

<<同人的世界>>

图书基本信息

书名：<<同人的世界>>

13位ISBN编号：9787501184743

10位ISBN编号：7501184747

出版时间：2008

出版时间：北京-新华出版社

作者：王铮

页数：285

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<同人的世界>>

前言

粗粗算来，我参与同人活动已经有七年多了。

这七年来，在现实的世界里，我完成了学业，由一个高中生变成了硕士；而在同人的世界里，我参与了十来个同人圈子的活动，创作了不少同人作品，认识了许多朋友，与她们一起出版过同人志，还担任过几个同人论坛的版主。

可以说，我喜欢甚至是热爱同人，它占据了我精神世界中的重要部分。

然而，这并不是我写作此书的原因。

我写这本书的直接动机，是为了让外界对同人这种小众文化有更多的了解。

作为一个曾经的参与者，我深知同人活动对处于课业重压和成长困惑中的青年人来说，具有多么重要的意义。

为了让外界准确地了解同人活动，至少是不要误解同人活动，我开始了研究写作。

必须承认，要了解同人活动是一件不容易做到的事情，因为同人圈本身具有排外性——参与者认为这是小众文化，不希望被打搅和曝光。

在日常活动中，他们大量使用“行话”，并且采取各种措施对活动地点加密，进入圈子需要通过认证。

因此，要真正进入同人的世界颇为困难，也难怪在现实中普遍存在着让人啼笑皆非的误解。

不少人把同人参与者看成是“同性恋”，把同人作品当做淫秽色情的东西；有些媒体则以猎奇的心态观察同人活动，在报道中不乏歪曲甚至有攻击参与者的言论；即使是一些研究者，在研究过程和研究结果中，也普遍表现出对同人基本概念的不甚了了。

<<同人的世界>>

内容概要

《同人的世界》是研究中国内地“同人”现象的第一本专著。

所谓“同人”，是一些爱好者基于原作和原型所进行的种再创作活动。

而实际上，如今中国有数以千计的同人站点，有上百万的同人参与者，创作出了几十万项同人作品，同人创作成为一种人们开始关注的当代文化现象。

本书在主要研究中国大陆地区同人活动的同时，择要介绍了世界其他国家地区的同人活动情况。作者希望通过对这本书的阅读，读者可以全面了解世界特别是中国大陆地区同人现象的源流、发展和现状，因而对这种小众文化抱有更多的宽容和理解。

<<同人的世界>>

作者简介

王铮，女，2005年毕业于北京大学，2007年于美国加州大学圣迭戈分校获化学硕士学位，现就读于美国康奈尔大学。

自17岁起参与同人活动，创作过大量同人作品，出版过同人志，其作品在大陆和台湾同人圈中有一定影响，曾担任过数个同人论坛版主。

<<同人的世界>>

书籍目录

序言第一章 戴着镣铐的舞蹈 第一节 什么是同人 第二节 同人的源起 第三节 洋洋大观与版权桎梏第二章 爱与萌 第一节 因为爱,所以爱 第二节 萌:独特的激情 第三节 动机与诱因 第四节 开放的空间 第三章 繁花迷人眼 第一节 多样的体裁 第二节 “粮食、蔷薇、百合” 第三节 同人作品的受众 第四节 一花一世界 第四章 独特的再创作 第一节 想象的天空 第二节 配对:一人一YY 第三节 借鉴和同化 第五章 同人圈轮廓 第一节 同人圈中的小群体 第二节 圈子间的关系 第三节 同人圈的规模 第四节 同人圈的参与者 第五节 同人圈的排外性 第六节 同人圈的通用语 第六章 开放的营盘流水的兵 第一节 同人圈的生命周期 第二节 同人圈的个体变动 第七章 没规矩不成方圆 第一节 同人圈的明规则——版规 第二节 同人圈的潜规则 第三节 管理员:明规则的维持者 第四节 规则的脆弱 第八章 自己的伊甸园 第一节 同人圈的网络活动 第二节 同人圈的现实活动 第三节 同人圈中的纷争 第四节 独乐乐,众乐乐 第九章 她们的舞台 第一节 同人活动的女性特征 第二节 Mary Sue:站在世界的中心 第三节 创作的课堂:被激发出来的能力 第四节 学习成长:重要的社会化过程 后记附录1 附录2

<<同人的世界>>

章节摘录

第二章 爱与萌 第一节 因为爱，所以爱 由于“再创作”的性质，同人作品通常不能够出版赚钱，同人作者们的创作可以说完全无偿。

而且，由于同人本身是小众文化，读者群有限，同人作者想收获名声也不容易。

但是，同人作者们的创作热情却依然十分高涨，创作出的作品量相当惊人。

例如，围绕漫画《死神Bleach》进行活动的一个同人站点，在自成立开始的两年时间内，就有7000多项同人作品，相当每天都有10部作品在站点上发表。

这并不是最极端的事例。

一些著名的同人站点，在短期内甚至每天会有上百项同人作品发布。

就个人而言，一个作者创作出上百项作品的情况也非鲜见。

那么，是什么促使同人作者在无名无利的情况下，投身到创作同人的活动中去呢？

要回答这个问题，最好的办法莫过于听听同人作者自己的说法。

在某个网站上，曾有一次题为“诉诉同人作者的苦”的讨论。

发帖人是因为作品被读者批评而诉苦，并非说明为什么要进行同人创作。

但有意思的事情是，一开始虽然有附和者，但到了后来，讨论却“歪楼”了。

众多同人作者现身说法，表示同人创作非但苦中有乐，而且还乐胜于苦、乐在其中。

写同人作品“苦”在哪里？

依照这20多位同人作者所言，一是苦在不能出书，没有“前途”也没有“钱途”；二是读者数量有限；三是写起来也不容易，要仔细揣摩形象、细心审查情节，最糟糕的是有时候还要挨读者骂——看起来，这是相当吃力又不容易讨好的活。

尽管这么苦，同人作者们却还是乐此不疲，“照样写快活的写几万几万的码上去”，并且认为“写文最快乐的日子就是同人时期”。

因为在他们看来，同人创作最重要的是能够表达对原作和人物的喜爱。

只要这个目的能够实现，任何辛苦都是值得的。

他们表示：“的确是‘写同人不但是没有前途的，而且是没有钱途的’……但谁叫我喜欢他们两只，现实他们是不可能的，就只好自己写了。”

“同人本来就是喜欢而写，和前途钱途没有关系，有的时候写了同人甚至不贴出来，只是私下和一两个朋友交流一下也觉得很开心~~” “骂归骂，我就要写，再怎么骂也要写，不是为了反骂，我喜欢，我写出来我的喜欢。”

“写同人是因为喜爱那个人物，单是能和他在文中交流就够高兴了，别人喜欢不过是锦上添花而已。”

可见，想要表达对原作或原型的喜爱，是大多数同人作者创作同人作品的初衷。

这些作者把对人物的情感，注入自己创作的同人作品。

这种创作，是他们最能充分表达喜爱的一种方式。

同时，作者创作同人作品，也因为不想让原作的故事就此结束。

例如，作者“高桥羽介”谈到，自己写关于“高桥凉介”的同人作品，是为了要“继续展现他的风采”：“因为我们要把这个人发扬下去！”

我们要的就是让他继续出一在舞台上，继续以他独有的魅力倾倒万生。

所以我们为什么要写高桥凉介的同人？

（总算扯回来了……就是因为崇敬凉介，我们喜欢看凉介怎样地潇洒走过每一道了槛每一盏路灯。

我们把对他的情感注入我们的同人，于是我们继续对着屏幕看他的白色FC永无休止地跑在路上……”

实际上，在《Project D》（动画《Initial D》第四季的名称）中高桥凉介已经成为车队的组织者，几乎不再亲自上阵。

但像“高桥羽介”所说的那样，作者们还是希望在同人作品中，让“他的白色FC永无休止地跑在路上”。

<<同人的世界>>

他们要让他们喜欢的人物继续活跃，在新舞台上继续散发魅力。

而如果没有这种对原作、对人物的热忱，同人创作会是怎么样呢？

作者“00”提到，因为自己对于人物的喜爱不存在了，写同人作品就成了一件痛苦的事情。

她甚至还因而想要退出圈子，放弃创作“只是觉得写同人痛苦得很，写着写着就觉得我究竟在写谁呢，我是还在喜欢他吗？

觉得以前单纯着快乐着的喜欢有点变质了。

想退出圈子了。

因为自己没有资格去喜欢了。

” 综上所述，同人作者进行同人创作的最主要动机，是对被衍生的对象的喜爱。

他们通过创作同人作品，表达对于人物的美好情感，同时也将原作的故事不断地延续。

所有这些，都是基于作者们对于被衍生作品和人物的喜爱。

没有这种热情，他们不会进行同人创作。

在这个意义上，同人作品完全可以被称为“爱的产物”。

俗话说，一个巴掌拍不响。

同人作者们的成果，如果没有读者的响应，难免寂寞。

当然，实际情况并非如此。

到同人网站去转转就知道，点击率成千上万、回帖几十篇上百篇的作品并不少见。

读者们欣赏同人作品的热情同样十分高涨。

对读者们来说，他们欣赏同人作品，主要也是因为对被衍生对象的喜爱。

例如，同人读者“适适”说，她看同人作品，是因为喜欢某个人物。

作为“樱木花道”（日本漫画《灌篮高手》主角）的迷，她“喜欢花道，所以想看花道的故事，不论悲喜”。

她在意的并不是故事本身，只关心这个故事与她所喜欢的人物是否相关。

类似地，在同人作品中，读者也可以看到他们喜欢的人物继续展现风采。

这是一种看“原创小说得不到的乐趣”。

“同人像是一篇超长无比的连续剧，因为不想看到结局而永远流传下去的故事。

一群球手在篮球场上的故事暂告一个段落，可是不舍得他们，想看他们的将来过去前世今生。

” 然而，不能忽略的是，读者并不会无条件地接受任何与喜欢的对象相关的同人作品。

他们希望从同人作品中，也能看到作者对这个人物的爱。

读者“伊儿”在批评某篇同人作品时，就表示看不出作者对人物的爱在哪里：“写真人文（笔者注：即围绕着原型的同人）也好，写衍生文（笔者注：即围绕着原作的同人）也好，除了丰富的想象力，除了对人物的把握，更要有对笔下人物的爱。

但是可惜的是我没有从作者大人你的文里看出来你的爱。

也许你说了你的爱是你自己的感受，不是我们说没有就没有的，但是从你的文里看来，我的感受……套用一下就是我看不出一个这样侮辱声优（笔者注：即配音演员）破坏声优形象的人会对他有爱，没有就是没有爱，不是你说有就有的。

” 可见，读者想看到的同人作品，除了丰富想象力和对人物的把握之外，还要有对笔下人物的喜爱。

这种喜爱，读者能够从作品的字里行间看出来到底存在与否。

如果作者在创作的时候，没有对笔下人物的爱，这样的作品就不会被接受。

在爱以外，也有一些参与者出于其他的因素而参与同人活动。

一种常见的现象是“报复性创作”，作者刻意在同人作品中贬低、虐待讨厌的人物和事物，发泄情绪。

还有的作者是为了提高人气、牟取利益而创作。

他们借创作热门同人为跳板，提高自己的知名度之后，把同人作品中人物的名字换掉，改成原创小说去出版。

如一位同人作者所说：“我也是写同人的，承认绝大多数人写同人是因为爱着那些人物，但是，

<<同人的世界>>

这世界上绝对有为恶心人而写‘文’的人！

就我所知，为报复或者提高人气而写同人的也远不止一个两个。

” 还有部分低龄的参与者，认为“同人”是非常时尚的“非主流”，因而乐于参与同人活动。

尽管存在例外，但就总体而言，无论是读者还是作者，参与同人活动的最主要原因，是“爱”某特定的作品或人物。

因此，有人把同人参与者当作是“粉丝” “同人作者，首先是个FAN，然后才是作者，所以同人作品的读者，也应该首先是个FAN，其次才是读者。

” 的确，没有对原作、对人物的喜爱，不是原作的、人物的Fan，就不会有同人。

然而，正是这些特殊的“粉丝”，通过同人活动，让原作的故事得以延伸，让原作或原型人物的活动范围不断扩展。

“爱”是同人参与者参与活动的主要动机，但并不是说有爱就有同人。

比如说，周恩来总理非常受同人参与者们的爱戴，但关于周总理的同人作品却极其罕见。

经过对同人参与者的活动情况分析，笔者认为，除了爱，还有一个推动同人参与者的再创作活动的要素，这就是所谓的“萌”。

在同人活动中，参与者经常使用“萌”这个词。

比如说，“某某很萌”“最近在萌魔戒”等等。

他们“萌”的对象，包括但不限于作品、人物、人物间的关系、特定的情节、场景和话语。

以《三国演义》为例，同人参与者可以萌周瑜，也可以萌孙策和周瑜间的情谊，还可以萌群英会，甚至萌周瑜舞剑时的“狂吟”等。

那么，究竟什么是“萌”呢？

从词源上来说，“萌”源自日语“萌元”，意指极度喜爱。

它的源头是日本的AcG（动漫游戏）界。

据动漫爱好者所述，其本意是指男性读者在看到美少女角色时，产生一种热血沸腾的精神状态。

他们认为，“萌”相当于“知好色而慕少艾”，是对有吸引力的异性产生的情感悸动。

但在同人圈这个范畴中，“萌”的含义却有所不同。

在性质上，参与者普遍地认为，萌是一种内心的感觉。

他们用“感兴趣”“很愉悦”“怦然心动”“冲动和热爱”等一系列表示好感的词汇，来形容这种感觉。

此外，萌往往还伴随着某些同人式的想象：“有了这种感觉之后，会在脑里想被我萌到的角色的情节，希望了解更多关于他或她的资料，也会有一些二次创作式的想象出现。

” 而且，这些同人式的想象往往是以萌的对象为中心的。

萌导致的结果则是高度一致的。

所有的受访者都表示，在萌了之后，他们会进行各种同人活动。

这些活动包括YY（想象）、找同人作品、创作同人作品、找同好交流讨论等。

例如，参与者“J”说，“萌了后就会四处搜同人文看，自己也会写，在论坛里跟同好一起来讨论”。

而同人活动的中心，则是让他们产生萌的感觉的对象。

综合这两点来看，“萌”是一种独特的激情，它能够促使参与者进行同人活动。

因此，本书对“萌”的定义是，推动参与者进行同人活动的一种审美心理。

“萌”也可以活用作动词或形容词。

萌带有明确的审美情趣的指向性。

一般说来，被萌的对象必须具有让参与者们萌的要素，也就是有所谓的“萌点”。

萌点可以是外貌特征，性格特点，特定的设定、情节、场景等诸多要素。

具体来说，例如金发碧眼、温文尔雅、青梅竹马的关系、一见钟情的桥段等等，都属于萌点。

对参与者们来说，萌点往往是相对固定的，在一定程度上反映了他们的审美情趣。

在调查中，95%的参与者们表示，自己会萌上某些特定类型的作品或人物。

有参与者说，“我喜欢的角色是有点共性的，比较狠辣，对人对己都是，敢作敢当，敢爱敢恨，嚣张的那种”。

<<同人的世界>>

可以说，这种性格就是他的萌点，符合他对角色的审要求。而具有这种性格的角色，往往就会成为这个参与者萌的对象，进一步成为他同人活动的中心。

萝卜青菜，各有所爱，每个参与者的萌点都是独特的。因此，与者们角度不同的萌，就造成了同人活动和同人作品的个性化。管如此，怎样的作品或人物才够萌，还是有一些一般规律。

能让参与者们萌的作品，通常要有吸引力和出色的情节，还要下足够的想象空间。同人本身就是原作或原型的基础上，由参与者们发挥想象力进行的再创作。因此，如果原作填得太满，故事太过完整，同人作者们找不到什么切入点，就会觉得无趣。有参与者提到，原作让他们“萌”的重要原因是留白：“有时候一切尽在不言中，只有几个字，大片留白非常有韵味。

”反之，如果原作或原型不给参与者们留下想象的余地，就可出现“萌不起来”的状况”。例如，受访者“小九”说，尽管她非常喜欢《篮高手》中的人物“宫城”，但由于原作者已经为他“钦定”了女友，“没有YY的余地，于是就萌不起来了”。

如果是人物，一般需要有突出的性格和出彩的外表。人物形象是否正面，往往不在同人参与者考虑之列，坏得有个性的反派一样有很多人萌。受到冷落的通常是朴素无华的陪衬角色、没有个性的人物或令人厌恶的形象。在一篇《圣斗士星矢》同人作品里，作者借人物之口提到了这一现象。其中，外形俊朗个性鲜明的人物“卡妙”对自己“总”出现在各种同人恋爱故事中表示了极度的不满：“我说别总让我莫名其妙受伤无缘无故死亡死心塌地暗恋苦恋单恋客串兼职第三者你们愿意吗？”

我说我的人生目标崇高暂时不想谈恋爱你们同意吗？”尽管在原作中，卡妙根本就没恋爱过，但还是成为同人作者们的关注重点。和帅气的卡妙恰成对比，长相朴实的大块头“亚尔迪”则几乎无人问津：“我的心愿？……如果有人愿意写，就写我和那个送花的小姑娘吧……”可见，越能够满足参与者审美需求的人物，就越容易成为萌的对象。

而如果是人物间的关系，则需要有人物之间较强的“气场”。也就是说，人物之间需要有互动性强的，便于参与者们生发想象的感觉、场面和情节。也有同人参与者称之为“原作基础”或者“原作交集”。如果原作基础雄厚，原作交集较多，这些人物间的关系就会有更多的人“萌”。

但是，有萌点，并不一定就能够让人萌。如果有萌点的对象，超越了同人参与者的萌的底线，如一些受人景仰的伟大人物，或者参与者的亲朋好友，即使符合萌点，也不容易引起萌的情绪。

在萌的作用下，无论是一般的爱好者，还是同人活动的参与者，都会对原作或原型产生相当的狂热。

他们可能会成为作品和人物的忠实粉丝，并且成为周边产品的稳定消费者。因此，将萌点引入商业作品，以有效抓住眼球、迅速积累人气，就成为十分常见的现象。日本的ACG商业作品，已经发展出一套完整的系统化的萌体系。

商业作品中会刻意添加各种类型的萌点，以吸引更多口味不同的受众。比如游戏《心跳回忆》，为男主角安排了13名“萌点”不同的女主角，方便爱好者各取所好。

有时候，商家设置的萌点，除了满足一般的爱好者外，还会有迎合同人参与者的倾向。参与者自发进行的同人活动，往往相当于对作品和人物的免费宣传和推广。于是，一些商家在商业作品里，安排满足同人参与者需要的萌点，像角色之间的暧昧互动或深刻羁绊等。

在日韩、台湾乃至大陆娱乐圈中，则有一种包装同性艺人间的暧昧关系（所谓“王道”）的手法，刻意地为粉丝，特别是有同人倾向的粉丝提供“关系”这个萌点。

而其效果，既能满足粉丝们的心理需求，也能够赚取更多的注目和人气。像07年的选秀中，天涯网站上几个与“王道”有关的帖子，点击量普遍达到一二百万，人气与普通粉

<<同人的世界>>

丝为偶像打造的帖子不相上下。

<<同人的世界>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>