

# 报告与评论



---

## 2021 年中国符号学发展研究

向超 童军宝 刘冰坤 冯琦婷

**摘要:** 本文通过梳理 2021 年符号学研究相关论文、著作、学术会议等情况,分析并总结了本年度中国符号学的发展状况与特点。这一年,我国符号学研究关注传统文化与经典理论,将经典理论应用于当下新兴现象的同时进一步推进理论体系的建构,在中国传统文化、文学艺术、文化产业、人工智能等领域全面展开。整体来看,本年度符号学研究对技术的重视程度明显提升,与此同时,符号学也为不同学科的交叉融合以及前沿问题提供了独特的分析视角。

**关键词:** 符号学, 应用, 年度报告, 2021

## 2021 Annual Report of Chinese Semiotic Studies

Xiang Chao Tong Junbao Liu Bingkun Feng Qiting

**Abstract:** This paper summarises the present development and characteristics of Chinese semiotics by analysing papers, works, and academic conferences related to semiotic research in 2021. During this year, the study of semiotics in China focused on Chinese traditional culture and classical theories, applying classical theories to emerging phenomena while simultaneously promoting theoretical constructions. Chinese Semiotics research has been undertaken in diverse ways in

studies of Chinese traditional culture, literature and art, cultural industries, artificial intelligence, and a range of other topics. One significant trend is to attach much greater importance to technology. In general, semiotics continues to provide a unique analytical perspective for interdisciplinary studies of cutting-edge issues.

**Keywords:** semiotics, application, annual report, 2021

**DOI:** 10.13760/b.cnki.sam.202201018

## 一、2021年中国符号学发展概况

本年度中国符号学研究的总体情况呈现出稳步推进的上升趋势，期刊论文发表数量较去年显著增加，专著出版数量稍有下降。关注的现象与应用领域较往年逐渐扩大，更加重视各学科的交叉融合与前沿话题讨论，疫情反复也并没有影响到理论深度的深化与应用广度的拓宽。学术对话形式灵活多样，举办了多场线上与线下结合的学术论坛、系列讲座与对谈等学术交流活动，来自不同高校、社会文化组织及其他社会群体的专家、学者有了更多的对话、互动机会，共同探讨多元话题，在一次次思想碰撞中为符号学理论及应用研究提供了新的活力与动力。

本年度在“中国知网”（CNKI）上以“符号”为主题且全文包含“符号学”的中文文献共有 2272 篇左右<sup>①</sup>，较 2020 年增长了近一倍，其中包括期刊论文、学位论文、会议论文以及报纸文章，其中核心期刊文献共约 359 篇，这些学术论文分布在不同学科，对其进行关键词共现分析后发现，本年度我国符号学研究主要在经典理论、中国传统文化、文学艺术、文化产业及人工智能领域展开。一方面，理论研究重视经典理论在当下的探讨以及符号学在不同学科中的理论拓展，结合中国特色进行符号学分析成为热门视角；另一方面，应用研究数量大幅增加，大数据时代下的符号学研究热度持续上升，文学艺术与文化产业依旧备受瞩目，其中，视觉设计、品牌、广告、旅游、文创等成为高频词汇。

本年度符号学相关的学术活动、学科建设活动众多，主要关注大数据时代传统文化、理论思想及艺术等领域的传播及发展问题。在新文科建设背景下，各大高校重视哲学社会科学新一轮科技革命和产业变革的交叉融合，

<sup>①</sup> 时间限定为 2020 年 11 月 6 日至 2021 年 11 月 25 日。

## □ 符号与传媒 (24)

努力培育新时代中国特色、中国风格、中国气派的新文化。其成果以重庆大学艾柯研究所举办的学术交流活动——艾柯国际学术研讨会（线下）、“格思论坛”（线上）为代表。

与此同时，两次围绕“丝路符号”传播展开的论坛研讨会也值得关注。一是“铸牢中华民族共同体意识背景下多民族符号与华夏符号融合传播研究”论坛；二是以“语言符号与话语传播：‘一带一路’文化交流与实践”为主题的新丝路文化传播高峰论坛暨语言符号学国际学术研讨会。这两项活动不仅进一步贯彻了习近平新时代中国特色社会主义思想，还强化了语言符号学与其他学科的交叉融合。

本年度共出版了7本专著，较去年有所下降，与文化符号学、传播符号学、叙述学等学科联系紧密，主要研究内容涉及中华文化、经典文学理论思想，以及符号学在纪实/虚构叙述、时尚潮流等领域的应用，都体现了符号学较强的理论性。此外，由四川大学符号学-传媒学研究中心主持，国际著名学术出版机构 Brill 出版的国际学术期刊 *Signs & Media: A Journal of Semiotics in China and the World* 陆续发表了两期新近学术文章，涉及从叙事学、符号学等视角探讨艺术史、武侠文本及哲学等问题。这一举措将促进中国传统中关于意义、交流与艺术的理论向世界引介，同时亦为当代属于中国、属于东亚的符号学与国际符号学研究提供对话的渠道。

## 二、符号学理论研究

符号学经典理论是符号学学科发展的源泉与基石，也历来是学者深耕的重点。2021年度我国符号学理论研究成果颇丰：有些学者聚焦于符号学家的经典理论，展开回溯与辨析；有些学者则对语言符号学的经典理论进行对比研究；有些学者结合不同学科背景对图像修辞学的理论进行了讨论；有些学者专注于结合中国文化背景，推进中国特色符号学理论研究。

在经典理论的回溯与辨析方面，索绪尔与罗兰·巴尔特的相关研究备受关注。有学者认为任意性原则作为索绪尔学术思想的核心和精华，是所有符号系统的基础（胡剑波，2021）；有学者在索绪尔的经典符号学框架中深度解析了能指、符号载体和再现体等概念（王军，李想，2021）；也有学者对索绪尔的符号学理论进行了哲学层面的溯源与解读（韩建，2021）；还有学者对罗兰·巴尔特的相关理论进行了思考，比如对罗兰·巴尔特符号学理论中形象问题的思考与探索（刘晋晋，2021），对罗兰·巴尔特的理论在当下

传播环境中的再读和解析（祁涛，辛小月，2021），等等。其他学者的理论同样得到重视：有学者对翁贝托·艾柯提出的“符号性诠释”的理念进行了讨论（卢嫒，2021）；也有学者将洛特曼的符号学思想作为研究对象，同时对比了欧洲大陆符号学、英美符号学及俄罗斯符号学（焦丽梅，2021）。

往年语言符号学的讨论多集中在某一概念上，而这一年度有所不同。学者们多从某位学者的思想理论出发，与其他学者的观点进行对比。有学者对比了索绪尔与本维尼斯特对语言与言语、句子的关系判定以及对话语主体的不同维度的考察（庞茂森，2021）；有的学者对比了索绪尔与博杜恩二者思想的异同（肖娅曼，应燕平，2021）；有的学者聚焦于布兰顿的推论主义语义学与皮尔斯的符号观（车向前，刘利民，2021）；亦有学者对雅各布森的言语交际理论展开了探索性分析（李轶，王新朋，2021）。值得注意的是，今年学者对多模态话语研究的成果增多。有学者从研究状况、研究路径等多方面展开分析（王振华，瞿桃，2021）；有学者说明了多模态话语组成模式以及分析的具体步骤（张德禄，赵静，2021）；也有学者从多模态相关的概念与意义出发，通过回溯研究历史，阐述了媒介转向之下这一研究的必要性与重要性（吴赟，2021）。

这一年图像修辞学部分对理论与概念的回溯减少，而是有新的发展：有学者将视觉语法和视觉话语结合起来，建构了一种相对普遍的、可供参考的视觉修辞分析模型（刘涛，2021）；有学者结合著译作品的封面和插图总结出了三种主要图像模式（付建舟，2021）；也有学者以符号学与认知心理学的理论为基础，为探究视觉符号信息的表达方式提供了一个新的思路（解雪莹，2021）。

值得一提的是，越来越多的学者将符号学与我国本土语境相结合进行理论推进。有学者基于语符中心符号学和实效主义符号学两条路径提出了可以探究的第三条路径——语象合治之路（王铭玉，孟华，2021）；有学者从洛特曼的符号圈理论入手，总结了这一理论在中国的发展路径（杨昕，2021）；也有学者从符号学的三次跨越、中国创新文化的培育和新旧文明的更替中提炼出“精神符号学”的概念（李思屈，2021b）。

纵向对比往年的研究不难发现，2021年学界对符号学的关注领域不仅更为细致，也在不断扩张，比如梳理符号学与翻译学的关系以及前景展望与路径构建（潘琳琳，2021）等。要言之，这一年我国符号学理论研究颇有成效，学者们在深入探讨符号学学者的相关理论的同时，还兼顾了当下语境的变化与发展，符号学的部分概念得以厘清与完善，为符号学理论的应用与学

科交叉提供了更为深厚的土壤。

### 三、符号学应用研究

#### (一) 中国传统文化符号学

今年,学者逐渐将视野转向国内,希望根植于中国本土文化,发展带有中国特色的符号学体系,构建属于中国的符号学研究。民族认同、中国特色符号体系、中国语言文字、传统文化的当代化、传统技艺及文学作品等都成为2021年学者关注的重要议题。和2020年相比,学者关注的议题更加多元。

构建中国特色的符号学体系的途径、价值及意义是今年学者关注的重要议题。祝东(2021a)指出必须从中国先民的符号实践出发,结合历史文献,依托中国的历史文化背景,归纳出具有中国特色的原创性概念与理论框架。祝东(2021b)通过回溯符号学与中国的渊源探讨了如何构建中国符号学,认为需要古今对话、中西对话,而不能停留在史书典籍。

民族认同方面,中华文化符号及由此衍生的认同是学者关注的主要议题;如何定义、划分、选择文化符号及如何达成认同是2021年学者关注的主要方向。曾明等人认为中华文化符号是各民族共同创造、认可的,凝结了各民族的共同经历、历史与记忆,承载了共同的情感(曾明,龚婷,戴登云,等,2021)。崔榕、赵智娜从提炼中华文化的角度探讨如何增强民族共同体意识,认为关键是对中华民族历史上已经形成的共有的符号、记忆和仪式进行重新认知和重点诠释(崔榕,赵智娜,2021)。

同时,学者也关注中国传统文化在当代的传播,以及融入当下文化环境、实现文化传承的问题。姒晓霞等人探讨了中国历史文化全媒体传播的现状,以及媒介和符号体系之间的关系,认为中国历史文化在新的媒介渠道和符号传播中得到传承和发扬(姒晓霞,马东,郑洁,2021)。王鑫、黄皓宇(2021)以杜甫在英文世界的传播为例,考察中国传统文化符号的跨文化叙事,认为其背后仍然存在“中国框架”,指出需要搭建出共生域,内观中国传统文化蕴含的文化符号。

有关汉字符号学的研究,本年度有所下降,但学者更注重深度挖掘古汉字背后的审美和意义,中国符号学发展的语象合治问题也成为学者的议题。王铭玉、孟华(2021)从“语象合治”的角度出发,结合中国的思想与理论基础,提出“语象合治”这种中性符号观。薛伟明(2021)则探讨了甲骨文的

符号特点及对后世的影响，认为其所引发的形象联想以及言此意彼的思想传达原则对后世的表达和艺术思维产生了重要的影响；认为甲骨文使文字图形实现了形与义的完美结合，其图形化的符号特征与其信息功能是一体的。

今年，学者侧重于从文化符号学的视角论述传统技艺的相关议题，探讨了其文化内涵。同时，学者也加强了对传统文学作品的总结，但更侧重于将其置于历史进程及社会发展中展开深入分析。如赵阳等人从文化符号角度在了解过去的基础上梳理螳螂拳文化意涵，从器物、制度、行为层面展开探讨，认为其体现了人与自然的和谐、文化认同，表现了对祖先、英雄的崇拜等取向（赵阳，孙德昭，程馨，2021）。张静轩（2021）则以青海的“花儿”为例，从音乐符号学的视角探讨了中国传统民间音乐，认为音乐记号是表达情感的中介，专业音乐舞剧追求的本土化过程也是一种音乐符号学角度的现实环境的抽象过程。朱晓婉（2021）以《四库全书》的影印过程为例，考察传统文化符号在近代中国国家形象建构中的作用，认为其有认同和对抗双重作用。

儒、释、道作为中国三大传统，孕育了独特的思想文化，也是中国传统文化的核心。2021年，儒、释、道也成为学者关注和解读的重要对象。丁茂远（2021）通过梳理《道德经》中有关形式的文本和思想，考察老子的形式美学观念的独异性与当代性，认为其以自然为根，以天地为美，注重通过“言”的辨析超越是非之辩。曹忠（2021）考察了唐宋佛学的符号学思想及其伦理价值，认为佛教中的“相”是充满东方智慧的符号学思想，也必将成为中国符号学话语构建的重要一环。

## （二）艺术符号学

2021年，艺术符号学研究成果丰富，在延续了对艺术性质、西方艺术的符号学理论探讨的同时，更有学者将视角拉回中国，审视了本土艺术符号学的发展历程。而有关各艺术门类的符号学研究，也从文学、绘画、影视拓展至舞蹈、建筑、游戏、跨媒介艺术等多元领域。

在社会文化泛艺术化趋势愈发明显的当下，符号学或能为理解艺术这一特殊的表意形式提供新的见解。就艺术符号学必要性与重要性这一根本问题，学者从“物—符号”三联体滑动，艺术“非利害”理论的当下演变，以及“展示”对艺术的影响出发，指明了艺术符号学在解决艺术意义方式的三个对立冲突上的必要意义（陆正兰，赵毅衡，2021）。

艺术性质是符号学长期聚焦的基础问题。艺术符号文本的主导再现理据

## □ 符号与传媒 (24)

是像似性,但难免混合指示性和规约性,因此艺术的形象与描述对象间应是拓扑像似,而由拓扑像似构成的复合理据性才是艺术再现的基础(赵毅衡,2021)。

艺术的出位之思也得到进一步诠释。“双轴系统”共同确定了符号表意的坐标点,组合和聚合系统互为包含并呈现“双轴嵌套”趋势,符号文本组合段与聚合段的重组能带来广义出位之思的效果(赵毅衡,贾佳,2021)。

关于西方经典理论的探讨,有学者基于皮尔斯“符号三元说”,梳理并比较了艺术史家对艺术符号的不同意向关系(海维清,2021);也有学者指出图像学研究不应局限于认识论视域,应阐明图像符号的历史性与时代性共同构成的精神图像世界(罗绂文、高雪蓉,2021);还有学者基于皮尔斯符号学提出意向符号论,尝试为探究当代艺术的中国性问题提供理论借鉴(于广华,2021)。

艺术符号学理论的本土发展也得到重视。赵元任的普通符号学在精神层面体现出“我”“和”“文”的现代艺术精神(安静,2021a)。自赵元任提出汉语符号学,本土艺术符号学百年间在各门类艺术中得到广泛应用,从基本原理到自主话语系统建构及批评运用都呈现出繁荣之势,体现出建构的现代性与超越的当代性(安静,2021b)。

艺术门类符号学的研究议题也在拓展。其中,图像在文学艺术表意中的重要性凸显。书籍封面、连环画与电影改编等文字媒介向图像媒介转换的实践体现了图像创作者对文学性的追求和对启蒙性的探索(齐童巍,龙迪勇,2021)。而从符号形式与文本意义的关系出发,伴随文本则是理解语图文本各形式部分表意的重要因素(贾佳,2021)。绘画是否为符号之讨论持续至今,有学者认为贡布里希否认了绘画作为符号的事实,也忽略了绘画的社会与历史语境,应使用“符号的再认”代替贡布里希“知觉的再现”(曹亚鹏,赵奎英,2021)。

更多流行影视类型正在得到学者关注。中国传统文化作为新国风动画之元语言,构筑着中华民族的集体认同,其符号修辞的深层表意则实现了民族价值观的传递(臧金英,2021)。新主流电影完成了从“说服”到“认同”的修辞观转向,其叙事手段以建立认同为前提,并在含蓄意指系统中传递价值内核(王真,张海超,2021)。现实主义电影的创作主体在聚合式选择中确立“可叙述性”内容,通过组合式建构组织故事情节与人物命运,并借助自然元素增添了叙述的陌生化效果(赵禹平,2021)。

舞蹈的艺术符号学研究成果颇丰。学者聚焦符号修辞与伴随文本在舞蹈

文本表意中的作用，认为经典改编舞蹈作品反讽修辞的关键在于伴随文本，经典与经典改编舞蹈两套伴随文本的冲突造就反讽意味，表面形态与内容的“双重反讽”效果形成的大局面反讽不仅重构了经典文本的表面意义，也使舞蹈具有了揭露社会现实的内涵意义（袁杰雄，2021a；2021b；2021c）。有学者指出白马人面具舞蹈作为族群文化符号，具有族群认同与区分的功能，也表达着白马人族群对自我与世界的主动建构与想象（王阳文，2021）。

也有学者基于符号分类分析了江南建筑与装饰，并提取出传统江南建筑与装饰的核心符号，以探索其在当代设计理念中传承与运用的可能性（薛娟，赵梦雪，2021）。当代跨媒介艺术在创造理想的、幻觉的统一性与总体性的同时，也表现出不同于早期总体艺术品的复杂共感知和具身空时性，使其具有某种审美异托邦性质的多元共生性（赵奎英，2021）。

2021年，对艺术符号学的讨论热度不减。随着泛艺术化趋势愈发明显，人工智能、元宇宙在艺术领域的不断介入，以NFT（Non-Fungible Token，非同质化代币）为代表的全新艺术形式在挑战现有艺术边界与理论的同时，或为艺术符号学研究带来全新议题与机会。

### （三）文化产业与符号学

文化产业已成为当今中国蓬勃发展的重要领域，符号学成为文化产业的重要工具，文创、设计、旅游、城市空间、教育成为2021年符号学大放异彩的突出面向。

在消费领域，文创与设计的符号化运用促进符号消费不断繁衍。有学者总结归纳出在文创产品中应用到的符号学相关理论主要有：能指与所指，三元关系和三分法，语义、语构、语用、语境（孙晟博，高炳学，2021）。莫里斯符号学观点在实践上可用于优化地域产品文创设计，提升其文化价值和传播影响力（李淳，孙申晓，焦阳，等，2021）。在设计方面，符号的作用突出而鲜明。王立群等人运用索绪尔符号学理论分析了大白兔奶糖的包装设计，文字、造型、色彩、图形、材质五种符号相互依存，共同指向与社会、经济、文化等联系密切的所指（王立群，陈飞虎，马珂，2021）。

旅游渐成一种符号化体验过程。有学者就具体旅游地的饮食符号经济形成过程进行了分析，认为具有地方特色的饮食符号能够产生更大经济吸引力（王玉婷，徐红罡，劳丽芬，2021）。在旅游的推进下，地域原有的历史、建筑、饮食、民族等都可成为一种文化符号，共同构筑这一空间下游客体验的真实性（陈晨，陈志钢，2021）。旅游演艺在社交媒体平台上的品牌符号建



## □ 符号与传媒 (24)

构模式分为表征、传播和感知三个阶段(李莎, 陈志钢, 范玉强, 2021)。

城市是当今中国社会重要的生活空间之一, 符号与城市不可分割。城市的文化遗产本身便是具有代表性的地域文化符号, 城市的饮食文化符号则带给市民以情感和集体记忆(汤强, 陈子健, 潘钊, 2021)。作为空间符号的城市地标是存储城市文明和集体记忆的符号文本, 公共文化意义显著(肖竞, 胡中涛, 杨亚林, 等, 2021)。马援(2021)从符号隐喻的视角切入城市风物叙事, 描述人与物符号互动下的城市内在生活。符号在空间中大放异彩, 与此同时, 我们也要警惕符号性历史价值不合理地扼杀文化遗产本体(陆地, 2021)。符号价值开发的背后, 与城市、空间的和谐共处同样重要。

教育领域中体制、学生、教师、家长四者缺一不可, 共同形成整个教育体系。2021年出现了一些与教育相关的符号学研究, 分别就上述四方展开探讨。有学者提出以符号教育学为基础, 建构“社会-教育-人”的基因结构图式, 推动中国教育国际化进程(曾丽颖, 崔岐恩, 2021)。

乡村民办教师的身份和身份认同是以国家政策、乡村社会与民办教师三方为互动主体, 在具有符号意义的社会互动下形成的(胡倩, 胡艳, 2021)。高校教师荣誉本是积极的符号性奖励, 但在实际运作中却出现了“唯帽子”的符号畸形消费, 盲目、片面地重视“帽子”的符号价值, 从而忽略了对高校教师的多元化评价(张冬梅, 张欣, 2021)。

新生代中产家长看重学区房所附加的优质文化资本符号、经济资本符号和社会资本符号, 这三种符号资本切中了中产阶级的地位焦虑, 焦虑促进购买, 又反过来助推学区房符号的再生产(李佳莹, 孙凤, 2021)。重视教育的同时需警惕当前部分中国家庭对顶尖大学以符号价值消费与追逐为载体的炫耀性教育消费, 这违背了教育的初衷, 需要全社会对教育符号价值编码系统进行反思(鲍嵘, 包开鑫, 2021)。

传播学与符号学均有着各自的学科发展史, 伴随符号学研究边界的不断打破、重塑、扩大, 传播学也愈发关注如何借助符号学构建自身体系。作为交叉学科, 传播符号学呈现出强烈的跨学科性与融合性。

2021年, 传播符号学除对自身的反思外, 对公共事件、媒介平台和青年个体认同呈现出更密集的关注。这三个方面均是对中国当前本土问题的探究与反思, 是对习近平总书记“把论文写在中国大地上”的响应, 也是传播符号学发展的进一步本土化。

传播符号学学科发展方面, 新科技背景下符号学正经历着第三次跨越, 传播符号学在此背景下的发展态势应为: 关注人类信仰重建与价值传播问题,

实现传统与现代、中方与西方、理论与实践的交汇融合，推动世界文明发展和人类命运共同体建设（李思屈，臧金英，2020）。彭佳（2021）从符号学、传播学、传播符号学学科发展历史的角度梳理了传播符号学自身的发展演变过程，提出应当思考如何在传播学理论框架下对原有符号学理论进行重构，以深化传播符号学的发展。

公共传播视角下，侯光辉等（2021）分析了重大突发公共事件下多主体通过互动仪式共同参与符号建构的过程，陈世华、李玉荣（2021）解释了新媒体语境下公共议题的符号表征路径、符号生成机制与传播力构建过程。

媒介平台的传播影响力愈加不可忽视，有学者将视角转向短视频对城市形象的影响，从符号建构、修辞逻辑、话语实践三个角度论述了短视频符号修辞对城市形象的塑造（秦宗财，李心洁，2021）。旅游吸引物的短视频内容传播具有内容上符号多元化，传播上视听符号使用突出，获得感上审美快感浅层次、碎片化的特点，这一快餐化的传播模式可以达到吸引游客的目的，然而也需警惕其所导致的旅游吸引物深度内涵的缺失（谈佳洁，刘新静，2021）。少数民族文化符号的多媒介化表达实现了文化资源与商业资源的双重挖掘，但需警惕媒介化表达过程中少数民族主体性的丧失，少数民族的文化应有其自身书写，与日常生活产生互动（赵楠，许媛萍，2021）。

中国青年群体在百年未有之大变局下的自我认同同样值得关注，个体和符号消费的博弈吸引了一批研究者的注意。新婚青年的“晒结婚”行为呈现出对婚礼符号属性的关注，这既体现出阶层品位的差距，也通过模仿实现了下层对上层的非完全再现，但背后仍反映出不同层次青年的惯习和品位差距（吕鹏，毕斯鹏，2021）。

青年群体在使用网络流行语的互动过程中形成了“抵抗式”“协商式”与“认同式”三种身份认同模式，由此网络流行语可成为正向引导青年的工具（吴茜，2021）。青年在社交平台上的网红打卡消费其实是自我呈现的手段，但需警惕符号幻想下青年自我主体性的迷失和由此戴上的精神枷锁（柳莹，2021）。文化经济下，青年愈发追求符号化的表层精致，对个体内在精致的忽视导致青年陷入消费符号之笼，使真正的自由受到束缚（刘燕，2020）。

#### （四）数字时代的符号学

2021年被称为“元宇宙”元年，互联网界正式提出要实现人工智能、大数据、交互技术等数字技术的多向融合，迈向人类社会的整体数字化，即虚

## □ 符号与传媒 (24)

拟世界联结而成的元宇宙。

早在 2008 年,丹麦学者索伦·布瑞尔(Soren Brier)就提出需要建立一门“赛博符号学”作为融合多类学科的元理论框架。从符号学视角对技术的透视累积至今,在 2021 年收获颇丰。本部分主要从技术发展与学术研究、媒介变革、文化消费、文艺实践和主体性反思五个方面展开梳理。

技术发展给学术研究带来直接影响,学界普遍认为符号学在数字时代大有可为。李思屈(2021a)指出数字化生存即符号化生存,大数据时代更需要符号思维,符号学研究也会得到技术的推进。语言学方面也很重视大数据技术,刘海涛(2021)指出数据转向正是中国语言学超越或者引领世界语言学的机遇。

传媒对技术变革的感知尤其敏锐,新技术语境下的符号学研究转向中,传播符号学首先将研究视野聚焦于智能媒体。在智能媒体主导的赛博时代,经典传播符号学研究路径亟须转向,从元传播、元媒介出发分析赛博空间的符号表意和传播特征,并以赛博符号学的元理论建设为目标(赵星植,2021)。针对新技术在传媒界的应用也有分门别类的研究,如围绕符号修辞和四体演进,分析游戏发展到反讽阶段的“数字监狱”和“数字劳工”等问题(陆正兰,李俊欣,2021);再如围绕符号真实性,分析 VR 新闻在文本符号和叙事方式上的重构策略(廖婧婧,2021)。

社会符号学关注技术进步带来文化消费新样态,不少学者选择从虚拟性问题切入研究符号消费,虚拟偶像则作为典型现象备受关注。付茜茜(2021)认为虚拟偶像是当代社会文化符号升级的体现。叶大杨(2021)则指出虚拟偶像与真人偶像的共性,都是通过影像化符号编码填补了虚拟与真实的间隙。也有学者站在宏观角度探讨技术推动的文化消费方式改变,如大数据推介系统加速了当代消费自由的异化,消费关切从实用性需求转向符号性需求(马会端,2021);再如数据符号参与构建日常生活,扫码成为当代数字沟通力提高的一大重要表征(孙玮,李梦颖,2021)。

文学和艺术也是符号学的重点关注领域,人工智能等技术应用在文艺实践中引发一些争议,符号学的处理则是回归到最本质的意义问题上。顾亚奇和王琳琳(2021)指出虽然当前机器系统不具备完全的自主创造能力,但通过艺术家、算法设计者和观众的多样化互动行为,智能艺术能够实现“有意义的控制”。朱恬骅(2021)认为尽管当前“人工智能文学”只是试探性的实践形态,但用技术事项来象征文化概念,这本身就与符号主义人工智能技术路径相契合。

符号学本质上是批判性的，现今对于技术的反思多聚焦于主体性问题。赵毅衡（2020）指出人工智能艺术的关键缺失在于主体性。这一讨论仍在继续推进。刘建平（2021）也认为人工智能还不能说是真正的文艺创作的主体，技术之智能源自真正主体——人的间接外加。杨保军（2021）则细分主体并进行阶段划分，认为弱人工智能、强人工智能和超强人工智能时期的智能新闻分别对应着“拟主体性”“平行主体”和“超主体”。

数字时代的符号学仍重点关注文学、艺术、媒介等领域，许多符号学经典议题放到当代技术语境下延伸出新问题，而未来发展趋势也都指向了多向、跨越和融合。

## 结 语

2021年我国符号学发展不论是在理论推进方面还是在应用研究领域，都呈现出蓬勃的生命力。在习近平新时代中国特色社会主义思想的引领下，本年度的研究较去年来说更加注重中国传统文化以及中外文化的交流，不论是学术论文发表、学术交流活动的，还是专著出版，都体现了交叉融合的特点：注重符号学与不同学科之间的交叉融合、经典理论与当代新现象的融合应用、传统思想与现代技术的交叉碰撞等。可以说，中国符号学正在努力迈向新征程。未来中国符号学研究应当继续朝着“内外兼顾”的方向发展，向内回顾经典理论思想、探讨中国传统文化，向外积极将理论应用到不同学科和新现象、新问题，同时用全球视野与世界发展眼光推进国际交流，努力形成哲学社会科学的中国学派。

### 引用文献：

- 安静（2021a）. 赵元任普通符号学的艺术构成与艺术精神. 江汉论坛, 9, 95 - 102.
- 安静（2021b）. 建构的现代性与超越的当代性：对本土化艺术符号学百年历程的理论反思. 西南民族大学学报（人文社会科学版）, 42, 8, 143 - 151.
- 鲍嵘, 包开鑫（2021）. 顶尖大学符号价值的追逐与消费——基于三个家庭的扎根研究. 现代教育管理, 6, 18 - 25.
- 曹亚鹏, 赵奎英（2021）. 从“知觉的再现”到“符号的再认”——布列逊的话语符号艺术观及其与贡布里希的论争. 山东社会科学, 4, 82 - 88.
- 曹忠（2021）. 唐宋佛学的符号学思想及其伦理价值. 符号与传媒, 1, 79 - 80.
- 车向前, 刘利民（2021）. 布兰顿推论主义语义学：皮尔士古典实用主义的当代回响. 外语学刊, 4, 107 - 113.

## □ 符号与传媒 (24)

- 陈晨, 陈志钢 (2021). 旅游者商业化符号感知与体验真实性研究——以西安回民街为例. 浙江大学学报 (理学版), 2, 249 - 260.
- 陈世华, 李玉荣 (2021). 公共议题中符号的表征与传播. 海南大学学报 (人文社会科学版), 4, 110 - 117.
- 崔榕, 赵智娜 (2021). 文化认同与中华民族共同体建设. 民族学刊, 5, 1 - 13
- 丁茂远 (2021). 论《道德经》的形式美学: “自否定”与“物自化”. 符号与传媒, 2, 68 - 69, 79.
- 付建舟 (2021). 中国现代文学“图像世界”的三种图像模式. 学术月刊, 7, 168 - 178.
- 付茜茜 (2021). 技术神话与符号升级: 文化消费视域下的人工智能虚拟偶像. 天府新论, 2, 150 - 159.
- 顾亚奇, 王琳琳 (2021). 有意义的控制: 基于生成对抗网络的 AI 艺术及其交互方式. 装饰, 8, 98 - 102.
- 海维清 (2021). 艺术史书写中的符号“观相”与意义“面相”. 符号与传媒, 2, 121 - 133.
- 韩健 (2021). 索绪尔语言理论的哲学解读——从分析哲学的视角. 新疆大学学报 (哲学·人文社会科学版), 49, 5, 143 - 149.
- 侯光辉, 郑桂贤, 邱国良 (2021). 应对公共危机的信心符号如何生产——基于火神山医院建设“慢直播”的分析. 江汉论坛, 8, 27 - 34.
- 胡剑波 (2021). 论索绪尔任意性原则的层次性. 湘潭大学学报 (哲学社会科学版), 45, 1, 186 - 192.
- 胡倩, 胡艳 (2021). 新中国成立后我国农村民办教师身份产生、形成与认同的历史研究——在符号互动理论的视角下. 教师教育研究, 1, 99 - 107.
- 贾佳 (2021). 文学艺术中的语图界限. 当代文坛, 1, 65 - 70.
- 姜飞, 彭锦 (2021). 文化物理学视域下的中国抗疫故事国际视觉传播. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版), 2, 109 - 117.
- 焦丽梅 (2021). 跨越时空的符号学对话——比较视野下洛特曼符号学思想研究. 外语学刊, 3, 122 - 126.
- 解雪莹 (2021). 从可控性视角谈视觉符号表现的逻辑模型. 包装工程, 42, 16, 237 - 242.
- 李淳, 孙丰晓, 焦阳, 等 (2021). 基于莫里斯符号学的地域文化文创产品设计研究. 包装工程, 20, 188 - 195.
- 李佳莹, 孙凤 (2021). 学区房符号消费与新生代家长的地位焦虑. 中国青年研究, 9, 56 - 62 + 13.
- 李莎, 陈志钢, 范玉强 (2021). 基于社交媒体建构的旅游演艺品牌符号研究——以《长恨歌》为例. 资源开发与市场, 4, 478 - 483.
- 李思屈, 臧金英 (2020). 第三次跨越: 新科技背景下的传播符号学. 浙江社会科学, 11, 56 - 63 + 157.

- 李思屈 (2021a). 大数据条件下的符号学应用. 南京邮电大学学报 (社会科学版), 4, 22 - 30.
- 李思屈 (2021b). 精神符号学的概念、方法与应用. 符号与传媒, 2, 1 - 24.
- 李卫华 (2021). “文之道”与“文的自觉”:《文心雕龙·原道》的符号学考察. 符号与传媒, 2, 39, 54.
- 李轶, 王新朋 (2021). 雅各布森言语交际理论的符号学解读. 俄罗斯文艺, 1, 124 - 133.
- 廖媯婧 (2020). 文本符号的重构与应用——VR 新闻的真实性问题探讨. 出版广角, 13, 74 - 76.
- 刘海涛, 郑国锋 (2021). 大数据时代语言学理论研究的路径与意义. 当代外语研究, 2, 5 - 18 + 31 + 2.
- 刘建平 (2021). 文艺批评: 人工智能及其挑战. 学术界, 5, 70 - 80.
- 刘晋晋 (2021). 编织形象的神话: 罗兰·巴特符号学中的形象问题. 艺术探索, 35, 1, 58 - 67.
- 刘涛 (2021). 图像研究的语义系统及其视觉修辞分析方法. 西北师大学报 (社会科学版), 4, 37 - 48.
- 刘燕 (2020). 符号标签与竞争原则: 青年追求精致生活的逻辑与特征. 中国青年研究, 12, 77 - 83 + 47.
- 柳莹. (2021). 青年网红打卡文化的符号消费及反思. 江西社会科学, 9, 238 - 245.
- 卢嫒 (2021). 理性的限度: 符号性诠释理念的建构及其启示. 深圳大学学报 (人文社会科学版), 4, 151 - 159.
- 陆地 (2021). 本体与符号——不可移动文化遗产的历史价值探源. 建筑遗产, 1, 78 - 87.
- 陆正兰, 李俊欣 (2021). 论游戏表意的四体演进: 一个符号修辞学分析. 现代传播 (中国传媒大学学报), 43, 2, 82 - 88.
- 陆正兰, 赵毅衡 (2021). 艺术符号学: 必要性与可能性. 当代文坛, 1, 49 - 58.
- 吕鹏, 毕斯鹏 (2021). 符号亲附、阶层镜像与品味杂食——青年“晒结婚”行为研究. 中国青年研究, 7, 62 - 72.
- 罗绂文, 高雪蓉 (2021). 视觉·图象·存在: 潘诺夫斯基图像逻辑辩证. 符号与传媒, 1, 114 - 127.
- 马会端 (2021). 大数据系统推介下的网络消费异化: 表征、溯因及消解. 河南师范大学学报 (哲学社会科学版), 48, 3, 41 - 47.
- 马援 (2021). 符号隐喻视角下的“城市风物”叙事. 探索与争鸣, 5, 169 - 176 + 180.
- 潘琳琳 (2021). 符号学与翻译学研究的共振——道格拉斯·罗宾逊教授访谈录. 西安外国语大学学报, 1, 89 - 93.
- 庞茂森 (2021). 索绪尔与本维尼斯特话语思想之对比研究. 四川师范大学学报 (社会科学版), 4, 168 - 175.
- 彭佳 (2021). 传播符号学: 一个学术史的考察. 西北师大学报 (社会科学版), 1, 46 - 56.

## □ 符号与传媒 (24)

- 祁涛,辛小月(2021).传播意图生成的物质基础及其言说的自然化——基于对罗兰·巴特《神话修辞术》的重读与分析.新闻爱好者,3,61-63.
- 齐童巍,龙迪勇(2021).从文学到图像:论中国现代文学中的媒介转换现象.当代文坛,6,131-136.
- 秦宗财,李心洁(2021).城市形象塑造的短视频符号修辞研究——以Bilibili网站美食类短视频的典型样本为例.现代传播(中国传媒大学学报),4,93-97.
- 姒晓霞,马冬,郑洁(2021).全媒体语境下中国历史文化传播的符号学研究.今传媒,29(11),103-106.
- 孙玮,李梦颖(2021).扫码:可编程城市的数字沟通力.福建师范大学学报(哲学社会科学版),6,132-143.
- 谈佳洁,刘新静(2021).符号学视角下旅游吸引物的短视频内容传播逻辑——定性比较分析(QCA).华侨大学学报(哲学社会科学版),3,34-44.
- 汤强,陈子健,潘钊(2021).符号学视域下广府饮食文化街的可持续更新策略研究——以广州惠福路美食花街为例.家具与室内装饰,7,115-119.
- 王军,李想(2021).论语言空符号中能指的缺失.外语学刊,3,115-121.
- 王立群,陈飞虎,马珂(2021).索绪尔符号学视角下大白兔奶糖包装设计研究.包装工程,1-12.
- 王铭玉,孟华(2021).中国符号学发展的语象合治之路.当代修辞学,4,72-80.
- 王鑫,黄皓宇(2021).中国传统文化符号跨文化叙事研究——基于杜甫在英文世界传播的考察.新闻与传播评论,75(05),121,127.
- 王阳文(2021).白马人面具舞蹈的文化符号及其意指实践.北京舞蹈学院学报,4,31-36.
- 王玉婷,徐红罡,劳丽芬(2021).旅游地饮食符号经济:地方符号营造与路径依赖.热带地理,6,1246-1257.
- 王真,张海超(2021).从“主旋律”到“新主流”:新主流电影的修辞取向研究.当代电影,9,155-160.
- 王振华,瞿桃(2021).多模态语篇的评价研究:过去、现在与未来.外国语(上海外国语大学学报),43,6,42-51.
- 吴茜(2021).符号·媒介·权力:网络流行语的青年身份认同建构.新疆社会科学,1,133-139.
- 吴赞(2021).媒介转向下的多模态翻译研究.外国语(上海外国语大学学报),1,115-123.
- 肖竞,胡中涛,杨亚林,等(2021).符号学视角下上海城市地标公共文化价值演变研究(1949年—2019年).上海城市规划,5,103-109.
- 肖娅曼,应燕平(2021).索绪尔与博杜恩语言学思想比较研究.四川大学学报(哲学社会科学版),4,102-111.
- 薛娟,赵梦雪(2021).江南地区运河沿岸民居建筑及其装饰符号研究.符号与传媒,2,

- 95 - 106.
- 薛伟明 (2021). 符号学视角下甲骨文造型的意象特征与审美意义. 南京师范大学文学院学报, 2, 89 - 92.
- 杨保军 (2021). 再论“人工智能新闻生产体”的主体性. 新闻界, 8, 21 - 27 + 37.
- 叶大扬 (2021). 虚拟偶像: 超真实、符号化与审美的幻象. 中国文艺评论, 10, 79 - 85.
- 于广华 (2021). 意象符号论: 当代艺术中国范式的一个符号学阐释. 符号与传媒, 1, 140 - 153.
- 袁杰雄 (2021a). 伴随文本对舞蹈的赋义与释义作用. 民族艺术研究, 34, 5, 134 - 143.
- 袁杰雄 (2021b). 反讽: “经典改编”舞蹈的一种特殊表意. 符号与传媒, 1, 154 - 166.
- 袁杰雄 (2021c). 符号修辞: 舞蹈文本的基本表意方式. 北京舞蹈学院学报, 3, 54 - 63.
- 臧金英 (2021). 民族气韵、情感认同与价值传播——论“新国风”动画的符号表意机制. 当代电视, 9, 91 - 95.
- 曾丽颖, 崔岐恩 (2021). 符号教育学视角下中国教育基因融入世界图式. 西南民族大学学报 (人文社会科学版), 9, 213 - 219.
- 曾明, 龚婷, 戴登云, 等 (2021). 中华文化符号和中华民族形象的划定原则及类型特点. 民族学刊, 12, 7, 2 - 4.
- 张德禄, 赵静 (2021). 多模态话语分析是否需要分析多模态语法?. 当代修辞学, 2, 26 - 36.
- 张冬梅, 张欣 (2021). “帽子”缘起: 高校教师荣誉的符号生产与消费. 重庆高教研究, 6, 117 - 127.
- 张静轩 (2021). 音乐符号学视角下的中国传统民间音乐研究——以青海花儿为例. 青海民族大学学报 (社会科学版), 47, 1, 118 - 120.
- 赵楠, 许媛萍 (2021). 拉祜族文化符号媒介景观的建构反思——基于《快乐拉祜》的传播实践. 民族学刊, 7, 75 - 84 + 110.
- 赵星植 (2021). 赛博时代与传播符号学的媒介转向. 当代文坛, 1, 59 - 64.
- 赵阳, 孙德朝, 程馨 (2021). 螳螂拳文化符号分层阐释. 浙江体育科学, 43, 4, 63 - 67.
- 赵毅衡 (2020). 人工智能艺术的符号学研究. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版), 5, 107 - 115.
- 赵禹平 (2021). 知情与选择: 从符号双轴看现实主义电影的叙述策略. 四川戏剧, 8, 27 - 32.
- 朱恬骅 (2021). 从文本实验到实验文本: “人工智能文学”的表达性重复. 文艺理论研究, 5, 140 - 147.
- 朱晓婉 (2021). 《四库全书》在近代中国国家形象建构中的符号启用与再造. 出版科学, 29, 5, 122, 127 - 128.
- 祝东 (2021a). 构建中国特色符号学体系. 中国社会科学报, 2, 1 - 3.
- 祝东 (2021b). 中国符号学传统的建构与意义. 中国社会科学报, 2, 1 - 2.



## □ 符号与传媒 (24)

### 作者简介:

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

童军宝, 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。

刘冰坤, 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。

冯琦婷, 四川大学文学与新闻学院符号学 - 传媒学研究所成员, 主要研究方向为品牌符号学。

### **Author:**

Xiang Chao, member of the ISMS research team, Sichuan University. Her main research field is semiotics of brand.

Email: xiangchao981111@163.com

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

Email: charlie.tong@qq.com

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

Email: 2127552823@qq.com

Feng Qiting, member of the ISMS research team, Sichuan University. Her main research field is semiotics of brand.

Email: 1035980080@qq.com