

跨媒体叙事对符号叙述学理论的挑战

程丽蓉

摘要：新媒体时代的跨媒体叙事综合运用多种媒介平台和传媒策略，由生产者与消费者互动参与，形成延展性和衍义性很强的超级符号叙述文本，吸纳庞大的解码者群体参与再编码和解码，在个性化的符号消费中，实现符号消费价值的最大化，通过符号化传播寻求与现实物质世界的资源、资本与价值的转化。跨媒体叙事突破了经典叙事学、后经典叙事学以及广义叙述学的既有研究，向符号叙述学提出了若干理论挑战，包括符号（指令符号）的定义、符号与物的关系、编码者与编码意义的确定性问题、叙述类型划分与融合问题、叙述主体问题以及真实与虚构的区隔与跨界问题、消费个性化与社会差异问题，等等。跨媒体叙事启迪我们以跨界融合思维去思索新媒体时代的符号叙述学。

关键词：跨媒体叙事 符号叙述学 跨界融合思维

新媒体时代的跨媒体叙事有着与传统文史叙事迥然不同的哲学理念和特征，其文本内容处理技巧、媒体技术手段以及传播策略也与传统叙事大异其趣。从符号学角度观察，跨媒体叙事最为充分地利用了符号化传播手段，提取元故事中的核心要素加以符号化，以这些不同符号特征，暗示不同的故事场景和情节发展方向以及延展路径，扩展故事枝节和人物及人物关系，并充分根据这些符号化要素特征来选择媒体传播手段和平台，充分利用新媒体的互动传播优势，在元故事符号的基础上不断进行符号孳生和创造，实现符号消费价值的最大化及其与现实物质世界的资源、资本和价值的转化。

好莱坞系列大片、迪士尼动画与迪士尼乐园、日本漫画以及许多大型网游的成功开发与营销已经为跨媒体叙事的理论研究提供了大量实例。在影视娱乐、动漫等领域以外，跨媒体叙事可以并正在更为广泛地应用于文艺创作与传播、民族文化遗产、新闻传媒、文

化创意、品牌营销与传播、教育、心理健康、公共社区建设乃至政治运动等诸多领域。在理论探索上，跨媒体叙事也向建基于前新媒体时代的一些重要的符号叙述学理论提出了挑战，启发我们从新的视域和维度来思考符号与叙事问题。本文主要论及其中四个方面的理论挑战，即对“符号”定义的挑战，对叙事理论的挑战（延展），对霍尔的“编码—解码”理论的挑战，以及对符号消费理论的挑战。

一、“符号”表达意义及物的缺席？

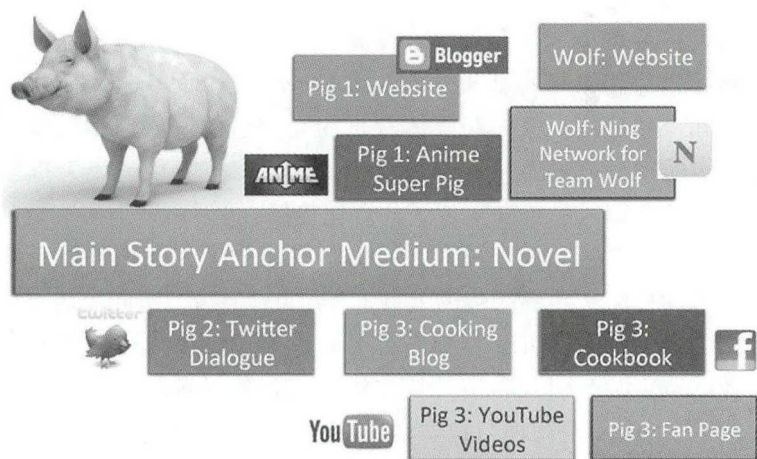
跨媒体叙事与诸多其他概念既紧密相关又相互区别，这些概念包括多媒体叙事（multimedia storytelling）、交叉媒体叙事（cross-media storytelling）、混合媒体叙事（hybrid media storytelling）、数码叙事（digital storytelling）、多模式叙事（multimodality storytelling），以及中国文艺研究界提出的“跨媒介叙事”，等等。

相较于多媒体叙事和混合媒体叙事强调多样化地运用声光影音等技术手段，跨媒体叙事更注重对网络和各种社交媒体的运用、线上与线下的互动，它将媒体作为系统的运作机制和团队协作机制，注重各种媒体平台和传媒产品以及相关经济、社会、文化资源和资本的综合运用。交叉媒体叙事用不同的媒体手段和平台来讲述同一个故事，“改编”（adaption）是其处理内容的主要方式，其重点在讲述者，无需也无意让受众过多参与；跨媒体叙事则是在不同的媒体平台上叙述整个故事中的一部分，充分利用不同媒体平台和传媒产品的优势互补来达到最佳的叙事效果，实现经济效益和社会效益最大化。数码叙事是依托于计算机硬件和软件系统的技术开发，以数码为媒介的叙事方式和策略，而跨媒体叙事的应用则广得多，所有故事叙述都是其实践形式，涉及文化创意、娱乐、市场营销、品牌传播等领域，实现虚拟现实与物质现实的互动转化。跨媒体叙事与多模式叙事都综合运用文本、语言、语音、空间和视觉等多种资源（或曰模式）和媒介来建构信息，并吸引受众参与，但多模式叙事是集合多种模式（媒介）来创作一个单一的文化产品（如艺术品），以产生特殊的修辞和审美效果，而跨媒体叙事则旨在创造系列文化产品、物质商品，乃至制度形式。中国学界近年来提出的跨媒介叙事“是指一个叙事行为在不只一种媒介中进行，一个叙事作品由一种媒介转换为另一种

媒介，从而以不止一种形态出现在受众面前这样的情况”^①，从实际研究成果看，跨媒介叙事仅限于在传播介质的意义上“跨媒介”。这种传统的跨媒介叙事指封闭的文本利用不同媒介载体进行传播，而新媒体时代跨媒体叙事的文本则是开放的，具有无限衍义的可能性，更多利用新媒体手段和移动互联网技术，采取多种传播手段打破现实世界与虚拟世界的界限，不仅有技术和工具意义上的媒介融合，更多的是人力、物力、财力、制度、机制等聚合而成的媒体融合，带动的是资本、文化、消费习惯，乃至观念、思维上的巨大变化。^②

分析比较这些不同概念及其所指，我们会发现，从符号学角度来看，它们之间最实质性的区别正在于，与其他概念相比，“跨媒体叙事”突出强调的是通过符号化传播寻求与现实物质世界的资源、资本与价值的转化，元叙事文本符号孳生出更多符号及其再编码和解码的复杂变化，最终巨量的编码者与解码者的个性化符号消费造就虚拟世界与现实世界的成功对接，从而迭代性地生产出新的物质现实，推动社会消费和生产力的发展。

美国传媒心理学学者帕米拉·劳特里奇（Pamela Rutledge）在自己创办的跨媒体叙事网站上，呈现了以《三只小猪》为元故事来建构跨媒体叙事的模型^③：



这个模型以元故事中的四个角色为核心来展开的跨媒体叙事，每个角色

① 龙迪勇：《叙事学研究的跨媒介趋势——“跨媒介叙事”学术研讨会综述》，《江西社会科学》，2008年第8期。

② 详见笔者另一论文《跨媒体叙事：新媒体时代的叙事》，待发表。

③ <http://athinklab.com/transmedia-storytelling/case-study-example-the-three-little-pigs>

分别采用网站、博客、推特和 Facebook 等社交媒体, YouTube 视频、动漫、互动游戏、在线地图等新媒体手段、途径和平台, 展开自己及其家族或团队的故事, 吸引受众参与创造、分享, 再沿着各个角色人物在元故事中的特征及其发展方向, 结合不同传媒手段和平台的特点, 延展故事和产品设计。

围绕元故事和四个核心符号, 帕米拉建构了三重扩展, 每一重都在前一重的基础上延伸出新的符号, 如: 家族历史——续集; 团队与才能——策略制定与地图设计; 有机食谱与食物——地方新闻与民间流言; 超级小猪; 家居设计与建材探索; 等等。更重要的是, 这些符号都可以适当地转换为可消费的传媒产品, 而每一重扩展都在前一重传媒产品的基础上更生出新的传媒产品, 将线上与线下、虚拟现实与物质现实融合为一。如作为实体出版的有机食谱及光碟、家庭冲突解决方案咨询热线、旅行地图设计、《三只小猪》续集、“愤怒的小猪”动漫等, 由此而延伸, 建构出新的符号——新增或关联其他角色, 新建构故事场景和故事情节等, 这些新的符号又产生新的可供消费的产品, 枝枝蔓蔓, 绵延不绝……在这里, 符号衍义和再生的过程也是受众(解码者也是消费者)不断被创造出来的过程, 这些被创造的受众(解码者)又不断地参与编码进程, 成为编码者, 进行新的符号衍义与再生……编码(者)与解码(者)、叙述(者)与受述(者)之间的变化渐趋复杂。

值得注意的是,《三只小猪》虽然是童话,但其读者却并不限于儿童,各个年龄段的人都有可能成为其读者(受众)——有的是儿童自己读,有的是作为家长陪同儿童读,有的是儿时曾经读过……受众面非常广。这个童话故事为人所熟知,这是其被选作跨媒体叙事的元故事的重要原因。跨媒体叙事使得这个古老的童话符号得以在符号孳生的同时,培养创造出大批新的受众群体,并沿着各个符号的指向实现了分众化传播:“第一只小猪”指向家族历史叙事,探讨家庭问题和人际关系,吸引具有历史探究意识和好奇心以及对伦理道德问题和社区文化感兴趣的人群;“第二只小猪”指向家居设计与建材研发,吸引的是设计爱好者和材料爱好者;“第三只小猪”指向有机食品制作,将有趣的藏宝游戏引入食谱开发之中,美食爱好者和食品研发者可以参与其中;“狼”指向的是物理与数学计算、地图绘制、旅行攻略和战略战术团队研究以及由此而来的故事重构,凝聚起理工男和战争迷团队。按照麦克卢汉的说法,这种传播模式使得消费者重新部落化,也如波德里亚所说,“通过一种同谋关系、一种与信息但更主要是与媒介自身及其编码规则相适应的内在、即时的勾结关系,透过每一个消费者而瞄准了所有其他消费者,又透过

所有其他消费者瞄准了每一个其他消费者”^①。这个童话的跨媒体叙事从新媒体的符号虚拟空间出发，向影视动漫、电游与手游、艺术设计、教育、历史文化、社区文化、食品、旅游乃至会展等众多领域转化，消费系统与生产系统就这样关联起来，成为文化产业发展的—台发动机。

以往我们认为，“符号是被认为携带意义的感知。意义必须用符号才能表达，符号的用途是表达意义”“可感知的符号不是物，而是物的缺失”^②。格尔兹援引马克思·韦伯的话，说“人是悬挂在由他们自己编织的意义之网上的动物”^③，符号赋予人类以有别于其他动物的本质性特征。然而，从前述模型分析我们可以发现，跨媒体叙事使得符号不仅仅用于表达意义，还用于符号繁衍与重生。不仅仅是物质对象缺席才产生符号需求，繁衍与重生出的符号经过复杂的编码与解码以及解码者与编码者的互动转换，还会产生规模化的符号消费，在资本和消费需求驱动下，在现实物质世界去创造对应的物质对象。

这实际上为“符号”的定义提供了另一种思路：无论是艾柯还是皮尔斯，以及赵毅衡先生，他们在各自的理论上总结出的“符号”定义，总体上是将符号作为一个既定的存在来分析的，认为符号具有使用性和表意性。但事实上，符号不仅仅可能是一个既定的存在（意义的感知本身），还可能是一个（套）指令性的存在（即创造新的意义感知的指令性规则），它可以创造出新的符号或符号系列和系统。我们可以姑且把这种符号称为“指令符号”。赵先生显然对此有所警觉，因而他特别说明所讨论的“符号”不包括生物科技和人工智能领域。^④但是，正是这两个领域的符号应用可以反过来触发我们更多地去思考符号本身的能动性和主体性问题。正如计算机编程语言一样，输入指令符号后，复杂的运算由计算机后台完成，使用者并不知道也无需知道计算机是如何运算的，只需要借助相关软硬件媒介，指令符号就会创造出新的符号系列或系统，给使用者提供进行下一步操作的指令，并将指令落实到现实物质生活中。这种指令符号类似于游戏的规则，看似非常有限，却能指挥和规约游戏中所有的符号，并创造出新的符号。无论是古老的棋类游戏，还是当下的大型网游、手游，玩家只需按照规则行事，就能成为该游戏世界的社会成员，而游戏过程的千变万化却是玩家无法控制的，游戏所涉及的符号

① 让·波德里亚：《消费社会》，刘成富、全志刚译，南京大学出版社，2001年，第134页。

② 赵毅衡：《符号学：原理与推演》，南京大学出版社，2015年，第3页。

③ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books Inc., 1973, p. 13.

④ 赵毅衡：《符号学：原理与推演》，南京大学出版社，2015年，第65页。

越多, 游戏参与的玩家越多, 游戏过程就越复杂, 游戏玩家也就越是无法也无需把控符号的变化和新符号的创造过程, 进而游戏结果就越开放、无限, 游戏就越能吸引千万玩家的加入, 成为规模化的社会活动, 进而在现实世界衍生出物质产品, 产生巨大的社会效益和经济效益。对此, *Mine Crafts* 的玩家都不会陌生。这种具有超强能动性 and 主体性的指令符号显然有别于其他一般符号, 也有别于符号的无限衍义。跨媒体叙事也是如此, 它充分利用指令符号的能动性和主体性特征, 以元故事的符号为基础, 结合各种媒介平台和媒体团队运作策略, 凝合而为一套指令符号, 吸引大量解码者参与解码与再编码, 并最终将符号与物重新结合起来, 从虚拟世界进入现实世界, 形成若干的消费产品、消费群体和文化社区。

获得著名的加拿大新媒体奖的跨媒体叙事项目“Welcome to Pine Point”^① 就是一个的成功范例。它以制作者迈克·西蒙斯 (Michael Simons) 童年记忆中的矿区小镇来建构叙事, 充满怀旧气息的童年记忆断片中的典型事物被提炼成一系列指令性符号, 将过去若干年小镇的经济、文化、生活故事、电影动画、小镇商店、教育故事以及野外历险等, 以博客、影片、照片、海报、动画、互动游戏、虚拟社区、民族志采访等方式, 共时性地展示出来, 营造出浓郁的怀旧气息和文化氛围, 激发起受众的强烈共鸣和积极参与。受众沉浸于分享与重建 Pine Point 这个小镇的记忆之中, 在历史与现实的结合中实现符号的发展与衍生, 进而在现实世界中建构起了一个真实的温馨社区, 实现了真正的小镇社区的经济、文化、教育等多种功能。这个项目始于 2011 年, 由加拿大的桑顿斯电影节组织的“新前沿故事实验室”团队支持, 在当年短短三个月内, 项目网站点击量就超过了 15 万次, 这在加拿大乃至北美地区都是惊人的。

二、从虚构(拟)到现实的叙事?

早在 1966 年, 吉布森就曾质疑“叙事学被一种倒退的幻想所主导, 它幻想统一的整体性, 有固定参照点的固定叙事空间, 等级制的思维和普遍把词语凌驾于视像之上的倾向”^②。他的质疑并非多余, 事实上, 几十年后, 这种幻想仍然存在, 如道格拉斯就认为, “超媒体虚构和数码叙事将在未来岁月中成型和发展”, 但“不会发生变化的是我们永远参与的事情: 因果链, 我们从

① <http://pinepoint.nfb.ca/#/pinepoint>

② A. Gibson, *Towards a Postmodern Theory of Narrative*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1966, p. 21.

衣着、习惯和顽固的性格特征的研究中积累的关于性格和动机的概括，微观和宏观情节的交织，以及作为所有这些的基础的词语、词语、词语”^①。这表明，经典叙事学文本封闭式研究以及后经典叙事学融合马克思主义、女性主义、后殖民主义等理论进行的文本研究范式深刻地影响着研究者的文学叙述学思维方式。赵毅衡先生打破了这种思维局限，从符号学视角考查叙述学，提出了新研究范式“广义叙述学”，大大扩展了叙述学的研究视域，将“演示类叙述”“心像叙述”和“意动类叙述”都纳入其中，突破文学领域，向法律、教育、历史、影视、传媒网络、广告等领域扩展，跨越了媒介障碍，试图在全域性的叙事文本（所有的存在叙事文本）基础上建构一般意义上的叙述理论研究框架。

然而，跨媒体叙事这种新媒体时代的叙事进一步对包括广义叙述学在内的既有叙事研究范式提出了挑战。

首先，无论经典叙事学、后经典叙事学还是广义叙述学，对叙述文本的定义的底线都可以《广义叙述学》中的概括来标示，即“一个叙述文本包含由特定主体进行的两个叙述化过程：1. 某个主体把有人物参与的事件组织进一个符号文本中；2. 此文本可以被接收者理解为具有时间和意义向度”^②。在经典叙事学那里，这个符号文本是封闭的文学文本；在后经典叙事学那里，这个符号文本是相对开放的文学文本，经由这个文本可以抵达经济的、政治的、社会历史的和伦理的批评；在广义叙述学中，这个符号文本则可以包括文学在内的所有符号化的文本，被纵横两条轴线规定在一定类型之中，“一条轴线再现本体地位类型，即纪实型诸体裁/虚构型诸体裁；另一个轴线是媒介—时间方式”“如此一纵一横，所有的叙述体裁都落在这两条轴线的交接处：每一种叙述，都属于某种再现类型，也属于某种时向—媒介类型”^③。然而，跨媒体叙事文本却并不拘囿于这种类型划分，相反，它恰恰是利用各种叙述文本类型之长，将之融合为一个超级叙事文本，各个低一级文本相互交织，构成高一级文本，就如格式塔，高一级文本绝非低一级文本简单相加，而可能在各个叙述要素方面都产生出单个文本所不能具备的效益和特征。譬如2008年《蝙蝠侠：黑暗骑士》的“why so serious?”造势活动。这个活动以一个名为“why so serious”的网站（一个符号文本）为中心，衍生出一系列活动（符号文本）：线上，有电影角色“双面人”哈维·丹特的竞选活动，

① J. Y. Douglas, *The End of Books—or Books Without End? Reading Interactive Narrative*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2000, p. 171.

② 赵毅衡：《广义叙述学》，四川大学出版社，2013年，第7页。

③ 赵毅衡：《广义叙述学》，四川大学出版社，2013年，第3页。

小丑的团员招募活动；线下，有支持哈维的游行，或者小丑追随者依据指令举办的各种活动和竞赛；此外，还创建了将近30个网站，包括电影中虚拟城市哥谭市的监察局、警察局、大学、电视台的官方网站，其中哥谭市电视台还围绕着蝙蝠侠、哈维·丹特制作了一系列访谈节目——整个活动在全球75个国家吸引了超过1000万的参与者。

其次，在跨媒体叙事中，叙述主体并不像其他单个的符号文本的叙述主体那样只是“把有人物参与的事件组织进一个符号文本中”，而更多的是建构或改造一个元故事符号文本，以此为核心，利用各种传媒平台和传播策略，召唤和吸引最大量的消费者参与创造新的符号文本（消费者即转化为叙述主体），甚而进一步将符号文本转化为现实物质文本（产品或商品）。这个元故事符号文本就仿佛是一套指令符号，而其叙述主体就如指令官，其目的不在于直接表达意义，而在于由此延展出各种媒介手段、平台、策略和领域，创造更多的符号，吸引更多的解码者参与叙述而成为叙述主体（消费主体）。

再次，跨媒体叙事彻底改变了叙述（事）学关于“真实”问题的思考格局。在经典叙事学和后经典叙事学中，“艺术真实”与“现实真实”的分界线是明晰的，文本内外之界即“艺术真实”与“现实真实”、“虚构”与“真实”的分野。在广义叙述学中，纪实型与虚构型叙述文本可以以“双区隔”原则来区分虚构（拟）与真实，即使是虚构文本，“在同一区隔中，再现并不表现为再现，虚构也并不表现为虚构，而是显现为事实，这是区隔的基本目的”，在任何框架区隔之中，“虚构只是对虚构外的世界是虚构”，而对于虚构框架内的世界则具有足够的真实性。^①这就可以解释为什么读者在阅读文学作品的时候会沉浸其中，并相信那个虚构的世界。当然，没有人会在《红楼梦》的虚构世界之外去寻找贾宝玉、林黛玉，因为若跳出文本体裁所设定框架区隔，故事中的人物不会与现实形成对应。

然而，问题来了，要是有人就是偏偏要到现实世界里去寻找林黛玉与贾宝玉，而且这些人还数量巨大，自成了一个社区乃至社会呢？也就是说，以往的叙事（述）学都有一个理论假设，那就是：虚构（拟）与真实之间存在着不可（准）逾越的“区隔”，没有叙述主体会试图跨越这个“区隔”，除非他得了精神病，分不清虚构与真实。但是，跨媒体叙事却恰恰颠覆了这种理论假设，其要旨正在于跨越各种界限（不同媒介、主体与客体、不同产业领域、线上与线下的界线），以达成虚构（拟）与真实之间的跨界融通，将虚构

^① 赵毅衡：《广义叙述学》，四川大学出版社，2013年，第83页。在这里，“区隔”的意义在于区分实在世界与虚构世界，后文布尔迪厄所谓的“区隔”则主要在表明因审美趣味和文化消费模式而形成的社会差异和阶级、阶层区分，二者不同。

(拟)世界中的符号文本和符号产品转化成为物质世界中的各种消费产品、消费行为乃至制度体系,将虚构的符号化的故事转化到受众的行为活动之中,从而形成虚拟世界对现实物质世界的干预和参与。以往我们认为,游戏、动漫不过是虚拟世界,而今,游戏动漫产业已发展成为文化产业的支柱,年产值超万亿,拥有动辄上百万、上千万的“粉丝”,这时我们还能说它只是虚构(拟)吗?对于Pokemon玩家而言,这个神奇宝贝就像是自己心爱的宠物,十余年实实在在生存于自己的生活之中,融入了自己的成长记忆,而且全球的玩家们彼此呼唤、寻找,共同参与线上或线下的社区活动,根本无所谓真实与虚拟之分。可见,跨媒体叙事通过符号的持续性创造和叙述主体(消费者)的持续、大量卷入,最终实现了虚拟与现实的破界。在新媒体时代,“三人成虎”不再是传说,而是现实。欧美国家越来越多地利用跨媒体叙事进行品牌营销、教育、社区文化建设,甚至建构政治团体,就是明证。

博尔赫斯的小说《小径分岔的花园》表明,人们无时不栖居在具有各种故事潜能的无限之中,其中任何一个故事都可能与别人栖居的无限相切。传统叙事将叙述主体的注意力集中在由悬念和惊喜组成的线性链条上,而在跨媒体叙事中,无数卷入其中的叙述主体带进巨大的故事潜能,他们的注意力已经转向了逐渐汇聚的不确定性带来的战栗(frisson)。埃斯本·阿塞斯曾指出,“超文本”是事先固定读者选择的文本,而“赛博文本”则是“用户可以贡献话语因素的一部作品,以至于‘话语本身’的‘主题’事先是不为人知的或服从于变化的”^①。跨媒体叙事作为一个符号化传播的叙事系统,就是精心选择或创造符号以吸纳最大量的叙述主体和故事潜能,实现符号繁衍增生,并进而重新构造物质现实的一场互动游戏。跨媒体叙事是个开放的、延伸的、无限衍义的系统,不确定性是其最大的叙述魅力,它不再仅仅是一套传播方式和传播策略,而是完全超越了传统叙事及其研究的封闭画界思维的全媒体融合时代跨界思维的典型体现。

三、解构“编码”?

斯图亚特·霍尔的“编码—解码”理论曾经修正了“刺激—反应”理论和“使用—满足”理论,解放了解码受众的主体性,开启了受众主体研究的新范式。与接受美学和读者反应批评类似,他借助索绪尔的符号学理论,指出了

^① 詹姆斯·费伦、皮特·J·罗宾诺维兹:《当代叙事理论指南》,申丹等译,北京大学出版社,2007年,第617页。

由符号的能指与所指关系的随意性造成的解码的多义性，高度肯定了受众解读符号的主动性和创造性，彻底改变了受众是被动的“沙发上的土豆”的观念。但是，这一理论并没有撼动编码者的确定性和编码意义指向的确定性。虽然霍尔也指出，编码的信息一经传递，编码者就失去了控制权，但他的理论却预设了编码者的确定性及其在编码时赋予的符号意义的确定性，而且预设整个传播过程都在虚拟符号世界循环。

新媒体时代的跨媒体叙事却极大地挑战了这一理论：在跨媒体叙事中，编码并非仅仅是传播者把自己想要传递的信息或意义转换成符号这个单向过程，而是不确定的、富于变化和延展性的立体化过程；编码者从一开始就不确定其所要传递的信息或意义是什么，他只是提供具有元意义的核心故事和核心符号，意义或被悬置，或被模糊化，从而最大限度地利用各种媒介技术手段和传媒平台的优势，调动受众一起参与整个编码过程。编码的过程就是解码的过程，也是符号衍义和孽变再生的过程。在此过程中，解码也变成符号消费、符号再生产和再编码的过程。更为重要的是，伴随解码与编码的互动创造，虚拟符号转化对应为物质对象，从而打破了虚拟符号世界的循环圈，实现了符号与物质对象的重新对接，将符号世界缺席的“物”转化为现实存在之“物”，虚拟世界由此在物质世界得以“物化”。

回到前述《三只小猪》的跨媒体叙事模型，我们可以发现，故事中四个角色的意义并非特定，相反，作为符号，其衍义性很强。比如乔恩·谢斯卡的《三只小猪的真实故事》^①、高铭的《天才在左 疯子 in 右》之《三只小猪前篇：不存在的哥哥》和《三只小猪后篇：多重人格》^②，这些文本解读出的《三只小猪》中角色的符号意义就完全不同。在帕米拉的这个模型中，这四个符号的意义有意被美化和简化，改变了原有的编码方式和规则，打破了人们惯常为狼和三只小猪标上的意义标签——狼贪婪残忍又执着，小猪勤劳又友爱。在跨媒体叙事中，四个角色变成了纯粹的游戏角色，每个角色都有自己的前世今生，都有自己活生生的、丰满的生活细节。特别是狼，网站内容不断披露其内心想法，这跟小说以人物内视角来描写人物心理的叙事具有同样的效果，令受众更多去理解这个角色并进而对其产生同情甚或喜爱的情感。这颠覆了元故事编码的伦理指向，使这个以伦理道德符码进行编码的童话变得更加开放，让受众能更容易也更轻松地参与符号衍义、创造与再编码、解码的过程。

① 乔恩·谢斯卡：《三只小猪的真实故事》，河北教育出版社，2007年。

② 高铭：《天才在左疯子 in 右》，武汉大学出版社，2010年。

大型的跨媒体叙事项目会采用更为复杂的符号和编码，有意将意义复杂的众多符号融合一体，以便最大限度地实现编码的多样化和符号的衍生、创造与物质转化。比如国内比较成功的跨媒体叙事《秦时明月》系列叙事文本，包括3D动漫（含主线故事、番外篇、节庆短片）、游戏（含网页游戏、手机游戏、动画游戏、桌游）、漫画、动漫大电影、小说（含小说原著及其有声书）以及真人版电视剧，由此衍生出娱乐教育栏目和同人手绘、cosplayer主题照片、各大网站主题论坛等由用户生产的内容，以及官方淘宝店、官方商城、官方微店等出售的周边产品。这个异常庞大的超级叙事文本以“荆轲刺秦”为原型进行符号改造和衍生，囊括了战国时期的墨家、纵横家、阴阳家、兵家、儒家等各家主要人物以及秦王、张良等政治人物和一些虚构人物，以虚构人物荆轲的儿子荆天明为核心符号，以武侠、爱情、家国、谋略、日常生活、成长等多套符号文本展开跨媒介的叙事。这些本身就含义复杂的人物符号和主题符号又以极为复杂的方式交织在一起，开拓出极大的意义阐释空间，同时它们又具有良好的大众化基础，非常有利于实现大量解码者（同时也是编码者、叙述主体和消费者）的参与和符号的衍生创造。仅从《秦时明月》的百度贴吧、新浪官方微博、微信和官方网站这四大网络社区看，其粉丝人数就超过百万。由于新媒体的强烈互动性特征，这些粉丝从理论上讲也是这个超级叙事文本的编码者和叙述主体。一个有如此庞大的解码者和编码者群体的叙述文本，显然与传统的符号文本不同，其最显著的特征就是极度的不确定性和多样化。数量庞大的粉丝群形成了消费的规模效应，使得符号的编码、解码更有可能因为其潜在的巨大消费需求及其经济效益而转化为现实的商品，甚至发展成产业链，就像迪士尼公司已经成功实践的那样。可见，在跨媒体叙事中，符号的编码、传递与解码的确定性和指向性及其虚拟循环已经被打破，不再是虚拟世界的符号空转，而是会最终介入现实物质世界。

四、个性化的符号消费

马尔库塞曾经激烈地批判文化工业制造消费者和消费，对人进行“消费控制”，把他们变成“单向度的人”；本雅明批判文化工业时代是“机械复制时代”，不仅复制出艺术和艺术主体，也复制出大量消费这种艺术的大众，使得人们对艺术价值的凝神观照变成了展示价值的消遣；阿尔多诺也批判大众文化生产的标准化、齐一化扼杀了个性，剥夺了个人的自由选择。波德里亚揭示出消费的符号化现实，认为“我们进入了博尔斯坦在其作品《形象》中谈及的伪事件、伪历史、伪文化的世界”，这个世界“不是产自一种变化的、

矛盾的、真实经历的事件、历史、文化、思想，而是产自编码规则要素及媒介技术操作的臆象”，而“规定了大众传媒消费的，正是这种以编码规则取代参照物的普及”^①。他同时也指出，“消费系统并非建立在对需求和享受的迫切要求之上，而是建立在某种符号（物品/符号）和区分的编码之上”^②，工业化生产的垄断性集中取消了人们之间的真实差别，使人们及产品都同质化，但同时又开启了区分鉴别统治，所谓个性化的消费就是对差异的崇拜，而“对差异的崇拜正是建立在差别丧失之基础上的”^③，因此，他认为，“当代垄断性生产决不仅是物质财富的生产，而一直也是关系和差异的（垄断性）生产”^④。很显然，这里的个性化消费（典型如奢侈品）就成为一种身份地位的象征，其作为符号资本并非普通人能拥有和享受。

需要指出的是，以上诸家观点建基于对前新媒体时代机械复制的文化工业发展时期的社会现象的分析。以媒体融合为特征的新媒体时代为人类提供了崭新的文化产业图景，其中最为显著的特征就是个性化的自由选择与符号消费成为新媒体时代的表征，尤其是智能手机和移动互联网的普及，3D打印技术和各种微设计、微服务的广泛运用，更加强了这种趋势，使得过去作为身份地位和资本象征的个性化符号消费逐渐变成人们日常生活的消费需求和消费图景。

跨媒体叙事正是与新媒体时代的这种个性化符号消费互为因果的。譬如，跨媒体叙事中，元故事符号的提取和赋义就是个性化的。《三只小猪》中的每一只小猪、狼、猪妈妈、三种不同的屋子及其所处的环境，以及这些符号之间的相互关系，在不同的解码者（同时也是编码者）那里可以有不同的含义。由这些不同的解码路径进行的符号重构和故事重建也是个性化的，比如从猪妈妈让三只小猪离家的情节中可以提取出母亲、父亲、子女、家、家庭元素，再延伸出“家族—氏族—国家”这条符号路径，解码者可以像恩格斯和众多历史学家那样去建构一套人类社会发展的宏大故事，也可以像更多小说家那样去建构一系列爱情、亲情、乡情故事，还可以建构一套成长故事或英雄传奇史诗。各种故事建构过程对多种媒介平台和传媒手段的采用也是个性化的，解码者/编码者可以利用乃至创造多种平台、手段和形式，借助符号叙事来建构一个个虚拟社区，凝聚同好者进一步进行符号衍义和叙事延展，进而将虚拟社区延伸到真实的物质现实生活之中。在现实物质世界，其衍生品样态更

① 让·波德里亚：《消费社会》，刘成富、全志刚译，南京大学出版社，2001年，第135页。

② 让·波德里亚：《消费社会》，刘成富、全志刚译，南京大学出版社，2001年，第70页。

③ 让·波德里亚：《消费社会》，刘成富、全志刚译，南京大学出版社，2001年，第83页。

④ 让·波德里亚：《消费社会》，刘成富、全志刚译，南京大学出版社，2001年，第83页。

是多元化、个性化，如主题淘宝商店、“二次元”和众多 cosplay 玩家的线下活动。

跨媒体叙事与个性化符号消费就是如此联系紧密的孪生胎。在这种背景下，反观法兰克福学派的理论，我们会深切地感到，传媒的发展、时代的变迁与叙事的再生必将带来强烈的思想冲击。

需要指出的是，符号消费的个性化与民主化并不必然意味着布尔迪厄所谓的“区隔”的消失，相反，这种“区隔”甚至可能更加严重。电视消费时代，受信息源和娱乐形式的局限，消费者借助电视节目开阔视野，而在移动终端消费时代，充满惰性的消费者有可能因其强烈的个性化偏好而始终被包围在人工智能推送的信息和游戏之中，变得日趋狭隘和闭塞，其趣味固化、僵化。所以，在新媒体时代，“数字鸿沟”不是越来越小，而是越来越大，这不仅有经济、文化原因，更受制于符号消费的惯习（habitus）与场域。

从经典叙事学、后经典叙事学到叙事学转向之后的广义叙述学，叙述学在符号世界里逐渐扩大其研究领域，丰富其研究方法。作为符号学的一部分而存在的叙述学，其基本思路是对纷繁复杂的现象世界进行条分缕析的梳理，并试图提炼出一般规律乃至规则。然而，新媒体时代媒介融合背景下的跨媒体叙事对此提出了多方面的挑战。人脑与电脑语言符号的交互影响，媒体融合带来的极强的交互性、互动性，人们对符号消费与物质消费转化过程的参与欲望，以及资本运作的强烈利益驱动等因素，都极大地改变了过去单一媒体、单一类型的符号文本所具有的特征。跨媒体叙事启迪我们更多地运用跨界思维，从融合性和交互性角度去思考符号学和叙述学的相关问题。至于符号是否具有主体创造性和衍生性，叙述主体（编码者）与叙述接受者（解码者）的极其不确定性和多样化以及二者之间的巨量、高速转换究竟会如何影响叙述，符号消费的个性化与社会区隔是否和怎样矛盾地存在，等等，本文对这些具体问题的讨论，实属移步换景的思考尝试，意在诚恳地抛砖引玉。

作者简介：

程丽蓉，博士，浙江工商大学人文与传播学院教授，主要研究领域为现当代小说及叙事理论比较研究、文艺与传媒、性别与传媒。