

---

# 报告与书评

---



## 2022 年中国符号学发展研究

段彦会

**摘要:** 2022 年中国符号学研究主要集中在传播、艺术、形象建构领域,整体呈现出两方面显著特征。一方面,符号学理论研究结合符号互动论等经典传播学理论得到了进一步发展,同时中国特色的思政建设成为符号学研究新动向。另一方面,智媒时代符号学视域的研究热度逐渐上升,艺术学与美学研究、文化产业研究都保持着较高的讨论度,相关话题包括传统非物质文化遗产、广告与“国潮”等,呈现出符号学在新论题上的应用潜力。

**关键词:** 符号学研究, 年度报告, 2022

## 2022 Annual Report of Chinese Semiotic Studies

Duan Yanhui

**Abstract:** In 2022, semiotic research in China focused on communication, art and image construction and had two distinct features. First, in combination with developments in classic communication theories such as symbolic interactionism, the theoretical understanding of semiotics was advanced. Furthermore, the ideological and political construction of semiotics with Chinese characteristics became a trend in semiotic research. Second, the popularity of semiotics as a

research field was gradually increasing in the era of digital media. Researchers' established enthusiasm for art and aesthetic studies and cultural industry studies was maintained. Related topics such as traditional intangible cultural heritage, advertising and Chinese fashion show the potential of applying semiotic perspectives to new fields.

**Keywords:** semiotic research, annual report, 2022

**DOI:** 10.13760/b.cnki.sam.202301021

2022年,中国符号学研究发展迅速。在论文方面,在中国知网(CNKI)上以“符号”为主题且全文内容中包含“符号学”的文章共2380篇,包括学术期刊、学位论文、会议论文、报纸等出版物,其中学术期刊1161篇,核心期刊327篇,较去年增长两倍有余。这些学术期刊分布于不同的学科领域,除最主要的新闻传播学之外,还涉及艺术学、文艺理论、中国语言文字等多个学科领域。对其进行主题分析后,我们发现2022年的符号学研究主要集中在文化符号、短视频、艺术学和形象建构领域。本研究报告基于2022年符号学研究的集中情况,对符号学理论、传播符号学、符号美学三个主要领域的研究进行综述,试图呈现出2022年度符号学研究的整体趋势。

2022年度符号学相关的学术活动和学科建设活动数量较多,主要根植于经典理论研讨、美学与艺术学以及图像符号学等领域,整体呈现出聚焦中华文化、多学科融合、深化文明互鉴的特点。“丝绸之路”仍然是讨论的热点话题,由中国新闻史学会符号传播学专业委员会、中国中外文艺理论学会文化与传播符号学分会、华夏传播研究会、中华多民族文化凝聚与全球传播省部共建协同创新中心——“丝绸之路”与中华民族共同体研究分中心主办,西北民族大学新闻传播学院承办的以丝路符号与中华文化传播为主题的第二届华夏丝路符号传播论坛,展现了丝路符号研究的趋向,通过学术研究探索铸牢中华民族共同体意识的路径,在国际传播中彰显中国特色。同时,多场活动对各领域议题展开了研讨,注重符号学理论的向下深挖与向前创新,有力地推动国内符号学向更广阔的领域发展,主要体现在由中国逻辑学会符号学专业委员会和中国语言与符号学研究会主办、天津外国语学院语言符号应用传播研究中心承办的“结构与传继:叙述论符号学的最新发展”国际专题论坛以及由中国语言与符号学研究会主办的主题为符号学新发展与跨学科研究的第十五届全国语言与符号学研讨会两次会议中。

## □ 符号与传媒 (26)

“符号·传播·媒介——第二届艾柯学术研讨会”由深圳大学传播学院、深圳大学传媒与文化发展研究中心、重庆大学艾柯研究所、四川大学符号学-传媒学研究所联合主办,沿袭了上一年度的研讨精神,注重艾柯理论的时代特色与中国特色,体现了艾柯研究在中国持续推进的意义。此外,2022年度的十期“符拓邦论坛”也同样值得注意。“符拓邦论坛”由四川大学文学与新闻学院、四川师范大学文学院和四川大学符号学-传媒学研究所联合主办,与语言、文学、艺术、人工智能、传媒等众多学科交汇,从跨学科视角探究当今社会突出的文化现象,探索符号学诸领域前沿思想之余,也为青年学者和广大学子提供了交流机会。

2022年度共出版专著22本,较去年有大幅度提升,与语言符号学、文化符号学、图像符号学、叙述学、传播学等学科紧密联系,主要包括中华文化、视觉语言、情感构成等研究对象,以及基础理论新发展和在戏剧艺术、品牌营销等领域的应用,体现了符号学较强的理论性与普遍适用性。英文著作则继续专注于从文化符号学视角探讨武侠文本,持续向世界引介中国历史实践中创造的思想文化,加强中华文化意义的国际传播。

### 一、符号学理论研究

2022年我国的符号学理论研究成果颇丰:有些学者对符号学家的经典理论进行了回溯与辨析;有些学者聚焦于主体性问题展开符号学研究;有些学者则对马克思主义符号学进行了探索。

在经典理论的回溯与辨析方面,对皮尔斯与洛特曼的研究获得了学界的关注。有学者对皮尔斯的符号分类进行了反思与修正,指出皮尔斯像似符号是第一性、指示符号是第二性的观点与符号发生和演变的真实过程相违背,而指示性才是意指活动的第一性(姜奕村,2022);有学者通过考察皮尔斯有关实用主义的表述,研究了皮尔斯符号哲学和实用主义之间的学理关联,并提出皮尔斯的“符号实用主义”(周靖,2022);有学者回顾了皮尔斯的“终极因”概念,为哲学领域的目的论解释提供了一种符号学方案(程都,2022a),并对比了皮尔斯的实用主义与黑格尔哲学之间的异同,为理解前者的内涵提供了一个有益视角(程都,2022b);也有学者对洛特曼的符号学思想进行了研究,比如回顾了洛特曼理论体系中的三个核心命题(周启超,2022a),对洛特曼的“符号单子”概念进行了溯源(郑文东,林柯,2022)。

2022年,对于人的主体性的符号学研究受到了学者们的重视。江苏省高

校哲学社会科学“符号的认知研究”创新团队里的许多学者从精神文化符号学出发讨论意义认知活动中的主体性问题。有学者立足于老庄哲学，在人的主体有无之境的不断转化中，试图为符号学研究探索一条建立在理性基础之上的直觉地把握符号意义的路径（张杰，2022），并指出人类的认知并非只是作为主体的“我”对客体的认识，同时还存在另一种认知模式，此种认知模式让认知主体超越一般意义上的“理性”层面，进入更高层次的思维境界，即“用心若镜”（张杰，余红兵，2022；陈中，2022）；有学者区分了中西方符号学界对“符号自我”的认识差异，基于中国传统文化中的“能所观”，分析了直觉感知所蕴含的理性特征（陈中，姚婷婷，2022）。此外，有学者通过沃恩的礼物-馈赠逻辑分析维尔比夫人表意学中的交际思想，为交际活动中如何处理自我与他者的关系提供了新的思考（孙凤，屠友祥，2022）。

值得一提的是，这一年马克思主义符号学有了新的发展。有学者结合我国具体语境讨论了构建中国马克思主义符号学的可能性和时代意义（赵士发，2022）；有学者回顾了洛塞-郎蒂的马克思主义符号学思想及方法，展开了深化人类社会实践和符号现象之间关系的探讨（张碧，2022）。

其他的符号学研究成果一定程度上拓展了符号学的关注领域。有学者通过分析《逻辑哲学论》中的逻辑可能性与符号学之关系、图像与符号的理想性、符号的可感与实践等问题，揭示了维特根斯坦思想对当代符号学研究的深刻影响（卢德平，2022）；有学者分享了当代捷克学界对“布拉格学派”的最新回望，拓宽了捷克结构主义研究的视野（周启超，2022b）；也有学者讨论了巴赫金表述诗学中的言语行为论，指出表述诗学中的言语行为过程主要体现在表述与语言-言语、符号、话语的关系上，表述的价值以及自我完成情况只有在言语交际中才能实现（张丽，涂年根，2022）；还有学者从行为语言、言语行为、其他符号三种不同类型的符号系统出发研究文学艺术，指出当符号惯例变革涉及变更符号背后的言语行为范式，造成注意力的转移，调整言语行为与行为语言的张力结构时，它将重构人的感觉配置，重塑人的感官，制造文学艺术发展过程中的重大事件（马大康，王正中，2022）。总体看来，符号学理论的研究主要聚焦经典符号学家及其符号学理论的挖掘与阐释，体现了中国学界与西方符号学理论的深度对接和更新。

## 二、传播符号学研究

传播学符号学研究是符号学研究的重要组成部分，也是符号学研究的重

## □ 符号与传媒 (26)

要趋势。本年度传播符号学研究数量大,研究论题也很广泛,人工智能、形象、图像、电影、消费等都是传播符号学研究的重点论题。

在人工智能研究领域中,人工智能符号系统逐渐受到学者关注。毛郝浩、李建会(2022)从人工智能系统中的符号奠基问题(Symbol Grounding Problem, SGP)出发,介绍了针对SGP的哲学批判与相关解决策略的演进。魏斌(2022)则注意到人工智能符号系统中两种范式的割裂,探讨了符号主义与联结主义各自的优缺点,探索二者在人工智能时代融合的可能性。此外,元宇宙逐渐成为传播学研究中的重要话题,李玮、马磊(2022)将元宇宙中的文本划分为纪实文本、虚构文本,以及以仿真为逻辑建构的虚实并置文本,从文本区隔的角度指出个体处于元宇宙的认知风险。而赵星植(2022)则从“元宇宙”概念本身出发,从元媒介的角度探究了元宇宙的发展历程,指出在元宇宙的概念之前,社会的符号传播中的自我指涉与社会文化中的符号化、媒介化都已呈现出“元趋势”。

本年度学者们主要关注民族文化共同体中国家与城市形象建构的表意过程。在国际传播研究领域,鞠晶(2022)通过对《中国日报》中多模态的表象意义、取向意义和组织意义以及超文本中的表象关系、取向关系和组织关系进行分析,指出中国在网络空间中建构国家形象的路径,即建构“文化认同-文化行为-文化符号”的国家文化符号体系(范红,苏筱,2022)。在对内建构民族文化共同体的传播研究中,有学者(陈峻俊,符家宁,2022)从符号叙事学的角度分析了年代剧中红色精神与家国共齐的双重特征。也有学者(杨建军,彭婷,2022)基于少数民族文化遗产指出,编码与解码作为文化传播中的重要环节,对各族人民接受交融共生的中华民族共同体具有重大借鉴意义。冯月季(2022)认为,总的来说,当前文化传播中元符号的重要性及其面临的困境需要受到相当程度的重视。元符号作为中华民族共同体的文化原型,面临着资源散乱与不成体系的挑战,他提出应当从符号域的内外两个层面应对元符号表意机制的挑战。

随着视觉话语分析(visual framing analysis)逐渐成为学界关注的新研究范式,《新闻大学》于本年度组织了一期专题研究,符号修辞学带来的研究视角及其话语知识(刘涛,2022a)为这一领域带来了重大变革。刘涛(2022b)立足视觉修辞学的知识脉络,探讨了视觉意义建构的“框架装置”以及视觉框架分析的理论范式。彭佳(2022)站在视觉符号学的认识视角,揭示图像中框架得以存在并发生作用的符号指示机制。

电影是符号学研究的重要语境,电影符号学理论与应用在本年度的研究

中得到了推进。赵斌、张玮（2022）针对当代影像的分析与批评，开拓了电影第三符号学的理论空间。柯岩·托玛瑟利等人（2022）则结合二维电影符号学理论与四维感官符号学，探究了在交互媒体中VR与AR文本的表意建构过程。基于电影语境的研究中，有学者（王晖，赵禹平，2022）指出水墨画在电影中的跨媒介表意成为电影艺术精神内涵的“出位之思”。此外，喻宛婷（2022）分析了“农民老父亲”这一当代影像“神话”的群氓形象与视觉叙事。

在消费研究领域，学者主要将目光聚焦于符号消费的社会心理与逻辑层面，探究在“国潮”消费现象中符号消费的重要地位（宗祖盼，刘欣雨，2022）。杨钊（2022）则探究了在粉丝文化语境下符号消费中物与人的关系。此外，也有学者（杨嵘均，顾佳圆，2022）基于罗兰·巴尔特与索绪尔的符号学理论，对消费社会的危害性展开了批判。还有学者将瘟疫放置在西比奥克提出的总体符号学的框架中，反思在全球的生命符号域越来越一体化的背景下，瘟疫应当如何被重新书写（彭佳，严俊，2022）。

### 三、符号美学发展研究

在社会文化泛艺术化趋势愈发明显的当下，艺术卷入了人们的社会经济活动中。传统美学已无法回应当下艺术的商业运作、艺术变体的“生命艺术化”、公共空间与时间的艺术重建以及商品的艺术化等“泛艺术化”的社会问题。面对新的语境、新的艺术实践，学界迫切需要一种新的美学理论——符号美学，只有用符号美学的意义发生与阐释理论，才能仔细分析艺术意义渗入社会的具体途径（赵毅衡，2022a）。中国学者对艺术美学的讨论愈发热烈，一方面在西方艺术美学思想的论述上，对艺术美学理论展开新的尝试；另一方面紧跟当代艺术实践，致力探讨泛艺术化实践的符号意义。

2022年度符号学和艺术学的结合研究，首先体现在对符号美学内涵的探讨上。符号学介入艺术和美学领域，形成了符号美学，符号美学与其他艺术理论不同之处在于它是用符号学的观点和方法来进行艺术的哲学思考。符号学即意义之学，符号是“被认为携带意义的感知”，任何意义都必须由可感知的符号来承载、传播、解释，符号学就是研究意义的构造、传送、解释的学问。而符号学的目标与当代艺术学要解决的问题非常契合，用符号学研究艺术就是探究艺术这种独特的文化形式引发的意义过程（赵毅衡，2022a）。

我国学者在艺术符号美学的研究上取得了一些理论成果。有些学者聚焦

## □ 符号与传媒 (26)

符号美学的经典理论，进行回溯；有些学者从不同的理论视角出发，探索符号美学的理论基础并扩展理解，进一步完善符号美学理论的内涵。在经典理论的回溯方面，赵毅衡（2022a）提道：从符号美学研究的历史来看，黑格尔很早就关注过艺术的符号意义，他的《美学》第二卷开卷标题就是“（艺术）象征作为符号”，所谓“象征性”就是特殊的符号品质，这也是当今艺术发展所要追求的艺术意义。

除了对符号美学理论与概念的回溯，学者们还兼顾当下语境的变化与发展，深入探讨了符号美学的相关理论，对其概念和理论内容进行了完善，为符号美学的理论应用提供了更为深厚的土壤。

赵毅衡（2022b）从“三联滑动”和“三性共存”角度出发，为功能主义符号美学提供了理论基础。他认为“使用物—实用符号—艺术符号”的部分滑动，最终生成物的使用性、符号的实际意义和艺术性，即“三性共存”。而这种“三性共存”成了当代艺术的符号美学的最基本环节，符号美学必须以对这个现象的理解与应用作为整个论辩体系的出发点。周尚琴（2022）结合卡罗尔提出的历史叙述法与赵毅衡提出的符号美学三联体理论，探索泛艺术化时代识别艺术的有效方法。她发现，要将艺术身份授予潜在艺术品，主要方法都离不开“解释”，并提出在新的语境中如何识别艺术依然是每个艺术研究者都不可回避的挑战，这为今后的研究提供了方向。

赵毅衡、罗贝贝（2022）借助莫里斯对意义过程三维度与符号学三分科的划分，谈论艺术符号的意义问题，拓展了对符号美学的理解。他们认为，在符号美学领域，符号学可以对符号的意图意义、文本意义、解释意义这三个环节分别处理。安静（2022）从贗品的认知逻辑出发，提出“符号化的意向性”概念，旨在用符号学的认知推理过程阐释意向性问题，探讨艺术符号学哲学向度的可能空间。

与符号美学理论相呼应的是，符号学和艺术实践的结合研究是2022年符号美学研究的另外一个重要领域。符号美学紧跟当代艺术实践，在符号美学的艺术实践研究中，学者们一方面结合具体的艺术领域，如戏剧表演、音乐、书法等展开研究；另一方面，也致力探讨与艺术相关的泛艺术化实践的各种符号表意活动，探讨艺术产业与符号美学的社会性问题。

对剧场表演的美学研究大多是从欧美戏剧学的角度出发，探讨其符号研究方法。冯伟（2022）认为现象学作为符号学研究方法的补充，为剧场表演分析开辟了新的路径，符号学与现象学是剧场表演研究发展的根基，兼顾了对美学和政治的诉求。在对戏剧表演的研究中，有研究者持相同的观点，她

也认为在戏剧研究中不仅需要运用戏剧符号学分析方法，还需要运用现象学方法来矫正观众研究的缺失，从而更好地把握稍纵即逝的舞台演出（魏梅，2022）。符号美学研究是中国符号学本土发展的重要体现，有研究者从媒介进入，提出媒介不仅仅是艺术的外在工具，而且内嵌于艺术的本体，文章直接呼吁需要建立艺术媒介符号学（胡易容，韩嘉祥，2022）。

艺术进入社会流通以后，也会成为一种产业活动，这就是符号美学研究的出发点（赵毅衡，2022b）。关于文化产业的符号美学研究，有些学者对“艺术产业”进行概念解释，并进行分类，具体探讨文化产业中的符号美学；有些学者结合具体的艺术形态分析其产业发展；还有些学者基于数字文化产业，分析区块链 NFT（Non-Fungible Token，非同质化通证）与艺术的原创性问题。

陆正兰和张珂（2022）梳理了“艺术产业”概念的演绎脉络，并从符号美学的意义功能出发，将艺术产业细分为纯艺术、亚艺术、拟艺术及类艺术四大类型，进一步的具体探讨为符号美学与艺术产业关系奠定基本框架。赵毅衡（2022c）提出不一样的观点，从符号美学来审视当代艺术产业，将当今的艺术产业按“专业艺术”“群众艺术”“环境艺术”以及“商品艺术”分成四个圈层和六个分区，从文本的形式特征讨论艺术意义，并指出艺术产业的每一个环节，在经济催动下都会获得新的美学形态。同时赵毅衡（2022b）也提出，部分滑动造成的“三性共存”使得商品艺术增值，保持了现代产业艺术的有效运转，这也是艺术与产业融合的理论基础。

在音乐产业的研究中，刘小波（2022）从符号学的视角、传播的环节考察流行音乐的诸问题，透过符号学，对当下的流行音乐产业背后商品与文化的复杂关系进行了分析。在数字技术和信息化技术的发展进程中，文化产业也被数字生态影响。互联网中区块链 NFT 以其迅猛姿态进入艺术领域，全新的艺术形式为艺术美学的研究带来了新的议题。还有学者从当代艺术的原创性困惑与探索角度出发，分析区块链 NFT 对当代艺术原创性的保护与挖掘性意义（路炜峰，蒋永青，2022）。

符号学研究的魅力在于，它能够以跨学科的视野，为人文学科提供开辟新路径的思路。2022 年的研究充分体现了这个特点，传播学、艺术学和符号学的结合研究进一步深入，充分展示了符号学研究的巨大空间。符号学理论在追溯西方经典理论思想的同时，积极探索中国语境下的新现象和新问题，是推动符号学理论和应用发展的重要实践。



## □ 符号与传媒 (26)

### 引用文献:

- 安静 (2022). 从符号化的意向性通向艺术符号学的哲学向度: 归纳认知视域下的赝品问题再探. 文艺理论研究, 2, 137 - 145.
- 陈峻俊, 符家宁 (2022). 符号、隐喻、逻辑: 论年代剧的红色叙事. 江汉论坛, 4, 102 - 108.
- 陈文斌 (2022). 真实与虚构: 历史剧中的符号区隔及其文化效应. 电视研究, 6, 74 - 77.
- 陈中, 姚婷婷 (2022). “符号自我”: “理性的直觉”的认知模式探索. 南京师大学报 (社会科学版), 3, 149 - 156.
- 陈中 (2022). 精神文化符号学的认知模式与主体有无之境. 江海学刊, 3, 250 - 256.
- 程都 (2022a). “终极因”的符号学方案——皮尔士因果理论的启示. 自然辩证法研究, 11, 23 - 29.
- 程都 (2022b). 披着黑格外衣的皮尔士: 实用主义内涵之探析. 浙江学刊, 1, 173 - 181.
- 范红, 苏筱 (2022). 国家形象与文化符号体系的战略传播——基于日本文化符号传播实践的考察. 现代传播 (中国传媒大学学报), 6, 77 - 86.
- 冯伟 (2022). 从符号学到现象学: 欧美剧场表演研究基本方法的确立. 文艺理论研究, 3, 128 - 138.
- 冯月季 (2022). 中华民族共同体意识认同的元符号机制、挑战与路径. 云南民族大学学报 (哲学社会科学版), 2, 25 - 32.
- 郭旭东 (2022). 重塑“原真性”城市: 当代街道景观的符号表意分析. 新闻大学, 7, 95 - 105 + 120.
- 胡易容, 韩嘉祥 (2022). 艺术符号媒介论纲. 载于赵毅衡 (主编). 符号与传媒, 24, 73 - 86. 成都: 四川大学出版社.
- 姜奕村 (2022). 皮尔士符号分类与演变理论之解读与修正. 江苏社会科学, 2, 214 - 223.
- 鞠晶 (2022). 网络空间中国国家形象的塑造与传播——以《中国日报》英文官方网站为个案. 东北师大学报 (哲学社会科学版), 3, 101 - 108.
- 李玮, 马磊 (2022). 论元宇宙时代的个体生存: 一个文本区隔的视角. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版), 4, 98 - 110.
- 刘涛 (2022a). 传播修辞学的问题域及其研究范式. 南京社会科学, 1, 91 - 105.
- 刘涛 (2022b). 视觉框架分析: 图像研究的框架视角及其理论范式. 新闻大学, 3, 1 - 21 + 117.
- 刘婷婷, 马凌, 保继刚 (2022). 旅游中的地方营造: 缘起、内涵及应用. 人文地理, 2, 1 - 12.
- 刘小波 (2022). 符号互动与泛符号化: 流行音乐的传播机制研究. 现代传播 (中国传媒大学学报), 8, 105 - 111.
- 卢德平 (2022). 《逻辑哲学论》的符号学向度. 科学技术哲学研究, 1, 1 - 6.

- 陆正兰, 张珂 (2022). 当代艺术产业分类及其符号美学特征. 载于赵毅衡 (主编). 符号与传媒, 24, 58 - 72. 成都: 四川大学出版社.
- 路炜峰, 蒋永青 (2022). 区块链 NFT: 开启当代艺术的原创性时代. 民族艺术研究, 2, 96 - 101.
- 马大康, 王正中 (2022). 符号结构与感觉重构. 文艺理论研究, 2, 1 - 13.
- 毛郝浩, 李建会 (2022). 人工智能中符号奠基问题的几种解决策略. 哲学分析, 1, 31 - 44 + 196 - 197.
- 彭佳, 严俊 (2022). 总体符号学的双重维度: 从瘟疫的命名和修辞出发. 上海大学学报 (社会科学版), 1, 130 - 140.
- 彭佳 (2022). 视觉框架生成的符号学机制考察. 新闻大学, 3, 33 - 44 + 118.
- 孙凤, 屠友祥 (2022). 母性与他者: 从礼物逻辑分析表意学的交际思想. 长江学术, 1, 85 - 94.
- 托玛瑟利, 柯岩; 托玛瑟利, 达米安; 尹倩 (2022). 电影符号学、时空理论和虚拟现实符号学. 上海交通大学学报 (哲学社会科学版), 4, 146 - 159.
- 王晖, 赵禹平 (2022). 电影与中国水墨画跨媒介融合的符号学分析. 江苏社会科学, 5, 233 - 240.
- 魏斌 (2022). 符号主义与联结主义人工智能的融合路径分析. 自然辩证法研究, 2, 23 - 29.
- 魏梅 (2022). 跨学科视域下的戏剧学——兼论符号学对建构戏剧演出研究方法的积极影响. 戏剧艺术, 1, 43 - 52.
- 徐若菡, 孙霄兵 (2022). 历史文化名城文化符号再塑的理论构想与实践路径. 江西社会科学, 2, 174 - 182.
- 杨建军, 彭婷 (2022). 藏族弓箭文化符号铸牢中华民族共同体意识研究. 北京体育大学学报, 3, 47 - 57.
- 杨嵘均, 顾佳圆 (2022). 网络符号消费的社会心理与资本逻辑. 江苏社会科学, 4, 85 - 93.
- 杨钊 (2022). 以物为媒: 粉丝文化消费的三重维度——以“Air Jordan 鞋文化”为例. 当代青年研究, 2, 48 - 55.
- 喻宛婷 (2022). 以“空间中的身体”为符号——20世纪80年代中国电影“农民老父亲”的群氓形象和视觉叙事. 上海大学学报 (社会科学版), 2, 56 - 66.
- 张碧 (2022). 社会实践活动中的符号属性——洛塞-郎蒂的马克思主义符号学思想及方法. 西北大学学报 (哲学社会科学版), 1, 130 - 136.
- 张杰, 余红兵 (2022). “用心若镜”与意义释放——再论精神文化符号学的任务. 江海学刊, 3, 241 - 247.
- 张杰 (2022). 理性的直觉: 符号活动的主体性问题研究. 南京师大学报 (社会科学版),

## □ 符号与传媒 (26)

- 3, 142 - 148.
- 张丽, 涂年根 (2022). 表述·符号·话语——巴赫金表述诗学中的言语行为论. 东北师大学报(哲学社会科学版), 4, 69 - 75.
- 赵斌, 张玮 (2022). 当代影像的图像分析系统——兼论电影第三符号学的历史任务与理论空间. 世界电影, 5, 51 - 66.
- 赵士发 (2022). 构建中国马克思主义符号学的基本前提与时代意义. 求索, 6, 38 - 45.
- 赵星植 (2022). 元宇宙: 作为符号传播的元媒介. 当代传播, 5, 36 - 39 + 66.
- 赵毅衡, 罗贝贝 (2022). 艺术意义中的三维配置: 符形、符义、符用. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 4, 85 - 97 + 172.
- 赵毅衡 (2022a). 时代呼唤符号美学的繁荣发展. 光明日报, 6月29日, 016版.
- 赵毅衡 (2022b). “三联滑动”与“三性共存”——艺术与产业融合的理论基础. 天津社会科学, 6, 81 - 87.
- 赵毅衡 (2022c). 当今艺术产业四大圈层的符号美学分析. 江西社会科学, 10, 86 - 94 + 207 + 2.
- 郑文东, 林柯 (2022). 从两极互动结构到单子——洛特曼文化符号学视角观察. 俄罗斯文艺, 3, 27 - 35.
- 周靖 (2022). 超越心灵与世界的界限——从皮尔士符号哲学出发建构的符号实用主义. 科学技术哲学研究, 5, 46 - 53.
- 周启超 (2022a). 布拉格结构主义文论新探——当代捷克学者视域中的布拉格学派形象剪影. 甘肃社会科学, 4, 75 - 85.
- 周启超 (2022b). 文本结构·符号模拟·文化互译——尤里·洛特曼的核心命题三则. 浙江社会科学, 10, 123 - 130 + 159.
- 周尚琴 (2022). 艺术识别: 从历史叙述法到新功能主义符号美学. 载于赵毅衡(主编). 符号与传媒, 24, 87 - 100. 成都: 四川大学出版社.
- 宗祖盼, 刘欣雨 (2022). “国潮”的消费认同与价值尺度. 深圳大学学报(人文社会科学版), 4, 56 - 63.

### 作者简介:

段彦会, 四川大学文学与新闻学院网络与新媒体专业博士, 主要研究领域为传播符号学。

### Author:

Duan Yanhui, Ph. D. candidate of College of Literature and Journalism, Sichuan University.  
Her research field is communication and semiotics.

Email: duanyanhui33@163.com