



# 粉丝文本生产的三种路径

## ——基于对百度贴吧的考察

陈 彧

(西华大学 人文学院, 四川 成都 610039)

**摘 要:**以 web2.0 为代表的新媒体技术催生了用户生成内容的理论与实践,进而演变成一种全新的媒介文化样式——参与文化。而当粉丝族群来到新媒体时代,便迅速成为这场参与浪潮中的一股主力军,在国内最大的粉丝文化聚集地——百度贴吧平台上,粉丝们通过三种典型路径展开微观亚文化层面的文本再生产,同时亦折射出宏观文化浪潮的些许脉络:热衷读图与图说的“图像化阐释”,彰显视觉化生存的思维逻辑;偏好手绘与手工的“自助式复制”,则以“手”代替“眼”的体验,呈现出对电子视像文化的反向补充,用去经济化的生产表达出对消费主义文化的逆向抵抗;而拼贴和拟像的“融合性创造”,则又不自觉地以浸染与消解的后现代思维潜意识模仿着当代媒介产业跨媒介的生产运作模式。

**关键词:**粉丝;文本生产;参与文化;视觉生存;自助性复制;媒介融合

**中图分类号:**G210.9 **文献标识码:**A

**文章编号:**1000—5242(2014)04—0119—07

**收稿日期:**2013-12-05

**基金项目:**四川省教育厅人文社科项目“新媒体技术条件下的粉丝创造力研究”(13SB0313)阶段性成果

**作者简介:**陈彧(1982—),女,四川宜宾人,西华大学人文学院讲师,文艺与传媒博士。

在英美的文化研究传统中,粉丝研究属于受众研究的一个范畴,并大致经历了三个发展阶段:20世纪90年代初兴起的第一阶段将粉丝视为大众文化资源的挪用者和抵抗者,以美国媒介学者亨利·詹金斯(Henry Jenkins)的《文本的盗猎者》为代表;90年代中后期转向关注迷<sup>①</sup>群的社会阶层和权力结构,被视为粉丝研究的第二阶段,这一理论视角下的代表性研究如克瑞·哈瑞斯(Cheryl Harris)的《电视“迷”的社会学》;本世纪以来,粉丝研究进入关注“泛化”的迷和新媒体技术背景下的粉丝文化的第三阶段。<sup>②</sup>综观这三个阶段,在粉丝研究者的视野里,粉丝的“文本再生产”行为均是研究焦点。从霍尔的“编码与解码理论”指出的主导的、协商的和对立的三种受众解读文本的方式,到米歇尔·德赛图描述的以挪用拼贴与权宜使用作为解读策略的“盗猎”模式,从约翰·费克斯提出的对原始文本进行积极重构,构筑意义与愉悦的“文本生产力”,<sup>③</sup>到亨利·詹金斯继承和发展德赛图观点的《文本盗猎者》,<sup>④</sup>都能找到对粉丝文本再生产行为的关注与解读。对于

粉丝创造二级文本的路径与类型,也有相应的考察与归纳,比较全面和具有代表性的当属詹金斯列举的电视迷改写电视节目的10种方式:包括补充内容、扩展电视剧的时间表、重新聚焦、重新调整道德原则、转变类型、交叉、人物变位、个性化、情感强化等。<sup>⑤</sup>换言之,粉丝作为一群特殊的消费者和媒介

① “迷”为英文“fans”一词的意译,《朗文现代英汉双解词典》解释为:(运动表演艺术或某名人的)热心追随者或支持者,而“粉丝”则为该词音译。值得一提的是,与“迷”的意译法相比,“粉丝”这个颇具后现代风格的音译词似乎更受我国公众与媒体的青睐。由于其方便灵活的用法和时髦形象的含义,在近年来迅速飙升为大众口中最流行的时尚用语。因此,本文中提及的“迷”与“粉丝”,均指这群特殊的媒介受众与文化消费者。

② 邓佳佳:《试析西方“迷研究”的三次浪潮和新的发展方向》,《国际新闻界》,2009年第10期。

③ [美]约翰·费斯克著,陆道夫译:《粉丝的文化经济》,《世界电影》,2008年第6期。

④ Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.

⑤ [英]约翰·斯道雷著,杨竹山等译:《文化理论与通俗文化导论》,南京大学出版社,2001年,第310页。

受众而存在,这种特殊性除了体现为观看与消费的过度性、重复性、狂热性、虔诚性等,<sup>①</sup>还有一个更重要的考量,即消费的生产性,粉丝是“产消者”、“产用者”<sup>②</sup>的典型代表,文本再生产即是他们展开“生产式消费”的重要具体实践——他们热衷于利用大众文化与媒介影像材料,以及力所能及的技术方式与视觉表达能力,生产出自己的文化产品,包括散文小说、图片照片、漫画动画、音频视频、歌曲和周边产品(如团体视觉标识、书籍杂志、海报画报、日历卡片、公告纪念品、服饰道具)等各种类型的不计其数的粉丝文本,从而构建出一个相对独立与媒介生产者掌控之外的艺术世界,形成自己独特、持久的社群文化。<sup>③</sup>

当粉丝来到新媒体时代,以 web2.0 为代表的技术催生了用户生成内容(UGC, User Generated Content),进而演变成一种全新的媒介文化样式——参与文化,这些原本就热衷于创造与表达的粉丝便迅速成为这场参与浪潮中的一股主力军。詹金斯最先提出“参与文化”一词,用于描述一种在新技术环境中产生的消费主义形式,能够实现消费者参与媒介叙事的创作与流通,并成为生产者的期待。近年来,国内不少新媒体研究者借鉴此概念,并结合国内具体的网络文化实践,将这种文化浪潮定义为一种以网络虚拟社区为平台,以青少年为主体,通过某种身份认同,以积极主动地创作媒介文本、传播媒介内容、加强网络交往为主要形式所创造出来的一种自由、平等、公开、包容、共享的新型媒介文化样式。当新媒体提供了更为普及的、非专业化的视觉生产与传播技术平台,粉丝的再生产内容从传统的文字叙事扩散到形式多样的多媒体文本,其再生产的路径亦呈现出一些与当代文化图景相适应的新线索——传统研究中以粉丝小说(同人文)为分析对象的文本考察需要得到刷新与补充。

本文选择目前国内粉丝文化相对集中的大型综合性中文社区——“百度贴吧”为研究场所,综合运用非参与式观察、文本分析等方法,对新媒体空间的粉丝文本生产路径进行一些考察与梳理,目的是展现粉丝文本生产的三种路径,进而揭示这三种路径所包含的更深层次的文化意蕴。

### 一、路径一:读图与图说的视觉化阐释

目前,视觉思维成为粉丝在当代视觉文化环境中的一种生存策略,传媒影像成为当代生活的重要背景,正如居伊·德波所言:“景观不是影像的堆积,而是以影像为中介的人们之间的社会关系。”<sup>④</sup>而新

媒体平台又提供了大量观看的可能性,粉丝们借助各种视觉机器与视觉技术,用眼睛参与消费体验,“看”与“被看”成为粉丝与偶像文本之间的基本关系,通过特定方式的“看”,粉丝与偶像文本建立特定的关系,进而建构与世界、与他人的特定关系。一如苏珊·桑塔格在其《论摄影》中所言:“通过照片来观看真正指望的其实是一种渴望占有世界的关系,它滋养了审美意识,助长了情感的独立。”<sup>⑤</sup>粉丝从流行媒介文化中获取偶像、空间、故事等三类消费资源和生产原材料,通过读图与图说的视觉化阐释,将消费体验转化为生产实践,这是第一种生产路径。

#### (一)“读图”:图像作为阐释对象

粉丝的阐释对象基本是媒介影像构筑的视觉资源范畴,即对大众媒介提供的影像视觉文本进行观看,进而对视觉符号体系进行解读与阐释。如百度贴吧的各类“盘点贴”,从人物的五官、妆容、服装到气质、性格、命运,从人物关系到剧情发展,从空间场景到道具器物,粉丝对偶像(文本)的较深程度的了解促发粉丝的阐释行为,在从凝视发展为品鉴的目光中,这些影像符号得以解码。

“红豆爱阿翁吧”是一个在贴吧首页出现频率极高的个人贴吧,以点评媒介偶像形象的“盘点贴”著称,在其“图楼自曝”、“盘点素材”、“炫炫美图”、“娱乐八卦”、“图文并茂”几个主要板块中,积聚了一千多个精品主题盘点贴(在每个贴吧都有“精品区”,用于存放吧内的精彩内容,是这些可看性较强的内容获得最大的能见度,不至于淹没于大量的口水贴之中)。从这几个板块的名称即可看出,这些盘点贴主要以图片的方式,对明星形象、影视剧造型、服饰搭配等进行归类与点评,主题的选取往往别出心裁,如明星的长相

① William W. Kelly, *Fanning the Flames: Fans and consumer culture in contemporary Japan*. State University of New York Press, 2004. 7.

② 上个世纪80年代,托夫勒在其《第三次浪潮》中提出了“prosumer”(产消者,生产者“producer”和消费者“consumer”两词合并)一词,用于描述基于信息时代的大规模定制生产方式与新经济形态下生产者与消费者身份将逐渐模糊与融合的趋势。2005年,澳大利亚学者布朗兹(Alex Bruns)又以同样的构词逻辑提出“produser”(产用者,生产者“producer”和使用者“user”两词合并)一词,用于描述在互联网上,尤其是基于 Web2.0 交互技术的平台上,信息的接受使用行为与生产传播行为结合在一起的现象。

③ Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992. 45—49.

④ [法]居伊·德波著,王昭风译:《景观社会》,南京大学出版社,2006年,第3页。

⑤ [美]苏珊·桑塔格著,艾红花、毛建雄译:《论摄影》,湖南美术出版社,1999年,第127页。

特征、特定造型等。这些盘点贴从媒介影像中抓取精彩瞬间,用图片的方式凝固,汇聚成“图楼”,吸引着众多明星粉丝的驻足与视线。

## (二)“图说”:图像作为表达方式

在进行观点与情感表达时,粉丝们不自觉、无意识地运用了当代视觉文化的基本表达方式:图像。这里的图像不再是文字的补充,反之,文字却成为图片的注解。阐释始于观看,过度的、重复的观看训练出熟练的、敏锐的、挑剔的、“专家”的眼光,同时,观看的方式影响了阐释的方式,满目的图像景观培养了粉丝们的视觉思维。既然图像是认知世界的重要中介,那么它也可以用来作为意义表达的重要方式。

如果说“盘点贴”体现的是粉丝的“读图”,“盘点”的“图楼”是粉丝眼中映衬出的媒介影像,那么“分析贴”则更能体现粉丝的“图说”。在“分析贴”里,图像承载了大部分的意义,成为阐释的主要方式,甚至无图不欢,没有图像,就没有点击率与观众,文字反而成为陪衬与辅助。如“考据党”,热衷于对影视剧、动漫中的场景设置、器物细节等进行分析,通过对影像与史料、现实时空的对比与评价,考证二者是吻合还是穿帮,以此表达对媒介影像生产的欣赏或否定。日本长篇连载动漫作品《海贼王》的粉丝“海迷”建立了一个“海吧分析吧”,聚集了关于作品人物分析、情节推测、场景与器物鉴赏、作品意义与风格等方面的分析贴近二十万。

粉丝的阐释欲望向来强烈,只不过在新媒体的技术条件下,粉丝的表达方式多了些视觉思维的“图说”方式。比如,歌迷们的“歌词配图”创作就是“图说”思维的一个例子,歌迷喜欢精挑细选一张张精致的图片,用于诠释流行歌曲的歌词意境。又如,百度首页精彩推荐中曾有一个来自斗破苍穹吧的帖子“传奇武将武力排行榜 TOP50”,该帖对中国古典文学名著以及历史传说中的 50 位武将形象进行介绍与分析,每一位人物都有图为证,而仔细观察这些肖像图,绝大多数都是游戏与动漫中的人物造型,与之互动的跟帖讨论也多围绕这些游戏人物造型而展开。可见,这位喜爱武将与英雄传奇的粉丝以及其同好们眼中的传奇与人物,实则是媒介影像构筑的形象。反过来也就是说,媒介影像也成为他们进行表达与交流的重要中介。

## (三)凝神观看与视觉生存

可见,大众媒介影像经过了粉丝的凝视与品鉴目光折射,呈现为一个带着独特亚文化气息的图像景观。通过选择性的观看,在对局部与瞬间的凝视中,粉丝将自己眼中最精彩的影像瞬间提取出来,将

影像切片,将时空凝固,用一张张图像作为时空的节点,作为表达不可名状之情的可见之物。这些盘点与分析,不仅包含着粉丝的过度的、重复的观看体验,以及粉丝对影像资料的收集与存储行为,更重要的是,在他们的截图与复制、编辑与重组、阐释与表达的生产性使用过程中,已经将媒介的影像资源打上了粉丝的烙印,变成了凝结喜爱和迷恋情感,承载粉丝的愉悦与意义,表达粉丝的认同的东西。同时,这些东西也会吸引粉丝群中同好的目光,召唤对粉丝的体验的分享。

## 二、路径二:手绘与手工的自助式复制

粉丝作为重度的消费者,会在其日常生活空间中尽可能地实践对所粉丝偶像(文本)的消费行为,比如,用偶像的海报与照片布置房间,购买偶像代言的商品,随身携带偶像的相关之物,模仿和借鉴偶像的形象和装饰品装扮自己等,将偶像视觉资源移植到日常生活中,对私人空间甚至是公共空间进行改造,对自身形象进行塑造,以其与偶像随时随地相遇,并标榜自己的粉丝身份。

在“日常生活审美化”的文化背景下,审美与日常生活的边界消融,“后现代主义强调艺术与日常生活之间界限的消解,高雅文化与大众通俗文化之间明确分野的消失,总体性的风格混杂及戏谑式的符号混合”。<sup>①</sup> 这种将迷恋的媒介影像复制到生活环境与日常用品中,融入自己的日常生活的消费与审美实践,可谓是一种典型的打破艺术与日常生活界限的行为。如果说,传统的粉丝用于改造身体形象与生活空间的图像与物件资源主要来自于媒介工业的官方生产,是通过专业设计、品牌授权、批量大生产等产业环节制造出来的商品的话(如偶像的照片和海报,动漫、游戏、电影等流行文本的公仔、文具、饰品等周边衍生物),那么,在新媒体参与式文化熏陶下的媒介迷群中,出现了一种 DIY(do it yourself)倾向,粉丝们在消费被他们称之为“官方”生产的商品的同时,越来越多地尝试运用自己的双手和日益普及的视觉技术来复制影像与物件,用 DIY 之物代替工业商品,作为体验迷之情感的载体,这即是粉丝文本生产的第二种路径。

### (一)手绘:复制平面图像

用手参与观看的体验,通过复制影像来消费影像,这种体验方式从动漫文化扩散到整个流行文化领域,

<sup>①</sup> [英]迈克·费瑟斯通著,刘精明译:《消费文化与后现代主义》,译林出版社,2000 年,第 94 页。



成为青少年粉丝们进行情感表达的一种流行方式。

从复制内容来看,从动漫形象到虚拟游戏人物、偶像明星肖像,流行商品影像等,套用一句时下流行的广告语句式,大有“喜欢它,便要画出来”,将一切迷恋之物复制于纸端之意。从技术方面来看,从传统的手工绘画到鼠标绘制、电脑软件绘图,日益普及与傻瓜化的电脑软件操作,使得更多的没有美术功底的粉丝也能加入到模仿影像的行列中来。从载体方面来看,从笔尖纸端到各种日常生活用品,遵循着传统粉丝将喜见之影像变成手中之物与随身之物的实践路径,用DIY复制的图像填充日常生活的空间,如用于网络空间的身份标签和形象面具的头像、表情、图签,用于现实空间的电脑桌面壁纸、手机屏保、卡片、书签、图章等。

一个网名叫“25 很好很强大”的吧友在帖子中展示自己高中时期在校服上描绘游戏dota中的人物形象,由于画工过硬,班上同学以及其他班的同学纷纷将自己的校服贡献,在他那里定制喜欢的dota形象的帖子,引起了dota迷们的关注,进而同好们开始探讨邮寄衣服给他,让他作画。这类利用一定的美术功底与电脑技能,对喜欢的影像进行复制,用生产的方式消费影像,并将复制影像挪用、嵌入到日常生活,用于装扮自己的形象与空间,标榜迷的身份的行为,俨然已成为一种风行于贴吧迷群的现象。

## (二)手工:复制立体物件

在百度贴吧上,展示粉丝的手工创意与作品的帖子频频出现在首页推荐上,拥有较高的点击率与关注度。贴吧首页有个“贴吧达人”的推荐栏目,展示各种生活创意与奇人异事,榜上有名的大部分是此类手工创意贴。这些擅长手工制作,用DIY方式将媒介影像复制为实物模型的迷也受到迷群的欣赏与崇拜,被命以“帝”、牛人、达人等。传统粉丝的收藏行为是重复购买在品牌授权模式下商业化规模生产的“官方”衍生物品,是以经济能力为支撑的体验式消费,而DIY的粉丝行为则是手工作坊式的,未批量复制的,限量版的,不仅更经济地获得凝固媒介影像的物件,在自助的过程中更是将迷的个人情感与时间凝结在物件中,是更能体现粉丝的创意与才华的实践行为。

用一次性筷子做出《海贼王》中的“索隆”与“鹰眼”所使用的刀具模型,用软陶捏出仙剑游戏中的人物造型,自制《阿凡达》中武装直升机,用树枝仿造哈利波特的魔杖、用布料缝制《蜀山传》中林青霞的服饰、用传统的剪纸艺术来复制创作游戏动漫形象……粉丝的手工热情与动手实践成为贴吧文化的一种重要特征。除

频繁出现在各类以偶像或流行作品为主题的贴吧中的手工作品外,还有专门的各类“手工吧”、“手办吧”、“DIY吧”等迷群,手工文化与粉丝行为在这里汇聚融合,展现为一种崇尚自助与创意的文化精神。

在“海贼王”主题的贴吧中,有一个专门展示“海迷”的手工创意的栏目,其间活跃着一个擅长用废弃塑料复制《海贼王》中的海盗船模型的海迷,他用泡沫塑料、裁纸刀等简单工具与材料复原了剧中的若干海盗船。这位海迷展示自己的杰作,也分享制作的过程与心得,他在贴纸中讲述的“万里阳光号”模型制作由来颇有意味:因为与女友分手,为了纪念这段恋情,特为同是“海迷”的分手女友制作这一船模,作为分手礼物,当三个月时间过去后,精美的作品打磨完成,同时这件“手工活”也给予他意想不到的收获——在裁纸刀与泡沫塑料的切割与拼接过程中,感情波折带来的阵痛消失得无影无踪,取而代之的是创造实践的成就感。

这个小小的例子也许能折射出贴吧迷群热衷手工复制的一个重要原因:手工的妙处在于过程的体验,如果说官方的公仔、模型等批量复制的衍生物提供的是标准化的凝结影像与观看记忆,那么粉丝的DIY作品凝结的是粉丝的私人时间与个性化情感,凝结的是造物过程的快感体验。

## (三)电子视像的反向补充与消费主义的逆向实践

透过这些以手绘与手工为代表的参与式创造体验行为,可以窥见一种针对消费社会与视觉文化背景的反向补充与逆向实践。首先,这是面对视觉文化“匮乏与匮乏”的悖论时所作的反抗与努力。一方面,粉丝在迷恋情结的驱使下进行过度观看之时,丰裕乃至过剩的影像必然带来“匮乏”,即视觉的疲劳与压抑;另一方面,虚拟复制的、人为刻意的、同质化、类型化的影像必然带来真实、自然、个性形象的“匮乏”,于是,粉丝们产生用手参与创造形象与物品的冲动,作为对抗“虚拟的过剩”与“真实的匮乏”的一种重要策略。用画笔为工具,将屏幕上闪烁不定的、可以任意涂抹拼接、拉伸扭曲、一键删除的影像绘制到纸面上,让它们成为相对静止的、稳定的、不可修改与删除的、打上粉丝自己烙印的偶像形象,如同一个网友所说:“我想在电子的世界里找回一点纸质的感觉。”其次,当消费逻辑包罗一切时,万物皆商品,粉丝的手工作品展现出一种去经济化的特质。当媒介影像与现实空间边界消融,现实世界不断向影像世界转化,并且人类记录、反映所观所见图像的媒介由自身性转向机器性时,这种用“手”这个自身

媒介参与视觉体验的行为,展现出一种在虚拟影像时代对实实在在的物品的逆向追寻,一种对缺乏的、逝去的前工业时代手工制作的怀旧渴望。

总之,手绘与手工的自助式复制所蕴含的对视觉文化与消费社会的逆向潮流可概括为:一是针对以电子视像为核心的当代视觉文化及其悖论现象,以前电子时代的视觉生产方式对抗生产虚拟影像的电子技术;一是针对以商品交换为核心的当代消费社会及其恋物主义,以去经济化的方式对抗商品经济及其物恋关系。

### 三、路径三:拼贴与拟像的融合性创造

在对影像符号资源进行挪用的行为中,粉丝扮演的角色身份与传统粉丝在进行文本的语言解读时一样,即米歇尔·德赛都描述的“前进和撤退,玩弄文本的战术和游戏”的盗猎者,<sup>①</sup>以及亨利·詹金斯描述的“既不在这儿,也不在那儿,不受永久的财产权所束缚,不断向其他文本挺进,挪用新的材料,制造新的意义”的游牧民。<sup>②</sup>面对大众媒介提供的文本资源,先打成碎片,然后根据自己的蓝图将其重新组合,从已有的材料中抢救出能用来理解个人生活经验的图像与影像片段,创造出能够表达自己独特解读与意义的视觉文本,并在跨媒介与跨内容的转译游戏中体验创造的快乐,这就是粉丝生产文本的第三种路径。

#### (一)拼贴:跨内容的混搭

首先是影像的拼贴,粉丝以大众媒介提供的影像资源为原材料,进行融合混搭,加工处理,生产出各种表达粉丝的特定趣味与含义的衍生影像文本。贴吧迷群中活跃着大量“技术党”的身影,这些拥有技术资本的粉丝利用自身的优势与素养,对所迷恋的偶像或文本资源进行影像再生产,为迷群提供着具有标准示范意义的阐释性影像文本,为其他的粉丝提供着可供观看与使用的衍生影像资源。如将偶像的剧照、写真等肖像图片进行ps处理,拼贴到特定的场景空间画面中,或截取偶像的某个动态影像片段,用于粉丝在网络迷群中进行表达与交流,标签自己粉丝身份的“图签”;或剪辑影视剧、游戏、动漫作品中的影像画面,拼贴重组,制作成MV或叙事短片,表达对某个偶像形象、某个故事文本、某些人物关系的喜爱与迷恋;或将不同文本的形象与画面进行混合拼贴,形成具有后现代风格的新文本……几乎每个以偶像或特定媒介文本为主题的贴吧中,都有一个图片栏目和一个视频栏目,集中存放与主题相关的图片和视频资料,其间呈现的相当一部分资源当属这类运用媒介图像与视频为原材料进行的

拼贴式创作的衍生作品。

这些视觉作品同样遵循着传统粉丝研究者者在分析粉丝小说时归纳的典型路径:有遵循媒介文本原意的情感表达,有为反派人物翻案的,有重新发掘边缘角色的,有另类解读人物关系的——网络流行的说法为“couple”,即配对,如发展斜线关系(西方粉丝小说中描写同性角色之间恋爱关系的类型,由于通常在两个主人公的名字之间用斜线隔开,故而得名,成为描写同性角色恋爱关系的粉丝小说的代名词,“斜线”的解读与审美倾向在东西方的粉丝文化中都是一种典型现象,尤其是在女性粉丝的文本解读与衍生创作中有明显的体现)等。当然,更不乏那些打破时空与文本界限,充满无厘头与恶搞精神的衍生创作。用ps技术可以让名侦探柯南、海贼王中的海贼们进入三国杀游戏;通过镜头的剪辑拼贴,可以把武侠电视剧《逆水寒》演绎为男主角戚少商与反派男一号顾惜朝之间的同性之恋,把《七侠五义》诠释为展昭与白玉堂的“猫鼠之恋”,将《少年包青天》讲述成少年包拯与公孙策的爱恋故事;通过配音与影像的重新对接,可以将芭蕾舞剧红色娘子军的影像拼接成任意流行歌曲的MV,并称之为“万能的红军”,一个叫“淮秀帮”的配音社群可以将《新白娘子传奇》《还珠格格》等剧改编成新闻播报或广告片段等。

#### (二)拟像:跨媒介的转译

贴吧迷群还盛行另一种影像符号的转译行为,即将一切印象、情绪与观念进行视觉化表达的冲动,笔者称之为“拟像”。活跃于各迷群间的“手绘党”、“插画党”可谓这种“拟像”再生产的典型,他们利用自己的美术功底,借助手写板、鼠标、绘图软件等,将大众媒介提供的影像、文字符号资源转译为打上迷群审美烙印的视觉形象。如果说,PS图片、剪辑视频、恶搞配音等行为主要是以媒介提供的影像资源为材料,在打散、拼贴与重组中进行意义的转译,生产出符合迷群亚文化语境的意义的画面的话,那么,“手绘党”、“插画党”热衷的则是对媒介文本的表现形式进行转译,生产出符合迷群审美规范的视觉形象。前者强调符号意义的转译,后者侧重符号形式的转换。

这类转译符号形式的再生产行为主要体现为两个层面:一是将文字符号转译为影像符号的倾向,粉丝们热衷于为热爱的经典文学作品或热门网络小说配图,为着迷的文学人物、历史人物等设计肖像与服饰造型,将文字构筑的场景空间、器物道具等转换为

① 陶东风:《粉丝文化读本》,北京大学出版社,2009年,第42页。

② 陶东风:《粉丝文化读本》,北京大学出版社,2009年,第46页。

可以直观体验的视觉形象。水浒迷绘制了各种风格的水浒一百零八将形象;网络玄幻小说《斗破苍穹》的粉丝们寻找能够诠释小说中人物气质与风格的明星肖像,或用画笔与鼠标将小说人物凝结为想象中的、理想的肖像图像,甚至将小说改编为漫画,用熟悉的卡通风格、蒙太奇手法来体验小说的叙事;言情迷们剪辑商业影像为言情小说制作MV,在视觉观看中强化对理想人物与情感的体验;流行歌迷用精美的摄影图片诠释歌词的意境,并流行手写歌词,将歌词本身变成书法的图像,将听的体验转化为看的印象。诸如此类,将不可见的想象转变为可见的图像或影像,成为粉丝体验的重要路径。百度贴吧有一个主题叫“拟人吧”,借助“拟人”这一修辞的含义,表达了粉丝们将各种非人类的形象、抽象的理念转译为相应的人的图像的努力。如“朝代拟人”,将中国历朝历代的文化印象设计为具有不同个性与气质的卡通人物形象;如“节日拟人”,将春节、清明、端午、中秋等传统节日转换为一系列的个性化虚拟人物形象;又如“植物拟人”、“器物拟人”、“动物拟人”等,从物到人,抽象的、非人的都可以转化为人的形象,用人的形象进行观看、体验与表达,与世界的关系转译为与虚拟的人的图像的交流。二是不同风格的影像符号体系之间的互涉与转译。如果说,上述第一个层面是粉丝们将不可见之物变成可见之物的努力的话,那么,这里的影像符号体系之间转译可以说是他们将可见之物变成喜见之物的尝试。在以影视剧作品、偶像明星肖像为代表的复制影像与动漫、游戏作品为典型的虚拟影像之间,粉丝凭借着一股子越界与整合的冲动,进行着互涉的影像转译与再造,随心所欲,出入自如。电影迷、电视剧迷将由真人明星演绎的影像转译为漫画、动画作品,将真人偶像卡通化,将现实影像虚拟化,如卡通版的新白娘子传奇。反之,动漫迷、游戏迷则积极地在媒介影像图景中寻找着能够诠释虚拟形象的真人偶像,例如为动漫作品寻找贴合的真人版形象,为网络游戏匹配风格气质吻合的明星代言人等。

### (三)后现代思维与媒介产业逻辑

这种亚文化层面的混搭、转译现象与宏观ACGN产业的运作模式产生呼应,在强调传媒融合和整体性互动体验的文化产业运作中,小说、漫画、动画、影视等各文本形式之间存在着积极的转换与融合,小说改编为电影,电影翻拍成电视剧,小说、漫画改编为动画,影视、动漫改编为游戏,媒体形式间的互融互补有一种倾向性,即朝着更完美、更仿真、更立体的视听体验与参与互动方向流动。粉丝的再

生产实践也在模仿着商业文化的这个逻辑进行跨媒介与跨内容的文本再生产,主动寻求360度全方位的媒介体验,形成属于自己的“融合文化”。<sup>①</sup>

同时,这种“融合文化”背后,蕴含着一种后现代的思维模式。以超文本性为主要特征的网络界面文化成为后结构主义的“互文性”(intertextuality,又译“文本间性”)<sup>②</sup>在网络时代的一种具体实践。跨媒介形式之间的文本转译,如从文字到图像、影像、虚拟游戏以及不断涌现的各种新媒介形态的相互转化,媒介之间的互文性成为新时代与新文化的重要问题;跨文本之间的意义流动,如穿越古今、中外混搭、影像拼贴、恶搞成风、戏谑成瘾,文本之间的互文性呈现出更多元复杂的网状关系,媒介之间、文本之间的互文性交织融合,展现为一种动态的、庞杂的当代流行文化。粉丝的体验正是在这样的文化背景下展开的,在开放多元的气息氛围下进行消费与观看体验,同时遵循与模仿这种“颠覆”与“混烧”的文化逻辑进行衍生创作。于是,在粉丝文化的微观层面可以窥见整个当代文化的色彩与洪流。

## 结 语

一直以来,粉丝由于盲目崇拜、狂热追星、非理性消费等典型的行为特征,被一定程度地污名化,在商业利益驱动下,职业粉丝作为一种生意行当的兴起,又使得粉丝形象被再一次地嗤之以鼻,粉丝文化一直被视为是主流文化与精英文化对立面的边缘文化。那么,在这样的语境下,本文展开的微观研究,有无价值与意义呢?笔者认为,首先,青少年是粉丝群体的主力军,研究粉丝的文本生产行为,即是研究这个群体的典型思维习惯、行为方式、独特价值观与审美趣味,研究他们如何利用媒介手段和粉丝情感寻找自我身份,与偶像对话,进行人际交往,展开团队协作,这就为当下的青少年思想教育和文化引导提供了借鉴。

其次,研究粉丝的文本生产行为,能为文化创意产业的发展提供启示。粉丝文化以商业文化为母体,是大众文化的一种强化形式,在全球化的经济与文化背景下,中国面临的问题在于如何将千万青少年的白日梦转换为创造力资源,以及如何将中国的传统文化遗产转化为符号资源与文化资本。在新媒体技术、“些许迷狂”的粉丝情感、社群动力等多重因素的驱动下,粉丝展现出后现代式的创造力——蕴藏在大众草

① Henry Jenkins, *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition*, Cambridge: MIT Press, 2003. 549.

② 黄鸣鸣:《互文性:网络时代对后结构主义的追思》,金元浦编:《文化研究:理论与实践》,河南大学出版社,2004年,第182页。



根中的个体创造力和微型自助式生产社群的集体智慧。而这种“粉丝创造力”成为一股自下而上的驱动力量和生机勃勃的文化精神,它具有反作用于整个产业经济链条的能量,在作为具有行动力和创造性的消费者,具有主动性和传播力的营销者以及具有自助性和组织性的生产者等创意身份下,粉丝的创造力可以转化为产业生产力。同时,在更广阔的社会文化的背景下,粉丝创造力具有向文化创造力转化的可能性:粉丝借由主动消费者向“自助公民”的身份转化,为建

设创新型社会提供了启示;粉丝在融合媒介环境中所展现的媒介素养生存能力,以及将白日梦转化为创造力的实践,为发展创新教育提供了借鉴;而粉丝在应对文化的多元融合和转型危机中展现的文化自觉意识,为多元文化中的文化身份认同提供了启示。微观的“文本再生产”在某种程度上与宏观的“文化再生产”产生同构与呼应,粉丝生产为文化创新提供了一个微观的实践途径。

(责任编辑 姬建敏)

Three Paths of Fan Text Reproduction: Based on the Field Research in Baidu Post Bar

CHEN Yu

(College of Humanities Xihua University, Chengdu, 610039, Sichuan, China)

**Abstract:** The new media technology represented by web 2.0 has given rise to the theory and practice of UGC (User Generated Content), and become a new style of media culture——participatory culture. When fans groups came to the new media age, they quickly become a main force in the wave of participatory. In baidu post bar, which is the nation's largest fans gathering place, fans through three typical path reproduct text at the micro level. These pathes contain a deeper cultural meaning: image interpretation reveals the logic of visual survival; self-replication means that the reverse complement of the electronic visual culture, the reverse resistance of the commodity economy; cross-media translation bears the copy of the media industry model, and subtle imitation of the post-modern thinking.

**Key words:** fans; text reproduction; participatory culture; visual survival; do it yourself; media convergence

(上接第 106 页)

前辈学者当年一再提醒我们:要求实,这并没有成为过去时。换言之,就是要求我们必须坚持田野调查,或者借助于大型语料库进行研究。现在有些文章,只是根据一个或几个少数例句,翻来覆去地讨论,那确实很难解释更多的语言现象,在教学上也没有太大的指导意义。在求实的基础上,我们必须提倡四新,即新语料、新角度、新方法和新理论,必须提

倡“为文之道创新意,语若无变死不休”。

学术研究,就好比一条长河,跌宕起伏,奔腾不已;千回百转,终归大海。我们的研究,也许只是这条长河里的一滴水,但是千万滴水珠凝聚起来,就形成了浪;后浪推着前浪,风起浪涌,就构成潮;潮起潮落,生生不息。所以我们不必自卑,也不必骄傲。做一滴浪起潮涌的水珠,足矣。

(责任编辑 焦薇缜)

The Strategic Thinking on Chinese Grammar Study

SHAO Jing-min

(School of Chinese Language and Literature, Jinan University, Guangzhou 510632, Guangdong, China)

**Abstract:** The paper considers Chinese grammar study strategically in terms of five points. First, linguists in tactics are supposed to be linguists in strategies. Second, we should have three types of awareness, science awareness, international awareness and native awareness. Third, traditional thinking patterns should be changed into focusing on dynamic study. Fourth, the research method of bidirectional choice should replace single perspective. Finally, outstanding academic image should be established to be the leading product. Based on all the above the theory and methodology of Chinese grammar study can be improved with the right tendency and direction.

**Key words:** strategic thinking; three types of awareness; improvement with the times; dynamic study; bidirectional choice; academic image