

The Ecological Expansion of Fanfiction Creation in the Digital Age and the Generalized Dissemination of ACGN Culture

Wang Sidi

Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an, Shaanxi 710000

Abstract

In the digital era, fanfiction creation on Chinese internet platforms has achieved significant expansion in both influence and audience reach. The platform mechanism not only promotes the professionalization of fanfiction but also substantially enhances its dissemination effectiveness, driving the audience of fan culture from core ACGN enthusiasts to broader fan communities and the general public. This process profoundly erodes the inherent boundaries of ACGN fanfiction creation and ultimately systematically reshapes the overall ecological landscape of ACGN culture.

Keywords

ACGN culture; Fan fiction; Cultural generalization;

数字时代同人创作的生态扩张与 ACGN 文化的泛化传播

王思迪

西安美术学院, 中国·陕西 西安 710000

摘要

在数字时代, 中文互联网中的同人创作依托网络平台实现了其影响范围与受众的显著扩张。平台机制不仅推动了同人创作的专业化进程, 也极大增强了传播的效力, 促使同人文化受众从核心ACGN爱好者持续流向泛爱好者及更广泛的大众群体。这一进程深刻消解了ACGN同人创作的固有边界, 并最终系统性地重塑了ACGN文化的整体生态样貌。

关键词

ACGN文化; 同人创作; 文化泛化

1 引言

如今以哔哩哔哩与 ACFUN 为代表的互联网 ACGN 交流互动视频平台已进入成熟期, 网站中的各大分区可直接指向在流媒体时代中同人创作扩充推动下的泛 ACGN 文化类型。一如虚拟歌姬、虚拟主播、游戏实况等 2010 年后出现并迅速发展的非官方刻意组织产生的泛化 ACGN 文化产品, 可被视为数字时代背景下同人生态扩充及转型的有力佐证。

2 同人的基本概念与其含义变迁

“同人”源自日语中“どうじん”的发音, 早在 ACGN 文化成型之前便存在, 意为“志同道合之人”。与其相关的“同人志”指志趣相投的群体围绕着共同的喜好进行内容创作, 承担汇总及发布功能的自行印刷的非正式出版

物。它曾在 20 世纪初引入国内语境, 并沿用日语语境中的含义, 此时“同人”强调的是一种关系, “同人志”是这种关系带来的产物。

而“同人”一词再次进入国内语境时为 20 世纪末期。因日本大量 ACGN 作品的涌入而被 ACGN 爱好者所熟知并使用, 随后被完全归为 ACGN 用语, 而其最初的含义鲜少再被提及。此时其含义更加强调“衍生”与基于喜爱而诞生的“产物”。随着 20 世纪 90 年代后 ACGN 市场的不断扩大与 2010 年代后泛 ACGN 文化产品的出现与迅速流行使得同人创作的内涵正变得更加宽泛。“同人创作”与“同人”含义几乎等同, 成为一种基于“关系”而产生的“行为”的代名词。它是爱好者群体将对原作的喜爱迁移至自身理解后进行的重构式表达, 这一过程中创作者与观看者的交流互动关系, 可被视为爱好者领域对于 ACG 专业创作结构的小型复现。

如今“同人”一词的含义在 ACGN 语境中, 多用于指代以已有文化产品为基础, 对其世界观架构、角色、角色关

【作者简介】王思迪(1998—), 女, 中国山西太原人, 硕士, 从事动画研究。

系、故事情节等方面进行的非营利性二次衍生创作内容。

3 网络平台促动同人创作传播与专业化的双轨发展

3.1 流媒体平台与同人作品传播的扩圈效应

自上世纪60年代意大利举办的卢卡国际漫画节开始,世界各地动画、漫画展览交流活动纷纷出现。其中贩卖同人作品、作者见面会、cosplay等活动为爱好者提供了能够深层交流的安全场域。此时,同人作品的传播主要依赖于线下实际的交流,ACGN作品并未走入主流市场。

进入互联网及便携式电子网络设备普及的千禧年后,以ACGN作品为核心的同人创作网络生态逐步打造完善,为爱好者群体提供了快捷的发布途径与广阔的交流空间,但此时交流仍多以社群的方式进行,ACGN爱好者群体与非爱好者群体依然保持着明确的边界。至2010年代中期,以哔哩哔哩、ACFUN为代表的ACGN自媒体平台的搭建,催生出大量丰富的同人创作范式,同时ACGN文化内容通过品牌联名、视觉内容张贴等方式的持续渗透提高了大众对其的接受度,推动同人文化开始进入大众视野。当ACGN受众群体持续扩大,ACGN文化在这一过程中同样变得不再“小众”,大众对于ACGN文化作品的接受度与同人作品的传播速度正呈现出正相关的加速状态。

3.2 技术平权带来的同人作品专业化趋势

一直以来衍生作品创作者在ACGN爱好者群内部享有极高的地位,这一共识使得爱好者们普遍具备着强烈的创作动机。但并非每一位爱好者都有创作的能力,动机与实践间层横亘着专业技术知识的高墙。

在技术仍为主要创作壁垒,专业知识分享视频还未大量涌入流媒体平台,电子绘画未普及的时代。同人创作者的学习渠道较为狭窄,难度较大,故高质量同人作品占比相对较少。2010年前后,流媒体的飞速发展带来技术与知识的平权时代,创作方法与设备的获取难度均大幅降低。此外,ACGN从业者中大量是由爱好者转变而来,依然保留着同人创作的交流方式与习惯,会自发对同人创作群体进行反哺。于是未接受过专业知识系统培训的爱好者群体同样能够凭借网络,获得从业者所发布的创作思路、绘制方法甚至印刷对接的经验,促使高质量同人作品数量激增。如今专业知识已不再是创作的核心壁垒,同人创作行为专业度的整体提升使其传播效能增强,进一步推动跨圈层的文化流通。

4 同人创作边界消融的机制与表现

4.1 边界消融的底层机制

同人创作是依据原作人物或情节加入创作者自身喜好的衍生式创作,是对于原作故事之外“可能性”的追寻。但由于同人创作抒发情感为核心的底层创作逻辑,以及其无法成为创作者的经济来源的客观现实,其特征必然是情感浓缩性强、篇幅短小的、具备个人见解的碎片化文化产品。但这

恰好匹配流媒体平台的推荐机制,而流媒体平台的鼓励方式又为创作者提供了再生产的资金,使ACGN文化的泛化成为平台推荐、爱好者及泛化受众圈层互动与商业的合力机制参与下的必然路径。

4.2 游戏视频驱动下的受众泛化

上世纪80年代末期开始,游戏类视频作为电子游戏出现后的伴生式产物常发布于小范围的游戏爱好者网络社群,此时内容大多停留于记录游戏攻略方法或精彩操作过程,随着网络视频平台的搭建,受众群不断扩大。直至2010年代,ACGN爱好者聚集交流平台开始逐步成熟,更多类型的游戏实况迅速发展,成为极具娱乐性质的规模庞大的产业。此时其更贴近一种由游戏本体与承担游玩者及汇总再编辑角色的创作者共同参与下形成的视频作品,其核心由“记录”转向融入游戏爱好者个人原创内容的“再编辑”与“衍生”过程,成为一种类同人行为。

同时“云玩家”一词伴随着游戏类视频的火爆而出现于大众视野,最初用于自嘲,后演变为对坐享其成式体验的指责。但随着算法推荐功能的出现与进化使游戏原始受众与非受众的边界开始进一步模糊,官方宣传力量弱化的当下,“云”反而成为初次接触游戏作品的常见渠道,这体现出游戏爱好者的泛化过程。

4.3 漫画同人中形成的自设圈层

在上世纪至2010年前后的纸媒时代,被称为“自设”的自我形象设定曾在ACGN受众中广泛作为同人作品的伴生物存在。最初自我形象设定是纸媒时代为了增加作者与读者间反馈而形成的独特手段,漫画家常在漫画杂志边栏绘制特征鲜明的形象来代表本人。专业从业者从来是非专业爱好者的模仿对象,“自设”同样流行于同人创作群体,承担着同人创作者间或与读者间交流的任务,是一种用虚拟的形象进行真实社交的类同人行为。与同人不同,自设具备着完全的原创性质,它是由创作者本人绘制的代表形象,在能够承担社交功能后,逐步显现出脱离同人创作的趋势,并为OC创作群体的形成埋下伏笔。

4.4 动画类视频的同人内容扩充

动画类视频在ACGN语境中最初大部分内容在于动画作品资讯介绍,随后在网络MEME影响下,诞生了模板化的同人属性动画作品,即以符合MEME含义的动画作品角色进行套作的作品形式。因MEME对角色特征高度提纯,其迅速在同人创作群体扩散,并成为一种同人创作亚类型,又因其基于网络文化的共通符号,故能够跨越圈层出现在大众视野。此外与上述相对应,以原始动画作为模板进行内容解构搭配本土化配音的创作模式,形成具备原创性质的文化类产品,均为ACGN文化泛化后的产物。

4.5 同人小说中的原创性内容现象

在上世纪70-80年代期间,同人创作作品中出现了一种原作世界观及主要人物,加入自身原创角色的以描述原创

角色与原作角色爱情关系为核心,不惜扭曲原作角色性格的作品,其中的“原创角色”被讽刺称作“玛丽苏”(Mary Sue)。随着同人小说论坛在20世纪90年代开始兴起,为区分原作中的官方角色和同人作者自己创造的角色,同时与“玛丽苏”式原创角色进行区分,用户开始使用"Original Character"这一全称进行指代,随后为了使用的便利,社区内的爱好者群体将其逐渐缩写为“OC”。与国外发展路径相似,这类作品同样在国内同人创作群体中广泛存在,并演化出与国外同人创作发展相似的路径。在国内同人论坛向原创转型后,仍保留着“衍生类”小说分区,并一直保有较高受众群。此时平台的分区保留为同人作品拓出了小说层面向大众文化迈进的出口。

4.6 算法偏好下的新型泛ACGN文化内容

2007年VOCALOID2更新,CFM(克理普敦未来媒体)推出了名为“初音未来”的电子歌姬,将来源于真实配音演员的基础声源与绿色双马尾少女的视觉形象进行捆绑,形成名为“VOCALOID2初音未来”的声音编辑软件。ACGN社群自发围绕这一形象与音源创作出众多高质量作品,使语音合成类的电子歌姬已成为ACGN的代表性符号之一,即使在最初它不完全属于ACGN任一门类。

“鬼畜”类作品的出现,是泛娱乐产业与ACGN文化圈共融的代表。其最初是以创造“梗”为核心的,“剪辑”为手段以达到“洗脑”式搞笑传播的目的,后发展为与以影视作品片段作为来源进行人为再剪辑的衍生式创作,与游戏类似均在原先基础上融入了创作者自身的理解以达到表达自身感受与思考的途径。它们既可以被视为某种衍生式同人,又因其同样存在着不可否认的原创特征而难以被归类,于是开辟出ACGN文化大类下的新类型分支。

5 ACGN文化泛化后的同人生态重塑

20世纪90年代以来在中文语境被视为“二次元”亚文化圈四大支柱的ACGN文化群,均在数字网络时代背景下由同人创作群体自发产出基于其类型的文化产品,及相应的泛化文化体系。此外,因其普遍高信息量、短篇幅的作品特征极符合流媒体平台推荐算法,在数字时代知识产权与同人作品质量提升的背景下,由ACGN泛化后的具备同人创作性质的文化产品正催动着其在传播层面的再次扩张,并产生了新的创作价值导向目标。

在ACGN爱好者群体形成初期,对具备制作技术与创作能力的同人作者进行推崇是被广泛认可的群体性价值导向,在泛ACGN文化生态搭建后,仍保留这一共识。只是

在ACGN文化泛化背景下,创作的类型与方式开始从依附完整作品转向挪用核心元素,形成更易于广泛流行的“梗”成为创作的又一目标。于是在当前ACGN文化传播中,衍生式创作的原始意义开始消解,其创作动机也由表达对具体作品的喜爱向追求ACGN文化当下流行内容转变。

当原始ACGN文化讨论圈层在ACGN文化泛化后展现出更加开放的特征,随之而来的便是ACGN的亚文化属性在泛化过程中原始ACGN爱好者的身份认同危机。同时由于大部分泛ACGN文化产品仍属于衍生层面的产物,非完全原创的属性仍然在限制其走向可售卖“文化产品”的路径,从创作者层面而言也无法得到等同于传统ACGN原作者的身份认证,于是仅能被归属于泛ACGN文化产品生产者的位置,即YouTuber或UP主。

伴随哔哩哔哩等平台,不再以ACGN文化为发展核心的商业策略转型,粉丝经济力量的显现,ACGN内容逐渐被融入自媒体创作表达中并不断泛化,新型泛ACGN文化内容的出现与ACGN文化产品融入大众文化内容表达的现象,从而进一步推动用户群体面貌的改变。原先由观看众多ACGN作品而成为ACGN爱好者的身份认同方式,已在稀释与泛化的娱乐内容产品中被重构为体验过ACGN相关产品片段或喜爱泛化后某一类型内容的受众群体,ACGN文化的原始壁垒已被打破,泛化后的ACGN文化社区已然重构,出现了更小规模且高密度的ACGN爱好者群体社群,形成了整体范围更广细分度更高的群体面貌。

6 结语

本研究从ACGN语境入手,通过分析网络平台驱动影响下的ACGN文化圈层泛化至其生态重塑的过程,讨论数字时代参与式文化如何在平台逻辑下,从明确的圈层实践逐步转变为流动且持续演化的文化泛在状态。这一过程重塑了ACGN文化面貌与同人创作生态,同时显现出更广泛的网络文化生产、粉丝经济与知识产权的治理路径。未来在鼓励创作与保护原创之间达成动态平衡以及创作者自身的创作导向引发的创作趋同,将是产业与社区持续面临的课题。

参考文献

- [1] 陈义报.“同人刊物”与“学术公器”:中国现代学术期刊的双重角色及其契合机制[J].湖州师范学院学报,2024,46(05):85-94.
- [2] 许波,王子涵.异托邦与网络模因:二次元群体的文本生产与身份建构——以B站ACGN类作品的“二次创作”现象为例[J].电影评介,2023,(18):6-12.
- [3] 周佳靓.论流行语“野生”词义泛化的机制与社会文化心理分析[J].连云港职业技术学院学报,2020,33(04):32-35.