

“模因”出海：中国短视频跨文化传播新路径

——基于“科目三”的分析

■ 陈雨舒

随着媒介技术的进步，短视频平台成为了跨文化交流的新舞台。平台通过用户参与的鼓励机制和技术支持，为短视频模因的大量繁衍创造了条件，短视频模因逐渐成为参与式数字文化的重要话语表现。以我国热门短视频模因“科目三”为例，基于Python爬虫抓取的TikTok平台有关“科目三”的内容和用户评论，形成数据的聚类 and 可视化，并对评论的主题、来源、情感进行分析，以探究该模因的跨文化传播效果。“科目三”在TikTok上的内容呈现出核心要素还原度高、解码形式受用户框架影响、意见领袖带动效应强的特征，该模因的有关评论语种多样，情感倾向较为积极，用户主要从模因的核心要素、创作者、文化来源三个主题进行评论。应通过用户的社会认同心理、模因的“中式”打造和数字文化产业建设等路径，提升我国模因跨文化传播效果，增强中式文化的“数字话语权”。

相较于过去以图文为主的社交媒体形式，基于视听传播的短视频更能激发用户的主体性和创造性，数字消费者的积极参与推动了参与式数字文化的蓬勃发展。在数字平台去中心化的规则之下，大量非精英主体参与到全球传播的网络中，实现了传播话语权再分配。^[1]抖音、TikTok等短视频平台通过特定的技术框架和用户鼓励机制，为网络模因的产出和传播创造了有利条件，来自不同国家地区的多元用户主体，通过模仿、改编和再创作，使具有模因属性的短视频模因成为了参与式数字文化的重要组成部分，推动了跨文化数字交流的发展。

“科目三”又被称为“广西科目三”，指的是广西人必备的三项技能：科目一是唱山歌，科目二是嗦米粉，科目三就是跳舞。2023年10月前后，以歌曲《一笑江湖DJ版》作为配乐的“科目三”引发了短视频创作者的模仿，^[2]随后相关短视频内容以模因的形式在海内外的社交平台上爆火，引发了众多国家和地区用户的模仿创作。“科目三”也成为近年来跨文化传播的“现象级”案例，并以在国际主流媒体TikTok上的传播最为典型。

本研究以我国的短视频模因“科目三”为具体研究案例，通过对TikTok平台该模因的内容特征和用户反馈进行实证研究，分析其跨文化传播效果。并试图从模因

视角为我国的跨文化传播以及文化软实力建设提供新的路径经验。

文献综述

（一）参与式数字文化的新型话语：短视频网络模因

模因（meme）这一概念由英国生物学家理查德·道金斯（Richard Dawkins）于1976年在《自私的基因》中首次提出，他将模因定义为“文化传播”的微观单位，认为模因传播过程类似于生物学基因的遗传，可以通过复制、变异而传播。^[3]后来模因理论的概念在学术界不断发展，经历了从生物学隐喻阶段到文化理论阶段的转变，^[4]学者盖瑟洛将模因定义为在文化系统中被复制、模仿或学习的某种文化行为，可以通过思想进行传播。^[5]此后，学者们开始采用模因理论尝试解释社会经济中出现的各种现象与问题。

后来伴随着互联网等数字技术的进步，为网络环境下模因的繁衍传播提供了便捷的土壤。学者士弗曼（Limor Shifman）将网络模因定义为一组共享内容、形式或立场且具有相同特征的数字项目，这些项目在熟悉的用户群体中生产出来，并通过互联网传播、模仿或改造。^[6]相较于传统模因，网络模因不是单个的文本单元，而是由复杂的多模态元素组成的文本系统，^[7]它具有多模