

二次元异托邦：B 站“拜年祭”融合文化实践研究

■ 李耘耕



【本文提要】 B 站（哔哩哔哩）“拜年祭”是中国二次元迷群的年度“春晚”。尽管已经连续举办十数年，并在二次元迷群中拥有相当的影响。然而，学界对此文化实践还缺乏关注和分析。本研究以“融合文化”和“异托邦”的理论概念为棱镜，分析了 2018 年至 2020 年 B 站“拜年祭”的二次元文化实践。研究发现，B 站“拜年祭”以“游戏化的多模态话语互动”的方式吸引受众参与二次元融合文化实践。更进一步，通过对集体文化记忆的二次元转化，“拜年祭”将传统文化复兴的主题包纳进二次元文化展演之中。不同于日本二次元文化中“宏大叙事”的衰落，中国二次元文化将传统文化、家国想象的“宏大叙事”与个人价值、公平竞争等现代观念相结合，建构起一个既投射了现实“宏大叙事”又绵延于虚拟世界，不断突破时空边界的想象的“异托邦”。在此“异托邦”中，参与者通过二次元创作与游戏化的互动方式再生产了传统文化认同与家国想象，在一定程度上超越了传统民族主义的边界，使“拜年祭”成为一个在与技术、文本以及受众的互动中不断丰富和变动的融合文化实践。

【关键词】 二次元 拜年祭 文化记忆 融合文化 异托邦

【中图分类号】 G206

DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2022.02.006

李耘耕系上海交通大学媒体与传播学院副教授，教育部高校思想政治工作创新发展中心（上海交通大学）研究员。本文为 2018 年度上海市社科规划青年课题“上海青少年‘二次元’网络亚文化传播与引导机制研究”（项目编号：2018EXW004）、教育部高校思想政治工作创新发展中心（上海交通大学）思政创新发展研究理论研究 A 类课题“思政教育同新媒体技术高度融合的路径与效果研究”（项目编号：DFY-LL_2020005）的阶段性成果。本文的完成特别感谢上海交通大学外语学院王海贝，上海财经大学新闻系叶婧婧、孙禄翰等同学在文本挖掘及校对方面的帮助。

一、引言：B站作为二次元文化的类缘空间

2019年12月31日，被誉为“中国二次元文化第一站”的哔哩哔哩（Bilibili）网站在成立十周年之际首次推出跨年晚会，凭借其浓郁的二次元风格以及与各大卫视跨年晚会的显著区别，B站跨年晚会成为当年全网热评的文化出圈事件。2020年底，B站与央视合作，再推跨年晚会，尽管受关注程度比前一年尤有过之，然而豆瓣评分却从2019年的9.1滑落至6.1。来自Z世代^①的评论尤其具有代表性：“一切带有亚文化色彩的事物变得主流化之后，原先的文化创造力和惊喜感就会彻底丧失了。”^②B站跨年晚会的出圈并非偶然。早在2010年，B站就开始在农历新年的除夕夜播放自制晚会——“拜年祭”。^③该晚会以纯粹的二次元文化为内核，依赖B站与UP主^④合作制作的节目内容，仿照春晚和新年晚会的方式设置单元与节目，并由虚拟人物、动物或情节模拟主持人穿针引线，使观众沉浸其中，观众还可通过弹幕的形式发表评论，与内容情节或虚拟人物互动。相比于“央视春晚”乃至“跨年晚会”，“拜年祭（纪）”都更加贴近二次元亚文化社群，因此，有学者将“拜年祭”形容为具有：“包含超现实幻想、萌酷风格、混搭混剪、梗文化等特征的社群美学”（马中红，任希，2020：90）。

二次元文化又称ACGN文化，泛指由动画（Animation）、漫画（Comics）、电子游戏（Games）、网络小说（Novels）等媒介所创造的文化世界。这一文化形式源自日本，由于自上世纪80年代，中国开始引进并在电视上播放日本动画片，之后的90年代，一大批日本动漫作品如《龙珠》、《哆啦A梦》、《樱桃小丸子》等被陆续引进国内并在青少年中广泛传播，这些喜爱日本动漫及其衍生品的青少年们逐渐形成一个稳定的文化社群——即二次元文化迷群。进入网络时代，中国的二次元文

化得以快速传播和发展。2009年，二次元视频平台Mikufans成立，2010年1月，该站更名为“Bilibili”（哔哩哔哩），又称B站。之后的数年，B站迅速壮大。根据2020年B站财报显示，B站第四季度月平均活跃用户为2.02亿，人均日时长超过80分钟，这还不包括用户在B站游戏、哔哩哔哩漫画和猫耳上花的时间。^⑤但必须说明的是，由于B站近年来向各青年文化领域扩张的发展策略，这些活跃用户中并不见得都是二次元的拥趸，然而即便单单统计付费的大会员用户（付费的一个主要动力来自于观看B站自购版权的动漫番剧），也有1400多万。在B站的主要营收构成上，二次元游戏、付费用户以及二次元电商贡献了超过80%的营收。^⑥这些数据充分说明，年轻的二次元粉丝依然是B站用户中的基本盘。不同于其他OGC（Occupationally Generated Content）或PUGC（Professional User Generated Content）作品，“拜年祭”是以B站为代表的二次元文化社群的年度狂欢，能充分反映二次元文化及其本土生态的特征。管中窥豹，通过B站“拜年祭”的文本与话语分析，我们不但能看到中国二次元亚文化的特征与现状，也能从其丰富的文本与话语中捕捉青少年亚文化与主流文化对话乃至互融的可能。

二、二次元“异托邦”：作为“融合文化”的B站“拜年祭”

二次元文化是一种源自日本的青年亚文化。日本学者东浩纪关注过此种亚文化在日本兴起与转变的历史背景，在《动物化的后现代——御宅族如何影响日本社会》一书中他详述了日本二次元文化从“虚构的宏大叙事”向“数据库拟像消费”的转变，在他看来，兴起于战后日本的“御宅系”文化是连接战败经验与美国原料的本地化虚构产物。20世纪90年代之前的日本二次元文化是以“故事消费”为

中心的想象文化。在故事消费的底层，是勾连起小故事与大时代的“宏大叙事”。这一现象，到了90年代之后发生重要变化。随着后现代思潮的兴起与宏大叙事的衰落，由二次元拟像组成的数据库成为二次元消费的核心。“同人创作”、“二次创作”等新的二次元文化形式兴起，不同于“故事消费”，“数据库消费”消解了二次元文化底层的“宏大叙事”，诸如“萌要素”等二次元“拟像”构成的数据库成为创作和消费的来源，但是这些要素之间的连接却没有定式。因此，意图从数据库要素连接而成的小叙事中去回溯构成“数据库”的总体是不可能的（东浩纪，2018）。当今活跃在中国二次元文化中诸如“鬼畜”、“弹幕”、“玩梗”等文化形式正是这种“数据库创作与消费”的代表。比如“弹幕”文化具有的高度即时性、共时性以及可以被反复编辑等互动性质会显著提升二次元粉丝的参与意愿和行为（Liu et al., 2016）。也有学者进而指出，二次元文化的“弹幕”、“玩梗”、“鬼畜”等实践是一种连接了多重文本和视觉模态的游戏实践与传播过程，呈现出鲜明的后现代迷狂特征（马中红，任希，2020；Zhang & Cassany, 2020；姜海，2019）。

然而，二次元文化的数据库化并不意味着二次元迷群的个体化，相反，马中红与任希（2020）比较了“拜年祭”与“春晚”作为媒介仪式的差异，他们认为相比于央视春晚以“家—国叙事模式”为中心的“国家美学”，B站则是以“趣缘—二次元叙事”模式为中心的“社群叙事”。诸如A站（Acfun）、B站、stage1以及百度贴吧这样的数字平台为二次元迷群提供了一个基于共同兴趣协作、创作并参与的“类缘空间”。在粉丝同人文化（吴航，2020）、电子游戏文化（Wu, 2016）以及韩流文化（Min et al., 2019）中，数字平台创造过类似的“类缘空间”，在这样的数字“类

缘空间”中，二次元粉丝基于共同兴趣与共同参与进行文化实践，参与实践的粉丝在地理上分散，并且没有明确的组织，而其参与的方式则是符号式的，比如弹幕与评论等（Gee, 2007）。尽管这种去中心、匿名的参与似乎复刻了数据库消费的松散连接模式，但是粉丝与粉丝之间，甚至粉丝与虚拟人物之间也会因符号参与产生准社会交往关系（马志浩，葛进平，2014）与身份认同（孙萍，2018）。但正如东浩纪所言：御宅族的“社交性并不是被亲人或社区那种理所当然的现实所支撑，而是针对某种特定的资讯的兴趣而被串连。因此他们只有在可得到对自己有利的资讯的状况下才善于社交，并且同时保留着随时都可以从交流中离开的自由”（东浩纪，2018：143）。换句话说，在中国，二次元迷群是通过B站这样的网络类缘空间相互连接，文本创作、上传、评论与弹幕互动都是建立连接的交流方式。但正如数据库消费时代所特有的去中心、碎片化以及流动性等特征，这样的社会连接尚无明显的组织化特征。不同于具有强力组织和行动力的偶像粉丝群体，二次元迷群甚少有“打投”、“做数据”这样的类粉丝行为，他们甚至拒绝给自己贴上“粉丝”的标签，以标识自身的独立性（Yin, Xie, 2018）。因此，通过媒介消费并参与文化实践成为二次元迷群建立连接与共识的最重要的经验渠道，也是凝聚集体认同的基础路径。

二次元文化中粉丝与内容的互动具有典型的“融合文化”特征。“融合文化”是著名文化学者亨利·詹金斯提出的概念。詹金斯（2012：56）认为“融合、集体智慧和参与”是融合文化中三个重要特征。“更宽泛地讲，融合是指：多样化的媒体系统共存，媒体内容横跨这些媒体系统顺畅地传播流动。在这里，融合被理解为一种不同媒体系统之间正在进行的过程或是一系列交汇的发生，它不是一种固定的联系”（詹金斯，2012：409）。融合不仅

仅意味着不同媒介渠道在文化建构与传播过程中相互协调、连接乃至互构的过程,更重要的是,一种多媒介与跨媒介的生态中,文化的建构、传播与参与本身也变成多元形式的融合文化实践。正如有学者在近来具有代表性的“文化出圈”与“破壁”现象中观察到的那样:文化出圈与当代性呈现的关键在于“以积极接纳的态度拥抱受众的各类互动反馈与再创作,从而破除‘接收壁垒’,让传统文化以更加新颖的、多元化的方式呈现和传播”(曾一果,李蓓蕾,2021:32)。不难想见,融合本身就蕴含了跨媒介参与的意味。二次元文化作为一种虚拟的融合文化,就成为生活在现实世界的粉丝可以参与其中,并主动构建想象“异托邦”的文化实践。

“异托邦”最初是福柯等人提出的概念,它是相较于并不存在于现实的“乌托邦”而言,真实存在在现实之中的一个“他者空间”(other spaces)。具体而言,在“异托邦”中,“所有在一个特定文化中的实存空间可同时被再现、改变乃至重塑”(Foucault, Miskowiec, 1986)。二次元空间的“虚拟性”和“想象性”使之符合异托邦的“他者”特征,而以B站为代表的网络平台则给予异托邦以实存的空间形态。因此有学者指出,Z世代青年在现实生活中受到来自家长和学校的各种时空约束。而二次元世界恰恰提供了一个打破约束的时空。在这里,不同属性的空间可以并置,线性累积的时间也可以被分割成块,并且这个时空可以随时随地打开或关闭。“二次元空间”成为青少年逃离世俗庸常和压力的一个“他者空间”(Chen, 2018)。然而,作为具有实存形态的想象空间不过给予“异托邦”形式上的合理性,真正重要的是作为“异托邦”的二次元媒介空间是如何“再现、改变乃至重塑”实存空间及其文化的。

由此出发,本研究借由“融合文化”和“异

托邦”的概念为棱镜,将B站“拜年祭”视作一个文本再造和符号集合的文化“异托邦”,进而分析B站“拜年祭”作为二次元文化的“异托邦”是如何通过文本和符号表征建构二次元迷群的独特文化认同,并与主流文化与意识形态破壁与融合。由此,本研究的核心问题即:

1. B站“拜年祭”是如何通过独特的文化表征和话语符码标识二次元迷群的融合文化实践的?

2. 这种文化实践如何建构中国二次元迷群的文化认同与家国想象,进而使“拜年祭”成为一个具有独特文化意义的二次元“异托邦”的?

三、研究方法

本研究主要采用文本分析与参与式观察的方法,并辅以文本量化分析(如词频统计)与定性的多模态话语分析。本文所采用的核心分析文本为2018—2020年三年间B站拜年祭的视频和文字内容,涉及视频时长共计11小时45分钟,文本内容共计104297字。辅助分析材料为其他年份的部分拜年祭内容以及弹幕评论等文本。^⑦所使用的分析工具为Nvivo12质性资料分析软件。首先,本研究将拜年祭的文字文本用Nvivo12做词频分析,如词云图(见图1)和词频表(见表1)所示,在拜年祭的台本中,除了新年、快乐、拜年等和节庆息息相关的主题词外,前30大高频词中,最常出现的是诸如“大家”、“一起”、“朋友”、“You”等人称词汇,这些词汇所指代的自然是拜年祭的观众,也就是二次元迷群。换句话说,这些高频词的出现也印证了“拜年祭”作为二次元迷群的“类缘空间”,尽管二次元迷相互之间并不熟识或相对匿名,但却在观看拜年祭时被“询唤”为“大家一起快乐的朋友”。当然,拜年祭作为“类缘空间”,其重要的类缘符码便是独属于二次元的形象与语言,比如“独角兽”、

表 1 2018—2020 年 B 站拜年祭词频计数及加权百分比

排序	单词	计数	加权百分比 (%)	排序	单词	计数	加权百分比 (%)
1	大家	425	0.95	16	今天	57	0.13
2	快乐	125	0.28	17	不要	54	0.12
3	新年	122	0.27	18	准备	54	0.12
4	现在	90	0.20	19	觉得	50	0.11
5	you	88	0.20	20	魔王	50	0.11
6	一起	84	0.19	21	所有	48	0.11
7	姐姐	77	0.17	22	出来	46	0.10
8	世界	69	0.15	23	工作	46	0.10
9	时间	67	0.15	24	第一	45	0.10
10	拜年	66	0.15	25	33	44	0.10
11	希望	65	0.15	26	朋友	44	0.10
12	起来	64	0.14	27	梦想	44	0.10
13	up	63	0.14	28	独角兽	44	0.10
14	应该	58	0.13	29	喜欢	43	0.10
15	东西	57	0.13	30	过去	43	0.10



图 1 2018—2020 年 B 站拜年祭词云图

“魔王”、“姐姐”（萌）等都是二次元文化中常见的虚拟形象。而“33”（B 站的二次元形象代言人之一）和“up”（B 站中视频内容生产者被称为“up 主”）则是具有鲜明 B 站特色的词汇。这些高频词汇共同构成并界定了“拜年祭”的文本属性：即一个通过 B 站联结，并能映射二次元迷群共同兴趣的“类缘”文本，而围绕这些文本所构成的内容生产、受众观看、弹幕与游戏互动成为除夕之夜专属于二次元迷群的一场媒介狂欢。

四、融合文化实践：游戏化的多模态话语互动

B 站“拜年祭”是由不同形式的“单品”^⑧（节目）构成的一场文化狂欢。尽管文化形式横跨 VOCALOID、^⑨ 原创动画、动态漫画以及 AR 短视频等，但“拜年祭”中所有节目都具有“多模态话语互动”的特征。所谓“模态”，指的是可以表意的符号系统或是某一符号系统的不同变体（肖珺，2017）。多模态话语分析始于语言学家韩礼德对“语言是社会符号”（Halliday, 1978: 2）的论断。在此基础上，Kress（2006, 2010）提出了“多模态话语分析”的模式，多模态旨在将图像—文本关系等结构性社会符号置于话语文本的核心地位。随着传播科技和各种表征系统的发展，人类用来沟通和表意社会符号变得愈加多元。在特定的表征实践中，“多模态话语”共存和融合成为新媒介时代常见的传播景观。由此观之，二次元文化表征系统是一个典型的多模态话语系统，在 B 站拜年祭中，除了常见的视觉（图像）模态与文字模态之外，评论、弹幕乃至在其他互联网平台（如知乎、微博）上的解密也成为“拜年祭”表征实践的一部分。这种文化实践具有“参与式文化”特征，这种文化可以“改写、修改、补充、扩展，赋予（原本）商业文化广泛的多样性，然后再进行传播，将之反馈到主流媒体

表 2 《横竖撇点折》字谜解析表^①

主歌词（谜面）	谜底	主歌词（谜面）	谜底
長牙四足	象	下出良田	甲
破門而開只見黔須半部	形	大刀壹斫只見蚌失半邊	契
壹人曾去目	會	人王橫雙眼	金
孤心佇立待得日當正中	意	左立周家獨看殘雙只雁	雕
斷角文幾殘畫虎	處	籬上編著半生緣	篆
憑壹口難辨是非，唯有默語直書	事	觀滄海滴水無存，只剩半枚絲剪	繁
盼眾人皆得正言	諧	禁不住康年無首	隸
俯耳聽聞磬上風骨	聲	竹下扉開日出其先	簡
雙車壹寸	轉	筆木盡白	楷
壹番偏言何以對敵正主	註	唯我而立壹並橫臥山前	端
有暇人無玉	假	長街竟無土	行
黃鵲非鳥唯有壹人堪縛	借	二十日下僅有十字成篇	草
對月相連	用	筆下開言	書
禾首枝相互	千	草偶人不見	萬
頭十載無心日出	古	下舍履午中偷閑	年
【橫】平堅直點捺勾折皆變化	橫筆不言， 聊出謎以對	【垂】露懸針聚墨藏鋒的章法	垂書何語， 且看字成行
【筆】走龍蛇莫書春秋滿瀟灑		【書】同南北交手相傳漫天涯	
【不】見當初前人秉刀金竹上刻畫		【何】聞誰人流觴曲水蘭亭中喧嘩	
【言】綴成文雖千載仍生花		【語】至今朝不知曉有幾家	
【聊】以數筆寫過古今的繁華		【且】把蒼毫書當年意氣風發	
【出】經入點顧自將歷史傳達		【看】遍滄桑何懼歲月的冲刷	
【謎】縱千年又有誰能回答		【字】字珠璣又有幾人能盡畫	
【以】何相系華夏		【成】壹書著壹畫	
【對】端硯點朱砂		【行】萬年於筆下	

中”（詹金斯，2012：371）。“拜年祭”中的多模态互动与参与具有鲜明的游戏化特征。基于此，本文分别选取了“拜年祭”中两个案例，运用多模态话语分析的方法解构这两个案例中创作者和受众是如何通过“游戏化的多模态话语互动”实现文化融合，并建构现实与虚拟文化紧密勾连的二次元“异托邦”的。

2020 年“拜年祭”单品《横竖撇点折》是以中国汉字文化为背景的中国风二次元原创歌曲。特别的是，作者在歌词中嵌入了中国传统节庆中常用的猜灯（字）谜游戏。主歌每句歌词都是一个以汉字为谜底的原创字谜，而副歌的歌词则是一句藏头联，提示了整首歌曲是一个关于中国汉字的字谜歌。其中主歌谜底构成“象形会意，处事谐声，转注假借用千古；甲契金雕，篆繁隶简，楷端行草书万年”字谜联，上联指的是由《周礼》记载的汉字造字六法，而下联则是汉字的书写七体（见表 2）。在这个单品中，歌词、作

曲和二次元“萌娘”形象在活字版构成的虚拟世界中相得益彰；弹幕除了常见的二次元评论梗之外，充满了大量受众解密的评论。在这样一个短小的作品中（时长 4 分钟），中国传统的汉字文化、传统节庆中国常见的猜字谜游戏、中华对联文化被融合进一个虚拟作品中。其中所包含的信息量之大、互动性之强，远超春晚的节目形式。在这一作品中，至少出现了 4 类符号模态，分别是：“文本（歌词）模态、图像模态、声音模态、互动（弹幕及评论）模态”，在互动模态中，弹幕是与文本图像声音共时的即时评论，而常规的评论则是延时评论，它们一个承担了游戏互动的功能，另一个则承担解谜与意义阐释的功能。猜字谜在这里变成一种多媒体游戏，喜欢解谜的受众可以将焦点集中在文字模态，对二次元形象更感兴趣的“数据库动物”则可以欣赏动画化的图像模态和萌化的声音模态，而弹幕和评论模态则同时提供给解谜和志不在解谜但

享受游戏过程的二次元粉丝以参与空间。多模态话语参与到这个传播游戏中，同时刺激受众的感官并吸引每个人参与其中，这种游戏化的多模态互动大大提升了虚拟文本与现实粉丝的交互感，与文本的互动游戏成为二次元文本吸引受众参与的一种主要实现方式。

另外一个游戏化多模态话语互动的例子是2018年拜年祭中延伸至晚会之外的一个彩蛋。2018年“拜年祭”开始于一个“喵酱”（猫的拟人化昵称）修改十二生肖排班表的故事。在这个故事中，贼猫盗取了能够获取修改权限的星盘，修改了十二生肖排班表，将原本属于“汪酱”（“汪酱”为狗的昵称，2018年为狗年）的排班修改为“喵酱”。正在公鸡和“汪酱”手足无措、一筹莫展时，山羊爷爷给出了寻找星盘的线索：“三界万物始于一，一分为八，再三分，还复归一”。于是，得到了这一句话线索的“汪酱”就跳入凡间。有趣的是，综观整个晚会，和“汪酱”相关的剧情似乎再没出现，开头埋下的故事悬念呢？难道就此不了了之？原来，如果在整个“拜年祭”晚会仔细搜寻，会发现导演在不同的节目中塞进了中国传统八卦视觉符号，按出现顺序分别为：乾（☰）、离（☲）、巽（☴）、兑（☱）、艮（☶）、震（☳）、坎（☵）、坤（☷）。如果将每个卦象“再三分”，即得到三个爻象，将阴爻（--）转换为0，阳爻（—）转换为1，就得到一组二进制数字“111101110011100001010000”，再将二进制转换为十进制，就得到十进制数字“16201808”。在B站中，每一个视频都有一个专属AV号，通过链接此AV号，就会找到一个名为《猫年大吉》的视频。^⑩而这个视频就是这个开幕彩蛋的后续剧情：“汪酱”抓到“喵酱”，寻回星盘，十二生肖来拜年并向“喵酱”解释了十二生肖并不是为了享受顶礼膜拜而设置的神明，而是需要守护一方（年）平安的苦差，节目最后是十二生肖以动物语合唱的歌曲。

这个视频是2018年“拜年祭”的副文本（并不在正文本之中），弹幕中纷纷飞出了“鼠年大吉”、“2020年来的”、“知乎来的”、“感谢tool凉”等内容。相比于《横竖撇点折》作为“拜年祭”单品游戏，《猫年大吉》的彩蛋不仅具有文本、声音、弹幕等多模态话语互动的特质，更重要的，它将谜面分散隐藏在2018年整个“拜年祭”文本中，并且将谜底作为一个独立的文本等待“有心人”发现，这一游戏化的设计使《猫年大吉》成为一个打破时空隔离，绵延的传播实践。

因此，“拜年祭”中游戏化的多模态话语互动不仅指涉了一种形式化的游戏设计与多媒体交互的传播样态，更是反映了平台时代二次元文化中一个重要的时空特征：那就是不同时空的话语文本与文化要素的融合与共存。在此意义上，卡斯特所谓的“真实虚拟文化”同时具有的“无时间的时间”与“流动的空间”双重属性在以“拜年祭”为代表的二次元文化中一览无遗（卡斯特，2001）。这种文化样态所打开的空间相对于缺少互动和时空折叠的主流文化无疑是一个“他者空间”，新奇而陌生，同时也存在让中国人会心一笑的熟悉元素（比如字谜、八卦等）。但对二次元迷群来说，原本生硬过时的传统文化要素成为一个可以参与其中的游戏，并且通过巧妙的多模态游戏设计，传统（八卦）与现代（二进制）完全可以相互转化。受众成为游戏的参与者乃至设计者，这个游戏的多模态空间在此意义上成为一个游戏化的“异托邦”，它可以无视时空的限制，在虚拟空间充分展演，并成为令受众可以持续参与的游戏空间。

五、传统文化如何复兴：文化记忆的二次元转化

如前所述，“游戏化的多模态话语互动”是二次元文化融合的方式和路径，那么“拜年祭”中文化融合的一个重要内容就是“传统文



化的复兴与转化”。诚然，二次元文化源自外来文化，但经过数十年的本土化发展。今日中国的二次元文化已经很大程度上脱离母体，在数字技术的加持下发展出一套独特的文化话语。而中国传统文化以及包裹了传统文化要素的各种本土文化成为二次元文化创作的活水之源。著名的文化学者阿斯曼曾称文化是：“集体不可遗传的记忆”（阿斯曼，2016：11）。换言之，Z世代作为文化传承的年轻集体，他们与传统文化存在时空距离。“传统文化复兴”需要将传统文化记忆与要素转化为他们可以理解并欣然接受的文化语言，才能变成他们可感可受可传播可传承的集体记忆。

2018年10月30日，金庸先生逝世，他的离去，成为当年整个华人社会的重大文化事件。尽管封笔数十载，但人们依然将金庸先生的仙逝视为“武侠文化”的一个终结点。以金庸小说为代表的武侠文化一度也是上世纪八九十年代的流行文化，经过持续至今的影视化改编，“飞雪连天射白鹿、笑书神侠倚碧鸳”成为中国几代人重要的文化记忆。如学者所言，“金庸作品以其非凡的文化特质，成为达通社会各界广泛阅读公众的基础媒介，金庸也以具身化的传播，成为20世纪下半叶五十余年来持续的文化热点人物，而金庸作品、金庸以及两者赖以存在的融合的媒介，合力创造出20世纪华人文化界最为引人注目的金庸传奇”（姜华，张涛甫，2020）。2019年的“拜年祭”中，单品《冠世一战》正是以金庸

小说为主题创作的VOCALOID单曲，演唱者为虚拟歌姬“言和”。在这个单曲中，不但金庸小说中经典人物形象和武功招式被二次元化，甚至金庸本人也被创作作为一个执笔挥就，倚马千言的白发眼镜正太^⑩的形象。歌词如“左右逢源 大悟大彻黑白颠 谁周旋”（指韦小宝）、“侠之道 为国为民 敢向天下先”（化郭靖语），或隐喻金庸小说中的情节，或化用金庸小说中的经典台词；“冠世侠者 先天下之忧”以及“若非冠世一战后人何处听传说”的歌词不但指代小说情节，更是与金庸本人纵笔政论、深具家国情怀的生平联系在一起。弹幕中也纷纷打出了“先生千古”与“金庸之后再无江湖”的评论。《冠世一战》将围绕着金庸的文化事件转化为二次元文本，更进一步，“金庸传奇”在这个形式上二次元的作品中成为二次元迷群的“文化记忆”。正如阿斯曼所言：“如果不想让时代证人的经验记忆在未来消失，就必须把它转化成后世的文化记忆。这样，鲜活的记忆将会让位于一种由媒介支撑的记忆”（阿斯曼，2016：6）。在Z世代的消费中，金庸的武侠小说已经逐渐让位于新的文化形式，但藉由金庸逝世引发的文化记忆的二次元转化却可将金庸武侠重新激活。由此，金庸武侠不仅仅是上一代的文化记忆，也可以成为在Z世代中传承与传播的“集体记忆”（李红涛，韩婕，2020）。

如果说，金庸小说还不能完全代表中国传统文化记忆在二次元中的复兴与传承，那

么自2015年“拜年祭”的《权御天下》开始，每年的“拜年祭”都会有融入中国传统文化元素的作品。《权御天下》和2016年的《九九八十一》的灵感分别来自《三国演义》与《西游记》；2017年的《万神纪》是以中国传统神话为蓝本；2018年的《逆浪千秋》歌颂了自古以来中华民族与水患抗争的事迹；2019年的《繁华唱遍》则是化用了昆曲的唱腔，并将传统戏曲的传承融进了歌词叙事；2020的《万古生香》则歌颂了中国历史上如花木兰、穆桂英、李清照乃至武则天等巾帼英杰。这样的作品不仅将中国传统文化中熠熠生辉的人物形象和故事二次元化，更体现了创作者对时下青年一代中日益深厚的家国情怀与逐渐觉醒的女性意识的呼应。二次元对于传统文化的吸收与融合并非新鲜事，曾经风靡一时的《仙剑奇侠传》游戏就曾经化用诸多中国传统文化的要素和理念，并进行了现代化的改造（杜骏飞等，2009）。然而有所不同的是，诸如《仙剑》这样的游戏还仅仅是将传统文化的要素作为丰富原创剧情内涵或是增加美学形式的点缀。B站“拜年祭”对传统文化的运用则是创作者主动将传统文化中丰富的素材（如四大名著的章节、昆曲的唱词和唱腔）转化融合进二次元叙事之中，以实现传统文化传承的目的，正如《繁华唱遍》的歌词创作者Vagary所言：“从较为普及的《牡丹亭》、《桃花扇》，到业已消弭的宋元杂剧，南曲北曲，一些戏曲元素点到即止，最大的目的，是希望如有可能，各位看官老爷们会对传统戏曲发生一点点兴趣。”^⑥从点击（赞）量、弹幕互动以及作品评论来看，这些融合传统文化的作品都成了“拜年祭”中最受欢迎的一类单品。由此观之，二次元文化和传统文化的“双向破壁”与融合是以B站为代表的二次元平台主动创造的结果。已经有学者指出，近年来，随着平台和数字经济的兴起，

青年文化出现了很多破圈的现象，主流与亚文化、正统与边缘、传统与现代之间的界限日益模糊（季芳芳，孙萍，2020）。更重要的是，“文化融合”并非简单将传统文化披上二次元的外衣，而是用数字技术的方式将两者的审美打通。有学者认为，“审美破壁恰恰在于通过对传统文化的现代性呈现一改以往雅致、正统的叙事风格，将传统文化以年轻化、趣味化和现代性的审美方式进行幽默诙谐的文化展演，从而贴合青年群体的文化实践与审美偏好”（曾一果，李蓓蕾，2021）。形式上，“游戏化的多模态话语互动”为传统文化的转化注入了活力和参与的可能；内容上，二次元文化对传统文化的创造性转化并不是将传统生搬硬套地挪入现代，而是利用赛博文化的特性在虚拟世界创造出了一个包纳虚拟形式、传统基因以及现代价值内核的“异托邦”。在此“异托邦”中，传统文化的基因依然延续，然而在现代和虚拟的语境中，传统文化突破了原有的边界，并且由于二次元形式的转化与现代价值理念的注入，重新具有了新的灵魂。融合多元文化的多模态话语互动与传统文化精神内核的创造性转化使“拜年祭”成为横跨乃至重构传统与现代边界、突破形式与内容区隔，并可以在虚拟网络与现实中绵延想象的“异托邦”。

六、超越民族主义：二次元“异托邦”中的家国想象

除了传统文化复兴的隐喻，近年来学者还关注到了二次元文化中独特的“民族主义”与“家国想象”，这种国族想象“通过集体记忆的共同书写、宏大叙事的日常感悟、重要历史节点的纪念仪式、英雄原型等话语互动与修辞劝服，召唤爱国主义，实现国族的认同”（董天策，杨龙梦珏，2021）。在东浩纪的描述中，20世纪之后的日本二次元文化



是没有宏大叙事可言的。举例来说，在二次元文化中，文本符号、视觉符号、声音符号乃至互动游戏都是文化形态的有机组成部分。在东浩纪看来，这种融合、拼贴式的二次元文化反映了在宏大叙事消逝之后，“数据库”化的二次元文化所具有的后现代特征。在后现代化的“二次元”文化中，故事本身不再重要，试图从小故事回溯深层叙事结构的努力会在“看见的瞬间立刻又变成小故事，人们为此感到失望因而再度转向看不见的事物，如此产生了一个没有边际的平行移动”（东浩纪，2018：166）。诚然，我们在“拜年祭”的“游戏化多模态话语互动”中观察到了网络时代二次元融合文化的后现代倾向，但这种后现代的形式并不能掩盖中国二次元文化的独特之处。相比于日本二次元文化“宏大叙事”与“数据库消费”的此消彼长，中国的二次元文化和主流文化叙事之间出现了独特的“双向破壁”现象，即二次元文化与官方意识形态的接合，比如动漫作品《那年那兔那些事》就是利用“萌萌哒”二次元形象和动漫语汇普及中国近现代史、推行爱国主义教育，成为“二次元民族主义”的一个文化范本（林品，2016；赵菁，2019）。“民族主义”的叙事和话语浸润不止是二次元文化的独有现象。不止有一个学者观察到在一些政治事件的网络动员中，冲锋在前的往往是隶属于青年亚文化圈层的爱国青年。不同于以往的政治动员与实践，“网络民族主义”动员会采用游戏式（如帝吧出征）、迷姆（meme）式

（如互掷表情包）的“萌化”文化编码系统宣扬自己的主张，占领网络话语空间。这些方式具有鲜明的“二次元文化”特征，而这群操持着“二次元”化的“民族主义”话语的年轻网民，也被戏称为“小粉红”（Fang, Repnikova, 2018；王洪喆，李思闽，吴靖，2016）。这种并行于“数据库消费”现象的“双向破壁”也成就了中国二次元文化的独特景观：即在政治经济资本以及官方意识形态的助推下，“宏大叙事”和“主流文化”非但没有在二次元生态中消逝，反而焕发出新的生命力。

B站“拜年祭”作为二次元文化的年度媒介仪式，对家国想象等宏大叙事的建构与询唤也有其独特之处。这一点正是中国二次元文化区别于东浩纪所描述的日本御宅族文化的重要特征。2018年“拜年祭”单品《乒乓帝国》就是以体育叙事讲述“国族认同”的典型案列。该作品以动态漫画的形式讲述了乒乓球运动员小马在世青赛预赛中遇到非洲选手Leo意外失利，痛定思痛，小马的父亲老马请来了“全息地狱教练团”来指导小马。从形象和姓氏不难看出，这个教练团是由二次元化的马琳、张继科、张怡宁等知名国手组成。在教练团的训练和指导之后，小马终于在决赛战胜黑马Leo，为国赢得荣誉。在作品的结尾，主角小马喊出全作的点题之语：“Leo我同情你的身世，也尊敬你的梦想，你可以带走一切，但金牌必须留下，你背负一个家庭的命运，而我的肩上，是整座帝国。”

乍看之下，这显然是一个再明显不过的体育民族主义叙事（马祥房等，2007）。然而，细究之下，这个故事又有着超越一般民族主义情绪的复杂性：

首先，故事中另一个主角 Leo 是一个来自非洲的并且在现实中存在原型的运动员，虽然最终败于主角之手，然而他突破自身先天和环境的不足，实现了自我超越，这样的体育精神和个人价值也在作品中得到肯定：“起跑线越靠后的选手，越应当被尊敬”。其次，作品中存在一个双线叙事：在故事的开头，小马的好友大牛是一个篮球运动员，为了实现“让五星红旗飘扬在各自赛场的约定”，大牛远赴美国追梦。在故事的结尾，小马与他越洋通电话，显然，大牛在美国的篮球之路并不顺利，创作者也借大牛之口道出了该作品更深一层的主旨：“体育竞技的背后是经济和国力的比拼……体育竞技的胜负，从来不公平，公平的，是体育的精神……那些为了家人，为国家荣誉，为实现自我而洒下的汗水，体育从来不会辜负，精神和国籍无关，也超越了胜负输赢，迎风迈出的步伐更艰难，即使走得不远，但踩得更深，一代人，只能做一代人的事，完成这个时代赋予的使命，就是英雄，大地也会将他的脚印铭记。”《乒乓帝国》是“拜年祭”中二次元民族主义叙事的代表。已有研究证实，体育比赛能有效增强民族认同感，但与此同时，对体育不同面向的强调（如强调体育精神而非结果）可能带来多元的民族主义叙事（Rosenzweig, Zhou, 2021）。在二次元民族主义叙事中，二次元网民“不仅仅是民族意义的消费者，而且积极参与对民族主义的再生产。他们不再只接受精英对民族的阐释，而是自下而上地进行多元民族意义建构”（刘海龙，2017）。由《乒乓帝国》折射的二次元民族主义有两层独特内涵：

其一，它在一定程度上超越了民族主义 /

个人价值的二元对立，在弘扬民族精神的同时肯定个人价值的意义，如对非洲黑马运动员个人价值的肯定与体育精神的赞美；其二，它充分认可个人价值的实现依托于国家与民族的强盛。这正凸显了 Z 世代对民族和个人关系的复杂立场，他们同时见证了中国高速发展的奇迹与复杂的国际竞争及大国政治，他们熟识互联网和二次元文化的开放与多义性，并将这种矛盾心态充分吸收、融合。这些特质在“拜年祭”中呈现出一幅独特的二次元家国与世界观。

除了《乒乓帝国》所反映的体育精神与盛世荣耀。2019 年《千里之外》中的姐妹情深与家国情怀、2021 年《我的祖国》中用动画景象串连起的建党 100 年的峥嵘岁月和中国建设的里程碑都是这种盛世隐喻的二次元表达。因此，传统文化的复兴与家国隐喻在“拜年祭”中与二次元景观高度融合，构成了一幅中国盛世的二次元画卷。在这个意义上，二次元“中国”成为一个实存于 Z 世代想象中的“异托邦”，它有着荡气回肠的历史与传统，更有着欣逢盛世的现在，还有个绵延到未来的中华复兴与全球独秀之梦。正如刘海龙指出的：青年一代对多元民族主义意义的建构“使他们摆脱了官方意义的束缚，建构与想象了一个理想的中国形象（开放、强大、独立、和平、宽容等），并将对自我的期待投射于其上”（刘海龙，2017）。本文更进一步指出，二次元民族主义不仅仅是 Z 世代自我期待的投射，还是他们对欣逢盛世的自豪以及对新的历史与时代使命理解的创造性转化。

七、结语：“异托邦”中的“小故事”与“大叙事”

如上所述，东浩纪曾指出 20 世纪 90 年代以来日本二次元文化两个重要的变化：其一，二次元文化逐渐具有后现代特征，由“故事消费”转向“数据库消费”；其二，大叙事

逐渐衰落,取而代之的是由大型非叙事拼凑出的一个个“小故事”(东浩纪,2018)。对照这一观察以及我们对“拜年祭”这个二次元媒介仪式的分析,我们既在本土的二次元文化中发现符合后现代特征的文化样态,也同时看到中国二次元文化中与日本迥然不同的母题与宏大叙事的彰显。

藉由B站平台建构的虚拟狂欢赋予了“拜年祭”超越任何传统媒介仪式的游戏性与互动性,弹幕、评论、“产消者”都不足以描述此种游戏性,“拜年祭”中属于二次元数据库中的符号比比皆是,他们由创作者自由地拼贴融合在这场狂欢之中,除了上文分析的案例,在《上海真好玩》中,不同作品中的动漫人物在真实和虚拟的上海街市间穿梭;《口袋竞技场》则是让各种不同的动漫和游戏人物来一场比武大会;《千里之外》则为周杰伦的经典曲目配上了一个家国情怀的动漫谍战故事。对二次元迷群来说,这样的跨越时空和文本边界的拼贴非但不违和,反而成为二次元文化独特的共同语言与狂欢符码。更进一步,我们用“游戏化的多模态话语互动”来解释B站“拜年祭”是如何通过独特的文化表征和话语符码标识二次元迷群的融合文化实践的。“游戏化的多模态话语互动”契合东浩纪所谓的“数据库消费”的后现代特征,并且具有鲜明的融合参与的特征。东浩纪认为网络时代的二次元文化是一个“超平面世界”,这正如可见的网络界面与“HTML”(超文本标记语言)之间的关系,受众所看到的是一个个可见的叙事或话语模态,通常这些可见的话语模态之间相互并置与融合,更重要的是在这些可见的叙事和话语模态背后,还需要“解谜”的不可见事物,这些事物是生产者用来写作的语言,需要受众去参与、解读、游戏或者从中攫取新的创作灵感。但构成这些话语模态的元要素都来自于一个更大的、看不见的数据库,这个数据库是只有二次元迷群能

够完全连接、打开并利用的“共享的数据集合”,用东浩纪语“这是凝缩了我们这时代世界形象的装置”(东浩纪,2018:162)。这样的特征也正契合福柯对“异托邦”的想象:它“在一个文化中可以被找到的所有其他空间都可以同时被再现、质疑以及转化”,并且,异托邦“虽然在现实所有空间之外,但却又在现实中拥有一席之地”(Foucault,1986:24)。因此,“拜年祭”就成为这个想象的“异托邦”的年度展演,并为整个二次元“异托邦”的建构提供了舞台和样本。

如果“游戏化的多模态话语互动”描绘的是一幅二次元融合文化中最独特的参与式实践,那么二次元融合文化的精神内核则是一个个“小故事”所映射出的关于传统文化与家国想象的“宏大叙事”。在“拜年祭”中,借助二次元数据库中多模态符码与话语,传统文化与超越了传统民族主义的家国想象被转化为二次元语言,呈现出新的精神内核与话语活力,这种活力表现为以下方面:

首先,本土化的二次元文化吸纳了中国传统文化中诸多元素与智慧,并结合当年重大的文化记忆或事件(如金庸逝世)将这些文化元素转化为二次元的通用语言。“拜年祭”在赋予传统文化二次元形式的同时,在青少年迷群中生产与再生产了传统文化的传承与复兴的记忆。并且,相比于已经脱离于时代的传统文化表达方式和媒介形式,二次元文化使得诸如戏曲、历史等严肃枯燥的文化主题变得活泼、平易近人,更重要的是这些传统文化被赋予现代理念并与时下的社会热点议题(如女性议题)产生了微妙的应和与互动。

其次,“拜年祭”中诸多“小故事”都映射了“家国情怀”、“体育精神”、“国际形势”以及“欣逢盛世”等“大叙事”,从“创作者”的角度来说,这种映射当然是种主动建构,但是在二次元文化中,创作者和受众常常并无严

格的界限区分,更重要的是,受众也会通过弹幕等形式积极参与到“家国想象”的建构之中,从而强化了二次元“宏大叙事”中的家国想象。由于二次元文化本身的生成性与多义性,相比于传统的爱国主义与民族主义认同,二次元家国想象的内涵更加丰富。尽管它也通过“共享幻想、挖掘共同体记忆、编造共同体神话”等方式建构国族的想象(董天策,杨龙梦珏,2021),但是二次元家国想象却是在承认个体价值,认可公平、开放、包容等国际准则以及呼吁“人类命运共同体”的基础上推进集体认同的。这些在传统的民族主义中几不可见的现代价值与二次元的家国想象有机融合,共同建构了当代中国青少年二次元迷群的文化认同。此种想象既映射了现实,又并非现实中极端民族主义情绪的简单复制。二次元文化在此意义上成为一个既超越了现实,实存于虚拟世界之中,又同时与现实融合甚至映射现实的文化“异托邦”。在这个“异托邦”中,个人、家、国乃至世界的关系都可以被重新建构与想象,并且通过映射现实的一个个二次元“小故事”建构起新的“宏大叙事”。

最后,正如学者指出的,B站是在“主流意识形态和商业利益的共同着力下才逐渐从单纯的二次元‘小破站’转变为包含政治、经济、文化和鬼畜等多元内容生态的综合平台”(曾一果,2020)。即是说,二次元文化

的破壁与出圈是主流文化与商业利益主动编排的结果之一,B站需要维护二次元粉丝的“基本盘”,又要同时吸引二次元粉丝之外的青年群体与主流意识形态的认可。因此在拜年祭中,我们就不难看到一个个融合了小众文化形式与主流意识形态的文化作品。尽管形式上异于主流春节晚会的节目,但“拜年祭”却吸纳了传统文化精神内核与家国情怀,建构起一个在虚拟世界中的想象“异托邦”。另一方面,在“拜年祭”中出现的超越传统民族主义的“家国想象”依然存在多元诠释的空间,正如刘海龙曾经观察到的那样,粉丝民族主义的参与者“文化水平并不低,视野也不狭隘,对于政治、商业消费文化和男性霸权本身都有着较为深刻的认识,甚至有一些就是在海外的留学生”(刘海龙,2017)。这或许给予了二次元“异托邦”更丰富的诠释可能,尽管“宏大叙事”依然在二次元文化中彰显,但其内核却一直在与技术、文本以及受众的互动中不断丰富或变动。由此出发,未来的研究可以深入探讨二次元“异托邦”的建构与变化机制,以期令文化生产者与参与者在实践中能够运用新的文化形式和媒介技术,以青少年更为喜闻乐见并易于接受的方式建构社会主义新时代的文化想象与家国认同,为实现中华民族伟大复兴的下一个百年目标添砖助力。■

注释:

- ① Z世代是在美欧等地流行的用语,又称“互联网世代”,泛指1990年代中叶到2010年前后出生的一代人,略同于中国所说的“95后”。这一世代人的特征是他们成长伴随着互联网和信息传播科技的高速发展,所以可以说他们是互联网的“原住民”。
- ② 详细参见豆瓣页面,链接自https://movie.douban.com/subject/35284485/comments?percent_type=1&limit=20&status=P&sort=new_score。
- ③ 2010年和2011年的晚会以“大拜年”标识,2012年启用“拜年祭”的说法,直到2021年更名为“拜年纪”,按二次元文化惯例,本文沿用“拜年祭”表述。
- ④ B站对UGC内容生产和发布者的称呼。
- ⑤ 详见Bilibili Annual Report 2020,链接自<https://ir.bilibili.com/static-files/98bfad59-0a57-467c-a3f4-e250c3bada4b>。
- ⑥ 数据来源于B站2020年财报,取自链接<https://ir.bilibili.com/financial-information/annual-reports>。
- ⑦ 综合考虑质化分析的本文容量、“拜年祭”内容同质性、时间接近性以及历年“拜年祭”的口碑(如豆瓣评分),本文选取2018-2020年三年的“拜年祭”形式和内容进行主要分析,但同时也将历年(2012-2021)文本纳入参照视野,以期对“拜年祭”文本意义达成综合全面的理解。
- ⑧ 单品即节目,由于此类节目是由up主共同创作,所以在拜年祭中又被称作单品,会在拜年祭播出之后开放素材给其他up主进行二次创作等。

- ⑨ VOCALOID 是日本 Yamaha 公司开发的歌声合成引擎,创作者可以使用该引擎中虚拟歌姬的声库创作 VOCALOID 歌曲,在中文世界中,诸如洛天依、乐正绫及言和等虚拟歌姬都出自 VOCALOID 声库。
- ⑩ 字谜需要以繁体字的形式才能将谜底与谜面对应,故该解析表也采用繁体字,便于读者理解。
- ⑪ 关于彩蛋的详细解读,请参见知乎网帖,链接自 <https://www.zhihu.com/question/267178053/answer/320024034>。
- ⑫ 正太是二次元用语,指代长得可爱的小男孩。
- ⑬ 见《繁华唱遍》【2019 拜年祭单品】下评论,取自链接 <https://www.bilibili.com/video/BV17t41ly7ZG?from=search&seid=16436253353743419397>。

参考文献:

- 阿莱达·阿斯曼 (1999/2016)。《回忆空间:文化记忆的形式和变迁》(潘璐译)。北京:北京大学出版社。
- 东浩纪 (2001/2018)。《动物化的后现代——御宅族如何影响日本社会》(褚炫初译)。台北:大艺出版。
- 董天策,杨龙梦珏 (2021)。国族的想象:作为修辞实践的网络民族主义——对 B 站《中国历代疆域变化》弹幕的幻想主题分析。《国际新闻界》, (4), 6-29。
- 杜骏飞,李耘耕,陈晰,王凌霄,钟方亮 (2009)。网络游戏中的传统与现代——《仙剑奇侠传》的文化解读。《新闻大学》, (3) 124-132。
- 亨利·詹金斯 (2006/2012)。《融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带》(杜永明译)。北京:商务印书馆。
- 季芳芳,孙萍 (2020)。游走于边界之间:青少年国风文化的多元建构。《中国青年研究》, (6), 96-113。
- 姜海 (2019)。视觉价值的再生产:概略与迷狂——对“鬼畜”类视频的认知传播考察。《新闻与传播研究》, (12), 53-66。
- 姜华,张涛甫 (2020)。媒以达通:媒介学视野下的“金庸传奇”。《新闻记者》, (12), 45-55。
- 李红涛,韩婕 (2020)。新冠中的非典往事:历史类比、记忆加冕与瘟疫想象。《新闻记者》, (10), 15-31。
- 林品 (2016)。青年亚文化与官方意识形态的“双向破壁”:“二次元民族主义”的兴起。《探索与争鸣》, (2), 69-72。
- 刘海龙 (2017)。像爱护爱豆一样爱国:新媒体与“粉丝民族主义”的诞生。《现代传播》, (4), 27-36。
- 马祥房,高春明,董世彪,王润斌,赵广涛 (2007)。奥林匹克全球化时代的体育民族主义。《天津体育学院学报》, (5), 433-436。
- 马志浩,葛进平 (2014)。日本动画的弹幕评论分析——一种准社会交往的视角。《国际新闻界》, (8), 116-130。
- 马中红,任希 (2020)。国家美学与社群美学的分野与对话——以“央视春晚”“B 站拜年祭”为例。《探索与争鸣》, (8), 90-99。
- 曼纽尔·卡斯特 (1996/2001)。《网络社会的崛起》(夏铸九、王志弘等译)。北京:社会科学文献出版社。
- 尼克·库尔德利 (2003/2016)。《媒介仪式:一种批判的视角》(崔玺译)。北京:中国人民大学出版社。
- 孙萍 (2018)。互联网环境下“御宅族”的身份建构与跨文化认同。《新闻春秋》, (1), 90-95。
- 王洪喆,李思闽,吴靖 (2016)。从“迷妹”到“小粉红”:新媒体商业文化环境下的国族身份生产和动员机制研究。《国际新闻界》, (11), 33-53。
- 吴航 (2020)。“何以成家”?商业数字平台中的同人文写作实践研究。《中国青年研究》, (12), 30-37。
- 肖珩 (2017)。多模态话语分析:理论模型及其对新媒体跨文化传播研究的方法论意义。《武汉大学学报(人文科学版)》, (6), 126-134。
- 曾一果 (2020)。从“圈地自萌”到“文化出圈”——社交媒介环境下“饭圈”文化的自我突破。《人民论坛·学术前沿》, (19), 6-13。
- 曾一果,李蓓蕾 (2021)。破壁:媒体融合下视频节目的“文化出圈”——以河南卫视《唐宫夜宴》系列节目为例。《新闻与写作》, (6), 30-35。
- 赵菁 (2019)。爱国动漫《那兔》粉丝群像与“二次元民族主义”。《文艺理论与批评》, (5), 11-24。
- Chen, Z. T. (2018). Poetic presumption of animation, comic, game and novel in a post-socialist China: A case of a popular video-sharing social media Bilibili as heterotopia. *Journal of Consumer Culture*, 0 (0), 1-21.
- Fang, K., & Repnikova, M. (2018). Demystifying “Little Pink”: The creation and evolution of a gendered label for nationalistic activists in China. *New Media and Society*, 20 (6), 2162-2185.
- Foucault, M., & Miskowiec, J. (1986). Of other spaces. *Diacritics*, 16 (1), 22-27.
- Gee, J. P. (2007). What video games have to teach us about learning and literacy. New York, NY: palgrave macmillan.
- Halliday. (1978). Language as social semiotic: the social interpretation of language and meaning. Edward Arnold.
- Kress, G. (2010). Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication. New York: Routledge.
- Kress, G., & Leeuwen, T. van. (2006). Reading images: The grammar of visual design. New York: Routledge.
- Liu, L., Suh, A., & Wagner, C. (2016). Watching online videos interactively: the impact of media capabilities in Chinese Danmaku video sites. *Chinese Journal of Communication*, 9 (3), 283-303.
- Min, W., Jin, D. Y., & Han, B. (2019). Transcultural fandom of the Korean Wave in Latin America: through the lens of cultural intimacy and affinity space. *Media, Culture and Society*, 41 (5), 604-619.
- Rosenzweig, L. R., & Zhou, Y.-Y. (2021). Team and Nation: Sports, Nationalism, and Attitudes Toward Refugees. *Comparative Political Studies*, Online first.
- Wu. (2016). Video Game Prosumers: Case Study of a Minecraft Affinity Space. *Visual Arts Research*, 42 (1), 22.
- Yin, Y. (2020). An emergent algorithmic culture: The data-ization of online fandom in China. 1-18.
- Yin, Y., & Xie, Z. (2018). The Bounded Embodiment of Fandom in China: Recovering Shifting Media Experiences and Fan Participation Through an Oral History of Animation-Comics-Games Lovers. *International Journal of Communication*, 12 (2018), 3317-3334.
- Zhang, L.-T., & Cassany, D. (2020). Making sense of danmu: Coherence in massive anonymous chats on Bilibili.com. *Discourse Studies*, 22 (4), 483-502.