

# 探讨螺蛳粉海外传播中的国际话语权构建要素

孙舒, 熊欣, 覃慧\*

广西科技大学外国语学院, 广西 柳州

收稿日期: 2022年8月11日; 录用日期: 2022年9月14日; 发布日期: 2022年9月21日

## 摘要

广西柳州市以美食为依托, 深入挖掘地方特色和优势, 乘着国家积极“入世”的东风, 利用具有高辨识度的螺蛳粉作为传播渠道, 积极抢占国际市场。螺蛳粉这张“有味道中国名片”, 在海外传播过程中的国际话语权的建构有多重影响因素。文章主要借助螺蛳粉的海外传播活动, 从话语施行者、话语内容、话语对象、话语平台和话语效果反馈多个维度探讨螺蛳粉如何在海外传播中建构自己的国际话语权, 通过对这五大海外传播话语权要素分析, 可以更清晰厘清当前螺蛳粉海外传播中的优劣势。

## 关键词

螺蛳粉, 海外传播, 国际话语权

# Probing the Construction Elements of International Discourse Power in the Overseas Communication of Luosifen

Shu Sun, Xin Xiong, Hui Qin\*

School of Foreign Languages, Guangxi University of Science and Technology, Liuzhou Guangxi

Received: Aug. 11<sup>th</sup>, 2022; accepted: Sep. 14<sup>th</sup>, 2022; published: Sep. 21<sup>st</sup>, 2022

## Abstract

Relying on delicious food, Liuzhou digs into local characteristics and advantages, gives fully use of the country's positive accession to WTO, and makes use of the highly recognizable Luosifen as a communication channel to actively seize the international market. The construction of the international discourse right in the process of overseas communication of the "Chinese name card with

\*通讯作者。

flavor” of Luosifen has multiple influencing factors. With the help of overseas communication activities of Luosifen, this paper discusses how Luosifen constructs its international discourse right in overseas communication from the perspectives of discourse implementer, discourse content, discourse object, discourse platform and discourse effect feedback. By analyzing these five elements of overseas communication discourse power, the advantages and disadvantages of Luosifen in overseas communication can be clearly clarified.

## Keywords

Luosifen, Overseas Communication, International Discourse Right

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

美国学者拉斯韦尔(Harold Lasswell)提出线性传播过程模式的“5W”要素:谁(Who),说什么(Say What),通过什么渠道(In Which Channel),对谁说(To Whom),产生什么效果(With What Effect)。这五个要素又构成了螺蛳粉海外传播中的国际话语权构建五大要素,即话语施行者、话语内容、话语对象、话语平台和话语效果反馈。通过对这五大海外传播话语权要素分析,可以更清晰厘清当前螺蛳粉海外传播中的优劣势。

## 2. 话语施行者:译者主体性

螺蛳粉海外话语施行者是海外传播信息的选择、翻译、修改以及回应受众的反馈的主体,它可以是多元主体,亦可以为一元主体。比如,海外传播信息的选择主体为可为政府主管部门和螺蛳粉企业等,而传播信息的翻译、修改和回应反馈主体可为译员。但由于缺乏专业性,这种情况下的信息选择主体依旧需要译员专业意见指导完成海外传播信息筛选,以实现更好的国际传播效果。抑或者,海外传播信息的选择、翻译、修改和回应反馈主体均为译员。可见,译员在国际传播环节中的主体性地位,是重要的话语施行者。

译者在执行翻译这一行为时,并不仅仅是“将一种语言转换成另一种语言”,而是要对原文进行编码解码。译者首先要执行的是对原文的编码,也就是对原文背景,蕴含的信息及创作意图进行一个详细输入编码的过程,然后借助自身的认知方式,认知能力及认知行为对原文进行解码,这才是一个完整的翻译行为。译者在翻译过程中发挥主观能动性指的是译者能够对源语作者的创作意图和译语读者的认知需求进行识解,在语言层面进行合理操作来构建译语作品,进而完成翻译的任务[1]。在螺蛳粉的海外传播过程中,译者在其中起着关键性作用,对螺蛳粉制作工艺和其背后蕴藏的深层文化内涵的准确解读是其首要任务。其次,能否在保留源语表述内涵及用法习惯的前提下,用符合目的语的语言将其准确而又不引起译语受众排斥的方法将翻译出来。

在从事翻译活动的过程中,简单的翻译行为并不能满足螺蛳粉在海外传播过程中对国际华语市场份额的占有,译事不难,难的是如何使译文被目的语的受众广泛接受。翻译是一个社会实践活动,翻译主体是经过社会化了的行为主体和责任主体,不同语境下的翻译主体有着不同的行为,并承担不同的责任[2]。例如在翻译螺蛳粉包装袋使用说明时,用简洁凝练的语言的将译文翻译出来;但在翻译螺蛳粉商

业广告时,出于宣传的需要,则更多的使用词藻华丽的修饰词,引人入胜,刺激购买需求。可见译者在处理不同类型的文本时,对语言这一工具的巧妙使用及自身定位的清晰认知,能最大限度的降低译者的存在痕迹。译语受众对螺蛳粉的准确认知离不开译者这一翻译主体在整个翻译行为中所作的努力,螺蛳粉的“渐入”式传播潜移默化地融入到其他国家的日常生活中,这对于中国的国际话语权建构有其独特意义。

综上所述,译员是螺蛳粉国际话语权构建体系的重要组成要素,其对螺蛳粉行业、螺蛳粉技艺、文化背景和文化思想的认知程度和译员素养直接影响了螺蛳粉海外传播话语内容的专业性、有效性和准确性。

### 3. 话语内容: 中国文化、中国特色、中国精神

不要螺蛳粉背后的社会经济价值。2021年4月26日,习近平参观了柳州螺蛳粉生产聚集区考察调研,对螺蛳粉产业做出了重要指示,要求推动螺蛳粉产业标准化,品牌化,推动地方特色高质量发展[3]。一碗小小的螺蛳粉不仅刺激着食客的味蕾,还在一定程度上刺激了当地经济的发展。2021年5月24日,广西壮族自治区柳州市申报的柳州螺蛳粉制作技艺经国务院批准列入第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录[4]。如今,随着食螺文化不断发展衍生出新的发展业态,螺蛳粉已然成为广西米粉文化的重要组成部分,是少数民族传统饮食文化与务实创新的工业精神完美结合的典范,是当代中国特色社会主义的少数民族文化不断创新与进步的成果。

螺蛳粉背后的饮食文化价值。螺蛳粉中的米粉由大米制作而成,是一种扁宽形或细条形软滑爽口的成品,配料有酸笋、木耳、花生、油炸腐竹、黄花菜、鲜嫩青菜等,以其特有的鲜香麻辣的口感,深受国内外食客喜爱[5]。广西本地的螺蛳粉带有浓浓的“臭”味,这股“臭”味来源于螺蛳粉里经工艺发酵后酸化而成的酸笋,其口味浓郁而又让人齿颊留香,而这一文化特性给螺蛳粉走向海外带来了翻译和传播挑战。

中西饮食文化互译一直以来都受到翻译界的关注,学者们曾提出诸多理论描述和解释东西方文化的共性与差异,曾对跨文化翻译的有效性持怀疑的态度,甚至一度认为中西方文化间存在的鸿沟是翻译所不可逾越的。可见,中西饮食文化互鉴不能停留在语言层面的信息转码,应对螺蛳粉口味特色和饮食文进行重新国际化话语叙事,阐释背后的地理环境特点、民族文化和民族饮食,才能让海外食客了解“臭”从何来,让螺蛳粉不仅是一种民族食品标记,更成为独特的文化标记。

螺蛳粉背后的历史文化价值。螺蛳粉在海外传播的过程中,其发展历史、地理位置、地方发展特色及背后附加的文化价值是不可忽略的。柳州白莲洞人食螺的历史、螺蛳粉兴起的渊源、古代名人故事、当代名人轶事、品牌创立故事等,深入挖掘一切与螺蛳粉历史文化相关的文化创意产品和内容,并通过多媒体、多平台进行广泛宣传。如今,螺蛳粉因其“新、奇、特、臭、辣”在全国年轻人心中已经成为“国潮”代名词,反映当代文化自觉意识的提升,这赋予了螺蛳粉新的文化内涵。

### 4. 话语对象: 海外华人、外国人士

论文螺蛳粉在近些年发展迅猛,已演变成国内新晋的网红食品,特色螺蛳粉产业在增岗创收的基础上进一步带动国民经济的发展。在促进国内经济快速发展的同时,柳州市的相关企业也在积极的将螺蛳粉传播到海外,螺蛳粉这样一个小小的产业在海外传播的过程中所产生的积极影响具有多方的联动作用,螺蛳粉的海外传播不仅促进了增加了企业收入,其作为地方特色食品更进一步增加了其他国家对中国文化的了解。正因为有着广大的海外市场需求,才推动了螺蛳粉进一步的海外拓展。食客的饮食需求催生了螺蛳粉的海外传播。2016年,柳州市第一家螺蛳粉企业获得出口食品生产企业备案[6]。至今,螺

螺狮粉企业获得出口食品生产企业备案的商家已达 36 家。2021 年,预包装柳州螺狮粉出口额约 5256 万元,增幅近八成,飘香至北美、印度尼西亚、马来西亚等市场。

随着交通工具的不断改善和国家间日益密切的多边合作关系,为螺狮粉的海外传播打下了坚实的基础,世界经济一体化进程加速前进,人们之间的交流日益畅通无阻,也加快了螺狮粉在全世界内的传播。除此之外,预包装了的螺狮粉更便于运输和长期储存,能够随时随地的为食客带去一碗“香气四溢”的螺狮粉。螺狮粉海外市场的不断扩大,不断推送着柳州本地螺狮粉企业的进一步发展壮大,反之,也进一步开拓了其自身发展版图。螺狮粉在国内外有着众多虔诚的食客,这也是催生螺狮粉海外传播的重要因素,正是因为有着广大的需求市场,才有着如今在国际中的一席之地,食客对于螺狮粉发自内心的认可也证明了螺狮粉在带歪传播的过程中不断地构建属于自己的国际话语权,并取得了不俗的成绩。

## 5. 话语平台:海外宣传平台

在当前国际传播“西强东弱”格局暂未发生根本性改变的情况下,国际话语权主导地位依然由西方世界把控,中国的国家形象总是被动地被“他塑”,因此亟需探索如何构建“自塑”形象的发力点,掌握国际传播博弈中的传播主动权,重塑国际话语的权力格局。

当前,诸如“TikTok”等类似的短视频平台迅速崛起,根据最新统计数据显示,“TikTok”全球下载量超过 30 亿次,月活跃用户超过 10 亿,全面覆盖全球 150 多个市场,其中美洲、东南亚、中东是目前活跃用户最多的地区,作为全球增长速度最快的社交 APP 平台,其流量巨大,同时为螺狮粉的海外传播提供了很好的传播渠道。这不仅对螺狮粉的海外传播有利,而且在潜移默化中为螺狮粉国际话语权的建构打下了良好的基础。

海外宣传平台作为一个巨大的“流量密码”,在宣传柳州特色小吃螺狮粉的同时,对其国际话语的构建也是潜移默化的。国际话语权的建构不是一朝一夕即刻实现的,要想在国际舞台上取得一定的话语份额,对于这些宣传平台的合理使用是必不可少的。

## 6. 话语反馈

从话语受众对话语施行者所传播话语内容的回馈或反应出发,对话语内容、话语对象、话语平台进行重新修正调整,进入下一轮话语传播循环之中。建立话语反馈机制,不仅有利于传播主体了解传播效果,而且有利于进一步优化和协调传播主体、传播内容、传播方式等要素,提升人类命运共同体理念的国际传播效果。

自 2020 年螺狮粉在海外走红之后,外国人不喜欢吃螺狮粉这一刻板印象也在逐渐改变,如今螺狮粉在外国颇有名气,远销海外多个国家,越来越多的海外食客开始接受螺狮粉,而这只是一个小小的缩影,事实上多数的外国人无法接受螺狮粉的味道,在他们看来,这样一种味道刺鼻的螺狮粉实在让人无法下口。不过这样的情况如今大有改变,随着越来越多的海外华人对螺狮粉的需求,也拉动了国外食客的需求。一个群体之间的相互影响是潜移默化的,海外华人对螺狮粉的钟爱也加深了海外食客对螺狮粉的接受度,如今越来越多的外国人正在接受螺狮粉的美味。随着海外订单的不断涌入,代表着螺狮粉正在征服外国人的口味。螺狮粉如今正在一步步走入外国人的生活当中,留下了不可磨灭的印象,随着时间的推移,笔者相信越来越多的海外食客能够接受这种“臭”味飘香的食物,也希望这样的地方小吃能够不断发扬光大,抢占更多的国际市场份额。

国外受众的接受度是螺狮粉在海外传播中的反馈,通过海外食客的反馈我们可以知道螺狮粉是否被接受,同时随着海外食客对螺狮粉接受度的进一步提高,其国际话语权的建构将会更加坚实,为后期占有更多的海外市场奠定基础。

## 7. 结语

文章主要借助螺狮粉的海外传播活动,从话语施行者、话语内容、话语对象、话语平台和话语效果反馈多个维度探讨螺狮粉如何在海外传播中构建自己的国际话语权。译者作为螺狮粉国际话语权建构的基础,螺狮粉的独特风味作为海外传播主体,海外食客作为螺狮粉的拥护者,众多宣传媒介作为螺狮粉海外传播的重要平台,国外食客的接受度作为螺狮粉海外传播的重要标杆,都是螺狮粉在海外传播中国话语权建构的重要影响因素,要想占有更多的国际话语权,以上这些多个影响因素是我们要重点关注的对象,方能为螺狮粉的海外传播开辟出一条康庄大道。

## 基金项目

柳州市哲学社会科学规划研究课题主持柳州市哲学社会科学规划研究课题《柳州螺蛳粉产业走出去大环境下的海外话语研究》项目(21DRL19)的部分研究成果。

## 参考文献

- [1] 金胜昔,林正军.译者主体性建构的概念整合机制[J].外语与外语教学,2016(1):116-121.
- [2] 蓝红军.译者主体性困境与翻译主体性建构[J].上海翻译,2017(3):21-27.
- [3] 郭艳.广西搭建政银企平台助螺蛳粉畅销海外[J].中国对外贸易,2021(8):44-45.
- [4] 钟春云,杨忠钰.“非遗+”探索广西乡村振兴新路径[J].当代广西,2021(7):44-45.
- [5] 杨伟军.柳州螺蛳粉的生产工艺技术研究[J].食品工业,2017(8):80-83.
- [6] 李斌.抓住小题材讲好小故事成就大产业——新闻报道助推柳州螺蛳粉成为“网红”[J].新闻战线,2017(7):71-72.