
文化符号学视角下全球化的三种情境¹

约伦·索内松/文

盛佳贞/译

摘要：本文引用自动模式的概念，将全球社会描述为一种介质，人们用来理解他们与其他文化的关系。基于各自模式解析三种情境：第一，我们考虑由人口大量迁移引起的“内部他者”过度增长的情境；第二，我们基于拥有将讯息置入全球流通特权的发出者文化，解释从食品到智力的时尚全球化情境；第三，我们考量当大企业上台时，民族国家不再作为文化运作的情境。

全球化，如果存在，必须将其理解为使社会每天越来越‘全球化’的过程。但是在定义为任何其他事物之前，“全球社会”是生活在一个社会中的我们创造的一种模式（或是我们接下来会了解到的不尽相同的几种模式），旨在描述我们自己的社会。这种全球社会模式（就像所有其他文化模式一样）意味着与其他社会的对立，这些社会或多或少是全球性的，或者根本不具全球性，而且它们在空间和/或时间上有不同的分布，甚至可能只存在于意识形态层面。就全球社会模式而言，时间上显然存在着一种对立：我们倾向于认为以前的社会不如我们现今社会“全球化”（中世纪社会当然如此，但工业社会也不例外）。然而，在我们模式最可称道的变体中，空间上并没有任何对立：全球社会包涵一切。也许其他人会认为，至少就目前而言，不那么全球化的社会仍然存在。此外，有一些与我们一样生活在同一时空的群体，也未融入这种模式：例如，在我们例子中的穷人和移民（似非而是）。

1. 文化符号学要素

在我早期的文化符号学研究中，我保留了塔尔图学派的两个教训，其追随者们肯定不那么坚持：文化符号学与文化本身无关，而与文化的模式化建构要素有关；因此，这种模式本身更多涉及地是与各种文化（也包括亚文化、文化领域等）之间的关系，而不是一种文化的单个性。这并不是要否认文化模式很容易成为文化中的一个因素；因而，比方说，那些坚持认为当代文化是一个信息社会和/或一个地球村的人定会致力于将其转变成此。至于第二限制，如果保

¹ 原文：Sonesson, G. (2003). Three scenarios for globalisation. A view from cultural semiotics. In Logica, dialogica, ideologica. I segni tra funzionalità ed eccedenza. Petrilli, Susan, & Calefato, Partrizioa, (eds.), 385-396.

留结构主义教训的某些方面不是太过时的话，可以认为各文化之间的关系部分地定义了什么是文化。

一种模式当然是一个符号（更准确地说，是一个相对的像似符号）。那么，这是否意味着全球社会不存在？在某种程度上，我认为这是正确的结论。然而，确实存在一些现象和过程，或多或少地证明了这种模式的合理性，但不能简单地用“全球化”一词来描述它们。就塔尔图学派（Tartu school）而言，“全球化”并不因“另一种观点”而存在-如果我们能够找到全球化意识形态之外的观点的话。

因此，该模式是社会生活的一种“实际影响”。但它也是社会的一个“有效因素”：在某种程度上，我们以某种方式行事是因为我们认为我们生活在全球社会。从这个角度来看，全球社会的模式可以与最近开发的许多其他模式相当：后工业化社会和后现代主义社会模式，信息社会和图像社会模式。它与其他社会成员创造的模式相当，如“文艺复兴”，这一模式直到最近才产生影响，但正如我们现在所知，这种模式对应于大多数人现实生活中的极少变化。

由文化认可的每一事件本身就是一种“文本”，无论它是由语言库中的符号，还是由图片、行为序列等组成（cf. Sonesson 1998）。每一种文化都有自己生成“文本”的机制，这些“文本”在文化内部是可以接受的，同时又与其他文化产生的

“非文本”相对立。在别处，我区分了将文化与非文化对立的典范自动模式（就像希腊人说自己与野蛮人不同），“倒置”模式——自我将自己投射到另一种文化中，以便将自己的社会视为非文化社会（从崇拜西方的彼得大帝到崇拜美国的年轻人），以及“扩展”模式——文化不仅与非文化（我们正在谈论的那些文化）对立，而且与外来文化（我们与之“仅是泛泛之交”的文化——是文化但不是我们自己的文化）对立。我还指出，在这种模式中，文化可以与辖域分离：我们可能有一个内部他者，它与我们存在于同一个空间，但仍被归咎于非文化或外来文化（cf. Sonesson 2000 b,c; 2002, in press b, c）。

2. 全球化的三种情境

必须在本土体验全球化。更准确地说，仅从本土的观点来看，全球化“似乎”是全球性的。我自己的本土观点不仅仅是瑞典语，还与瑞典的一个特定部分有关，这个部分位于半岛的最南端，横跨马尔默和隆德。实际上，我不仅会引用本土相关的例子，甚至会举一些自身例子。

以下所述的所有情境都可以说是“文本”的流通，广义上，这一术语用于文化符号学：以这种方式流通，它往往会超越文化、非文化和外来文化之间的界限。我们将调查的三种情境与“个体”的流通、文化“制品”的流通、以及更简单地说，与“信息”传播有关。

七十年代去巴黎开始我的符号学研究时，我被这里可见的各种民族和文化融合迷住了。街道上、林荫大道上、课堂上以及我经常拜访的神学院里，你可以遇到来自世界各地的人们（大约像我这样的）。沿着林荫大道随心漫步似乎是一种冒险，这仿如一条穿越整个世界的通道。在巴黎，还可以找到提供各种烹饪美食的餐厅，以及销售来自世界各国产品的商店。然而，在我以前住过的马尔默和隆德，不仅没有提供其他国家菜肴的餐馆（除了一些中餐馆和比萨店），而且总的来说，街上所有的人看上去或多或少都很相像：都是看厌了的金发和白皙的皮肤。现在马尔默（在较小的程度上，隆德）已经完全改变了：它看起来像以前的巴黎。

马尔默三分之一的居民是来自拉丁美洲、非洲和亚洲以及东欧的移民或移民子女。这座城市到处都是餐馆和商店，它们提供的服务来源于所有可想象的文化。就像七十年代的巴黎一样，甚至在许多角落都有一家阿拉伯人开的商店，与当地习俗相反，似乎从来没有关门过。但是，设想这些文化以任何基本方式混合在一起是很天真的：相反，每一种文化都构成了自己的隔都区。它们都占据（部分地）在相同的时间和空间，但它们位于不同的意识形态层面上。

我七十年代在巴黎的经历得益于林荫大道和大商店体系的发展，这些使法国这个伟大的城市（根据沃尔特·本杰明[Walter Benjamin]的表达）成为“二十一世纪之都”。但是二十世纪之都（或者至少是二十世纪末）并不在此：或许是纽约。在上世纪的最后几十年里，正是从纽约，一般来说是从美国，掀起一系列潮流风尚，这些很快成为所有国家，至少是西方国家（从广义上讲包括拉丁美洲中产阶级、亚洲中产阶级等）的“时髦”习俗（不论时间多么短暂）。

艺术类学生肯定会相信，我在思考的是视觉艺术中的运动不再起源于巴黎而源于纽约这一事实；可实际上我提及的是广义的、人类学意义上的文化这一术语。从这个角度来看，食品一例是最有启发性的，因为最近流行的食品往往涵括从特定的文化背景中移除的传统菜肴，这些菜肴，在美国进行了审查和加工后，突然（有时是在非常有限的时间内）传播到世界各地。法国人总是吃他们的可颂，但突然间，全世界都有买可颂或“牛角面包”（法国人不这样叫）的专卖店，它们的面包里头有着夹心和其他馅料，这在法国传统烹饪文化中是难以想象的，最终这些商店甚至遍布巴黎。不久，人们迎来另一个被认定的风尚——墨西哥食品，这一次在我们接触之前，它便经过了多次审查和加工：首先经手的是加州和德克萨斯州的‘墨西哥裔美国人’，然后是锡器制造商，最后是

在各地开‘墨西哥’餐厅的‘厨师’（他们是南斯拉夫人、北美人、秘鲁人，但从来都不是墨西哥人），他们常常满意地打开来自加利福尼亚的罐头，并将食料与自己能发明的任何产品混合在一起。最新的烹饪时尚是传统上在地中海国家享用的“咖啡快车”，现在世界各地的特殊咖啡馆都有供应。在所有这些情况下，我们确实收到了来自其他国家的某种讯息：但目前只有一个国家，即美国，有能力将这些讯息传播出去，而且如果不使用自己的代码对这些讯息进行变形，它就不会这样做。

据我们现在估计，地球上发现不了二十一世纪之都：它是在互联网上的。我们现在不是在巴黎的林荫大道上偶遇其他民族文化，而是在连接着全世界计算机的网络中与其相遇。我可以与拉丁美洲的学者和朋友，以及澳大利亚、亚洲和加拿大的其他人交换信件。我可以访问世界任何地方构建的网页。

互联网的某些部分就其交互潜力而言具有优势，这在林荫道上或其附属区域、能见街景的咖啡馆里是没有的：后者被视为通信系统（正如我在另一篇文章所言[see Sonesson 1995]），“视觉上是渗透性的”，但很少在其他感官（部分是嗅觉上，这不一定是优势，部分是听觉上，但不在触觉上）具有渗透性，而且在非常罕见的时刻，它们才能提供交流语言的机会。当然，互联网对对话非常开放，但它几乎用不上其他感官：即使它通常是可见的，我们很少看到正在沟通的人，至少不是在“此时此地”（“女孩-摄像机”除外，这是早期在林荫大道上可以满足的出风头的最后体现）。

然而，认为互联网是一个文化上中立、本质上多文化的领域是错误的。互联网的主要语言是英语，起源于北美阿帕网。

2.1 第一种全球化模式：没有领域的文化

像所有文化模式（自动模式）一样，“全球化社会”不可能是“真实的”——但它并非无中生有。首先，有一系列持续不断的过程激励着它的建构，其次，模式本身成为社会发展的一个因素。因此，它既是一种原因，也是一种结果。

与典范模式及其修订版本所暗示的相反，理想情况下全球化不会排斥任何事物。但显然，它在时间上排斥了其他文化，否则它将不是一个参与西方推动进步的过程。通常它也在空间上排斥了其他文化：一些文化被称为比其他文化“更全球化”。这对内部他者来说也合理，其差异在时间和空间方面都无法得以解释。

我们上面考虑过的全球化情境之一涉及文化中意识形态位置的差异：瑞典人和移民同处相同的时空，但他们处于不同的意识形态领域。虽然他们在街上相遇（在家里更少见），但行为和手工艺品之间仍有差异，对于这些不同群体，行为和手工艺品便是“文本”、“非文本”，或许是“额外文本”。互联网的

情况也是如此：我们在同一个（虚拟）空间中，在同一时刻（以“拍”来衡量，这是原子时间的单位，用于协调位于不同时空的计算机），但我们对文本性的定义不同；然而，由于互联网构成了一个更有限、更具体的互动场景，涉及到极少数属性的渗透性（这也解释了在一个用面向对象技术构建的多用户空间中以异性甚至椅子的身份出现的可能性），结果可能更容易共享定义文本的标准。但是，这些案例在对话的轴心上也有所不同：它们从权力和团结的角度来看是不同的。

那么，全球化，除其他外，就是内部他者的过度增长。在现代瑞典人或多或少意识性地运用的模式中，内部他者被称为“移民”。该模式没有（在这个层次上）注意来自拉丁美洲、亚洲、非洲和东欧等国家的移民之间的差异。它还混淆了“第一代”、“第二代”和“第三代”的移民，即，使我们摆脱了这种荒谬的官僚主义语言、不顾真正的移民和其父母或祖父母（或其中一人）是移民并在瑞典出生的人。我称其为内部他者的过度增长，因为这个群体现在构成了第三部分人口（在马尔默，但在瑞典的其他地区，这一比例也相当大）。这意味着，在这种模式中，很大一部分人口生活在其他人认为是非文本的领域。

“他者”不对称并不意味着内部他者不能将他/她的“他者”定义为根本上的“他者”。但是，作为移民从瑞典人的角度来看与作为瑞典人从移民的角度来看关系不同。移民，或者至少是其中的某些群体，可以像瑞典人对移民一样等激进性地对待瑞典人。但是瑞典人永远不能成为瑞典的内部他者，即使是在移民的模式中也是如此；因为在这种模式下，该辖域属于瑞典人。否则，成为瑞典人的意义必须先改变。

现在的问题是，在流行的模式中，移民是否是非文化或外来文化的成员，在这两种情况下他们都被剥夺了自己的领域。这两种情况都可能存在，但我担心最常见的情况是移民被归为非文化。某些“文本”也有例外：某些人工制品和行为，例如一种特定的菜肴、舞蹈和音乐作品，已被瑞典文化吸收并变形了。许多瑞典人现在都吃其他国家制作和出售的沙拉三明治或者肉馅卷饼，这些是其他国家的传统食物。尽管如此，它们还是以变形的方式进行了文本化，因为瑞典人食用这些菜肴并没有融入到整个民族的文化中。

“移民”文化的一些元素成为瑞典人的外来文本；因此，在将瑞典文化与移民文化联系起来的参考轴上增加了一定程度的对话。我认为可以说，要使这真正成为全球文化的模式，两种文化之间必须有更多的互动。从这个意义上讲，我七十年代在巴黎认识的各种混合文化可能比现在的瑞典模式“更全球化”一些。

然而，有必要考虑到，即使在对话的轴心上，也必须区分两种理解这种关系的方式：一种是从权力角度，一种是从团结角度。即使在互动关系中，也存

在不对称性，因为外来文化不是文化。在相互作用的不对称性中，团结引入了某种对称性，而权力则从另一个角度造成了这种关系的不对称。与内在他者的关系始终是权力的关系，而不是团结的关系，因为它发生在他的他者领域内。权力总是属于控制领域的人。

2.2 第二种全球化模式：发出者文化

互联网的情况与瑞典的移民模式没有什么不同，虽然统治关系不那么明显：我们都是北美人的不对称他者。我考虑的不仅是英语的主导地位：英国人在互联网上也是不对称他者，因为他们必须适应北美人定义的互联网语言代码。当然，部分互联网有其他语言（也许还有其他符号系统）占主导地位：例如，我知道一个电子邮件列表，任何母语为非西班牙语的人都扮演非对称内部他者的角色。我只谈到一般趋势。而且，北美对互联网的统治力可能比瑞典人对移民的权力更加不受限。毕竟，在完全意义上，互联网不是一个可以生活的世界：它不是一个“生活世界”（see Sonesson 1995; 1997c; 2000a, b）。

没有领域的文化涉及个体的流通；相比之下，互联网涉及讯息的传播。然而，我们已经看到，从文化符号学的角度来看，它们似乎属于同一种全球化模式。但传播具有民族特色的菜肴和类似的东西，或许必须说成是比讯息更具韵味的东西——人工制品。相比个体而言更明显的是，我们可以将文本性的规则应用于这些人工制品。首先必须翻译被同化的“非文本”，这通常会导致变形，因为它们是用文化代码来读取的。然而，在适当的时候，可以构建新的代码，其中还包括那些导入的“文本”。这种“变形”的非常明显的例子是牛角面包，炸玉米饼和咖啡快车，它们在其起源文化之外表现出来。现在说在我们的文化中，我们是否能够建立自己的代码来解释这些“文本”还为时过早（尽管在牛角面包方面，我们已经知道它没有发生）。

在过去的半个世纪或更长时间内，几乎全世界的年轻人都将美国从这种特殊的意义上解释“为”文化。我们通常将这种现象称为美国化；但全球化与美国化并不完全相同，尽管它肯定是相关的。我们上面提到的烹饪时尚具有美国化的元素：但它们不止这些，因为北美人传播的是从其他文化中提取的“变形文本”。重要的观察结果是，这些菜肴没有一种在全世界传播，直到它们在美国成为一种时尚。这种“牛角面包范式”也不仅仅适用于食物：伪知识分子运动，如“后现代主义”和“解构主义”，直到在美国被采纳（和修改）后，才在法国之外为人所知。我再一次提到我的个人经历：七十年代住在巴黎时，我

跟随德里达参加研讨会。当时，在瑞典没有人听说过他。但不久之后，他的名气——以及他的追随者——从美国回归到我们身边。

从这个意义上说，美国是当代世界的发出者文化，它甚至可能是全球范围内唯一的发出者文化。这种发出者文化的概念不同于塔尔图学派所说的发出者与接收者的定位：具有前者的文化是发出者去适应接收者的理解和知识水平的文化，而在后一种文化中，是由接收者去适应。确切地说，发出者文化是一种文化，它在全球讯息流通中倾向于间接地接受发出者的一部分。相应地，接收者文化是在接收端更常见的一种文化。当全球化与美国化对立时，一种文化有能力决定将哪些文本投入流通，即使没有创造它们，而是在从其他文化库中提取它们之后使其变形，这一点尤为重要。我当然不想在此批评美国在当代世界中扮演这一角色。这只是世界历史上的一个事实。在其他历史条件下，其他文化一直是最终的发出者文化，尽管确实是规模较小，或者范围更有限的文化（古罗马，中世纪早期的拜占斯，17世纪的法国，欧洲等等）。

2.3 第三种全球化模式：中心的变迁

最后一部分，我将继续讨论第三种情况，它在初级阶段涉及经济全球化，但也会在文化层面产生影响。我将再次提出一个本土观点（但类似的例子可以在世界上许多其他国家找到）。在资本主义的悠久历史中，从美第奇到洛克菲勒、甚至一些大公司，总是固定那几个国家的公司，即便在世界的其他一些地区他们都有活动甚至分支机构。尽管他们往往拥有相当大的权力和影响力，但直到最近，工业家们才感到有必要认同某个特定国家。近来，一些公司不仅拥有比许多国家更雄厚的经济资源，而且甚至没有受到国家划分的相关限制。

近年来，许多有着数百年历史的瑞典大公司已经与其他国家的公司联合起来，并将其总部迁往到另一个国家。就连继续拥有大多数瑞典业主的爱立信，也在考虑是否可能将其总部迁往伦敦。最有趣的案例得属瑞典汽车制造商。据称，瑞典汽车在欧洲和美国都享有比其他汽车更安全的声誉。但萨博多年来一直是北美通用汽车公司的一个部门，其巴士和卡车的分部最终被卖给了大众。大约两年前，沃尔沃将其个人汽车部门出售给了福特，而制造卡车和公共汽车的部门现在已经与雷诺合作，这一合作似乎给最后一家公司带来了真正的影响。因此，“瑞典汽车”这一标签似乎不再只是一种意义上的影响，可以用于那些没有任何瑞典特色的公司的宣传中。

这似乎是最严重的情境：它不仅融合了原有的文化，而且重新界定了文化的中心和界限。我们之前考虑过的全球化模式之一承认了将国家民族与其领域分离的可能性。现在我们面临一个文化根本不涉及国家民族的案例。这就是在全球化的第三种情境下发生的情况，即企业完全不再是国家民族的一部分。从

长远来看，这可能是全球化最具戏剧性的模式：当文化在文化符号学的辩证法中被定义时，它不再是具有辖域的国家民族，而是如公司这样的其他事物。

认为这是一种不可能的情况是一种错觉：在历史的其他时刻，与国家民族的文化认同远非显而易见。例如，在欧洲中世纪，民族与文化相同的模式已经存在，但它是一个非常薄弱的模式。正如我们从无数的历史记载中所知道的，国王作为这种模式的代表，试图强化这一模式，但很长一段时间里，他并不是很成功：真正占主导地位的，是与郡或公爵领地的文化认同，它可以由欧洲不同地区的封建领地组成，分散在不同的国家之间。在这种模式下，国王只是公爵中的一员，而且他常常甚至不是最有权势的人。在另一个极端，文化可以与基督教世界（或许西方基督教世界，而不是东方文化）相对应。可以说，把文化与国家民族联系在一起的模式已经存在，但它从属于用一组分散的封建领地来识别它的模式以及另一种包含了基督教信徒统治的整个领域的模式。

同样，可以想象，我们现在生活在一个历史阶段，民族文化模式继续存在，但一种认同大公司的新模式已经开始占上风。在目前情况下，全球化很容易与美国化混淆：当今世界上许多最强大的公司都是北美公司，而且今天大多数公司也可能按照美国最先发明的代码运作。另一方面，美国也许是唯一一个仍然有足够实力在大公司中施展拳脚的国家。从这个意义上说，美国的国家模式仍然比较强大。司法部长至少试图阻止微软完全接管文化。从这个意义上说，他们是在捍卫国家文化模式，而不是全球模式。

结语

在这篇论文中，我设想了一些全球化的情境，并在文化符号学的框架内，提出了一些相应的模式。与可预期的相反，从一个天真的角度来看，所有这些模式，就像那些被论证了的模式一样，结果都是不对称的。这并不是说可能没有其他情境及其相应的模式会对全球化做出更可观的阐释。目前，不可能知道这些模式中的哪一种将在未来与全球化联系在一起。

参考文献：

Sonesson, G.

1987. *Bildbetydelser i informationssamhället. Projektrapport.* Lund: Inst. för konsthvetenskap.

1992. *Bildbetydelser. Inledning till bildsemiotiken som vetenskap.* Studentlitteratur, Lund.

1993. Beyond the Threshold of the People's Home, in *Combi-nación - imagen sueca.* Castro, Alfredo, & Molin, Hans-Anders eds., 47-64. Umeå; Nyheteternas

-
- tryckeri.
- 1994a Sémiotique visuelle et écologie sémiotique, in *RSSI*, 14, 1-2, printemps; 31-48.
- 1994b Pictorial semiotics, perceptual ecology, and Gestalt theory, *Semiotica* 99: 3/4; 319-399.
- 1995 Livsvärlden mediering. Kommunikation i en kultursemiotisk ram. In Holmberg, C.G., & Svensson, J., eds., *Medietexter och mediatolkningar*. Nora: Nya Doxa; 33-78.
- 1996 An essay concerning images. From rhetoric to semiotics by way of ecological physics. In *Semiotica* 109-1/2, 41-140.
- 1997a. The ecological foundations of iconicity, in *Semiotics Around the World: Synthesis in Diversity. Proceedings of the Fifth International Congress of the IASS, Berkeley, June 12-18, 1994*, Berlin & New York: Mouton de Gruyter; 739-74.
- 1997b. Approches to the lifeworld core of pictorial rhetoric, in *Visio* 1:3, 49-76.
- 1997c The multimедiation of the Lifeworld, in *Semiotics of the Media. State of the art, projects, and perspectives..* Nöth, W., ed., 61-78. Berlin & New York: Mouton de Gruyter.
1998. The concept of text in cultural semiotics. In *Semiotiké. Trudy po znakovym sistemam/Sign system studies* 26, Torop, Peeter, Lotman, Michail, & Kull, Kalevi, eds., 83-114. Tartu, Tartu University Press.
1999. The Culture of Modernism, *VISIO*, 1, 3, 49-76.
- 2000a Iconicity in the ecology of semiosis, in *Iconicity*. Johansson, T.D., Skov, M., y Brogard, B., eds., 59-80, Aarhus, NSU Press.
- 2000b Ego meets Alter: The meaning of otherness in cultural semiotics. In *Semiotica* 128-3/4, 537-559
- 2000c Bridging nature and culture in cultural semiotics. Published in *Ensayos Semióticos, Dominios, modelos y miradas desde el cruce de la naturaleza y la cultura. Proceedings of the 6th International Congress of the IASS, Guadalajara, Mexico, July 13 to 19*, Gimete Welsh, Adrián, ed., 1005-1016. México: Porrúa.
- 2002 Dos modelos de globalización. In *Criterios*, La Habana, no 33, 107- 134. in press a. (in press a). The Limits of Nature and Culture in Cultural Semiotics. To be published in the acts from *The Symposion on Cultural Semiotic organized by the Swedish Society of Semiotic Studies (sffs)*, Linköping, November 1997. Hirsch, Richard (ed.). Linköping: Linköping University Press. in press b The Life of Culture – and other Signs – in Nature – and ViceVersa, to be published in *Athanor*. in press c The globalisation of Ego and Alter. An essay in cultura semiotics, to appear in *Semiotica*.