

视觉文化时代外语作为图像符号的认知研究

李 泉

摘要：在当代文化的视觉转向中，外语认知从传统的印刷文化语言符号文本认知转变成更为复杂的、多媒体语境中的图像符号认知。外语作为图像符号，其传达与认知过程是一种被再度符号化、建构更大的多媒体语义场的过程。在跨文化与跨媒体的语境中，实现外语图像符号意义的完整生成与确切传达，需要从本体认知层面深度把握符号传播中的片面化与认知差机制。在全球化时代，中国外语学科的话语创新要参与世界话语体系的理论建构，必须从本体层面自主增强包涵“文化自觉意识”和“文化创新意识”的跨文化双语意识，进而基于文化异质性与文化多元性来扩大跨文化认知域，建构独立的文化话语语言说体系。

关键词：视觉文化；外语符号；图像符号；认知域；认知差

中图分类号：I045 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-778X (2019) 05-0164-09

早在20世纪，德国著名哲学家马丁·海德格尔就在《世界图像时代》中做出了著名的断言：“从本质的角度来看，‘世界图像’并非指一幅关于‘世界的图像’，而是指把世界看成是一幅图像。”^①在海德格尔看来，“现代性的世界图像”和“现代世界图像”异名同意，都展现了中世纪和古代世界图像所未曾出现的事物：“世界图像并不是从一幅先前的中世纪图像转变为一幅现代世界图像——世界成为图像正是现代性本质的标志。”^②诚如周宪指出，这一著名陈述中有两个核心主题，一个是所谓的“视觉图像时代”就是“世界被把握为图像”；一个是“世界成为图像”乃是现代之本质。^③当代文化的视觉转向充分证明了海德格尔的准确预见性。周宪进一步指明，视觉文化的当代发展趋势主要体现在如下四个方面：首先，视觉性成为文化主因；其次，图像压倒了文字；再次，对外观的极度关注；最后，视觉技术的进步。^④恰如周宪所言，世界文化的历史长河正在发生着巨大的转向，当代文化语境更是在经历着空前的深刻变革。自从影像技术推动着图像符号文化的不断发展，视觉文化开始迅速崛起，在此过程中，印刷术支撑的语言符号文化，也即“概念文化”在“视觉文化”的猛烈攻势下节节败退，遭遇了极大的衰落。在发生视觉转向深刻变革的文化语境中，外语作为语言符号，其认知也发生着深刻的变化，越来越有让外语符号逐渐脱胎于纯文字文本符号、擢升成为多媒体文化语境中的综合性图像符号的趋势。

一、外语作为图像符号的视觉化呈现与多媒体表意

当然，当代文化的视觉转向并非将语言符号的认知从人类生活中连根拔去，而是说相对于传

基金项目：国家社会科学基金青年项目“中国武侠小说在英语世界的翻译与接受研究”阶段性成果（17CZW058）；四川师范大学2017年“质量工程”校级项目“视觉文化时代外语作为图像符号的认知与教学模式研究”研究成果
作者简介：李 泉，四川师范大学外国语学院副教授、博士（四川 成都，610101）。

① Martin Heidegger, “The Age of the World Picture”, in Julian Young and Kenneth Haynes (Trans & Eds), *Off the Beaten Track*, Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p.67.

② Martin Heidegger, “The Age of the World Picture”, in Julian Young and Kenneth Haynes (Trans & Eds), *Off the Beaten Track*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p.68.

③ 周 宪：《视觉文化的转向》，北京：北京大学出版社，2008年，第6~12页。

④ 周 宪：《视觉文化的转向》，北京：北京大学出版社，2008年，第6~12页。

统的话语文化形态中以纸质书本为主要载体的语言符号文本认知，当代语言文化更具有视觉文化的图像符号特征。的确，当代语言的生成、传播与接受过程变得更复杂，因吸收了视觉图像符号的表意特征而在认知和传达过程中，形成了一个图像符号综合体，与其他符号一同建构起了更大的符号图像—文字语义场，导致视觉因素开始在符号传达与认知的过程中发挥出更为突出和更为显著的作用。具体而言，当代文化的视觉转向对外语作为图像符号认知产生的主要体现在如下四个方面。

其一，外语符号认知媒介的变化。在传统印刷时代，外语学习者主要通过阅读纸质印刷品来认知外语语言文本。而在视觉文化时代，外语学习者读取外语符号的文本媒介变得十分多元化，不再仅仅限于传统外语教材或外语读物的纯语言文本。如今越来越多的外语学习者更倾向于从电影语音、视频、网文、配乐朗诵、图片嵌文等现代媒介中带着娱乐兴趣学习外语。笔者曾在《数字人文的发展源流与数字文学的理论建构》中指出，“新媒体研究和互联网研究的宏大研究视野与宏观研究范式为数字人文的跨学科研究实践提供了数字化的研究介质”，作为人文学科的重要组成部分，外语符号的数字化更是因外语自身的国际化优势和整体的全球化浪潮而先知先行。^①于是，在网络新媒体文化与视觉文化时代，外语符号的数字化及其图像认知，成了一种涉及设计美学、接受美学认知境遇、认知感情的多学科科学确定性与多种认知主体不确定性等主客体交互、自然科学与人文社会科学综合共同作用下的跨文化认知过程。

其二，外语符号认知平台的变化。传统印刷时代，外语学习者主要在书房、教室或图书馆等实体性场所认知外语语言文本。在视觉文化时代，外语学习者能够读取外语符号的场所变得更为多样化，不再像传统印刷文化那样，认知资料的获取受到地域的限制，认知时长受到光线的限制。视觉文化时代各种张贴海报、屏幕无处不在，消费主义裹挟的城市商业综合体呈现出越来越多的外语符号认知场所，使得外语符号作为图像的认知场合变得更为公开化、普遍化，而且不再受场所限制和光线限制。此外，视觉文化时代的外语符号认知场合还变得更为虚拟化。外语学习者可以通过手机软件、互联网、网站、公众场所屏幕等互联性的虚拟文化空间，进行更为复杂的外语符号认知。

其三，外语符号认知机制的变化。传统印刷时代，外语学习者主要基于纸质文本的语词进行基于文字阅读经验的认知。在视觉文化时代，外语学习者越来越倾向于在图文并茂、音画共赏的多媒体体验中认知外语符号，而这种综合性的、由能够启发思考想象的文字经验转变为提供直观感官体验的外语符号认知过程，从一方面讲，增加了外语学习兴趣，让外语学习变得更轻松和更立体；从另一方面讲，也冲击外语学习的严肃性，让外语学习者很难像传统学习者那样心无旁骛地下苦功夫学习外语词汇语法基础知识，忍受机械枯燥但效果尚好、效用持久的学习范式。然而外语词汇语法辛苦积累的学习步骤，是用任何投机取巧的方法和轻松娱乐的体验都无法取代的。因此，准确把握视觉文化时代外语符号认知由文字经验到感官体验的度和量，是当下外语教学与研究所需适当把握的关键问题。

其四，外语符号认知交流的变化。传统印刷时代，外语学习者主要通过人与人面对面、或者以书信等文字载体进行外语认知交流。在视觉文化时代，外语学习者可以不直接通过人，而是通过计算机或手机软件，包括QQ群、微信群、facebook、Twitter等社交媒体与软件进行更多元化、更快捷、更密切的实时跨域交流，使视觉文化时代外语认知交流具有即时性、开放性和社区性的特征。现代计算机网络与智能手机的使用，把世界紧密联系起来，让全球化的跨文化交流形成了不可抗拒的时代浪潮。在交流日益频繁、方式日益增多的视觉文化时代，如何在跨文化交流中真正做到有效地提升外语认知能力，而非“学而不思则罔”和“思而不学则殆”，沉迷或迷失于无效交流的信息汪洋，这就需要新传媒时代的外语教师对学生在课上和课下同时进行积极引导。

总体而言，视觉文化时代外语作为图像符号被纳入比传统语言文本更大的符号文本系统，其

^①李 泉：《数字人文的发展源流与数字文学的理论建构》，《西南民族大学学报》（人文社会科学版）2018年第9期。

传达与接受机制更为复杂，成了一种被符号文化再度符号化的符号。马睿、吴迎君在《电影符号学》中对作为电影本文中再度符号化的语言进行了深入的剖析：

语言本身是一种符号，在电影中指涉的意义，首先按照语言系统的规则进行表意，在此基础上它又与电影文本中的非语言符号一起，构成一个包含语言在内的更大的符号系统，此时语言符号的表意，还要遵循电影符号系统的表意机制。^①

同理，在视觉文化时代外语符号一旦作为视觉图像进入视觉文化的文本语境，外语符号的表意方式就与外语词典和日常经验中的常规表意产生了“语义差”（Semantic Gap）。在多媒体中，外语符号与其他符号组成的符号文本意义更为丰富，表意方式也更为多元化，而在此种文本语境中外语符号产生的意义也会具有极大的表意独特性（Uniqueness），有时还会产生让人意想不到的意义。

比如说在美剧《生死狙击》（Shooter）中有一段十分有趣的情节，可谓把“miss”一词的含义充分用于语境与情景的经典案例。

神枪手鲍勃·李·斯威格（Bob Lee Swagger）打猎回来，却只给妻子朱莉（Julie）带来了中餐外卖。妻子原想吃打到的野味佳肴，因此看到带回来的快餐后略有失望，微嗔道：“You know, you went hunting all day, and all you shot me was Chinese takeout, huh?”（哎呀，你打了一整天猎，却只给我打到了一盒中餐外卖？）面对爱妻的责问，鲍勃赶快找理由熄火：“I had something, but I missed.”（我原本发现了一些猎物，但是没打着。）面对鲍勃的搪塞理由，妻子并不买账：“Bullshit, you don't miss, Bob Lee.”（胡扯，鲍勃·李，你怎么可能打不着？）被妻子当面拆穿，鲍勃原本会尴尬得下不来台，但聪明风趣的他用文字制造了一个幽默，终于天衣无缝地为自己搬回了一局，辩解说：“Missed you.”（开枪时太想你了，所以打偏了。）终于，通过玩“Miss”一词的文字游戏，鲍勃不但成功洗脱了一心打猎、没把妻子诉求放在心上的“罪名”，而且给自己树立了无比看重妻子、连打猎都无法专心的好男人形象。在这一电视剧场景中，“miss”一词意义从“没打中”到“想念”的流转，可谓外语符号在视觉文化时代作为图像符号的认知超越了纯粹文本语言符号、传达与表意更为复杂化、特殊化的经典案例。

更进一步说，认知主体对“miss”一词作为外语符号能否实现有效的、正向的认知和解读，不仅是基于对“miss”一词基本词义的了解与熟悉，还和情景文本中的其他视觉图像符号相关。比如说男女主人公的相貌、演技、服饰、言语时的表情和周围的环境等等，都有着密不可分的关系。试想，如果男主人公一脸横肉，女主人公一脸青春痘，就会影响观众对“miss”文字游戏所携带“俊男靓女浪漫看点”的美学感受，使得男女主人公恰如其分的打情骂俏无法被观众正常接受；或男主人公表情龌龊，女主人公面带轻浮，那么“miss”文字游戏也传递不出让人会心一笑的接受效果；又比如男女主人公都是衣衫褴褛、或者穿着过分暴露，那么此时观众的主要认知焦点都聚集在了过于引人注目的服饰上，反而会冲淡对话语中“miss”一词多义性解读引发的幽默；再比如，如果把海滨别墅的言语环境置换成阴暗的地窖，那么观众也无法从明显十分恐怖的剧情场景设置中读取“miss”文字游戏传递出的温馨浪漫之感。最后值得一提的是，当男主人公说了“missed you”的同时，直接就吻向了女主人公，以吻封唇，这种言语伴随的表演艺术，让“miss”的文字游戏为男女主人公秀恩爱服务，语言符号与其他符号一起共同建构成视觉文化符号，编织起更大语义场，创立了更为丰富特别的表意机制，让观众在图像符号的认知中获取切合爱的主题的正向意义。

再比如电影《前任攻略》中的例子。在结婚典礼上，新娘新郎别出心裁，分别邀请了二人的前男友和前女友出席，二人还在典礼上戏谑般地展开了别开生面的诗朗诵《致前任》：

女：当代是自由恋爱，也是自由选择的时代 男：人生的轨迹会因为任何一个人而改变

合：要不是遇上了你们，我们怎么会认识

^①马睿、吴迎君：《电影符号学教程》，重庆：重庆大学出版社，2016年，第91页。

女：他 男：她
男：能让我们的前女友 女：和前男友
合：来见证我们的婚姻
合：那我们的爱情是我们地无所畏 合：惧
女：没爱过几个人渣，哪会爱上他 男：还有她
男：感谢你们为我们做了通往幸福路上的引路者
女：引路者 男：和垫脚石
合：谢谢！

在汉语朗诵中，“无所谓”和“无所畏惧”两个词的前三个字的发音完全相同，要表达的意义效果却是截然相反，因此被朗诵者用来制造一个语义幽默。先将他们的爱情贬低得“无所Wei”，让参加他们婚礼的听众一时间感到惊奇与诧异，然后再通过增加一个“惧”字，把他们的爱情抬高到无法撼动的层面，让听众们恍然大悟，不禁发笑。紧接着，他们又先把前男友和前女友捧成褒奖性的爱情“引路者”，然后再把他们贬低为爱情旅途中的“垫脚石”。通过先抑后扬、铺垫悬念的方式，朗诵者运用相互矛盾的语言符号创造了符号语义张力，让前一个符号为后一个符号做铺垫，通过前一个符号的符号化来完成一个符号的语义聚积，在语义张力释放的同时，营造语言幽默效果，建构电影的整体语境。这种语言符号的表意机制，只有在表演艺术中才会出现，因为如果从纸质文本来看这段话，“无所谓”和“无所畏惧”仅用一眼即能看完所有内容、看穿语言游戏的谜底，就失去了表演艺术中才会出现的舞台发声效果。包括朗诵者的表情、姿态、语音、语调，以及舞台背景、背景音乐、周围人群、发声效果在内，都是符号表意系统的一部分，共同完成了语言符号的表意过程。又如剧中婚礼主持人操着的一口浓厚四川方言，也是形成幽默语义聚焦点的语音符号案例。

《前任攻略》影片中还有一个外语符号跨文化跨媒介认知的例子。当新娘的其中一个前男友问其他前男友，你们是怎样认识新娘的，前男友们会心一笑，依次说道：“Muse”“Mix”“Vics”“Fox”和“Babyface”。在这一语境中，电影需要观影者对这些外语符号进行超出字典语词性的文字认知，上升到生活经验层面，最后上升到电影的叙述建构层面。在这部电影中，外语符号“Muse”“Mix”“Vics”“Fox”和“Babyface”都不再仅仅指代单词本身的基本内在意义，而是指向了单词的社会外延意义。这几个英文单词都是夜店的名字，这些单词在遵循英文词汇发音与表意规则的同时，亦超越了纯粹的文本含义，服务于包括人物表情符号、人物情感符号、人物服饰与场景符号在内的更大图像符号表意系统。上述一系列英文词的词义都是夜店的名字，同时都是以“S（或Z）”相同或相似的音结尾，是为了通过给观影者暗示“Sex”一词，继而从叙述层面建构新娘的性格，揭露其生活作风问题，最终通过对新娘品质的暗讽来反向凸出影片中真正女主人公罗茜纯粹感情的珍贵。这一典型的外语符号的跨文化跨媒介认知例子，充分说明了视觉文化时代将外语作为图像符号进行认知的理论必要性。对中国观众来说，上述英文词语就属于外语符号，而对于外国观众来说，影片中的汉语亦是语言符号；如何让中外观众全面认知影片中的外语符号，真正全面领会影片中的语言表意、符号表意、叙述表意与思想表意，如何让本地文化认知主体与异域文化认知主体都能够完全领会语言携带的符号意义，是实现妥善的语际转换与跨文化传播必须解决的重要问题。解决视觉文化语境中语言符号的语际转换与跨文化传播，不但是翻译艺术所需完成的重要使命，而且是中国电影在世界范围内广泛传播并被广为接受的重要保障。

由此观之，视觉文化时代外语符号在认知过程中，认知主体不单单是从外语作为语言符号本身携带的含义出发来认知外语符号，而是从外语符号与其他可视化、可听化的多媒体符号集成文本语境中来认知和解读外语符号。视觉文化时代外语符号意义的生成，是外语符号与其他符号综合作用的结果，其他视觉符号在视觉化的认知过程中被符号化，成为外语符号意义生成的载体。

至于这一载体究竟能否对外语符号意义的理解起到正向的引导作用，是本文要探讨的下一个问题。

二、外语符号跨文化认知中的片面化与失语症

笔者在《跨文化符号学：新传媒时代文学文化研究的新方法与新领域》一文中提出了文化符号跨文化传播研究体系的理论框架，其中涵盖了文化符号跨界表意域传达研究的6大板块：文化符号跨历史表意的跨时间研究、文化符号的跨地域表意的跨空间研究、文化符号跨语境表意的跨语言研究、文化符号跨文本表意的跨媒介研究、文化符号跨认知表意的跨学科研究和文化符号跨思维表意的跨文化研究。^①其中视觉文化时代外语作为图像符号的认知机制是个极其复杂的过程，基本包括了文化符号的跨语言表意和跨文化表意两大板块，但也有可能包括上述六大板块更多部分或者所有部分。

在视觉文化时代，外语符号作为图像符号的认知，正是一个复杂的跨文化符号表征与传达机制过程，跨文化符号学统摄下的外语图像研究综合囊括了符号的跨历史、跨地域、跨语境、跨文本、跨认知与跨思维的表意，其宗旨是在外语符号的跨时间、跨空间、跨语言、跨媒介、跨学科和跨文化研究这一综合性结构框架中，建构全球化新传媒符号跨文化传播的宏大体系。

在视觉文化的语境中，外语作为一种图像符号，其表意与认知自然具有符号传达与接受的基本特征，也必然会遵循符号传达与接受的基本规律。而在符号意义认知与解读的过程中，尤其值得探讨的就是符号接受的片面化特征。特定符号在传播过程中被接受主体所感知与接受的意义，可能只是符号承载的部分意义，而非符号的全部意义。对于这一问题，赵毅衡以驶过来的汽车为例，系统地剖析了符号意义接受的“片面化”问题：一个人对高速冲来的汽车符号的直观“片面化解读”就是巨大的危险性，需要立即躲闪。开车人是不是帅哥或美女，开的是什麼样子或是牌子的车，此时都不是当事人所需解读的首要符号特征，若这些“与意义解释无关的品质被感受到了，就是符号文本中的噪音”。^②

从赵毅衡对符号接受片面化的分析中，我们可以发现两个值得关注的问题：其一，符号接受主体的认知过程具有选择性，与符号接受主体的“首要接受动机”（Primary Motivation）直接相关；其二，干扰首要接受动机的符号，都属于符号文本中的噪音。的确，从辩证的角度看待符号认知的片面化特征，我们可以进一步总结出符号接受的片面化特征对符号认知两个方面的影响：一方面，符号认知与接受的片面化具有一定的消极作用，对符号意义的感知与解释只能实现局部感知，在一定程度上造成了认知域的盲区；另一方面，符号认知与接受的片面化也具有一定的积极作用，能够提高认知的效率，也可能导致非常有效的意义解释。

外语作为一种语言符号，尤其是当下视觉文化语境中作为跨文化的图像符号，在被认知与接受的过程中更容易产生符号认知片面化的现象，这种现象具体体现在外语符号认知者往往习惯于借助本国语言文化的现有经验和习得语言，去片面化认知和表述异国外语符号的意义，致使外语符号的完整意义在片面性的认知过程中被窄化或者异化，而外语符号被片面化解读造成的恶果，就是外语专业师生患了“文化失语”。

早在20年前，曹顺庆就在《文论失语症与文化病态》一文中，一针见血地指出了中国现当代文艺理论研究的严重问题——“文论失语症”：

长期以来，中国现当代文艺理论基本上是借用西方的一整套话语，长期处于文论表达、沟通和解读的“失语”状态。我们根本没有一套自己的文论话语，一套自己特有的表达、沟通、解读的学术规则。我们一旦离开了西方文论话语，就几乎没办法说话，活生生一个学术

^①李 泉：《跨文化符号学：新传媒时代文学文化研究的新领域与新方法》，载曹顺庆，赵毅衡主编《符号与传媒》2018年第1期，成都：四川大学出版社，2018年，第224页。

^②赵毅衡：《符号学：原理与推演》，南京：南京大学出版社，2016年，第36~37页。

“哑巴”。^①

在笔者看来,目前外语专业师生所患的“文化失语”是双向性的“失语”,典型的邯郸学步,没有学会西方优秀文化的核心精神,却片面地吸收了西方社会纷乱思潮中的糟粕;没有将学来的外国先进理念用于发展本国文化,反倒丢掉了自己的文化灵魂。“文化失语”的后果体现在两个方面,一个方面是用母语符号的既定意义去片面性或变异性认知外语符号的意义,导致无法全面、深刻地认知与言说外语符号意义的特质性与差异性;另一个方面是基于外语符号与母语符号意义在一定程度上的相似性,不加细致考虑地采用外语符号的意义来片面性或变异化言说母语符号意义,从而压制或遮蔽了母语符号意义的异质性,使言说者无法用外语符号充分言说母语文化的精髓。一位来自人文学院的教师曾戏言说,你们外语专业的学生外语没学好,汉语也没学好,所学的内容,几乎用一部高级语法教程就能全部概括。在指导研究生论文的过程中笔者也发现,很多学生写的中文像英文,句式语法明显受到了西化的影响,修饰冗长却又缺乏逻辑推演,既看不出地道优雅的母语表述,又没有抓住英文简洁凝练的精神;同时写的英文像中文,中式英语比比皆是,一眼就能看出是中英表达的僵硬对应,根本看不到基于英汉双语思维与表达差异对两种语言的灵活驾驭与把控。

在当下语境中,受外语影响,汉语词在汉语中失语的现象很普遍。比如说“上帝”。按照现代汉语语言习惯,我们经常以汉语词“上帝”来对应认知与理解英文词“God”,就是外语词入侵汉语词,致使汉语词“文化失语”的典型例子。“上帝”一词原意是“昊天大地”,本是中国文化概念,讲述的是地道的中国文化精神。根据《通典·礼典》记载,“所谓昊天上帝者,盖元气广大则称昊天,远视苍苍即称苍天,人之所尊,莫过于帝,诤之于天,故称上帝。”明末时期,传教士利玛窦为了中国人更容易接受基督教中的“God”,就挪用汉语词汇“上帝”来对应指称“God”一词,致使“上帝”一词脱离了母体,被注入了异域文化意义,发不出中国文化的声音,被变异地言说基督教文化思想。当时,利玛窦用“上帝”称呼基督宗教的“耶和华神”曾引起一些儒士的反对,他们认为儒家的天、上帝与天主教的天主有着本质的区别。钟始生的《天学初征》和《天学再征》对此做过较为全面的辨析。但在历史发展中,由于种种因素,“上帝”成了“God”广为接受的译名,英汉语言符号之间的意义差异与汉语词的语体色彩被完全抹除,成了一个来自于汉语却被西语言说的语言符号。这种外语符号在跨文化传播过程中“绑架”了汉语词汇,遮蔽甚至剔除了汉语词在文化母体土壤中的意义,重新注入了外语文化内涵,其实是一种“语言入侵”,而且这种语义生成的“鹊巢鸠占”现象居然长达500多年,甚至如今我们几乎很少有人知道“上帝”一词原指中国文化概念,既不知其所以然,也不关注语言的历史流变。由此观之,“文化失语”现象背后的意义生成机制,体现出的是文化话语权的掌控及其重要性。类似的例子还有很多,比如说原指“皇太后尊称”的汉语词“圣母”被异化为耶稣基督的母亲玛利亚(Maria),原指儒家经典的汉语词“圣经”被定向赋义为基督教的经典“Holy Bible”。这种文化入侵引发的语言殖民的现象,是将异语直接移植入本土文化而产生“文化克隆”的恶果,是失语症的根源。我们只有增强文化自信,以培育的方式来增加文化意义的繁殖与增值能力,才能有效地抵御文化入侵,从根本上解决语言殖民的问题。恰如笔者在《新时代中国文化国际传播与接受研究的战略意义》一文中所述:“缺乏独立话语言说体系的国家自然会丧失与外国文化进行平等对话的精神基础。”^②

在当下语境中,受汉语影响,英文词在汉语中失语的现象也很普遍。比如说“罪”(Crime/Sin)一词。在汉语经验思维的文化语境中,尤其是没有过跨文化阅读与体会经历的情况下,中国的外语学习者在理解“Crime/Sin”这一英文词的时候,往往从第一直觉出发,用汉语语义经验来片面地对应理解“Crime/Sin”,将其与汉字“罪”对等,直观地理解为“违反政府法律叫做罪”。而在英语中,“Crime/Sin”是具有浓厚基督教色彩的词汇,有着丰富的情感与文化内涵。不仅指违

①曹顺庆:《文论失语症与文化病态》,《文艺争鸣》1996年第2期。

②李 泉:《新时代中国文化国际传播与接受研究的战略意义》,《对外传播》2018年第6期。

背现实法律的“罪”，还指宗教上违反神圣教义的“精神上的罪”。在基督教文化语境中，“Sin”源自于亚当和夏娃受蛇诱惑，自作聪明，想要像神一样智慧，结果产生的“僭越”引发自身堕落的行为。在《圣经》中，“Sin”的原始含义是“missing the mark”（失去了证明人和神之间契约关系的标记），“commit sin”意味着与神之间和谐关系的打破，是很严重的罪行。如果不深入理解这一点，不充分阅读英文文化典籍《圣经》，不通读摩西十诫（Ten Commandments），就很难理解为什么英文词组“commit sin”“commit crime”“commit suicide”和“commit adultery”都用动词“commit”来连接。不全面理解“Sin”词汇的文化内涵，也就无从感知为何小说《红字》中的女主角会因胸前的红字“A”而背负巨大罪恶感与心理负担，也就无法领会她在罪恶阴影之下通过勤劳努力获得新生的自我救赎行为的难能可贵。又如“advertising”一词。根据汉语的日常理解，我们通常情况下把“advertising”对应为“广告”，却从文化上过滤了“advertising”一词的文化色彩与感情含义。在汉语中，“广告”一词的字面意思告知了它的传播对象，即“广而告之”，却掩饰了其传播目的——诱导消费。在英文中，“advertising”来源于拉丁文“adverto”和“advertere”，包含了吸引某人注意某物的使动性意义。从构词结构来看，“adverto”和“advertere”的前缀“ad”具有“to”的使动色彩与祈使意义，而词根“vertere”具有“to turn”（改变）的动词改变意义，也就不难理解同把“ad”做前缀的两个英文词“advise”和“advertise”都具有改变人想法的传播动机了。在15世纪末期，第一则广告出现在西方教堂的门后面，采用书写通知的方式告知人们牧师所能提供的服务，其口吻是条件式的“If anyone...then...”。从词源和原初的广告来看，广告的主要含义与功能包含了“集中人们注意力”和“吸引或召唤人们注意力”的意思，总体可以归结为广告的“告知感”，因此被称为是“无罪广告”（Innocent Ads）。^①从基督教文化来理解广告，现代广告、尤其是后现代广告从信息性和告知性的纯净广告，转变一种具有强烈说服性和祈使性的“罪恶广告”（Guilty Ads）。因为当下的广告总是给人描绘一个更好的未来，许下一个购买就能得到救赎、进入天堂的虚假承诺，进而制造一个人人争相购买、激发大众互相攀比的心理，诱导人们暂时忽略购买力或财力透支带来的恶果，在冲动之下改变人们的思想，从而购买广告代理的商品。这一角色与《圣经》中诱劝亚当和夏娃偷吃禁果的蛇的角色极为相似，因此被称为“罪恶广告”。如果不从词语“Advertising”的生成母体与文化语境加以理解，而只是采取汉语文化的经验来片面进行文字层面的对接，就无法进行全面的跨文化理解和沟通，所学的英语都只是基于语词层面的浅层认知。

三、跨文化交际中的认知域与认知差

按照笔者的观点，外语符号在跨文化认知中出现意义认知片面化，致使文化失语现象发生的认知机制，可以视为认知主体忽略了异质性语言符号之间的认知差，即认知主体将两个语言符号系统之间一定程度的相似性视为绝对程度的类同性，导致语言认知与语言表述方面出现意义窄化和意义异化的现象。对此，笔者提出了跨文化交际中“跨文化认知域”（Cross-cultural Cognition Domain）的概念。跨文化交际中的“跨文化认知域”，指的是跨文化交际中的一方文化主体在认知异域文化符号意义的过程中能够突破自我认知局限，接受他者符号意义，从而拓宽认知的领域，增加认知可能性的意义获取与表达空间，也即跨文化意义认知的疆域问题。笔者提出的“跨文化认知域”，是受到赵毅衡提出的认知差（Cognition Gap）的启发。

在赵毅衡看来，“主体意识感觉到自身处于相对的认知低位或认知高位”的认知的落差是“意义运动的先决条件”。^②在解释意义流动的驱动力时，赵毅衡把认知差划分为三种形式：意识面对事物的认知差、意识面对文化的认知差和意识面对他人的认知差。^③此外，赵毅衡还基于认知差，

^①Malcolm Barnard, “Advertising: The Rhetorical Imperative”, Chris Jenks ed., *Visual Culture*, London: Routledge, 1995, pp.27~28.

^②赵毅衡：《哲学符号学》，成都：四川大学出版社，2017年，第189页。

^③赵毅衡：《认知差：意义活动的基本动力》，《文学评论》2017年第1期。

进一步揭示了符号意义在认知主体间流转而又超越认知主体的流动秘密：

意义主体是个不完整的意义构筑，但是在自我感觉中要有一个需要“完整性”的意义构筑，才能感觉到认知差的缺憾。一切推动意义流动的认知差，都是从这种意识主体的完整与不完整的矛盾出发：追求完整才有获得意义的要求，承认不完整才有接受意义的愿望。因此，意识必须走出意识主体才能理解自己，才能客观地衡量作为意义流动的源头的认知差假定。^①

笔者认为，认清认知差是解决外语符号“异域失语”的基本点。成功的跨文化交际必然会基于认知差而大大拓展文化交流双方的“跨文化认知域”。比如说在英语世界，越来越多的学者开始接受侠文化汉语词“Jianghu”，不再从英语词汇逻辑出发，把“Jianghu”理解为不可理喻的“江”和“湖”（Rivers and Lakes），而是将其理解为中国人特有的地域人文空间与伦理文化空间，从而扩大了英语读者对汉语侠文化词汇的认知域，增进了西方人对中国侠文化的理解。波士顿大学刘奕德副教授对“江湖”概念的拓展性阐释，就非常有助于英语世界更进一步了解中国的武侠文化与武侠话语：“‘江湖’这一武侠小说话语定义了一个与国家主权相分离的公众空间，一个在中国哲学中与天下概念相对应的、具有民间意味的空间领域。”^②相反，无意地忽略或有意地遮蔽认知差，则会导致交流双方或其中一方的“跨文化认知域”被人为缩小或蚕食。比如大多数中国人对英文词“Advertising”和“Sin”的理解。跨文化交流中的“文化失语症”会导致跨文化认知域被人为地缩小，片面屈从于异文化的意义理解，使得本国文化无法发声。这种现象亦类似于迷失在他者的“解释漩涡”，“在一个对象的理解或解释上，有两个相关点出现认知差”，而本该两个理解或两个解释同时有效，却因为一方主动或被动地屈从于他者的话语霸权而完全压制或部分遮蔽了自我的话语言说，从而导致语言思维覆盖的认知差被武断抹除、认知域被损伤性缩小。^③任文教授在《文化外译——哲学符号学“认知差”概念的启示》一文中，对认知差概念在跨文化交流中发挥的作用和产生的意义阐释得十分到位：

言者的表达性认知差与受者的接受性认知差必须相互配合才能形成传播，从而产生意义的持续流动。文化翻译过程中必须促成不同思想观念的协商与融通，才能真正实现文化间互动与对话，从而推动跨文化交流的可持续发展。^④

四、余论：外语学科科研国际化的战略性反思

最后，笔者力图把对外语符号跨文化认知的理论探讨，上升到反思外语学科科研国际化的战略层面。笔者认为，诊治外语学科学术上“文化失语”的良药基础，是认清跨文化认知差，扩大跨文化认知域。认清跨文化认知差、扩大跨文化认知域的基础，在于清醒的自我认知。而清醒的自我认知的基础，在于增强外语学科的跨文化双语意识。这种跨文化双语意识不仅需要扎实的英汉双语基础，更要有贯通性的跨文化“文化自觉意识”和“文化创新意识”。在国家高度重视中华文化国际传播的新时代，外语学科本应因其语言专业优势而充分发挥跨文化交际的先锋作用，以当仁不让的责任感肩负起光荣的使命。可是理应肩负中国文化国际传播和吸收世界先进文化双重使命的外语学科，却陷入了十分尴尬的学术境遇：理工科学者一年能够发表几十篇SCI英文论文，经济管理或其他注重实证量化的社会科学学者一年能够发表数篇SSCI或A&HCI英文论文，而外国语言文学专业出身的学者却很难跻身于国际学者行列，用外文直接撰写学术论文在国际刊物上发表。

暂且不论外语学科不同于其他学科的研究范式，以及对外国语言文学化表述的高标准要求，客观来说，不少外语人的确存在汉语书写表达能力偏弱、文化百科知识基础匮乏的问题，尤其存

①赵毅衡：《认知差：意义活动的基本动力》，《文学评论》2017年第1期。

②Petrus Liu, *Stateless Subjects: Chinese Martial Arts Literature and Postcolonial History*, New York: Cornell University, 2011, p.6.

③赵毅衡：《认知差：解释的方向性》，《南京社会科学》2015年第5期。

④任文：《文化外译——哲学符号学“认知差”概念的启示》，《中国社会科学报》2017年7月21日。

在古文认知阅读和感悟领会能力低下、国学基础薄弱的短板。正如王宁所指出的，大部分外语专业的教师“也就仅仅满足于教授一些语言基础课和翻译实践课，并没有像文史哲的同行教师那样直接进入学术研究的层次”，因此不能“用自己所掌握的外语技能在国际社会讲好中国的故事”，较好地成为推动中华文明世界传播的主体承担者。^① 笔者认为，外语学科若要实现科研国际化，应当指向人文社会科学乃至自然科学的宏大学科叙述。外语学科的学术功用，好比开启科研宝库的钥匙。外语学科的重点学术研究目标，应当指向如何运用多把钥匙开启多个科研宝库，而不是单纯地去研究用以开门的钥匙本身。因此，增强母语和外语对比互鉴研究的兴趣，提高对多语种的深度理解和精准驾驭能力，与此同时有意识增强自身的人文内涵与文化底蕴，充实本学科、人文社会科学以及自然科学的知识储备，是外语学科服务国家的国际战略、立足于世界文化的基点来推动人类命运共同体建构的必由之路。总之，在全球化数字时代的新传媒语境中，实现中国文化真正的国际传播与世界优秀文化切实为中国所用，外语人需要知己知彼，需要认清差异、尊重多元，积极开展具有双向交互视野的跨文化阐释与跨文化对话，从而在民族性与世界性的交融共生过程中推动文化传承与文化创新。全球化时代中国外语学科的话语创新要参与世界话语体系的理论建构，必须从本体层面自主增强包涵“文化自觉意识”和“文化创新意识”的跨文化双语意识，进而基于文化异质性与文化多元性来扩大跨文化认知域，建构独立的文化话语言说体系。

A Cognitive Study of Foreign Languages as Iconic Symbols in the Age of Visual Culture

LI Quan

Abstract: In the visual turn of contemporary culture, the cognition towards foreign languages has shifted from a pure linguistic process, which has mainly relied on traditional print culture, to a more complicated iconic process, which has flourished in multimedia cultural context. As foreign languages are changing from pure linguistic signs to iconic signs, their communicative and cognitive process is one in which they have been re-symbolized and reconstructed in a larger multimedia semantic field. In the context of cross-culture and cross-media, it is necessary to understand the mechanism by which partial understanding and cognition gap are formed in symbolic transmission from the perspective of ontological cognition so as to fulfill the complete generation and accurate transmission of the meaning of foreign language iconic symbols. In the unavoidable trend of globalization, to participate in the theoretical construction of the world discourse system, discourse innovation in foreign languages as a discipline in China requires ontologically strengthening cross-cultural bilingual consciousness consisting of “cultural consciousness” and “cultural innovation consciousness”. Only by doing that can we expand cross-cultural cognition domain on the basis of cultural heterogeneity and pluralism and establish an independent cultural discourse speech system.

Keywords: visual culture, foreign language signs, iconic symbols, cognition domain, cognition gap

(责任编辑 廖国强)

^①王宁：《再谈中国文化走出去：外语学科的作用》，《中国外语》2019年第2期。