

建构社区与制造快感： 网络社区中粉丝的交流实践类型及意义

胡岑岑

摘要

交流实践既是粉丝文化的重要体现，也是网络社区形成的重要前提，因而理解网络粉丝社区需要关注社区中参与者的交流实践。随着网络技术和粉丝文化的发展，当今网络粉丝社区中的交流实践活动也有所更新；本研究通过对百度“太阳的后裔”吧的持续观察，指出现下粉丝在网络社区中的多种交流实践可以大致划分为信息性交流、情感性交流、生产性交流以及仪式性交流四种类型。这些交流实践在粉丝建构和维系网络社区的过程中承担着不同的角色，同时又与社区中粉丝个体的观剧体验、个人展演及认同建构等息息相关。

关键词

粉丝、网络社区、交流实践、太阳的后裔

作者简介

胡岑岑，中国人民大学新闻学院博士研究生。电子邮箱：jasminehucc@163.com。

Constructing Community and Making Pleasure: Communicative Practices in Online Fan Community

HU Cencen

Abstract

Communicative practice is a critical sign of fan culture, and it is an important premise of the formation of online community as well. With the development of Internet technology and fan culture, the communicative practices in online fan community have been updated. By conducting netnography in an online community (Baidu PostBar), this study finds that there are four key kinds of communicative practices in online fan community today, including informative practices, affective practices, productive practice and ritual practice. Those four communicative practices play different roles in the process of constructing an online fan community, and they also contribute to fans' viewing experiencing, performing and identification in the online community.

Keywords

Fans, Online community, Communicative practices, Descendants of the sun

Author

Hu Cencen is a Ph. D student of School of Journalism and Communication , Renmin University of China. Email: jasminehucc@163.com .

2005年,湖南卫视《超级女声》火爆荧屏,缔造了中国电视史上的许多奇迹,粉丝这一群体自那时起便以一种前所未有的速度与高调姿态进入了大众的视野。伴随着通信、计算机以及互联网技术的进步,网络社区的发展也如火如荼:从BBS网络论坛到QQ群,从贴吧、人人网到微博、Instagram、微信群,网络社区形式不断更迭。

网络社区打破时空限制,成为了粉丝交流的最佳平台;粉丝群体率先接受使用网络社区,成为其中最为活跃的应用者。当粉丝与网络社区相遇,粉丝群体便表现出了惊人的高生产力、高凝聚力和高执行力(Whiteman, 2009)。这些特质并非一夜之间形成的,而是在日常实践的累积中构造起来的。交流实践既是粉丝文化的重要体现,同时也是网络社区形成的重要前提,因此理解网络粉丝社区需要关注社区中的交流实践。本研究采用网络民族志的方法,通过对百度“太阳的后裔”吧近半年时间的观察,希望探寻网络粉丝社区中的交流实践类型及其产生的意义。

一、交流实践：粉丝文化的重要特征

尽管自上世纪80年代末粉丝研究兴起以来,学者对于“粉丝”的界定还难以达成共识,但是不难发现其中一些共同的修饰语,比如——“过度”。有学者将粉丝的这种“过度”表现视作病态的和危险的(Jenson, 1992),尽管约翰·费斯克也认为粉丝是文本的过度读者,但他明确指出,“‘迷’和其他不太过分的大众读者的差别只是程度上而非性质上的差别”(费斯克,1989/2001: 174)。在某段时间内,当读者被特定文本所吸引,并对该文本有一定程度的认同与涉入时,就有可能成为粉丝(简妙如,1996)。

不同于一般读者对文本保持距离的、欣赏性和批判性的态度,粉丝的“过度”体现在他们对文本的投入是主动的、热烈的、狂热的、参与式的(费斯克,1989/2001: 173)。粉丝文化的典型特征即是参与文化,“这种文化将媒介消费的经验转化为新文本、乃至新文化和新社区的生产”(Jenkins, 1992: 46)。

粉丝的这种参与性(participation)和生产力(productivity),与辨别力(discrimination)和区隔(distinction)、资本积累一道被费斯克视作粉都(fandom)的三个主要特征(Fiske, 1992: 34)。粉丝通过参与大众文化工业的

文本,继而创造出自己的文本,这些文本的类型是丰富多样的,包括粉丝的穿着方式、粉丝的发型和妆容等,也包括粉丝小说等在内的粉丝艺术(fan art)。不过其中最为常见的恐怕还是粉丝交谈(fan talk)。粉丝交谈指的是一个社区内部关于粉都(fandom)对象的某些意义的生产和传播(Fiske, 1992: 38),粉丝交谈既是粉丝生产的过程,也是粉丝生产的文本。

粉丝交谈对于粉丝来说极为重要,甚至与粉都对象(主要是明星、电视剧等大众文化文本)本身的重要程度不相上下。“实际上,粉都的许多快感都源于粉都所引发的粉丝交谈,而且许多粉丝报告说,他们对粉都对象的选择既取决于粉都对象的内在特点,也取决于他们所希望加入的口头社区。”(Fiske, 1992: 38)维特莫尔和基瓦瑟尔(Baym, 2000: 14)的研究也表明,对于粉丝来说,肥皂剧观看前后的互动与实际观看同等重要,正是由于这种谈论的价值,肥皂剧的观众才得以相互连接。甚至有学者指出,有了粉丝的话语,粉丝才能够创造一个特定的社区,所以它可能比粉都的对象本身还要重要。(Prandstraller, 2003)

而随着新的通信技术、计算机技术和互联网技术的发明和使用,粉丝交谈不再局限于面对面即时的口头交谈,转而拓展为形式更为多样的、可以跨越地域与时间限制的交流和互动实践。尽管许多粉丝的交流变得不再是面对面的、同步的,但其带来的快感未见被削弱。

二、交流实践：网络社区的意义体现

网络社区,也称虚拟社区(virtual community)或在线社区(online community)。瑞恩高德(Rheingold)(陈远,倪超群,邹晶,2008)在他的著作《虚拟社区:电子疆域的家园》中最先提出网络社区的概念,将其定义为“一群主要以计算机网络为媒介彼此沟通的人们,彼此有某种程度的认识、分享某种程度的知识和信息、相当程度如同对待友人般彼此关怀,所形成的团体。”范·戴克(van Dijk, 1997)认为网络社区有别于有机社区(organic communities),它超越了传统社区的时空制约,但依然服务于现实社会中社会的、文化的或者精神方面的普遍兴趣。

在网络社区中,社区成员主要是通过文字、表情,乃至图片、视频等符号交流实现参与的;对于网络社区而言,社区成员的交流是具有核心影响的、不可或缺的要素。一方面,网络社区中的交流满足了成员们信息交换、情感沟通的需要,成员们才会逐渐地聚合到这些社区中;另一方面,持续的信息分享与情感沟通使得成员之间发展出相互连接的人际关系,在一定程度上稳固了网络社区。可以说,成员之间的交流

是社区得以形成和维护的前提,同时这种交流也是社区成员获得对于社区的归属感的最重要途径。“没有信息交流就没有网络社区。”(贺小光,兰讽,2011)

阿姆斯特朗与哈格尔(Armstrong & Hagel, 2000)将网络社区划分为四类:交易社区(communities of transaction,如易趣网和维基百科)、趣缘社区(communities of interest,如粉丝俱乐部)、幻想社区(communities of fantasy,如第二人生)和关系社区(communities of relationship,约会网站)。但所有这四种类型都与粉丝相关,粉丝因为共同的兴趣建立网络社区,利用它们发挥幻想,与志同道合的人建立关系,并通过材料或数字信息的交换来构建网络。(Price & Robinson, 2016)

因此,可以说在一系列的网络社区中,网络粉丝社区是最为典型的。因为在粉丝文化中交流的重要性与网络社区中交流的重要性相契合,而且这一群体对于新技术的接纳和运用能力相较于其他人群也更为突出。“媒体粉丝是新技术早期和热情的采用者,为了扩大自己的活动范围和连通性,他们快速地动员了(这些新技术)”,而这些网络社区的出现,也为研究人员提供了宝贵的机会,使得他们可以探索这些网络环境中的生活,考量技术变化所导致的文化、身份和社区的形成。(Whiteman, 2009)

里安农·贝里(Bury, 2016)认为,所有的社区都应该被理解为话语建构与特定历史的互动性以及特定实践的设定,“给予社区实质的正是各种各样模式化的、定期的、持续重复的行为或实践”(Poster, 1995: 36)。一个社区的结构是通过习惯和反复的动作和实践被实例化和再造的。当人们参与到组成他们日常生活的活动中时,他们即在参与一个活动系统,在这个系统里,参与者会分享他们正在做什么以及这些对于他们的生活和社区来说意味着什么(Baym, 2000: 22)。“简而言之,如果一个人想要理解一个社区,他需要的就是观察参与者的日常活动。”(Baym, 2000: 22)

网络粉丝社区也是如此。南希·贝姆(Baym, 2000: 4-5)认为,网络粉丝社区是将大众媒介用作私人用途。面对这些新社区,“我们不仅要要将它们理解为在线社区(通过网络进行组织),或是网络社区(围绕文本来组织),同时也应该将社区理解为通过实践来组织的”,而从实践的角度,理解网络粉丝社区的要点就在于聚焦社区中参与者的交流实践。

三、交流实践:网络粉丝社区的观照路径

将粉丝的交流实践活动视为观照网络粉丝社区的重要路径的研究思路,相较于粉丝文化研究中的合作/抵抗范式,更贴近于观看/表演范式。前者虽认可粉丝及其社

区的部分自主性，但仍然认为粉丝难以摆脱工具的命运；后者则反对将粉丝视为被动、盲目的群体，认为粉丝群体能够通过主动地解读和挪用建构认同、获取快感乃至反向作用于文化产品的生产。基于此，当前网络粉丝社区的研究，倾向于将粉丝的交流实践活动与社区内粉丝的身份认同、自我展演、社区的建构和维系联结起来。

经过对TFBOYS网络粉丝社区的观察，王祎等学者认为粉丝在社区内通过分享信息、组织活动、观点表达等实践活动逐步建立了粉丝个体以及粉丝群体的身份认同。（王祎，李安琪，于欢欢，孙艳泽，2016）张赛男（2016）对美剧《生活大爆炸》的网络粉丝社区的观察表明，四种交流实践活动有助于粉丝的身份展演和认同建构：粉丝通过分享信息，区隔迷群身份；通过褒贬议论，观照“镜中之我”；通过“再写”文本，建构个性独特的自我；通过模仿偶像，形塑自己真实的“后台”身份。与此类似，陈彧（2013）的研究指出，粉丝通过在社区内呈现知识与信息、观点与品位以及才艺与创意，既完成了在社区内“资深”、“个性”、“有才”的自我形象的建构，又在这一炫示过程中实现了对于“理想自我”的认同。除了关注社区内的交流实践对于粉丝个体的意义，交流实践活动对于粉丝社区的作用也得到了认可。基于对百度“神话”吧的分析，陈曦（2015）提出共享信息与资讯、情感交流互动、文本创作以及组织粉丝支持活动等实践活动，建构并维系了网络社区。弗朗西斯卡·普兰德斯托尔（Prandstraller，2003）对亚当·克莱顿俱乐部（“Adam Clayton Club”）的观察也表明，粉丝们在共享信息和集体行动（sharing information and collective initiatives）、八卦和猜测（gossiping and speculating）、分享故事（sharing Stories）以及构建女性气质（constructing femininity）的过程中，发展出了属于自己的社区，并在社区成员这一身份下，完成了个体认同与集体认同之间的协商。

在现有的研究当中，南希·贝姆对网络粉丝社区的系列研究奠定了这一研究的基础，并至今具有重要参考价值。作为最早研究网络粉丝社区的学者之一，贝姆本人拥有的电视剧粉丝和学者的双重身份，使她敏感地意识到网络粉丝社区的研究价值。这双重身份也让她能以民族志的方式在成立时间最早、发展最成功的、以计算机为媒介的粉丝社群之一——Usenet的r.a.t.s肥皂剧讨论组中获取了大量一手数据，并切入了相关研究。1993年，贝姆（Baym，1993）发表了《解读肥皂剧和创建社区：在计算机为媒介的粉丝文化内部》（Interpreting Soap Operas and Creating Community: Inside a Computer-Mediated Fan Culture）一文，她根据r.a.t.s肥皂剧讨论组的标题分类，指出粉丝在网络社区中的七种主要交流实践类型，这些类型按照从稀少到常见排序，分别为：琐事（trivia）、冒泡（unlurkings）、目击（sightings）、剧透（spoilers）、更新（updates）、与剧集无关的杂谈（tangents）

以及讨论和分析 (new threads)。1998年, 在另一篇文章《谈论肥皂剧——以计算机为媒介的粉丝文化中的交流实践》(Talking about soaps: Communicative practices in a computer-mediated fan culture) 中, 贝姆 (1998/2009: 390) 进一步归纳整理出粉丝在网络社区内的四种交流实践类型: 告知 (informing)、推测 (speculating)、批评 (criticizing) 和改写 (reworking)。2000年, 贝姆将多年民族志观察的结果汇集成册, 写成《打开电视、登录网络: 肥皂剧、粉丝与网络社区》(Tune on Log on: Soaps, Fandom and Online Community) 一书, 并研究了粉丝的交流实践活动对于他们获得快感、建构社区的作用。(Baym, 2000)

随着网络技术的不断进步更新以及大众文化工业产品的日渐丰富, 当下的网络粉丝社区已经有了很大的发展: 首先, 网络粉丝社区的数量呈几何式增长, 每个社区内部的粉丝规模也迅速扩展。其次, 随着粉都对象的范围和数量快速增长, 粉丝社区之间产生了竞争关系, 这使得粉丝社区的活动开始变得更有组织性和目的性。再次, 网络粉丝社区的主体成员大部分是伴随着网络发展成长起来的“网络原住民”, 这不仅意味着网络社区生活早已是他们日常生活的一部分, 而且意味着他们能够熟练运用各类网络媒介工具创造出数量惊人的粉丝文本以供传播和消费。在新的形势之下, 网络社区中粉丝的交流实践类型是否有所发展和更新? 这些交流实践活动对于粉丝社区以及社区中的粉丝个体而言又有何种意义? 本研究试图回答这些问题。

四、研究方法: 个案分析及网络民族志

一直以来, 对网络粉丝社区的研究存在着共同的学术传统: 基于具体语境的个案分析。(潘曙雅, 张煜祺, 2014) 本研究延续了这一传统, 采用网络民族志的方法, 选取百度“太阳的后裔”吧为观察场所, 观察时间为2016年1月至2016年6月(《太阳的后裔》播出前一个月至播出结束后两个月), 持续了近半年。

网络民族志是关于网络空间 (cyberspace) 的民族志 (任珏, 2014), 是在特定时间内, 通过持续的网上观察, 描述虚拟社区 (论坛、博客、QQ群等) 中的族群及其文化现象的过程 (朱洁, 2008)。根据观察者是参与还是不参与研究对象的活动, 戈德 (Gold, 1958; 转引自: 陈阳, 2007: 289) 将观察分为四种类型: 1) 研究者作为完全的参与者, 隐瞒真实目的, 参与研究对象的活动, 不让他们知道自己正在被观察。2) 研究者作为观察者的参与者 (participant as observer), 参与研究对象的活动, 并且在研究开始阶段或者伴随着研究的进行, 公布自己的真实目的。3) 研究者作为参与者的观察者 (observer as participant), 主要进行观察, 偶尔也参与研究对象的活动。4) 作为完全的观察者, 研究者跟研究对象之间没有任何形式

的接触和交流。为了最大限度地获得“自然情境”下关于研究对象的行为资料,本研究采取的是第四种观察方式。

本研究选择百度贴吧作为观察场所,主要考虑到以下两个因素:1)易得性。与其他网络粉丝社区(如BBS)相比,百度贴吧具有更明显的开放性和低门槛——只要有网络,任何人都可以进入到百度贴吧,浏览内容。2)典型性。百度贴吧中的粉丝有共同的活动以及互动关系,在一个主题贴吧内,粉丝围绕着共同的主题(即粉都对象)发帖讨论。

选择“太阳的后裔”吧的主要原因在于:1)典型性。许多学者的研究已经表明,相较于其他粉都对象的粉丝,肥皂剧的粉丝对于交流的欲望更为强烈。尽管从电视类型上来说,《太阳的后裔》并非肥皂剧,但作为一个以电视剧为粉都对象的网络粉丝社区,“太阳的后裔”吧的交流实践无疑能在一定程度上代表粉丝的日常。2)活跃度。作为首部中韩同步播出的电视剧,《太阳的后裔》在中韩两国从收视率到话题度上都堪称“现象级”。得益于此,作为其网络粉丝社区的百度“太阳的后裔”吧活跃度非常高,截至2016年7月6日,该社区共有粉丝近46万,发帖数量达到近236万。

需要说明的是,为了最大限度地呈现社区内粉丝交流的原貌,本文所引用的交流信息将使用其原文,包括网络用语以及可能出现的语法、字词以及标点错误。

五、网络社区中粉丝的交流实践活动

在网络社交及粉丝文化前所未有的发展的助推下,当前的网络粉丝社区中存在着远胜于网络社区兴起初期的多种交流实践活动。笔者根据这些交流实践活动取向的不同,将其划分为信息性交流、情感性交流、生产性交流以及仪式性交流等四种类型。

(一) 信息性交流实践

网络社区是“一群人通过网络互相沟通与共享信息的社会现象”(贺小光,兰讽,2011),作为交流的基本单位,信息的交换对于网络社区而言具有不可替代的意义。对网络粉丝社区而言尤其如此。这是因为,相较于不重视参与的普通观众,粉丝总是想要了解更多关于粉都对象的信息,并以此作为资本深度涉入粉都对象。

1、告知

“告知”是信息性交流实践的最主要方式。其中,关于粉都对象本身的信息是粉丝交流的基础内容。在《太阳的后裔》播出期间,“太阳的后裔”吧中有不少的所谓“细节帖”,一些擅长挖掘细节的粉丝通过向其他粉丝介绍他们聚焦并放大的

剧集信息，帮助整个社区的粉丝加深了对剧集的理解。

但是不同于肥皂剧的粉丝，其他电视剧类型的粉丝无需花更多的功夫去了解电视剧文本本身漫长的历史信息（因电视剧文本本身的长度有限，加上网络视频的非线性传播特点，粉丝并非错过直播就错过了解剧集文本的机会），他们更期待从电视剧文本之外来获取信息解释剧集，这些信息以关于电视剧文本的新闻以及电视剧演员的信息为主。比如帖子“【160430】【存档】太后新闻传送门（时间轴—全纪录）”中首楼即解释了该贴的目的：

“欢迎来到吧务组为大家精心整理的新闻类内容专区。在这里你将看到最详尽的新闻类内容。与我们一同回顾太后始终与其中的酸甜苦辣。”

另一个帖子“【150604】那些影子照亮了光——《太阳的后裔》配角科普”则是粉丝在剧集开拍之前，针对剧集的演员信息进行的交流。

“楼主开这个贴，希望大家都能把自己知道的配角演员们的资料、轶闻、故事分享出来，让这些构成一部好剧必不可少的人在主角耀眼的光芒下也能让观众感受到他们的温度。”

随着粉丝对粉都对象了解程度的加深，仅与电视剧文本相关的信息也开始不能满足粉丝的需求，更为外围的一些信息和知识被纳入粉丝交流的范畴。这些信息有的可能会影响粉丝对电视剧文本的理解，比如帖子“【160306】【科普】搬运百度的韩国特种部队科普”的出现，就是因为《太阳的后裔》的男主角刘时镇是一名韩国特种兵，掌握了相关知识的粉丝希望让更多的粉丝了解男主角的人物背景和职业特性。

“综上.....wuli柳大尉绝对是战士里的战斗机....难怪女二的将军爹说柳大尉是将军候补了.....看了这些就真的很能理解了，为毛柳大尉一点都不怕死.....”

另一些信息则对粉丝理解电视剧文本的意义并无太大影响，但却能够丰富粉丝的知识，使其累积更多的文化资本。比如帖子“【160227】【赞助】剧中广告商你认识几个？一起涨之势~~~~”就介绍了许多电视剧的拍摄赞助品牌；另一个帖子“【150917】【科普】抢先开贴 军事武器科普哦”则介绍了电视剧中出现的各种武器装备。

无论是关于电视剧文本的信息交流，还是电视剧文本的外围信息分享，都有助于粉丝对电视剧文本形成更丰富的阐释。这种通过集体完成的信息收集和归档实践非常重要，因为“一大群粉丝可以做到任何单个的哪怕最忠实的粉丝都做不到的事情：对空前数量的相关信息进行累积、保留、和不断地再流通”。（贝姆，1998/2009：393-394）这些信息集合起来，为粉丝提供了理解和阐释电视剧文本的

知识基础,提升了他们观看剧集的快感。“这样的知识增加了粉丝‘看透’通常隐藏在文本背后的生产过程的能力,非粉丝是接触不到这些信息的。这些知识缩短了文本与日常生活的距离……”(Fiske, 1992: 43)与此同时,这种集体信息的积累是创造共同知识的基础,有助于社区边界的形成和粉丝能力的提升。作为共享的文化资本,这些信息也确保粉丝在参与社区互动和为社区做贡献时有所依凭。

对于粉丝个体而言,作为告知信息的粉丝,他们通过告知这一行为,不仅向社区其他成员展现了自身丰厚的粉丝文化资本,从而获取因其他粉丝的赞扬而产生的满足感,同时也获得了继续为社区贡献力量的鼓励,强化了对社区的认同感。获取信息的粉丝也因为从社区中得到了因为个人原因无法接收的有效信息,增加了对于社区的粘性。而在告知者和获取者持续讨论这些信息的过程中,粉丝更为深度地参与到了社区的互动中,这不仅有利于强化粉丝与社区其他成员之间的联系,形成一种类亲属或类伙伴的关系,也有利于增强粉丝对于社区的认同感和归属感。

2、推测

推测是粉丝基于已知的粉都对象相关信息,针对粉都对象进行的第二种信息交流方式。对于电视剧的粉丝而言,他们喜欢将故事当作一种游戏,并在相互交流的过程之中,去尝试“辨别一个角色是什么样的,可能会发生什么、应该要发生什么、将要发生什么、将会怎样发生……”(贝姆, 1998/2009: 394)

总体而言,粉丝在网络社区中的推测实践一般包括两项内容:情节的发展以及故事的留白。前者是最为常见的推测内容,粉丝们往往会根据电视剧的前情呈现,结合自身的生活经验和兴趣、价值取向,再参考电视剧文本的周边信息(比如同一编剧的其他作品)来对未来故事情节的发展进行推测。比如帖子“【160409】【预测】他再也不会回来……”中,有粉丝就预测故事的最终走向将会是一个悲剧,作为特种兵的男主角将会牺牲。

“太阳的后裔看到现在,不知道太后粉注意到没有,我是特别喜欢这一段, big boss, he is smart, funny, and mysterious, but he has a lot of secrets.....and one day ,piu...he will never come back.而且这一段始终没有得到呼应,越接近结局,越觉得这很可能发生。很多英雄人物的塑造,并不是一定要喜剧结尾的不是吗?往往悲剧更难让人产生情怀。”

另一个帖子“【160413】【讨论】部队已经公布死亡了,大尉活着回来了,这要怎么办?”中,粉丝则针对如何让男主角“死而复生”这个情节合理化展开了讨论。

“会不会转业?然后再次去了沉船湾?”

“应该以后就不用再出危险任务了吧！！希望大尉从此金盆洗手，做领导”

“这根本就是部队安排的呀…只希望没了身份的大尉就此平凡生活…”

“被换了身份重新活着，两人移民希腊”

除了对故事情节的走向进行推测，粉丝们对于受限于播出篇幅未能呈现或是编剧出于需要故意没有展现的留白部分，也抱有极大的推测热情。比如帖子“【160401】【讨论】从剧中细节推理一下男女主角的家庭背景”：

“姜医生……很有可能是来自单亲妈妈的家庭，或者至少不太和爸爸联系，而且是独生子女。因为看戏里，每次在经历生死关头的时候，姜医生只会提到妈妈。例如，开车快掉下悬崖留遗言的那一次（同时也是录下对柳大尉告白的那一次），又或者是地震劫后余生，恢复手机通信的那一刻。”

粉丝之所以热衷于推测实践，一方面是受到电视剧制作方和播出方的鼓励——他们总是试图在每一集播出之前通过预告、剧照等方式释放诱人的有限信息，并且在每一集播出结束的时候留下悬念，引导粉丝去推测故事接下来的走向，并促使粉丝热衷于通过在第一时间收看剧集来验证这些猜测。另一方面则是出于粉丝自身提升观看快感的需要。粉丝的推测过程同时也是他们展开幻想的过程。粉丝之所以需要结成社区来与志同道合的其他成员交流，是因为只有在这个社区中，他们基于粉都对象的幻想和情感投射才不会被看作是“过度的”或者是不正常的。因此，在官方文本没有给出任何既成的答案之前，粉丝在社区中可以充分按照自己的意愿来编织文本并与其他粉丝交流想法，从中获得想象性的满足。此外，粉丝们在推测时，往往会动用自身所拥有的文化资本，如对编剧、摄像、音乐以及其他形式符码的知识；同时还会加入个人的生活经历，间接或直接地向社区中的其他粉丝展现出自身的个性以及价值观念，而当粉丝展现的这些内容获得来自社区的其他粉丝的认可和赞扬时，他们便会得到一种心理上的满足。粉丝的推测还能填补文本的裂隙，“说明文本中省略或掩埋了的动机和结果，扩展解释的空间，提供另一种或者额外的洞见”（费斯克，1989/2001：174—175），从而提升粉丝观看剧集的快感。

对于社区整体而言，粉丝们积极的推测交流，能够形成一种集体讨论的氛围，在促进社区内部粉丝之间的交流，提升粉丝之间的熟悉度，增强粉丝之间的情感联系的同时，还能增加社区的活跃度。

3、解读

与推测一样，解读是粉丝在知晓粉都信息的基础上，开展的一种针对粉都对象信息的阐释活动。霍尔（Hall，2005）的编码—解码模式指出，尽管作者在文本中试图对某些意义进行编码，这些意义被认为是“主导的”，但观众往往会选取自己的

立场来解码文本。在观众解码文本的过程中,作者的意图意义可以被挪用、修改和抵抗(Kim, 2009)。而作为“过度的”观众,掌握大量相关文化资本的粉丝对文本的解码相较于一般观众则更为主动和灵活。亨利·詹金斯(Jenkins, 1992: 24-28)借用了德塞都提出的“盗猎者”(poachers)这个概念,认为粉丝就是通俗文化的盗猎者,他们挪用了通俗文本,并用自己的方式重新解读了这些文本,但这些解读并不一定就是抵抗性的。

综观“太阳的后裔”贴吧,粉丝在网络社区中的解读实践主要包括两种类型,第一是围绕角色展开的,如帖子“【160310】【分析】柳大尉,你究竟是一个怎样的人?”。第二则是围绕剧集展开的,这其中又涉及到剧集中的感情线索、剧集表达的主题等不同内容。如“【160401】【感想】让我们来一场把咖啡小心端在手里的爱情”,“【160317】【剧评】爱与使命—解读《太阳的后裔》”。

与过去依靠文字进行阐释相比,当下粉丝社区中的解读形式已经升级,变为以文字和图片(尤其是剧集的视频截图)相结合的方式为主,解读的特点则是个性化,至于解读立场,并非如同霍尔的分类那样是固定的和可分类的,而往往是流动和跳跃的。下面这个帖子“【160404】【感想】分手教科书——理想的分手模式”,只摘取其中一小段内容也能看出粉丝从解读的语言风格到立场都具有鲜明的特点。

“第一次的咖啡馆分手是男女主第一次的摆上台面的价值观冲突吗?呵呵,看剧的各位观众是不是都觉得人性在闪光啊,是不是觉得剧情立意很高啊,是不是觉得讨论杀人和被杀冲突感很强烈啊?我只看出了姜暮烟在拉锯战中落荒而逃。

这男人说走就走,只道歉却拒不解释,玩了姐两次,直接out,还找来,什么意思?老娘评级被后门,业务被后门,屡战屡败,心情很down。既然莫名其妙来了太好了,反正也没打算继续发展,吵一架得了,洪荒之力无处发泄,姐今天跟你杠上了。但是吵架显不出姐的成熟干练,算了,忍忍吧。还是挺想他的。”

粉丝乐于用自己的方式去解读文本,是因为“在文化产品的生产和分配环节中,粉丝是无权的、依赖文化工业的,但在文化产品消费的过程中,粉丝却有着相当大的自主权”(杨玲, 2009: 40)。对于粉丝个体而言,通过解读粉都文本,他们完成了一次对于文本的深度参与,并且在这一过程中,充分展示了自己的文化资本和个性,完成了自我展演,获得了一种表达的快感以及被认同的快感。对于粉丝社区而言,不同粉丝的解读和观点碰撞,一方面可以修正一些因为个人经历和知识限制导致的理解误差,另一方面通过不同粉丝的解读还可以完成更为丰富、更为完

整的理解拼图,从而实现一种对于粉都对象的集体理解和认知,这有助于强化社区的凝聚力。

(二) 情感性交流实践

粉丝文化中的“狂热”标签正是源于粉丝对于粉都对象“深度的”、“持续的”“情绪”和“情感”投入。因而,粉丝结成或加入社区的重要动机之一,即是在社区中表达对于粉都对象的热烈情感,并与同好者进行情感交流。

1、抒情与吐槽

对粉都对象的强烈热爱是促成一般观众转向粉丝的主要驱动力,因此,粉丝们抒发正向情感的交流实践几乎散布于社区的每一个角落。然而,粉丝对于粉都对象的感受并不总是积极或乐观的,也可能包括挫折和对抗,而吐槽正是他们善意地发泄这些负面情绪的一种交流方式。

总体来说,粉丝在网络社区的吐槽实践,主要有以下三种内容。第一,吐槽剧集品质不佳,可能涉及道具、布景、服装、表演、剧本的质量以及传达的意识形态等几乎所有方面。如帖子“【160415】【评论】本想吐槽大尉绿围巾看徐上士棉衣后果断放弃”中,粉丝就狠狠吐槽了一番男一号和男二号的服装造型;帖子“【160408】【植入】第13集中的各种广告植入,越来越出戏了”则指出过度的广告严重影响了观剧体验。

第二,吐槽情节走向与预期不符。当粉丝发现电视剧的剧情发展与自己的期望并不一致时,也会引发吐槽。如在帖子“【160414】【讨论】不喜欢死而复生的剧情”中,粉丝吐槽:“15集的剧情真是太搞笑,姜暮烟在柳大尉的祭日的时候,一开始是那个白色石头被风吹掉,一会对讲器又冒出柳大尉的声音,手机的短信正在显示已读,这是要拍鬼片吗,这时柳大尉就冒出来了,一个以为已经死的人在他的祭日那天又突然活过来,这要是搁正常人估计早就休克了,当然这是电视剧可以有想象和夸张的成分,但是我确实不喜欢这个剧情,真的很搞笑很老套”。

第三,吐槽剧情脱离实际。“现实主义”是粉丝评估节目的一个重要标准,当粉丝发现电视剧并不真实,至少不符合其个人经验时,也会展开吐槽。在“太阳的后裔”贴吧中,由于该剧的男女主角的职业分别是特种兵和医生,因此剧中会有一些涉及这些职业的场景;一旦粉丝发现剧中的呈现不符合现实,即会吐槽。例如在帖子“【140607】【讨论】大尉开挂拉吧?睁眼就起来了!”中,粉丝就吐槽剧中的情节设置不符合医学常识:“大尉中枪,送到医院抢救过程中忽然生命体征没有了,暮烟不放弃继续救,刚准备放弃的时候大尉就睁开眼说话了,这一眨

眼的功夫又坐起来了，在一眨眼的功夫下地走路了，这这这……”；另一个帖子“【160406】【吐槽】特种兵执行任务居然不穿防弹衣，给射成筛”中，粉丝则吐槽了一些违背军人常识的情节：“没人觉得今天这集拖沓且bug很大吗？防弹衣居然不穿？这难道不是特种兵标配？跟黑社会对决都穿，执行特大任务居然脱了？”

粉丝“也会批评他们自己对节目的涉入”，但是，“批评并不是用来限制涉入的程度。批评本身就是一种涉入，它可以像非批评性的涉入一样带来快感”（贝姆，1998/2009：398）。这正是作为粉丝，他们还会公开在网络社区中吐槽粉都对象的重要原因。

实际上，粉丝的吐槽是他们在社区中与其他成员分享感受的重要方式。一方面，通过吐槽，粉丝能够发泄因为剧集不尽如人意而产生的挫折感，另一方面，当粉丝的吐槽获得来自社区的其他粉丝的认同时，粉丝之间就能够临时形成一种情感上有所共鸣的小群体，从中获得交流的满足感和群体的归属感。而当粉丝吐槽的方式充满张扬的个性和浓厚的嬉戏意味时，吐槽就不仅能彰显粉丝作为“主动的”、“积极的”观众而非“沙发土豆”的身份，而且还能成为社区中娱乐的新材料，从而引发粉丝的狂欢。

值得一提的是，即便是同一社区的粉丝，对于粉都对象的看法也总是五花八门的，这就容易导致粉丝在吐槽过程中不仅能引发共鸣，还会引起争论乃至争吵。适度的争论某种程度上是有助于社区共识和认同感的达成的，然而不加节制乃至言辞激烈的争吵就可能影响社区内部的团结。因而，随着社区管理的规范化，粉丝社区的管理者往往会对吐槽的内容和方式加以限制，比如在“太阳的后裔”吧中，将该剧及其演员与其他剧集或演员作对比的内容就被明令禁止，包含人身攻击、政治或色情内容的帖子也不允许发布。

2、闲聊

基于粉都对象的情感交流之外，在粉丝社区日益稳固，成员对于社区的认同感以及成员间相互的熟悉度达到一定程度之后，粉丝们还会在社区内逐渐展开与粉都对象无关的情感交流。

为了保证社区的主题不偏离，在“太阳的后裔”吧中，贴吧管理者（即吧务）会定期开设“水楼”，供社区成员灌水、刷经验值以及闲聊。帖子“【160402】【水楼】2016年4月至无限期”就是由吧务开辟的专帖。但相较于“水楼”，一些更有实质内容的闲聊帖更受社区成员的欢迎。如在以“wuli的追剧时光”为题的系列主题帖中，粉丝们从交流观看《太阳的后裔》的随感逐渐转向讨论自己近期观看

的韩剧、韩影，分享自己喜爱的韩国明星的信息，乃至自己的生活动态。

这些与粉都对象自身关系不大的闲聊，很多内容已经涉及到粉丝线下的日常生活以及粉丝身份之外他们的“真实自我”。对于粉丝而言，这种情感交流是一种类亲朋好友间的沟通，甚至由于脱离了现实中的利益和情感牵绊，成员之间的情感交流更为自在和真实，讨论的话题更广、深度更深。因而，闲聊不仅有助于粉丝个体寻求慰藉、获取共鸣、表达个性、展演自我，而且有利于拉进社区成员之间的关系，增强成员对于社区的粘性。与此同时，闲聊还能提升社区的价值，因为当粉丝们在社区中讲述自己的故事、表达自己对于某部作品或是某件事情的观点时，有可能会引发社会情感性的讨论，从而实现个人认同与社区认同之间的一种协商。

（三）生产性交流实践

“粉丝尤其具有生产力”，从广义的角度来说，他们的生产力可以划分为三个领域：符号生产力（semiotic productivity）、声明生产力（enunciative productivity）及文本生产力（textual productivity）。（Fiske, 1992: 37-42）其中，文本生产力成为了当今网络粉丝社区维持和发展的重要保障。这里所说的网络粉丝社区中的生产性交流主要是指粉丝生产、传播和讨论区别于粉都对象官方文本的粉丝文本的实践活动。

在网络粉丝社区之中，由粉丝创作的粉丝文本类型丰富，包括PS的图片或图签壁纸、视频剪辑、自制MV、原创漫画、卡通形象以及手工作品等。其中数量最多，也最受粉丝欢迎的粉丝文本就是粉丝小说。通过改写或续写的方式创作粉丝小说（fan fiction）是生产性交流中最为重要的一种实践方式。

所谓的“改写”，通常是指粉丝在自己创作的文本之中，用可能或应该发生的事情代替电视剧等官方原文本中真正发生的事情。电视剧中粗糙的地方越多，或者是剧情设置不符合粉丝期望的地方越多，就给粉丝提供了越大的空间去创造性展演自己的想法和才华。需要说明的是，粉丝的这种改写，大多数时候并非对于电视剧原文本的颠覆，而仅是一种对文本的修正，至多算是某种程度上对编剧意图的抵抗，粉丝们做的不是“文本瓦解”而是“家庭装修”（Jenkins, 1992: 52）。而粉丝之所以进行这种修改和抵抗，正是出于他们对于文本一定程度的涉入和热爱。如帖子“【160415】【改编】不吐不快，大结局的槽点及若干细节的YY改编”的作者，即是因为觉得“后四集，编剧在大厨和医生情感的互动处理上明显不如前12集的细腻，也有点不符合现实生活中刚确定关系的情侣的心理状态和相处模式”，才动手提出了关于原剧中许多细节的改编建议。

另一种改写动力则是粉丝对剧情和人物推测的延伸。这类改写往往发生在剧集最终完结之前，粉丝从已经播出的某个剧情点出发，对情节发展和人物设置进行更为完整和详细的推测，尽管粉丝的推测也可能出现与官方正式播出的剧情一致的情况，但更多的时候，这类推测形成了与官方电视剧文本不同的文本，最终成为改写。比如帖子“【160320】【续文】不论何时 你在哪里”，作者就是在电视剧播出到中段，尚未知道完整故事走向时开始改写的。

“续写”，则是指粉丝“根据原媒介文本的叙事策略、美学原则和价值观的知识积累，延续情节的发展，想象故事的可能性”（黄瑛，2014）。相较于肥皂剧漫长的播出周期和数量惊人的播出篇幅，一般电视剧由官方提供的文本是十分有限的，这不仅让粉丝在官方文本完结之后意犹未尽，还给粉丝留下了许多想象的空间，因此粉丝会将未被满足的个人设想通过续写的方式展演出来。在“太阳的后裔”贴吧中，这种交流实践俯拾皆是。如“【160517】【番外】失恋33天”、“【160430】【原创】暮时之初 Five Firsts for Si Jin & Mo Yeon”、“【160328】【番外】时光蔓延中”。

粉丝小说的生产，大多都会持续相当长一段时间，再加上与其他粉丝的讨论互动，每个帖子的回帖量往往都不低，其中最多的可以达到上万。粉丝在生产文本的过程中，既向社区的其他粉丝展现了其自身关于电视剧的文化资本，因为只有对剧情、角色性格等细节有一定的了解才能展开自己的创作；又表现出优秀的个人才能，从而因此获得了一定的声誉资本。

除了展演自身文化资本和才华，粉丝的文本生产实践也是为了消解自己的负面情绪。一方面，当官方剧情发展未能让粉丝如愿以偿时，他们可能会产生一种挫败感，而创造性的改写能够正面回击这种感觉。通过将自己的时间、注意力、创造力、智力和能量奉献出来，粉丝促使粉都对象（至少在粉丝世界中）成为他们想要的样子。（De Kosnik，2013）另一方面，由于粉丝在电视剧播出期间往往“过度的”涉入到剧集中，一旦官方剧集播出完毕，难免会产生一种空虚或是失落的感觉，要想填补这种感觉，就需要给粉丝延续的热情找到寄托之处，这时粉丝的续写是最佳选择。

而对于社区，特别是以电视剧等仅只短暂播出的文本为粉都对象的社区而言，包括粉丝小说创作在内的生产性交流，是最为长久的实践活动。它们不仅不会因为文本更新的终止而失去交流的基石，相反，文本的结束可能带来的是更大规模的生产浪潮，因为官方文本的有限性需要依靠粉丝文本的无限可能来加以弥补。另一方

面,在社区中,粉丝小说、粉丝漫画、粉丝视频等粉丝文本被当作一种礼物在社区内部免费共享。与商品不同,礼物拥有的是无法估价的情感价值或符号价值,(杨玲,2015)社区中的粉丝通过礼物的给予(to give)、接受(to receive)和回报(to reciprocate),有效地维持了与其他粉丝之间亲密交流,从而创造和巩固了社区的结构和关系(Hellekson, 2009; Jones, 2014)。

(四) 仪式性交流实践

仪式被认为是作用于特定场合的一套规定好了的正式行为,其意义在于能够“激发、维持和重塑”群体生活,能够使“每个集体成员都能感受到,他们有着共同的信念,他们可以借这个信念团结起来”,从而形成一个共同体。(王轻鸿,2015)作为拥有共同活动、共同目标的社会群体,网络粉丝社区中同样存在着一系列带有明显仪式性质的交流实践活动。

1、规则/游戏/签到

尽管粉丝建构的重要部分就是平等、分享、宽容等观念,但随着社区的规模化以及结构化,“规制”作为一种保障社区秩序井然、交流顺畅的实践方式已经必不可少。虽然仅在粉丝的交流实践中占据很小的比例,但是“规制”甚至直接影响到其它的交流实践类型。比如帖子“【160605】【吧规】必读吧规+历任吧务功勋墙+现任吧务成员资料”中,针对剧集已经播完这一新的交流环境,“太阳的后裔”贴吧的吧务组整理出了新的贴吧规范(仅摘取部分):

“1.言语文明,吧友之间团结友爱,支持并理解吧务工作。

2.建议多使用精品贴以及“吧内搜索”功能。

3.OST已由吧务组制作,详见置顶OST贴,禁止以任何其它形式另发资源。

4.版权归爱奇艺所有,本吧严禁一切形式求发或发放剧集资源。

5.本吧谢绝一切形式的广告。

6.格式错误、真人、比较、人身攻击、政治色情、重复、与太后无关等扰乱吧友正常浏览等情况均作删帖处理,严重者封号或拉黑。

本吧发帖格式:【160408(日期限六位)】【属性(限两字)】标题”

根据这些规定,凡是不符合要求的粉丝交流都会遭遇删帖或封号等处罚,继而导致交流无法完成。而遵守了规范且内容突出的帖子则可能得到加精乃至置顶等对待,从而成为粉丝社区中获得推崇的交流内容。

如果说“规制”有效维持了社区的交流活动,那么“游戏”则在一定程度上激发了社区的交流。在“太阳的后裔”吧中,为了强化社区的共同活动和共同目标,一些经过组织的游戏或者是狂欢也成为了粉丝交流实践的一种形式。比如帖子

“【160527】【福利】参与本吧优秀原创作品评选 赢中译版太后写真”就通过粉丝自荐和粉丝评论等方式,既鼓励了粉丝解读、改写/续写的交流实践,也调动起更多的粉丝参与社区讨论的热情。

“签到”是网络粉丝社区中另一类明显具有仪式性质的交流实践活动。“太阳的后裔”吧的管理者会定期开设“签到楼”,供成员们“签到”和闲聊。通过“签到”这一定期行为,粉丝们既强化了“我是社区一员”的意识,又向集体表达了“忠诚”的姿态和“在场”的状态。而通过开设“签到楼”,社区作为组织既向成员们提供了“归属感”,又通过收集成员的签名了解了成员的动态。

2、直播

对于网络粉丝社区来说,“直播实质上是观影与对话两种日常生活中的基本仪式重合的产物”(潘曙雅,张煜祺,2014)。与规则、游戏、签到等日常的仪式性交流相比,直播这种交流方式更接近于节日的仪式,它允许社区成员在固定的时间(直播贴置顶时段)内在其中高强度地践行交流狂欢。

在“太阳的后裔”吧中,根据电视剧在中韩播出的时间,总共开设了9周共20次的电视剧直播同步讨论帖(包含1次剧集制作发布会和3次电视剧特辑直播讨论帖)。一般直播帖的开设时间会早于电视剧的播出时间,因此粉丝可以在直播帖中分享最新的剧集以及剧集周边的信息,推测当晚的剧情。而在剧集播出时段,粉丝则达到了交流的高潮,他们会上传即时剧集截图,热烈讨论剧情的发展,吐槽对于剧集的不满以及简略陈述自己对于剧情的改写。尽管这种讨论并非面对面的,但是由于集中在非常短的时间段内,因此某种程度上也达到了几乎同步的即时效果。根据观察,“太阳的后裔”吧的直播帖的回帖量一般都在3000帖以上,而且是在短时间内达到的,可见粉丝参与“直播”这种仪式交流的热情比较高涨。

波兰尼(Michael Polanyi)1958年在《个人知识》中提出了“场”的概念。简单地说,“‘场’就是人们在共同参与、有意无意地相互观察、相互交流、相互了解、共同合作、共同体验所形成的无形的圈子,网络社区就是交流信息和知识的‘场’”(陈远,倪超群,邹晶,2008)。而网络粉丝社区中的直播帖则是粉丝高度聚集起来实践“直播”的“场”。原本分散在不同地域、甚至彼此之间有时差的粉丝个体,通过进入这个特定时间段才存在的“场”,完成了一种集结,实现了一种“共同在场”的观影和讨论体验。这种体验一方面让粉丝感受到一种“在场”和“参与”的仪式性快感;另一方面,通过与其他粉丝的类同步交流,粉丝之间建立起一定的情感联系和对社区的认同,从而强化了网络粉丝社区这一“想象的共同体”(蔡骥,2009)。

3、外交

不论是日常的“规则”、“游戏”、“签到”，还是类节日的“直播”，以上几种仪式性交流都是针对社区内部的实践活动；而“外交”则是社区与社区之间，以集体名义进行的仪式性交流。网络粉丝社区中所谓的“外交”，主要是指社区与社区之间进行的相互问候、邀请、致谢、祝福等，通常由社区中负责对外交流的管理者以本社区的名义到对方社区内发帖，随后两个社区的其他粉丝跟帖致意。在“太阳的后裔”吧中，就存在少量的来自剧集相关演员的社区以及其他韩剧社区的外交帖。这些帖子的功能不仅在于表达对“太阳的后裔”吧的友好，同时还承担着向该社区的成员介绍本社区粉都对象、展现本社区形象风采的功能。因此，“外交”虽然不是主流的交流形式，却受到了各个粉丝社区的重视。

仪式性交流实践这种既在网络粉丝社区中占比小，同时还在某种程度上限制或导向了粉丝的交流的实践类型，之所以仍持续存在并得到了绝大部分社区中粉丝的认可，还在于其发挥了强化网络社区这一粉丝的“想象的共同体”的功效。其一，粉丝通过制定统一的规矩、开展统一的游戏、定期向社区报到、在直播帖子狂欢以及以集体名义对外交流，某种程度上完成了对社区的建构，划定了社区的边界，区分了社区内部成员与外部人员，这对于粉丝社区而言极其重要，是粉丝生成凝聚力的基石；其二，规制、游戏和签到制度的施行，确保了社区内部交流实践的有序，既鼓励了有助于社区认同感和共享文化资本形成的交流，又避免了可能导致社区内部矛盾和分化的交流，从而维护了社区的持续性和稳定性。其三，粉丝通过遵循这些规矩和参与游戏、直播，既表达了对于社区的认同，又获得了一种社区对个体的承认，“我”属于某个社区的归属感给粉丝带来了社会快感。

六、讨论

交流实践既是粉丝文化的重要体现，又是网络社区形成的重要前提，理解网络粉丝社区的要点就在于聚焦社区中参与者的交流实践。跟随着不断更新发展的网络技术和粉丝文化的脚步，网络社区中粉丝的交流实践也发生了一些值得关注的变化。本研究通过对百度“太阳的后裔”吧的持续观察指出，根据这些交流取向和意义的不同，当今粉丝在网络社区的交流实践大致可以分为信息性交流、情感性交流、生产性交流以及仪式性交流等四种类型。粉丝通过这四种交流实践建构了稳定、活跃的网络社区；其中，信息性交流是基础，情感性交流是纽带，生产性交流是核心，仪式性交流是保障。

信息性交流包括告知、推测、解读等具体交流形式。作为网络粉丝社区中基础

性的交流实践,与网络社区诞生初期相比,信息性交流在当下的粉丝社区中所占的比例有所下降。这与网络信息技术,特别是移动网络和社交媒体的发展和普及是分不开的——由于伴随网络成长起来的年轻一代粉丝在获取和搜集资讯方面的突出能力,粉丝之间的“信息鸿沟”一定程度上得以缩小,网络粉丝社区也不再是他们摄取粉都对象信息最重要的依赖渠道。但信息性交流之于网络粉丝社区的意义仍未减弱,这些由无数粉丝提供并汇集而成的信息,组成了一个关于粉都对象的知识档案馆,变成了一种社区的集体“资产”,供社区内外的人取用。

情感性交流包含抒情、吐槽和闲聊等交流方式,是网络粉丝社区中发挥纽带作用的交流实践。基于粉丝本身“狂热”和“过度”的特点,情感交流一直是社区对渴望表达情意、寻求共鸣的粉丝的吸引力之所在。但与此前的情感交流相比,现下粉丝之间在网络社区内进行的情感性交流呈现出两个特点:其一,情感交流的范围由粉都对象相关逐渐扩展到粉都对象之外,涉及到社区成员“粉丝”身份之外的其他身份及线下的日常生活;其二,随着社区成员规模的扩大和结构的复杂化,情感交流带来的不仅有强烈的正面感受,还包括激烈的负面情绪。情感性交流在很大程度上密切了粉丝之间的联系,同时增强了粉丝对于社区的认同和粘性。

生产性交流以粉丝小说、粉丝艺术等粉丝文本的生产和流通为主要交流形式。尽管粉丝强大的“生产力”在非网络时代就通过粉丝杂志、粉丝俱乐部等方式得到了呈现,但得益于网络媒介技术和网络文化的日益发达,网络社区中粉丝的生产性交流一方面在文本规模和数量上完成了爆炸性的增长,另一方面在文本类型上也实现了前所未有的丰富。由此,生产性交流活动成为了当今网络粉丝社区的核心交流实践,在维持社区生命力和激发社区活力上发挥着无可替代的作用。

仪式性交流有规制、游戏、签到、直播、外交等多种方式。作为一种在网络粉丝社区中占比很小的交流实践类型,仪式性交流的最初作用在于为其他交流实践的顺利实现提供保障。然而,随着粉丝社区规模的扩大化以及粉丝社区之间竞争的白热化,仪式性交流开始得到粉丝更多的重视和鼓励,不仅数量上有所增加,而且具体的实现形式也更为多样。通过这些有意识的仪式交流,对社区内部而言,更为稳定和清晰的社区意识得到了强化;对社区外部来说,更为理想的社区整体形象得以建构和呈现。

除了在创造和维持社区方面发挥出重要作用,本研究发现,四种主要的交流实践对网络社区中的粉丝个体而言也意义重大,与他们的观剧体验、个人展演以及认同建构息息相关。首先,粉丝的交流实践帮助他们获得了作为普通观众无法得到的

“阐释性资源”（贝姆，1998/2009：403），这些资源帮助他们更好地理解粉都客体（本研究主要指的是电视剧文本），从而在剧情中找到新的意义，增加了观剧的快感。其次，粉丝的交流实践鼓励粉丝跳出电视剧制作人的意义，创造属于自己的意义，并且还鼓励这种粉丝意义的传播，帮助粉丝摆脱“沙发土豆”和“牵线木偶”这样的负面形象。第三，不同于现实生活的表达机会和地位，网络粉丝社区中的交流实践允许不同类型的粉丝向社区其他成员展现个人关于粉都对象的文化资本、粉丝自身的性格和价值观念等，并能使粉丝从这种实践中获取表达的快感以及获得认可的满足。第四，在与社区中其他粉丝的交流过程中，粉丝逐步实现了个体与个体之间，个体与集体之间的协商，对于“我是谁”、“我想成为谁”、“我属于什么集体”等问题有了更为清晰的回答，从而在认同的道路上更进一步。

尽管本研究试图最大限度地概括网络粉丝社区的交流实践，然而研究中所提出的四种类型可能仍然无法穷尽现阶段网络社区中粉丝的交流活动范围。与此同时，本研究选取的观察场所是以电视剧为粉都对象的网络粉丝社区，但是由于粉都对象的多样化，粉丝社区的类型也是丰富的。电视剧粉丝的网络社区虽然具有一定的代表性，但是本研究的成果在多大程度上可以推广到其它类型的网络粉丝社区，还有待此后的研究进一步验证。

（责任编辑：骆静雨）

参考文献 [References]

- 蔡骥（2009）。网络与粉丝文化的发展。《国际新闻界》，（7），86-90。
- 陈曦（2015）。《“K-pop粉丝”虚拟社区的建构和维系——基于百度“神话吧”的个案研究》。福建师范大学传播学院硕士论文。福州。
- 陈彧（2013）。从“看”到“炫”——粉丝再生性文本中的自我展演与认同建构。《现代传播》，35（11），155-156。
- 陈远，倪超群，邹晶（2008）。网络社区信息传播的相关理论述评。《图书情报知识》，（2），70-75。
- 贺小光，兰讽（2011）。网络社区研究综述——从信息交流到知识共享。《情报科学》，29（8），1268-1272。
- 黄瑛（2014）。网络粉丝社区的文本生产行为探析——以“来自星星的你吧”为例。《新闻世界》，（9），137-138。
- 简妙如（1996）。《过度的阅听人——“迷”之初探》。中正大学电讯传播研究所硕士学位论文。台湾嘉义县。
- 南希·K·贝姆（1998/2009）。谈论肥皂剧——以计算机为媒介的粉丝文化中的交流实践（张淳译）。载陶东风（主编），《粉丝文化读本》（第386-405页）。北京：北京大

学出版社。

潘曙雅, 张煜祺 (2014)。虚拟在场: 网络粉丝社群的互动仪式链。《国际新闻界》, (9), 35-46。

任珏 (2014)。身体的在场: 网络民族志的性别反身性。《新闻大学》, (2), 63-71。

王轻鸿 (2015)。仪式。《外国文学》, (6), 91-98。

王祎, 李安琪, 于欢欢, 孙艳泽 (2016)。迷文化视阈下的身份认同建构——以网络社群中TFBOYS迷为例。《西部广播电视》, (23), 9-11。

约翰·费斯克 (1989/2001)。《理解大众文化》(王晓珏, 宋伟杰译)。北京: 中央编译出版社。

朱洁 (2008)。网络田野考察——网络传播学研究的新方法。《广西师范大学学报: 哲学社会科学版》, 44 (2), 120-122。

杨玲 (2009)。《“干点正事吧!”——粉丝、盗猎者、游牧民》导读。载陶东风 (主编), 《粉丝文化读本》(第40页)。北京: 北京大学出版社。

杨玲 (2015)。粉丝经济的三重面相。《中国青年研究》, (11), 12-16。

张赛男 (2016)。美剧迷的身份展演和认同建构——对《生活大爆炸》豆瓣小组粉丝交流活动的考察。《苏州教育学院学报》, 33 (5), 48-53。

Armstrong, A. & Hagel, J. (2000). The real value of online communities. In Lesser, E., Fontaine, M. & Slusher, J. (Eds.). *Knowledge and communities* (pp. 85-95). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Baym, N. K. (1993). Interpreting Soap Operas and Creating Community: Inside a Computer-Mediated Fan Culture. *Journal of Folklore Research*, 30(2/3), 143-176.

Baym, N. K. (2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community*. California: Sage Publications, Inc.

Bury, R. (2016). Technology, fandom and community in the second media age. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*, DOI: 1354856516648084, 1-16.

De Kosnik, A. (2013). Fandom as free labor. In Scholz, T. (Ed.). *Digital labor: The internet as playground and factory* (pp. 98-111). New York & London: Routledge.

Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. In Lewis, L. A. (Ed.). *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 30-49). London: Psychology Press.

Gold, R. L. (1958). Roles in sociological field observations. *Social forces*, 36(3), 217-223. 转引自: 陈阳 (2007)。《大众传播学研究方法导论》。北京: 中国人民大学出版社。

Hall, S. (2005). Encoding/Decoding. In Hall, S., Hobson, D., Love, A. & Willis, P. (Eds.). *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79* (pp. 117-127). London; New York: Routledge.

Hellekson, K. (2009). A fannish field of value: Online fan gift culture. *Cinema Journal*, 48(4), 113-118.

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. London; New York: Routledge.

- Jenson, J.(1992). Fandom as pathology: The consequences of characterization. In Lewis, L. A. (Ed.). *The adoring audience: Fan culture and popular media*(pp. 9-29). London: Psychology Press.
- Jones, B.(2014). Fifty shades of exploitation: Fan labor and Fifty Shades of Grey. *Transformative Works and Cultures*, Retrieved from <https://doi.org/10.3983/twc.2014.0501>.
- Lave, J.& Wenger E.(1991). Situated learning: Legitimate peripheral participation. Cambridge: Cambridge university press. Quoted from Baym, N. K.(2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community*. California :Sage Publications.
- Morley, D.(1980). The nationwide audience: Structure and decoding. *British Film Institute*, (11). Quoted from Kim, S.(2009). Interpreting transnational cultural practices: Social discourses on a Korean drama in Japan, Hong Kong, and China. *Cultural Studies*, 23(5) ,736-755.
- Poster, M.(1995). *The second media age*. Cambridge :Polity Press.
- Prandstraller, F .(2003).Virtual proximity: Creating Connection in an Online Fan Community. *Gnovis journal*. Retrieved from <http://www.gnovisjournal.org/files/Francesca-Prandstraller-Virtual-Proximity.pdf>.
- Price, L. & Robinson, L. (2016). ‘Being in a Knowledge Space’ : Information behaviour of cult media fan communities. *Journal of Information Science*, DOI: 10.1177/0165551516658821.
- Rheingold, H.(1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Boston: Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc. 转引自：陈远，倪超群，邹晶（2008）。网络社区信息传播的相关理论述评。《图书情报知识》，（2），70-75。
- van Dijk, J.A.G.M.(1997). The reality of virtual community. *Trends in communication*, 1 (1), 39-63.
- Whetmore, E.J & Kielwasser, A.P.(1983). The soap opera audience speaks: A preliminary report. *Journal of American Culture*, 6(3), 110-116. Quoted from Baym, N. K.(2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community*. California :Sage Publications.
- Whiteman, N.(2009). The de/stabilization of identity in online fan communities article. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*, 15(4), 391-410.