺术向市场投降，文学生产向两种趋势分化的现象：一种趋势是彻底的商品化，网络文学作者出卖自己的劳动力，成为平台事实上的雇佣劳动力，文学作品甚至作者自己都沦为商品。另一种趋势则继续坚持文学创作的文学艺术性，抵制文学的商品化^[24]。在这种趋势分化下，平台经济下的网络文学作者的劳动也产生了分化：一部分网络文学作者顺从商品化过程，成为平台的签约作者，进行着迎合市场的创作。另一部分网络文学作者积极地去商品化，坚持文学创作的文学性和艺术性。

表2：网络文学作者的劳动分化

| | 知叔 C15m-20-t | 小诸 C05f-18-f |
|------------|--|-------------------------------|
| 所驻平台 | 起点中文网 | 起点中文网 |
| 是否签约 | 是 | 否 |
| 写作动机 | 挣钱 | 追求自己的文学梦 |
| 写作时间 | 和上班一样 上午和下午写，晚上 休息 | “日常休闲的时候写 一写” “兴趣来了写一写” |
| 写作技能 | 更新量最重要 创下一天更新百章的 记录 | 打磨文字 经常修文 |
| 身份认同 | 写字为生的工人 | 文学爱好者 |
| 对读者的 看法 | 写得再好，读者不看， 也是枉然 有读者反馈，才知道 读者喜欢看什么 | 爱看不看 朋友是读者 |

如表2所示，知叔与小诸都是网络文学平台起点中文网（阅文集团）的作者。知叔目前是起点中文网的白金作家，在他眼中，在网络文学平台的写作与工人没有什么区别，就是一份职业，他认为在网络文学平台上的写作最应该看重的是更新量以及读者是否喜欢。小诸是起点中文网的注册作者，她写作的目的在

于文学梦想，因为不想被平台束缚，即使有编辑找她签约，她也不希望因为平台的束缚换取收入，宁愿按照自己的节奏继续追梦。因此，即使是同一个平台的作者，他们对网络文学写作的看法与写作的劳动过程有着巨大的差异。知叔为了更好的职业收入而按部就班地进行着文字更新，小诸则自由地进行追梦写作。

平台经济下的网络文学作者的劳动分化集中地体现在网络文学作者的写作动机、写作时间安排、写作技能、写作身份以及对读者的看法等文学生产的劳动实践当中。他们一部分继续着孤高的思想者的文学创作，一部分拥抱职业，为收入不懈奋斗。归纳起来，网络文学作者群体中存在这样一种差异化劳动实践。这种差异化的劳动实践向我们展示了一个生动的网络作者群体形象，也体现了网络文学作者对于平台、对于自身劳动的不同理解和应对。那么何以网络文学作者群体会有如此差异化的实践行为呢？我们可以从劳动者主体的角度进行探讨。

三、多样化的应对策略：网络文学作者的主体性实践

劳动者的主体性是自我在自然世界和社会世界中的双重经验的分离，是在与资本的互动过程中产生出来的，即在应对资本控制的劳动过程中产生出来。它表现为劳动者自身的目标、意识、对自己命运的控制程度和成为自己设想的人的行动能力^[25]。而资本控制的目的是压制劳动者的主体性，让其成为劳动力商品，更高效地实现价值生产，达到资本积累的最大化。因此，劳动者的主体性就展现在其如何应对资本对其商品化的控制中，他们会在工作上寻求自我实现，通过劳动过程中的社会关系与文化互动，确立自身。

1. 商品化趋势下多样的应对策略

在应对平台资本将自身劳动力商品化努力的过程中，笔者发现不管资本的控制如何，网络文学作者始终努力地去创造他们自己的主体性，呈现了不同形式的应对策略。

（1）加入游戏

网络文学平台通过新的技术管理模式成功地建立起了网络文学平台“人气游戏”的游戏规则^[26]。只有接受“人气游戏”，遵守平台的游戏规则，成为网络文学平台理想中的后备军，才能够获得实现“梦想”的机会。

人气决定一切，我们的稿费也是靠人气获得。现在因为多了利益，写作反而开始逐渐偏离轨道。有时候为了红，或者说为了赚钱，会特地去写那种大红题材，蹭热度。并且天天都会记录数据。对于读者评论开始无感，不管他们骂我还是夸我，反正一条评论就是一份积分，是可以给我的文章上榜的存在……（C12f-19-t）

小宜今年22岁，大专四年级，2017年成为晋江文学城的签约作者。在成为签约作者之后，小宜不再关注写作本身，而是为了收益、点击、榜单和收藏，写读者喜欢而不是自己喜欢的作品。小卡为了每个月的经济来源完全按照编辑的要求来进行网络小说的写作，她自嘲这是向资本“弯腰”：为了钱，我能够弯下腰来，叫（资本）爸爸。我的一些朋友就不行，她们只能弯一半……所以我觉得我不拧巴，她们才拧巴。（C23f-20-t）许多网络文学作者像小宜和小卡一样，在面对平台这种游戏规则的时候，采取无抵抗行为，同意平台的做法，在平台制定的规则内进行“人气游戏”，获取自身利益。

（2）调试

当网络文学作者加入网络文学平台的“人气游戏”之后，网络文学作者角色就已经变成了平台事实上的雇佣劳动力。“人气游戏”的规则与更加隐蔽与细节的技术管理，让网络文学作者只能积极地“自我程控”，才能获得收入与梦想机会。这种积极的“自我程控”背后是网络文学作者的焦虑、疲惫。

小刀虽然已经是一个“明星级别”的网络文学作者，但是为了更好地赢得“人气游戏”，他积极地“自我程控”，并忍受着巨大的心理压力。不过为码字这事也付出挺多的吧。比如说牺牲挺多陪孩子时间，陪老婆时间，然后每天吃完晚饭几乎就坐在书房里，其实心理压力也蛮大的……（C13m-17-t）

小卡也面临心理压力，因为网络文学平台的写作不是她喜欢的风格，而是一种任务性的更新。因此，在完成网络文学平台的更新任务之后，她都会去其他网络文学部落进行自由创作。因为不喜欢这种写作方式（怎么爽、怎么狗血怎么写），（但是）为了钱，我能够弯下腰……我就会开小号去loft、微博上写啊，写自己喜欢的风格……我喜欢炫技，可以开小号尽情地炫……这样就很开心……（C23f-20-t）

小卡调试自己心中对类型化写作厌恶的方法就是“开小号”解压，通过这种途径来调试自己因为任务式写作而带来的疲惫感。一些网络作者也与小卡一样

会在玩好“人气游戏”的前提下，寻找各种途径来给自己解压，比如绘画、听歌、撸串甚至看经典文学作品等等，来调试因为“作家”与“写手”不同实践带来的角色冲突。

（3）狂欢

狂欢是巴赫金提出的一种不同力量之间的对话的结果，是对话中的语言的复调和众生喧哗^[27]。狂欢化的本质是拒绝所有被安排好的和完善的实物，代表的是与官方常识和做法完全格格不入的一种世界和语言的理念，意味着不受官方价值和规范约束的自由。

网络文学作者利用狂欢的方式来应对平台资本对其商品化的努力，具体的狂欢行为表现为恣意的写作：一是敷衍的字数更新，二是认真地打磨自己的写作技艺。前一种方式体现在网络作者在网络文学平台追求人气与流量点击的“水文”上，就像小卡所说的，平台看的是字数是流量，不是内容本身，只要“水过去”就完成任务了。许多网络作者利用规则漏洞，跟风进行类型化写作，只追求内容上创意与字数更新，而不追求写作技艺的打磨，成为“水文”。换句话来讲，“水文”其实是网络作者对网络文学平台规则漏洞的利用。后一种恣意的写作方式体现在网络作者对作品的文学性与艺术性要求上。因为这种写作方式总是“慢工出细活”，需要大量的时间与功夫才能完成一个章节的写作。

小漪今年30岁，是广州某高校研究生，2016年她开始写作架空类网络小说。为此，她专门翻阅了有关明朝历史、官制、服饰、家具器物等方面的专业书籍进行小说内容的知识积累。我上次买的《明代家具实物介绍》（送）到了，正在看呢。（C16f-19-f）

正因为小漪喜欢琢磨文字的表达，她的更新速度也难以达到读者的要求，被认为“不适合”走网络小说的道路。然而，小漪宁愿在网络上恣意地写作，也不愿意更改写作风格，进行符合读者口味的主流网络文学生产。小漪的恣意写作不仅仅是体现自己对文学创作的个体化理念，也是对目前商品化网络文学写作追求市场趋势的一种狂欢式应对。

（4）逃离

阿甘本认为“逃离”是一种人对身处情境权力的行为，意在脱离这种权力边界，而不是打破它，是个人化的^[28]。网络文学平台建立的技术管理模式虽然隐蔽，但是却十分有效地将网络文学作者网罗进平台的权力架构中。面对这种隐蔽的技术权力，一些网络文学作者寻求逃离。这种逃离展现为拒绝契约与回归

传统、求助组织和开辟“新航路”等三种方式。

第一，拒绝契约与回归传统。网络文学平台对网络作者的商品化努力建立在平台资本对作者的技术权力控制之上。这种权力体系的基础就是平台与作者签订的劳动契约——作者合同。该合同约定了二者之间形成的社会关系是委托代理的雇佣关系（2020年以前网络文学网站的主流合同），平台抽取网络文学作者的订阅收入分成，甚至拥有网络文学作者的版权和著作权，网络文学作者成为平台事实上雇佣的弹性劳动力。因此，一些网络文学作者称之为“卖身契”。契约不仅界定了双方对劳动产品的分配关系，更成为劳动是否被商品化的衡量标准之一。

小骨今年20岁，大学三年级学生。2017年因为对写作的兴趣和向社会表达的需要，她选择在网络上进行小说写作。小骨的家庭经济不怎么宽裕，在学校每月约1000元的日常生活费用靠奖学金、亲戚资助和兼职等方法获得。尽管小骨很需要经济来源，她也没有同意与文学平台签订契约。她认为签约平台就不能进行独立自由的文学创作。

因为作为新人作者，在没有长期写作经验和作品人气积累的情况下，想要入V，编辑就会建议你写一些迎合低龄市场需求的小说题材和故事情节，我自己喜欢的都是一些冷门题材，写的东西很慢热，也不想迎合别人的口味，所以不想改变自己的写作类型和方向。不入V还有一个原因是现在网站签约隐患很多……在签约期间有很多不确定性，作者如有意外也迫于合同必须更新，我不想受到这种束缚……相对而言，我更愿意在现阶段选择自由写作，不想被收入以及流量绑架我的写作意愿。（C20f-20-f）

像小骨这样希望拥抱文学兴趣的网络文学作者不在少数，他们都选择只长驻平台写作，不愿意让签约限制自己的写作，也不愿意让自己的创作因为商品生产的需要而受束缚。为此，他们宁愿放弃货币收益，拒绝契约。那么，拒绝契约之后如何达成自己的梦想呢？一些网络文学作者选择放弃平台，回归传统，利用传统出版的方式来告别网络文学的商品化生产。

第二，求助组织。一些网络文学作者认为不能与网络文学平台谈判是自己资源不够，因此想通过加入作协，利用作协的力量来约束平台对他的过度商品化。小刀是纵横中文网平台的签约作者，尽管他已经成为该网络文学平台的“明星”作者，他还是尝试加入作协，利用作协的力量来约束平台对他的过度商品化。

第三，开辟“新航路”。网络文学平台对传统文学出版生产的优势是毋庸置疑的，如果不希望成为网络文学平台事实上的雇佣劳动力，又无法走向传统的文学生产路径，一些网络作者选择了自己开辟“新航路”——成立一个自己控制的网络文学平台。这个网络文学平台可以是网络文学工作室也可以是新媒体公众号。比如，起点中文网的白金作家唐家三少、子与2等人纷纷成立了自己的工作室。

小刀在妻子的帮助下也成立了公众号来发布自己的作品，替代网络平台的一些传播功能，可以稍稍增强网络作者在面对网络文学平台时的谈判力量。在公众号上创作，其实有很多大神是这样做的……而且在公众号上创作，可能会吸粉，会增加很多粉丝……（我）是有公众号，一直是我媳妇在帮我打理，其实我连密码都不知道，一直是她在帮助我，算是我背后的女人。（C13m-17-t）

综上所述，网络文学作者在面对网络文学平台对其商品化努力的应对策略非常多样，从加入游戏到逃离的应对策略，在行为上有着激烈程度依次递进的层次差异。正是因为这些不同的应对策略导致网络作者的劳动产生了分化。那么，为什么同是网络文学作者，他们的应对策略会有着程度差异？为什么会形成如此多样化的劳动主体？

2. 应对的力量

在探讨网络文学作者的主体性如何形成的分析上，本文将把劳动力商品化与劳动主体性勾连在一起，将劳动者主体带回劳动力商品化过程中，去分析网络文学作者被商品化的过程与其劳动主体性之间的关系。

（1）劳动力再生产的社会化程度

劳动力商品化的前提是劳动者是“自由”的^[29]，且需要通过出卖劳动力才能维持劳动力的再生产需求。作为一个自由的劳动力，网络作者在没有其他生产资料以及社会性兜底收入的情况下，赚取货币收入成为其是否能够生存的基本问题。网络文学平台可以为他的劳动支付费用，成为网络作者愿意被平台商品化的结构性理由。

我是2017年，大二上学期签约的，那个时候室友们都有兼职，我因为身体原因无法做发传单之类的体力活，就选择继续写文了，想要签约后多少赚点钱补贴一下生活，因为家庭比较困难……我目前靠写作维持生活……签约与没签约的区别，直观点感受，没签约前我就是条咸鱼，签约后我不仅能给自己购买新的

电脑、手机、键盘，还能自理生活费学费，有闲钱去买自己喜欢的任何东西和去旅游。(C12f-19-t)

小宜最初在百度贴吧进行自由的文学写作，后来因为想赚点生活补贴而选择成为向市场靠拢的签约写手。因为要靠小说赚取生活费用享受生活，她说即使长期写作对身体、对精神影响极大，也没法停下来了。小宜的这个选择并不是个案，起点白金作家横扫天涯、风凌天下在接受访谈时候都曾说过自己在网络上进行小说写作的最直白的动机就是赚钱养家。就像小卡说的那样，能够自由写作的人，都是家里有矿的人……如果你真的想写自己想写的东西，那么去找个人（把自己）包养起来吧（先活下来）。(C23f-20-t)

为了满足经济需求，处于市场底端、不掌握生产资料的网络文学作者选择加入平台的“人气游戏”，遵守游戏规则、积极地自我程控，进行商品化的写作也并不是难以理解的事情。

(2) 谈判力量

当网络文学作者不得不出卖自己的劳动力，成为网络文学平台事实上的雇佣劳动力之后，就不可避免地踏上了被商品化的进程。劳动力的可替代程度决定了其与资本的谈判力量大小，从而影响到劳动力是否可以在劳动过程中享有更多的自主性。西尔弗指出，劳动者可以通过组织性力量和结构性力量两种方式增强自己对资本的谈判力量^[30]。放到具体的网络文学生产实践当中，网络文学作者的组织性力量体现在网络文学作者群体的组织协会与网络文学平台的集体谈判能力；网络文学作者的结构性力量则指的是市场谈判力量和工作场所的谈判力量：前者来自自身的创造力即技术声望资本，后者来自对网络文学生产过程的把控，即文学写作过程的自由把控。平台经济下，网络文学作者原子化程度提升，组织性力量难以形成，反而更容易通过市场与工作过程获得自主性。

技术声望资本的积累可以提升网络文学作者的谈判能力，改善作者自由写作的程度。知叔就是通过积累技术声望资本获得了与网络文学平台的谈判机会。反正我觉得，写书十多年，我没亏过平台，平台也没亏过我。想谈条件可以，有成绩再说，有地位再说，你网文新人，写的东西没人看，有啥资格？清楚自己的定位，才不会难受，不然，早晚气死。(C15m-20-t)

相比难以积累的技术声望资本，在平台经济的技

术管理之下，网络文学作者很容易掌握写作过程中的自主。即使你签约了，如果你不想着要全勤奖，也不想赚多少钱，你完全可以爱什么时候更新就什么时候更新；爱写什么内容就写什么内容。就算你想要赚钱，也完全可以多看几本当红小说，按照那个套路来就好了。甚至，如果你只要全勤奖，你完全可以不管什么内容、人设，水完规定的字数就好了，反正编辑也不会看你写什么，你只要按时更新就OK了。(C01f-17-f)

(3) 职业化身份认同

马克思认为劳动是积极的，劳动本身并不被劳动者排斥，反而是资本对劳动的异化让劳动者产生了极大的精神伤害，摧毁了劳动者的劳动热情^[31]。相反，建构一个让劳动者认同的劳动身份，会激发劳动者的热情，积极参与赶工游戏。劳动者的身份认同与劳动异化、工作伦理等方面密切相关。本文发现，是否将写作看作一种简单的赚取收入的劳动，成为网络文学作者不同的劳动身份认同，并形成了不同的写作伦理与感知。

目前，一部分网络文学作者将自己定义为“说书人”和“码字工”，一部分网络文学作者将自己的写作定义为“社交”，自己只是网络文学平台的“用户”。前者认为写作仅仅是一份糊口的工作，后者认为写作是一种与社会联结的劳动^[32]。后者是卡普尔所言的艺术家，写作是为了在水平状的网络社群中满足作者内心强烈的创作愿望。

小林已经在晋江文学城上创作了约百万字的作品。在她看来，写作是与读者进行交流，是一种情绪的抒发。有些小姐姐看了小说之后，还和你留言，关心你的状况，和你交流想法。每次看小姐姐们的留言心情就很愉快。我想这也是一种收获吧。(C09f-18-t)在这样的写作动机下，网络文学作者的劳动过程充满了个人化的渲染。读者、同侪在劳动过程的介入，让网络文学作者的写作与社会联结相比传统的工厂劳动更加开放与密切。写作劳动成为一种社交，而不是生产，获得的是网络文学作者在社会中的定位。

小刀作为全职写作的网络文学作者，已经对自己的身份有了很好的认识。他觉得自己正在进行的工作只是将“通俗文学放在网络上写罢了”。他认为自己只是一个码字工。就如知叔对自己身份定位一样：（网络文学作者）就是工人吧，每天都要写，和流水

线没啥区别，算不上白领。就是一个苦逼码字狗。(C15m-20-t)

储卉娟将平台经济下的网络文学作者看作是新时代的“说书人”^[33]。网络文学作者在不断的注重内容(剧情)的“讲故事”过程中,在平台提供更多的更广范围的与社会的联结中,逐步达成了自我的追寻,认可了自己的“通俗文学”作者身份,形成了自己“说书人”的身份认同。

不同身份认同形成了不同的写作伦理。“说书人”和“码字工”身份认同形成了工作伦理而“社交用户”身份认同形成了消费伦理。工作伦理不仅涉及劳动者的工作动机,还包含了工作态度等内容。“劳动光荣”一直是建国以来社会存在的工作伦理,它有着主人翁的劳动者地位与通过劳动获取财富等政治经济意涵,前者随着改革开放的进程而逐渐弱化,后者作为个体追求得到不断增强。通过积极劳动获取报酬成为现阶段国内劳动者的共识。具体到网络文学行业,勤奋努力,通过写作量换取收入即“人气游戏”则成为新的工作伦理。那么拥有“说书人”和“码字工”身份认同的网络文学作者写着读者爱看的“下里巴人”,而不是曲高和寡的“阳春白雪”也不是一件难以接受的事情了,恰好暗合了平台资本的商品化要求。如此,网络文学作者对平台加速文学生产的商品化进程不加抵抗也不难理解了。

不同的工作伦理形成了差异化的劳动异化感知。费舍通过对互联网受众的研究发现,如果社交网站能够让用户对自己的社交信息的生产过程和信数据有更多的控制权,降低受众与产品之间的疏离关系,就可以减轻受众的劳动异化程度,进而让受众与社交媒体建立长时间的不言自明的社会契约,进行更长时间、更高质量的免费劳动^[34]。无独有偶,网络文学商品不同于其他一般商品,有着著作权与版权两种产品价值。这种多重产品价值的特殊性,让网络文学平台与作者之间的价值归属更加复杂,也让网络文学作者体会到了不同的劳动异化感。

小凌今年28岁,是晋江的全职写手。相较于网站的分成,她更看重版权。版权就像自己的孩子,虽然创作有为了糊口的因素,但是作品它不仅仅只是作品,更像自己的孩子。(C21f-20-t)对小凌来说,如果网络文学平台拿走她的版权,就是分离了母亲与孩子,她的劳动异化感就会很强烈。不同于小凌,小古则认为,如果我有好的作品,有编剧愿意改编,我

愿意出让版权。难道出让了(版权),它(作品)就会改姓了,不是我(的)劳动成果了吗?(访谈案例C01f-17-f)

因为文化劳动的特殊性,网络文学作者即使无法拥有著作权或者版权,也能通过作品在读者心中形成一种文化符号,无法完全剥离网络文学作者与作品的关系,降低了网络文学作者的异化感。

总的来说,不同的工作伦理与劳动身份认同,导致网络文学作者拥有不同标准的劳动获得感,影响了其劳动异化的感知。这种差异影响了劳动者写作热情,形成不一样的劳动意识,进而采取不同的应对行为。综上所述,网络文学作者在应对平台资本商品化努力的过程中受到三种力量的形塑。选择加入游戏,并且全职写作的作者在赚取金钱收入方面都有很强的目的性;选择加入游戏但兼职写作的作者既对收入有追求,又有艺术性写作的追求;而选择拒绝契约的作者仅仅把在网络写作当成一种社交或技艺磨炼。因此,总的来说,能够通过其他途径承担自己劳动力再生产的网络文学作者的选择性更大,更有应对能力。

四、结论与讨论

劳动力商品化过程是实现资本积累的前提条件。文学生产在平台经济时段遭遇更进一步的商品化进程。网络文学作者在应对平台对其的商品化努力过程中,呈现了分化的创意劳动实践。一部分网络文学作者积极参与进平台对文学生产的商品化过程中去。一部分网络文学作者对商品化过程积极应对,并努力想要阻止平台对自身劳动的商品化进程。

本文发现,平台经济下网络文学作者面对模糊的劳动关系与新的生产环境积极地根据自身的资源进行去商品化的努力,并不是简单的进行着自我程控。这个努力应对的过程体现了网络文学作者自身的目标与能力即网络文学作者主体性。虽然平台限制了网络文学作者的劳动,但是网络文学作者的应对行为,也限制了平台自身的发展,这集中体现在网络文学生产的商品化特征上。

网络文学在平台资本主导的文学生产商品化过程中产生的劳动分化源自作为创意劳动者的网络文学作者在此过程中的多样化的主体性经验。本文认为网络文学作者多样化的主体性实践在其对被商品化的应对

策略上得到了深刻体现。网络文学作者的应对策略与自身在劳动力再生产的社会化程度、谈判力量、职业化身份认同等方面的差异密切相关,并有着“加入游戏”“调试”“狂欢”“逃离”这一递进的层级化行为表现。

然而,正如本雅明所认为的那样,不管是抵制资本对文学生产的商品化进程还是拥抱它,劳动者种种应对趋势都被资本整合进对其商品化的生产体系当中^[35]。因此,网络作者多样化的主体性经验也折射出在平台资本主义下信息社会中的个体被过度商品化的困局。■

[基金项目:本文为重庆市社会科学规划项目“从养老到老养:农村产业发展与老年人口的非正式就业研究”(项目编号:2019BS042)、重庆工商大学高层次人才项目“平台经济下的数字劳动研究”(项目编号:1953131)、重庆工商大学重点科研平台科研团队项目“社会发展与社会治理”(项目编号:ZDPTD20902)的阶段性成果]

胡慧:重庆工商大学社会学西部研究基地研究员,
法学与社会学学院讲师
责任编辑/汪永涛

参考文献:

- [1] Schor J B, Attwood - Charles W. The “sharing” economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms [J]. *Sociology Compass*, 2017 (1): e12493.
- [2] [3][12][34][加拿大]文森特·莫斯科,凯瑟琳·麦克切尓. 信息社会的知识劳工[M]. 曹晋,等,译. 上海:上海译文出版社, 2014.
- [4] [33] 储卉娟. 说书人与梦工厂:技术、法律与网络文学生产[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2019.
- [5] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第45次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm.
- [6] [7] 张毅君. 2018中国网络文学发展报告[EB/OL]. <http://culture.people.com.cn/n1/2019/0810/c429145-31287235.html>, 2019-08-10.
- [8] 新华社北京8月14日电,网络文学产业步入红利期:用户超过3亿,市场规模达90亿元[EB/OL]. <http://finance.sina.com.cn/roll/2017-08-14/doc-ifyxaw4787481.shtml>.
- [9] [美]大卫·哈维. 资本社会的17个矛盾[M]. 许瑞宋,译. 北京:中信出版集团, 2016.
- [10] 沈原. 社会转型与工人阶级的再形成[J]. *社会学研究*, 2006(2).
- [11] 姚建华. 数字劳工:产消合一者和玩工[M]. 北京:商务印书馆, 2019.
- [13] ZHAO E J. Writing on the assembly line: informal labour in the formalised online literature market in China [J]. *New Media & Society*, 2017, 19(8): 1236-1252.
- [14] 贾文娟,钟恺鸥. 另一种娱乐至死?——体验、幻象与综艺娱乐节目制作过程中的劳动控制[J]. *社会学研究*, 2018(6).
- [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] 许苗苗. 网络文学的作者(写手)类型分析[J]. *海南师范学院学报(社会科学版)*, 2003(1): 129-133.
- [17] [21] 曾繁亭. 网络文学之商业机制辨析[J]. *学习与探索*, 2013(2): 126-129.
- [18] [法]罗贝尔·埃斯卡皮. 文学社会学[M]. 于沛,选编. 杭州:浙江人民出版社, 1987.
- [19] 罗群. 网络文学的商品化叙事研究[D]. 湘潭:湖南科技大学, 2017.
- [20] [22] [25] 吴育仁. 劳动过程与劳动主体性:地方记者职场劳动之政治经济分析[J]. *社会政策与社会工作学刊*, 2011(1).
- [23] 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).
- [24] 黄芸. 论本雅明的文学生产思想[J]. *江西社会科学*, 2011(3).
- [26] 徐林枫,张恒宇. “人气游戏”:网络直播行业的薪资制度与劳动控制[J]. *社会*, 2019(4).
- [27] 胡春阳. 网络:自由及其想象——以巴赫金狂欢理论为视角[J]. *复旦学报(社会科学版)*, 2006(1).
- [28] 郑秀才. 生命政治与主体性(下)——阿甘本访谈[J]. *国外理论动态*, 2005(7): 37-39.
- [29] 任焰,潘毅. 跨国劳动过程的空间政治:全球化时代的宿舍劳动体制[J]. *社会学研究*, 2006(4): 21-33.
- [30] [美]西尔弗·贝弗里·J. 劳工的力量:1870年以来的工人运动与全球化[M]. 张璐,译. 北京:社会科学文献出版社, 2012.
- [31] 蔡禾. 劳动自评、自主性与劳动者的幸福感——基于2012年中国劳动力动态调查的分析[J]. *社会学评论*, 2014, 2(4).
- [32] 林富美. 当新闻记者成为名嘴:名声、专业与劳动商品化的探讨[J]. *新闻学研究*, 2005(7).
- [35] [德]瓦尔特·本雅明. 作为生产者的作者[M]. 王炳刚,陈永国,郭军,等,译. 郑州:河南大学出版社, 2014.