

中图分类号: G206.3 文献标识码: A 文章编号: 1004-8634(2007)06-0091-(06)

# 以“霍尔模式”解读跨文化交际中的传播与接受

颜静兰

(华东理工大学 外语学院, 上海 200237)

**摘要:** 通过斯图尔特·霍尔所提出的3种假设解码立场,即著名的“霍尔模式”,将研究从原来的大众传媒“电视文本”研究主题推移至跨文化交际过程中广义文本的信息传递与接受,来解读跨文化交际中外来文化习俗传播与接受状况。文章通过选取有代表性的案例进行调查,得出样本信息并加以分析,从而破解跨文化交际中的意义传递在传送者“制码”与接受者“解码”之间的非直线关系。

**关键词:** 霍尔模式;解码;制码;传播;跨文化交际

## 一、引言

在每次跨文化交际过程中都包含着既能促进成功也能导致失败的因素,其中之一就是成见与偏见(stereotype and prejudice)。成见是种特别的编码,它夸张和负面地传达着信息<sup>[1](P228)</sup>,而偏见会使人们对某一人群或事物产生厌恶、怀疑,甚至仇恨。<sup>[1](P56)</sup>人们获得成见和偏见的途径有多种:父母、亲戚、朋友、同事、邻居;或是过于疏浅有限的个体交流;再者就是最具影响力的传播典型的媒介:大众传媒。在被大众媒体浸润的社会里<sup>[2](P210)</sup>,各种正面、积极和负面、消极或歪曲、夸大、丑化等信息和形象成为对阻碍或促进文化交流起着越来越不容忽视的影响因素。

传播学奠基人之一麦克卢汉认为“媒介是社会的先锋”,一切传播媒介都在彻底改造我们,“给我们的生活赋予人为的感知和武断地价值”。<sup>[3](P273-274)</sup>人们与媒介接触的方式是多方面

的,从平面媒体的报纸期刊到立体媒体如电视,从传统的广播到新兴的网络媒体,都有大量听众和读者介入。根据2004年至2005年消费行为与生活形态年鉴调查显示,我国电视的人均每日接触率高达97.22%,报纸为63.41%。<sup>[4]</sup>《2006年中国广播影视发展报告》中说,截至2005年底全国数字电视用户达413万户,比2004年增长3倍多。<sup>[5]</sup>21世纪是数字化的年代,马克·波斯特在他所著的《第二媒介时代》中,将网络视为继报纸、广播和电视后的又一大众媒介,明确指出了网络的出现和发展对媒介乃至整个人类社会巨大的、无可比拟的影响,这些电子媒介的新发展可能会改变我们的交流习惯,并对我们的身份进行深层的重新定位。<sup>[6]</sup>2007年7月,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布的“第20次中国互联网络发展状况统计报告”显示,“截至2007年6月,中国网民总人数达到1.62亿,仅次于美国2.11亿的网民规模,位居世界第二”。<sup>[7](P9)</sup>

媒体的蓬勃兴起对文化的交流与传播以及跨

收稿日期: 2007-08-02

作者简介: 颜静兰(1956-),女,上海人,华东理工大学外国语学院教授,主要从事跨文化交际学和英国文学研究。

文化交际产生的影响非常之大,不少人认为外来文化将通过影视、报刊、网络等多种媒体对中国本土文化产生严重的冲击与影响。文化的影响力不可小觑,中国民众对外来文化产品的免疫力也不可高估,本文以霍尔理论及其模式来探讨和分析在跨文化交际中外来文化习俗的传播与接受状况。

## 二、“霍尔模式”解读

斯图亚特·霍尔(Stuart Hall, 1931 - )是英国文化研究的杰出代表人之一。他的重要贡献是提出了有关编码与解码的理论,认为受众对媒介文化产品的解释与他们在社会结构中的地位和立场相对应。在其文《电视讨论中的编码和译码》(Encoding and Decoding in the Television Discourse, 1973) (后被修改后收入《文化、传媒、语言》(Media, Culture and Society, 1980)中,霍尔对大众传播研究中根据信息流通简单地将传播过程概念化为“发送者 - 信息 - 接收者”的线性特征进行了批判。他把电视话语的生产流通划分为 3 个阶段:“制码阶段,电视话语“意义”的生产,即电视专业工作者对原材料的加工阶段,而加工者的意识形态在这一阶段占主导地位;“成品阶段,“意义”被注入电视成品话语后,赋予电视作品意义的语言和话语规则便占了主导地位;“解码阶段。霍尔指出:“广播的制度结构及其实践和生产网络、它们的构成的关系和技术基础结构,都是制作一个节目所必须的。这里,生产建构了信息。那么,在某种意义上,流通就从这里开始。”<sup>[8]</sup>(P347)霍尔运用符号学和文化霸权理论对“编码”和“解码”进行深入细致地探讨,对承载着意识形态的电视话语的意义流通过程进行全面分析,揭示出在解读环节中受众与主导意义结构进行着争夺霸权的努力。

霍尔把电视看作整个表征系统的一部分,传播实践的“客体”则是意义与讯息,它的形式则为特定类型的符号载体,在一种话语的语义链中,像任何形式的传播或语言一样,通过符码的运作而组织起来。<sup>[9]</sup>(P508)霍尔进而提出了观众解读电视讯息时可能出现三种解码立场,即著名的“霍尔模式”:主导 - 霸权立场,协商立场和对抗立场。

由此三种解码立场而来的信息解读方式相应称为:“优势解读”(或“偏好式解读”)、“协商解读”(或“妥协解读”)与“对抗解读”(或“对立解读”、“抵抗解读”)。霍尔看到了本属于社会学中的帕金模式的延伸能力,将其引用来解释不同阶级的成员如何解码媒介信息。本文则运用霍尔模式来解读跨文化交际过程中对外来信息的不同解码立场以及在其背后发生作用的文化因素。

第一种解码立场:主导 - 霸权立场(Dominant Hegemonic Position)。它设定受众的解码立场和编码者的“专业编码”立场完全一致,这意味着“制码与解码两相和谐,观众‘运作于支配代码之内’”。<sup>[10]</sup>(P159)霍尔把受众的这种解读方式称为“优势解读”,这是理想化的明晰交际模式,即“编码意义结构 1 = 解码意义结构 2”,“在编码与解码实践之间存在着一种富有意义的一致性”。<sup>[11]</sup>(P70)如果把这一解码立场推广至外来大众文化的跨文化传播,那么反映在中国人生活方式中就是“照单全收”的接受态度。例如,据调查,互联网上语言的更新速度及接受普及速度已经超越了任何印刷文本所能波及的影响力。网络语言的流行与普及,把“Internet”、“email”等词带入成百上千万日常生活中,甚至出现在一些从不以英语为主要交流语言的中国百姓的日常表达之中。洋快餐风靡中国,肯德基已在全中国 200 多个城市开设了 1000 多家餐厅,在中国餐饮业遥遥领先。虽然这一现象并不说明十几亿百姓都爱洋快餐,有些人甚至从未听说过,但是这个结果传达给公众的信息是,洋快餐文化在中国已经得到了认同,并被相当一部分所接受并喜爱。

第二种解码立场:协商立场(Negotiated Coded)。霍尔认为,协商式解读中同时包含着相容因素与对抗因素。这种解读既对主导 - 霸权的编码所“给出”的意义保持相当程度的认可,同时又在有限的情境层次上保留自己的权力,从而使讯息中内涵的意义适合于局部的特定情况。这时,“编码意义结构 1”与“解码意义结构 2”既不完全对等,也不完全相反,“观众与支配意识形态始终处于一种充满矛盾的商议过程”。<sup>[10]</sup>(P159)这种既不完全同意又不完全否定的协商立场是大多数受众的解码立场。如果把这一解码立场推广至外来大众文化的跨文化传播中,反映到中国大众

生活方式就表现为“有保留地”接受的态度。例如,据上海本地婚庆市场的一份调查显示,如今新人在结婚仪式上采取中西合璧的形式者超过90%,其最典型的表现形式就是新娘会在拍结婚照时至少选取两套扮相,西式的白色婚纱照,和中式的传统大红色旗袍或其他婚庆装束。多数新郎也相应地着两套装,即西装和传统唐装。但新人中选择在教堂进行婚典人数的比率极低,只有3%左右。另据最新在上海举办的旅游节大狂欢的信息反馈称,相对于300,000名选择观灯的人群而言,仅5000余人选择参加狂欢派对,说明多数人还是表现出“今晚看灯不狂欢”的含蓄姿态。报道说:上海市民显然不习惯用狂欢这种张扬的方式毫无顾忌地表达自己的快乐,因此在从晚上8点到凌晨4点历时8个小时的狂欢节目中,大多数游客都站在一边安安静静地做着看客。主办者称,尽管已尽量调动现场气氛,但仍是旁观的人远超放开投入的参与者。

第三种解码立场:对抗立场 (Oppositional Position)。解码者了解讯息是在什么情况下被编码的,并理解话语赋予的字面意义和内涵意义,但根据自己的个体语境建立新的诠释架构,使解码的结果与编码者所欲传达的意义完全相背,编码者的意识形态被推翻。“意义抗争”力量使“编码意义结构1”与“解码意义结构2”处于相对抗拒的状态。如果把这一解码立场推广至外来大众文化的跨文化传播,那么反映到中国百姓生活方式就表现为“完全排斥”的接受态度。例如,《成长的烦恼》曾经是一部风靡中国的肥皂剧,它给中国观众展示了一种全新的美国家庭教育方式,在中国引发了一场有关“家庭教育”的大讨论。许多家长从中认识到应该多倾听多尊重孩子的意愿,但恐怕鲜有中国家长能够接受剧中的孩子直呼父母、甚至祖父祖母的姓名。又如,在国内大剧院观看表演的观众中极少看见男士身着类似西方惯例的燕尾服,或女士着盛装晚礼服出席的。有关究竟该穿什么进大剧院的讨论曾引起广泛的反响。超过95%以上的绝大多数中国观众表示,愿意着正式的服装出席这类高雅艺术场合,也有人提议着唐装或中山装出席,但几乎无人表示愿意身着西式燕尾服去看演出。大部分人认为,越是庄严的场合越应该选择民族特色服装,而不是在“与

国际接轨”的旗号下,所有的习俗都盲目接轨。

### 三、实例调查与阐释

1980年莫利开始研究英国广播公司(BBC)的晚间新闻节目“举国上下”的观众,研究目标是理解和证明霍尔的制码/解码模式。因莫利的研究严格执行霍尔模式的最初应用领域——电视,与本文的推广研究和应用不同,与本文采用的检验方法也不同,故省略介绍莫利的研究方法。本文将针对上述3种解码立场中的相关分类从各类媒体随机搜索各类案例,从中抽取易归类、数量多、影响明显的案例分类进行检验,从而增强检验结果的可信度。通过比较筛选受外来文化传播的影响最为直接显著的方面,按照生活习俗、语言文字、社会心理、宗教、音乐、禁忌划分为6个受影响面。

通过报刊、影视和网络等媒体作者共搜集了315件有关外来文化影响中国公众生活的报道和相关统计数据。按照“霍尔模式”的3种立场对外来信息编码的“完全接受、部分接受与完全排斥”的不同认同程度,分别设定参数1, 0.5和0。先通过直观的比率计算出六大类别各自的平均认同度,从而排出中国公众对上述六大方面的总体认同度趋势(见表1)。

表1 六大类之认同度趋势

	生活习俗	语言文字	社会心理	宗教	音乐	禁忌
立场1(1.0)	15	53	27	5	40	4
立场2(0.5)	15	27	19	5	20	6
立场3(0.0)	15	20	14	10	10	10
总计(事件数)	45	100	60	20	70	20
平均认同度	0.5	0.665	0.608	0.375	0.714	0.35

根据平均认同度数值,由高到低依次排序为:音乐-语言文字-社会心理-生活习俗-宗教-禁忌。音乐这一元素具有最宽泛的“共享性”,因而最容易跨越国界、跨越民族而被其他文化的人群所接受。语言文字作为跨文化传播和交际的重要工具更容易被使用者接受并采用。社会心理包括信念、社会价值观、社会道德观等,是一种自发的日常经验性文化,反映出一定社会现象及人们在社会生活中的直接需要。社会心理在全球化中

得到进一步开发和提升,公众对外来的文化虽然不会照搬,但是能表示出理解和容忍。生活习俗是人们在长期的共同劳动生活中自然形成的文化规范,不具有很强的约束力,在社会心理对外来事物表现出容忍和理解后,对外来文化进行或多或少、或整体或局部的采纳、兼用。相比之下,宗教是一种深层文化的积淀,虽然它“不过是支配着人们日常生活的外部力量在人们头脑中的幻想的反映,在这种反映中,人间的力量采取了超人间的力量的形式”<sup>[13](P354)</sup>,对各社会成员的影响是长久而深刻的。中国自身的宗教根基深而外来宗教的渗透较少,所以认同度也较低。禁忌是建立在深层文化之上的一种避免非所愿事物或能力发生的一种社会现象和文化现象,也是界定两个不同文化范畴的要素,丝丝渗透在相关群体价值取向、社会性格之中。不同文化各有禁忌,虽无充足的解释但却得到了其社会成员的遵守,稳定而不易互相影响,因而认同度最低。

再通过划分年龄段与性别不同组别对上述排序进行检验。考虑到认知的建立与社会参与的弱化,所选年龄范围从 18 岁至 65 岁,共计人数 100 名,其中男性 57 名,女性 43 名。年龄段依次分为:18~29;30~45;46~55;56~65。测试方法如下,从划分为六大类的 315 件事件中,每次从六大类随机各抽取一件,以每六个分属六大类的事件为一组,测试一位受测者,考察其对不同类别时间的认同度。测试数据如表 2:

表 2 不同年龄段不同性别的平均认同度

认同度	生活习俗	语言文字	社会心理	宗教	音乐	禁忌
18~29岁(25人)	0.608	0.934	0.895	0.121	0.991	0.215
30~45岁(25人)	0.542	0.796	0.627	0.217	0.883	0.198
46~55岁(25人)	0.411	0.485	0.441	0.393	0.482	0.212
56~65岁(25人)	0.376	0.374	0.372	0.541	0.296	0.091
平均认同度	0.484	0.647	0.584	0.318	0.663	0.179
男性平均认同度 (57人)	0.489	0.635	0.572	0.314	0.671	0.175
女性平均认同度 (43人)	0.478	0.663	0.599	0.323	0.652	0.184

从表 2 可以看出,首先,不同性别对这六大类事物的认同度没有显著差异;其次,不同年龄段的受试人群对这六大类事物的认同度有显著差异:其中 18~29 岁和 30~45 岁年龄段的受测者对外来

音乐的接受与认同度明显高于 56~65 岁年龄段的年长者,在学习并运用外语方面,前者也比后者有显著优势。同时,对外来事物,前者比后者在社会心理方面表现出更强烈的接受与包容态度。值得注意的是:46~55 岁和 56~65 岁年龄段的受测者对外来宗教的包容度显著超过了较为年轻的两个年龄段的人群。各个年龄段在对待外来文化禁忌的方面,首次表现出较为接近的测试结果,再次体现出禁忌这一界定不同文化范畴的要素的稳定性。

为了进一步检验上表的置信度,证实随机抽样的公众对以上六大类外来文化的认同度符合正态分布的推测,接下来采用 SPSS 统计方法,对 100 组测试数据进行置信度与差异性分析,见表 3:

表 3 置信度检验

	生活习俗	语言文字	社会心理	宗教	音乐	禁忌
均值	0.48	0.65	0.59	0.32	0.66	0.18
均方差	0.16	0.18	0.17	0.16	0.19	0.14
差异度 $\chi^2$	2.02	1.18	4.44	3.94	1.29	1.24

显著水平  $= 0.05, k = 5 - 2 - 1 = 3$ ,查表  $\chi_{0.05}^2 = 5.99, \chi^2 < \chi_{0.05}^2$ ,由统计结果可知,本次调查所得的统计数据符合正态分布。

霍尔指出,编码和解码的符码之间对称的程度,即人们在交际中“理解”和“误解”的程度取决于制码者与解码者所处位置间建立的对等关系的程度,以及“传播者”与“接收者”之间符码的不对称性。跨文化交际中的误解与不认同产生,除了语言导致的障碍外,由于交际双方各持不同文化背景“参考系统”(frame of reference)<sup>[12]</sup>来参与交际,交际双方缺乏对等性,交际失败是必然的。

第一种“主导-霸权”解码立场与跨文化交际中的“全盘接受”动机分析。其一,时尚化:是指社会的一般倾向,这一倾向看起来似乎是表明不断出现的生活变化,而其根本特质却无任何改变的地方,这正是时尚化社会的问题所在。受众的兴趣点在不断地迁移,周期逐渐缩短,如年轻人趋之若鹜的“与国际潮流”同步的时尚消费。其二,模仿心态:这是属于人本能的潜意识心理,在现今的消费型社会中,大众的价值判断基准由原先的侧重使用价值向侧重形象转移。模仿心态在

受众解读上突出表现为受众判断外来新事物的价值尺度中,侧重形式多于侧重内容。其三,他人引导型受众:其价值观念特征是注重个性与共性的调和,尊崇个人体验,依据自己独特的生活经历来选择价值目标,敢于标新立异;另一方面,他们重视个人选择与社会潮流的协调,在价值实现的过程中,注意参照他人,灵活调整自己的目标和手段。<sup>[13](P65)</sup>

第二种“协商”解码立场与跨文化交际中“有保留地”接受之动机分析。把文化传统与时代变迁的影响相综合,受众成为在赫伯特·马尔库塞“单面人”概念的基础上演化出的“多面人”形象。<sup>[13](P60~66)</sup>在传统和现实混合语境因素和内化的心理因素作用下,受众具有了多重接受心理和行为特征。这是群体影响和个体因素调和冲突的产物,因为中国文化重视群体以及个体对群体的融入,在受众的接受过程中,群体共有的心理因素潜移默化地起着主导作用。传统赋予了受众性格中的主要内在特征,他们在传统、现实和未来的拉锯中否定、接受、推翻、创新。母体文化的潜能是无可限量的,其影响也是全方位的。在根深蒂固的传统力量作用下受众容易有保留地、有安全感地逐渐接受外来文化。

第三种“对抗”解码立场与跨文化交际中“完全排斥”的接受态度之动机分析。电视话语的制码和解码研究表明,无论电视播出什么样的节目,观众读解的意义未必是制作者的初衷。麦克卢汉曾梦想计算机能瞬间将一种代码和语言翻译成任何其他代码或语言。但是这一梦想仍难以实现,虽然五花八门的电子翻译工具如“快译通”、“好易通”、“文曲星”以及网上自动翻译系统和软件不断涌现,但是它们不仅没有取代翻译,而且实际从事翻译的人数却逐年快速增加。据报道,中国国内在册翻译公司近3000家,仅在北京注册的翻译公司2005年底就有400余家。美国政府在20世纪50年代出资数百万美元研制俄语及其他语言的机器翻译系统。经过多年努力,美国国内一些最有才华的语言学家们终于得出这样的结论,唯一既可靠又快捷的翻译器还是人,因为他们精通语言并熟悉所翻译的科目。<sup>[14](P86)</sup>霍尔指出,机器翻译工程之所以失败,“问题不是在语言代码上,而是在语境上。语境承载着的意义的变率。

离开语境,代码只包含部分信息,因而是不完整的。<sup>[14](P86~87)</sup>制约跨文化交际的关键要素是语言与文化语境的差异,不了解中西方语言的特征和文化间的关系,容易对异国文化产生怀疑、抵触,在接受方面设置障碍,在理解方面出现误解、歪解和曲解,因为不熟悉,不安全,从而不自觉地对与母体文化不同的外来文化采取“完全排斥”的态度。

#### 四、结 语

霍尔模式的意义不是由传播者单方面“传递”给受众的,而是由传播者与受众通过“制码/解码”机制而“建构”的。文本解读是一种社会活动,是一种社会谈判过程。这一模式为文化和传媒研究带来了乐观的一面,也为跨文化交际带来积极的作用,因为跨文化交际不是被动地接受,而是有选择性地主动交流。

国外文化产品作为一种外来力量,的确在某种程度上对中国本土文化产生了不小冲击,而且这种情形在近几年愈演愈烈。一方面,大众传媒起着推波助澜的作用;另一方面,国家或民族的文化背景也在其中起着一定作用。在网络时代,本土文化受到外来文化的挑战比以往更加激烈,但是,根深蒂固的文化传统顽强抗争,在外来文化传播和跨文化交际中起着巨大的隐性和显性作用。外来文化的冲击不会在短时间内摧毁传统文化在人们内心深层建筑起来的堤坝,而对外来文化的吸收也会呈现出更加复杂的样式。

罗杰(Everett M. Rogers)在《创新扩散》(Diffusion of Innovations, 1995)中指出了吸收借用外来文化的几大规律:吸收借用具有选择性,价值越大越容易被借用;物质文化的借用先于和多于精神文化的吸收借用;接触的持续时间与密切程度影响吸收借用;“失去平衡”的社会环境促进文化吸收借用;相似的文化背景利于文化吸收借用;某一方面文化的借用吸收会引起连锁反应;吸收借用一般是双向的和不平衡的;对吸收借用来的外来文化重新解释;一种文化的内核不易变迁;技术的变迁先于社会学的和意识形态领域的变迁。<sup>[15]</sup>罗杰针对组织吸收借用外来文化的过程提出了采纳者的5种类型:革新者、先接受者、早期

多数者、后期多数者和落后者,从中可以看出对于外来文化接受与借鉴的不断深入强化是主流趋势。

随着跨文化交际活动的日渐频繁与深入,罗杰所推测的趋势形态正成为现实。无论将视线投向何处,都会发现文化同化与文化多元化正在试图共存,尽管在不少情况下仍遭遇了失败。随着全球化的兴起与推进,文化多元发展面临的问题愈加复杂,使全球化一体化、文化多元化、民族认同多样化三者相互制约、相互影响,从而成为当今时代发展的主题。

#### 参考文献:

- [1] Rogers E. M. & Steinfatt T. M. *Intercultural Communication* [M]. Illinois: Waveland Press, 1999.
- [2] Jandt F. E. *Intercultural Communication* [M]. London: SAGE Publications, 1995.
- [3] 埃里克·麦克卢汉,弗兰克·麦克卢汉. 麦克卢汉精髓 [M]. 何道宽译. 南京:南京大学出版社, 2000.
- [4] 2004 - 2005年中国传媒产业发展报告 [R]. 北京:社会科学文献出版社, 2005.
- [5] 黄勇. 2006年中国广播影视发展报告 [R]. 北京:中国建筑工业出版社, 2006.
- [6] 马克·波斯特. 第二媒介时代 [M]. 范静哗译. 南京:南京大学出版社, 2000.
- [7] 中国互联网络发展状况统计报告 [R]. 2007 - 07. 中国互联网络信息中心. <http://www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2007/7/18/113918.pdf>
- [8] 斯图亚特·霍尔. 编码、解码 [A]. 罗纲, 刘象愚. 文化研究读本 [M]. 北京:中国社会科学出版社, 2000.
- [9] Hall, Stuart Encoding, Decoding, in Simon During (ed), *The Cultural Studies Reader* [M]. Routledge, 1999.
- [10] 陆扬, 王毅. 文化研究导论 [M]. 上海:复旦大学出版社, 2006.
- [11] 尼克·史蒂文森. 认识媒介文化——社会理论与大众传播 [M]. 北京:商务印书馆, 2001.
- [12] Szalay, L. B. Fisher, G. H. On the Psychological Meanings of Words [A]. *Toward Internationalism: Readings in Cross-Cultural Communication* [C]. ed by Elise C. Smith and Louise Fiber Luce. Rowley, Mass: Newbury House Publishers 1979.
- [13] 王朝晖. 多面人·时代变迁中的受众 [J]. 国际新闻界, 2001, (4).
- [14] Edward T. Hall *Beyond Culture* [M]. New York: Anchor Books/ Doubleday, 1989.
- [15] Rogers, Everett M. *Diffusion of Innovations* [M]. New York: The Free Press 1995.

## Interpreting the Impact of Foreign Cultures on the Chinese Lifestyle by Applying S. Hall's Model

YAN Jinglan

(School of Foreign languages, East China University of Science & Technology, Shanghai 200237, China)

**Abstract:** Based on Stuart Hall's Model of three positions in the encoding and decoding processes of mass media communication, this paper shifts the mass media research to the broader views of cultural information sending and receiving during the intercultural communication. The paper concentrates on the challenges that foreign culture brings to the traditional Chinese culture and the impact it exerts on the Chinese lifestyle. Also, it analyzes some specific phenomena through case studies, which is intended to prove the non-linear relationship between the encoding and decoding processes of information exchange.

**Key words:** Stuart Hall's Model, encode, decode, communication, intercultural communication

(责任编辑:吴晓明)