

短视频跨文化传播的符号叙事研究

肖 珺 张 驰

【摘要】符号在相异文化间流动,他们通过跨越文化元语言集合的符号活动进行彼此间的交换和理解。在移动社交中,短视频更能实现直观、通俗的传播需求,进而能高效地聚合多重符号意义。本文以“英国小哥看中国:解码新时代”系列短视频为例,通过符号叙事研究探讨短视频文本中运用了哪些跨文化符号?短视频跨文化符号叙事的过程是怎样完成的?本文基于对语言符号、非语言符号的叙事分析,揭示了共同解释项的跨文化锚定、跨文化符号的视觉传达、文化间同质性符号建构等过程,我们认为:第一,短视频跨文化传播中的中国文化符号已生成多样化的新符号,语言符号与非语言符号的动态聚合才能构成一个完整意义的全文本,进而得以实现民族凝聚、精神激励、价值整合的跨文化符号传播功能。第二,中国故事的跨文化传播应当特别关注非语言符号的叙事功能,符号互动的核心在于“意义的互动”,短视频的跨文化叙事使多层次、多元的文化能够被转化为灵活动态的符号文本,进而通过发出者和接收者的文化间互构生成可沟通的意义空间。

【关键词】跨文化传播;短视频;符号叙事;解码新时代

【中图分类号】G21 **【文献标识码】**A

意义是人类以符号形式传递和交流的精神内容^①,符号在相异文化间流动,他们通过跨越文化元语言集合的符号活动进行彼此间的交换和理解。国家间意义共通空间的建构也需要完整的符号活动,民族国家为主体的跨文化传播如能依循从“他者”出发、平等对话的路径^②,不将他者文化(文明)的差异看作零和博弈的筹码,转而建构开放性的文化符号,便能够深入挖掘相异文化间意义交流与共通的潜能。

全球化趋势下信息技术迅速更迭,一方面中国媒介的深刻变革对内赋权国家和社会,并使其在互动中相互改造^③;另一方面数字新媒体建构同时也重构着跨文化传播模式及其内在动力^④,在面对外界各种声音时,需要也有可能推动国家利用数字新媒体实现跨文化传播的实践创新,切实打造融通中外的新概念、新范畴和新表述。在媒体融合转型趋势下,文字不再成为单一的符号呈现方式,非语言符号(图像、视

频等)也成为普遍的符号模态,二者结合的系统性意义潜力不断提升。不同模态的符号具有不同特点,其应用媒介场景与形式也有不同侧重。在移动社交中,短视频更能实现直观、通俗的传播需求,进而能高效地聚合多重符号意义。本研究试图拓展的是,在信息技术迅捷深入发展、移动互联网消弭传统时空界限的当下,跨越文化(文明)的意义共通如何生成?怎样的跨文化符号活动才能够使意义在相异文化间“流动”

而非“流变”?

中国日报(China Daily)制作并发布的“英国小哥看中国:解码新时代”(Decoding the new era,下文简称“解码新时代”)系列短视频,在国内外社交平台上广泛传播,国内微博平台每集视频的平均播放量为189万左右,国外社交媒体Facebook上观看总量更达843万。这一作品聚焦中国两会,启用“英国小哥”Greg Fountain(格雷格·方丹,下文简称方丹)作为主持人,作品的特点之一,是其并未仅仅介绍2018年两会的情况,而是从历年来中国的整体变化入手,用系列短视频娓娓讲述中国社会的发展。应该说,这一案例取得了难得的跨文化传播效果,那么,系列视频呈现了哪些跨文化符号?跨文化意义共通空间如何拓宽?这些跨文化符号的叙事逻辑又是什么呢?

一、跨文化传播中的符号叙事

民族国家由于其历史进程和意识形态等方面不同,文化环境必然有所相异。不同民族文化的符号意义,取决于特有的生活习俗、心理定势、思维方式等^①。跨文化传播为相异文化的意义交流提供了一种新的思维路径:可“从他者出发”,对他者文化进行语境式的理解,揭示潜藏的文化之间的冲突,并在文化的勾连中建立动态的互动机制等。在跨文化传播实践中,符号叙事基于共同解释项进行共通意义的把握,进而在

与他文化的符号互动中倾向建构同质性符号,将其呈现在传播过程的文本中,以期他文化者在解释阶段调节刻板的跨文化认知,增进文化间的和乐共鸣。

(一)共同解释项:跨文化符号意义交流的核心

相比于索绪尔(Ferdinand de Saussure)的二元符号系统论,查尔斯·桑德斯·皮尔斯(C. S. Peirce)的三元分解方法强调了符号意义空间演绎和延伸能力,同时也给予符号表意展开延续能力^②,其核心在于“符号对一个人确定地释放出一种效应”^③的解释项。皮尔斯认为,传播双方的解释项关系中“交际解释项(communicational interpretant)或曰共同解释项(cominterpretant)决定的是,发送者与解释者为了使交际得以发生而相互融合而成的心灵……它包含发送者与解释者在最初就充分理解以及必然会充分理解的所有东西,从而使得正在交流的这种符号可以发挥其功能。”^④可以看出,“共同解释项”是要实现发送者和接收者双方心灵与心灵之间符号的成功交际,其建构的不是从发送者到接收者的模式,而是双方相互影响对方心灵的互动模式,传播双方均在符号传播过程中增加对其意义的理解范围或曰信息量,人类的心灵由此得以开放和充盈。

从国家的角度出发,不同国家有着相差较大的文化语境与集体经验,内部共同的语言与心理生长于自我元语言环境或群体之

中。传播过程的发送者若以同样的叙述范式向群体外传播,符号文本中则缺乏“意向解释项”,接收者若以同样的解释范式接收他文化(文本),其中便缺乏“效力解释项”,二者交集空间较小甚至为0,“共同解释项”的相互共通便收效甚微甚至无处作用,呈现出来的符号也只是一块文化间的隔板,符号活动便无法承载意义的流动。基于此,依托符号叙事,拓宽传播双方的“共同解释项”,需要双方共通的解释项力。作为发送者,必然要突破“自我”元语言环境的束缚,考量“他者”的元语言环境而重建符码,适当改变文本形成时的意义植入规则;作为接收者,必然也不能固于旧有的元语言倾向,对文本要采取开放性态度,重建相应的意义解释规则。

(二)跨文化传播中的符号互动与同质性符号建构

符号互动理论(Symbolic Interactionism)认为^⑤,(1)事物的意义由人在社会互动过程中赋予;(2)人在此互动过程中,会根据自身的元语言环境理解;(3)这种理解有可能随着互动过程改变,绝非一成不变。有研究^⑥由此切入,认为跨文化研究需要从隐含的不同模式和符号系统来理解文化,建立良好的社会文化秩序;也有研究^⑦从符号互动论研究中国网络小说跨文化传播的现状的策略。在符号互动的基础上,还有研究提出^⑧,在全球化语境下要采用“同质性”符号进行符号传播,进而能够

克服跨文化交流中产生的理解偏差,促进不同文化之间的认同。

上述研究都意识到跨文化符号的传播是一个互动过程,但需要后续研究关注:一是,既有研究主要聚焦语言符号,而忽视了元媒介时代更重要的非语言符号,特别是,新媒体跨文化传播还在不断拓展和丰富共同解释项的模式;二是,既有研究多注重分析其实践意图隐含的原因,少有回答如何传播才能达到文化符号的“通约”;三是,需要更系统探查符号解释意义的开放性与多元性。

(三)中国文化符号的跨文化认知

符号的意义并非天然决定,其在形成过程中需要被符号化处理,才会使其携带发送者的意图,进而固定为文本意义,最终进入到接收者成为解释意义。接收者在每一次解释都提出一个临时性的元语言集合,因此即使是同一社会文化背景的群体成员,符号文本意义在传播过程中的到达程度也是不一样的。虽然接收者的解释意义使文本表意更具延展性和多元性,然而这一过程中却也可能导致符号意义的流变。传播是要通过意义的传递、交流和理解使人與人联结,即为双向或多向交流的整体,而非被分割的因素^⑧,跨文化传播更加注重符号作为意义载体的建构,意义的把握与锚定直接影响到他者文化对于己文化的理解和认知。

在探索中国文化符号在海外传播现状的实证研究中^⑨发现,对于一些在海外已经有了一定认知基础的

表1 “解码新时代”系列视频概览

编号	名称	发布时间	时长
1	Striking a balance	2018.3.3	5分16秒
2	(episode 1/2/3)	2018.3.4	5分43秒
3	协调发展(共3集)	2018.3.5	6分07秒
4	Getting in shape	2018.3.6	7分01秒
5	(episode 1/2/3)	2018.3.7	6分38秒
6	健康中国(共3集)	2018.3.8	2分58秒
7	The orchid that's transformed a Chinese village 奔向小康	2018.3.9	8分02秒
8	China's new era of sustainable development 绿水青山	2018.3.10	8分33秒
9	How China is becoming an "Innovation Nation" 科技强国	2018.3.11	8分19秒

文化符号(如长城、阴阳图等),要深挖其文化内涵,在对外传播中赋予更多的中国核心价值观内涵;对于海内外意义差异较大的文化符号(如龙等),要赋予其新的含义,树立符号新形象。换言之,因为符号内蕴着特定的时代精神,所以对于符号的理解要放在特定的社会历史情境中考量。

综上,中国要把握与相异文化的“共同解释项”,通过符号互动建构同质性的符号,进而成功地进行跨文化传播,前提有二:其一是民族国家要对自己的文化特质有着充分的了解,精确认知、编码多样符号(语言与非语言符号)来建构“自我”。其二,成功的跨文化传播离不开本土文化中蕴藏的外来模因(包括外来物质和精神符号)的数量和质量^⑩。国家要在实际的数字媒介(跨)文化符号互动中,不断转变历时与共时性视角,丰富自己文化符号内涵,方便他者解读,加深他文化认同。基于此,本文将“解码新时代”为例,分析文本中最大通约性的跨文化符号,并进一步思考,由多种

表意合一的符号构成的符号文本,如何在符号互动中符号化,突破原有的元语言环境(甚至互融不同文化的元语言环境),使得意义在相异文化背景的传播主体之间,得以在最大程度上被接收、共享和理解。

研究问题1:短视频文本中运用了哪些跨文化符号?它们有哪些特征?

研究问题2:短视频跨文化符号叙事的过程是怎样完成的?

二、“解码新时代”系列视频中的符号叙事

(一)案例与研究方法

“解码新时代”是中国日报于2018年3月3日至11日发布的系列短视频。视频由方丹作为主持人,围绕5个主题形成9个短视频(如表1),分别从科学信息技术、人才与产业、生态环保、人民生活等方面,以中国发展中的典型事件为切入点,一方面展示中国发展全貌,同时也在对比中凸显步入新时代后的转变。

系列视频在全国两会召开期间

每日由中国日报官网首发,随后各社交媒体平台相继转发。截至2018年9月,“爱奇艺”“优酷”“哔哩哔哩弹幕视频”等视频平台总播放量突破16万;单个视频的微博平均播放量为189万左右,合计逾1700万次,微博话题“#解码新时代#”阅读总数为579万。国外的网络传播中,YouTube播放总量14.2万;Facebook观看总量843万,转发分享共117,684次,海外用户评论“Thank you for these very interesting programs——感谢你们制作出这样有趣的节目”(Nancy A Bell, Facebook, 2018年3月3日)。基于此,“解码新时代”取得了突破性的传播效果,可作为本文的研究对象。

短视频是新媒体跨文化传播中最常用的一种符号叙事方式。符号叙事研究关注的是任何形式的文本,如电影、小说、戏剧、音乐、绘画、广告等^⑥,此处,文本不再仅指文学作品或文字作品,而是由一定符码组成的结构体,包括任何由解释规则控制的形式,短视频也是其中之一。视频分析与转录方法主要分为宏观与微观两种^⑦,宏观分析转录主要是通过解析文本的基本结构,根据各个次单元间的联系解释完整的文本意义;微观分析转录主要是对文本意义生成过程中的各种符号资源进行详尽的描述,转录需要根据意义相关性进行选择,而非对任一细节都要进行细致转录分析。因此结合特定文本分析层次的需要,可

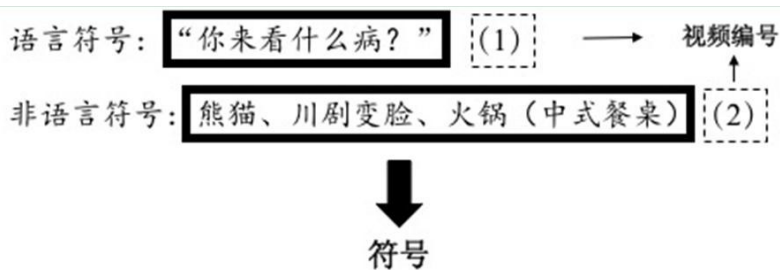


图1 编码示意图(1)



图2 编码示意图(2)

以将视频文本分为六个层面:帧、镜头、场景、阶段、类型步骤与整体作品^⑧,一方面能够层次清晰地将动态视频转录为静止画面利于分析,另一方面也能同时利用视觉语义框架分析把握连续画帧间的关系,避免把注意力仅仅放在单个画面上,而失去了意义的连续性。

由此,本文依据符号文本意义开放性,主要从跨文化的视角对“解码新时代”系列视频内容进行文本分析,并出于结构性编码(如图1)需要,将符号文本分为语言符号与非语言符号分别考查。为避免过于主观地进行符号摘取及分析,编码员还将关注微博、Facebook等国内外社交媒体平台上用户(符号文本接收者)对视频的讨论,以及新浪网、腾讯网等的相关报道(如图2),试图以视频呈现的跨文化符号为核心,关注全文本的内外结构,揭示其

符码及底层的意义系统。

(二)语言符号

跨文化传播中,语言是增进相互理解的重要媒介,语言符号形体与符号对象之间没有肖似性或因果相承的关系,它们的表征方式仅仅建立在社会约定的基础之上^⑨。正确使用语言对相应事物作出较为准确的解码和阐释,更有益于主动把握相关的定义权和解释权。系列视频中,每一个短视频都有独具中国特色的语言符号(如表2)。此外,方丹作为一名英国人,在视频中多次尝试用中文普通话交流,“你来看什么病?”(1);“它(指石斛)是什么?”(7);“它(指麋鹿)有名字吗?”(8);“中国进入新时代”(9)等等。而这些语言符号在被建构的时候就需要考虑到跨文化的因素。

语言符号作为讲述好中国故事的必要媒介,在准确把握最大通约

表2 部分典型语言符号

编号	中文	英文
1	远程医疗、云计算服务、大数据	Remote health-care/cloud computing service/big data
2	经济带、二线城市、户口政策	economic belt/second-tier city/hukou (household registration)
3	对牛弹琴、共同富裕	to cast pearls before swine/ coordinated rich (common prosperity)
4	晒动态、马拉松赛事现象	posting training routes/ marathon phenomenon
5	广场舞	square dancing
6	十九大、八项规定	19 th CPC National Congress /eight-point austerity rules
7	石斛、扶贫	Noble Dendrobium/alleviate poverty
8	江豚、责任制	Finless porpoise/ assign responsibilities
9	中国声谷、讯飞开放平台、创新型国家	China Speech Valley/ iFlytek's open-access platform/ innovation nation

意义——共同解释项的前提下,由一主体文化的具象抽象出来再具体到另一主体文化之中,不同语种间的非直译的灵活互动能够拓宽跨文化之间的共通意义空间,进行有效的跨文化传播实践。

(三)非语言符号

语言符号所需传播双方的元语言交集溯源性成本较高,甚至难以准确把握,或使符号意义缺失、易变。因此非语言符号的符码更易建构,尤其是视频中可视可听的事物、声音以及场景等,其直观性、生动性使其承载的文化理念更易于被受众所领悟、所接受,跨文化传播效果显然会更加明显直接。

1. 核心人物作为非语言符号。作为视频中的核心人物,方丹既是疑问者同时也是讲述者,既是旁观者也是参与者,其本身就成为一个特色的跨文化符号。身为一名“英国小哥”,他曾主持过《好运中国》系列节目,并且在2017年参与制作了《英国小哥侃“两会”》的短片,如今还“坚持在网络上自学汉语”(个人

图书馆,smiller2016,2017年8月13日)。对于跨文化视频的制作,他认为“接受程度很关键,即自身感受,接受中国文化的程度,是其能否真实呈现中国的关键”。方丹是视频中动态的跨文化符号,他的第一视角能够将属于中国文化的“新概念”,输出给更多的与他同样的他文化者,在一定程度上提升视频内容的话语演说能力和劝服效果。

2. 中国传统文化与新兴文化作为非语言符号。视频中独具中国特色的文化符号(场景)主要有两类:一类是具有传统标志性的文化符号如熊猫、川剧变脸、火锅(中式餐桌)(2),以及传统的民宿建筑(7)等,另一类主要是新时代的流行文化与新兴文化的符号,包括街舞、表情包(4)、广场舞(5)、饮食消费文化(6)等。这些非语言符号既能够唤起他文化者对于中国文化的记忆,同时还能够通过相通的新时代中国文化符号动摇其产生的负面刻板印象,建构赋予了时代内涵的新符号,更新对于中国新时代的文化认知。

三、符号叙事的跨文化传播

(一)共同解释项的跨文化锚定

各视频的主题内容涉及到科学技术、人才政策、精准扶贫、生态文明以及人民精神文化生活等方方面面,而这些又都与新时代的中国国情紧密相关,所以如若只是用英语简单粗略地将其罗列、直译,不积极探寻共同解释项,语言符号的建构便无法共通文化的意义空间,不能较好地达到跨文化传播与交流的目的。因此,视频中对于自我文化特有的语言符号表征进行进一步阐释,以期突破自我元语言环境,考量他者文化的介入与理解,提高共同解释效力。

例如视频中运用了一个中国的成语“对牛弹琴”(3),中文发音后首先是将这句话翻译成“play a lute to a cow”,然而这是一种直译的方式。虽然将语言翻译成英语,但意义环境仍然囿于中国传统文化本身,身处于他文化背景的人没有接触过这个成语背后的典故,也就不能从直译中理解其语言符号表达出的意味。由此,视频中便接着说这个成语与英语俗语“to cast pearls before swine”(直译为在猪面前铸造珍珠)的意思相近。在这一阶段,部分人已经能够理解中文“对牛弹琴”的大概意思,然而却还未点明共同解释项。为了达到最佳的共通理解程度,最终进一步直叙地阐释为“to present sth. valuable to one who does not recognize its worth”

(将珍贵之物呈给不识货的人)。至此,整句话的跨文化意义建构才算完整。“lute”(琴)与“pearls”(珍珠)、“cow”(牛)与“swine”(猪),在自我文化与他者文化中作为符号的象征意义是一致的,前者代表的是“珍贵的事物”,后者是“不懂其价值的人”,然而两两割裂是不能被相互理解的。从跨文化的角度来看,只有从一文化的具体中抽象出来,把握相应的意义核心——即共同解释项,再落脚到另一文化的具体中去,才能为共通空间的建立打下基础。如果此例中只有直译却没有意译,他文化背景的接收者无法理解其中蕴含的意味;而若直接说出具体意味,又没有中文示范和直译,自我文化象征形态不够具体,相互之间的共通意义空间就无法建构,进而不能够构成一种跨文化的动态过程。

同样地,当提及石斛(7)、江豚(8)等中国特有的事物时,视频中也有较为具体的阐释,这在名词阐释的意义上,便于他文化背景的人调动其元语言集合,在锚定共同解释项的基础上接受与解码。

(二)跨文化符号的视觉传达

相比于单纯的语言文字符号,画面呈现出来的事物、场景作为非语言符号,其本身就能够跨越文化的异质空间而被人们普遍接受。它能够跨越空间的屏障直接面对人们的视线,并且按照类似性原则组成的文化符号将各种各样的意义传达给对方。因此,对于一些独具中国特色、并且无法通过把握某一层次共同解

释项来建构同质性的文化符号,要充分利用视觉传达更直接地传播给他文化接收者,同时辅之以语言符号来做相应文化语境的阐释。

例如在阐释“广场舞”(5)这一文化符号时,视频中呈现了5-6个不同季节、不同城市中老年人跳广场舞的场景,他们围成一圈或站成几排,随着流行歌曲的节奏跳重复性的动作,这一符号随即通过画面的展现鲜活立体起来。同时,对一名专职拍摄广场舞的摄影师进行采访,交代了这一流行文化兴盛的原因,其中“比较重要的是跟他们(老年人)的成长环境是有关系的,他们的成长的时代是在中国处于一个集体化的时代。然后第二个原因其实还是老年人追求身体的健康。在他们这个年纪子女长大了出门,家里没有人,精神上感到孤单。他们需要有一个场合或环境让他们能够在一起交流,而广场舞正好提供了这样一个机会,正好又都是同龄人,更有共同话题。说到底广场舞其实是一种社交。”此外,网络流行文化对老年人也有着较深的影响,“老年人现如今开始接受新鲜的东西”,他们的舞蹈“是模仿网上的老师的教学”,时髦的音乐也“都是从网上去下载下来的”(5)。为了使他文化背景的接收者易于自我解释,此符号背后形成的原因其一是独特性(时代特定性),即中国老一辈集体化时代的文化烙印,他们渴望更多的交流,这是基础;其二为共通性(当下普适性),由于互联网的发展,网络流行文化

的推动,退休老人可以在网络上进行自我学习并且轻易下载到想要的配乐,这显然是便捷技术所带来的共通流行文化趋势所然。然而这一独具中国特色的文化符号,必然要通过视觉上生动的展现,才能够为他文化者所接收、了解。

(三)文化间同质性符号建构

特定文化间同质性符号的建构,不仅需要把握共同解释项的基础上不断进行自我文化与他者文化互动,而且也需要语言符号与非语言符号之间的协调与互补。二者互动彼此为伴随文本,生动立体地呈现某一整体符号,其跨文化意义也更易达到他文化接收者。

系列视频中,方丹以一个背包客的形象出现(1),四处张望,这是一种主动好奇、亲自探索的姿态。在寻访各地期间,他能够主动弯下腰与孩子们牵手玩耍(1),体验科技公司的产品(2),在冰天雪地中在老年人的指导下一起跳广场舞(4),还能够亲自动手学习种植石斛(7)等。此外,方丹作为一名英国人,在视频中多次尝试用中文普通话交流,处于相异文化的他,并没有将两种文化相对立,而是维持着己文化与他文化共同的主体地位,带着自我文化元语言所不能理解的疑惑,着实进入到中国文化之中寻找答案。“方丹”这个本身作为动态的跨文化符号并没有用自己固有的文化边界去框定、旁观,进而有利于产生一种示范引导的作用,让同样他文化接收者跟着这个“老外”一同揭示隐藏的

文化冲突,继而注重探寻二者的共通之处,使个体在文化的相互勾连之中建立一种有效的互动机制,进而了解中国故事,体会中国文化。

除了标出“方丹”,将其作为引导姿态的跨文化符号,视频还通过组织呈现共通的符码化场景,建构同质性符号,以唤醒他者的元语言环境。例如以人类共同的“运动文化”为主题(4),镜头呈现中国多身份人群(白领员工、蓝领工人、学生等)、多生活场景(公园、校园等)、多应用场景(社交媒体跑步记录的上传、分享等)的“跑步现象”。各层次的符码交织聚合,表达的是普通民众日常锻炼的需求和运动意识的提高。进而,由“跑步”过渡到“马拉松”,符号进一步具象化,接收者此时可以将“中国运动文化”具象投射在世界共享的赛事上,知晓中国运动文化的盛行现状,“2017年(全国举办)超过500场马拉松比赛,吸引海内外众多参与者”。紧接着,“马拉松”赛事的发展进一步又抽象为“马拉松赛事现象”(marathon phenomenon),这一现象符号,可被解读为国家GDP稳步提高、国力全面增强的象征(4)。由此,跨文化符号不断聚合和内嵌共建同质性规则,他文化接收者由民众视角到国家层面,感受中国运动文化“共同奔跑”(4)的内含:一方面普通民众有意识通过跑步运动增强体质,另一方面也隐隐揭示了中国不断同国际社会协同向前,奋勇前进的坚定信念。

又及,在讲述四川省今古村的

共同致富之路中,临近结尾的画面是在新农村中出现一个“拔河比赛”(3)的场景,双方队员齐心协力力图将中间决定胜负的红绳往己处拽拉,脸上洋溢着微笑,周围也有许多人在加油鼓劲。伴随这个场景的画外音说到:“中国全国各族人民正在团结奋斗(united in their struggle),不断创造美好生活,逐步实现全体人民共同富裕……这是中国的新时代,一个承前启后的时代,一个走向富强的时代,一个努力奋斗实现伟大复兴的时代。”由此,画面、语言符号二者的互补更能够生动地突出中国文化中强调的团结精神,进而聚合构建“共同致富”这一符号,使这种抽象的表述更加具化,以期他文化接收者在最大共通意义空间中理解。

四、结论

上述研究从符号叙事的角度深入探索短视频跨文化传播的可能性和理论启示。

其一,短视频通过立体灵活的多模态叙事不断丰富中国文化符号。中国文化正在从“熊猫”“长城”等传统符号不断向外拓宽,已生成“高铁”“广场舞”“表情包”“共同富裕”等多样化的新符号。符号叙事作为确定并建构自我文化的价值取向过程,从传统文化生发开来,再通过当下典型事件、人物、场景等符号选取,呈现出区别传统的自我文化符号,并在一定程度上形成文化认同。

其二,叙事中的共同解释项能够拓宽文化共通的意义空间。短视

频通过符号的跨文化传播逐步向群体外拓展,在文化的共同解释项——即共通意义空间中建立互动机制,建构最大通约的同质性文化符号。共同解释项通过符号互动将各自为界的异质性符号转化为同质性符号,一定程度上能够拓宽文化共通的意义空间。由此,民族国家之间跨文化符号叙事将具备人类文化交往的宏观层面沟通的可能性,人类将以平等“对话”的姿态理解他文化,进而建构有文化互动内蕴的语言与非语言符号。象征性的语言符号要从具体语境中抽象出跨文化观念中的共同解释项,进而再具体到另一文化语境中进行阐释。

其三,对于共同解释项的挖掘与锚定有助于优化跨文化沟通规则。一方面,不仅能够有效调动自我文化接收者的元语言集合,使其感觉到熟知亲切;另一方面,还能够唤起他文化接收者对于中国文化的兴趣,有效降低其排斥的心理防线,让他们在潜移默化中接受甚至重建异文化的沟通规则。需要注意的是,跨文化传播中具有文化特质的同质性符号建构,并非将语言符号与非语言符号分割开来,而是要不断促进二者的动态聚合。短视频能有效提升这一动态聚合的效率,使跨文化符号叙事构成意义完整的全文本,方能为传播接收者创造一个共通意义空间,进而得以实现民族凝聚、精神激励、价值整合的跨文化符号传播功能。

其四,中国故事的跨文化传播应当特别关注非语言符号的叙事功

能。首先,核心人物,特别是讲述中国故事的外国人,可以作为一种动态的跨文化符号。其自身在短视频中引导叙述、展现符号的姿态能够展现真实的跨文化体验,具有良好的文化传递和说服效果。第二,抽象意义的符号,如传统文化、流行文化和新时代政治文化符号,需要结合和穿插动态的时代语境,遵循“独特-共通性并存”的路径来建构,使其在强调民族性的同时也能凝练世界普适性。

其五,短视频的移动传播特征具备延展意义互动的可能。符号互动的核心在于“意义的互动”,符号作为传播过程中意义交流的中介,通过移动传播将具备延展传播时空关系及内涵的可能。短视频跨文化传播大部分依托移动传播实现意义的流动,符号不再仅仅限于传统人际传播所指涉的语言、动作、神态等,信息技术的快速发展使得文字、图像、视频、语言、非语言等不断产生交织与融合,由此,符号互动实现“主体与传播工具的过程性互动,即媒介提供了新的传播手段,而这又为改变人类生活方式提供了新的可能性”。

跨文化传播时常会面临文化误读的风险,原因通常包括不同的意识形态、相异的文化背景、不同的思维方式以及解读者个人的粗疏,从符号叙事的角度,误读则起于跨文化符号建构过程中缺失意义间的交流互动和符号沟通的控制规则。短视频跨文化叙事之所以能产生更好的效果,在于其能通过视觉叙事有

效地综合语言与非语言符号,不断加深跨文化符号意义空间的“度”,在最大限度内拓宽文化的“论域”,使多层次、多元的文化能够被转化为灵活动态的符号文本,进而通过发出者和接收者的文化间互构生成可沟通的意义空间。

[本文系国家自然科学基金后期资助项目“新时代媒体融合创新实践”(19FXWB024)阶段性成果]

(肖珺:武汉大学媒体发展研究中心研究员,武汉大学新闻与传播学院副教授;张驰:武汉大学新闻与传播学院2017级硕士生)

注释:

①[美]乔治·赫伯特·米德著,霍佳恒译:《心灵,自我与社会》[M],北京:华夏出版社,1999年,第88页。

②单波:《跨文化传播如何可能?》[J],《新闻与传播评论》,2009年00期,第212-225、261、275-276页。

③郑永年著,邱道隆译:《技术赋权:中国的互联网、国家与社会》[M],上海:东方出版社,2014年。

④肖珺:《新媒体与跨文化传播的理论脉络》[J],《武汉大学学报(人文科学版)》,2015年第4期,第122-128页。

⑤吴越民:《跨文化视野中符号意义的变异与多样性》[J],《同济大学学报(社会科学版)》,2009年第1期,第91-97页。

⑥赵毅衡:《回到皮尔斯》[J],《符号与传媒》,2014年第2期,第1-12页。

⑦Peirce, Charles S. (1992). The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings (Vol.2). Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

⑧赵星植:《皮尔斯与传播符号学》[M],

成都:四川大学出版社,2017年。

⑨车文博:《当代西方心理学新词典》[M],长春:吉林人民出版社,2001年。

⑩李瑾:《从米德的符号互动论看跨文化研究》[J],《齐鲁学刊》,2013年第6期,第102-106页。

⑪武文颖、蒋璐:《符号互动论视域下的中国网络小说跨文化传播》[J],《对外传播》,2018年第10期,第29-31页。

⑫贾磊磊:《全球化语境中的跨文化表达——论非文字类文化符号的传播效应》[J],《现代传播(中国传媒大学学报)》,2011年第12期,第17-21页。

⑬胡一伟:《传播符号学应带有自反性,批判性地建构——丁和根教授访谈》[A],《传播符号学访谈录》[C],成都:四川大学出版社,2017年。

⑭王丽雅:《中国文化符号在海外传播现状初探》[J],《国际新闻界》,2013年第5期,第74-83页。

⑮Jiazu Gu. (2008). Theorizing about Intercultural Communication: Dynamic Semiotic and Memetic Approaches to Intercultural Communication (A Commentary). China Media Research 4.2, p. 86-88.

⑯张凤:《文本分析的符号学视角》[M],黑龙江:黑龙江人民出版社,2008年,第45页。

⑰Baldry, A., & P. J. Thibault. (2006). Multimodal Transcription and Text Analysis. London: Equinox.

⑱姚银燕、陈晓燕:《对视频语篇的多模态话语分析——以一则企业形象电视广告为例》[J],《外国语文》,2013年第1期,第86-91页。

⑲吴越民:《象征符号解码与跨文化差异》[J],《浙江大学学报(人文社会科学版)》,2007年第2期,第166-173页。

⑳蒙蒙飞:《中国国家形象与文化符号传播》[M],北京:五洲传播出版社,2016年。

(责任编辑:李蕾)