

开放的文本：2012 伦敦奥运会会徽的符号传播研究

魏 伟

（成都体育学院新闻系 四川 成都 610041）

（佛罗里达州立大学传播学院 美国佛罗里达 塔拉哈西 32306）

摘 要：2012 伦敦奥运会会徽可能是历届奥运会会徽中引起最大争议的一个。作为一个图像符号，它的抽象设计直接导向了意义的多元化，成为一个“开放的文本”。研究尝试运用符号学研究中常用的试推法，对伦敦奥运会会徽的设计理念提出了多种假说，并对假说进行了论证。此外，研究还结合实际传播效果，尝试对伦敦奥运会会徽的设计展开伴随文本和分岔衍义的符号学解读。结论提出伦敦奥运会会徽设计在传统和现代中找到了平衡，具有典型的符号风格。图像符号的多义性和模糊性可能恰好是这届奥运会会徽能够得到更理想传播效果的重要原因。

关键词：符号传播；2012 伦敦奥运会；会徽；图像符号；试推法

中图分类号：G80-05 **文献标识码：**A

Opera Aperta: Semiotic Communication Research on the Logo of 2012 London Olympic Games

WEI Wei

（Journalism Department, Chengdu Sport University, Chengdu 610041, Sichuan China）

（School of Communication, Florida State University, Tallahassee, Florida 32306, United States）

Abstract: The logo of 2012 London Olympiad is perhaps one of the most controversial one in the Olympic history. As an iconic sign, its abstract design directly headed to diversity of the meaning, hence became an ‘open text’. The research uses methodology of abduction, usually utilized in

基金项目：国家社科基金项目“近现代西方思想家的体育观”（11XTY004）的阶段性成果；四川省高校科研创新团队“现代体育传播研究”（13TD0011）和成都体育学院创新团队“当代媒介、体育与社会发展研究”（CXTD201205）的阶段性成果；本文得到国家留学基金资助。

作者简介：魏伟（1975-），男，天津人，博士后，副教授，硕士生导师，研究方向：体育文化学、广播电视学、符号学、叙事学。

semiotic research, poses several hypotheses, and made proofs against hypotheses. Besides, the research combines with actual communicational affects, attempts to make semiotic reading on para-text, archi-text, pre-text, meta-text, link-text and ensuing text of the logo of 2012 London Olympic Games. The research includes that the logo of 2012 London Olympic Games made a balance between the traditions and modernism, possessed a typical iconic style. The polysemy and vagueness of the logo perhaps fit the mass, was the dominant factor of achieving better communicational effects.

Key words: semiotic communication; 2012 London Olympic Games; logo; iconic sign; abduction



在 2012 伦敦奥运会上，四种不同颜色的奥运会会徽出现在各个赛场内，成为比赛场上的一道风景线。但本届奥运会会徽引起的争议可能也是历届奥运会中最大的之一。作为奥运会这样的体育文化“奇观”的媒介事件，正在使体育从当代文化的边缘走向核心。[1]微观符号的研究，也恰恰是体育符号研究的传统，罗兰·巴尔特的研究范式为体育符号研究奠定了微观研究的基调。[2]与此同时，意大利符号学家翁贝托·艾柯对体育的微观考察也是本研究中的理论依据之一。因此，运用符号学的多种研究方法来考察 2012 伦敦奥运会的传播过程中出现的各种现象，既十分必要，又富有挑战性。

1 研究方法和文献说明

对 2012 伦敦奥运会会徽的符号传播研究采用了文献资料法、符号学中的试推法、符号伴随文本与分岔衍义考察法等研究方法。

其中，文献资料法所查阅的文献以 1980 年 1 月为起点时间，2012 年 12 月作为终止时间。在中国、法国、德国、加拿大、美国、英国、瑞士和比利时等国的多个期刊论文和人文社科类书库进行检索。其中包括中文的 CNKI、部分人文类图书、英文的 Sage、Routledge、Palgrave、哈佛大学出版社、曼彻斯特大学出版社、哥伦比亚大学出版社、牛津大学出版社、印第安纳大学出版社和莱切斯特大学出版社、德文的格鲁伊特出版社、法文的方拉克出版社、男性时代出版社、索伊出版社、魁北克大学出版社等专业学术出版社的各类图书和期刊论文，也包括英国《卫报》、《泰晤士报》、《每日镜报》、美国《纽约时报》、《今日美国》和美国 ABC、NBC、CBS 电视台网站等媒体资源。

在文献资料法的实际检索中，以会徽所隶属的“图像符号”为关键词，共查阅 16 本图书、27 篇相关文献；以“符号传播”为关键词，在各种数据库中共查阅 26 本图书、45 篇相关文献；以“会徽”为关键词，在各种数据库中共查阅 3 本图书、5 篇相关文献。总计查阅文献量超过 120 篇，所列出的参考文献超过 30 篇，实际参考文献超过 120 篇。

研究围绕这会徽设计中为什么突出 2012、为什么是前卫设计、为什么保留 London 和五环标识以及聚合轴上缺席哪些元素等一系列问题展开符号学试推法，力图还原设计者在设计会徽时的原初构思和潜意识中的部分想法。除此之外，研究分别通过对会徽传播中的副文本、型文本、前文本、元文本、链文本和后文本等伴随文本操作的考察，来证实符号传播过程中伴随文本起到的重要作用。研究还对会徽从颁布到实际传播过程中产生的各类误读进行了分岔衍义解读，对滋生出的各种意义展开解码，从而判断图像符号传播中究竟可能发生哪些意义的型变。

2 图像符号传播研究的发展

运用经典符号学理论来进行传播研究是近年来传播学研究的一个热点。二者之间有一些交叉点，但在研究中可以互补。法国第二代符号学代表人物罗兰·巴尔特和阿尔吉尔达

斯·格雷马斯早在上世纪 60、70 年代就开始关注图像符号问题，到 80 年代以后巴黎学派开始系统从事图像符号传播研究。法国学者让-玛丽·弗洛的图像符号研究是以格雷马斯的研究为起点，通过肖像层和塑型层，提出图像意义是以二元对立的方式存在于图像中的。[3] 与他的观点类似的还有德国学者菲利克斯·图勒曼，他对图像的抽象和实际意义进行了解析，使图像的符号意义更加清晰。[4]除此之外，比利时列日学派在巴黎学派肖像层与塑型层的基础上，提出在塑型层中存在肖像式的塑型比喻，是因为在肖像层中有赘述的出现。[5]

加拿大魁北克学派的代表人物费纳德·圣-马丹、迈克尔·奥图勒和玛丽·卡拉尼等也都在图像符号研究中取得了进展。尤其是圣-马丹，她提出运用调性、质地、空间/数量、整合转换、定向和外形轮廓等六个变量来进行视觉意义的分析。[6]奥图勒在图像符号研究中加入了认知心理学，界定了图像再现、句法和内在结构等图像符号的功能。[7]卡拉尼的贡献在于她提出了一些相对中立的视觉现象分析工具。[8]

就图像符号传播的研究来说，符号学在基础学理上似乎比传播学具有更多的优势。对此，弗洛认为，“符号学能够以实用和简约的方式，来达成和实现传播研究中有关标识的很多模糊的观念。”[9]尤其在标识的多义性研究方面，传播学与符号学有许多可以相互借鉴和共享的领域。[10]因此，对于 2012 伦敦奥运会会徽的传播而言，运用符号学理论来展开标识研究有可能会让某些含混不清的问题更加清晰。

3 伦敦奥运会会徽的提出与符号风格

2012 伦敦奥运会会徽于 2007 年 6 月 4 日正式发布，距奥运会开幕有 5 年的时间。它与后来相继发布的吉祥物、宣传画、火炬等一起构成了本届奥运会的视觉识别系列。在这几个视觉识别项目中，会徽无疑是影响力更大，同时也引起更大争议的一个。在近 5 年的时间里，该会徽的符号传播影响逐步聚拢、扩散，成为了奥运会历史上最有代表性的会徽之一。

在当时的发布会上，组委会对会徽象征意义的解释为“伦敦奥运会是每一个人的奥运会，每一个人的 2012，让奥林匹克精神启发每个人。”在而后官方网站的视频中进一步解析为“让奥林匹克精神走进每个人，走进每个人的日常生活，它不仅仅是舞台上的，普通人也不只是普通的观众，不再只是围绕着运动。”[11]

2012 伦敦奥运会与稍后进行的残奥会共享一个会徽，这在奥运会 110 多年的历史尚属首次。会徽分为粉色、橙色、蓝色和绿色，根据不同场合的需要选择不同颜色的会徽。举

办的年份 2012 成为了会徽中重要的主体标识，奥运会的举办地伦敦的英文名和奥运五环标志分别被镶嵌在第 1 个“2”和“0”当中。该会徽在发布伊始受到了时任英国首相托尼·布莱尔和伦敦奥组委主席塞巴斯蒂安·科的交口称赞。国际奥委会主席雅克·罗格认为“这是一个真正富有创造精神的会徽，几何图形抓住了伦敦奥运会的实质，即鼓励全世界的年轻人参加体育运动，实现奥运价值。”[12]

作为视觉符号，2012 伦敦奥运会会徽具有鲜明的反传统性和抽象性。例如在“伦敦”的英文字母拼写中，第 1 个字母 l 并没有大写，这在以往是相当罕见的。根据芬兰符号学家埃罗·塔拉斯蒂的强弱符号理论，意义完全或者多数依靠语境才能确定的符号属于“弱符号”，不依靠语境、能够独立表意的符号为“强符号”。[13]由于 2012 伦敦奥运会会徽中有举办地和奥运五环这些比较强烈的指示符号，无需通过其它符号来证明，而且风格比较鲜明，因此它应当属于“强符号”。

此外，2012 伦敦奥运会会徽隶属于皮尔斯符号三分法中的指示符号，通过数字“2012”、“london”和奥运五环等元素来指代这届奥运会。英国学者约翰森·比格内尔认为，从标识和广告中读出深藏的意识形态，是进行符号传播研究的必然路径。[14]在这个指示符号中，其实蕴含着部分规约性。与略显传统的 2008 北京奥运会会徽相比，2012 伦敦奥运会会徽更着力于彰显 21 世纪英国的活力和时代感，这可能是符号之外的深层涵义。

4 会徽编码的符号学试推法

2012 伦敦奥运会会徽是在数以百计的作品中挑选出来的，因此应当具有独特的视觉识别性。学者罗恩·比斯利和马塞尔·达内西认为，“视觉符号的力量就在于让今日社会的商品具有本能特征的识别性……标识就是为了提高商品的识别性而来制造成仿像商品的某一个方面的特性，使他们能被具有特殊效果地再现。”[15]那么，这个会徽的识别性究竟体现在哪些方面呢？我们不妨对会徽的编码来进行符号学的试推法。试推法是符号学研究中经常采用的方法。由于大部分文化符号的解释，不能完全依靠逻辑。为此，美国符号学创始人查尔斯·皮尔斯提出符号意义解释的普遍性方法是试推法，他指出形式逻辑的归纳法与推理法很难解决符号的释义问题。试推法是解释项与无限衍义定义中要求的解释方法，是一种后验性的逆推法。最后产生的是“思维的感性成分”。[16]

3.1 为什么要突出“2012”？

在 2012 伦敦奥运会会徽中，阿拉伯数字“2012”显然是主体部分。它在会徽中占据的

比例和分量都是毋庸置疑的。对于伦敦而言，这是他们举办的第3届夏季奥运会，他们藉此成功地撇开巴黎、洛杉矶和雅典等城市成为独享这份荣誉的“世界第一”。这恐怕也是在2005年申办本届奥运会失败后，巴黎宣称永不再申办的重要原因之一。对于伦敦乃至大英帝国而言，这是他们在当今世界罕见的重返巅峰的指代。因此，“2012”的所指意义“3”大大超过“伦敦”或是其它能指可能对应的所指。将其作为会徽的主体看似顺理成章。

3.2 为什么是前卫设计？

会徽采用的是抽象拼图的形式，显然是一个相当前卫的设计。为什么会采用这样的设计？举办奥运会是提升或改善国家形象的良好契机。在绝大多数人心中，英国是以传统、守旧和老迈的符号著称于世。从1908年和1948年奥运会会徽的设计来看，也印证了这一刻板印象。因此，在进入新世纪以后，英国人希望通过举办一届时尚、新潮、前卫的奥运会来扭转人们的这一刻板成见。2008年北京奥运会闭幕式上，“伦敦时间”的展示使人们加深了对英国人这一尝试的印象。因此，凭借一个抽象的、前卫的会徽来改善全世界对于英国形象的认知是完全有可能的。至于会徽为什么要选取四种不同的色调，无非是力图藉此体现英国社会的包容性，映衬全球化背景下的全世界青年人通过奥林匹克运动来沟通情感、加深友谊。

会徽的符号意义体现在它的“世界性”上。将第1个“2”中的“伦敦”拿掉，这个会徽可以是在任何国家和地区举行的奥运会。另外，4个数字之间的一点可以隐喻为紧握的双手，意指世界各国和地区的青年汇聚伦敦，共享奥林匹克精神。澳大利亚学者托尼·斯维特斯认为，“文本是被文化态度所生产，同时又再生出文化态度。”^[17]该文本在编码时，刻意制造了多义效果，意图让人们产生丰富的联想，也尝试从另一个角度体现今天英国社会的包容性。

3.3 为什么保留“london”和五环标识？

既然是一个前卫作品，为什么要保留“london”和五环标识？这很可能是会徽的设计公司沃尔夫·奥林斯公司已经充分意识到这一会徽可能带来的无限衍义，尤其是各种分岔衍义，从而导致各种强烈的对抗性解读。因此他们希望给这一作品设置一个“意图定点”。通过这个意图定点来局限人们的各种联想，使其仍然保留在伦敦和奥运会的基本框架之下。

3.4 聚合轴上缺席的是哪些元素？

在任何符号表意活动中，符号文本都有组合轴和聚合轴的双重操作。组合和聚合关系是欧洲符号学鼻祖索绪尔的基本观点之一。组合轴是呈现出来的可感知部分，聚合轴则是每个可供选择的因素，是作为文本的隐藏成分存在的，是一种可能性的存在。聚合虽然不显露于

文本，却并不是发出这或接收者的记忆或联想，而是文本组成的方式。[18]根据符号双轴的理论，除了组合轴上呈现的元素之外，聚合轴上可能的操作应当通过符号学分析来找出线索。与伦敦过往举办过的 1908 年和 1948 年夏季奥运会相比，2012 伦敦奥运会会徽摒弃了传统会徽中以运动或以举办地地标为核心的创作理念。如果以 2012、伦敦和奥运五环作为在场的元素的话，那么聚合轴上缺席的元素恰好是 1908 年奥运会会徽中的运动场景和 1948 年奥运会会徽中的大本钟和议会建筑，这些传统元素恰恰意指奥林匹克运动本身和曾经强大的英国资本主义。这些元素的刻意缺席为后来出现的各种分岔衍义埋下了伏笔。

一般而言，重大事件标识在符号学意义上应当采取熟悉化的路径，通过日常生活中常见的事物来反映重大的、特殊的事件。但 2012 伦敦奥运会会徽却刻意采取艺术作品常用的陌生化，以同类会徽中罕见的类似拼图的数字作品来呈现，力争在创新性上脱颖而出。根据法国学者贝努瓦·埃尔布朗的理论，标识的符号学功能体现在三个人类学层面上，首先是“主权”功能，是基于相似性和一致性原则；其次是“勇士”功能，基于差异和划界原则；最后是“再生”功能，基于标识的无所不在原则。[19]2012 伦敦奥运会会徽在很大程度上牺牲了“主权”功能，在“勇士”功能上迈出了一大步，意图使其在“再生”过程中赢得市场。从实际的传播效果来看，该会徽的“勇士”功能得到了伦敦奥组委和国际奥委会官方以及艺术界多数代表的认可。

5 会徽符号传播过程中的伴随文本活动

根据符号学家赵毅衡的理论，任何一个符号文本都携带了大量的伴随文本，而且这些伴随文本有时比文本本身有更多的意义，[20]它们时常会对文本本身产生重大的影响。因此，对 2012 伦敦奥运会会徽的符号传播考察，还不得不从伴随文本活动的分析展开。

4.1 副文本上的操作

副文本是符号显性伴随文本的重要内容之一。副文本是完全显露在文本表现层上的伴随因素，可以被视为文本的框架因素，有时甚至比文本更加醒目。[21]伦敦奥组委选用沃尔夫·奥林斯公司的作品作为 2012 奥运会的会徽，本身就是在副文本上的符号操作。该公司有多年从事重大活动设计的传统，在业界有着良好的口碑，也有过许多成功的案例，这成为伦敦奥组委启用该公司作品的一个重要的理由。事实上，在奥组委公布的众多候选会徽作品中，有相当一部分在形式和内容上都与当选会徽不相上下甚至可能高出一筹。但在面对如此重要的选择时，伦敦奥组委还是不能免俗，遴选出的会徽在一定程度上消费的是该公司作品

的符号意义，这也难怪不少人抱怨这个作品“值不了 40 万英镑，1 万英镑足矣。”甚至有人揶揄这个创作只值 1 英镑。

4.2 型文本上的操作

型文本指明了文本所从属的集群，即文化背景规定的文本归类方式。最大规模的型文本范畴就是体裁。[22]2012 伦敦奥运会会徽从公布之日期就由奥组委主席科尔先生宣称是一件前卫时尚的作品，国际奥委会主席罗格先生也肯定了它的“创造精神”。因此，这在很大程度上约定了受众的观赏态度。由于它是前卫的作品，因此受众可以解读出很多不同的意义，有些甚至可能是比较激进的意义，但却无权否定它的艺术价值。

4.3 前文本上的操作

前文本是生成性伴随文本的主要内容，它是文本生成时受到的全部文化语境的压力，是文本生成之前的所有文化文本组成的网络。[23]具体到 2012 伦敦奥运会会徽，它借鉴了之前的一些抽象派艺术作品，是对过往拼图式游戏标识的一种戏仿。与此同时，由于它大胆地跳出了以往多届奥运会会徽在设计形式上的桎梏，也属于对前文本另一种形式上的致敬。

4.4 元文本上的操作

在解释性伴随文本中，元文本是影响符号传播效果的重要内容之一。它是关于文本的文本，是此文本生成后被接收之前所出现的评论。[24]事实上，来自元文本中的各类评价是 2012 伦敦奥运会会徽在伴随文本操作中的核心内容。历史上可能从来没有任何一届奥运会的会徽能够得到如此多的负面评价。不出意外，尽管负面评价众多，但这丝毫没有影响会徽的传播，有会徽图案的各类纪念品的销量不比以往任意一届奥运会的低，这甚至可能会影响人们最终对这一会徽的历史评价。

4.5 链文本上的操作

链文本是接收者解释某文本时，主动或被动地与某些文本链接起来一同接收的其他文本。[25]在与会徽相关的链文本操作上，奥组委先是发布了有关会徽的一个影像宣传片，之后依惯例相继推出了伦敦奥运会的吉祥物“文洛克”、宣传画和口号“激励一代人”等，他们还先后开发出了多种与伦敦奥运会相关的系列产品，从服装、帽子、运动鞋到体育休闲产品。可以说，在伦敦奥运这个巨大的产业链上，会徽只是其中的一个环节。

4.6 后文本上的操作

后文本是后出的文本承接某个先出的文本，这是法国叙事学家热拉·热奈特的重要理论之一。[26]在会徽推出以后，来自各界的反弹声不绝于耳，与之相关的一些恶搞行为也层出不穷。恶搞行为实际上是利用了会徽这个先文本的特点，来重写先文本，构成了会徽的后文

本。由于四个数字的形状类似拼图，因此而后伦敦《地铁报》还别出心裁地把会徽的图案分成几块，让读者们做手工拼图一样拼出新鲜的组合，牧羊犬、恐龙和正在弹奏的爵士乐钢琴家等图形层出不穷，但似乎没有一个是与会徽真正有关联意义的作品。2012 伦敦奥运会会徽不仅迅速聚拢人气，凝聚出一定的向心作用力，还在一定程度上开始影响大众文化，释放出离心作用力。这恐怕是符号设计者始料未及的。

6 会徽符号传播的分岔衍义

2012 伦敦奥运会会徽在符号传播的过程中达到无限衍义。同时，由于解释项产生另一个符号，同一个符号也可能产生不同的解释项，即使是同一个解释者，在不同状态下也会读出不同的符号意义，因此伦敦奥运会会徽在符号传播的过程中也滋生出了大量的分岔衍义。意大利符号学家翁贝托·艾柯认为，“畸形解读是大众传播的基本法则。”[27]法国符号学研究者贾尼斯·德勒达尔-罗德进一步证实，“图像传播的符号学效果往往是误现。”[28]在会徽传播的过程中，误现几乎是不可避免的，这是由于解读会徽的人群处于不同的解释社群中。“图片意义的多样性由受众的语境、文本和文化知识所限定。”[29]因此，处于不同解释社群中的人，往往会从自己的语境元语言、能力元语言和自携元语言出发，对会徽的内涵展开各自的解读，导致分岔衍义的产生。具体到 2012 伦敦奥运会会徽而言，分岔衍义产生的主要原因是因为人们从这个指示符号中读出了像似性。[30]

由于 4 个数字具有比较鲜明的拟人特征，因此相当大比例的人群认为该会徽有强烈的性指向。4 个数字之间的那个点，只被少数人解读为人与人之间的手，却被更多人解读为性器官。这很容易让人联想到近几届奥运会逐渐成为各国和地区运动员之间发展友谊甚至爱情的温床。因此，该会徽在潜移默化中观照了这一未经证实的世俗观念。由于官方也在不断强化会徽是一个前卫时尚的作品，更容易使人们将这一能指与所指相对应。有人大胆推测，这一所谓的“分岔”衍义甚至可能是设计者的原初意图。

有伊朗人认为，这个会徽如果从左到右来辨识，很像英文单词“zion”，意指犹太人。伊朗奥委会主席穆罕默德·阿里阿巴迪认为，使用这种具有明显犹太复国主义倾向的会徽是令人厌恶的行为，伊朗可能因此退出本届奥运会，而且暗指其它伊斯兰国家也有可能退出。阿里阿巴迪指出“该会徽可能会对体育运动的未来产生破坏性的影响”。[31]这一分岔衍义体现了伊朗乃至伊斯兰国家人群特有的语境元语言，他们对于特定单词的敏感程度远远高于其

他人群。

无独有偶的是，部分犹太人也对这一会徽提出了严重的质疑，他们认为该会徽类似一个拆开的纳粹党卫军十字标志。尽管这一说法略显牵强，但这再度证实了符号的片面化特性。缺少这种语境元语言的人群，恐怕很难达成这样的分岔衍义。类似的分岔衍义还有很多，例如有英国媒体称会徽像“正在上厕所的猴子”，还有不少人认为以“2012”作为会徽主体是在强化玛雅神话中 2012 作为末世的观念，意指这是人类文明史上的最后一届奥运会，与电影《2012》遥相呼应。这些观点单看不免荒谬，但结合语境却不能不说是由这一会徽“艺术品”引发的有理有据的反应。

更令人啼笑皆非的是，在伦敦奥组委官方发布的会徽宣传片推出仅两天，组委会就接到超过 10 名癫痫病患者在看完之后发病或有发病征兆的投诉，于是赶紧在官方网站上撤下了该宣传片。可以说，2012 伦敦奥运会会徽引发的符号争议成为了传播学和符号学研究中的经典案例。

7 结语

在全球化背景下，跨文化意义解读日益成为人文科学研究的核心部分。对同一事物截然不同的意义解读正逐渐成为常态。不仅仅是图像符号，相当比例的符号类型在不同的解释社群中都有令人难以置信的差异。2012 伦敦奥运会会徽就是这样一个典型的符号文本，它在传统和现代中找到了平衡。它的设计具有鲜明的抽象性和开放性的特征。这种开放性的特征通过试推法可以得到多种不同的解读。与此同时，在会徽的符号传播过程中，大量伴随文本的操作对文本本身产生了大小不一的影响，也在一定程度上影响了传播效果。当然，在不同的解释社群中，2012 伦敦奥运会会徽也出现了大量的分岔衍义。这可能不是伦敦奥组委的本意，但却有可能是设计方有意所为，他们在会徽符号传播的过程中“巧妙”地运用了图像符号的多义性。也许，这种多义性恰好是符号传播格外迷人的部分。

参考文献：

- [1] 魏伟. 体育符号研究的发展评述[J]. 成都体育学院学报, 2012,38 (8): 1-6.
- [2] 任文, 魏伟. 奇观体育与体育奇观: 罗兰·巴爾特的符号学体育赛事观[J]. 体育科学, 2011,31 (11): 85-93.
- [3] Jean-Marie Floch. Les Formes de l’empreinte[M]. P érigueux: Pierre Fanlac, 1986. ;
- [4] Felix Th ülemann. Analyse S émiotique de Trios Peintures[M]. Lausanne: L’Age d’Hommes, 1982.

- [5] Group ȳ. Trait ȳdu Signe Visuel: Pour une Rh ȳorique de l'ȳimage[M]. Paris: Seuil, 1992.
- [6] Fernade Saint-Martin. Sȳmiologie du Langage Visuel[M]. Quȳbec: Presse de l' ȳ Universitȳ du Quȳbec, 1987.
- [7] Michael O' Toole. The Language of Displayed Art[M]. London: Leicester University Press, 1994.
- [8] Marie Carani. Sȳmiotique de la Perspective Picturale[J]. Protȳe, 1988, 16(1-2): 171-181.
- [9] Jean-Marie Floch. Semiotics, Marketing and Communication: Beneath the Signs, the Strategies[M]. Translated by Robin Orr Bodkin. New York: Palgrave, 2001: 67-72.
- [10] Klaus Bruhn Jensen. The Social Semiotics of Mass Communication[M]. London: Sage, 1995: 75.
- [11] Andrew Culf. Edgy Symbol of Digital Age or Artistic Flop – London Unveils Olympic Logo[N]. Guardian, 2007-06-05.
- [12] David Schoetz. London's Olympic Logo Bashed[EB/OL]. ABC News, 2007-06-05. <http://abcnews.go.com/Sports/story>.
- [13] Eero Tarasti. Existential Semiotics[M]. Bloomington: Indiana University Press, 2000: 7-8.
- [14] Jonathan Bignell. Media Semiotics: An Introduction. 2nd edition[M]. Manchester: Manchester University Press, 2002: 34-37.
- [15] Ron Beasley, Marcel Danesi. Persuasive Signs: The Semiotics of Advertising[M]. Berlin: Mouton de Gruyter, 2002: 61-62.
- [16] Charles Peirce. Collected Papers, vol 2[M]. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1931-1958: 643.
- [17] Tony Thwaites, Lloyd Davis, Warwick Mules. Introducing Cultural and Media Studies: A Semiotic Approach[M]. New York: Palgrave, 2002: 81.
- [18] Ferdinand de Saussure. Course in General Linguistics[M]. Translated by Wade Baskin. New York: Columbia University Press, 2011: 122-124.
- [19] Beno ȳ Heilbrunn. Representation and Legitimacy: A Semiotic Approach to the Logo[A]. Winfred Nȳth. Semiotics of the Media: State of the Art, Projects, and Perspectives[C]. Berlin: Mouton de Gruyter, 1997: 175-189.
- [20] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 143-144.
- [21] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 144.
- [22] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 146.
- [23] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 147.
- [24] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 148.
- [25] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 149.
- [26] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 143-144.
- [27] Umberto Eco. Towards a Semiotic Inquiry Into the Television Message[A]. Toby Miller. Television: Critical Concepts in Media and Cultural Studies, Volume II [C]. London: Routledge, 2003: 5.
- [28] Janice Deladalle-Rhodes. Semiotics and Ethics: The Image of Semiotics and Semiotics of the Image[A]. Winfred Nȳth. Semiotics of the Media: State of the Art, Projects, and Perspectives[C]. Berlin: Mouton de Gruyter, 1997: 111-119.
- [29] Winfred Nȳth. Can Pictures Lie?[A] Winfred Nȳth. Semiotics of the Media: State of the Art, Projects, and Perspectives[C]. Berlin: Mouton de Gruyter, 1997: 133-146.
- [30] Marcel Danesi. Understanding Media Semiotics[M]. London: Oxford University Press, 2002: 41.
- [31] Julian Borger. Iran Claims London 2012 Olympics Logo Spells the Word 'Zion'[N]. Guardian, 2011-02-28.

文章来源: 2013 年第 10 期《北京体育大学学报》