

## 【网络文化专题】

# 大数据条件下的符号学应用

李思屈

(浙江大学 传媒与国际文化学院 浙江 杭州 310058)

**摘要:** 大数据条件下符号学有广阔的应用前景。从问题意识、符号智慧、符号逻辑、文脉分析四个方面,论述了基于互联网的“现实-符号世界”与“镜像符号世界”双重社会景观及其价值传播的问题,说明对此类问题的深入研究需要具有符号学的视野。只有在思维方式上完成从事实到符号的思维转换,养成符号学智慧,才能更好地借助大数据技术,对互动仪式链及其符号的情感能量问题、文脉分析、符号底层逻辑等前沿问题展开深入研究。

**关键词:** 大数据; 符号学; 符号逻辑; 文脉

**中图分类号:** G112      **文章编号:** 1673-5420(2021)03-0022-09

**DOI:** 10.14132/j.cnki.nysk.20210906.001

大数据技术在推动量度设计和计算技术改进的同时,也推动了定量研究在人文社会学领域,尤其是新闻传播学中的普及,促成了计算传播学的兴起。在此背景下,通常被归类为质化研究的符号学,能够借助大数据技术在深入研究网络传播下的价值传播与价值行为,发现、分析新问题等方面发挥出更大的潜力。

## 一、问题意识: 大数据条件下的符号学之问

大数据源于人们使用媒体保留下来的数字痕迹。人类几乎所有的媒介行为,如购物刷卡、浏览网页、观看数字电视、打电话、发短信、微信朋友圈互动等,都会留下痕迹,形成用户数据。大数据技术就是对这些数据进行处理和分析的算法。从表面上看,大数据研究似乎只是传统量化研究的一种智能化升级,实际上却是对传统量化研究的超

收稿日期: 2021-03-15      本刊网址: <http://nysk.njupt.edu.cn>

作者简介: 李思屈,本名李杰,教授,博士生导师,研究方向: 文化产业、价值传播、传播符号学。

基金项目: 中央高校基本科研业务费专项资金资助

越。与传统的主要基于社会统计的量化研究不同,大数据研究主要基于大规模的互联网数据,并使用了一些新的计算方法,比如机器学习、自然语言处理、数学建模、数值模拟、计算机仿真等。

计算传播学主要是借助人工智能及各种计算方法进行传播现象分析。目前在新闻传播实践中应用的计算传播学,主要是计算机辅助报道、数据可视化形式,包括运用各种技术软件抓取、清洗、分析、形成数据等。计算广告学则通过一定方式实现特定用户与广告的最佳匹配,以此进行推荐营销,如基于用户消费推荐新物品。

大数据技术以人工智能技术为基础,而人工智能技术则以高度摹拟人类智能为目标。大数据技术和人工智能技术的发展必然会引起对人脑特征和人类思维、情感等的进一步重视。在制造更加聪明的电脑之前,需要更加深入地了解人脑。研究人类心智,了解人脑的运行特征,不仅是人工智能等前沿学科进一步发展的需要,也是人文社会科学展示自己“人学”特长,实现文理对话、文理工融合的重要机遇。

学科之间的交流、融合,是为了发挥各自的优势,实现优势互补。实现文理对话、学科融合,首先要清楚学科的特征和优势。文科是对人类自身意义问题的理解,是对人不同于自然性、动物性的特征和行为规律的揭示。目前占主流地位的西方新闻传播学派,大都倾向于把社会现象和人类行为假定为跟自然界的事物一样,认为这样更“客观”“可测量”,但这与人类社会的“意义”及其生成并不相符。无论科技怎样发展,人类社会都是一个由符号建构的意义世界,而不是一个自然给定的物理世界。大数据时代所显示的人类社会最为本质的一面,恰恰是其符号的建构性,而非自然性。

大数据时代,人的行为模式除了具有数字特征,更具有符号特征。符号学研究是一种基于人的意义存在的问题意识与提问方式。鲜明的人文特性,使符号学在对人类媒介行为研究上具有明显优势。

不同学科有不同的问题域,符号学的问题域在人的生命意义、社会意义反思及其建构等方面。深入研究网络传播条件下的价值传播与价值行为,借助大数据发现、分析新问题,为符号学在大数据时代的发展提供了机遇。意义问题、价值及其传播问题就是当代的符号学之问。为了解答这类问题,就要区分表层意义与内涵意义(深层意义),把握人类意义流变、生成的规律。一是在符号提取,建立 corpus 阶段,利用网络材料和各种搜索工具,更方便地形成研究文本;二是在符号分类整理阶段,利用各种社会科学统计软件提高分析效率;三是在符号的分节和整体分析之后,更便捷地利用网络环境进行验证;四是在文脉研究中利用社交媒体更方便地进行交流讨论。

## 二、符号智慧:从“事实”到符号的转换

人类生活的世界是以物理形态为基础的价值形态世界。大数据更大程度地凸显了人类生存的符号学模式,建构了“现实-符号世界”与“镜像符号世界”的双重社会景观。通过自媒体与互联网,个人的意见、观点和行为形成了基于互联网络的符号世界,这一符号世界与现实-符号世界构成一种复杂的镜像关系。把镜像符号的数字碎片予以整合和分析,就能发现数据之间的关系、镜像与现实的关系。这种相关性不仅有事实维度的,也有价值维度的,因此,对镜像符号世界的分析,不仅是一个科学问题,也是一个价值问题。在充分利用大数据的前提下,符号学可以更有效地研究社会的价值传播和情感需求。

例如,手机用户在“朋友圈”发送微信,实现了相互的交流、沟通,建构了便于联络的私人空间。从符号学的观点来看,任何信息一旦在社会情境中发布,就不再是单纯的客观信息,而是带上了特定语境的信息,附着了特定的价值传播功能。因此,微信“朋友圈”既是一个汇集圈内朋友状态、提供交流沟通的平台,又是一个属于圈内人的公共空间。进入这个公共空间的人,会在这个空间中加载社会的全部信息,包括其价值取向。利用大数据技术,对刷屏量大、点赞多的信息,使用多的标题用语和格式、交流符号进行统计分析,能够得到意想不到的结果。例如,从网络中的“震惊:××”“××事件你不知道的真相”“微波炉辐射致癌”“中国的黄瓜都是转基因的”等虚假的“生活常识”和“惊悚消息”中,能够看出特定的社会心态。借助大数据揭示的特定符号的流行和流行方式,符号学可对其社会基础、心理条件进行深入研究,这不仅可以为净化网络环境提供依据,还能够为深化符号学研究、拓宽传播符号学研究视野提供机遇。

有人用三个V来描述大数据的特征,即Volume,大到不能假;Variety,多到足够真;Velocity,快而有时效<sup>[1]</sup>。海量的数字碎片只有经过挖掘整理,才能成为有意义的大数据。数据挖掘、整理既需要统计软件和智能技术的支持,又需要研究者具有洞察事物联系或价值相关性的意识。只有从符号互动和意义生成角度提出有价值的问题,才能进入符号学领域。这不仅是大数据分析方案设计的前提条件,更是对数据进行深度分析的必要条件。这就需要研究者具有符号学的视野,在思维方式上完成从事实到符号的思维转换,进而培养符号学思维,养成符号学智慧。

在符号学视域中,只要进入社会传播,就没有什么纯粹客观的“事实”。不仅新闻是符号化了的事实,是主客观统一的符号存在,而且所有的媒介事实,包括随手发在朋友圈中的花草树林、早点美食,甚至随手点赞,都不是纯粹的自然存在,而是符号存在。植

物、动物、石头、空气、光等,都是人的意识的一部分,是人的精神的无机界,是人的生活 and 人的无机的身体<sup>[2]</sup>。所谓符号学转换,就是要把庸俗唯物论的“纯客观”的“事实观念”转化成主客观统一的符号观念,并符合以下前提条件:

第一 符号行为是人类行为的本质特征。关于人与动物之间的区别,马克思有一个很形象的说法,即动物和自己的生命活动是直接同一的,而人的生命只是生命的手段,是将自己的生命活动变成自己意志的和自己意识的对象<sup>[2]</sup>。动物就是自然生命本身,吃喝拉撒就是其生命的全部内容。人的自然生命是其精神文化生命的基础,人不仅要活着,还要活得有意义。德国哲学家卡西尔有一个重要的命题——人是符号的动物,出自其研究人类本质特性的专著《人论》<sup>[3]</sup>。符号是一种智慧,与动物的信号反应存在本质上的不同,研究符号学要抓住这一要害。

第二 符号系统的建立是人格发展的必要条件。实验证明,小孩人格成熟有一个重要条件,就是其符号系统的建立。而符号系统的建立,要靠不断的符号刺激。有一个说法:如果你想让孩子身体健康,就把他送到乡下去;如果你想让孩子聪明智慧,就把他送到城里去。原因就在于城里利于符号系统的建立。

第三 符号是人类传播的基础,正如我们难以设想没有符号的传播,我们也难以设想与传播无关的符号。

数字化生存就是符号化生存。人们的网络交往既是一种信息聚集,又是一种符号互动。通过从微信朋友圈中提取用户发表的内容,符号学能够描述出不同人借助符号建构的不同世界。

### 三、符号世界与符号逻辑

在网络交往中,个体通常以符号化的形式出现,“网名”作为一个网络身份,构成了与现实世界或曲或直的镜像关系和镜像交流形式。这种特殊的符号行为,让网民能够超越一定的社会限制,以更个性的方式强化主体意识,更自由地表达观点。众多网民的符号行为,共同建构了一个与现实社会相对应的网络社会。网络社会又反作用于现实社会,形成现实人格与镜像人格、网络社会与现实社会的双重符号结构。这种双重符号结构提高了传播效果,丰富了传播层次,极大地开拓了人的生存境域。

“现实-符号世界”与“镜像符号世界”的双重社会景观,表征着互联网条件下人类精神的新生态。借助大数据技术,可以更好地描述这个生态系统。在自媒体高度发达的网络时代,基于网络的互动仪式链,在与传统的互动仪式链构成镜像关系的同时,其

规模也得到极大扩张,符号的情感能量得到极大增强。

按照柯林斯的互动仪式链理论,互动仪式的形成必须具备四个要素:一是群体聚集,即两个或者两个以上人的身体共同在场;二是对局外人设定界限;三是共同的关注点,大家的注意力集中在共同的活动或对象上;四是共享的情感状态,大家分享共同的情绪与情感体验。这四个要素形成节奏性的反馈循环,其中,相互关注和情感连带是核心机制,它们能形成代表群体的符号并给予参与者情感能量<sup>[4]</sup>。

自媒体的发展使当代的互动仪式链以“虚拟在场”的形式突破了柯林斯关于“身体在场”的限制。实践表明,网民通过在虚拟社区里的高频互动建构和维系起来的人际关系,完全可以形成互动仪式,并实现更好的沟通效果。在社交媒体环境中,由新型互联网的交互性和共享性搭建的紧密联系可以维系情感交流。在共享情感方面,匿名状态的网民能摘除人格面具,大胆表露观点、态度和情感。可见,柯林斯认为媒体对仪式的呈现会减少情感共鸣,影响仪式体验,是基于传统媒介环境得出的结论,并不适用于新型数字媒体。

互动仪式的一个重要结果是形成社会群体的共同符号,即涂尔干所说的“神圣物”,它作为群体注视的中心,将共享的情感和认知具体化,把短暂的体验保持下来。观察B站等平台上的互动,如弹幕、拜年纪、跨年晚会、电子游戏等,可以看到当代青年文化出现了大量的新符号,这些符号是青年文化的中心符号和情感表征,是青年亚文化圈的重要寄托,对更好地研究当代青少年的文化心理极其有利。

无论是从社会学角度还是从精神符号学角度,对互动仪式链在互联网时代的新特征,及其符号情感能量效应的研究,都需要借助大数据技术。文化本身就是符号产业,是生产精神能量的,文化的消费在一定程度上也是一种仪式。影视产业生产影像符号、动漫产业生产动漫符号、音乐产业生产声音符号、舞蹈生产形体符号、文学生产语言文字符号,它们共同为社会贡献精神能量。观看一部好的电影,观看之前与观看之后的精神、情感状态是不同的:观看之后能量更饱满、精神更崇高、心地更纯洁。在这个意义上看,文化产业的确是先进文化的助推器,文化产业从业人员的确是人类灵魂的工程师。

大数据时代的文化产业,可以借助符号学进行更深入的研究。符号是承载了精神价值的物质形态,可以为其作为载体的商品带来7~20倍的文化附加值<sup>[5]</sup>。文化产业是符号产业,如果没有符号学,文化产业就不成立。其中的道理很简单:物质的生产,生产的是物品,物品有使用价值,也有交换价值,因此可以用价格来对它进行调节,这就叫产业化。文化的生产,生产的是精神,精神是无价之宝。

“文化产业”(cultural industry)这个词最初由英国学者创造,当时是一个贬义词,是

对美国20世纪30年代以来的电影产业和音乐产业的批判性指称。但是到了20世纪末布莱尔执政时期,英国又率先搞文化创意产业并获得成功,引发了世界各大城市文化产业发展的热潮。英国人在理论与实践之间的这种矛盾,其实可以在符号学层面上得到合理解决,那就是“精神无价,符号有价”。符号作为一种物质载体,本身就是有价格的,是可以产业化的。它的特殊之处在于承载了一定的精神内容,这种精神内容能够带来附加值。问题在于,文化附加值在实践操作中一般很难量化,政府管理部门和企业通常难以估计一件产品的增加值中,有多少是文化创意带来的。文化创意与文化消费的许多环节都是无形的,其中的细节和元素太多。在大数据的条件下,是否能够处理类似的问题?现在至少有一些技术思路和发展方向,给了我们操作的可能性。

除了精神生产与符号逻辑、情感连带、符号互动的研究,关于“零符号”的研究也可以借助大数据技术获得新进展。“零符号”表面上就是“无”,而音乐中的表现为休止符,书画中表现为空白。零符号似乎什么也不表达,但其实可以有丰富的内涵。数字“0”不是没有数字,休止符也不是没有音乐内容的表现。比如说“悄悄是别离的笙箫”,什么都没有,反而更有表达力<sup>[6]</sup>。虽然今天社会群体的诉求表达渠道多样,但各个群体的话语权和话语方式并不相同。能够被倾听的声音是幸运的少数,“沉默”的大多数经常是发声了但未被倾听,有时则是不能或不愿表达而集体沉默。采集沉没的声音,从中统计归纳其反映出的民情民意固然重要,但进一步对沉默的声音进行解读则更加可贵。那些为网络关注、媒体聚焦的热点事件,往往只是冰山一角,海面之下体量更大的部分才是主体,才是决定社会整体心态的“潜意识”<sup>[7]</sup>。沉没的声音需要主动“打捞”,零符号在新闻传播学中的研究,可以帮助我们“打捞社会沉没的声音”,于无声处听世界。

#### 四、大数据与文脉分析

大数据对城市群消费行为的研究与符号学的城市文脉研究,是两个既有价值又相得益彰的研究领域。

文脉(context),又称语境,指特定符号存在的环境,包括符号之间的关系和符号与使用者、解读者之间的相互关系。文脉一般包括三个层次:一是符号关系,指文本内特定符号与其他符号之间的关系,如特定语词的前后文关系;二是互文关系,指特定符号集合体作为一个文本与其他文本之间的关系;三是特定符号与其社会历史语境之间的关系。

符号的意义生产离不开与其他符号的联系,这种联系就是文脉。我们不能孤立地

去认识符号 符号只有在文脉中才有生命。我们很多地方搞文化开发,不研究文脉,只孤立地做产品开发,硬生生地把符号从文脉中拔出来,因此做出来的产品作为符号不是活的,只是标本。

认识一个人,要看人脉;认识文化,要看文脉。要搞清一个城市的文化发展,当然要研究城市文脉。城市文脉的观念启发我们,不能孤立地研究和发展一个城市的文化,应在城市文脉的传承及其与其他城市的关系中让城市文化活起来。上海的城市文化是在中西文脉交汇和中国现代化进程这个大文脉中发展的,苏州、杭州、绍兴等地的文化是在江南文化的大文脉中才生机勃勃的。这些城市的文化相互依存、竞合统一,共同存在于一个文脉系统中。如果离开文脉去搞文化研究、文化建设,结果搞的一定是与鲜活的生命不相干的文化标本。

要把文化放到其赖以存活的文脉中,我们必须把目光扩展到历史与现实、城市与城市群的大文脉中。文化的版图远远大于行政版图,目前以行政管辖为范围的城市文化发展,局限性是很明显的。

文脉研究如果只进行传统的文化考据非常局限,只堆积城市群的各种大数据也非常局限。只有把大数据与符号学结合起来,才可能开拓新局面。

城市文脉是“大文化”概念。什么是大文化?就是“五四新文化运动”“欧洲文艺复兴”所建构的那种体现时代精神、推动社会进步的文化,是真正能引领风气,改变国运的文化。一般认为,文化是相对于经济、政治而言的人类全部精神活动及其产品,社会历史、风土人情、传统习俗、生活方式、宗教信仰、艺术、伦理道德,法律制度、价值观念、审美情趣、精神图腾等都属于文化的范畴。人类文化的重要性,在于它是一个人或一群人的存在方式,是他们共同的思维特征、文化思想。文化思想的变革、社会制度的变化与政治经济社会的发展密切相关。整个五四新文化运动就是文化引领了中国的现代化进程。文运和国运相连,能够扭转国运的就叫大文化。与大文化相区别的是“小文化”,小文化如果能够表征大文化,就能够成为大文化的载体和组成部分,成为民族精神的体现。

我们需要在大文化层次上考察中国文化产业的发展。例如,目前中国的动漫产业,无论产值、制作还是文化层次都有明显提升。从《哪吒》到《姜子牙》,动漫电影的内容发展已经进入对天道的反思阶段。影片中的姜子牙已经不像年轻哪吒那样奉行“我命由我不由天”,而是开始追问人类文明的秩序。中国动漫产业的发展历程和取得的成就,是中国文化产业发展发展的一个侧面,是当代中国大文脉的一部分,同时也表明新的文化运动就在我们身边,新旧文明更替正在静悄悄地进行。

无论是文化产业的繁荣,还是中国文化的复兴,都不能只看数据,而要在文脉传承上多下功夫,在文化的底层逻辑建构上下大力气。好莱坞的价值是什么?仅就其公主系列而言,人鱼公主、白雪公主、长发公主……有的勇敢,有的善良,有的幽默,有的叛逆,他们一起构成了一个公主王国。无论哪个女孩都能够在他们之中找到喜欢的那个,这就叫走进人类心灵的永恒结构,这就是符号财富。与此相应,《哪吒》票房为什么这么高?因为每一个男孩心中都活着一个哪吒。

文化产业作为符号产业,有一套底层逻辑。从符号学研究的角度看“天猫商城”的服装销售,可以发现:中国的电商平台、中国的服装、中国的市场却大量地用西方人做服装模特,一些青年学生、接受调查的商家认为用西方模特儿显得更有高级感、时尚感,更有气质。这恰恰是近百年来欧洲强势文化造成的符号学效果,这在美学上叫“历史的积淀”。在潜意识中,西方的才是时髦的、高档的,一套强大的逻辑早就在我们心里了,这就叫底层逻辑。日本文化也曾遭受西方文化的严重挤压,但日本动漫最终以亚洲人的形象创造了属于自己的动漫符号体系,在底层逻辑上建构了自己的审美体系,这既是产业的成功,更是文化的成功。这启示我们,中国动漫产业的发展,不能局限在表层的美术设计和制作、营运,还要在底层逻辑上下功夫。

#### 参考文献:

- [1] 陈新汉.民众意愿在数字化时代的表达:以社会自我批判为视域[J].华中科技大学学报(社会科学版) 2021(1):35-43.
- [2] 马克思恩格斯全集:第3卷[M].北京:人民出版社 2002.
- [3] 卡西尔.人论[M].甘杨,译.上海:上海译文出版社 2004.
- [4] 兰德尔·柯林斯.互动仪式链[M].林聚任,译.北京:商务印书馆 2012.
- [5] 李思屈.符号经济与文化产业的内在逻辑[J].浙江传媒学院学报 2017(2):61-66.
- [6] 李思屈.零符号与沉默传播学[J].中外文化与文论 2018(3):1-14.
- [7] 倾听那些“沉没的声音”[EB/OL]. [2020-11-25].<https://m.aisixiang.com/data/40910.html>.

(责任编辑:张秀宁)

## Semiotics application under the condition of big data

LI Siqu

(School of Media and International Culture , Zhejiang University , Hangzhou , 310058)

**Abstract:** Under the condition of big data , semiotics has broad application prospects. From the four aspects of problem consciousness , symbolic wisdom , symbolic logic and context analysis , this paper discusses the dual social landscape and its value dissemination of “reality-symbolic world” and “mirror symbolic world” based on the internet , and indicates that the in-depth study of such problems needs a perspective of semiotics. Only by completing the thinking transformation from fact to symbol and cultivating the wisdom of semiotics , can we make better use of big data technology to conduct in-depth research on the emotional energy of interactive ritual chain and its symbols , context analysis , underlying logic of symbols and other frontier issues.

**Key words:** big data; semiotics; symbolic logic; context