

报告与书评

2024 年中国符号学发展研究

王佳琪 颜伊晨 王昊洋 朱 亮 陈佳鑫

摘 要：2024 年的符号学研究在全球范围内呈现出多元化和深入化的趋势。本年度的研究不仅发展了符号学的经典理论，而且结合当代技术发展，特别是在数字技术、人工智能等领域的应用，拓展了符号学的研究论域，展现了符号学的创新活力。研究集中于符号学理论的深化、文化产业的应用、艺术符号学的拓展，以及中华文化符号学的传承与发展。本年度的学术活动频繁，国际合作加强，为符号学的全球对话提供了新的视角和灵感。

关键词：符号学，发展状况，年度报告，2024

2024 Annual Report of Chinese Semiotic Studies

Wang Jiaqi, Yan Yichen, Wang Haoyang, Zhu Liang, Chen Jiaxin

Abstract: The semiotics research conducted in 2024 reflects a notable trend toward diversification and a deeper exploration of theoretical and methodological approaches within a global context. This year's studies not only revisit classical semiotic theories but also highlight the innovative vitality of the field in light of contemporary technological advancements, particularly the integration of digital technology and artificial intelligence. Key research areas include the further

development of semiotic theory, its applications within the cultural industry, the expansion of art semiotics, and the inheritance and advancement of Chinese cultural semiotics. Additionally, the year was distinguished by significant academic events and enhanced international collaboration, fostering new perspectives and insights into the global dialogue of semiotics.

Keywords: semiotics, development status, annual report, 2024

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202501018

一、2024 年中国符号学研究概况

2024 年中国符号学研究总体呈现稳步发展的状态, 期刊论文发表数量增加, 专著出版数量增多, 中外符号学学术交流更为活跃, 且学术活动形式灵活多样。本年度在中国知网 (CNKI) 上以“符号”为主题且全文包含“符号学”的中文文章约 1935 篇^①, 包括学术期刊论文、学位论文、会议论文和报纸报道等, 其中学术期刊论文有 1045 篇, 较去年有大幅增加。文章分布在新闻传播学、传播学、艺术学、社会学等多个学科, 关注到短视频传播、人工智能等热点问题。在对文章聚类分析后发现, 2024 年中国符号学研究集中于符号学经典理论、中华文化、文化产业、数字技术、文学艺术等众多领域, 符号学理论与符号学应用一体两翼, 共同发展。我们也关注到西方符号学蓬勃发展的态势, 着重关注了 *Semiotica*、*Social Semiotics*、*The American Journal of Semiotics* 等符号学刊物, 将中国符号学研究 with 国外符号研究进行了对比, 以更加全面地理解中国符号学。

2024 年是符号学学术活动繁荣的一年, 学术会议频繁举办, 聚焦于基础理论、传统文化及数字人文等领域, 体现了理论与实践、传统与现实的双重重视。在河南洛阳和江苏南京, 两场大型符号学会议汇聚了超过 500 名来自中国、欧洲、澳洲等地的学者, 规模宏大, 学术水平高, 影响深远。会议分别围绕主题“数字时代中国传统文化传承与传播的符号学研究”和“人文与科技的交响: 符号学演进发展新向度”, 从多学科视角探讨了符号学在新时代的发展与创新, 明确了技术变革下符号学的前进方向。

此外, 华夏丝路符号传播研讨会、全国语言与符号学研讨会、“智能、符

^① 时间限定为 2023 年 12 月 1 日至 2024 年 12 月 1 日。

号与文化”跨学科会议及“符拓邦”论坛等活动，也围绕中国传统文化、人工智能符号学、新一代人工智能技术应用等热点议题展开了深入探讨。这些活动不仅推动了中国符号学的进步，还积极探求了中华民族共同体意识的实践路径，并对时下热点问题进行了深入分析，既关注技术前沿，又兼顾人文情怀。

2024 年出版专著约 38 本，数量有所增长。这些出版物与传播学、艺术学等学科联系紧密，涉及影视形象、少数民族仪式等多个研究对象，完善了符号学经典理论，也用交叉学科的思维拓展了符号学领域的边界，展现了符号学极高的适用性和解释力。

根据上述的符号学聚类分析，下文将从符号学理论研究、符号学应用研究、符号学重点研究三个方面展开综述。

二、符号学理论研究

2024 年，学者对符号学经典理论展开了挖掘，将其放在当下语境进行研究。研究包括对语言符号学、文学符号学、传播符号学、精神文化符号学等领域的讨论。

在符号学经典理论回溯中，皮尔斯的思想得到深入挖掘。赵毅衡（2024a, pp. 2 - 15）进一步解释皮尔斯的“pragmaticism”，将其理解为符用论，认为符号的使用是理据性积累的过程，符用成为符号意义活动的核心领域。赵星植（2024, pp. 46 - 52）则从皮尔斯的符号思想理论体系出发，探究符号现象学的形成和起源。马翹昂（2024, pp. 59 - 73）从皮尔斯的深度 - 广度理论出发，提出一种基于理据性的循环形式论方案，尝试理清“形式”与“内容”的争议问题。王迟（2024, pp. 43 - 51）针对当下在摄影、纪录片中的误解索引性、单独强调索引性等误用情况进行辨析，重新还原皮尔斯给出的定义。

俄苏文艺学家、文化学家、塔尔图 - 莫斯科符号学派的创建者和领袖人物尤里·米哈伊洛维奇·洛特曼的符号学思想也在其百周年诞辰之际迎来了众多学者的讨论。中外学者有了更多的合作交流机会：卡塔林·克罗和李瑞莲（2024, pp. 132 - 142）探究洛特曼文学符号学中的意义生成与更新机制，揭示其符号学术语体系内在的关联性与一致性。阿·克·伊·扎布利奥尼泽和管月娥（2024, pp. 143 - 160）深入挖掘洛特曼文化理论的“符号域”概

念和文化类型学描述的元语言的形成过程。同时,宋建华(2024, pp. 66 - 72)梳理俄罗斯学界关于洛特曼学理的“主义之争”,论证洛特曼既超越结构主义又迥异于后结构主义的“新结构主义”语言观。

其他符号学家的理论也得到进一步的关注。以雅柯布森、格雷马斯、库尔特斯和特洛柯为代表的巴黎符号学派的成果获得不少讨论。王天骄深入剖析巴黎符号学派在符号学理论框架下处理翻译问题时进行的思考与探索,有效拓展了翻译行为的实践边界。李双(2024a, pp. 165 - 173)关注后格雷马斯时代的巴黎符号学派的发展,分析总结出三条独特的研究路径,即激情符号学、主体符号学和张力符号学研究(2024, pp. 207 - 220),并展开分析了主体符号学的演进与发展(2024b, pp. 205 - 218)。罗兰·巴尔特摄影思想的细腻情感表现得到关注(沈安妮, 2024, pp. 25 - 34),同时它的文本理论中主体建构与人文内涵等思想也得到进一步研究(黄晓华, 王啟泽, 2024, pp. 103 - 111)。斯图尔特·霍尔对西方文化霸权在语言所指能力层面中内在话语权力结构的拆解,为第三世界国家的发展提供了独特的话语路径(于萍, 2024, pp. 91 - 98)。

在语言符号学的推进中,学科的意识更为成熟。王铭钰、孟华的“语象合治论”引发了众多学者的深入拓展,王寅(2024, pp. 34 - 41)在此基础上继续前进,从体验和认知的符号学角度探究语言学,提出建立体认符号学。钟鼎和戚晓杰(2024, pp. 83 - 95)关注到语象结合的异质符号——表格,并采用广义语言文字观的视角,对表格的“语言”进行剖析。也有学者关注到语言符号学与其他学科的交融,如谢地坤和何启文(2024, pp. 29 - 36)关注到德国哲学家卡西尔哲学思想中的“语言转向”,展现了哲学与语言符号学之间的敏锐思索。

文学符号学关注到虚构叙述的人类思索。“异智能体”是指非人类智能体,大多出现在科幻叙述中。赵毅衡(2024b, pp. 50 - 59)从符号的感知、符号文本的发出、理解符号的先验范畴以及“共情”作为交流的底线元语言四个最主要的方面,关注文学中“异智能体”的意义活动方式。他认为,“从科幻叙述透露出来的人类潜意识来看,人类早就把异智能体视为人类在未来必须面对的主要对手”。同样在虚构叙述中,方小莉、李天鑫(2024, pp. 121 - 128)从生物符号学的视角切入,探讨奇幻文学对人与自然关系的符号书写,认为人与所有生命体都生活在一个巨大的符号关系网中,是一个生命共同体。

这一年，我国学者对符号学本土化进程做出卓越贡献。我国本土思想根植于悠久历史中，也为精神文化符号学提供了沃土，正如祝东（2024，p. 87）看到的，“中国先民在易象活动中以言象合治的方式走出了原始思维模式，这正是中国符号学思想的独特之处”。内视自身，孙宣（2024，pp. 74 - 85）认为庄子所言“以明”需要在指物符号过程中展现“物自体”秩序才能获得，展现出对自然 - 文化的复杂关系的敏锐解读。有学者（张杰，余红兵，2024，pp. 46 - 58）利用中国传统道家中“道”与“在”的思想反思海德格尔语言本体论的观点，也有学者（王小英，吴卓然，2024，pp. 98 - 112）关注元宇宙语境下的“中式艺格符换”。还有学者关注时代的变化与媒介的换代，利用符号学的方法研究问题：蒋晓丽、李兴（2024，pp. 125 - 136）从意识、意义、文化出发，将家视作符号系统，讨论了“后家时代”的寻家之道；张龙云（2024，pp. 93 - 99）看到经过历史衍义和符号传播两个层面的符号化过程之后的“鲁迅”符号，悬设的“鲁迅本体”又为不同解释之间的对话和面向未来的意义提供了可能。

总的说来，2024 年度的符号学理论发展稳中有进，既有关关注经典符号学理论的国际视野，也有基于本土化思维的独到思考。这展现了中国符号学界的独特贡献，也为中外符号学深入交流提供了宽广的平台。

三、符号学应用研究：文化产业和艺术符号学

（一）文化产业符号学

2024 年，符号学视角下文化产业领域的研究持续彰显热度。学者们多从现象出发，运用符号学理论洞察网络消费与品牌传播，分析营销实例，探讨旅游空间的符号化构建过程，研究短视频的特征与实践等，同时，游戏、出版产业等凭借其独特价值，相关研究也在稳步向前探索。

当下的消费语境中，消费与符号息息相关，因此商品消费领域始终是符号学探讨的重点。毕芙蓉（2024，pp. 1 - 10）从符号学视角解读马克思的商品拜物教观点，指出商品拜物教的秘密主要在于商品形式。陈旭光（2024，pp. 88 - 96，p. 171）关注电影消费中出现的“想象力消费”的问题，从侧面解释了符号消费行为。网络的发展让符号消费得以延伸，互联网成为符号消费的新场域。网络符号消费主要是通过“空间延异”和“时间辐裂”来重构

□ 符号与传媒 (30)

一个以商品符号价值为主导的虚拟消费空间（杨嵘均，卢晗，2024，pp. 101 - 110）。这种网络符号消费不仅是符号价值的售卖行为，本质上更是一种消费价值观的塑造和引导机制，商家在生产产品的同时实际上也在生产符号以及符号化的价值观（卢晗，杨嵘均，2024，pp. 105 - 107）。品牌方也在积极运用网络媒介传播影响力与社会认同。姚曦和姚俊（2024，pp. 96 - 107）提炼出品牌数字传播构建社会认同的两个关键环节：“情感化的符号生产”与“仪式化的公众文本创作”。也有学者通过具体案例，采用系统视觉语法分析如何应用视觉符号学来构建突出的话题，从而促进宣传（Zhang & Wei, 2024，pp. 177 - 201）。

2024 年度，旅游空间的符号化建构过程是学者们探究的重点。有学者从符号视角切入，探究了城市街巷空间地名的空间特征和旅游化利用（郭舒，李修远，2024，pp. 232 - 240）。城市形象与城市文旅报道息息相关，邓秀军和赵悦言（2024，pp. 20 - 23）以城市的文旅报道为研究对象，从景观符号、社群符号和称谓符号三个维度展开分析，发现文化符号的整合使用能增强地方感，建构地方形象。王丹平和谢彦君（2024，pp. 61 - 73）从网红景观符号切入，发现网红景观符号在主体交互与场域交互的动态加能中生成，文章详细阐述了其运作的动力机制。有学者（Zhang, 2024，pp. 1 - 21）探讨了中国古镇的语言景观，认为“符号实践空间”本质上涉及符号资源的语境化和再语境化过程，其中包括语言景观。语言景观规划则可以被视为空间主导者对当地象征空间和社会身份的想象性投射。

短视频作为当下最流行的媒介传播形式之一，已经成为学者们深入研究的重点对象。通过符号象征、叙事策略和主体互动，短视频为文化记忆注入了新的生命力（潘丽文，2024，pp. 141 - 150）。短视频在影视叙述方面最突出的特征是：追求“刺点”，省略“知面”，并通过组合轴上的横向连接形成意义共同体。这类追求流量和点击率的短视频传播，在美学风格上是征服、吸引、讨好和迎合，而不是批判和抵抗（颜小芳，2024，pp. 181 - 192）。李菲和李士艳（2024，pp. 151 - 167）从符号人类学角度出发考察乡村日常生活的符号化与媒介化的具身实践。

在电影、动画等影视领域，相关研究从摄像机、观众以及影视理论本身这些主体出发揭示了影视领域中的符号学逻辑。借用皮尔斯对符号的分类方法，有学者将摄影机镜头的运动分为像似性、指示性和规约性三类，并将其视为一种既具有指示性又具有语义性的符号（贾马斯比等，2024，pp. 67 -

81)。马翠轩和崔军(2024, pp. 73 - 76)认为在当下电影社会实践中,观众主体从空洞的灭点转向能指的消费,观众在成为电影的“所指”的同时,也成为“能指的能指”。沈钰扉(2024, pp. 133 - 144)对电影纪实理论展开了进一步探析,梳理了符号学纪实理论,补足了学界对这段“折跃”式影像纪实观念的理解的缺失。

聚焦出版领域,2024年度学者们从出版品牌、阅读界面、价值观传播等维度展开研究。饶广祥和李佳逊(2024, pp. 66 - 76)基于出版品牌自身的逻辑,梳理了出版品牌外延与内涵的变化,为当下理解出版提供不一样的视角,也为出版实践提供参考。胡易容和周野(2024, pp. 23 - 30)关注数字出版,从符形学和符用学的维度,对数字出版阅读界面的形象嬗变进行了符号学分析。程丽(2024, pp. 112 - 120)将视角对准少儿主题出版图书,指出少儿主题出版图书的价值观传播需要通过记忆的建构和符号的运用来实现。

电子游戏中同样蕴含丰富的符号学内涵,玩家作为游戏中的实践主体,成为主要研究对象。游戏中玩家以符号劳动为典型的自我驱动,在隐形的“数字工厂”中主动从事符号和文本的生产,会形成“媒介依存”的社会症候(李俊欣,2024a, pp. 124 - 132)。刘培文(2024, pp. 142 - 149)将游戏看作一种“新复调小说”,玩家被赋予了不同程度的身份和权力,在游戏中进行符号活动,众多变量会经由同样作为变量的玩家之手生成。唐小林和潘鹏程(2024, pp. 39 - 48)同样将电子游戏视为文学,认为电子游戏是演示类文学的重要体裁,强调电子游戏是文学叙述的新媒介。

2024年,符号学视野下的新闻研究引人深省。蒋晓丽和钟棣冰(2024, pp. 1 - 10)从传播真实、文本品质和收受真实三个角度阐释了智能时代新闻游戏的真实性问题。冯月季(2024a, pp. 148 - 162)发现在后真相时代,传统意义上的新闻价值标准选择加速了主体意识的破碎和瓦解,为了对抗这种危机,新闻价值的研究必须从“社会事件”转向“符号文本”,文章还探讨了作为后真相时代新闻价值公共阐释结果的社群真知,主张以“公共叙述”作为后真相时代新闻文本建构的伦理规约。

(二) 艺术符号学

在2024年,国内艺术符号学研究者不仅深入探讨了艺术符号学的基本理论,涵盖从符号学在西方艺术史的早期路径、基本理论建构,到视觉艺术、跨学科视野中的艺术符号学等问题,还探讨了城市空间艺术化、书法抒情功

□ 符号与传媒 (30)

能、舞台艺术表达等具体艺术形式,涉及音乐、造型艺术、科幻美学等多个领域,展现了艺术符号学在当代美学、社会文化中的重要地位。

从符号学进入西方艺术史的早期路径出发,赵奎英(2024, pp. 122 - 133)探讨了西方艺术符号学基本理论建构的进程。总体性的“艺术”仅仅是一个相对意义上的统称,龙迪勇(2024, pp. 44 - 68, pp. 126 - 127)认为综合运用“家族相似性”和“符号圈”理论,可以有效地解释艺术与非艺术之间的跨媒介叙事问题,以及艺术符号圈中不同艺术门类之间的“互参”现象。从艺术符号学出发,陆正兰、周韵淞(2024, pp. 145 - 151)将科幻作品的符号意义形式光谱划为三块:聚焦物意义的技术幻想符号、聚焦实用意义的社会文化幻想符号,以及聚焦艺术意义的前沿思想实验的超越性幻想符号。

在视觉艺术符号学的基本问题和跨学科、跨媒介、跨门类视野中的艺术符号学方面,研究者们进行了深入探讨。关于造型艺术中的空符表意之美,郭景华(2024, pp. 19 - 33)通过探讨留白的表意机制与应用意义,揭示了留白技法在书法、绘画和建筑中的画龙点睛之效。版面艺术符号语言的营造需要艺术美学的参与,也需要设计者艺术情感的投射,从而形成版面的艺术风格、气质,最终服务于版面信息的准确和高效传达(丁胜年,张杰,2024, pp. 66 - 69)。而在演唱、弹奏、吟诵等舞台表演艺术中,演奏者的服饰、手势、表情、眼神、动作、发型以及道具、灯光、舞台、背景等非语言表达元素有着重要的作用,是“新大众传播”理论体系中原始传播的主要符号,具有与语言符号同等重要的文化艺术价值(谢莎莉,曾静平,2024, pp. 202 - 208)。建筑作为城市中最为显眼的一类艺术,体现着城市文化精神,赵毅衡(2024c, pp. 132 - 142)强调后现代建筑中“表皮”对城市空间艺术化有着重要作用。

在艺术与文化的关系探索方面,杨民康(2024a, pp. 38 - 49)从南方与周边跨界族群音乐的符号学分类出发,探讨了艺术文化系统特征及其与社会音乐发展空间的关系。另外,他以云南与周边族群音乐为例,聚焦音乐符号学含义层面,结合形态标准、时空条件和语境要素几方面标准,对不同层级、类型的音乐文化标志性符号展开讨论和分析(杨民康,2024b, pp. 76 - 86)。在书法领域,学者方闻通过对书法用笔的符号化诠释,探讨了书法中情感的具身性和动态本质(吴佩炯,2024, pp. 116 - 124, p. 159)。于广华(2024, pp. 50 - 68)则将书法视为语言意义表达的“复象”,为新型语图关系建构提

供了重要经验。朱歌（2024，pp. 128 - 140）的音乐符号学的研究从纳蒂埃的音乐符号学理论出发，探讨了音乐符号意义解读中的“第三方”问题。

姜渊中（2024，pp. 192 - 196）运用格雷马斯叙事理论和塔拉斯蒂音乐符号学理论对《郑律成》的音乐文本进行了分析，肯定了一部作品的意义离不开其背后的社会、历史以及文化。王旭（2024，pp. 84 - 93）将《嫦娥奔月》神话剧作为考察对象，揭示了神话不再是以语言文字为载体的既定作品，而是以视觉为中心、动态开放的综合表演艺术。李晶（2024，pp. 182 - 192）则以《侏儒》为例，探讨了歌剧现代制作的符号化倾向，强调了符号在歌剧表演中的重要性。

从上述研究成果可以看到，艺术符号学在推动艺术与文化、经济和社会生活的发展中起到了重要作用。艺术符号学的研究不仅为艺术创作提供了理论指导，也为艺术欣赏和批评提供了新的工具和视角。随着艺术形式和媒介的不断多样化，艺术符号学的研究将更加重要，它将帮助我们更好地理解 and 欣赏艺术在社会文化中的多重价值。

四、符号学流行趋势：中华文化和数字技术符号学

（一）中华文化符号学

中华文化符号是中华民族文化的外在表现，中华文化符号和中华民族视觉形象是认知和传播中国文化的重要载体。阐释其内涵、特征和衡量尺度，对展现中华文化多样性、弘扬民族精神、铸牢共同体意识、促进跨文化交流和建设文化强国具有深远意义（马瑞雪，李建军，2024，pp. 106 - 112）。民俗在跨文化传播中对确认文化身份、塑造国家形象至关重要（苏筱，2024，pp. 98 - 104）。云南楔子鼓乐源于壮族、瑶族聚居区民俗，以楔子鼓为核心整合多种民俗事象，是民族文化交流互鉴的重要媒介（李妍，2024，pp. 23 - 36）。敦煌地区唐五代“马文化”作为多民族共有的文化符号也是如此（于良红，2024，pp. 135 - 142）。

中华文化符号随着数字技术发展，凭借短视频的智能交互、临场沉浸和个性化社交等特性，通过符号象征、叙事策略和主体互动，为文化记忆注入新活力（潘丽文，2024，pp. 141 - 150）。此外，诗性思维理念与数字技术的融合也为传统文化现代传承提供新途径。诗性思维中的感性能提升受众感官

□ 符号与传媒 (30)

参与度,改变文化审美主客关系认知;想象力能拓展传统文化符号时空张力,助力多元文化融合与文化记忆空间构建;隐喻可将传统文化符号转化为现代神话,激发受众情感共鸣与民族文化认同,实现传统文化符号在数字时代的具象表达(闫文君,2024,pp.137-148)。

中华文化符号在多种文化形态与媒介中展现出各异的风貌与深远的意义,且彼此之间存在着潜在的逻辑关联与文化脉络的延续。在畋猎赋这一古老文学体裁中,苑囿、动物和宾客等文化符号相互交织。苑囿所蕴含的地理边界与权力隐喻,为动物和宾客的存在提供了特定语境(彭安湘,2024,pp.32-40)。党史文化符号的建构与传播从政治文化传播角度出发,反映中国共产党主导的编码与解码互动过程,把握话语权以推动理论体系建设(赵月,2024,pp.26-35)。这与畋猎赋中文化符号在古代政治文化表达中的作用有一定的呼应与传承,都体现了文化符号在政治与意识形态层面的重要性,且在不同历史时期与社会制度下呈现出不同的建构与传播模式,从古代的文学辅助政治到现代的党史文化体系建设,反映了文化符号在政治文化传承与发展中的核心地位与演变轨迹。明清时期珠三角的鳌鱼脊兽文化符号则扎根于民间建筑领域。它由传统鸱吻脊兽演变而来,在当地文化土壤中发展出压脊兽和吞脊兽形式,这一演变不仅是建筑装饰的创新,更反映了当地的人地关系与民间文化诉求(罗筠筠,梁永浩,2024,pp.167-177)。其作为传统建筑标识,与畋猎赋中的文化符号虽处于不同领域,但都反映了文化符号在特定地域与文化语境下的适应性与传承性,从文学政治象征到民间建筑象征,均体现了文化符号从精英文化向民间文化辐射的脉络。

中华文化符号以丰富多样的显性形式,承载着中华民族共同体的深厚内涵。其“符号化”进程、广泛“扩散化”态势以及活跃的“互动”表现,共同构成铸牢中华民族共同体意识的核心机制(姜黎黎,2024,pp.8-14)。文化符号不仅有力地增强了中华文化的生命力与传播广度,更凝聚起海内外中华儿女的磅礴力量,为民族复兴伟业注入强劲动力。借助通用语言文字、地理标识、历史记忆与传统节日等各类文化符号,积极增进中华文化认同,能够有效抵御外部文化侵蚀,大力凝聚海外侨胞力量,从而稳步推进中华民族共同体意识的铸牢进程(常轶军,2024,pp.14-23)。同时,中华民族共同体形象的塑造处于动态演变之中,以历史记忆、政治文化、语言文字等符号为基石,充分兼顾历史性与现代性、物质性与精神性、共同性与差异性、民族性与世界性等多元特性,采取多维互构的方式,对提升国家整体形象、增进民族共同体内部的高度认同与强大凝聚力具有不可替代的重要价值(龙

金菊, 2024, pp. 37 - 49)。

中华文化符号的传播研究在当代文化语境下呈现出多维度的深入探索与内在逻辑的关联。从文化符号的内涵特质与国际传播体系构建来看, 中华文化符号以和谐理念为内核, 其器物、艺术与文字符号在国际传播历程中成为推动世界文明进步的重要力量(冯月季, 2024b, pp. 5 - 14)。中华文化符号对外传播的具象化意义紧密关联国家文化软实力与文化自信(都晓, 2024, pp. 35 - 43)。挖掘独特符号体系并阐释传播方式与影响力, 依据文化差异审慎选择传播媒介, 这一系列举措旨在确保文化符号信息精准传递, 最大化发挥其正面效应, 从而在国际文化交流互动中塑造积极形象, 增强国际受众对中华文化的认知、理解与认同。此外, 社交媒体重塑了中华文化符号传播场域, 微信、微博、抖音等平台成为对文化符号进行现代性诠释与传播的新阵地, 在多元文化的网络空间中突出共享文化符号与中华民族形象, 强化价值引领的功能, 从不同侧面共同勾勒出中华文化符号在当代多元传播语境下的整体传播战略与逻辑架构(吕志敏, 代洪宝, 2024, pp. 35 - 43)。

(二) 数字技术与符号学

中华传统文化愈发兴盛的同时, 数字技术的发展也更进一步。高性能计算融合发展使得算力与计算效率进一步提升, 数字技术正在重塑研发、生产、服务、消费等环节。随着技术的进步和应用的深入, 数字技术将在更多领域展现其潜力, 推动全球进入一个更加智能、互联的新时代。同时国内外学者也向着更实际的应用层面深入研究, 多维度探讨了数字技术如何重塑符号生产、传播与消费等过程。以下将梳理数字技术与多模态话语分析、语言研究、符号互动、文化创新、虚拟生存这五个方面的交互。

在这一年里, 符号学研究在数字技术应用领域继续呈现出蓬勃的发展态势, 数字技术发展下的多模态话语分析被更多地运用于学术研究。这种基于大数据的量化分析, 能够反映出更加准确的结论。李梦洁等(2024, pp. 419 - 430)提出多模态话语可以分析关注数字多模态素养、虚拟身份建构、跨/超文化现象、多模态中国话语等重要社会议题。未来随着跨学科理论的深入融合和数智技术的持续创新, 多模态话语分析的方法必将更加多元化, 从而加速不同学科领域的多模态转向。

在语言研究领域, 学者们也运用数字技术的发展成果助力研究的分析过程。任维聪等人通过实验研究发现, 知觉符号表征通过加深编码深度和利用多模态信息提高了词汇的形象化再认, 从而提升词汇学习效果, 这为理解数

字技术如何影响语言学习提供了实证支持（任维聪，杨婷，王汉林，2024，pp. 542 - 554）。一些学者就数字技术背景下的语言现象展开研究，如周妍（2024，pp. 174 - 184）回顾中国网络语言三十年的变迁，探讨网络语言如何从网络空间的新型语言演变成现实社会生活中的常用语，此研究为理解语言资源在语言安全、文化安全等领域的价值提供了新视角。也有学者关注人工智能生成内容（AIGC）对文本中心主义的推动与挑战（王子威，2024，pp. 75 - 87，p. 170），在差异和发展中分析新技术带来的语言冲击。

另外，学者们纷纷透过符号学视角观察近年来火热的数字技术应用现象，探究其与符号应用的互动关系。曹进与李晨（2024，pp. 142 - 149）基于传播生态学，探讨了二维码对传播生态的扰动与构建，以及二维码传播生态对实在社会的影响，认为技术与范式的融合重构了网民的社会行为。二维码作为媒介的再延伸，改变了符号占有与交换规则，压缩与扩张了符号空间，联结着真实与虚拟社会。李玮与刘兴澳（2024，pp. 49 - 61）以传播符号学视角考察截屏“本真性”的解释，即文本维度、语境维度和解释者维度共同作用，使截屏被感知、衍义和认同为真实的结果。

2024年，人工智能依旧是数字技术与符号间互动研究领域关注的重点。如冯昌扬等人（2024，pp. 1 - 11）使用非人类数据来源和视觉社会符号分析方法分析人工智能认知视角下图书馆馆员的形象构建，发现人工智能复制了社会对职业的性别偏见，呈现出刻板化、模式化特点，同时也呈现出包容化、赛博化特点。一些学者（洪贝尔等，2024，pp. 121 - 134）运用社会信息加工理论，揭示了领导的人工智能符号化如何通过增加员工对领导变化准备度的感知来提升领导效能，特别是在员工与人工智能技术任务互依性较高的情况下，这种效应更为显著。

数字技术进一步发展的这一年内，在传统文化创新领域，数字技术被视为激活传统文化，推动其创造性转化与创新性发展的重要工具，在文化传承中发挥着重要的赋能作用。新一代数智技术拓宽了文化传播场景，丰富了文化表现内涵，促进传统文化从固态封闭走向活态传承，成为新质生产力的内在动力，为中华优秀传统文化的活态传承提供了新机遇，数智技术通过互动、互嵌、互塑的框架赋能传统文化（段鹏，张丁，2024，pp. 25 - 30，p. 37）。

优秀传统文化也在游戏或虚拟交往空间等更大空间中实现创新转化与传播。何威与李玥（2024，pp. 232 - 240）提炼出数字游戏传播中华优秀传统文化的“三重境界”与“三个维度”，构建了矩阵式分析框架，对数字游戏

的文化传播分析和创作实践具有参考价值。同时一些学者认为数字技术打造的虚拟交往空间成为建构中国话语模态、讲述中国故事的新型场域，以传统文化 IP 为符号载体，数字技术为手段，实现传统文化 IP 情感符号、情感消费、情感交互的价值交融，推动文化集体记忆的形成（罗坤瑾，曾梦安，2024，pp. 90 - 99，p. 393）。

谈及游戏与虚拟空间，即引出当代网络原住民在数字虚拟环境中的生存境况。李俊欣（2024b，pp. 96 - 113）将数字游戏视为一个开放性符号场域，发现玩家在游戏世界中通过化身认同、行动共在、社群符码共造和符号斗争，建构出过渡自我、社会自我、文化自我和权利自我，从而衍化出自我概念和社会关系。虚拟环境下，网民拥有数字身份。对青年群体而言，数字身份有助于自我表达与身份确证，但也会引发身份背离、现实矮化等问题（阎国华，韩硕，2024，pp. 44 - 51）。除了虚拟体验，虚拟物在数字技术景观中也构建了一种新的虚拟存在与审美体验。人们对虚拟物的依恋被重新审视，马梦娇与符绍强（2024，pp. 109 - 114）的研究通过“物恋”谱系对从实存物到虚拟物的演化路径进行透析，审思文化深层的视觉性命题，并对智能数字时代人类发出警示。

2024 年，研究者们从各方面入手，成功地将数字技术运用于符号学领域的学术研究，并探索数字技术与符号生产、传播和消费的互动。以上这些方面的研究不仅深化了符号视域对数字技术影响的思考理解，也为未来学者对技术应用与理论发展的研究开拓了新的视角和新的思考方向。

结 语

2024 年，符号学作为一门跨学科的研究领域，在全球范围内取得了显著的进展。在理论层面，学者们不仅对符号学的经典理论进行了深入的回顾和反思，而且积极探索符号学在数字时代的新动向。这些研究不仅丰富了符号学的理论体系，也为符号学的应用提供了新的视角。在应用层面，符号学的研究覆盖了文化产业、艺术符号学等多个领域。文化产业符号学的研究关注品牌传播、消费趋势和旅游空间的符号化构建，而艺术符号学则深入探讨音乐、造型艺术、科幻美学等艺术形式的符号学特征。这些研究不仅拓展了符号学的应用边界，也增强了符号学在文化艺术领域的影响力。

特别值得关注的是新时代中国符号学的技术转向探索，本年度学者们在关注传统文化精神的同时，也对人工智能技术给符号学的冲击进行了广泛而

□ 符号与传媒 (30)

深刻的讨论。这些研究不仅有助于提升中华文化的国际影响力,也为构建人类命运共同体提供了文化支撑,展现出浓厚的家国情怀。

放眼全球,国外学者的符号学探索也值得借鉴。在理论领域,许多学者关注到经典符号学理论与数学(Fowler, 2024)、认知心理学(Torres-Martínez, 2024, pp. 141 - 175)等其他学科之间的微妙联系。在应用领域,符号理论能够解释舞蹈(Natalia Ollora-Triana et al., 2024, pp. 199 - 210)、影片(Oja, 2024, pp. 95 - 126)、产品营销(Perusset, 2024, pp. 656 - 670)、虚拟体验(Marina, 2024, pp. 539 - 552)等诸多领域的问题,具有较强的应用价值。可以说,国外的符号学研究致力拓展符号学的边界,这与中国符号学发展在追求应用广度兼顾理论深度的情况具有极高一致性。

总体来看,2024年的中国符号学研究在理论与实践、传统与现代、本土与全球之间架起了桥梁,展现了符号学作为一门学科的活力和潜力。随着技术的不断进步和全球化的深入发展,符号学的研究将继续在多个领域发挥其独特的价值和作用,为人类社会的文化理解 and 交流贡献智慧。

引用文献:

- 毕芙蓉(2024). 从形式到征兆——商品拜物教的符号学分析. 符号与传媒, 2, 1 - 10.
- 曹进, 李晨(2024). “二维码”符号的传播生态学考察. 现代传播(中国传媒大学学报), 4, 142 - 149.
- 常轶军(2024). 增进文化认同:铸牢中华民族共同体意识的有效路径. 探索, 14 - 23.
- 陈旭光(2024). “中国传统的创造性转化”命题与电影的“想象力消费”理论. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 3, 88 - 96 + 171.
- 程丽(2024). 记忆建构与符号运用:少儿主题出版图书的价值观传播进路. 科技与出版, 8, 112 - 120.
- 邓秀军, 赵悦言(2024). 城市文旅报道的文化符号整合与地方形象建构——以中央广播电视总台哈尔滨相关文旅报道为例. 电视研究, 4, 20 - 23.
- 丁胜年, 张杰(2024). 现代版面设计的艺术美学构成策略. 中国出版, 7, 66 - 69.
- 都晓(2024). 中华文化符号的对外具象化传播. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 45, 35 - 43.
- 段鹏, 张丁(2024). 互动·互嵌·互塑:数智技术赋能中华优秀传统文化. 出版广角, 6, 25 - 30 + 37.
- 方小莉, 李天鑫(2024). 构建生命共同体:奇幻文学的生物符号学研究. 当代外国文学, 2, 45, 121 - 128.
- 冯昌扬, 陈静怡, 陈小楠, 迟润琳(2024). 听听人工智能的声音:社会符号学视角下人

- 工智能对图书馆员职业的认知. 图书馆论坛, 1-11.
- 冯月季 (2024a). 社群真知: 后真相时代新闻价值的符号伦理反思. 全球传媒学刊, 1, 148-162.
- 冯月季 (2024b). 和谐律: 中华文化符号国际传播的理论考察、实践形态与建构路径. 湖北社会科学, 5-14.
- 郭景华 (2024). 境生象外: 造型艺术语境中的空符表意之美. 中国比较文学, 4, 19-33.
- 郭舒, 李修远 (2024). 符号视角下城市街巷地名的空间特征及旅游化利用——以沈阳市为例. 经济地理, 6, 232-240.
- 何威, 李玥 (2024). 符号、知识与观念: 中华优秀传统文化在数字游戏中的创新转化. 江苏社会科学, 1, 232-240.
- 洪贝尔, 毛江华, 郭紫俊, 刘泽邦 (2024). 领导的 AI 时尚: AI 符号化与领导效能. 外国经济与管理, 10, 121-134.
- 胡易容, 周野 (2024). 从“版”到“窗”: 数字出版阅读界面形象嬗变的符号学分析. 编辑之友, 6, 23-30.
- 黄晓华, 王啟泽 (2024). 消费者·生产者·游戏者——论罗兰·巴特文本理论的主体建构与人文内涵. 江汉论坛, 6, 103-111.
- 贾马斯比, 赛义德·穆罕默德; 萨福拉, 穆罕默德·阿里; 古达尔兹, 穆斯塔法; 敖柏 & 李仁杰 (2024). 迪士尼公司动画作品中摄影机运动的符号学分析. 世界电影, 5, 67-81.
- 姜黎黎 (2024). 铸牢中华民族共同体意识的文化符号进路. 新疆大学学报 (哲学社会科学版), 52, 8-14.
- 姜渊中 (2024). 原创民族歌舞剧《郑律成》的音乐符号学诠释. 文艺争鸣, 1, 192-196.
- 蒋晓丽, 李兴 (2024). “后家时代”的寻家之道: 一条符号学路径. 符号与传媒, 1, 125-136.
- 蒋晓丽, 钟棣冰 (2024). 智能时代新闻游戏的真实性问题探析——基于符号叙述学视角. 新闻界, 1-10.
- 克罗, 卡塔林; 李瑞莲 (2024). 尤·米·洛特曼文学符号学中的区分与移位原则. 俄罗斯文艺, 1, 132-142.
- 李菲, 李士艳 (2024). 地方性知识如何参与乡村媒介行动: “土味”短视频传播的人类学考察. 符号与传媒, 2, 151-167.
- 李晶 (2024). 歌剧现代制作的符号化倾向——以策姆林斯基独幕歌剧《侏儒》三个版本为例. 音乐艺术 (上海音乐学院学报), 3, 182-192.
- 李俊欣 (2024a). 反向驯化、符号劳动与媒介依存症: 数字游戏世界中的玩家主体性悖

□ 符号与传媒 (30)

- 论. 学习与实践, 7, 124 - 132.
- 李俊欣 (2024b). 数字游戏玩家主体性建构的符号互动研究. 国际新闻界, 7, 95 - 113.
- 李梦洁, 冯德正, 邓谊 (2024). 国际多模态话语分析的进展与前沿. 现代外语, 3, 419 - 430.
- 李双 (2024a). 后格雷马斯时代巴黎学派符号学研究的三条路径. 文艺理论研究, 1, 44, 165 - 173.
- 李双 (2024b). 主体符号学的发展: 理论、实践与展望. 符号与传媒, 2, 205 - 218.
- 李玮, 刘兴澳 (2024). 截屏何以被“信以为真”: 一个传播符号学的考察. 新闻界, 2, 49 - 61.
- 李妍 (2024). 以艺术共享为媒: 云南楔子鼓乐中的民族文化交融. 北方民族大学学报, 23 - 36.
- 连婉廷, 洪晓楠 (2024). 声音、文字与数字: 形式化世界的符号指归. 浙江学刊, 4, 167 - 173.
- 刘培文 (2024). “新复调小说”: 电子游戏中玩家身份权力界定. 天府新论, 2, 142 - 149.
- 龙迪勇 (2024). 家族相似性、符号圈与艺术跨媒介叙事. 中国文艺评论, 6, 44 - 68 + 126 - 127.
- 龙金菊 (2024). 中华民族共同体形象: 理论基础、符号标识与意义建构. 探索, 37 - 49.
- 卢晗, 杨嵘均 (2024). 网络符号消费组织、生产和流通的运行逻辑与价值导向. 学术研究, 7, 105 - 109.
- 陆正兰, 周韵淞 (2024). 艺术符号学视域下的科幻美学探析. 当代文坛, 4, 145 - 151.
- 吕志敏, 代洪宝 (2024). 传递与共享: 社交媒体时代的中华文化符号传播. 江苏大学学报 (社会科学版), 26, 35 - 43.
- 罗坤瑾, 曾梦安 (2024). 传统文化 IP 的数字赋能、情感赋值与角色赋活. 新媒体与社会, 1, 90 - 99 + 393.
- 罗筠筠, 梁永浩 (2024). 对文化符号的继承与再创造——明清珠三角鳌鱼脊兽形象刍议. 广西大学学报 (哲学社会科学版), 167 - 177.
- 马翠轩, 崔军 (2024). 新媒体视域下的电影观众辨析——以电影第二符号学为视角. 新闻爱好者, 5, 73 - 76.
- 马梦娇, 符绍强 (2024). 技术与艺术的合谋: 基于“物恋”谱系下的虚拟物. 南京艺术学院学报 (美术与设计), 3, 109 - 114.
- 马瑞雪, 李建军 (2024). 中华文化符号和中华民族视觉形象的内涵、特征与衡量尺度. 江汉论坛, 106 - 112.
- 马翊昂 (2024). “形式”与“内容”的符号学重审——一种基于理据性的循环形式论.

- 符号与传媒, 2, 59-73.
- 潘丽文 (2024). 短视频中的文化记忆建构: 符号象征、叙事策略与主体互动. 深圳大学学报 (人文社会科学版), 5, 141, 141-150.
- 彭安湘 (2024). 苑囿·动物·宾客: 论畋猎赋中的文化符号及其意义. 济南大学学报 (社会科学版), 34, 32-40.
- 饶广祥, 李佳逊 (2024). 出版品牌: 基于出版沟通的符号进路. 现代出版, 2, 66-76.
- 任维聪, 杨婷, 王汉林 (2024). 语言符号与知觉符号表征对外语词汇习得的影响比较: 来自行为与脑电的实验证据. 心理学报, 5, 542-554.
- 沈安妮 (2024). 钝义的情感氛围: 罗兰·巴特摄影思想中的感伤与记忆. 北京电影学院学报, 5, 25-34.
- 沈钰扉 (2024). 从影像索引到象征系统: 符号学纪实理论探赜. 广州大学学报 (社会科学版), 3, 133-144.
- 宋建华 (2024). 洛特曼“新结构主义”语言观的三重超越. 外语研究, 5, 41, 66-72.
- 苏筱 (2024). 文化再生产与符号联想: 数字时代的中国民俗与国家形象建构. 文化遗产, 98-104.
- 孙宣 (2024). 《庄子·齐物论》中的自然-文化符号关系——基于“以明”概念的符号分析. 符号与传媒, 2, 74-85.
- 唐小林, 潘鹏程 (2024). 电子游戏文学: 从制造可能世界到改造数字生态. 社会科学研究, 3, 39-48.
- 王迟 (2024). “索引性”概念的还原. 北京电影学院学报, 5, 43-51.
- 王丹平, 谢彦君 (2024). 群体精神符号与主体性异化——网红景观符号的生成、传播与消费. 旅游学刊, 2, 61-73.
- 王天骄 (2024). 巴黎符号学派对翻译的思考. 符号与传媒, 1, 207-220.
- 王小英, 吴卓然 (2024). 中式艺格符换: 元宇宙语境下古典美学转化的新思路. 符号与传媒, 2, 98-112.
- 王旭 (2024). 符号的协商: 神话的舞台艺术表达与跨媒介融合叙事——对于“嫦娥奔月”神话剧的一项考察. 西北民族研究, 2, 84-93.
- 王寅 (2024). 体认符号学. 中国外语, 5, 21, 34-41.
- 王子威 (2024). 论 AIGC 对文本中心主义的发展与挑战. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版), 1, 75-87+170.
- 吴佩炯 (2024). 骋怀于“心印”与“身印”之间: 方闻对书法抒情表意功能的符号化诠释. 文艺理论研究, 5, 116-124+159.
- 谢地坤, 何启文 (2024). 卡西尔哲学“语言转向”的内在逻辑及其意义. 云南大学学报 (社会科学版), 5, 23, 29-36.
- 谢莎莉, 曾静平 (2024). 舞台原始传播艺术: 非语言符号传播在舞台表演艺术中的潜变

□ 符号与传媒 (30)

- 价值. 中南大学学报 (社会科学版), 4, 202 - 208.
- 徐子涵, 刘偲瑜 (2024). 生活美学中的符号与象征——中国传统建筑脊饰意象源流及其设计创新路径研究. 中国矿业大学学报 (社会科学版), 3, 169 - 180.
- 闫文君 (2024). 诗性的复归: 数字时代传统文化符号的具象表达. 符号与传媒, 137 - 148.
- 阎国华, 韩硕 (2024). 数字身份: 青年群体虚拟生存符号的构建与审思. 中国青年研究, 6, 44 - 51.
- 颜小芳 (2024). 短视频符号叙述原理及其主体美学批判. 符号与传媒, 2, 181 - 192.
- 杨民康 (2024a). 南方与周边跨界族群音乐的符号学分类与艺术文化系统特征——兼论社会音乐发展空间与符号学三个增大系统的关系. 中国音乐学, 2, 38 - 49.
- 杨民康 (2024b). 区域国别音乐文化标志性符号及其形态、时空、语境要素——以中国南方与周边跨界族群音乐的比较为例. 中国音乐, 3, 76 - 86.
- 杨嵘均, 卢晗 (2024). 网络符号消费的“空间延异”“时间辐裂”与资本的时空生产. 南京社会科学, 5, 101 - 110 + 120.
- 姚曦, 姚俊 (2024). 符号互动: 品牌数字传播的社会认同建构. 新闻与传播评论, 4, 96 - 107.
- 于广华 (2024). 气韵生动与艺术符号的意义动势. 中国比较文学, 2, 50 - 68.
- 于良红 (2024). 从敦煌地区多民族共有文化符号看中华民族交往交流交融——以唐五代“马文化”为中心. 敦煌研究, 135 - 142.
- 于萍 (2024). 斯图尔特·霍尔“文化表征”理论的意义生成与话语权力. 外语学刊, 3, 91 - 98.
- 扎布利奥尼泽, 阿·克·伊; 管月娥 (2024). 尤·米·洛特曼符号学中文化类型学描述的元语言. 俄罗斯文艺, 1, 143 - 160.
- 张杰, 余红兵 (2024). “道”与“在”: 关于海德格尔语言本体论的符号学反思. 符号与传媒, 29, 46 - 58.
- 张龙云 (2024). 符号学视域下的“还原鲁迅”. 江汉论坛, 3, 93 - 99.
- 赵奎英 (2024). 20 世纪西方艺术符号学研究的几个问题. 山东社会科学, 4, 122 - 133.
- 赵星植 (2024). 论符号现象学的形成. 内蒙古社会科学, 4, 45, 46 - 52.
- 赵毅衡 (2024a). 普遍符用理据性与“符用论”. 中国比较文学, 2, 2 - 15.
- 赵毅衡 (2024b). 异智能体符号学的四个基本方面. 新闻界, 9, 50 - 59.
- 赵毅衡 (2024c). 城市空间艺术化与“表皮”美学. 上海大学学报 (社会科学版), 5, 132 - 142.
- 赵月 (2024). 编码与解码: 党史文化符号与话语体系建构. 中国矿业大学学报 (社会科学版), 26, 26 - 35.
- 钟鼎, 戚晓杰 (2024). 语象关系视域下的表格“语言”研究. 当代修辞学, 5, 83 - 95.

- 周妍 (2024). 技术、传播与社会表达：中国网络语言的三十年变迁. 西北大学学报（哲学社会科学版），3，174 - 184.
- 朱歌 (2024). 音乐符号意义解读中的“第三方”——纳蒂埃音乐符号学理论辨析. 音乐研究，3，128 - 140.
- 祝东 (2024). 易象论：视觉思维下《周易》的符号传播机制研究. 周易研究，4，87 - 94.
- Flower, M. D. (2024). Concept Lattice Formalisms of Hébert's "Semic Analysis" and "Analysis by Classification". *Semiotica*, 261, 25 - 59.
- Marina (2024). Metaphors of the Virtual: How Ordinary People Frame What the Internet is. *Social Semiotics*, 34 (4), 539 - 552.
- Oja, M. (2024). Conflicting Modalities in Feature Film: From Contrapuntal Editing to Internal Diegetic Sound. *Semiotica*, 2024 (259), 95 - 126.
- Ollora-Triana, N., Santamaría, M. C., Jiménez-Eguizábal, A., & García-Zabaleta, E (2024). Semiotic Process in the Performance of a Dance Performance: A Critical Review. *Arte, Individuo y Sociedad*, 36 (1), 199 - 210.
- Perusset, A. (2024). A Reappraisal of the Marketing Offerings: Consumer Experience from the Perspective of Post-Structural Semiotics. *Social Semiotics*, 34 (4), 656 - 670.
- Torres-Martínez, S. (2024). Agentive Cognitive Construction Grammar: A Predictive Semiotic Theory of Mind and Language. *Semiotica*, 257, 2024, 141 - 175.
- Zhang, H. & Wei, Y. (2024). Visual Frames in Promotional Video: A Semiotic Analysis of What is Peppa? *Semiotica*, 2024 (257), 177 - 201.
- Zhang, T. (2024). Linguistic Landscape as a Way to Construct Multiple Identities in the Context of Globalization: The Case of an Ancient Town in China. *Social Semiotics*, 1 - 21.

作者简介：

王佳琪，四川大学文学与新闻学院符号学 - 传媒学研究所成员，主要研究方向为中国品牌符号学。

颜伊晨，四川大学文学与新闻学院符号学 - 传媒学研究所成员，主要研究方向为传播符号学。

王昊洋，四川大学文学与新闻学院符号学 - 传媒学研究所成员，主要研究方向为传播符号学。

朱亮，四川大学文学与新闻学院符号学 - 传媒学研究所成员，主要研究方向为传播符号学。

陈佳鑫，四川大学文学与新闻学院符号学 - 传媒学研究所成员，主要研究方向为传播符号学。

□ 符号与传媒 (30)

Author:

Wang Jiaqi, member of the ISMS research team, Sichuan University. Her main research field is semiotics of Chinese brand.

Email: michael_wong0823@126.com

Yan Yichen, member of the ISMS research team, Sichuan University. Her main research field is semiotics of communication.

Wang Haoyang, member of the ISMS research team, Sichuan University. His main research field is semiotics of communication.

Zhu Liang, member of the ISMS research team, Sichuan University. Her main research field is semiotics of communication.

Chen Jiaxin, member of the ISMS research team, Sichuan University. His main research field is semiotics of communication.