

中国二次元文化的缘起、形塑与进路

欧阳友权 邓 祯

摘要 中国二次元文化作为一种当代青少年亚文化，以“趣缘”为纽带，在特定语境中经历了逃避式抗争、仪式性狂欢和“族群忠诚”的文化建构过程，并历经主流文化的意识形态规训和文化资本的商业化改造，逐渐从失范走向规范、从亚文化走向泛文化、从个性表达走向价值建构，终而迈向主流文化对二次元文化的形塑之旅。在未来的历史进路中，二次元文化需要把脉问题导向，培育刚健有为的文化生态；植根民族传统的文化自信，实现对二次元文化的“精神赋魂”；打造本土文化产业链，开启二次元产业的进阶之路。

关键词 二次元文化 缘起 形塑 进路

作者欧阳友权，安徽大学文学院大师讲席教授（安徽合肥 230601）；邓祯，中南大学文化产业学博士生（湖南长沙 410083）。

中图分类号 GO

文献标识码 A

文章编号 0439-8041(2020)03-0132-09

“二次元”概念最早起源于日本，指代动画、漫画、游戏等二维平面媒介及其所营造的虚拟世界及文化空间，后来扩展到轻小说、动画电影及其周边衍生领域。在进入中国文化语境的传播过程中，“二次元”吸引了大量青少年群体。众多迷恋二次元文化的受众，借助互联网，围绕二次元文化产品的生产、传播、消费展开对话、交流等文化实践活动，由此催生出独特的审美趣味、文化思维、活动方式及价值观念，形成了中国化的二次元文化，并作为青少年亚文化的重要代表，以其鲜明的个性风格、独特的符号系统而与社会主流价值体系之间形成若即若离的文化关联。1995年，华语区的二次元爱好者开始用ACG（即动画 Animations、漫画 Comics、游戏 Games）指代二次元。后来，有了轻小说（Light Novels）的出现和融入，人们又称二次元为ACGN。随着社会的发展、互联网的日渐普及以及二次元经济的兴盛，中国二次元文化被赋予了更为丰富和生动的文化意味，逐渐为主流文化所形塑，成为一种新颖且富于活力的“趣缘”文化形态融入人们的泛娱乐生活中，并以成长、梦想与坚持的乌托邦热情，与网络时代文化建设构成一种不断演化的张力关系。

一、二次元亚文化的时代缘起

（一）从历史动因看，二次元亚文化肇始于社会转型期青少年族群的“逃避式抗争”

中国二次元文化诞生之初，便身处改革开放的历史变迁及社会文化的博弈场域。作为社会转型滋长起来的文化副产品，甫一产生，它便以“边缘”的姿态与社会主流意识形态形成对峙并受到质疑，但它却悄然成长于主流文化特别是成年文化规制下青少年的逃避式抗争过程中。在外来文化和视听传媒影响下，众多二次元爱好者在逃避来自主流成年文化的霸权时，借助互联网虚拟空间，以“趣缘”为纽带，营造了一个个属于二次元群体的亚文化部落，组成二次元与主流文化的区隔。按照德赛图的说法，“这是‘弱者’

在文化实践中，利用‘强者’或者利用强加给他们的限制，给自己制造出的一个行为和决断的自由空间”^①。这种空间和区隔的建立是处于弱势地位的二次元文化群体以宣誓存在的方式对于主流文化的一种“抵抗”与调适，是社会转型期特别需要关注的青少年亚文化。

我国二次元文化萌芽于上世纪八九十年代。改革开放的潮动为日美动画、漫画、游戏、轻小说等二次元文化产品大规模流入中国文化市场开启了大门。那些在消费二次元文化产品中成长起来的80后、90后，逐渐成为中国最早的二次元群体。他们狂热地迷恋和追捧二次元动漫，形成了每晚6点通过电视观看日美动画片的习惯，或者利用课余时间阅读轻小说、玩电子游戏，并收集这些作品中相关虚拟人物的海报、贴画、手伴等作为他们的关注点和日常谈资。在他们的精神世界中充斥着来自二次元作品的虚拟人物意象和情节，不过，在一些家长和老师看来，这都是“不务正业”，常常遭到非议甚或禁止。由于此时中国的二次元产业刚刚起步，国产的动画、漫画和游戏产品数量较少、质量不高，而每年通过正规渠道引入的产品数量还很有限，无法满足这些狂热的二次元用户的需求。于是，他们往往会通过盗版或其他非正规渠道获取自己喜欢的二次元产品，这些离经叛道的行为更是为主流社会所诟病，也为一些法律规制所不容。更有甚者，一些外来的ACG产品包含有我国主流价值观难以兼容的文化价值元素，引发了一些富有民族情怀的社会精英的不安——在他们看来，二次元作品会对我国青少年的生活习惯、审美趣味特别是价值观产生负面影响，如隐藏在日本二次元作品中的军国主义思想、武士道精神、反华情绪等会对这些缺乏判断力的青少年产生误导，对新生代形成“二次元文化入侵”。于是，在主流媒体语境中，二次元文化一直处于“灰色”边缘或被遏制的状态，这是它作为一种“亚”文化的生成语境。

就心理动因来讲，早期的二次元爱好者大多为上世纪80年代出生的独生子女，比之60后和70后，他们少有兄弟姐妹的情感支持，更期待同龄文化的精神慰藉。这群青少年是一个具有叛逆性却期待社会认同的群体，他们渴望摆脱传统尊长话语权力的束缚，尽管处于文化层级的弱势地位，但并未因遭受歧视和抑制而放弃对二次元的嗜好。相对优裕的生活条件带来的“任性癖好”，使他们拒绝向社会成规妥协，而逃避作为反抗“家长社会”及其文化的手段。许多人封闭在家宅、斗室，对二次元动漫、轻小说、游戏等不计成本地收集和消费，沉溺于二次元文化所营造的小世界，甚至将自己的人生选择、情感皈依全身心投入到这个虚拟世界中，以“象征性的解决”存在于现实社会中的困境。他们借助网络新媒介的力量，特别是利用线上二次元文化虚拟社区，寻找“志同道合”的二次元爱好者，“群”以“缘”结、“缘”以“群”分成为他们寻找、聚合二次元用户的引力，以此不断吸纳散落在赛博空间各角落里的二次元文化爱好者。这些有着相似的年龄、文化趣味和认同困境的“文化钟情族”逐渐汇成一个亚文化族群，二次元文化就是这个群体共同的“避难所”，犹如一个文化“异邦”，独立于家长社会和成人文化世界之外而成为“文化赛博格”。该族群成员在网络空间里各展所长，以协作化的方式自制并分享二次元相关视频，或自创轻小说，围绕二次元文化相互交流并分享二次元资讯和产品。族群成员还将文化互动延伸至线下，组织线下聚会和文化活动（如cosplay街头表演），由此生成紧密的情感纽带——“羁绊”^②。自此二次元爱好者便在逃避式抗争中，逐步建立起属于自己的文化部落。由于中国二次元文化族群集合了不同个体的“次元共性”，让共同爱好者的个体行为逐渐演化成一种群体行为，这便衍生出一种不可小觑的青少年亚文化现象。

（二）从现实表征上说，二次元亚文化彰显于“趣缘型”区隔的“仪式性狂欢”

二次元文化是虚拟世界向现实世界外溢所形成的中间地带，网络的虚拟空间是他们表征其存在感的理想舞台。二次元人群大多是我国早期的“数码原住民”，网络为他们营造了一个几乎零成本的匿名世界和一个消解中心及权威的虚拟空间。在这个空间里，他们自认为摆脱了家长、老师等说教者的把控，远离了

^① 转引自陆扬、王毅：《大众文化与传媒》，上海：上海三联书店，2000年，第124页。德赛图原文见 Michel De Certeau *The Practice of Everyday Life*, trans. Steven Rendall, University of California Press, Berkeley 1984, p. 53.

^② 这个“羁绊”不同于常规理解，而是来自日语中的“きずな”，常用于二次元人群，表示人与人相互之间的紧密的联系。

现实的规矩和秩序,达成乌托邦式的平等交流,投缘而聚的狂欢广场成为他们的精神家园。这个二次元文化族群一反现实中自卑、无力的柔弱常态,在幻想世界中无所忌惮地自我表达和生产欲望。他们恣意虚构自己理想的形象,使用属于自己群体的狂欢暗语,尽情与其他爱好者互动,以集体狂欢表征二次元亚文化的存在感,并试图通过诸多仪式化行为来建构一种与社会成人文化迥异的青年亚文化生态。

二次元群体首先建立了一套狂欢的话语,这套有着鲜明后现代主义文化特质的话语,生成于青少年群体的交流之中,并服务于“趣缘圈”的群体狂欢。他们“类聚”于一个人人拥有话语权且取消等级、不忌身份的巴赫金式广场,这里“没有舞台,没有演员,没有观众。这是展示自己存在的另一种自由的形式”^①。他们以集体参与的方式对日本二次元作品中的话语进行解构与拼接,并在广泛互动的基础上,同构生成属于自己群体的话语体系。这一过程就像狂欢一样,充满戏谑性、在地性和解构性。由于包含着同人^②、鬼畜^③、中二^④、乙女^⑤、lo娘^⑥等诸多独特的词语,这套话语体系让处于主流符号体系中的社会群体迷惑不解,形成了阻隔二次元世界与三次元世界的壁垒,借此帮助二次元群体营造出一个自由随性、远离成人掌控的狂欢广场。凭着这套话语,二次元爱好者宣告自己的存在、宣誓自己的主张,以独特的言说方式表征这个群体自适自洽的癖好与个性。他们据此远离成人世界,并试图构筑起颠覆话语特权的乌托邦,对二次元以外的东西要么冷漠以对,甚或“吐槽”和“恶搞”,彰显出文化学意义上的二次元症候。

此外,二次元群体还形成了一套以特定符号话语构成的狂欢仪式,以此构成网络空间集体化的行动方式。他们对这些颇具“仪式感”的仪式如同朝圣一样虔诚,因为它可以在一定程度上祛除个体顾忌,在虚拟的空间中,将生活语境中积压的焦虑和郁闷转化为狂欢的动力,让二次元文化空间成为狂欢的舞台,以“组织化”的活动与典礼表征二次元亚文化的宣泄、消解、幻想和抗拒。在文化表达上,二次元钟情者常常用解构的方式对严肃性题材予以再创作,生成大量张扬个性、反叛成规、疏离成人文化逻辑的“鬼畜”视频,并上传至二次元虚拟社区与族群成员分享,借此成为社群中的明星,收获宣泄的快感以获得自我满足。有时,他们会借用、攫取漫画、动画、游戏、轻小说中已知的人物和情节,在兴趣的指引下,进行同人创作,肢解原作品的内容设置,颠覆“原著”与“戏仿”之间的等级秩序,表达自我的本真欲望,在想象空间发泄情感;或者,他们从既定的信息传播与接受秩序中挣脱出来,加冕成为传播主体,在Bilibili、AcFun等网络平台疯狂发布“弹幕”,或对二次元视频进行跳跃式、断裂式的另类解说,以海量的评论满足自我表达的欲望,以边缘姿态来消解原视频的意义,借此完成差异化的自我建构。在都市,他们还会将线上狂欢引入到线下,将自我内心的欲望投射到现实世界的Cosplay中,利用服装、饰品、道具、化妆等模仿成二次元作品中虚拟的人物形象,装扮成“完美的自己”,痛痛快快地瓦解掉现实世界中阶层、门第、职位、身份、贫富、姿容的界限。族群的仪式性狂欢使得“集体成员有机会获得或者温习集体的文化记忆,并以此来确立或者巩固自己作为集体成员的地位,而对集体来说,它也正是通过仪式的演示来使自己的文化记忆不断重现并获得现实意义,同时也将其文化记忆植入到每个成员身上从而保有自己的主体同一性”^⑦。可以说,仪式性狂欢是二次元个体文化认同的建构仪式,二次元族群正是通过“文化记忆”的温习来表征这一亚文化的存在与力量。

(三) 从媒介语境看,二次元文化归依于“部落化”文化维系与加持的“族群忠诚”

麦克卢汉说过,媒介是人的延伸,电子媒介是中枢神经系统的延伸,它使人整合,这便是“部落化”

① 巴赫金:《巴赫金全集》第6卷,钱中文、白春仁、顾亚铃等译,石家庄:河北教育出版社,1998年,第11页。

② “同人”来自日语中的“どうじん”,原指具有相同志向的人,后用于指代挪用动画、漫画、游戏、小说等泛娱乐作品中的人物、情节,进行非商业目的的二次创作。

③ “鬼畜”来自日语中的“きちく”,二次元人群常用于指代残酷、非人道的作品或剧情内容或通过后期剪辑技术制作出的含有高频且重复画面或声音的搞笑视频。

④ “中二”在日语中原指“初中二年级”,二次元人群用以引申指代青春期叛逆、自我意识过剩的状态。

⑤ “乙女”来自日语中的“おとめ”,用于指代年轻、未婚、纯洁、不世俗的少女。

⑥ “lo娘”即洛丽塔(lolita)式的姑娘,用于指代日常喜欢穿洛丽塔风格服饰的女孩。

⑦ 汪民安:《文化研究关键词》,南京:江苏人民出版社,2007年,第353页。

或“重新部落化”，因为“我们塑造了工具，此后工具又塑造了我们”^①。以互联网为标志的新媒介受众，事实上经历了一个历经“信息饲养”而形成的“部落化”过程。二次元群体多为“Z世代”^②的“网络原住民”，是一个有着鲜明群体意识的社会部落，以“网”择群，以“趣”结缘、以“缘”站位是他们的基本立场。这些处于边缘地位的文化族群往往要通过虚拟交往和符号消费，来强化彼此间的认同感，感知个体存在的价值。对于“惺惺相惜”的族群成员以及给予他们归属感的社群，他们都会表现出很高的忠诚度，而对非部落成员则会保持一定的警惕甚至敌意，因此他们对二次元文化的坚定守护常常表现出一种“族群忠诚”。由于浸淫于二次元的虚拟世界，他们中的不少成员在现实生活中不善社交也不爱交际，社会公众对二次元文化的误解、漠视及排斥，又加剧了这一群体与社会的疏离。他们中的不少人甚至只能将二次元严格局限于私人的兴趣，不敢将自己的二次元属性带入到公共生活中。他们孜孜构建的“亚文化社群”是二次元爱好者的精神家园，在这个社群中，成员间情感真挚、联系密切，远胜现实社会的虚假客套，那些在现实中无法得到的交心、尊重和认同感，在二次元群体中总能得到补偿。正如布雷克所说：“亚文化是人们企图解决存在于社会结构中的各种矛盾时产生的，这些矛盾问题是人们共同经历的，并能导致一个集体认同形式。”^③他们从这个亚文化组织中找到自己的核心关切，享受与内心世界相契合的生活情趣，进而弥补疏离大众所带来的精神缺失，这样，二次元群体给个体带来的精神满足感便替代了个体离开其他社会群体的成本。由于二次元个体的精神获得源自社群成员的互动与互惠，而这种互动与互惠又强化了二次元成员间的相互依赖性。二次元社群可以让成员在情感认同方面持续地得到满足，加之成员间的良性互动，催生了个体对群体的联结感和依附感，使得二次元个体乐意长期保持与群体的关系，即忠于二次元群体，同时也赋予二次元个体维护社群及其成员利益的责任感。当群体成员或社群利益受到损害时，二次元爱好者会主动维护“我群”利益，甚至联合社群成员对抗损害群体利益者。当社群遇到困境时，二次元个体出于对社群的依赖，甚至会以牺牲自己利益的方式换取社群的稳定。如2014年10月，当二次元虚拟社群Bilibili因大量购买动漫版权难以为继时，便有众多二次元用户慷慨解囊，自愿提供资金对正版动漫进行“承包”，仅仅两个月的时间，《命运之夜》(Fate/Stay Night)上线12集便获得33.8万元的“承包款”。^④

二次元群体的“忠诚性”是有边界的。他们对于二次元世界外的人与物常常表现出强烈的警觉性——在他们看来，二次元文化圈外的人群犹如侵入自己花园的陌生人，不仅反感，还会敌视。为强调个体文化观念与族群文化观念的吻合，排斥那些缺乏二次元“共性”的个体，他们在社群中设置了很高的门槛。如国内最大的二次元虚拟社区Bilibili便设立了严苛的二次元用户准入机制，个体要成为正式会员需要通过两种方式：一是正式会员的推荐，即在代表二次元群体正式会员的“把关”下进入虚拟社群；二是完成“入会考核测试”并获得60分以上，测试内容包含100个问题，这些问题大多与二次元文化有关。^⑤只有那些和二次元族群具有共同兴趣爱好、价值标准、审美取向和语言系统的人才能获得二次元群体的身份认同，成为群体的一分子。通过特定的文化特征，二次元群体划分出“我群”以区别“他群”，从而形成对于“他群”的阻隔，并向“他群”表达来自“我群”的反感与抗拒，这一行为最终强化了族群对共同身份的认证，进一步拉开了二次元亚文化与其他社会文化之间的距离。

实际上，这种二次元文化的“族群忠诚”源于弱势地位的二次元群体自我保护的需要，目的是通过排斥异己以忠诚自己的族群。其忠诚的意义在于：获取二次元精神世界的身份认同，标榜二次元族群独特的亚文化性，并维系其体系的稳定性。由于身份需要通过风格来表征，所以身份的建构事实上也就加速了风

① 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，何道宽译，北京：商务印书馆，2000年，第4页。

② “Z世代”是网络流行用语，指1990年代中叶至2010年前出生的人。他们又被称为网络世代、互联网世代，即受到互联网、即时通信、短信、MP3、智能手机和平板电脑等科技产品影响下成长起来的一代人。

③ 迈克尔·布雷克：《越轨青年文化比较》，岳西宽等译，北京：北京理工大学出版社，1989年，第1页。

④ 参见曾雅恬：《哔哩哔哩弹幕网(B站)众筹视频承包计划分析》，《视听界》2015年第3期。

⑤ 佚名：《最初B站会员答题有多么“丧心病狂”》，哔哩哔哩专栏，<https://www.bilibili.com/read/cv1190374?from=search>，2018年9月21日。

格的形成,正如伯明翰学派所认为的那样,“亚文化对自身风格特别敏感,风格构建了他们安身立命的‘文化空间’,一旦这些领域被冒犯,他们就感到自己失去了‘唯一真实的空间’”。^①然而,随着二次元文化的逐渐盛行,这一群体的“族群忠诚”在维系亚文化生态稳定的同时,也加深了与主流成人文化的隔膜。

二、二次元文化的社会形塑

无论是在文化观念与符号层面,还是在生活方式层面,二次元文化作为青年亚文化的一种,与我国的传统文化和现代主流文化都大异其趣,它的出现在一定程度上形成了对主流文化的疏离和对青少年精神生活的侵蚀与误导。因此,“亚文化的抵抗风格产生以后,支配文化和利益集团不可能坐视不理,它们必然会采用多种方式对亚文化进行不懈的遏制和收编”^②。当二次元进入广告、旅游、产品设计、衍生消费品等日常生活领域,特别是驻足青少年的精神世界后,不断滋长出了宅文化、腐文化、萌文化、丧文化、佛系文化等形形色色的亚文化、准文化形态,如不及时引导,将对青少年成长产生不利影响,亟需对他们进行观念辨析和积极引导。此时,既需要有社会习俗和主流意识形态的规制,也离不开商业资本的形塑。

(一) 从失范到规范——社会语境对二次元文化的约束性规训

在诞生初期,孕育二次元文化的消费市场实际上处于“野蛮生长”状态,这一文化的消费品从内容到形式,都镌刻着外来文化的烙印。一些来自非正规途径的轻小说、漫画书夹杂着各种低俗、暴力、血腥、色情、颓废等内容,这对中国的文化建设和二次元文化自身的健康发展都非常不利。针对这些问题,政府部门从版权管理入手,打击盗版及非法出版的低俗刊物,并加大对相关责任主体问责,以规范漫画出版市场。在政策规制下,从上世纪 90 年代开始,以《画书大王》为代表的非法期刊被勒令停刊。针对境外动画泛滥于中国荧屏,未经审查的外片存在导向错误、格调低下、影响青少年价值观念和民族精神等问题,国家广电总局相继出台了一系列政策,严格对境外动画的管制,“重新定义”电视动画市场,这无疑让发展中的二次元亚文化迎来转型的机遇。2000 年以来,国家广电总局陆续出台政策,规定电视台引进的动画片必须得到审批,并限制外来动画片的播放比例。2004 年颁布的《关于发展我国影视动画产业的若干意见》指出,播放动画片的频道其引进动画的播放量不得高于 40%;2006 年发布《关于进一步规范电视动画片播出管理的通知》,禁止电视台在 17:00 到 20:00 播放境外动画片、介绍境外动画片的资讯节目或展示境外动画片的节目;2008 年,《广电总局关于加强电视动画片播出管理的通知》出台,将之前的禁播时段延长至 17:00 到 21:00。^③行政主管部门对二次元文化产品的行政管控,让日本动漫逐渐退出我国主流媒体,从源头上净化了二次元亚文化的土壤,使这一文化的消费市场日渐从失范走向规范,一步步实现了对二次元文化的国家形塑。然而“禁”“停”令并未完全限制那些能熟练使用互联网的二次元爱好者,他们中的一些“忠粉”转战网络等新媒体,甚至违规自主“翻墙”获取国外、境外未经审查的二次元内容资源,并逐渐养成了一套足不出户便能自我满足的日常文化消费方式。制度层面的规制与形塑一定程度上限制了外来文化对本土二次元文化的影响,但却未能从根本上改变二次元群体消费外来动漫和轻小说的习惯,因此对二次元亚文化的规训与形塑还需要从“供给侧”壮大民族产业,提供有养分、有“钙质”又适合青少年特点的文化产品。

(二) 从亚文化到泛文化——商业资本对二次元文化的市场化改造

中国的二次元文化虽然形成于个体的文化消费中,但早期的二次元文化并不包含太多的商业色彩,也没有被大规模的商业化,无论是二次元群体早期的自组织性文化生产,还是二次元虚拟社区 Acfun、Bilibili 初期源于“文化情怀”的产品经营,都具有明显的非功利性。随着二次元文化的发展和群体规模的

① 胡疆锋:《伯明翰学派青年亚文化理论研究》,北京:中国社会科学出版社,2012年,第138页。

② 迪克·赫伯迪格:《亚文化:风格的意义》,陆道夫、胡疆锋译,北京:北京大学出版社,2009年,第5页。

③ 参见《黄金时间禁播境外动画片》,载腾讯动漫网, <http://comic.qq.com/z/guangdian/>, 2018年9月20日查询。

不断扩大,嗅觉灵敏的商业资本及时发现了这个未被开垦的场域,如研究者所言:“文化工业终究会设法将亚文化的风格和创新意义推向总体消费市场以获得利润,商业利益集团必然‘收编’亚文化,并对其进行改造,为我所用,为利而动。”^①商业资本对亚文化收编的基本逻辑是让商品化的亚文化从小众扩展到大众,从二次元亚文化群体扩大至主流文化人群。为了实现这一目的,资本主体在掌控和占用二次元亚文化资源时,会根据市场需要,调整其某些属性,在一个更广阔的市场空间对二次元文化进行重组、再造与“扩编”,为更多的文化商品套上二次元文化的躯壳,将那些不被纯粹的二次元群体所认可和接受的分散、零碎的大众文化也纳入到二次元文化的场域中。当发现一些曾经阅读漫画、观看动画、玩游戏的二次元用户在步入成年后逐渐放弃了对二次元文化产品的消费时,相关企业在商业资本的驱动下,便尝试强化在二次元内容制作上的深耕细作。他们通过整合审美趣味、大胆改编各国故事原型的方式不断推出贴近生活、蕴含人文关怀的原创内容,不断打通圈层,以吸引全年龄段受众,使得那些原先不懂或准备放弃二次元的成人,也陷入二次元文化构建的商品世界里。近年备受关注的轻小说《轮回乐园》《奶爸的异界餐厅》,颇为火爆的国漫如《秦时明月》《狐妖小红娘》,备受玩家喜爱的手游《风之纪元》《影之诗》《万象物语》等等,它们虽属典型的二次元作品,却在一定程度上淡化或剥离了“亚文化”色彩,而以全年龄段的商业创意趋向于“泛文化”,市场选择无疑是其诱因和驱动。

在商业资本和其他因素的共同作用下,原本在二次元文化场域外的文化产品,如脱胎于动漫作品的真人电影,包含二次元虚拟想象的网络文学,夹杂二次元元素的综艺、低幼动漫等,也被贴上了二次元的标签,与人们日常生活息息相关的“衣、食、住、行、娱、购、游”等大众消费品也“漫灌”出二次元文化元素,让普通大众通过消费泛二次元商品,突破横亘在二次元与三次元之间的交流壁垒,实现与二次元文化的对话。并且,越来越多的二次元爱好者,跳出“御宅族”的圈子,成长为漫画与轻小说作者。近年来,随着腾讯、阿里、网易、百度等巨头的竞相布局,商业资本对二次元文化的商业化改造不断升级,原来的二次元逐渐被修订为泛二次元、准二次元或新二次元,被大范围纳入到产业体系槽模,与分散、零碎的大众文化共同融入到由商业资本所控制的泛娱乐产品生产、分配和消费机制中。于是,二次元文化在接受商业改造中不断被修改和加入新的元素,并逐渐与消费文化与大众文化融合,其娱乐精神和消费意义被一步步放大,被形塑为一种大众化、商品化消费符号。由此,二次元文化与原本情境相互分离,变成了一种普及化、边界模糊、不设层级的时代泛文化。

(三) 从个性表达到价值观建构——主流意识形态对二次元文化的精神引渡

社会主流意识形态约束和规范了二次元文化,也引领和形塑着这一文化,调适和规制着二次元社群的文化走向,力图以正确的价值范式促使其成为社会文化建构的潜在资源。近年来,在商业资本的介入下,主流意识形态从二次元文化与市场主体的互动中不断寻找“二次元”与“主流意识”的结合点。其基本策略是让主流意识形态观念与二次元市场主体合谋,将主流文化和二次元文化融入到文化消费中,让青少年群体用于个性表达、寄托个人幻想的二次元亚文化转化成传播群体共识、正向价值观建构和富有人文教化意义的消费文化,以“寓教于乐”的方式,借助“二次元叙事”,让目标受众卸下对于价值观传输的心理防卫,通过文化消费品的选择、接受与消费,潜移默化地影响这一群体,有序引导他们的亚文化意识向主流意识形态靠拢,以实现二次元文化的有效改造和提升,终而达成对二次元文化受众的价值观念转型和精神提升。

不过这一切都是以“二次元式”的方式渐次实施的。如共青团中央进驻二次元虚拟社区 Bilibili 便是这一现象具有代表性的“合谋事件”。2017年1月2日,共青团中央高调宣布正式进驻 Bilibili,其实早在2016年共青团中央便开始针对 Bilibili 开展活动,向该网站不定时推送深受二次元群体喜闻乐见的内容,如包含二次元名词、表情包、动漫形象的视频、图文信息等。这些内容大多与国家历史、青年成长、励志故事、国防建设相关,其中不少具有教育意义的二次元视频来自团中央下属机构青少年媒体协会青微工作

^① 马中红:《商业逻辑与青年亚文化》,《青年研究》2010年第2期。

室。如 2016 年国庆日，团中央将青微工作室制作的《继续前进吧，少年中国》视频发布到 Bilibili，借助二次元动画音乐的形式，向二次元用户讲述少年中国的故事和中华人民共和国的建国史，传播中华民族的爱国精神。2017 年 12 月，团中央在 Bilibili 投稿了自制的 MV《天行健》，这首由“二次元虚拟歌手”^①洛天依“演唱”的歌曲，歌颂了中华民族自强不息的精神，MV 上线三个月，点击量破百万、弹幕数近 3 万^②。2018 年除夕，团中央上传了一首名为《家园》的动画 MV，这部由洛天依与言和两位虚拟歌手合作“演唱”的作品，歌颂中华民族传统美德和祖国的美丽富饶，表达了中国人民对自己家园的依恋和热爱，引发了不少二次元爱好者的共鸣。此外，团中央还在 B 站设立了“青年学党史”“青年网络公开课”“我和我的国家引擎”“青春 25 小时”“中国好青年”和“出彩 90 后”6 个视频频道，运用积极健康又喜闻乐见的新媒体视频内容引导青少年二次元爱好者的成长。共青团中央与 B 站的合作无疑是成功的，这些切中二次元特点的活动，使该 B 站拥有粉丝达 154.6 万，其视频播放数达 1.8 亿次，阅读数 763.1 万次^③。不仅如此，团中央还与二次元受众群体形成了一套独特的互动语系，Bilibili 的二次元粉丝将团中央亲切地称为“团团”，将那些经常在共青团中央栏目留言的用户称为“小粉红”^④。借助与 B 站的携手合作，团中央成功将承载二次元个体情绪的文字、视频，转化成符合群体接受习惯的知识产品，巧妙地以适于青少年接受的方式实现了对二次元群体润物无声的精神引渡。

三、未来二次元文化的历史进路

时至今日，在主流意识形态的积极引导和工业化商业机制的双重作用下，我国的二次元文化逐渐剥离出原本“逃避式抗争”意义模式和“族群忠诚”的狭小空间，从渐变走向质变，成为社会文化建设的一支重要力量和中国化主流意识形态的一部分。商业资本的不断渗透又使它化身成为一种可以产生经济利润的文化资源，融入到以消费者为导向、以市场为准则、以营利为目的文化产品生产机制中。这让二次元文化一方面拥有了广泛文化实践的话语权和传播载体，拓宽了它的生存空间；另一方面也可能被卷入商业化、功利化的“槽模”，让它在转型提质过程中“改道”为利益导向，淡化其应有的价值承载和文化责任。

（一）把脉问题导向，培育刚健有为的二次元文化生态

有统计表明，2018 年中国核心二次元用户规模已突破 1.1 亿人，泛二次元用户规模达到 3.5 亿人，90 后用户、00 后用户分别占比 65.27%、19.02%^⑤，这意味着二次元文化已步入“后亚文化”时代，成为能辐射亿万中国青少年文化生活、影响他们文化接受力、审美品位和民族认同的文化存在。这一群体通过微博、微信朋友圈、视频网站等虚拟平台上的沟通交流，或是在现实中穿上扮演角色的服装，参与二次元音乐会、动漫节展之类的狂欢活动，宣示自己的存在。在这一背景下，培育一个刚健有为的文化生态和健全的管理体系对日渐归依为主流的二次元文化显得尤为重要。

从近年来的“剑网行动”和网站清查披露的情况看，一些二次元动漫、漫画、游戏、轻小说等作品，以及以青少年为主要消费对象的直播文化、网红文化、弹幕文化、佛系文化、死宅文化、鬼畜文化等，其影响不可小觑。一些二次元作品中夹杂的导向不正、暴力、色情、低俗、颓废、幼稚的元素时有所见，已经成为影响文化价值观建设、社会舆情导向和青少年成长的重大社会问题。对此，既要有得力举措强化引导而避免误导，还网络一个净朗的文化空间，以刚健有为的精神为二次元文化“补钙”；同时也需要打破

① “二次元虚拟歌手”是一种通过语音合成引擎为基础打造出来的歌手软件角色，二次元文化圈知名的虚拟歌手有初音未来（初音ミク/Hatsune Miku）、洛天依、言和等，初音未来诞生于 2007 年，音源数据资料采样于日本声优藤田咲，而洛天依、言和是以雅马哈（Yamaha）公司的“VOCALOID3”语音合成引擎打造的虚拟歌手，他们以中文为演唱语言，深受国内二次元爱好者喜爱。

② 参见范姜国：《女孩在团代会献唱并为共青团代言》，网易新闻网，<http://news.163.com/18/0702/17/DLNQJGF30001875N.html>，2018 年 7 月 2 日查询。

③ 数据来源：共青团中央在 bilibili 的个人空间，<https://space.bilibili.com/20165629/#/>，2018 年 9 月 20 日查询。

④ 参见李染梦：《从微博微信到知乎 B 站——后“两微时代”共青团新媒体思想引领工作的实践与发展》，《广东青年职业学院学报》2017 年第 3 期。

⑤ 数据来源：速途研究院《2018 年 Q1 中国二次元产业研究报告》，速途网，<http://www.sootoo.com/content/675421.shtml>，2018 年 4 月 16 日查询。

次元壁，让更多的三次元群体了解和影响二次元，将二次元真正融入到社会整体文化之中，实现不同次元文化的破壁交融，促进青少年在成长成熟中实现对二次元文化负面性的自觉“脱敏”。如研究者所言：“主流文化只有站在二次元文化的精神内核基础上与其互动，才是真正平等有效、直达内心的互动，而这必然也会促成三次元和二次元在互通中产生更富价值的火花。”^①

（二）植根民族传统文化自信，实现对二次元文化的“精神赋魂”

如前所述，我国的二次元文化深受日本动画、漫画、游戏的影响，至今仍有不少二次元爱好者迷恋日本声优^②及其配音，以至于在我国上线发行的二次元手游《东京战纪》《刀剑乱舞》等作品的声优都保留了日本的角色配音。不少中国的二次元产品流于模仿，一些国产动画、漫画、轻小说在人物设定、世界观架构上往往自觉不自觉地趋向于日本风格，或夹杂着日本元素，这对我国二次元受众的民族文化认知是不利的，使不少人生观、价值观尚未定型的青少年对日本服饰、建筑、音乐、语言、生活方式等产生向往，甚至出现“媚日”“哈日”现象。可见，在接受资本力量和行政规制的形塑后，我国的二次元文化仍需要融注民族化基因，持续推进其“本土化”质变。在文化价值观层面，应该用丰富的文化产品和卓有成效的教育，倡导文化自信和民族自强，以新时代的核心价值观为二次元群体实施“精神赋魂”，用富于精神质地的代际担当感构建起青少年正确的人生观、世界观和价值观。一方面注意吸纳中华民族丰沛的优质文化资源，重建与伟大传统的血脉联系，重视民族文化的传承和借鉴，用民族文化血缘弘扬中华优秀传统文化精神，促使二次元从业者与消费者对外来二次元文化的目光从仰视走向平视，从意识层面的“文化自信”转化成行为层面的“文化自觉”；另一方面，以时代的责任感让二次元文化融入中国风格和中国气派，阐释和表征当代社会的正面价值，形成二次元文化的“中国特色”。尤其要从青少年成长的眼光坚守我们这个时代的主流价值，积极引导二次元亚文化走向主流文化，让二次元社群对中国当代文化的核心价值产生主体认同与归属感，增强价值导向在促进青少年个体成长、身份构建、社会交往、文化理解等方面的引领作用，为健全人格的养成注入新的时代内涵。与此同时，二次元价值观的培育也需要采用“二次元式”艺术方式，适应二次元爱好者的欣赏习惯与风格，在创作上贴近“莎士比亚化”而避免“席勒式”说教，让这一群体乐于接受和喜爱。例如，2019年初播出的动画《领风者》讲述“千年思想家”卡尔·马克思一生的传奇故事，运用生动的形象和二次元味儿十足的画面和声音，勾勒出一位顶天立地的伟人，也还原了一个有血有肉的常人马克思，让正确的价值观寓于“思想精深、艺术精湛、制作精良”的形式之中，不失为二次元价值观建构的一次成功尝试。

（三）打造本土化产业链，开启二次元产业的进阶之路

在文化产业层面，需要做好二次元文化产业的前置规划和布局，培养和打造出从产业前端漫画、轻小说创作，到中端二次元IP的动漫化、影视化、游戏化，再到社交、直播、Cosplay等形式的体验打造及手伴等周边产品衍生开发的二次元产业链。只有规划和完善好中国自己的二次元产业系统，创造更多、更为精良的本土原创作品，才能在实现二次元“本土化”的过程中拥有更多话语权。然后，要有的放矢，补齐我国二次元产业的短板。如在产业链前端，受制于原创漫画业发展水平，目前的优质二次元IP还较为稀缺，可供动画化、游戏化的优质原创内容还不多。针对这一现象，应该在充分挖掘原创漫画改编潜力、加强漫画创意队伍建设的同时，打通网络文学与二次元的边界，穿透“次元壁”，积极搭建内容转化平台，加速推进网络文学IP的“二次元化”。在产业链中端，由于“产能不足”，使得“周更”体制下的国漫时长偏短，品质不稳定，导致时下“中日联合制作出品制”动画和游戏盛行，严重掣肘国漫受众端的接受及二次元作品的独立创作。为此，应该加强对优秀导演、编剧的培养与储备，优化生产环节，加大力度扶持本土动画、游戏工作室，提高相关企业的产能。在产业链末端，针对我国二次元衍生产品的开发相对滞

① 孙黎：《二次元文化的精神内核》，《中国青年报》2017年6月19日。

② “声优”来自日语中的“せいゆう”，在日本原指隐于动画幕后的“配音演员”，后泛指在动画、影视、OVA、广播剧、广播剧、游戏中仅以声音演出的演员，因此也被称为Voice Actor，参见雷佳：《打造市场化新媒体行业的全能明星——中国配音行业借鉴日本声优行业的基本路径》，《今传媒》2012年第11期。

后、侵权仿制行为时有发生的情形，一方面加强对侵权行为的惩治，净化并优化二次元衍生品的市场环境；另一方要重视对二次元用户衍生品消费需求分析和引导，积极协调产业链上下端，规划好 IP 的版权衍生与跨界融合，创造“长尾增值”效应。另外，还要注意用“中国式”创新引领二次元文化产品的生产，在借鉴他国经验创作和开发产品时，需要理性辨识、细致筛选、主动扬弃，淡化异域文化印记，涵养“中国特色”的民族品格和制作风格，找准二次元文化与中国优秀文化的结合点。比如捕捉二次元受众兴奋点，将中国仙侠文化、古代神话、历史故事、民间智慧等，融入二次元产品的内容生产，在造型、服饰、色彩、声音上多融合民族元素、民族技法，创造出既能适合二次元消费者口味、又保留中国文化的内核、且独具中国特色的二次元文化产品。

为此，国产二次元产品需在三个方面寻求突破：一是融入优秀传统文化，让产品不仅覆盖最潮流的内容，也覆盖最富于人文价值内涵的内容；二是立足现实，靠生活质感打动观众，以时代的热流引发共鸣，而不是靠玄幻仙侠、神鬼妖魔制造噱头，吸引眼球；三是从注意力经济转向情感力经济。如专家所说：“动漫之所以吸引人，是因为里面的人物个性鲜明、情感丰富。尚处于发展初期的国产二次元作品却更多地流于肤浅的无厘头搞笑，或一味追求视觉刺激，堆砌俊男美女、宏大场景。试问，如是没有充分的情感张力，又怎能与观众深度互动、引导他们进行理性思考呢？”^①

总之，中国二次元文化建设是一个历史的过程，也是一个从他律走向自律的过程。无论是虚拟社区、同人创作，还是 Cosplay 展演，都是这一文化族群通过虚拟元素进行的自我身份建构。这样的建构既是为自己的存在合理性寻找依据，也需要有社会的合力为其历史合法性和文化进步性赋予正能量，加速青少年亚文化的蜕变，使其成为主流文化的一部分。只有以更加积极的姿态树立文化自信，启迪文化自觉，导入刚健有为的价值导向，并真正建立起具有民族特色的二次元工业及产品体系，矫正并重塑二次元用户的审美习惯和去浊纳新能力，才能逐步实现中国二次元文化格局的正向拓展和生态优化，最终达成积极健康的二次元文化的中国“本土化”逆袭。

（本文为国家社科基金重大招标项目“我国网络文学评价体系的理论与实践研究”（16ZDA193）的阶段性成果）

（责任编辑：张曦）

The Origin, Shaping and Forward Path of Chinese ACGN Culture

OUYANG Youquan, DENG Zhen

Abstract: Chinese ACGN culture, as contemporary adolescent subculture, is bond by “group interest”. It undergoes a cultural construction process of the escapement and revolt, ritualization in indulgence and ethnic identification under specific context, and it experiences the regularization by mainstream culture and the reformation by cultural capital, after that, it gradually develops from confusion to standard, from subculture to pan-culture, from individuality assertion to value construction. In the forward path, Chinese ACGN culture has to overcome its problems and cultivate an energetic and promising cultural ecology; it has to be rooted in Chinese tradition and self-confidence and enhance its spiritual value; it has to build a Chinese-style cultural industry chain and stimulate the industrialized process.

Key words: Chinese ACGN culture, origin, shaping, forward path

^① 宋磊：《面对繁多多面的二次元文化，主流文化不应该缺位》，《光明日报》2017年7月19日。