

虚拟社区的动漫迷文化实践模式研究

——以《圣斗士星矢》动漫迷为个案的质化研究

曹 洵

摘要：本研究以主动受众理论为基本立场，采用质化研究路径，探索网络虚拟社区中动漫迷的日常文化行为。文章聚焦于《圣斗士星矢》的动漫迷——“圣迷”这一代表性的群体，综合运用观察法、深度访谈法、实物收集等方法，梳理出动漫迷六种文化实践模式，并对这些行为模式所呈现的四个文化特征进行了深入的阐释。本研究发现了极具特色的“同人逆迷”现象，并揭示了这一现象对迷作为主动消费者中的作用。

关键词：动漫迷 虚拟社区 文化行为 实践模式 “同人逆迷”现象

一、研究概述

（一）研究背景

传播技术的发展、大众文化的繁荣和多元，促使以青少年为主要构成成分的各种迷群体从分散的、匿名的状态逐渐走进社会文化场域中间，形成不可忽视的亚文化力量。而在形形色色的迷群体中，动漫迷无疑是极具特色的一支力量。他们不仅有独特的群体用语、华丽的 cosplay，疯狂的收藏行为等类型丰富、个性张扬的群体识别符号，也具备高超的艺术创造力，甚至还有“耽美”（男同性恋）文化等另类边缘的文化现象。对该群体的文化实践探索，对认识整个迷群体有着重要的意义。

特别是网络的普及和数字技术的崛起，数字时代的动漫迷利用网络迅速集结，释放出令主流文化刮目相看的文化能量。网络不仅是媒介工具，也是动漫迷联系的纽带和交流的平台，甚至也成为迷群的生存方式。可以说，在以参与式文化（participatory culture）为特征的新媒体时代，网络化生存是迷群体的必然选择和重要特征。那么，动漫迷在网络社区中有哪些日常文化行为？这些行为形成怎样的文化交往模式？其实践模式体现了什么文化特征？彰显了什么深层的文化意义？本研究将以网络社区中的动漫迷为研究对象，着重探讨这些问题。

（二）研究设计：案例、研究和方法

本研究立足传播学与文化研究中的主动受众理论，采用质化研究路径，选择有代表性的动漫迷群体——《圣斗士星矢》的迷群（以下简称“圣迷”）作为研究个案。该动漫自 20 世纪 80 年代末引进到我国以来，深受欢迎，并培养了我国最早的一批动漫迷。进入 21 世纪，随着网络的普及，动漫迷得以建立自己的网络社区，集中在一起。圣迷群体经过 20 多年的发展，已经成长为成熟的网络社区文化群体。据笔者不完全统计，目前在中国大陆，由圣迷自发建立的相关论坛网站、贴吧等超过 50 个。人数最多的两个中文社区“永远的热血传说社区”和“天马梦想”，注册会员接近 30 万人，说明圣迷群体规模庞大，且表现活跃。而且，无论是从迷群的创作水平（创作的数量、类型、质量）还是群体成熟程度（迷群梯队结构、文化传承机制）而言，圣迷群体在国内动漫迷群体中都比较典型。因此，选择圣迷群体进行研究，具有相当的代表性。

本研究交叉采用目的性抽样法筛选研究对象，分别是：（1）强度抽样——选择能为问题提供密集、丰富信息的个案；（2）同质型抽样——选择特征相近的能代表该群体某些特性的个案；（3）典型个案抽样——选择代表该群体平均水平或普遍表现的个案。并综合考虑地域分布、年龄

阶段、论坛资历等因素，最终确定了 17 名深度访谈对象。

本研究综合运用了访谈法、观察法、实物收集等质化研究的常用方法。访谈法方面，借鉴目前学界较为流行的间歇性访谈方式，每周一次、连续五周向受访对象发出电子邮件问卷，并根据回答情况进行深入提问。最终获得 82 份访谈记录。观察法方面，本研究者也是圣迷中的一员，因而采用了两种方法：非参与式观察——定期在网络社区观察动漫迷的网上表现；参与式观察——在论坛上发帖子、参与讨论，或参加网下聚会，以“局内人”的身份亲身体验。同时，也收集了与本研究密切相关的物品，主要是圣迷创作的作品，进行佐证或供深入分析。

(三) 受访者个人基本情况的统计与分析

以下是 17 位受访者的详细信息：

表 1 受访者个人背景信息一览表

网络昵称	性别	年龄	教育程度	所在城市	职业	爱好	性格自述
Pega	女	26	本科	广州	自由职业	动漫、宠物、美术	乐观、外向、有点偏执
慕蓉妍儿	女	20	大专	上海	学生	舞蹈、长笛、写文、看文	活泼，独立又怕孤独
麻酥	女	25	大专	南京	公司职员	音乐、聊天、阅读 ACG 相关	别扭
s-妙	女	20	高中	上海	学生	动漫、电脑、运动、看书	更喜与熟人交往、懒散
Asahina	男	28	大专	汕头	自由职业	广泛、动漫及周边为主	随和、不喜拘束
单枫	女	24	本科	上海	学生	看书、发呆	敏感、内向、爱安静
黑郁金香	男	28	大专	上海	公司主管	足球、射击、动漫	内向沉稳
猫女	女	24	研究生	广州	学生	日剧、动漫、偶像	活泼但悲观、做事负责到底
阿修罗	女	25	研究生	广州	学生	栽培、运动	随和、平易近人
无知的人	男	25	大专	潮州	技术员	上网、篮球、茶艺	开朗活泼
芙蓉居士	女	27	本科	上海	IT	唱歌、看书、爬山	内向、多愁善感
泪与笑	女	26	研究生	昆明	学生	看书、绘画	懒散好奇
叽喱咪	男	24	研究生	郑州	学生	电影、美剧、日剧、动漫、杂志	典型的双子座
StxS	男	21	本科	北京	学生	上网、打游戏、看书、看体育比赛	不明显的内向
型河马	女	25	大专	南京	公司职员	设计、绘画、音乐	文静
莲之清语	女	25	研究生	上海	学生	看球、运动、上网	开朗、热情、坚韧
梦萧	女	24	本科	宁波	外贸职员	旅游、美食、写文	比较双重、有时外向有时内向

表 2 列出受访者的性别、年龄、地域、文化程度和身份情况。

本研究受访者中女性较男性多，大约为 7:3。“女多男少”的抽样结果与世界范围内不少流行文化迷的研究状况相同，这一定程度上说明，女性更容易成为某些类型亚文化的沉迷者。

在三个年龄段中，21-25 周岁比例最大，占近 6 成，其次是 26-30 周岁 (29.4%)，最少的是 15-20 周岁 (仅占 11.76%)。说明动漫迷以青少年群体为主，这符合社会学研究的一个共识：青少年是各种亚文化迷群的主要构成力量。这与青少年的社会身份、地位紧密相关，因为青少年处于迅速成长的时期，心理上渴望得到关注和认同，但在实际的社会环境中，他们未获得稳定的社会身份，社会政治、经济地位尚未建立，因而更倾向在亚文化领域中建立迷身份来获得文化权力。

居住地方面，在中国七大地理区域中，本研究有来自五大区域的受访者。其中，华东地区最多，占 52.9%，而且集中在上海、南京、宁波等大中城市。其次为华南地区，主要集中在广州。而这些人中，来自北京、上海、广州三大城市的就有 10 位，占 58.8%。这说明本研究的受访者有一定的区域代表性。同时也反映了目前动漫迷多集中在经济、传媒业相对发达的大中城市。

表 2 受访者个人情况统计

类别	项目	百分比(%)
性别	女	70.6%
	男	29.4%
年龄段	15~20 周岁	11.76
	21~25 周岁	58.8
	26~30 周岁	29.4
地域	华北	5.9
	华中	5.9
	华东	52.9
	华南	29.4
	西南	5.9
受教育程度	中学	5.9
	大专	35.3
	本科	29.4
	研究生	29.4
身份	学生	52.9
	职业人士	47.1

教育程度方面,除 1 名目前还是中学生外,其余都为大学及以上学历,其中研究生比例占 29.4%。受访者中有超过一半目前还是在校学生(52.9%),近一半(47.1%)是职业人士,其中有 2 名从事与动漫相关的自由职业。

从受访者对自己爱好的介绍和性格描述中可以看出,动漫迷的兴趣爱好广泛而丰富。将“动漫”明确作为爱好之一的有 7 名,还有几名有与动漫创作相关的爱好,如设计、写文章、绘画、音乐等。10 名左右受访者具有与大众媒介、流行文化相关的兴趣,如上网、聊天,观看美剧、日剧等。相当部分的动漫迷还热爱体育运动。再结合他们或开朗活泼,或内向沉稳,或随和文静,或多愁善感的性格描述,他们给人的总体印象是:动漫迷其实也是一群普通人,跟普通的青少年没有多大的差别,或者说,他们本来就是来自他们当中的一员。这跟传统偏见中的迷要么是“歇斯底里”、“走火入魔”的狂热分子,要么是足不出户、封闭自恋的“御宅族”相去甚远。我们并非说这样的迷不存在,而是想澄清这样的事实:大多数动漫迷其实就是普通受众中的一分子,只是他们对动漫的爱好使得一些方面跟普通媒介消费者不同。

二、动漫迷的日常文化行为模式

对动漫迷日常在网络社区中的行为表现,本研究采用亨利·詹金斯(Henry Jenkins)、珍妮·史格特(Jenny Staiger)等学者总结的迷的六种行为模式作为分析框架(参见张婧,2007:34)。这些行为模式包括:特殊的文本接收方式、建构特殊的诠释群体、构成主动的消费者、创造独特的艺术世界、广泛的日常生活联结、建立特殊的社会群体。笔者在此基础上进行更为详细的区分,着重对网络社区动漫迷日常的文化行为和交流活动进行全面细致的梳理。

(一)特殊的文本接收方式(a distinctive mode of reception)

与一般受众不同,动漫迷使用文本有很强的目的性和导向性,主要体现在以下几种行为。

1. 规律性访问网络社区。几乎所有受访者都会经常性、习惯性地访问自己喜欢的动漫社区。以下为几位受访者的叙述。

Asahina:“这个习惯从开始有网络就练成了,每天至少都会去看一次。”

芙蓉居士(版主):“每天早上到办公室会打开电脑看一下。”

猫女:“每天都会去看是否有更新,或者每天会去多次……几个论坛轮流上,看哪个更新比较迅速。”

有的甚至把该社区设为首页,如阿修罗:“我把喜欢的论坛加到了浏览器首页,基本上每次打开都会去观望一下”。慕容妍儿(论坛管理者):“(将该网站)设定为主页,当然每天一开IE就会去。”

还有莲之清语(论坛管理者)甚至说:“我已经不是成习惯而是成瘾了。”

2. 不断重温作品。约翰·斯道雷(John Story)指出:“不断地重温文本,深刻地改变了作品与读者之间的关系性质,读者的注意力从“要发生什么”转移到“如何发生”上(约翰·斯道雷,2006:231)。受访的动漫迷多年来都在不断地阅读原著漫画、观看动画。不少人对其中的情节耳熟能详,对人物如数家珍,能背诵重要情节的每一句台词;而且对各种主次人物的虚拟身份(如生日、身高、体重等)了然于心。动漫迷对作品越熟悉,越代表对作品“忠实”的程度,越能得到网络社区其他成员的佩服和敬重。这是迷在社区上建立威信、积累文化资本的基本方式。

3. 投入密集的印象。这是指动漫迷以原作的情节或人物为基础,在头脑中虚构故事的行为,以女生更为普遍。他们通常想象与所迷对象发展出浪漫、诗意、幸福美满的故事,有时还会以创作的形式表达出来。但更多的是单纯的想象行为。美国学者霍顿(Houghton)和沃尔(Wall)曾提出“准社会交往关系”(Parasocial Interaction)理论,用于解释受众跟媒介出现的人类表征之间进行交互的现象,即受众将媒介人物当作真实人物做出反应的行为。其他学者进一步划分了准社交关系的不同阶段,从认同,到讨论、模仿,再到“想象的交往”,最后是“试图接触”(参见方建移、张芹,2004:86)。“想象性接触”是“准社交关系”发展的第三阶段。笔者认为,动漫迷对动漫人物产生各种想象的行为,是典型的“想象性交往”行为。这是动漫迷沉迷文本引发的一种过度阅读的延伸,通过自己的丰富想象填补作品中没有出现也不会出现的故事,满足对文本的消费欲望。

4. 迁移式阅读。这是指动漫迷对动漫涉及的相关领域“爱屋及乌”地进行了解、学习,甚至研究的行为,笔者概括为“迁移式阅读”。《圣斗士》这部动漫以希腊神话为背景,其中还揉杂了中国的禅宗、武术、印度的佛教、北欧神话等元素。圣迷们对这些领域投入不少精力进行深入学习。受访者莲之清语便是其中的典型。她所喜欢的角色沙加,是佛祖转世的黄金圣斗士,因而她也虔诚地信奉佛教,大学期间选修了所有能选修的佛学课程,还研读了《金刚经》、《维摩经》等多种经书。她自己承认:“有时觉得自己和佛教天生有缘,但如果没有沙加,我大概也不会接触佛教。”可见,莲之清语的“佛教情结”很大程度上与所迷恋的人物有关,可以随着其信仰变化而改变,喜欢佛教是她迷恋动漫角色而“爱屋及乌”的产物。

(二)建构特殊的诠释群体(interpretive community)

“诠释群体”(interpretive community),也叫“解释团体”,是由斯坦利·费什(Stanley Fish)提出,认为阅读是一种“深化的实践”(斯坦利·费什,1998:1-3)。学者李岩进一步解释,“阅读本身具有某种历史性,是在一种浓缩的或者说深化的内在参照体中完成的。”(李岩,2005:98)。亨利·詹金斯也认为,迷通常会形成社群,和同好分享、交换、辩论对文本的看法,同时也将规范传授给社区之中的新来者。

迷的阅读实践表现为:比较权威性的读者对作品的诠释或论证,可以在社群中形成一种经典与规范。而这种范式的建构“某种程度上具有自我巩固性和排他性,诠释群体因此而成立”。(张婧,2007:59)诠释规范的确立,有利于迷文化的建立和巩固。

圣迷对于作品的解读,也形成了“诠释群体”现象。如不少圣迷对女神雅典娜形象的解读,与原作品的形象相去甚远,产生了颠覆原文本规则的解读效果。一位版主生动地描述了这种现象:“我

们伟大女神雅典娜的形象也有希腊神话中的雅典娜,原著中的雅典娜,同人创作^①中的雅典娜。希腊神话中的雅典娜,驰骋沙场,所向披靡,威震八方。到了车田《圣斗士星矢》的作者,下同——笔者注)的笔下,没了能力,少了魄力,空有美丽。可这也不算最惨,在同人创作中,雅典娜能安心的做个花瓶已经是极端奢侈的事了。……她能扮演的,只有面目狰狞,轻则脑残重则心残,内心险恶,一肚子坏水的祸根。……因为讨厌,所以虐,一写雅典娜就不会有正面描写……雅典娜的形象已经被同人定位到了邪恶的一方。”^②

与之相对的,是对黄金战士形象的进一步丰富和发展,同样形成了圈子里面各种公认的“刻板印象”,有的与原著中人物形象相差甚远。网名为 imttx 的圣迷说:“回想当初,我看了许许多多的文章,车田笔下的人物性格渐渐被同人作品里的常出现性格所取代。阳光的米罗(不论是漫画还是动画,我都没看出他哪里阳光),单纯的小艾(动漫里着重描写的是忠勇),有点恶趣味的沙加,喜欢甜点和茶的米诺斯(动漫里有吗?我不知道)等等。”^③

由受众塑造的人物形象甚至影响了众人对原作人物的看法,这充分说明了同人作品形成的诠释群体对迷群认识原作品有不可忽视的反作用,这种影响有时甚至超越了原著。这在迷的文化实践中普遍存在。文化研究理论认为,原文本的立场代表着创作者的意图,是主流的、官方的立场,读者做出与这种立场相悖的“抵制式”的解读,反抗了官方立场,在原文本中开拓出自己的一片领地,形成了各自的文化场域。不同诠释群体构成了大众文化纷繁复杂、光怪陆离的面貌。他们的意义就在于打破了社会单一的同质性,体现一种解构的、颠覆的力量,进一步丰富了社会的多元性。

(三)构成主动的消费者(consumer activism)

1. 向制作方“施压”。迷研究学者指出,迷不但积极消费文本,还预测剧情发展,发动起来向编剧“施压”,希望文本按照其意愿发展,影响角色去留等。《圣斗士星矢》自 80 年代面世以来,只推出部分动画版。十几年来,圣迷们自发制作了各种各样的人物 CG 图、场景图,或长或短的动画片段。他们在自娱自乐的同时,也表达了将余下内容创作成动画的强烈愿望。在万千圣迷的热切期盼中,东映公司终于在时隔十几年后,从 2002 年到 2007 年,陆续推出余下漫画的动画版本。这些事实充分说明了,迷群的主动性对文本创作者有着积极的促进作用,至少制作方不会置迷群的要求而不顾,即使其中包含了对市场利益的追逐。

2. “同人逆迷”现象。圣斗士的同人文化十分发达,其影响力已超越了群体内部,使得很多原来不了解或不沉迷圣斗士的人通过同人作品也加入到这一群体中。这一现象笔者暂称之为“同人逆迷”现象,即本来是因为喜爱原作品而创作同人作品,而现在却是因喜欢同人作品而喜欢上原作。网友 stray 的发言很有代表性:“我走进 SS(《圣斗士星矢》)圈就是因为同人……我是因为对某人的惊鸿一瞥再在百度看文起家的,对 SS 的爱一日胜于一日。SS 的同人圈无疑是同类中文文章最强大、诗词质量最高的……我们班很多不喜欢圣斗士的人都对学派神魂颠倒。”^④

圣迷圈兴盛的同人创作现象,体现了迷作为主动的消费者,能够以群体的积极行动影响外界对作品的态度。“同人逆迷”这一现象,在目前已有的动漫迷研究,甚至迷研究中都没有提及,笔者认为,这是本土动漫迷一个独特现象,值得进一步探讨。

① 同人,原指有着相同志向的人们、同好。作为 ACG 文化的用词,所指的是,由漫画、动画、游戏、小说、影视等作品甚至现实里已知的人物、设定衍生出来的文章及其他如图片影音游戏等等,或“自主”的创作。参见百度百科对“同人”的解释, <http://baike.baidu.com/view/6316.htm#sub6316>

② 双鱼座的阿佛罗迪,《拿什么拯救你,我万恶的女神?》,参见“天马梦想”社区 <http://www.saintseiya.com.cn/bbs/viewthread.php?tid=40223&extra=page%3D1> [2009-4-5]

③ imttx,《大家来说说,是圣斗士让你同人,还是同人让你圣斗士?》,参见“天马梦想”社区 <http://www.saintseiya.com.cn/bbs/viewthread.php?tid=41327&extra=page%3D1> [2009-4-5]

④ imttx,《大家来说说,是圣斗士让你同人,还是同人让你圣斗士?》,参见“天马梦想”社区 <http://www.saintseiya.com.cn/bbs/viewthread.php?tid=41327&extra=page%3D1> [2009-4-5]

笔者将之归为迷文化实践的第二种范式“构成主动消费者”中,认为它在迷作为主动消费者方面表现出显著的作用。这种现象与“向制作方施压”有两点不同:其一,考察视角的不同。詹金斯指出迷群向作者或制作方施压,使文本能按照迷群的意愿发展,着重强调迷对文本作者、制作方的反作用,是从“受众——传者”这一关系角度考察。而“同人逆迷”现象则是从“迷群体内部——迷群体外部”的角度,即是从受众的角度考察迷群的主动性。其二,作用性质的不同。“向制作方施压”体现了迷群与制作机构一定程度上的紧张关系,甚至对抗的关系。而“同人逆迷”则相反的,从受众一端逆方向地增强了原作品的吸引力和影响力,从正面提高了原作品的吸引力和影响力,使其影响力借助迷群的力量得到进一步的辐射和扩散。体现了受众与制作方一定程度的“友好”关系。这是一种自发的、非功利驱使的行为,往往比制作方的刻意宣传炒作更为有效。

因而,两种行为现象“互补”地构成了“构成主动消费者”行为模式的内容。这再次印证了迷的文化行为多元多变的特征。

(四)创造独特的艺术世界(a particular art world)

费斯克(Fiske)认为,迷与非迷之间没有质的差别,迷的特殊性体现在两种行为上:辨识力和生产性,指出迷的创造行为使他们同一般的消费者区别开来。动漫迷群体的创作力在迷群中相当突出,创作类型丰富,下面总结了7种主要创作类型。

1. 同人文学创作。同人文学是指以原著基本设定、人物等为基础重新进行创作的文字作品。这是迷创作活动中最为普遍的、数量最大的类型。同人文体裁多样,既有小说、散文、诗歌等传统文体,也有日记、书信、会议记录、讲话稿等,无所不包。内容题材天马行空,从古代才子佳人的诗情画意,到虚拟时空的奇幻诡秘,应有尽有。亨利·詹金斯总结的10种电视迷文学创作方式(参见约翰·斯道雷,2006:231-232),在本研究中都存在,这些方式包括:(1)补充内容——以短文、小说等形式试图填补原故事的空白;(2)扩展时间表——补充人物成长或故事发生的背景,这些背景在原作品中没有交待清楚。如原作中各个圣斗士的成长背景没有交待清楚,这便成了同人创作的重要题材;(3)重新聚焦——把焦点从主要人物移向配角。这在圣斗士同人创作中十分典型,原作品中12位黄金战士只是配角,但在圣迷中人气极高,关于他们的同人作品数量远远大于关于主角的作品;(4)重新调整道德原则——将故事的道德伦理原则黑白颠倒(坏蛋变成好人),或从坏人的角度来讲述故事;(5)转变类型——热血动漫的人物却出现在校园动漫或体育题材动漫的同人作品中;(6)交叉——一个作品中的人物被引入另一个作品。如《圣斗士》的人物出现在其他动漫故事中;(7)人物变位——被赋予新名字和新属性的人物在新的故事环境中重新定位;(8)个性化——作者介入他们最喜爱的作品中。即“代入性写作”,圈子里称为RPG(角色扮演游戏);(9)情感强化——生产出所谓的“痛苦的快乐”故事。如不少同人作品最后给喜爱的人物死去或离开的悲剧结局,这类文章被圈子里称为“虐心文”或“虐文”;(10)色情化——探索角色生活的色情方面的故事。

2. 图画创作。图画创作目前更多是采用图像制作软件进行创作,再在网上与他人分享。作品主题多以人物为主,或是单纯的肖像,或包含完整的情节、复杂的场景,但人物形象都与原著保持一定的差距(酷似原作形象的属于临摹型创作),突出神似,加入作者自己的情感和理解,以诠释人物性格。一些作画水平较高、影响力较大的圣迷还创建了自己的个人主页展示画作,如网名为“七之彩”的圣迷(本人是美术专业研究生),开设了个人主页“七彩圣域”,其作品已达到一定的专业水准。

3. 音乐创作。动漫迷围绕所迷动漫作品进行多种类型的音乐创作。有的在已有歌曲基础上重新填写相关歌词进行“翻唱”;有的从作曲、演唱、录音,到形成完整作品,都是原创。其中,填词翻唱与同人文的诗歌创作有点类似,内容以记叙人物事迹、赞赏人物品质、抒发对其爱戴之情为主。这类作品在数量上最为丰富。在百度上以“圣斗士 翻唱”为关键词,可以找到超过4万条的记录。一些活跃的作者在分贝网、5sing、网友天下等提供个人音乐作品展示的站点都建立了自己的音乐库,如妖仙·昆仑的《隐形的翅膀(十二宫版)》、《绯色天蝎》、《惜英雄》等,miho的《莲笑尘消》、《凤舞昆仑》作品在网站上都有较高人气。

4. 视频重组、配音。迷自己制作相关的视音频作品的行为在 20 世纪就出现了。今天,利用先进的视频制作技术,迷群可以更高效便捷地组合原作品影像,重新配音配乐,再造自己的视音频作品,并借助网络迅速广泛地传播。近几年,这种形式的迷作品在网络上大量涌现。以《圣斗士星矢》为例,搜索 google 或百度视频,都可以找到 4 千左右的记录。这些视频都根据原动画作品的画面,或者沿用原来的主题曲,或者配上新的音乐,重新编辑,再加上一些字幕和特效制作而成。制作者中有的只是爱好者,有的是专业人士,如 MV 作品《那些花儿》的作者“冰山火种”便是上海某电视台的一名编导。对迷群来说,这些作品艺术水平高低并不重要,而在于在制作和分享过程中,迷们从中自娱自乐,寄托对作品或人物的喜爱,建构自己的文化意象,体现了亚文化群体的文化诠释能力。

5. 开发同人游戏软件。开发同人游戏软件是技术要求更高的团队创作形式。一支完整的游戏开发团队由监督、策划、脚本、程序、美工、色彩、动画、背景、音乐等环节构成,完成之后还有对外宣传、网站支持等工作,整个过程复杂而艰辛。而且制作、宣传费用基本都由团队自筹,需要成员对工作拥有强烈的热爱和负责的精神。以“圣斗士”为主题的同人游戏,知名度较高的有《青空之想》、《恋爱的十二宫》等。开发同人游戏初衷往往就是为了表达、延伸对所迷文本的热爱。如早期的同人游戏《恋爱的十二宫》基本设定是玩家在圣域修炼的同时与黄金战士们交往,并发展出恋爱关系,满足女性圣迷对所爱慕角色的浪漫幻想,以建构一种“集体幻觉”的方式,从中满足与所迷对象的“想象性交往”。

6. 开发同人志和周边产品。同人作品集是迷群体发展比较成熟的集体创作形式。即由某些带头人组织、策划,召集若干作者围绕一定主题进行图画或文字创作,集结称册,内部传阅或公开出售。这种团体创作形式的特殊之处,在于一开始就有明确的宣传动机,无论只是圈子里的传阅,还是付诸印刷发售,都希望更多人能阅读到,以扩大其影响力,所以这也是迷群进行对外宣传的重要形式。活动也会选择某些有纪念意义的时机或主题进行,如由天马梦想社区发行的纪念《圣斗士》问世 20 周年原创画册《旌旗》、2008 年圣斗士年历、由莲之清语等人制作的纪念沙加生日的电子期刊《金色流辉》等。周边产品方面,则是先由作者创作图画,再印制在徽章、明信片、书签等物品上面成为周边产品出售。

7. Cosplay。Cosplay 是英文 costume play 的缩写,即角色扮演,是指穿上特定的服装,搭配相应的道具,加上化妆造型、身体语言等,扮演动漫、游戏或影视作品中的角色。角色扮演起源于日本,一开始是商家的一种宣传策略,后来逐渐受到动漫迷青睐,成为一种展示活动。20 世纪 90 年代初期传入港台,再逐渐传入大陆。据香港 cosphoto 网站介绍,cosplay 首先要基于一种兴趣,因为喜爱该角色而进行演绎,不但外表要惟妙惟肖,神态也要生动传神,越是“形神兼备”越是成功。^①

而参加过 cosplay 的受访者黑郁金香和 pega 都不约而同地表示,cosplay 更多的是一种“自娱自乐”,以此表达对角色的喜爱之情,外形或表演能力不是最重要。实际上,角色扮演者通过这种装扮和表演,满足了自己成为梦幻世界中一员的梦想。诚如费斯克所言,迷在将自己的形象投射于扮演角色身上所产生的快感中,“把一个普通的内心幻想的形象转化为具体的、具有公共潜能的文本”(约翰·费斯克,2001:156)。Cosphoto 网站上的标题便是“一个在梦想中建立的网站”(a site built in Fantasy)。尽管制作服装、道具的过程十分复杂,甚至艰辛,但动漫迷都从中体验到无法取代的满足与愉悦,正如黑郁金香在谈到玩 cosplay 的原因时所说:“最重要的原因是 2D 转变成 3D 的那种快感和激动。”

(五)广泛的日常生活联结(a wide daily connection)

这是指迷将爱好带进日常生活中的行为。包括以下几种行为:

1. 收集物品。费斯克认为,迷以越多越好的原则搜集偶像的物品,搜集是迷的文化结构之一。本研究的对象中,无一例外都有搜集所迷文本的物品,包括原版 DVD、CD、海报、模型玩具,以及服装、饰

^① Henry, Cosplay? Q&A, <http://www.cosphoto.net/FAQ.htm>[2009-4-7]。

品、日常用品等各种周边物品。如受访者 Asahina 每月都会购买新的周边,之后会拍照上传在自己的博客上与同好分享。

2.符号代替。这种行为方式比较符号化、象征性,笔者称为“符号代替”。如使用与所迷对象有关的QQ头像、签名、电脑桌面、手机铃声等。受访者中有5位的QQ或社区用户头像就采用了“圣斗士”的图片。莲之清语、单枫等人还在喜爱人物生日前后,将QQ签名档改为相应的祝贺语。阿修罗则将“圣斗士”主题的图片长期作为电脑桌面。

3.主题活动。网络社区经常会在各种节日或动漫人物生日前后,举行相关主题的庆贺、庆生活动和游戏。如以情人节、中秋节、圣诞节等节日为元素创作相关同人文;动漫人物生日时的“庆生征文”、角色扮演的“版杀”游戏等。甚至还有在高考之后,将各地作文题目集中起来,让动漫迷以此进行同人文创作的“命题作文”活动,等等。

4.日常生活联想。动漫迷在日常生活中遇到的跟所喜爱动漫有关的元素时,便会浮想联翩,并在社区上与他人探讨,寻求共鸣。

以上行为都说明,动漫迷试图将虚拟人物带出虚拟世界,嵌入自己的现实生活中,以此制造所迷对象的真实性和存在感。

(六)建立特殊的社会群体(an alternative social community)

迷群体作为社会群体的一种类型,也有社会阶层,划分阶层的标准是基于对社区贡献的“文化资本”。本研究中,笔者将“文化资本”划分为两种基本类型,一种是基于自身文化能力的“能力型资本”,体现为迷本人对作品的熟悉程度、分析作品的能力、获取并提供新信息的能力、创作能力等,即是产生迷文化文本的能力。第二种是基于社区表现的“表现型资本”,主要根据迷在该社区注册时间和在线时间长短、发言活跃程度等表现而积累的资本。两种划分更多基于区分的需要,并非截然不同,“表现型资本”一定程度上也是文化能力的反映。

一般来说,在线时间越长、发言越积极,在社区中等级就越高,而等级的直接作用是获取网络资源的权限大小,因为有些资源要求达到一定等级才能获取,等级不足的可以通过积极发言获取资格。身为论坛版主的美蓉居士以下的一番介绍,揭示了“能力型资本”与“表现型资本”对获取资源资格的影响:“论坛发帖会有积分。积分到一定程度就可以去下载资源。当然发布自己好的作品,发布新闻等等会有更多的加分。说白了就是如果能力不够,不能发精华贴或者新闻的话可以通过在论坛回帖,提高论坛人气的方式来获得加分,从而取得获取资源的资格。”由此看来,文化能力的差异对资源获取是有一定程度影响的,而这种影响通过“回帖”进行削弱,体现了参与式文化“较低的艺术表达门槛”的特点。

三、动漫迷行为模式的特点

(一)意义生产构成迷文化的核心

从以上对迷的行为模式的分类、总结、梳理中,我们可以清晰发现,各种行为的目的指向和主要内容都围绕“意义生产”进行,可以说,意义生产是迷行为模式的突出特点,也是迷文化的核心。正如前面所分析的,迷的生产行为至少包含三个层次:第一是单纯的心理层面的想象、联想或幻想;第二是有实物为载体的情感投射和精神寄托(如收藏行为);第三是通过付诸实践,生产、创作出客观存在的作品。不同层次的生产行为都伴随着意义的产生,或者说,行为本身就是意义生产的过程。

综观动漫迷日常文化实践的各种模式,无论是动漫迷对动漫文本的过度使用,还是诠释团体的颠覆性解读,都赋予了原文本个人化的意义;而动漫迷将动漫元素与日常生活进行广泛联结,借助实物或符号中介,使所迷对象的相关意象能渗透到日常生活中,意义得以四处流动、传播、衍生;而迷作为主动的消费者、创造独特的艺术世界,更是以积极的行动,亲身投入与原文本相抗衡的新文本生产中。特殊社会群体的建立,则揭示了意义生产的集体性,它跨越了个体的、零碎的、分散的解

读,在不同个体间引发共鸣,形成意义的文化场域,从而彰显出迷群的社会文化力量。这些现象印证了约翰·费斯克所说的“快感的来源”。他认为,快感的来源是多方面的,包括了:辨识的快感(对原初文本的语境和意义的辨识),再产生的快感(玩味新的文本语境,进一步从事再生产)、以及产生的快感(在再生产出的意象、“迷”对动漫的知识以及他们日常生活三者之间生产出有意思的关联)(约翰·费斯克,2001:156-157)。他还指出,大众的快感的两种主要的运作方式是躲避(或冒犯)与生产力(约翰·费斯克,2001:52)。因而,生产是迷群获得快感的方式,也是意义获得的方式。

(二)文本诠释构成共同的话语资源和交流基础

意义生产的基本表现是迷对于原文本的填充、拓展、阐发等,统称为对文本的诠释。原作品到了受众手中便成为“读者式文本”——一种被不断抽空原有意义又不断填充进读者理解的开放性文本。经由迷的理解消化之后,原文本被重新分拆,成了一些支离破碎的素材,又经过改装、重组,形成新的文本意象。这些被重新诠释的文本,才是迷之间进行交流的主要对象。正如费斯克的比喻——原作品像房主,读者像租客,租客居住时,尽管房子不是自己的,但至少具体的居住实践是自己的,可以移动家具、进行一些装饰和打扮等等。

我们通过下面的例子进一步分析动漫迷如何通过建构个人化文本来阐释新的意义。以下是一首同人翻唱作品《莲笑尘消》,作者在《金子陵》曲调基础上配上歌颂黄金圣斗士沙加的歌词,将人物相关的招式、台词和经历等巧妙地融汇其中。

《莲笑尘消》^①

词:Miho

曲:钢琴独奏版《金子陵》

轻纱曼绕 捻一水莲笑/揽世情 临波烟云浩/愁上眉梢 梦半生尘消/泪独滑 面佛空自嘲/魑魅魍魉尽散 曾见富贵好/六道轮回穿百千浩淼/十二金绣明灭 悲欢一舟歇/绿酒玉杯路迢迢/花开花谢绚烂 星起星也璀璨/沙罗双树齐叹 八百念珠映悲欢/地空天入海 宇阔光绝暗/生生盼/天舞宝轮飞转 天魔降伏魂满/结愁泪谁人晓 欲悲欲欢/渡阿赖耶识 随风远/眼开花飞瓣/魑魅魍魉尽散 曾见富贵好/六道轮回穿百千浩淼/十二金绣明灭 悲欢一舟歇/绿酒玉杯路迢迢/倚云窗 影绕/寄良夜 曾到/来生 今消

要理解这首作品,要求对该人物的设定和剧情十分熟悉。如其中的“魑魅魍魉”、“六道轮回”、“天舞宝轮”、“天魔降伏”都是沙加的招式,“念珠”是他的法器,“阿赖耶识”是设定中由他首先领悟的“第八感”,“沙罗双树”、“花瓣”等则是他的修炼场所“沙罗双树园”相关的景物,“花开花谢绚烂,星起星也璀璨”则套用了他在作品中的台词,等等。可见,要享受创作和解读这些作品所产生的快感,需要有相当的文化能力,即能在多大程度上辨识出新文本与原剧情及台词的对应关系的能力。辨识力越强,从中建构的快感资源就越丰富。同为迷的受众,当然能对这些挪用和隐喻心领神会,使他们在交流中获得心照不宣的共鸣。

对于这些“读者式文本”,如果我们只以社会相关性而不是艺术审美标准进行评判的话,那么,各种各样的解读其实没有优劣之分。正如迷群社区上经常针对作品中某一问题进行“辩论”,表面上喧嚣激烈,但往往各方采用了不同的立场、视角和评价标准,实际只是一种各说各话的“伪辩论”而已。迷群从中获得更多的并非是说服对方的满足,而是张扬自己见解和立场的愉悦,并且借由这种方式,传达了一个强烈的信息:我们都是热爱这部作品的,是对其有研究、有思考的“内行人土”,这种惺惺相惜的共鸣和归属感,在“敌对”的氛围中不断得到加强。并且,这种话题制造会逐步积累

^① Miho,《莲笑尘消》,歌曲参见《土豆网》(<http://www.tudou.com/programs/view/pDalmg8Lps4/>[2011-7-31]),歌词参见百度贴吧·沙加吧(<http://tieba.baidu.com/f?kz=264668643>[2011-7-31])。

成社区内部的凝聚力。这才真正构成了迷的共有的话语资源和交流基础。

(三)通过创作占有迷对象

不少迷文化研究者指出,迷群表面上以媒体信息或偶像明星为中心大量使用媒介,但实际上是以自我为中心进行书写,并通过书写过程进行自我认同的建构。台湾学者张玉佩将之表达为“借由书写展现自恋的循环”,并试图将偶像占为己有(参见张嬿,2007:97)。对动漫迷而言也是如此,他们的创作行为从一开始就包含一种强烈的“介入”愿望。关于创作的初衷,不少受访者都强调自己是出于一种表达的欲望,将自己对人物的理解、情感、评价等寄托于角色中。如芙蓉居士说:“它(文章)能表达自己的情感,并通过自己的想法去弥补原著给自己的情感或者理解带来的缺憾。”通过创作打破与动漫人物的虚拟时空界限,动漫迷进入一个任由自己虚构的人物关系中,幻想自己与人物共生共处。如同人文的创作,将迷对象植入各种时空背景或社会条件下,偶像形象和自我形象实现不同程度的融合,在奇幻世界中任意穿梭,自由跨越,使各种可能性得以无限延伸。而cosplay的角色表演,更是在将二维的平面人物形象转变成三维的“真人”的过程中,使幻想与现实进一步缝合。正如詹金斯所言:“作品之所以有吸引力,不是因为作品可以占有发烧读者,相反,而是因为发烧读者可以更加充分地占用作品。只有通过把传媒的内容融入他们的日常生活,只有通过含义与材料的密集交织,发烧读者才能充分消费作品,使其成为一个不断流淌的源泉。”(约翰·斯道雷,2006:231)也可以说,表面上在言说偶像,实际上在言说自己——自己的情感、好恶、道德评价、个人欲望与幻想等等。如受访者单枫,创作了以所迷人物——穆先生为主角的系列小说。在创作世界中,她相信她所钟爱的角色是存在的:“对于穆先生的一切,我依旧持着自己的看法自己的想法。梦幻的紫色是不会消失的,这是我坚信的事情。就像阳光存在于这世界上,先生也是存在于这世界上。”作者对这种“虚假的存在”的进一步解释是“应该是一种精神寄托吧。”以创作来确认虚拟人物的存在感和真实性,这种存在是属于迷个人的存在。

除了个人代入外,为了达到占有文本或偶像的目的,迷群常用的创作方式是“拼贴”。“拼贴”(bricolage)原是指部落中人的日常实践,创造性地组合手边现有的材料与资源,制作出可以满足当下需要的物件、符号或仪式。而费斯克借用这一术语来分析大众的生产行为:大众生产力是以一种“拼贴”的方式对文化产物进行重组的使用过程,是从“他者”的资源中创造出自己文化的手段。费斯克认为这是一种最典型的“权且利用”(making do)的行为,是青少年亚文化的典型行为和显著特征。视频重组便是这样一种典型的拼贴行为,视频的素材是原作品的,但重组后的视频却是迷自己的。这种行为在经济上是逃避体制的(逃避原著版权问题),在意识形态上则带来了参与的快感,实现了普通人参与创作的愿望。

而这些占有迷对象的积极消费行为,文化研究者们将之比喻为“盗猎”：“读者是旅行者；他们穿越属于别人的地盘，就像游牧人偷偷穿越他们从未涉足的田野一样。”(约翰·斯道雷,2006:230)并且,迷作为盗猎者,他们会极力保住他们偷猎的东西,并且将其“掠夺”的商品作为建立选择性文化群体的基础。

(四)以众人参与作为维系群体的基础

尽管多数阅读是单独的、悄悄进行的实践,但迷的发烧行为是作为群体的一部分来消费作品的。单独的迷现象几乎不存在(丹尼斯·麦奎尔,2006:48)。像斯道雷所言:“发烧(fandom)文化是关于含义生产和阅读实践的公开展示与流通。发烧友制造含义并与其他发烧友交流心得。没有这些含义的公开展示与流通,发烧就不成其为发烧了。”(约翰·斯道雷,2006:231)这说明,众多迷的参与——特别是在网络社区上进行交流、探讨、辩论,包括将自己的收藏和作品上传分享的行为,是维系迷群的重要纽带,或者说,这本身就是迷生命力的体现,是迷群得以存在发展的基础。

迷在网络社区的参与不仅仅是一种“寻找组织”的个人身份认同,它通过意义源源不断的生产和分享,形成群体共同的价值观念、行为规范、语言体系、群体风格等,使网络社区变成“家园”,网上

同好变成朋友和“家人”，这种“非一般的阅读实践”，使更多潜在的迷加入进来，创造了所谓的“参与式文化”。

对社群而言，共同爱好只是走到一起的原因和开始，要使社群具有持久的生命力，还有赖于以下三个条件：其一是成员的责任感。除了有一群有责任感的成员热情、长期的投入外，还要将原有的知识背景、文化特质、行动风格等带入社区，形成新来成员可以遵循或效仿的规范。其二是人际关系的维持。为了创造和维持良好的人际关系，成员间要愿意改变自己的想法，体谅他人，通过沟通协调处理人际互动，即是说，要有社区的文化协商和沟通能力。其三是凝聚的机制。如资源库的付出/索取机制，在保证成员能按各自贡献大小获取相应资源的同时，乐意为社区做出小贡献，以积累维系社群发展的资源。（张婧，2007：107）

动漫迷虚拟社区维系的条件体现了参与式文化的内涵：相对低的参与门槛，成员乐于创造和分享成果，经验丰富的成员将文化传给新来者；成员相信自己的付出会受到重视，并与其他成员有一定程度的社会联系。由此可见，动漫迷在虚拟社区的文化实践，实际上便是一种参与式文化。

在新媒体崛起的背景下，以各种亚文化迷群体为代表的青少年，是参与式文化的实践主体。他们积极主动的网络交流和文化创造行为，体现了受众在大众传播环境中的地位变迁——从被动的信息接收者到主动的文化创造者。更进一步地体现了普通大众对文化权利的申张和追求，蕴含着推动社会进步与民主进程的巨大潜力。正如费斯克所言：“很难想象一种社会变革运动能够不依赖大众的某种特殊的思考能力，以不同于主流意识形态所提倡的方式去思考自己和自己的社会关系”（约翰·费斯克，2001：199）。本研究的动漫迷群体，他们通过形形色色的日常文化形式，抵制着作为普通大众的“文化被动性”，释放出青年亚文化鲜活的生命力。

参考文献：

- 方建移、张芹，2004，《传媒心理学》，浙江大学出版社。
- 李岩，2005，《媒介批评——立场 范畴 命题 方式》，浙江大学出版社。
- 张婧，2007，《新媒介环境中的受众研究——以虚拟社区中的追星族为例》，清华大学博士学位论文。
- 丹尼斯·麦奎尔，2006《受众分析》，刘燕南译，中国人民大学出版社。
- 费什，1998，《读者反应批评理论与实践》，文楚安译，中国社会科学出版社。
- 约翰·费斯克，2001，《理解大众文化》，王晓钰、宋伟杰译，中央编译出版社。
- 约翰·斯道雷，2006，《文化通论与通俗文化导论》，杨竹山、郭发勇、周辉译，南京大学出版社。

作者单位：浙江大学传媒与国际文化学院传播研究所
责任编辑：李春玲