

数智媒介时代的意义危机与古典符号学回归

——2024 年度全球传播符号学前沿

胡易容 尹婧雯 李婉婷

摘要 2024 年全球传播符号学呈现出多方面的新发展，这些发展可从两个维度加以归纳——数智化转向的意义危机研究，以及新语境下古典符号学的回归。这两个维度又具体凸显为四个方面：一是人工智能爆发直接引发的“AI 符号学”探索与基本学理建构；二是文明互鉴视域下的“中国符号学遗产”持续深入开掘，展现出了超越西方的理论资源广度和活跃度；三是智媒技术催生的多模态数字符号景观研究深化；四是作为方法论的传播符号学在健康、环境、政治与国际关系等公共领域阐释力的显现。这一系列情形展现出传播符号学普适性的理论张力。

关键词 传播符号学；AI 符号学；跨文化传播；古典学；多模态话语分析

中图分类号 G206 **文献标识码** A

作者 胡易容，四川大学文学与新闻学院（出版学院）教授，四川成都 610064；尹婧雯，四川大学文学与新闻学院博士研究生，四川成都 610207；李婉婷，四川大学文学与新闻学院硕士研究生，四川成都 610207

引言：以人工智能为例的智媒变革与政治经济剧变时代下的传播符号学研究

2024 年发生的一些事件，可能正在改变人类未来的命运走向。继前几年的“元宇宙”热潮之后，AI 对包括传媒在内的社会产生了更深刻的冲击。在人类认知前沿领域，诺贝尔奖的三分之一与 AI 强相关；在社会生产力方面，AI 正在重新塑造主要产业的底层架构，整个世界正在全面进入 AI 化。元宇宙是一个基于虚拟现实等媒介技术的“知觉逻辑”，而 AI 则是一个基于人类自身延伸的“主体逻辑”。但另一方面，人类文明却未与科技革命相应发展，反而更混乱了——乌克兰危机、中东局势等背后的大国博弈愈发复杂；塞缪尔·亨廷顿 20 世纪末对中美关系的预见性判断在当前中美博弈中上演。

传播符号学研究范式的理论既深受现状的影响，也需要被置于时代眼光下检验。2024 年是传播符号学转变和加速的一年。据不完全统计，国内外八场重要学术会议的主题集中在意义、人文与科技等关键词^①上。例如，瑞

^① 分别为：第十六届世界符号学大会、2024 年美国符号学学会年会、第五届国际认知符号学协会会议、2024 年洛阳符号学大会、2024 年南京符号学大会暨南京大学首届研究生大师论坛、第四届华夏丝路符号传播研讨会、第五届马克思主义符号学论坛“数字化与人工智能的符号学与哲学思考”研讨会、第十六届全国语言与符号学研讨会。

典举办的认知符号学大会（IACS-5）主题为“意义危机”（Crises of Meaning），旨在直面数字媒介时代日渐模糊的公正与真相边界，回应如何应对“意义”这一人类整体性危机；而两年一度的“世界符号学大会”则将“符号与现实”（Signs and Realities）作为主题，更进一步引导各领域的学者们再思考“现实为何”以及“我们如何认识现实”这个基础话题^[1]。国内的几场主要主题则更聚焦于以人工智能为代表的科技与人文的关系。例如，南京符号学大会的主题“人文与科技的交响”聚焦 AI 的异军突起为文学、艺术、传播、哲学、社会学、管理学等带来的颠覆，旨在倡导这个时代的学者融合人文关怀与科学意识，主动迎接现实挑战^[2]。从 2024 年度出版的专著分析，中国学界正与全球学者在同一起跑线上展开思考，主题多样化进入了一个新阶段^①。在论文发表方面，“新闻与传媒”领域中以“符号”为主题词的文献超过 1000 篇。

通过对以上“意义”问题的观照，传播符号学得以更加系统地介入智媒时代，并具体表现在对各种“涌现”现象的回应：其一端向着充满物质实体的经验世界进发，正面回应传播媒介的物质性事实^[3]，另一端着眼于智能媒介的传播新形态，将一切统摄于文本^[4]，协同处理皆成为媒介化经验的虚拟与现实。进而，传播学借“符号”之维，可以逐层进入“物-虚拟”的文化研究领域，构建起“一个文化发生、发展、传播、解析的尽可能完整谱系”^[5]。正如皮埃尔·吉罗所言，符号学与传播学本来一体两面^[6]。本文追踪国内外传播符号学前沿成果，结合“新闻与传媒”领域中“符号”主题下的国内重要论著（以 CSSCI 源物及专著为主）和国外符号学领域的

权威期刊（*Social Semiotics*, *American Journal of Semiotics*, *Semiotica*, *Chinese Semiotic Studies*, *Signs and Media*, *Signata*, *Sign System Studies*）相关文献进行归纳，展现 2024 年传播符号学的传承、发展与创新。

一、智媒技术革命与 AI 符号学的创生

（一）智媒爆发的传播符号学回应

2024 年，人工智能全面爆发，多个大模型快速迭代，人工智能在医疗、驾驶、工业各领域中的应用场景均呈现出整体爆发态势。不仅如此，人工智能对日常生活产生了深远影响。以 Open AI 的 ChatGPT 和 Sora 等为代表的大语言模型推动着媒介向智能化发展，也倒逼着现有传播理论与研究范式的变革和创新。

鉴于生成式人工智能对人类传播形态和方式的全面介入，赵毅衡提出建立一门“AI 符号学”的迫切需要，并提出“AI 符号学十问”以构建“AI 符号学”的基础框架，以及运用思想实验方法提炼出人类与 AI 共存的图景。他指出，从 4000 年前至今，从文字、印刷术到 ChatGPT，媒介技术逐渐变得不可控和不可逆，以 AI 尤甚。它以信号为食，目的性强，不遗忘，取消聚合操作，很有可能将传播带往“意义热寂”^[7]。在这一过程中，从“科幻叙述”中剥离出来的“异智能体”作为传播主体，因异于人类的感知方式、符号活动与先验范畴将进行完全不同的意义活动，尤其当异智能体无法与人类“共情”时，阻之避之或是最佳方案^[8]。西方学界也关注到了相关问题，面对 AI 在电影、文学、广告、大众媒介等领域强大的信息繁殖能力，马塞尔·达内西（Marcel Danesi）从符号学视角全面考察

① 如四川大学符号学研究所出版的：《文化传播符号学论纲》《符号学讲义》、*Semiotics of The Image: A Study of the Form of Meaning in Media Spectacles* 和 *Philosophical Semiotics: The Coming into Being of the World of Meaning*，以及展现出中国符号学强劲发展动力的《〈黄帝内经〉的医学符号学研究》《中国文化符号关键词》《中国传统符号学思想研究文选》（后两本 2023 年末出版，与 2024 年研究趋势高度相关，也综述在内）；全球学者在传播符号学领域也产出了诸多新作，此处暂举部分，如：*Semiotic Ideologies: Patterns of Meaning - Making in Language and Society*，*Unveiling Semiotic Codes of Fake News and Misinformation*，*Semiotics of Images: The Analysis of Pictorial Texts*，*Explorations in Dynamic Semiosis*，*AI-Generated Popular Culture: A Semiotic Perspective*，*Emoji and Social Media Paralanguage* 等。

了生成式 AI 对流行文化生成逻辑的颠覆，引导我们思考那个经典的阐释学问题：文本意义从何而来？由谁决定意义是什么^[9]？

除此以外，也有学者对受 AI 影响的细分领域发出质询，如生成式 AI 图像因超越了对媒介物质性和媒介逻辑的依赖成为一种“无踪迹”的图像形式。刘涛呼吁从本体维度的再现问题、语言维度的象征问题和语境维度的互文问题出发架构一门图像阐释学来处理这一新兴“物种”^[10]。无独有偶，达米尼奥（Enzo D’Armenio）等人同样试图建立一门 AI 图像阐释的符号学。他们以 Midjourney 和 DALL·E 为案例，从意大利符号学家福萨利（Pierluigi Basso Fossali）出发，在感知和交流维度上将生成式 AI 理解为在“元档案”基础上执行人工提示词操作的视觉话语生成模型；在话语实践过程中，它们也可以根据训练阶段学习到的数据库特征以不同的现实化方式进行表达^[11]。在 AI 算法推荐领域，一项对意大利、亚沙尼亚和荷兰 18 到 26 岁青年的调查发现，AI 算法推荐机制建构起一种新型传播实践，并引导着该群体塑造和维护自身的数字形象^[12]。张奎、王秀伟通过对传统文化的文本和符号之间编码与解码过程的分析，提出了对生成式人工智能在文化准确性、真实性和完整性方面的担忧^[13]。国内外学者诸如此类从“意义”角度切入人工智能的讨论持续为传播符号学带来了鲜亮的人文底色。

（二）以人工智能为底层逻辑的新媒体符号景观研究

媒体的智能化革命不仅是以大模型为典型的直接应用，它的另一个内在影响是作为底层技术对以自媒体为代表的大众传媒的深度重塑，更为丰富的媒介符号模拟景观世界正在生成之中。社交媒体成为经验世界与文本世界的交界面，各类符号文本在 5G、人工智能等媒介技术的加持下幻化出五花八门的媒介形式与内容，源源不断地为传播符号学提供着新鲜的经验现象。表情包不约而同地受到了中外学者的持续关注。扎帕维尼亚（Michele Zappavigna）和洛吉（Lorenzo Logi）基于语料库的方法对 Tiktok 特定视频评

论进行分析，详细梳理出 emoji 与文本之间的三种关系，即概念共现（ideational concurrence）、人际共鸣（interpersonal resonance）、文本同步（textual synchronicity），在使用 emoji 的过程中，用户增强了在社交平台上的环境归属感，从而表现出对社交媒体内容观点的赞同和支持^[14]。两位在 2024 年的新作 *Emoji and Social Media Paralanguage* 还包含了对社交媒体 emoji 功能的系列研究^[15]。另一项对表情包的数字民族志研究则关注表情包使用的代际特征，以中国社交媒体里日渐增多的长辈表情包为“指示性”（indexicality），将网络符号资源的规范与使用关联至该现象背后日益增多的中老年“数字移民”，年轻“数字原住民”的年龄焦虑等，折射出滚滚社会进程中老龄化等问题带来的社会语言学课题^[16]。除了对表情包的 analysis，更多研究者将二维码^[17]、截屏^[18]等也纳入传播符号学的视野中，这种从微观层面对文本细节和符号关系的考察可以帮助传统传播学拓展研究对象范围，形成多维度的综合分析。

二、文明互鉴语境下的“古典符号学”与“中华文化经典符号”复兴

2024 年的传播符号学似乎有回向传统的意向。西方符号学界的理论资源仍然集中在 20 世纪符号学创生之处的经典符号学家之中，例如，帕斯卡列娃（Bogdana Paskaleva）通过对《论语言的双重本质》手稿的重读开掘出被忽略的索绪尔关于符号的碎片化思考^[19]，以及一些理论工作者对皮尔斯的研究^[20]。相对而言，中国符号学界理论资源与时代背景下的符号实践都更具活力。

（一）中国传统文化符号遗产与当代结合

赵毅衡指出，“符号学很大程度上是一门中国的学科，我们只是面对自己的财富一时打了个盹儿”^[21]。2024 年，中国传播符号学者，通过理清和挖掘中国符号学遗产，逐渐构筑起中国传统符号学思想的理论系统。胡易容的《文化传播符号学论纲》融贯中华文化符号思想与西方符号学体系，围绕意义的认知、转换、解

释, 展现传播符号学的“意义形式论”特质, 并显示其对赛博时代意义问题的理论解释力。在该书所构建的体系中, 中华文化符号不再仅仅是“东方主义”式的对象, 而是传播符号学不可或缺的理论资源。陈力丹教授评价该书“展现了符号学与传播学深度融合的面貌”^[22]。

祝东的《中国文化符号学关键词》廓清了中国符号学研究中的关键概念, 以西方符号学为参照, 阐释了中国古代学术思想中的礼、道、名等蕴含的符号学资源^[23], 同时他的《中国传统符号学思想研究文选》精选了近一个世纪以来中国学界对中国古典文献符号学研究, 将中国符号学近百年的发展浓缩进二十余篇论文中^[24]。随着中国符号学研究者在传统符号学遗产研究方面的不断深化与拓展, 本年度还产生了一些新的研究成果, 使中国传统符号学思想研究进一步丰富。

学界惯以《易经》作为中国符号学思想史的开端。谢清果、韦俊全以《周易》中对“象”的崇拜说明了中国人的“尚象”思维。意象兼具世界之“象”与主体之“意”, 意象传播从本体论、结构论、效果论三个维度体现着中国人“主情志”“通感于自然万物”的传播方式, 不仅展现着丰沛的情感传播与诗性传播色彩, 也暗含着人文关怀的品格与更含蓄的传播气质^[25]; 中国人以“象”示意的传统还启发祝东立足于视觉思维, 从编码意图(传播者)、文本意义(符号)、解释意义(接收者)三个方面分析意象的生成传播机制, 并指出中国先民的意向活动将语言思维和意向思维有机结合, 构成中国符号思想的特殊之处^[26]。通过梳理礼学发展的三个历史阶段, 祝东、张殷婷勾勒出先秦符号传播从自发运用符号阶段逐渐过渡为符号传播自觉阶段的脉络, 廓清了中国符号学自觉和符号传播的渊源问题, 为中国传统符号学思想溯源研究提供了重要补充^[27]。

除了以《易经》为阐释对象, 先前较少涉及的领域, 如两汉河图洛书术数的符号学思想、魏晋玄学符号思想、唐宋唯识宗及禅学符号思想等也引起了学界关注, 并取得了显著的研究

成果, 如中国传统美术和汉字符号学作为中国特有的文化符号系统持续为中国符号学遗产添砖加瓦^[28]。2024 年出版的《〈黄帝内经〉的医学符号学研究》以《黄帝内经》中的医学符号表意机制为研究对象, 尝试从传播符号学视角探讨其在当代文化谱系中的意义生成机制^[29]; 徐结平运用布尔迪厄交际理论剖析孙子对于战场的阐释, 形成对孙子符号思想和符号类型等的新解读, 填补了学界对谎言符号动态生成过程研究的空白, 这些都是立足于中国传统文化宝库的创新实践^[30]。

(二) 中华文化经典的“符号考古”与“物转向”

跨文化传播是 2024 年传播符号学的热词之一, 这为学界关注的以中国文化符号及其思想为传播对象的“符号考古”国际传播语境找到了新的动力和价值锚点。从近期研究成果来看, 当代中国学者不仅继续向中华文化深处探索, 也将目光投向与自身文化形成互动的“他者”, 挖掘出更多元的传统文化符号空间, 形成古今互鉴、中西互鉴之势。

相关学者已开始着手梳理以中国文化符号为传播载体的历史, 并以 13 世纪起逐渐形成的“中国风”勾勒出西方世界对中国的想象^[31]。孟伟等在对东盟五国青年受众的调研中提出“文化锚定物”的设计考量^[32], 因为具有文化锚定功能的符号能在跨文化语境中能带来更有效的传播机会, 也再次说明强符号具有的传播持久性、能指独特性、所指唯一性等特质依然使其能够作为国际传播中不可忽略的战略资源^[33]。在此基础上, 借助 AR、VR、5G 等现代数字科技, 闫文君提出“诗性的复归”, 传统文化或可从感性、想象与隐喻三个维度与受众重新建立互动与文化认同^[34]。另外随着智能媒体时代不断发展, 数字化符号在跨文化交流中起到了不可忽视的力量。肖珺和张驰从“数字共通”这一假设出发追问如何实现数字化符号表意在全球文化间的意义共通, 提倡以互惠性理解打开意义交流的边界^[35]。

除了对中华文化符号的整体性关照, 部分

文献还将目光集中于具体语境下的符号物之上,探讨物与符号之间的二联滑动。例如,丝绸之路上以胡食、胡药、胡服为例的“胡”物自汉代传入以来经由各种古籍、说本记载,早已成为承载多重意指关系的符号二联体,使丝绸之路成为蕴含丰富的媒介空间,启发着新时代“一带一路”审美和情感共同体的建设^[36]。另一项对“春节”主题的乐高积木文化符号研究发现,触觉与其他模态的协作表意让玩家在“翻译”设计者意图之上还能“再造”意义,这一符际翻译过程通过具身体验延长解码了过程,使“玩耍主体”沉浸在与春节相关的文化内涵中^[37],这是对如何通过玩耍这一日常活动进行跨文化传播的有趣启发。

中华传统文化经典思想作为理论资源与当代理论实践的结合不仅体现在中国学者的工作上,也被国际学界所关注。都灵大学符号学家马西莫·列昂(Massimo Leone)在南京符号学会议上的报告用庄子的思想与当代中国的自动化实践结合阐释当今中国的新符号实践^[38],颇具启发。这也表明,当今中国符号学的古典学复兴与当今中国式现代化的融合具有尚待发掘的理论潜力。

(三) 跨文化传播的符号形象叙事: 文本研究的两条进路

跨文化语境中的文本研究也逐渐分流出现象研究和叙事研究两条进路,前者表现为国家与区域形象研究;后者则以融合新闻和短视频为实践场探讨不同媒介中的叙事潜力。

城市形象研究随着各地文旅消费升级进一步深入讨论形象形成机制,田海龙和代薇借鉴戈尔和厄文关于“符号过程”的论述对游记《胡同情缘》进行分析,解释了胡同中弥漫的“老北京”特质是如何形成的这一问题^[39]。宋巧丽与雷思远从“成都小欧洲”入手,探索“本土小他者”作为旅游景观的吸引机制。这种“他者景观”的媒介化构景策略,促使我们反思沉溺于多模态表征构建起的超真实文本空间所带来的文化断层危机^[40]。

在主流媒体面临的系统性变革压力下,融

合新闻以其新鲜的形式与实践成为重要的变革抓手之一。刘涛提出只有数字叙事学能将叙事性与媒介性之间丰富而微妙的关系呈现出来,从叙事理论、叙事语言和叙事实践三个维度为融合新闻语义系统及故事世界的展开提供理论工具^[41]。同时,融合新闻还要把握数字技术在故事形态、故事感知和故事生成三个层面建构的作为文化表征故事空间,从图像化、情感化和游戏化三个维度进行形式创新,让融合新闻能够成为中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的实践场^[42]。唐忠敏还关注到网络互动叙述中的正文本的叙述断点,并提炼出“就事论事型”和“借题发挥型”两种多元叙述主体的副文本接续方式,从而打开更为开放的故事世界,为网络空间中多元主体的互动叙述提供新的解释维度^[43]。

2024年还值得注意的叙事文本是,我国对多国开放免签政策,吸引了无数外国主播以“他者”视角讲述中国故事的国际传播实践。不过,李亭竹基于娱乐克服阻力模型展开的调研发现,综合考虑来源可信度和叙事传输度时,洋网红或不是万能灵药,对多元主体的精心布局才是国际传播实践实现长期说服效力的出路之一^[44]。

三、多模态符号表意与新媒介景观研究

(一) 多模态竞争与表意

多元符号模态表意的协同和竞争也受到了关注,是传播符号学在文本更微观层面建构研究范式的尝试。张德禄首先整体性考量了符号的物质实体特征对符号意义建构的影响,将“物质实体-物质模型-抽象符号”抽象为不同程度物质性的连续带,并提出“本源符号”的概念,即那些既可以用来指向意义,同时也具有其他实用价值的物质性的符号,接着又派生出图像符号、抽象符号和任意性符号三个层次的符号系统。由此,不同程度的符号物质性构成全息度递减,与意义的理据关联了递增的多模态符号话语。这样一来,符号多模态能够被放置于物质性的连续带上被一一查验,对原强调“文本”的话语研究提供了突破的可能^[45]。作为该理论推演的延续,另一项对电视剧中模态竞争(modal

competition) 的分析打破了“模态民主”(modal democracy) 的假设, 提出模态间的非平衡关系^[46]。也就是说符号模态内部和模态间的合作可以增强表意, 而竞争却会削弱意义传达效率。作为对话, 奥亚(Matin Oja)通过串联洛特曼“两种语言”(two languages)、巴尔特“第三意义”(the third meaning) 和雅克布森的“合体信息”(syncretic message) 理论为模态冲突(modal conflict) 构建起多维分析模型, 他以影视作品为分析案例指出, 模态冲突并不总会导致语义冲突(如哈姆雷特的内心独白, 视觉上主人公嘴巴紧闭, 但却有台词念出), 也可能打破传统意义建构模式, 成为一种艺术手段, 创造新的表意方式^[47]。书面语中, 微博平台用户利用括号中的补充信息与正文表意矛盾生出的戏剧性和文学性是绝佳的例证^[48]。

(二) 多模态的符号记忆、情感转向与健康传播研究

深入多模态符号表意研究的同时, 原先因为不便于表征的情感与记忆问题也得到更多重视, 使“情感转向”和记忆研究成为传播符号学的研究增长点之一。国内外学者进行了打通情感与符号学间研究通路的尝试。这也可以视为对当代社会生活“意义危机”的一个回应。

比格拉里(Amir Biglari)和达内西(Marcel Danesi)重返格雷马斯的激情符号学, 将“激情密码”“规范激情模式”等概念与认知科学领域中的“框架分析”“意义层次”等进行对照, 指出两个领域中的多处重叠与学科协同的可能。前者聚焦于特定情况下激情反应所产生的符号行为, 强调了情感在符号生成中的作用, 而后者则对不同情感层次的构建和分层提供了另一种分析方法。二者一体两面, 相辅相成^[49]。曹漪那和李兴则提出科幻电影中呈现的生态创伤可视为跨文化生物性符码, 具有激发观者情绪共通的可能性, 从而为跨文化传播找到了一条生物内在性的情感进路。同时, 这种生态共伤的情动研究内化着符号域之间的解域与再域化^[50], 或也撬动着情动理论与符号学之间的学科融合。回到日常生活中, 王凤仙关注到了互

网土壤中孕育出的焦虑情绪符号化和模因繁衍, 建构起从现代社会结构、平台资本、互联网信息环境到消费者的符号互动与传播模型^[51], 或能为如何把握互联网语境下其他类似情感传播现象提供参考。

除此以外, 学者们还从记忆领域尝试回应“意义”问题。在以华语圈为例的高语境文化中, 语言符码更需要配合具体语境才能完整表意。如艾柯所言, 颜色词汇不仅指涉某种状态, 还与特定文化单元和概念息息相关, 共同塑造了某个文化语境中的色彩感知。例如, 中文里的“红”及其不同色调的表达(丹砂、朱门、红颜、赭面、粉黛)利用颜色的转喻或隐喻从微妙之处激发联想, 还与五行、戏曲、女性妆容等文化记忆相勾连^[52]。科塔尔·圣马丁(Vladimir Cotal San Martin)应用集体创伤与后记忆理论对智利乐队音乐视频中的歌词、音画剪辑、叙事结构进行多模态分析, 重新揭开了一段被扭曲和拒认暴力独裁历史; 视频开头以海浪的声音隐喻记忆的往复, 中间部分对档案照片的拍摄再造了“目击现场”之感等, 多种符号模态相互作用让这段集体创伤和记忆在后记忆语境中被传承下来^[53]。对这段历史同样关注的还有罗哈斯-利萨纳(Sol Rojas-Lizana), 他以批判话语分析理论对 34 封子孙写给消失于智利军政独裁统治时期的祖父母的家书进行分析, 以照片、物件、姓名等符号文本串联起“后记忆”时代第三代子孙对这段创伤和爱的记忆^[54], 展示了传播符号学在深入文化语境, 探查细微处情感与记忆的方法延伸能力。

借助多模态符号视角, 学者们还在各方面研究中尝试以新眼光理解旧问题, 或以新形式解决新问题, 主要表现为对多元符号模态的综合关注, 并将其纳入意义形式的考察范围中。得益于现代媒介丰富的视觉可供性, 原本非图像化的健康知识开始构建以视觉符码生产为主的健康传播新形式。受众通过对视觉符号中承载的健康知识进行解码, 完成对自我健康状态的判断和评估, 构建起何为“健康”的知识结构。然而, 图像化本身解读的开放性和多义性

造成的对健康知识的误读,以及平台算法造成的信息茧房,依然是未来健康传播的隐患,是需要各方面共同努力的课题^[55]。刘大为等则注意到作为乡村医生身份符号象征的“急救箱”及其指向的乡村医疗卫生体系。急救箱不仅作为功能的物为乡村医生的出诊提供便利,更承担起健康传播的媒介属性,在物质、记忆和关系三重空间中串联起乡村医患共同体,意指着乡村医疗条件的进步,子承父业的家族医疗传承,以及村医与患者之间的信任关系建立等。这也为乡村社会城镇化后面临的医疗转型提供了一定程度上的参考意义^[56]。

四、传播符号学在多领域社会公共文化议题中的拓展

当前,传播符号学也表现出对社会议题的强烈关注,体现出该学科作为人文学范式对现实议题的观照。从集中于文本的文化研究,逐渐向更具现实社会意义的实践领域靠拢,如环境保护、政治符号学、健康传播与动物符号学等。部分研究跳出传统文本的设限,在更广阔的社会关系、时空关系中解析动态意义世界的生成。总体来看,在话语分析作为主要阐释工具的情况下,多模态符号资源也被充分重视起来,形成更加多元和开阔的传播符号学研究视野。

(一) 在政治及环境传播等公共领域的理论阐释力凸显

随着国际形势和地区关系的日益紧张,2004年涌现出许多对政治话语和个别政治话题的重点关注。恰纳克皮纳尔(Betül Çanakpınar)等人采用丰塔尼耶的符号学理论,将政治话语看作一种从符号、文本、物体、实践等各个阶段都包含“说服”的,满足自身传达和交流需求的生活方式,并借用格雷马斯的行动元模型构建起政治话语的一般运作机制^[57]。另一项对特朗普就职演说的话语分析就指出,特朗普运用了包括反建制、反精英主义修辞、集体主义修辞、民族主义情绪以及简洁和重复的语言等民粹主义修辞风格,使其煽动性效果大增。面对这样的政治话语,公民批判性语言意识的培养迫在眉睫,从而在未

来能够做出明智的选择^[58]。更多研究借用批判话语分析等符号学工具勾勒全球各地的政治图景。克日扎诺夫斯基(Michał Krzyżanowski)关注到了媒体中移民话语构建,从2010年到2022年,媒介话语随着时间的推移逐渐负面化,这映照出瑞典更广泛的公共领域中的逻辑转变,尤其是瑞典的政治话语^[59]。同样关注移民话题的还有林佩里(Maria Lymperi),他基于当代西方话语中对“他者”的“流动的恐惧”,揭示出那些支持移民定居希腊的媒介话语可能潜藏着种族主义假设^[60]。

在环境传播领域,勘帕纳·皮瓦(Heidi Campana Piva)以质性符号学分析方法对YouTube中一个涉及全球变暖的阴谋论视频进行了话语分析。视频中的话语策略将气候变化打扮为由科学界和媒体合谋的骗局,这种将“气候变暖”视为伪科学的话语试图使权威和主流知识失去合法性,进而将“环境问题”去问题化,为人们提供了拒绝缓解气候危机行动的理由^[61]。另一项对“纯净自然”的视觉话语分析采集了Instagram上300条以阿曼自然景观为主要视觉呈现的社交媒体内容,作为视觉能指建构起欧美意识形态下对大自然的浪漫想象,即崇高、纯净和本真的家园。自然要么是完全“无人踏足”的,要么只允许出现看起来十分渺小的单个人影。这样的话语生产虽然能引发人们对环境保护的关注,但隐喻着自然与社会的二元对立,或不利于可持续发展的视觉话语迭代与进步^[62]。

(二) 地区性语言景观与身份认同

借助符号学视角,传播学进入公共空间中诸如标语、广告牌、涂鸦、店招等语言景观中,并见微知著折射出经济发展、身份认同、社会变迁等更宏观维度上的理论观察。胡易容和第五淳对普遍纠缠在一起的“口号”和“标语”进行了从媒介形式、意指机制和影响社会行为三个方向的剥离:属于口语媒介的“口号”伴随大量语气、语调等“副语言”,构建起听觉主导的意义共享空间;而“标语”则以文字文本占据“实体空间”,凸显了作为符号基座的物媒特性^[63]。一项对中国某大学中英双语标识(和标语)的民族志景观

案例研究从布鲁迈特（Jan Blommaert）唯物观符号学出发，对标识中的索引性意义、社会空间和连接起来的时空体进行分析，也证明了符号并非完全无涉及语境与物质的抽象概念，未来符号表意中的媒介性和物质性值得更多的探索^[64]。

另一方面，语言景观中暗藏的语言选择、话语结构等也反映着语言使用者对文化与身份的认同，例如，新世纪之交西班牙语和加泰罗尼亚语的合法地位之辩就被置于一系列社会抗议活动的中心位置。萨巴特-达尔毛（Maria Sabaté-Dalmau）对一条中央高速公路两侧的涂鸦进行批判性社会话语分析后发现旧有的二分民族语言认同在加泰罗尼亚和西班牙地区的草根政治中再次抬头，表现为两极分化的以涂鸦为主的语言景观对空间资源的争夺^[65]。一项对香港重庆大厦以及周边环境中的公共和私人标识的数据库统计也显示出香港多元的文化景观。这种复杂多样的语言景观不仅与香港久负盛名的旅游胜地相关，更是其特殊地理位置与历史沉淀的必然走向。不同语言在使用度和出现频率上的排序使语言景观能够作为一种社会文化文本，反映出地区权力结构与语言意识形态的迭代^[66]。

（三）非人类生物在消费社会生活的内涵与隐喻研究

在人类社会生活中，非人类生物一直与人类相伴但它们与人类的交互关系在2024年的研究中受到了更多关注。研究者试图揭示人类社会生活中的这些现象的隐含意义，凸显其背后的文化价值和影响。洛鲁索（Anna Maria Lorusso）通过分析意大利昆虫食物的广告话语和修辞策略，发现其将昆虫食物与保护自然、平等与进步等文化意义关联起来，并通过视觉修辞暗示消费者食虫是现代的、冒险的和与众不同的^[67]；克莱顿（Andrew Mark Creighton）对“模拟动物”（simulated animal）的内涵进行扩充，并提出“模拟环境界”（simulated umwelt），强调当前社会中消费者对非人类动物的普遍影响力。通过两个理论框架，安德鲁分析和批判了消费社会中的着魔（enchantment）现象，揭露了非人类

动物在麦当劳化（McDonaldized）系统中真实的主观体验，指出它们在这些环境中相对于自然环境中的意义和体验的丧失^[68]。

五、结语：拓展、回归与人工智能的挑战

综上，2024年传播符号学的理论深度和阐释广度都有新进展，并表现为与语言学、文化研究、社会学、国际政治等多学科融合的趋势。传播符号学有更进一步打破传播学方法论的束缚而成为打通从物质到智域的全领域传播过程研究范式的潜力。从学理上看，对索绪尔手稿中符号物质性事实的重新发现，以及将“本源符号”作为一系列符号衍生起点的讨论，都反映出学界“回到事物本身”的思考；这种回归，也体现在对传统文化符号遗产进一步的发掘上。

不过，在2024年诸多进展中，可能给传播符号学带来根本变革的依然是，人工智能冲击引发的理论再造问题。一方面，“AI符号学”是否能整体性地作为独立学科建立？另一方面，人工智能时代引发的诸方面问题令许多理论需要被再审视。在应用层面，基于人工智能座架的新兴媒介形态和内容源源不断涌现出新的研究话题和对象，无论是对传统文本的再媒介化，还是对新媒介中的多模态符号互动的剖析，都显示出如今的“文本”概念的扩容。这种灵活且连续文本观一端激活了我们重新审视媒介中不透明性、中介性的视角，另一端照亮了智能媒介中的虚拟经验研究和过往稍显局促的情感和记忆研究。

最后，2024年传播符号学解决的问题不少，但生发的问题似乎更多。例如，迫切需要回答的便是当搭载VR、AR等一系列前沿技术的媒介生态系统在提供沉浸式媒介体验的道路上越走越远，未来当生成式人工智能、区块链或脑机接口技术进一步成熟，媒介从模拟真实到超越真实，再到进一步取消真实时，我们又将如何处理所有社会要素都被纳入大数据与算法逻辑后的意义和传播问题？

（责任编辑：李韵奕）

参考文献

- [1] The Fifth Conference of the International Association for Cognitive Semiotics (IACS-5)[EB/OL]. [2024-12-12]. <https://konferens.ht.lu.se/iacs-5>; 16th World Congress of the (IASS/AIS)[EB/OL]. [2024-12-12]. <https://www.semcon2024.com>.
- [2] [38] 符号与传媒·会讯 | 2024 南京符号学大会学术总结 [EB/OL]. (2024-11-14) [2024-12-12]. <https://mp.weixin.qq.com/s/agkl81Pw2dC09UngLf5M1g>.
- [3] 中国社会科学网·媒介物质性为新闻传播学研究带来新转向 [EB/OL]. (2023-05-12)[2024-10-21]. https://cssn.cn/skgz/bwyc/202305/t20230512_5637729.shtml.
- [4] 隋岩, 杨超. 群聚传播中传播主体的文本化及文本间性 [J]. 中国社会科学, 2024 (4): 46-60.
- [5] 胡易容. 文化传播符号学论纲 [M]. 北京: 科技出版社, 2024: 1-2.
- [6] 皮埃尔·吉罗. 符号学概论 [M]. 怀宇, 译. 四川人民出版社, 1988: 7-8.
- [7] 赵毅衡. 建立一个“人工智能符号学” [J]. 当代文坛, 2024(06): 4-12.
- [8] 赵毅衡. 异智能体符号学的四个基本方面 [J]. 新闻界, 2024(09): 50-59.
- [9] Danesi, M. *AI-Generated Popular Culture: A Semiotic Perspective* [M]. Germany: Springer Nature Switzerland, Imprint: Palgrave Macmillan, 2024: 3-5.
- [10] 刘涛. 失联的“踪迹”: 生成式 AI 图像与图像阐释学的知识框架重构 [J]. 南京社会科学, 2024(8): 86-100.
- [11] D' Armenio, E., Deliège, A., & Dondero, M. G. Semiotics of Machinic Co-Enunciation. About Generative Models (Midjourney and DALL·E) [J]. *Signata. Annales des s émiotiques/Annals of Semiotics*, 2024 (15).
- [12] Arkhipova, D. & Janssen, M. (2024). AI recommendations' impact on individual and social practices of Generation Z on social media: a comparative analysis between Estonia, Italy, and the Netherlands [J]. *Semiotica*. 2024(261): 61-68
- [13] 张奎, 王秀伟. 生成式 AI 在传统传播中的媒介呈现与风险治理 [J]. 图书情报知识, 2024, 41(04): 98-109.
- [14] Zappavigna, M., & Logi, L. How emoji make meaning and enact ambivalence: a social semiotic account of emoji-text relations in TikTok comments [J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-21.
- [15] Zappavigna M & Logi L. *Emoji and Social Media Paralanguage* [M]. New York: Cambridge University Press, 2024.
- [16] Lu, Y. & Kroon, S. Elder Biaoqing: investigating the indexicalities of memes on Chinese social media [J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(1): 71-93.
- [17] 曹进, 李晨. “二维码”符号的传播生态学考察 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(4): 142-149.
- [18] 李伟, 刘兴澳. 截屏何以被“信以为真”: 一个传播符号学的考察 [J]. 新闻界, 2024(2): 49-61.
- [19] Paskaleva, B. Pre-structuralist semiology: materiality of language in Ferdinand de Saussure [J]. *Semiotica*, 2024(259): 149-183.
- [20] Zhu, Z. (2024). Peirce's philosophy of language [J]. *Chinese Semiotic Studies*, 20(3): 425-446.
- [21] 赵毅衡. 正在兴起的符号学中国学派 (代编者按) [J]. 贵州社会科学, 2012(12): 20-21.
- [22] 陈力丹. 集结到巴别塔下 [M]// 胡易容. 文化传播符号学论纲. 北京: 科学出版社, 2024: 序 2.
- [23] 社会科学文献出版社. 新书《中国文化符号学关键词》 [EB/OL]. (2023-11-24)[2024-12-12]. https://m.thepaper.cn/baijiahao_25416549.
- [24] 祝东. 中国传统符号学思想研究文选 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2023: 11.
- [25] 谢清果, 韦俊全. 意象中国: 作为华夏文明传播符号的“意象”及其传播模式 [J]. 新闻与写作, 2024(1): 45-55.
- [26] 祝东. 易象论: 视觉思维下《周易》的符号传播机制研究 [J]. 周易研究, 2024(4): 87-94.
- [27] 祝东, 张殷婷. 从自发到自觉: 儒家礼学发展的传播符号转向 [J]. 传媒观察, 2024(2): 92-100.
- [28] 祝东. “中国传统符号学思想”专辑导言 [J]. 符号与传媒, 2024(1): 2-6.
- [29] 符号学论坛. 陈东著《<黄帝内经>的医学符号学研究》出版 [EB/OL]. (2024-09-05)[2024-12-12]. <http://www.semiotics.net.cn/index.php/view/index/news/9754>.
- [30] 徐结平. 孙子诡道思想的符号学研究 [J]. 符号与传媒, 2024(01): 53-69.
- [31] 冯月季. 东风西渐: 中国文化符号国际传播的历史、现状与未来 [J]. 内蒙古社会科学, 2024, 45(4): 53-61.
- [32] 孟伟, 刘鹏. 文化锚定物: 中国文化有效传播的路径探索——基于东盟五国青年的实证研究 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(01): 62-73.
- [33] 隋岩. 强符号的国际传播途径研究 [J]. 当代传播, 2012(5): 13-14+23.
- [34] 闫文君. 诗性的复归: 数字时代传统文化符号的具象表达 [J]. 符号与传媒, 2024(1): 137-148.
- [35] 肖珺, 张驰. 互惠性意义共通: 朝向文明交流互鉴的数字化符号表意阐释 [J]. 现代出版, 2024(2): 8-21.
- [36] 白文硕. 作为媒介符号的丝绸之路“胡”物——兼论丝路物质审美文化 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2024, 46(01): 121-128.
- [37] Yu, J., & Zhu, Y. Culture-specific “items” in multimodal translation: translating Spring Festival traditions into LEGO bricks. *Social Semiotics*, 2024: 1-16.
- [39] 田海龙, 代薇. 北京胡同的“老北京”特质及其感知的符号过程 [J]. 符号与传媒, 2024(1): 179-193.
- [40] 宋巧丽, 雷思远. 协作“成都小欧洲”: “景观”生成与“他者”反思 [J]. 新闻与传播研究, 2024(5): 47-62.
- [41] 刘涛. 融合新闻叙事的知识体系构建: 一个数字叙事学的视角 [J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2024, 53(4): 1-15.
- [42] 刘涛, 张媛媛. 中华优秀传统文化“双创”的数字叙事及其语义修辞机制——以融合新闻叙事实践为例 [J]. 新闻界, 2024 (3): 4-15.
- [43] 唐忠敏. 正文本、副文本与互动叙述中故事世界的动态扩展——基于断点的维度 [J]. 编辑之友, 2024(2): 54-59.
- [44] 李亭竹. 中国文化故事何以入脑入心——基于娱乐克服阻力模型的三组实验研究 [J]. 新闻界, 2024(09): 84-96



- [45] 张德禄. 符号的物质性在多模态话语建构中的作用[J]. 中国外语, 2024, 21(05): 42-50.
- [46] Zhou, N. Competition among visual, verbal, and auditory modalities: a socio-semiotic perspective[J]. *Semiotica*, 2024(259): 127-147.
- [47] Oja, M. Conflicting modalities in feature film: from contrapuntal editing to internal diegetic sound[J]. *Semiotica*, 2024(259): 95-126.
- [48] Zhang, Y., Zhang, L., Ren, W., & Liu, Y. “(scream) (wriggle)(dismally crawl)” – parentheses as semiotic resources for translanguaging and trans-semiotic practices on Chinese micro-blogging. *Social Semiotics*, 2024: 1-18.
- [49] Biglari, A., & Danesi, M. The passions as seen through the lens of Greimassian semiotics and cognitive science[J]. *Sign Systems Studies*, 2024, 52(1-2), 70-87.
- [50] 曹漪那, 李兴. 跨文化共感情动: 中外科幻电影的生态价值及其符码转换[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024, 46(04): 87-95+159.
- [51] 王凤仙. 模因繁衍与情绪增殖: 社会焦虑的网络扩散机理[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2024, 53(3): 60-69.
- [52] Bogushevskaya, V. A study in scarlet: cultural memory of the tropes related to the color red, female countenance, and onstage makeup in the Sinophone world[J]. *Semiotica*. 2024(261): 209-225.
- [53] Cotal San Martin, V. “They will not erase the blood, of those who fell here”: a multimodal analysis of the music video as a site of (post)memory and resistance against negationism in post-dictatorial Chile[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-14.
- [54] Rojas-Lizana, S. “Ps. I’ ll find you.” The discourse of postmemory in letters to executed and disappeared grandparents in Chile[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-18.
- [55] 祝越. 健康传播的视觉转向: 历史流变、现实逻辑和未来走向[J]. 江西社会科学, 2024, 44(06): 197-205.
- [56] 刘大为, 孙瑞, 黄明. 流动的出诊箱: 空间传播与乡村医患共同体生成[J]. 传媒观察, 2024(5): 112-120.
- [57] Çanakpınar, B., Kalelioğlu, M. & G ü n a y, V. Political discourse and semiotics[J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(2), 255-272.
- [58] Zhu, J. Cultivating critical language awareness: unraveling populism in Trump’ s inaugural address[J]. *Semiotica*, 2024(259), 255-278.
- [59] Krzyżanowski, M., & Ekström, H. “No longer the haven of tolerance” ? The press and discursive shifts on immigration in Sweden 2010-2022[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-23.
- [60] Lymperi, M., & Archakis, A. (Non) representation and normalized losses of the other in pro-migrant media texts: what is at stake in migrant visibility? [J] *Social Semiotics*, 2024: 1-18.
- [61] Piva, H. C. Guiding interpretation towards deproblematization: A video interview with a Climate Change denier analysed as conspiracy theory[J]. *Sign Systems Studies*, 2024, 52(1-2): 256-283.
- [62] Smith, S. P. “The trash is ruining the picture” : social media, sustainability, and the semiotics of pristine nature[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-21.
- [63] 胡易容. 第五淳. 论标语和口号的媒介特性与符号表意[J]. 西北师大学报(社会科学版), 2024, 61(2): 39-48.
- [64] Dong, J. Toward an ethnographic materialist semiotics: spatial scope, indexicality, and chronotope in a Chinese academic institution: In memory of Jan Blommaert[J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(1), 19-37.
- [65] Sabat é -Dalmau, M. Political protest landscapes in Catalonia: language choice, utopian/dystopian discourse and “Catalans” – “Spaniards” identities[J]. *Social Semiotics*, 2024: 1-22.
- [66] Wang, J. & Liang, Z. Indexical order and language ideology in the linguistic landscape of tourism in Hong Kong: Chungking Mansions and its surroundings[J]. *Chinese Semiotic Studies*, 2024, 20(2), 273-295.
- [67] Lorusso, A. M. The Boundaries of the Edible[J]. *Signata. Annales des s é miotiques/Annals of Semiotics*, 2024 (15).
- [68] Creighton, A. M. Simulated animal and simulated umwelt: Towards a method of analysing and critiquing nonhuman animals in consumer settings[J]. *Sign Systems Studies*, 2024, 52(1-2), 208-230.

The Meaning Crisis in the Age of Digital and Intelligence Media and the Return of Classical Semiotics—The Global Frontiers of Communication Semiotics in 2024

Hu Yirong, Yin Jingwen, Li Wanting

Abstract: The communication semiotics worldwide presents new developments in multiple aspects in 2024, which can be summarized from two dimensions: the study of the meaning crisis in the shift towards digital intelligence integration, and the return of classical semiotics in the new context. These two dimensions are specifically highlighted in four aspects: firstly, the exploration and theoretical construction of “AI semiotics” directly triggered by the explosion of artificial intelligence. The second is the continuous excavation of the orient

“semiotic heritage” from the perspective of exchanges and mutual learning among civilizations, showing a breadth and activity of theoretical resources that exceed those of the West. Thirdly, intelligent media technologies are deepening the research on the multimodal digital semiotic landscape. Fourthly, communication semiotics as a methodology is manifesting its explanatory power in public fields such as health, environment, politics, and international relations. This series of situations demonstrates the universal theoretical vitality of semiotics of communication.

Keywords: communication semiotics; AI semiotics; cross-cultural communication; classical studies; multimodal discourse analysis

Authors: Hu Yirong, School of Literature and Journalism (School of Publishing), Sichuan University; Yin Jingwen, School of Literature and Journalism, Sichuan University; Li Wanting, School of Literature and Journalism, Sichuan University.