

节日的“相遇”:跨文化传播中文化身份的调适与赋魅

——以多国孔子学院节日文化实践为例

许颖 金圣钧 蒋贤成

【摘要】在跨文化传播的实践过程中,通过调适文化身份以促进其他文化群体成员适应、理解中国文化有何困境,又何以可能?研究通过引入身份传播理论创新文化身份研究的路径,对全球14所孔子学院的中方人员以及不同国家的“文化接触者”进行访谈和实践考察。研究发现,以“节日文化”为代表的“文化居间”是跨文化传播研究亟需关注的界域,文化接触者在接触中国节日文化后的身份安全感感知受到身份差距、对话有效性、双文化身份背景等因素影响。进一步看,文化身份理解的困境主要归因于观念边界造就的身份差距,节日文化则通过形构意义共同体和开放对话的方式将身份传播理论框架中的四重身份联结起来,以设置微观叙事、制造文化体验、推动双向融合的方式实现赋魅,推动文化接触者个体文化身份的“唤醒—整合—归属”。

【关键词】跨文化传播;节日传播;国际传播;文化身份;孔子学院

【作者简介】许颖,中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员,西藏民族大学新闻传播学院副院长,中国人民大学新闻学院副教授,电子邮箱:xuyingruc@126.com;金圣钧(通讯作者),中国人民大学新闻学院博士研究生,电子邮箱:rank1jsj2020@ruc.edu.cn;蒋贤成,中国人民大学新闻学院博士研究生,电子邮箱:olivierjiang@163.com。

【原文出处】《国际新闻界》(京),2023.5.27~48

【基金项目】本文系教育部中外语言交流合作中心2020年度国际中文教育重点研究项目“共情传播视野下节日文化传播与国际中文教育融合策略研究”的成果。

在全球化深入发展的背景下,异质文化间的边界渐趋模糊,个体文化身份呈现出去稳定化、混杂化趋势,这一方面加剧了多元文化间的对冲,另一方面也给文化间的理解、互鉴与交融提供了可能。因此,不同文化的“居间”成为跨文化传播研究中须重点关注的界域。节日文化承载着识别文化身份、民族身份的重要功能,笔者认为存在这样一种逻辑:“因为我们庆祝这个节日,所以你我皆是这个国家、这个文化中的一份子”。尽管在民族国家的维度上不同节日的形态各异,但各民族节日皆围绕着家庭生活、追溯传统、纪念先人等共通的价值意义,它们植根于人

类共有的演进历史、制度文明和情感交流。由此,节日作为不同文化间的接触区域与“文化共通性”的联姻得以维系。

如今,跨文化传播的核心困境之一在于传播过程中不同主体间文化身份调适的冲突,而节日通过连接不同文化,在某种程度上可能发挥着联结共有文化身份、弥合文化身份边界的作用。孔子学院作为通过语言教学和开展文化活动进行中国节日文化国际传播的在地主体,选择关照其节日文化实践有利于解答我国跨文化传播中文化身份认同的问题,厘清跨文化传播的现实困境,并构建我国跨文化传

播整体性、前瞻性的实践脉络。

一、相关文献及理论回顾

(一)节日的“共在”及其跨文化相遇

“如果有什么东西同所有的节日经验紧密联结的话,那就是拒绝人与人之间的隔绝状态,节日就是共同性,并且是共同性本身在它的完满形式中的表现。”(伽达默尔,1975/1991:65)因此节日不仅是“被庆祝”的特殊时刻,还是形构“共同性”的“异托邦”空间。这种“共在”体现在时间与空间的缔造中,节日的众多参与者在同一过程中凝集了相似的身份体验和意义归属,也为节日的跨文化相遇赋予了沟通的可能。

从时间的角度看,节日因其时间的特殊属性唤醒对“共有”日常生活的回归。节日打破了日常生活的时间,但同时也与人们的日常生活紧密相连,故而也有学者将节日称之为“时间之外的时间”(Falassi, 1987:240-242)。米哈伊尔·巴赫金(Mikhail Bakhtin)在关于中世纪狂欢节的研究中认为,节日本是周期性的、是围绕农业生产和劳动的时刻,而在现代性和制度化的秩序下,周期性的时间为线性的时间取代,节日因而被框定为过时的和颠覆性的(转引自 Islam et al., 2008)。因此,早期关于节日文化的讨论和研究,包括而后20世纪兴起的,描述节日如何用于批判消费资本主义和物质主义的“反文化狂欢”(Anderton, 2008),都在试图通过节日唤醒共有的、田园牧歌式的、以及在那个时代非主流的“被拒绝的知识”(Partridge, 2006),即对日常生活本身的回归。

从空间的角度看,节日通过仪式空间统合地点与景观,经由各种身体活动、宗教仪式实现集体感、平等感和身份认同。传统媒介时代,节日仪式通过“庆祝空间”创造的集体共在,将参与个体凝聚成了如克利福德·格尔茨(Clifford Geertz)所言的“一个超有机的身体”(格尔茨,1973/1999:484-530),这种节日缔造的“社区精神”在更具平等、尊重的人际关系中凝聚身份归属感和文化认同感。电子媒介时代,前后台界限的模糊使得节日空间进入到如戴维·哈维(David Harvey)所言的“时空压缩”之境(哈维,1990/2013:340),将多种文化空间压缩在同一物理空间或虚拟空间内,通过“空间再生产”塑造多元文化、多仪

式场景“共在”的节庆空间体验(晏青,沈成菊,2021)。因此,虽然节日是以定期重返(wiederkehr)的方式被庆祝的,但这种重返有别于重复,它不只包含回顾,也蕴涵着变迁(刘广伟,单世联,2019)。

那么,当多元节日相遇,其在产生“碰撞”的基础上不可避免地使文化边界感的体会更为清晰。节日相遇后产生边界的原因,主要在于我们预设了他者文化中的面孔、身体、时间和空间(Koefoed, de Neergaard & Simonsen, 2022),受到地域历史文化、社会话语和殖民想象等因素影响。不过,这种边界感亦可通过特定的节日事件来调节,节日事件通过感官编排使得人们关于节日的跨文化体验集中在有限的时间和地点内,形成了一种经由多种感官创造的“节日戏剧”(Ryan & Wollan, 2013)。在历史的、情感的界限之上,节日相较于其他文化符号更具一种传播者和文化接触者之间的“文化共享性”(吴瑛, 2013:26),当不同节日跨文化相遇后,节日一方面成为同一文化内部建立和维护身份认同的重要途径,另一方面也成为不同文化群体间感知文化差异、体验“边界感”的文化媒介,形构了节日之于跨文化交流互动的可能。由此,节日与身份认同间的复杂关系需要我们从文化身份的视角思考节日的跨文化传播。

(二)全球化视野下的文化身份与身份传播理论的引入

对于文化身份(cultural identity)的系统研究可以追溯至爱利克·埃里克森(Erik. H. Erikson)的理论工作,埃里克森将身份的发展过程描述为个人和群体两种身份合二为一的过程,并将文化身份置于个体身份的核心和不同个体“共同文化”的核心(Erikson, 1968:30-34)。跨文化交际学者 Mary Fong 给文化身份下了较为具体的定义:文化身份是一种社会建构,是一种对所在群体中具有共同意义的语言符号系统和非语言行为系统的认同,即一种享有共同文化、历史、语言的行为规范和群体归属感(Fong, 2004:6)。斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)则在此基础上指出了文化身份的集体性和不稳定性,这种观点与不同领域学者的观点相契合,并得到了不同程度的延展(霍尔,1989/2000:208-223)。

“Cultural Identity”一词中,identity拥有“身份”和“认同”两层含义,因此“Cultural Identity”可被翻译为文化身份认同、文化身份或文化认同。在不同研究领域,该概念的阐释有不同侧重。社会心理学领域的研究更多注重“认同”的阐释, Henri Tajfel 和 John Turner 在最简群体范式研究的基础上提出了社会认同理论(social identity theory),并区分了个体认同和社会认同,以解释群体间行为和群际关系中社会认同产生的基本过程(Tajfel & Turner, 1986: 7-23)。研究者在后续研究中发现,文化身份认同被视为一种自我调节的社会心理结构发挥作用,即个体身份自我定义和自我表达的一部分(Turner et al, 1987: 10-45)。在社会学研究中,identity 更侧重“身份”的阐释,将文化身份视为一种群体的和关系的融合性范畴,强调与人们在社会中扮演的行为角色相关的身份的结构(Hogg et al, 1995)。在后现代主义文化研究中,相关研究注重阐释文化身份形成的关系范畴。霍尔在其著作《族性:身份和差异》(Ethnicity: Identity and Difference)中提到身份是经由差异构建的,是一种在特定历史条件下开放延异的、等待被连接的、去本质主义的“未完成”状态(Hall, 1996: 339-351);霍米·巴巴(Homi K. Bhabha)则从“混杂体”(hybridity)的概念切入,指涉一种诞生于不同文化相交“居间”(in-between)中的混杂文化身份(Bhabha, 1994: 19-65)。最后,在跨文化研究中,相关研究更多关注文化身份认同在心理层面和行为层面的适应过程,即文化身份如何安全度过排异期,最终被目标文化吸收的过程,如丁允珠从“协商”的视角出发,提出身份协商理论(identity negotiation theory)^①,以关注如何塑造、维系和修正个体身份同跨文化交际环境的关系(Ting-Toomey, 2005: 211-225)。

进一步从相关实证研究中看,关于文化身份的研究大致遵循同化主义、多元主义、融合主义和分离主义四种研究取向。同化主义的观点呼吁外来民族或少数民族文化间的趋同化融合,以形成一个社会性的、整体的思想和实践系统。诸如 Joseph A. Page 对在巴西的日本人及其子女的研究(Page, 1994)、Michael Lind 对美国的欧洲移民群体考察的代际研究和移民研究(Lind, 1995: 47-65)等;分离主义则诸如 Young

Yun Kim 的种族间交流研究,确定了身份包容性、排他性以及身份安全性、不安全性对于跨文化/种族间传播过程中的分离行为和关联行为(Kim, 2005: 323-349)。多元主义与融合主义的混合以“双文化身份”(dual cultural identities)的相关研究为代表,研究者通过对“第二居所”个体“家文化的身份认同”(home-identity)和“在地文化的身份认同”(host-identity)的测量比较,发现强烈的单方面文化身份认同可能会成为阻碍跨文化传播有效性的不利因素(Benet-Martínez et al., 2002)。

笔者认为,跨文化语境下需要更多关注“Cultural Identity”作为“文化身份”如何调适从属文化群体同其他文化群体的交际过程,以及如何在与“他者”的互动中维系认同。换言之,文化身份的形成、维系以及变化重构的过程亦可以理解为传播的过程。但是,目前的文化身份研究尚未从传播的视角形成较为成熟且体系化的理论框架。基于此,笔者尝试引入迈克尔·赫克特(Michael Hecht)的身份传播理论(communication theory of identity, CTI)(Hecht et al., 2003: 211-242)以支撑对文化身份的分析。

选择该理论视角的原因有二。其一,CTI 属于跨文化传播研究学科范式中诠释学派的理论建构,相较于跨文化研究中的批判学派和社会科学实证研究,其理论建构更接近身份原本的复杂性(董海滨, 2016),这种复杂性也为上文提及的节日与身份认同间的复杂关系提供了阐释的可能。批判学派对于身份的研究在一定程度上处于一种分裂主义的意识形态立场,在强调主导/霸权意识形态结构及其对边缘群体和少数民族裔的同化主义之外很少关注身份的个体差异及选择性适应的可能性(Kim, 2007);诠释学派的理论,诸如 CTI 则更强调传播的作用,Hecht 等人将重点放在身份传播行为之上,注重身份的动态变化及其演绎过程中自我和社会环境的互动(董海滨, 2016)。其二,CTI 将个人和社会关系作为身份的场所,并假设身份是由个人的、社会的和群体的属性组成的,这些属性皆为持久的、变化的。因此,CTI 的理论框架主要由四方面构成:个体的(individual)、扮演的(enacted)、关系的(relational)、群体的(communal)^②, 包罗并拓展了上文文化身份研究涉及的几个主要维

度,本文尝试使用身份传播理论框架结合对研究材料的阐释构建后文的分析框架。最后,传播研究和身份研究目前处于较为分离的状态,对身份建构和媒介社会文化影响的分析在一定程度上是相互独立的,尚缺乏将身份研究的社会文化视角同传播相联系的理论尝试(Seibel, 2019)。

综合上述文献和理论的总结讨论,本文尝试回答以下研究问题:

1. 以节日文化传播为例,影响文化接触者调适自身文化身份、适应跨文化对话的主要因素有哪些?
2. 通过节日文化传播实现跨文化身份认同的现实困境有哪些,是否有突破困境的可能?
3. 基于不同节日文化的共通性或差异,传播者主要通过哪些路径“赋魅”双方的文化身份,推动跨文化双方的文化身份在协商或融合中走向认同?

二、研究设计

(一)研究对象

孔子学院肩负着向世界推广汉语、加强中国同世界各国文化交流的责任,包含教育、文化传播、文化外交、社会公共服务等功能(赵成新, 2020),其教学和传播的过程离不开以“节日”为代表的文化媒介,因此具有作为跨文化节日传播实践主体的合法性。孔子学院一般兼设中外两方院长,其中中方院长一般承担汉语教学、教师管理、文化活动统筹、跨国交流等主要工作,其对跨文化传播过程中文化身份调适的感知相较于外方院长更为深刻。因此,从跨文化传播实践主体的角度,本研究在世界范围内选取汉语教学开展情况较好、文化活动开展较为丰富的

孔子学院中方院长、教师作为研究对象。

此外,从文化接触者的角度,本研究亦选取节日文化活动的参与者作为研究对象,此类研究对象主要由各国孔子学院的学生组成,同时有小部分参与对象为曾参加过或从事与中国相关的工作、较为熟悉中国节日文化的国际人士。相较于一般的海外人士而言,他们对中国节日文化有更为直接的参与感受,其对于中国文化在其所在国家传播状况的敏锐度和捕捉力更强。

(二)面向海外孔子学院学生的预调查及跟踪访谈

本文主要通过半结构化访谈的质化研究方法开展研究。不过,由于这一研究领域的基础文献相对缺乏,面向中国节日文化语境的实证研究更是少之又少,研究者为了更清晰地勾勒研究问题,在开展正式研究前首先对 109 位孔子学院学生进行了问卷调查(人口学信息见表 1),以初步了解有哪些因素可能影响文化接触者调适自身文化身份、适应跨文化对话,为访谈问题的设计奠定基础。调查问卷中采用了部分定量的设计,如通过赋分的方式调查中国节日与其他国家节日相通性、对中国文化的接受程度和参与中国节日活动后的印象和感受等问题。

在调查过后,有 27 位参与者愿意接受跟踪调查(详见下页表 2)。由于新冠肺炎疫情和参与者工作性质的原因,本研究以跟踪问卷的方式,主要通过设置主观题开展文字访谈,实施跟踪调查,并在与调查对象充分沟通后框定了每一题的最低填写字数,以更充分地获取研究材料。根据问卷星平台的统计,调查对象的问卷填写时间位于 11 分钟至 60 分钟之间,

表 1 109 位海外调查对象人口统计学信息

变量名称	类别	占比	变量名称	类别	占比
性别	男	49.54%	教育程度	高中及以下	5.51%
	女	50.46%		技术学校	8.25%
年龄	18 岁及以下	1.83%		学士	44.04%
	19 ~ 25 岁	22.94%	工作职位	硕士及以上	42.20%
	26 ~ 29 岁	18.34%		普通员工	13.76%
	30 ~ 39 岁	35.78%		基层管理人员	10.09%
	40 ~ 49 岁	13.76%		中层管理人员	37.61%
	50 ~ 59 岁	4.59%		高层管理人员	14.69%
	60 岁及以上	2.76%		目前无固定工作	23.85%

表2

海外跟踪调查对象信息

调查对象代码	所属国家	调查对象代码	所属国家
202206A1	意大利	202206A15	英国
202206A2	加拿大	202206A16	塞内加尔
202206A3	意大利	202206A17	美国
202206A4	意大利	202206A18	俄罗斯
202206A5	意大利	202206A19	巴基斯坦
202206A6	埃及	202206A20	巴基斯坦
202206A7	德国	202206A21	阿富汗
202206A8	秘鲁	202209A22	斯里兰卡
202206A9	德国	202209A23	尼日利亚
202206A10	意大利	202209A24	孟加拉国
202206A11	尼泊尔	202209A25	印度
202206A12	尼泊尔	202209A26	意大利
202206A13	巴基斯坦	202209A27	意大利
202206A14	孟加拉国		

注:调查对象代码由“调查时间+调查对象编号”构成。

最终获得了包含6404英文单词的文字材料。

需要强调的是,本研究整体上仍遵循定性的研究设计。在后文的质化研究中,问卷调查的统计结果亦会作为定性的认识使用,即将其作为依据,来对调查对象的共性进行陈述式的判断和整合(潘绥铭,黄盈盈,王东,2011:444)。

(三)面向孔子学院中方人员的半结构化访谈

在基于预调查和跟踪调查的结果制定了访谈提纲后,选取了来自全球共15所孔子学院的院长和教师作为研究对象(详见表3),于2021年6月至2022年10月陆续开展半结构化访谈。其中,表1、2中的文化接触者均来自15位受访者所属的孔子学院。由于

表3

各国孔子学院受访对象信息

受访者代码	受访者孔子学院所在大洲	职务	访谈时间
202106B1	欧洲	中方院长	2021年6月
202106B2	拉丁美洲		2021年6月
202106B3	欧洲		2021年6月
202106B4	亚洲		2021年6月
202106B5	拉丁美洲		2021年6月
202107B6	非洲		2021年7月
202107B7	亚洲		2021年7月
202107B8	大洋洲	中方教师	2021年7月
202108B9	拉丁美洲	中方院长	2021年8月
202110B10	欧洲		2021年10月
202110B11	亚洲		2021年10月
202204B12	北美洲		2022年4月
202205B13	欧洲		2022年5月
202205B14	欧洲	外方院长	2022年5月
202210B15	欧洲		2022年10月

新冠肺炎疫情、地理距离和孔子学院开学时间影响,本研究通过线上视频访谈的形式对13位受访者进行了访谈,对2位受访者进行了线下访谈(完成派出任务回到中国),访谈时间为60分钟至110分钟不等。

根据预调查和跟踪访谈的结果,研究者发现身份差距、对话有效性、认可节日共通性的程度以及是否为双文化身份背景在不同程度上影响文化接触者对自身文化身份的调适。因此访谈问题的设置,主要包括中国节日文化活动的设计与开展、节日文化教学、同当地节日共通性、当地文化形态、当地人和孔子学院学生对中国文化接受情况等问题。

三、文化身份的隔阂:观念边界与身份差距的调适之困

本研究发现,尽管部分个体抱着汉语学习的目的来到孔子学院,但其对于中国文化的理解和认知仍难以突破“身份差距”感带来的观念边界,成为以节日文化为代表的中国文化在国际传播中的隔阂因素。

(一)检视外来文化:空缺的价值观与身份交流的有限性

价值体系作为外在因素广泛地影响着身份差距的形成,主要体现于检视外来文化的“态度”。在部分欧洲国家,当地人对于以“民主”为代表的价值观理解和中国人有较大的分歧,也可称为一种价值观领域的空缺。“他们认为,中国的大学可能是为人民和国家开放发展服务的,但他们自己大学的使命就是科学和教育。”(202205B13)这种价值观空缺导致的认知错位客观上使得部分学习者更加重视汉语教育本身,接触和了解中华文化的意愿则并非积极主动,对中国节日文化的认知产生了一种“自然而然”的边界感。因此对于文化接触者而言,参与中国节日文化活动本质上是满足个体寻求知识补充、文化体验的应激性心理需求,其不会超出“既有”价值判断的限度,更不会以破坏内在自我的身份统一性和既有的意义阐释环境为代价,因此需要具有一定交际性和情感性的文化符号作为引导。

对于文化价值观和政治意识形态分歧明显的国家而言,身份差距的形成是伴随文化交流的过程随即产生的,内化于个体的价值体系对冲之中,例如:

“R国企业文化很突出,在孔院,我们和学生是服务和被服务者的关系,缺少人情味”(202107B8)。对于文化模式较为多元的国家,身份认同则更多地受到特定社会情境、政治感召力的影响,“大多数G国人不喜欢谈论中国,因为他们认为中国是西方民主世界的威胁”(202206A7)。因此综合而言,在跨文化交际中,文化身份除了体现出由自然属性引发的差异,如由生长环境或亲缘传承而得的“既定资赋”,更多地体现为所处文化自身的内在属性显现出的身份特征,其核心是以形成内在自我为原点,对自身在周遭社会关系中的位置和所扮演的角色加以判断,无关个体利益,而是一种以价值体系和文化形态为基础的社会建构。

(二)止于理解文化:“阐释”之困与文化身份的具性

从符号学的角度而言,文化身份只有“被阐释”才有其意义,而在跨文化传播中,这种意义则更多地由语言符号意指。诚然,“语言壁垒”作为跨文化传播中的重要影响因素是广为熟知的,但正是这种“显而易见”一定程度上导致了跨文化研究对于这些基础问题的关注反而浅薄,更多集中于对某些潜在因素和复杂现象的纠缠。

表4显示,相较于其他路径,“汉语课程”仍被认为是提升对中华文化接受程度的最有效方式。从语言与文化身份形成的关系而言,语言对于文化身份的塑造更明晰地体现在民族身份之中。民族特有的语言体系是历史和文化共同体形构的根基,亦是区别于其他民族、识别个体文化归属的标识,这就使得真正能够契合民族认同想象的语言与更为复杂的文化符码相交织。因此,不同于“交流表达”层级的语言能力,只有掌握语言体系背后植根的历史脉络甚至旅居当地,才能深入地理解文化。如今,汉语学习

表4 提升对中国文化的接受程度和理解程度的方式

	百分比
线上文化课程	63.3%
汉语课程	77.6%
线下艺术类文化活动	61.2%
线下体验类文化活动	65.3%
其他	8.2%

的规模不断扩大,如在东亚J国,汉语已经成为第二大外语,学习汉语、了解中华文化对于J国人而言已经成为一项重要优势,并已在当地形成“青年群体重视汉语的应用价值,中老年群体中汉语学习和文化学习并重”之势(202110B11)。但是,对于中国文化的理解却需要更高等级的汉语水平,仅有一小部分汉语学习者能够达到这种水平。“从纯粹语言教学的角度看,一些传统文化涉及的词汇并非基础或常用词汇,初级汉语教学并不适合融入节日文化。”(202107B8)

我们可以发现,跨文化交际中的语言习得本质上以工具性为主,这也在某种程度上使得文化身份是“工具主义”的,形成于对特定情境的策略性反应和理性选择(杨福泉,2013)。文化接触者身份观念边界的形成受到汉语国际化和在地化程度的影响,当汉语在当地的政治和经济功能能够使之更充分地融入“在地社会化”的过程之中,由在地文化符号意指的文化身份更易发生断裂,中国文化方能得到阐释并形成暂时的“意义定位”,这种由社会化过程维系的观念边界和自我归属心理或能得到更大程度的解放。但由于文化身份的工具主义本质,这种“意义定位”更多流于准社会交往的层面,因此常常“止于理解”,客观上绵延了跨文化交际中身份差距背后的“阐释之困”。

四、调和文化身份差距的可能:节日的“阐释”与有效对话的构建

打破认知边界、调和身份差距是否可能?根据调查结果,在文化意义层面,中国节日与其他文化节日产生共通性的可能性最高(见表5);在节日习俗及活动方面,这种共通性也有所体现。本部分以中国的春节和端午节为例,阐释通过节日构建跨文化有效对话、调和身份差距如何可能。

表5 中国节日与其他国家节日相通性的调查结果

	平均得分(被调查者评分区间为1-7分)
起源和传说	4.23
节日的意义内涵	5.20
庆祝仪式	4.88
文化习俗活动	5.00
文化传统	4.04

(一)找寻“相通”身份:作为“文化交点”的节日及其“意义共同体”形构

人类对于美好事物和美好生活的向往彼此相通,节日则作为承载人类祝福和向往的意义载体在一定程度上成为不同文化间的交点,赋予了不同文化在“间质空间”中形成意义共同体的可能。

中国春节以家、团聚、祝福、纪念为核心意旨,以历法时节为纽带,与之寓意相近的节日不难在其他文化中寻得,尤其对于地理距离相近、文明起源近似的国家。在巴基斯坦开斋节期间,“大部分的人从城市回到家乡与家人团聚,享受传统食物”(202206A19),尼泊尔同样有如中国清明节一样纪念祖先的节日(202206A11)。尽管有宗教背景的差异,对于起源于同类型文明的国家而言,节日的意义共同体很难为文化边界所禁锢,节日的历法和习俗赋予了寻求共通性的可能。“以色列光明节的时间与我们春节的时间相近,在节日的第一天晚上,他们也要举行正式而盛大的晚宴;五旬节是犹太人庆祝丰收的季节,与我们端午节的早期传说有相似之处。”(202107B7)

犹太文明中对时间的计算同中华文明一样采用阴阳合历的历法系统,在庆祝光明节时,需点亮烛台、共唱赞美歌并朗读《圣经》,节日第一天的晚宴要吃特有的油炸圆饼、玩特有的棋牌游戏,犹太家庭中的孩子也会收到长辈们的礼物。虽然光明节同春节的文化背景不同,但在节日仪式和庆祝方式上却不乏相通之处,因此当地孔子学院会在光明节期间将有关春节的庆祝活动一同开展,以此调动当地人更广泛的参与。究其本质,以光明节为代表的部分亚洲国家节日同春节近似,归属于以集体主义、高权力距离为特征的文化价值维度,即强调家族认同、尊重社会关系差异和社会伦理。这些内涵通过仪式化、习俗化的节日表征在历法、时间、风俗等符号互动中赋予了跨文化身份认同的可能。

可以看到,对于地理距离相近、文明起源近似的国家,节日互动形构的“意义共同体”更多体现在历法、时间与相似风俗的共通;而对于地理距离遥远的国家,这种共通感更多的形成于历史基源和物质性符号的对话过程中。

位于西欧的E国尽管与中国有着相异的西方价

值体系,但却有着一部反抗压迫、呼唤和平的、以“苦难史”著称的“移民史”,其经历与中国曾沦为半殖民地的历史相通。与中华民族强烈的爱国主义情怀相似,E国的侨民社群对其母国持有非常高的认同感。因此,这种由历史基源造就的相通的“文化性格”使得当地人更愿意接受外来文化交流、接触以团聚和民族情怀为核心的中国节日活动。相较于其他西方国家,E国对春节活动的参与程度更高。“这里的人是西方少有的愿意主动同外国人交流的人民,在市政厅、华人社区和当地企业的支持下,春晚活动每年都会吸引2000多人参加,政商界名人,如总统也会受邀出席。”(202110B10)

作为一种催生庆祝活动的行为体系,不同节日首先通过整合“地方性”的物质资源和历史文化资源转化为精神资源,在对话中传达出一种“世界性”的共通感知;接着,节日通过“消除”时间感营造出一种共时性体验。人们的感受在一个被节日时间和仪式赋予的“意义共同体”中同步、同时地呈现。由此,无论是同属于农耕文化的邻邦,还是文明相异的遥远国度,节日文化中的“共通意义空间”可以经由相通的时间历法、民族观念、历史基源、文化情结等因素阐释为相异但却共通的“节日意义”,进而在节庆活动中,增进了形构意义共同体、推动文化身份对话的可能。

(二)坦诚“差异”身份:全球化的文化身份与开放型对话的形成

随着互联网社会和全球化的深入发展,世界上相当一部分人形成了一种“双文化身份”,他们的身份一部分植根于其所属的当地文化,另一部分则源于他们对自己与全球文化的关系的认识,体现出文化身份的“全球化”趋势。本研究中,约55.1%的研究对象拥有“双文化身份”,相较于其他单文化个体而言,双文化个体在生活中形成了更好的跨文化适应能力。

I国每年有大量周边国家的移民涌入,当地孔子学院每年举办的节日文化活动中,除了春节活动最受欢迎外,端午节活动也同样受欢迎。“疫情之前的几年,总领馆每年在端午节都会举办龙舟赛,虽然端午节与当地文化完全不同,但特别受欢迎。”(202106B1)

对于具有复合文化身份背景的人群而言,他们在一定程度上更倾向于将他者文化当作当地文化与全球文化要素“习以为常”的交流过程。近年来,英国移民数量净增创历史新高,英国孔子学院节日文化活动亦渐趋丰富。B3谈到,疫情以来,其所在孔子学院每年都会举办网络春晚。节目除了中国人的表演之外还包括英国当地艺术家和其他汉语学习者的表演,春节活动还会设置“新年肖绘”比赛(绘制本年度生肖),于市政厅宴会厅展出优秀作品(202106B3)。

一方面,春节活动多以艺术类展演、文化吃食等熟悉的、通俗化的体验形式为载体,而多元文化互动的社会背景必然会让那些具有世界性和普世性的元素更容易被接受,进而通过集体性的文化共享推动个体身份去中心化。另一方面,文化接触本身也是一种知识性行为,全球化也催生着知识层面身份对话的去边界化,进而成为调和文化差距的方式之一。此处提及的欧洲国家文化接触者普遍知识素养较高,参与汉语学习和文化活动的氛围良好,“他们非常渴望知识、尊重知识”(202110B10),而移民文化和双文化身份背景亦提供了混杂、多元的文化认知环境,在接触春节或端午节活动时,参与者并非将文化比较和身份隐藏置于外显性的行为认知中。

随着全球化的深入发展,越来越多的生活形式和文化符号也随世界主义的潮流被纳入不同的节日文化。世界主义可以被理解为一套寻求和重视文化差异以及开放性的实践(Bennett & Woodward, 2016: 25-40),“坦诚差异”其实也同“寻求共通”一般,是一种不断更新节日文化意义的开放性机制,由此形构的多重节日空间的身份感知和共时性体验赋予了节日跨文化对话与理解的可能性。

五、文化身份“去边界化”的可能路径:基于节日文化实践的共识塑造与身份赋魅

由前文可知,文化接触者的文化身份认同受到个体身份构成、历史文化背景、文明起源、社会意识形态等复杂因素的影响。从身份传播的理论维度考量,这也证明了个体身份、演绎身份、群体身份和关系身份在跨文化交际中是相互联系的,不应将其分离考量。基于此,研究者以西欧、拉美两个文化区的节日文化实践为例,尝试讨论文化身份“去边界化”

的可能路径,发现身份“唤醒—整合—归属”策略发挥了关键作用。

(一)个体身份统合演绎身份:微观文化叙事唤醒隐藏身份的双重路径

对于文化传播者而言,微观叙事策略是采取一种无限贴近于日常生活的方式,通过情感、物件、现象的互动驱散宏观文化差异带来的冲击感,从而将文化接触者身份边界经历的外部刺激“自然化”,选择将自身演绎为文化接纳者的身份角色。

微观叙事的第一重路径是唤醒共性身份的认知,通过寻找微观传播载体的共性推动文化边界的暂时性开放。以拉美国家为例,受到历史上华工移民的影响,在秘鲁、阿根廷等国家有相当一部分当地居民有华人血统,因而对于中国文化的认可度较高,而南美当地的传统食物乌米塔(Humitas)在外观上与粽子大同小异,籍由此,粽子文化在端午节系列文化活动的开展中得到了广泛传播。

在全球化、宗教世俗化和消费主义并行的时代,节日的纪念意义渐趋淡化,通过重构节庆空间为世界重新赋魅的必要性与日俱增。因此,还需要重视以“他本位”为核心的本土节日微观叙事,在当地节庆空间的参与和再造中达成身份认同。“每一年的城市建设纪念日全市都会放假,每个单位组织花车参加‘花车游’。我们每年也会主动参加这项活动,同时在我们花车的设计上融入中国元素,中国老师们也会跳中国舞。”(202108B9)

就节日生活的构成方式而言,同一节庆空间中首先被感知的是一种经由人与人之间共同情感、心理等“同时性”体验而产生的“同感”(刘彦顺,2019)。中国舞和中国花车营造的叙事首先被同步、同时地演绎为节庆的共同参与者,在此之下,微观叙事引发的边界流动性创造了独特的空间配置,使得既有的“节日的文化化”转换为本土与全球范围内“文化的节日化”。

微观叙事的第二重路径是注重相异之处的“双向”微观阐释,通过对微观符码意义的接纳获取同更高层次文化的沟通意愿,以逐渐解放文化接触者对外来文化的身份隐藏。一方面,通过具象的文化符号,诸如灯笼、熊猫、汉字(倒“福”)等节日符码是一种

惯常的微观叙事方式;另一方面,双向阐释,即文化传播者自身同文化接触者的身份交流亦是一种重要的微观叙事方式。A2谈到,她曾经上课时看到当地学生共同分享一壶马黛茶,于是自己买了很多马黛茶和茶杯,在办公室和老师们一起分享,以此拉近同当地人的距离(202206A2)。可以看到,文化传播者通过微观叙事演绎文化身份能够获得有效的在地认同,那么其反过来引介自身文化时,当地人也会更容易演绎出相应的文化接纳者的角色、并重设文化身份的边界。

(二)个体身份统合群体身份:物质性文化体验推动群体身份整合

节日作为不同文化杂糅的交点赋予了弥合不同文化主体间身份差距和跨文化交流互鉴的可能。不过,文化“杂糅”本身并非是常态化的,因为差异本身是客观存在的。由此,塑造文化身份认同并非以差异之名行抹除差异之实,其更近似于在寻求一种不稳定的平衡中塑造一种不断缝合新故事、不断产生新碰撞的身份整合。

据表6可知,自身兴趣仍是人们选择参加中国节日文化活动的主要原因。因此,如何设计并调动参与者的参与兴趣和参与动机更为重要。一种有效的文化传播方式即为创造具象的物质性文化体验,通过带动当地参与者亲身体验中国文化活动,营造身体、感官的和情感的共同体验,推动个体文化身份与群体文化身份的整合。

表6 参加中国节日文化活动的原因

	平均得分(被调查者评分区间为1-7分)
个人兴趣	6.08
从家人朋友处得知	5.10
日常生活中的宣传	4.92
工作需要	3.73

以欧洲几国孔子学院的春节活动为例,体验民俗、品尝食物、制作纪念品等方式已经较为常见;而结合当地文化环境,将当地文化符码同标识性的中国文化物件相结合的体验方式,能够更有效地调动在地文化记忆与文化接触者之间的情感张力。在位于高纬度冰雪文化地区的F国,当地春节庙会活动中,孔子学院主办方通过打造“生肖冰雕”的景观,引发了当地参与者火热的拍照打卡。我们可以发现,

节日本身具有强烈、独特的地方感,其可以通过调动地方记忆实现“空间化的流畅”,同时结合当地文化接触者具象化、诉诸感官的文化感知惯习,营造出了—种通过“节日社交”形构的特定公共领域,推动了一种共时性统合临时性的群体身份确认。

在文化体验的内容之外,诸如博物馆、艺术工厂、剧院等“节日场所”能够更好地与参与者的位置、情感和时间等非物质元素产生互动,形成一种沉浸式的群体文化参与,成为群体身份整合的物质性保障。欧洲后工业文化风靡G国,当地的中国节日活动便尝试与当地艺术工厂以及民俗博物馆合作举行国画画展、与市政府合办大型文化活动,通过规模化的“群体在场”形成群体性的文化身份交流。通过这种方式,在地性的文化记忆为文化接触者提供了一种相熟的意义解码方式,外来文化在地化的意义生产机制得以实时更新。从文化身份调适的角度思考,这种群体性参与通过调动群体归属感的方式重构个体文化身份,更好地消解了个体突破文化边界时产生的身份质疑。群体性文化体验通过具身参与和场所感营造,有效地削弱了文化身份边界开放前的意义扰动感,在“共同意义空间”中不断缝合新文化叙事(沈悦,金圣钧,2023),推动了个体文化身份与群体文化身份的统合。

(三)个体身份统合关系身份:节日互动的“双向融合”凝聚他者化身份归属

在一系列文化形式中,始终存在—种“融合”的动态,即可以批判性或选择性地从主流文化的符码中挪用元素,并将其“克里奥尔化”(creolization)^③。从文化身份层面而言,身份融合并非旨在形成—种颠

覆性的混同力量,而是通过行为层面的双向交流,达成—种关系层面的社会资本桥接,促成两种文化双向的融合性理解。

首先,“双向融合”通过挪用和接合转换为桥接型社会资本,推动外来文化的本地化理解。英国M大学孔子学院在疫情期间,将摄影比赛活动的“英国人旅居中国”主题更换为“中国留学生眼中的英国”,妥善地桥接了两国参与者的视野,形成了良性的双向人文互动。同时,在中秋节活动中挪用英国当地风靡的“酒吧竞猜”文化,由英国本土教师亲自设计节日文化竞猜活动,获得了广泛的在线参与。

本土老师设计竞猜题目的时候主要考虑到两点。—是参与者及其社会环境。2020年正是英国居家隔离时期,在线竞猜非常受欢迎,她自己和家人也参加了此类活动。二是需要有文化延伸。题目设计思路由中国到英国、欧洲、世界,添加时下热点,新鲜又耳熟能详的问题都可以让他们产生兴趣和信心。(202205B14)

如表7,竞猜题目中,文化型的问题占比相对较大(约60%),其中与社交关系相关的问题数目过半,在与中秋相关的题目外,还设置了中国流行文化与世界流行文化两类能够形成文化对话的题目。可以看到,将中秋文化融入本地流行文化、并接合世界流行文化的过程既是将自身融入当地社群关系的过程,同时也是调适“我们”与当地人的关系以创造“新身份”的过程。在跨文化交流中,文化身份差距的弥合需要在同当地人的关系建构与情感互动中实现,而“旧瓶装新酒”不失为—种简单却有效的双向融合方式。在合理的文化形式拼合中,将当地群体中“结

表7 西欧U国孔子学院中秋节问答活动竞猜题目

题号	题目主要内容	题目类型	题号	题目主要内容	题目类型
1	中秋节日期	知识型	9	中国数字的吉凶	文化型
2	中秋节起源	知识型	10	会面礼仪	文化型
3	月饼的功能	知识型	11	网络流行语	文化型
4	中秋节社交礼仪	文化型	12	赠礼礼仪	文化型
5	中秋节活动	知识型	13	生日饮食文化	文化型
6	月亮的象征	文化型	14	待客礼仪	文化型
7	十二生肖	知识型	15	情侣关系文化	文化型
8	中国植物物种	知识型			

合型”的社会资本,即对同质群体中人与人关系的重视转化为一种拥有桥接不同群体功能的社会资本,达成了个体与外来文化间关系身份的统合。

其次,“双向融合”通过塑造去边界的想象性关联,唤醒基于文化共同体的情感回应。既有研究对于节日的关注更多地以研究对象所处的社会背景作为严格的界限,强调封闭空间、限定时间、本土社会参与者以及具有内部制度性特征的节日仪式,鲜有将节日置于一个流动、开放的文化背景之下。一方面,这种唤醒共性身份的双向融合体现于不同文化历史身份的关系想象。英国孔子学院受访者B14谈到,他们曾经基于莎士比亚和汤显祖四百周年纪念,开展了一场成功的文化巡演活动。莎士比亚和汤显祖,是人类历史在同一时段产生的两位伟大戏剧家。“我们跟他们讲,汤显祖在中国十分近似于你们的莎士比亚,他们就更容易理解了”(202205B14),通过当地人熟知的莎士比亚解释来自中国的汤显祖,更易于从历史身份中直接感知两国文化的关联。另一方面,这种去边界的身份归属亦体现在情感叙事之中,通过文化身份情感意义的抽象建构和具象言说实现文化导引。例如在圣诞节时,在文化活动宣传册上加入圣诞文化元素的标志开展行为层面的双向交流(202106B3);或在向当地人介绍中国文化时,采用共通意义的对照型话语,如“中国也有‘哈德良长城’(Hadrians Wall)”(202210B15)。哈德良长城是当年罗马人修来抵御北部皮克特人之用,通过介绍哈德良长城和中国长城的相似之处可以在唤起当地人身份归属的同时形成一种接近性的文化体验,这种身份的唤醒在某种程度上可以化解认知结构中互有分歧的文化假设,通过形构一种情感性的文化想象形成“临时文化共同体”,增强身份安全感。

六、结语

本研究发现,无论是价值体系层面的文化边界还是后天社会活动中形成的观念边界,个体在文化交流中赋予了一种由价值体系主导、具有工具主义色彩的个体文化身份,同时这种个体文化身份由所属文化之中的群体文化身份所统摄,导致了一种难以个体重新演绎、更难以经由社会关系重塑的孤

立性身份的产生,主要体现为身份安全性、对话有效性的缺乏。

面对该困境,突破身份边界的方式主要遵从寻求共性和坦诚差异两种宏观路径,其核心是通过以节日文化为代表的共通性意义空间,将双方的历史资源、人文传统、仪式内涵相联结,以塑造“意义共同体”的方式求同求通。本文提出了身份“唤醒—整合—归属”的实践路径,分别对应注重微观文化叙事、制造文化体验、推动双向融合的三重路径,以实现文化身份的“赋魅”。在本研究中,节日文化实践体现出了两种趋势,一是通过文化移情跨越边界的可能性,二是“第三文化”作为新文化结构的整合式传播场所。在全球化背景下,文化个体在杂糅文化的形态演变中通过互联网实现平等、互动的文化交流,使得交际双方的文化身份在即时、易达的对照反馈中“相互赋魅”,不断充实到自我的文化认知中。易达性意味着非反思性,也意味着实施判断的主观情感性,文化身份也迅即地在多维的情感交互中呈现出多元融合的“全球化”特征。

由此,本研究认为,身份传播理论中提及的个体的、演绎的、关系的、群体的四重身份框架不应该被割裂看待,而是应在融合中发挥作用。在文化身份“唤醒—整合—归属”路径中,身份“唤醒”对应个体身份与演绎身份的融合,即个体身份随着外来因素介入和时空变化不断演绎新身份;“整合”对应着个体身份与群体身份的融合,即个体身份同文化活动中的群体身份和文化场所产生共鸣,从而调和自身的观念认知;“归属”则对应着个体身份与关系身份的调和,即外来文化在主动开展关系建构和在地化参与的过程中,文化接触者将产生的关系资本转化为能够同在地文化桥接的社会资本,以更好地突破文化边界。

最后,回归至研究范式反思的层面,笔者认为关注诸如节日、租界等具有文化间共性的“接触区域”是本土跨文化传播走出现象对策式、功能主义应用式困局的现实路径。目前,国内跨文化传播研究及国际传播研究具有较强的实用主义及功能主义色彩,脱离了本土实际的历史思想资源和中国文化在海外文化传播中的实际境遇。对于本文研究的“文

化身份”而言,其理论资源虽然主要来自于功能主义理论家霍尔,但霍尔所提出的反本质主义的、动态化的文化身份在如今依然适用。笔者认为,有必要在批判功能主义跨文化传播研究的同时,引介其他学科或范式之下的理论,对功能主义文化理论进行反思或再阐释,以更好地将其置于本土化的跨文化传播研究中。我们需要明晰,对于大部分生长于确定的、单一的文化身份背景的文化群体而言,不安和质疑其实是常态,而人作为一个“开放的系统”,亦拥有通过环境交换信息、与环境共同进化的能力。因此文化身份的交叉与混同并不是一种“自我放弃”,而是指向一种客观的自我生存方式,我们除了关注文化杂糅之于跨文化传播中层理论的挖掘,还要重点关注文化杂糅的过程,即文化行为者个体身份在全球文化环境中不断变动的意义生产过程。^④

注释:

①丁允珠(Stella Ting-Toomey)把“协商”定义为一种交易性的交际过程,个体在跨文化环境中试图维护、界定、修正、挑战和支持自我和他者预期的自我形象。

②个体身份框架指涉对自我形象的认知,即个体如何定义和看待自己;演绎的身份框架指涉如何扮演和表达自己,即身份如何通过我们的角色选择在社会中构建生成;关系身份框架指涉身份如何通过关系创造,即身份如何通过我们与他人的关系构建形成新的身份;群体身份框架指涉身份的群体性特征,即群体归属感和我们从属的群体文化如何影响身份的形成。(Hecht et al., 2003)

③克里奥尔化:指不同种族和文化群体随着时间推移而融合,并产生一些新的不同于其原族群的变化。

④特别鸣谢中国人民大学新闻学院钟新教授及“共情传播视野下节日文化传播与国际中文教育融合策略研究”课题组全体老师同学对本研究的帮助与支持。

参考文献:

[1]戴维·哈维(1990/2013)。《后现代的状况:对文化变迁之缘起的探究》(阎嘉译)。北京:商务印书馆。

[2]董海滨(2016)。复杂视角下的文化身份——跨文化传播学诠释学派文化身份理论。《西北大学学报(哲学社会科学版)》,(6), 156-162。

[3]汉斯—格奥尔格·伽达默尔(1975/1991)。《美的现实性》(张志扬等译)。北京:生活·读书·新知三联书店。

[4]克利福德·格尔茨(1973/1999)。《文化的解释》(韩莉译)。上海:译林出版社。

[5]刘广伟,单世联(2019)。节日的意义在于肯定世界——西方文化理论视角下的阐释。《山东大学学报(哲学社会科学版)》,(1), 44-54。

[6]刘彦顺(2019)。被“事后阐释”虚无化了的“事中”之时一空——依据审美时间哲学对伽达默尔节日论的细读与语法诊断。《西北大学学报(哲学社会科学版)》,(5), 71-79。

[7]潘绥铭,黄盈盈,王东(2011)。《论方法》。北京:中国人民大学出版社。

[8]沈悦,金圣钧(2023)。从软实力到“暖实力”:中国国际传播理念创新的话语、维度与愿景。《东岳论丛》,(2), 62-75。

[9]斯图亚特·霍尔(1989/2000)。文化身份与族裔散居。载罗纲,刘象愚(主编),《文化研究读本》(陈永国译)(第208-223页)。北京:中国社会科学出版社。

[10]吴瑛(2013)。《孔子学院与中国文化的国际传播》。杭州:浙江大学出版社。

[11]晏青,沈成菊(2020)。从空间赋值到关系嵌入:传统节日文化的传播转向。《内蒙古社会科学》,(1), 153-158。

[12]杨福泉(2013)。多元因素影响下的纳族群称谓与认同。《民族研究》,(5), 65-74+125。

[13]赵成新(2020)。“一带一路”视域下孔子学院的功能与实现。《河南大学学报(社会科学版)》,(2), 131-137。

[14]Anderton, C.(2008). Commercializing the carnivalesque: The V festival and image/risk management. *Event Management*, 12(1), 39-51.

[15]Bennett, A., & Woodward, I.(2016). Festival spaces, identity, experience and belonging. In Bennett, A., Woodward, I. S., & Taylor, J.(Eds.). *The Festivalization of Culture*(pp.25-40). New York, NY: Routledge.

[16]Benet- Martínez, V., Leu, J., Lee, E., & Morris, M. W.

(2002). Negotiating biculturalism: Cultural frame switching in biculturals with oppositional versus compatible cultural identities. *Journal of Cross-cultural psychology*, 33(5), 492–516.

[17]Bhabha, H. K.(1994). *The Location of Culture*. London, UK: Routledge.

[18]Erikson, E.(1968). Growth and crises of the healthy personality. In Chiang, H. & Maslow, A.(Eds.). *The Healthy Personality* (pp.30–34). New York, NY: Van Nostrand Reinhold.

[19]Falassi, A.(Ed.)(1987). *Time out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque, NM: University of New Mexico Press.

[20]Fong, M.(2004). Identity and the speech community. In Fong, M. & Chuang, R.(Eds.). *Communicating Ethnic and Cultural Identity*(p.6). Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

[21]Hall, S.(1996). Ethnicity: Identity and difference. In Eley, G. & Suny, R. G.(Eds.). *Becoming National: A Reader*(pp.339–351). New York, NY: Oxford University Press.

[22]Hecht, M. L., Jackson, R. L., II, & Ribeau, S. A.(2003). *African American communication: Exploring Identity and Culture*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

[23]Hogg, M. A., Terry, D. J., & White, K. M.(1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 58(4), 255–269.

[24]Islam, G., Zyphur, M. J., & Boje, D.(2008). Carnival and spectacle in Krewe de Vieux and the Mystic Krewe of Spermes: The mingling of organization and celebration. *Organization Studies*, 29(12), 1565–1589.

[25]Kim, Y.(2005). Association and dissociation: A contextual theory of interethnic communication. In Gudykunst, W.(Ed.). *Theorizing about Intercultural Communication*(pp.323–349). Thousand Oaks, CA: Sage.

[26]Kim, Y.(2007). Ideology, identity, and intercultural com-

munication: An analysis of differing academic conceptions of cultural identity. *Journal of Intercultural Communication Research*, 36(3), 237–253.

[27]Koefoed, L., de Neergaard, M., & Simonsen, K.(2022). Cross-cultural encounters in urban festivals: Between liberation and domination. *Space and Culture*, 25(4), 706–719.

[28]Lind, M.(1995). *The American Nation: The New Nationalism and the Fourth American Revolution*. New York, NY: The Free Press.

[29]Page, J.(1994). Japanese Brazilian style(Photographs by Renato dos Anjos). *Americas*, 46(1), 34–41.

[30]Partridge, C.(2006). The spiritual and the revolutionary: Alternative spirituality, British free festivals, and the emergence of rave culture. *Culture and Religion*, 7(1), 41–60.

[31]Ryan, A., & Wollan, G.(2013). Festivals, landscapes and aesthetic engagement: A phenomenological approach to four Norwegian festivals. *Norsk Geografisk Tidsskrift: Norwegian Journal of Geography*, 67(2), 99–112.

[32]Seibel, B.(2019). *Insta- Identity: The Construction of Identity through Instagram an Extended Literature Review*. Bachelor dissertation, Portland State University, Portland.

[33]Tajfel, H., & Turner, J.(1986). The social identity theory of intergroup behavior. In Worchel, S. & Austin, W.(Eds.). *Psychology of Intergroup Relations*(pp.7–23). Chicago, IL: Nelson-Hall.

[34]Turner, J., Hogg, M., Oakes, P., Reicher, S., & Wetherell, M.(1987). *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*: Oxford, UK: Basil Blackwell.

[35]Ting-Toomey, S.(2005). Identity negotiation theory. In Gudykunst, W. B.(Ed.). *Theorizing about Intercultural Communication*(pp.211–225).Thousand Oaks, CA: Sage Publications.