平台同人社区的圈层写作与“反资本”文学生产研究

王文鹏

摘要：目前有关网络文学的学术研究基本把付费 VIP 商业网文当作主要对象，将网络文学等同于 IP 为方向的市场化写作，对互联网本来的非商业性文学有所遮蔽。以 LOFTER 观之，同人社区发展出依托礼品经济、趣缘伦理的圈层写作模式。这种创作不把稿费或出版作为目的，亦即不按商业逻辑来安排写法、判断文本价值，有某种有限意义的“反资本”性质。但同人社区本身不能完全摆脱平台资本的影响，它虽能避开商业网文的套路，却要面对平台控制、版权限制及圈内自治诸项压力。文中采用媒介文化、粉丝文化的观点，配合文本分析和社群语言考察，分析非商业同人写作的动力来源、形式特点、圈层伦理，就其“反资本”实践做实际界定，思考同人写作与商业网文所涉人才、文化联系，对非商业化网络文学的价值、困难及前景作归纳反思。

关键词：非商业化网络文学；同人社区；圈层写作；礼品经济；反资本；文学生产

Non-commercial Online Literature: A Study of Circle Writing and “Anti-capital” Literary Production in the Platform Fan Community

Wang Wenpeng

Abstract: At present, academic research on online literature basically takes paid VIP commercial online novels as the main object, equating online literature with market-oriented writing centered on IP, and obscuring the original non-commercial literature on the Internet. Taking LOFTER as an observation case, fan communities have developed a mode of circle-based writing grounded in the gift economy and ethic of affective affinity. This kind of creation does not aim for manuscript fees or publication, that is, it does not arrange the writing style or judge the

作者简介：王文鹏，作家，研究方向：文学创作实践、拉丁美洲文学。

value of the text according to commercial logic, and has a certain limited sense of “anti-capital” nature. However, the fanfiction community itself cannot completely get rid of the influence of platform capital. Although it can avoid the routines of commercial online novels, it has to face various pressures such as platform control, copyright restrictions, and in-circle self-governance. In this paper, from the perspectives of media culture and fan culture, combined with text analysis and community language investigation, the motivation sources, formal characteristics, and circle ethics of non - commercial fanfiction writing are analyzed. The “anti-capital” practice is actually defined. The connections between fanfiction writing and commercial online novels in terms of talents and culture are considered. The value, difficulties, and prospects of non - commercial online literature are summarized and reflected upon.

Keywords: Non-commercial online literature; Fan community; Circle writing; Gift economy; Anti-capital; Literary production

自网络文学进入学术研究视野以来，绝大多数研究资源集中于起点中文网、晋江文学城等商业化平台，围绕付费阅读制度、IP 改编、类型套路、产业机制展开讨论。付费制度、商业模式被默认为网络文学的核心制度，文学史叙事也多以爆款作家、成功 IP 为主体脉络，大量存在于社交平台的无偿写作被划入粉丝亚文化范畴，较少被视作广义网络文学的组成部分。

事实上，网络文学从诞生之初就包含两条并行脉络：一条走向市场化、产业化，以流量变现、出版影视化为最终目标；另一条扎根趣缘社群，依靠兴趣驱动无偿分享，构成被主流研究忽视的非商业化文学场域。同人写作是非商业化网络文学最重要的载体，在 LOFTER、各类社群论坛之中，海量创作者不获取稿酬，依靠点赞、评论、同好共鸣获得创作回馈，奉行“为爱发电”的礼品经济逻辑。

学界现有同人研究多集中于粉丝文化、传播现象、版权争议，存在两种偏向：一部分研究把同人简单看作粉丝娱乐活动，忽略其文学本体与文学生产机制；另一部分研究将同人浪漫化为彻底反抗资本的亚文化乌托邦，回避平台资本、圈层壁垒带来的内在矛盾。同人社区所谓“反资本”，并非政治学意义上对资本主义体系的彻底否定，而是在文学生产内部对抗商业网文的生产逻辑：对抗更新 KPI、套路模板、流量至上、变现优先的创作规训。这种抵抗是局部、

有限、充满张力的，并非完全独立于资本环境之外。

本文研究对象限定为LOFTER平台上无偿发布的古风—历史向同人作品，样本选取2021—2025年间热度中等、无商业出版记录的同人文本、标签规范、评论区话语；排除付费同人约稿、实体周边售卖等变现行为。研究方法采用文本细读、社群话语分析、比较研究，将非商业化同人写作与VIP商业网文的生产机制进行对照。本文试图回答：第一，没有经济报酬的前提下，同人圈层依靠何种机制维持文学生产；第二，圈层内部如何依靠标签、社群共识建立属于自身的文学伦理与批评标准；第三，同人写作的“反资本”表现在哪些层面，又存在何种内在局限；第四，非商业同人场域如何源源不断向商业网文输送创作者与叙事资源。

一、非商业化同人写作的生产机制

商业网络文学依托明确的经济交换逻辑运转，即：读者付费阅览作品，作者通过订阅、打赏获得收益，平台从中抽取分成。作品更新频次、超饱和情节密度、榜单流量直接影响作者收入，创作活动被量化为可核算的劳动，由此形成一套约束力较强的生产机制。与之不同的是，同人创作社群以数字礼品经济为底层支撑，创作并非用于变现的商品，而是创作者赠予社群的精神馈赠，创作者获得的回馈体现为情感共鸣、群体认可与社群内声望，整个价值循环不依靠货币报酬实现。

1.从经济激励转向趣缘情感驱动

同人创作者的身份大多是非职业写作者，拥有本职学习、工作身份，写作属于业余实践，不承担生存压力。其创作动力可以分为三个层次：其一，对原作人物、故事的情感投射，希望补全原作留白，完成自身对人物的想象；其二，社群互动激励，包括读者评论、点梗、联文邀约。“点梗”是同人社区独特机制，读者提出故事设想，创作者据此完成文本，作者与读者共同参与故事构想，写作成为社群对话的一部分，而非作者单向输出作品；其三，圈层内部声望资本，高口碑的同人作品会在圈内获得尊重，这种文化声望无法直接兑换金钱，但构成创作者重要的心理回报。

非商业写作不存在所谓的网文更新压力。以经济效益为驱动的商业网文需要稳

定更新维持数据与读者粘性，断更会直接造成收入损失；同人写作更新节奏完全由创作者个人状态决定，可以随意暂停、甚至不写，不必面对读者和平台的经济层面追责。这带来创作自由度的提升：篇幅长短自由，既有数千字短篇，也有断续连载的长篇；叙事不必严格迎合大众爽文套路，可以容纳悲剧、留白、碎片化叙事、内省式心理描写。但非商业写作并非完全无压力。虽然没有金钱约束，但社群期待同样会形成负担。不少创作者自述，评论区热烈催更会造成心理压力，部分作者会因为社交倦怠选择删文、退圈。这说明非商业写作只是摆脱资本—金钱的压迫，并不意味着完全摆脱社群关系的束缚。

2. 点赞评论替代货币的反馈体系

商业网文反馈机制高度资本化、数据化，订阅量、打赏金额、月票榜单构成可视化排序，流量数据直接换算收益。同人社区反馈体系以点赞、收藏、评论、转发为载体，这些数据不直接变现。评论区不是简单的读后感空间，而是生产环节的延伸，读者会提出细节讨论、人物理解、剧情设想，作者回复评论，文本在持续对话之中存在。克里斯蒂娜·布瑟指出同人写作四大特征：片段性、文本间性、表演性、亲密性，同人作品往往是社群持续对话的一部分，而不是完成封闭的文学客体。

值得注意的是，LOFTER 平台本身存在算法流量机制，热门同人会获得平台算法推荐，获取更高曝光。平台算法逻辑和同人圈层礼品经济逻辑之间存在内在冲突：圈层追求同好之间的深度交流，而平台资本追求流量最大化。部分同人作者会刻意规避过度出圈，因为大规模外来流量往往带来圈层之外的误解、争吵，破坏圈层内部亲密的交流氛围，这也是同人圈普遍存在“圈地自萌”心态的根源。

3.“反资本”不等于“无资本环境”

同人社区的“反资本”是生产逻辑层面的抵抗，并非身处资本之外。首先，同人写作寄生在商业互联网平台之上，LOFTER 作为商业公司，依靠用户创作内容获取流量与广告收益，海量无偿同人劳动客观上为平台提供内容原料。平台享有用户产出文本的平台协议权利，创作者无偿劳动滋养商业平台，构成一种矛盾：创作者拒绝将自己的作品卖给读者，却被动成为平台免费内容劳动力。其次，同人场域的边界正在松动，同人约稿、周边印刷、IP 方主动

挖掘同人创作者，商业力量不断尝试渗透圈层。礼品经济始终处在被商业逻辑收编的风险之中。因此同人社区的反资本是一种有限抵抗：它拒绝把作品直接转化为面向读者的商品，但无法彻底逃逸整体平台资本主义环境。

二、非商业化写作的文本秩序

商业网文的文本秩序主要由市场、平台编辑、读者付费选择共同塑造，题材、叙事模式受到流量导向筛选。同人社区没有编辑审稿制度，文本发布门槛极低，依靠用户自发形成的圈层伦理、标签体系完成自我治理，形成一套内生的文学规范，这是非商业化文学生产非常重要却常被忽略的维度。

1. 圈层自我治理的技术工具

标签不只是内容检索工具，更是同人社区的伦理基本符号。一篇同人发布时，作者需要标注原作、故事预警、角色、配对关系，包括 AU（平行宇宙）、OOC（脱离原作人设）、悲剧结局等必要符号。读者则可以屏蔽不希望看到的标签，完成信息自主筛选。标签制度实现两项核心功能：第一，精准划分群体，让兴趣一致的读者找到对应文本；第二，舆论风险隔离，避免读者被动接触自己排斥的叙事设定，减少跨立场冲突。

标签使用已经演化成为同人社区不成文的伦理规范。遗漏必要标签会被圈层内部批评，被视作对读者不尊重。这一套规范并非平台强制规定，而是无数次圈层矛盾冲突之后，社群自发磨合生成。对比商业网文：商业平台同样有题材分类，但分类更多服务于流量分发，不会形成读者－作者之间共同遵守的伦理契约。同人标签制度代表一种圈层共识：文学阅读选择权利交付给读者，作者有义务提前告知文本风险要素。

当然标签体系也存在现实困境。圈层内部对于标签标准本身会产生分歧；部分作者刻意模糊标签吸引流量；圈层之间标签用语并不统一。标签秩序始终处在社群协商调整之中，不是一套静止不变的成文规则。

2. 区别于商业网文的评价标准

商业网文评价标准高度受流量影响：点击、收藏、榜单、变现能力成为衡量作品的重要标尺。同人圈层内部批评体系呈现不同面貌。同人圈讨论更关注人物诠释、

情感逻辑、文本间性，而非情节爽感、故事规模。圈内经常争论 OOC 问题，即同人是否尊重原作人物内核。这里存在一个有趣现象：圈层会演化出独立于原作的“圈设”，也就是社群集体建构出来的人物形象，即便和原作文本不完全一致，却成为圈内评判同人好坏的参照依据。

同人批评的主体是普通读者，不存在职业编辑、权威评论家。批评话语弥散在评论区、推文、社群聊天之中，没有中心化批评权威。但是趣缘社群同样会形成圈层审美霸权，部分叙事范式成为圈内主流，违背主流圈层审美的作者会遭遇冷遇甚至言语冲突。非商业化不等于绝对多元自由，圈层同样会生成自身的规训力量，这是以往亚文化研究容易忽略的一点。

3. 集体性的文学生产实践

商业网文以独立作者完成为主流，编辑外部介入修改;同人场域大量出现“联文”创作，多位作者分工完成同一故事系列;“点梗”则是读者提出构想，作者进行文本实现。写作不再是个体天才的创造，而成为社群协同的实践活动。

这种集体写作模式，消解浪漫主义“天才作者”观念。后结构主义理论早已质疑单一原创作者主体，同人写作是互联网语境下鲜活实践：文本意义由原作、作者、读者、社群共同生成，文本间性是同人写作的本体属性。商业网文同样有读者互动，但读者意见大多服务于优化商品的市场效果；同人社区的集体创作，本身就是社群交往的目的。

三、同人场域与商业网文场域的互构关系

同人并非独立隔绝的文学飞地，它和商业网文产业之间存在持续人才流动、叙事资源输送。很多商业网文作者早期都有同人写作经历；同人圈层沉淀叙事母题、人物关系模式，被商业写作吸收改造。同时商业资本也不断尝试从同人圈层挖掘潜力创作者，完成“去同人化”的上岸转型。

1.“磨掉序列号”的转化路径

欧美同人研究提出“磨掉序列号”（filing off the serial numbers）概念：同人作者剥离原作版权角色、背景，保留在同人创作中打磨成熟的人物关系、叙事框架，改写为原创商业作品，典型案例即《五十度灰》脱胎于《暮光之城》同人创作。

国内网络文学领域同样大量存在该路径，很多女频作者起步于同人写作，同人阶段完成叙事训练，积累读者，之后转向原创付费网文。

同人写作给创作者提供低成本练笔场域：没有商业数据压力，新人可以自由实验叙事手法，练习人物塑造。同人圈层同时可以积累第一批忠实读者，当作者转向商业平台，这批粉丝会随之迁移，构成作者初始读者盘。从产业视角看，同人社区在客观上充当网络文学产业的免费人才孵化器，商业平台享受同人圈层培养作者带来的红利，却不必承担培育成本。

但是转型过程充满曲折。一部分同人作者拒绝商业化，坚持留在无偿圈层；部分作者转型之后，会面临老同好的道德审视，社群会讨论作者是否消耗同人圈层积累的人气换取商业利益。这体现两套伦理体系的冲突，非商业写作伦理看重无偿共享；商业网文伦理认可文学劳动应当获取经济回报。两套伦理不存在所谓的对立关系，却经常在创作者身上形成撕裂，成为彼此的束缚。

2. 商业对同人叙事资源的吸收与收编

同人圈层不断生产新的情感模式、人物关系、桥段设定，这些叙事创意会溢出圈层，被商业网文吸收。同人社群作为亚文化试验场，率先探索小众人物关系、情感叙事，当某一类叙事在圈层证明受众基础之后，商业写作就会生产去版权化的同类故事供给大众市场。

近年商业平台也开始主动开设同人付费频道，尝试把同人创作纳入市场化轨道。商业化同人频道出现，代表资本试图收编非商业同人场域，将原本礼品经济的实践改造为商品生产。但商业同人受到版权严格限制，很多原作无法开展合法商业同人，商业同人只能局限于平台自有 IP，难以复刻非商业同人丰富的创造力。

3. 反向流动：商业网文衍生同人圈层

流动不是单向。热门商业网文 IP 会催生出庞大同人圈层，商业网文作为原作，激发非商业二次创作。商业生产出母本，同人社群进行多元改写，补充官方文本无法容纳的可能性。商业原作和同人二创之间形成互文对话。商业 IP 方对待同人态度十分微妙：非盈利同人可以起到宣传 IP 作用，版权方多持默许态度；一旦同人试图商业化，版权风险就立刻显现。

由此可见，同人、商业网文不是简单

二元对立，而是互相渗透的两个场域。

四、非商业化同人写作的内在矛盾与现实困境

同人圈层具有抵抗商业网文部分弊病的价值，但不能将其美化成完美的文学乌托邦。圈层写作自身存在多重结构性困境，制约其文学发展空间。

第一，平台资本的结构性裹挟。同人创作依托商业社交平台生存。平台掌握审核、算法推荐、删帖权力。圈层追求的深度趣缘交流，与平台追求流量扩张的底层目标天然冲突。平台算法会放大冲突内容；平台规则变动随时可以改变同人创作生存环境。创作者拒绝把作品卖给读者，却把内容交付商业平台，这是无法摆脱的结构性矛盾。

第二，版权制度带来的先天枷锁。绝大多数同人属于转化型写作，建立在已有版权作品之上。不营利是版权方容忍同人创作的重要前提，一旦变现就极易触碰法律风险。这造成一个悖论：同人写作越坚持非商业化，越能够获得生存空间，但也被锁死在无偿状态；一旦走向商业化就面临版权追责。版权枷锁限制同人作品经典化，优秀同人很难进入正式出版、文学评价体系，大多只能在圈层内部流转。

第三，圈层壁垒与审美封闭。同人依靠趣缘建立共同体，必然伴随圈层壁垒。圈层内部形成固化审美范式，圈内评价标准高度依赖圈层共同记忆；外部读者缺少原作知识背景，很难读懂同人文本，造成传播局限。圈层内部也会出现审美排斥，对异质的写作风格形成压制，存在亚文化自身的排他性。

第四，礼品经济的不可持续性。礼品经济高度依赖创作者个体热情。“用爱发电”依靠个人兴趣，热情消退之后创作就会终止。没有经济补偿机制，很难支撑长期、大规模的长篇文学工程。大量同人作品以弃坑、断更收尾，这是礼品经济模式自带的局限。热情不可持续，是非商业化写作无法回避的现实。

五、余论：重新拓展网络文学的研究边界

长久以来网络文学研究把目光集中在产业化、IP 化的商业网文，将网络文学等

同于成功市场化的通俗小说，使得大量互联网原生无偿写作被归为粉丝文化材料，排除在文学研究视野之外。同人圈层的非商业化写作提醒我们：网络文学的定义不应当由商业模式来划定，而应当依据媒介形态、文学实践本身。VIP 付费制度只是网络文学发展其中一条路径，而非全部形态。

同人社区所谓“反资本”不是宏大社会革命，而是网络文学生产内部一种微观抵抗实践。它抵抗流量至上、套路绑架、更新 KPI 的商业生产规训，守护写作的兴趣自主性，但又无法脱离平台资本主义大环境，存在自身的结构性局限。我们既不能用浪漫化视角把同人想象成完全独立的文学净土，也不能仅仅把同人当作粉丝娱乐，无视其文学价值。

同人写作带给网络文学研究重要启示，网络文学的本质不仅仅是网文产业，更是互联网媒介之下多元的文学实践，包含商业与非商业、职业与业余、独立创作与社群协同创作多种样态。未来网络文学研究，应当把社交平台同人、论坛无偿写作等非商业实践纳入考察范围，打通粉丝文化研究与网络文学研究之间的壁垒，重建更加完整的网络文学图景。

同人圈层也给当下文学环境提供参照样本，文学是否必须以变现为目标？作者—读者之间是否只能是买卖关系？文学生产是否可以存在兴趣优先、共享对话的另一种可能性。当然礼品经济模式有其脆弱性，不能直接复制到整个文学领域，但它提供了一种参照，让我们反思过度资本化的文学生产带来的种种问题。

非商业化同人写作的困境同时也预示它的价值。它处在多重张力之中：礼品经济与平台算法、二次创作与版权约束、圈层自由与圈层规训、抵抗资本又被资本环境包裹。正是这些矛盾，使其成为值得持续观察的文学现场。

参考文献

[1] 大江健三郎．个人的体验 [M]．王中忱，译．北京：光明日报出版社，1995.

[2] 大江健三郎．广岛札记 [M]．刘光宇，译．北京：光明日报出版社，1995.

[3] 鲁迅． 鲁迅全集：第一卷 [M]．北京：人民文学出版社，2005.

[4] 仲密（周作人）．阿 Q 正传 [N]． 晨报副刊，1922-03-19(1).

[5] 汪晖． 阿 Q 生命中的六个瞬间：纪念作为开端的辛亥革命 [J]．现代中文学刊，2011(3).

[6] 赵京华．“向下超越”与“沉入于国民中”：对

中日学者的鲁迅思想特征论的再思考[J]. 名作欣赏，2023(13).

[7] 杨伟，张雅蒙．论大江健三郎《个人的体验》的广岛记忆与时代性[J]. 宝鸡文理学院学报（社会科学版），2019(2).

[8] 倪琦．鲁迅对大江健三郎的影响研究[D]. 大连：大连理工大学，2020.

[9] 刘苏曼． 名为“共生”的监禁状态：大江健三郎《个人的体验》再解读[J]. 日语学习与研究，2021(5).

[10] 赵淑琴． 大江健三郎小说的战争创伤叙事研究[D]. 吉首：吉首大学，2023.

[11] 汪一帆． 普遍人性论的迷失：也论汪晖《阿Q生命中的六个瞬间》[J]. 美与时代（下），2023(8).

[12] 张伯存．鲁迅小说《阿Q正传》再解读[J]. 东岳论丛，2024(1).