

内容的深入观察，并结合词频共现网络图（图2）分析，总结出TikTok“科目三”短视频模因的内容创作具有以下特征。

#### 1、内容维度上：遵循原版视频，核心要素还原度高

TikTok用户对“科目三”模因内容创作与原版模因视频保持较高一致性，着重突出对舞蹈动作和背景音乐这两大核心要素的模仿复刻。来自不同文化背景的用户自发在大街小巷跳起“科目三”，并配上“一笑江湖DJ版”的背景音乐，通过TikTok平台算法推荐的“病毒式传播”，相关短视频模因表现出较强的感染力和传播力，吸引了大量用户对该模因关注。用户在上传有关视频内容时会打上“#科目三”“#一笑江湖”“fyp（for you page）”等标签内容以提高视频曝光度和标签热度；同时，出于对原视频模因的尊重以及中国文化身份的认同，一些用户也会打上“#中国”“#Chinese dance”等标签信息告知其他用户该短视频模因的信息来源。除了“科目三”舞蹈动作外，不少用户也着重关注模因的另一核心要素，即背景音乐“一笑江湖”，除了对其进行翻唱外，也有一些用户将其歌词翻译成不同语言版本，表达对中国诗词和唱腔的赞美。

#### 2、形式维度上：解码形式多样，受用户框架影响

值得注意的是，不少TikTok用户在对“科目三”有关视频进行标签描述时，采用了“#火影忍者”“#naruto（火影忍者英译）”“#ナルト（火影忍者日译）”等与“科目三”原本内容不相关的标签。研究者通过对有关用户的观察得知，部分用户认为“科目三”模因的舞蹈动作使人联想到知名日本动漫《火影忍者》中的忍者手势，这些用户凭借自身的视觉感知，将“科目三”解读为“火影忍者舞”，更有甚者直接身穿“火影忍者”的cosplay服饰跳起“科目三”，并获得了可观的点赞与关注。在这种解读形式下，使得一些TikTok用户对“科目三”模因本身的关注转移到对日本动漫IP《火影忍者》的关注上来。

#### 3、立场结构上：意见领袖的效果显著，情感交际功能突出

从模因的“参与结构”看，网络意见领袖等网红IP的介入会带来更显著的关注度和带动作用。例如从词频共现网络图可知，不少TikTok用户在参与“科目三”模因创作中也会带上“#小杨哥”“#海底捞舞”等标签，原因在于网红账号“小杨哥”以及海底捞员工穿工作制服跳“科目三”的视频爆红，在传播前期有效提高模因曝光度和知名度，不少TikTok用户正是通过网红账号IP的介入了解到“科目三”的模因信息，进而加入到

模仿队伍中。从对模因的“定调”看，词频共现网络图显示“喜欢”“丝滑”等正面描述词语被凸显，表明“科目三”积极活力的传播语调及传播风格。从模因的“传播功能”看，“科目三”模因的情感功能和交际功能被明显强化，模因模仿本身有助于拉近模仿者之间的心理距离，具有社交行为的特性和功能。来自不同国家的TikTok用户跳起同样的“科目三”舞蹈动作，从而使“客体性他人”变成“另一个自我”，有助于模仿者与被模仿者达到情感“共鸣”，促进共情的产生。<sup>[23]</sup>

### （二）TikTok平台“科目三”模因的用户评论分析

#### 1、用户评论来源分析

研究者在Python爬取的24966条评论数据的基础上，对数据的语言进行识别并分类，去除评论数少于10的语言，最终共得到21种语言数据（见图3）。其中英文评论占比最高，达到评论总数的25.05%，随后分别是中文、越南语、日语、韩语、泰语等语言的评论。在用户评论语言中，来自东亚文化背景的最多，占比达到54.1%，其次分别是欧美文化背景（包含拉美）和东南亚文化背景，占比分别达到29.2%和16.4%，来自阿拉伯文化背景最新评论最少，占比不足0.3%。

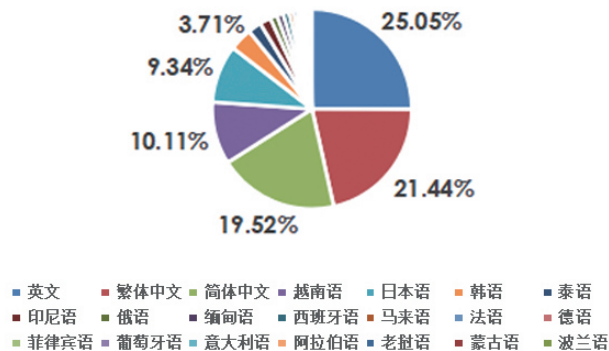


图3 TikTok平台“科目三”有关视频评论语言分布

通过对用户评论语言的分析可知，我国网络模因借助国际主流媒体平台进行传播的辐射范围较广。英语作为在全球范围内使用最广泛的语言，在国际社交媒体平台上占据着主导地位。在短视频模因的跨文化传播中，英语仍然是用户进行内容创作以及交流互动的主要沟通工具。“科目三”作为源自中国的网络模因，在跨文化传播中更易吸引东亚以及东南亚国家用户的评论关注，并引发他们的模仿创作行为，这也体现出文化亲近性在模因跨文化传播中的重要影响。来自欧美以及拉丁美洲的评论表明，我国网络模因的跨文化传播仍具有较大的传播潜力和发展空间，值得进一步研究与探索。