

数字娱乐与文化产业
研究丛书

丛书主编：李思屈

动画符号与 国家形象

李 涛●著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

数字娱乐与文化
研究丛书

动画符号与国家形象

- 国家社科基金课题（08CXW002）
- 教育部人文社科研究规划基金项目（11YJA860010）
- 传播与文化产业研究中心研究成果

李 涛◎著



图书在版编目 (CIP) 数据

动画符号与国家形象 / 李涛著. —杭州: 浙江大学出版社, 2012. 9

ISBN 978-7-308-09716-1

I. ①动… II. ①李… III. ①动画—形象—研究
IV. ①J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 035929 号

动画符号与国家形象

李 涛 著

责任编辑 李海燕

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州丰源印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 19.25

字 数 378 千

版 印 次 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-09716-1

定 价 49.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

总序：文化产业理论需要“归位、落地、生根”

李思屈

文化产业的迅猛发展呼唤着基础理论的建设，而基础理论研究的推进则需要沉心静气做学问的功夫。

凭借着“猫论”和“摸论”，中国释放了巨大的民间智慧，创造了30年的发展奇迹。现在中国像一只驶出大海的世轮，再也不能靠“摸石头过了”，它需要的罗盘、雷达、GPS卫星定位系统，才能又快又好地航行。经验不能代替知识、意见不能代替理论，机智的对策不能代替基于原理的推论。到目前为止，研究文化产业的国内外著述已经非常丰富，但仍然不能满足文化产业迅猛发展对基础理论的现实需要。文化产业理论的学科体系尚待建立，文化产业政策效果需要科学的评估，国际文化产业发展模式和经验需要系统的整理，动漫、游戏等以及文化与科技结合而涌现的文化产业新业态的内在规律需要深入的探索。而完成这一系列任务的前提，一是研究者要沉下心来，沉心静气，扎实问学；二是要着力解决理论建设的“归位、落地、生根”。

—

“归位”即回归文化产业的学科本体，以独特的研究领域，解决特殊的问题、以特有的方法，形成相对独立的概念、范畴体系，建构基本的理论内容框架体系，从而完成文化产业学基本理论的构建。

文化产业作为一个现实领域，文化、经济、管理、美学等等各个学科皆可对它进行研究。但是，一门独立的学科必须有独特的研究方法、研究框架。文化生产与物质生产最根本的区别在于，文化生产、传播和消费是符号的生产、传播与消费。这就是文化产业的特殊性，即是研究对象的特殊性。归位首先就要回归这一特殊性。文化产业是精神创造逻辑与市场逻辑的矛盾统一。精神创造的逻辑是传承、公共产品、分享、保护少数人新的创造。而市场的逻辑是效益最大化与利润的最大化。本项目以符号和符号产品作为文化产业研究的基本对象和逻辑起点。文化产业是梦想产业，中国文化产业面临的最大难题归根结底是没有打通内容的生产（符号的

生成)与意义的有效传播,导致文化产业发展现状“有产业,没文化”。内容为王是文化产业竞争的内在逻辑,更加强调创意、强调高科技与文化结合的文化产业发展,必须提升“3P”,即文化产业的影响力、创意力和文化资本转化力。

符号学作为汇通人文、社会科学研究的基本方法,在研究文化产业方面具有天然优势。文化创意产业是以文化为内容,以创意为核心的产业形式,“文化内容”和“创意核心”,是文化创意产业的本质特征。(李思屈,2007)文化产业除具有一般产业属性之外,特殊性在于文化消费是审美消费与符号消费。文化消费中的情感体验,其实就是通过一定的符号(包括仪式)对自我深层结构的深入(审美)或反复(游戏),以实现精神的回归(李思屈,2007)。因此,本项目将符号作为研究文化产业的逻辑起点。同时,传播学自创建以来建立文化与市场的研究最为丰富的资源库,特别是对人类消费行为的集中研究,成果丰硕。基于以上两点考虑,本项目中,精神符号学作为文化产业研究的基点,系统研究文化产品内涵的精神符号、意义及其生成、传播机制;符号消费研究关注文化产业市场与文化产品消费者,从符号政治经济学(鲍德里亚,2008)到符号经济(斯科特·拉什,2006)的研究,文化产业消费的符号研究越来越多地为学界所接受。以费斯克的传播符号学理论为代表,将传播看做意义的生产与交换,关注文本的文化角色,传播研究就是文化和文本研究。此外,广告符号学打开了研究大众传播的一个新的视域。(李思屈,2004)据此,传播符号学作为支点链接精神符号学与符号消费研究。



“落地”即以现实问题和现实需求为导向,切实研究现实中急需解决的问题,为政策提供依据,为创意提供人才,为企业提供参照。这就需要在学科建设和人才培养工作中,以“学环思维”打通文、理、工、管、经、艺术等各学科,以“人才方阵”为工具寻求人才需求、职业能力与学校教育的匹配,力求务实、高效。

“学环”概念源自日本东京大学情报学环与学际情报学府。学环意指将文、理、工、艺术、教养五大领域所关心的生命、人、系统、表现、社会环扣在一起,落实“全大学规模”的跨学科合作。重视实践能力是东京大学情报学环与学际情报学府明显的特色,促成此特色的是灵活的人事制度和广泛的招生对象,使业界资深人士可进校园当教授,主持研究项目;同时业界人士也可进校园当学生、进研究所参与研究项目。文化产业学环有效链接文、理、工,符合文化产业交叉性、前沿性的特点,符合文化产业专门人才复合型、创意型的特点。

构建“人才方阵”是对文化产业人才需求精确定位的基本工具,也是文化产业学科培养体系实现“落地”的重要保障。“人才方阵”源自日本财团法人数字内容协会联合数字内容产业所发行的《动画产业指南》是根据人的性格、技能、志向而设定

的职业研究工具,通过诊断测试来寻找适合于人的职业的工具。以人才方阵为基础,本项目通过实证研究判定文化产业不同行业的人才需求及其能力要求,进而设计文化产业学科的教学内容与教学模式。设计出“TII 创意策划能力培养框架”。

三

“生根”即让文化扎根现实生活,让文化产业服务广大人民现实的文化需求,让文化消费成为广大人民生活中不可或缺的有机部分,在人民生活中获得丰富的营养,从而使文化产业之树根深叶茂,硕果累累。

只有重视现实生活中活的文化形态和广大人民真实文化需求,重视市场上实际的人才需求,以实验实践为基,文化产业研究的学科理论才能真正发展起来。这就需要我们的理论研究从文化需求的分析入手,分析文化产业发展,研究文化企业经营管理与国家文化产业政策制定。

四

《数字娱乐与文化产业研究丛书》的宗旨,就是倡导和实践沉心静气做学问的风气,为破解中国文化产业研究的“归位、落地、生根”的难题进行持续的努力。

《中国文化产业政策研究》一书的6位作者,历时3年,4易其稿,收集数据,建立模型,他们冲击的是中国文化产业的一个非常现实的问题:文化产业政策及其效果。

中国对文化产业制定了税收、金融、奖励、广告优惠等扶持政策,另外还有每年数十亿的文化产业扶持基金,以财政投入的形式投入到各种文化产业项目和相关企业,一方面促成了中国文化产业快速良好的发展,另一方面也有待于对这些政策的效益是否达到最优化进行研究,以推动中国文化产业更加科学地发展,财政投入更加有效和公平。

文化产业是一种新兴产业,中国对其本质、特征和发展规律的认识还有待进一步深化。这一认识的深化过程,同时也是中国文化产业政策的优化过程。《政策效果论:中国文化产业政策研究》所作的文化产业政策分析,就是基于收集到的各级各类文化产业政策性文件517个,逐一进行内容分析而得出的结论。

这本著作的研究以实现文化产业综合效益的政策评估为目标,以产业经济的逻辑基点为入口,进而追求包含社会文化等公益因素,为文化产业政策研究与文化事业政策研究留下接口。本书采用的“3P模型”,是基于中国文化产业实际的一种指标体系,同时又吸收了欧美“创意指数”的基本思想,以求与国际学术思想的研究模型接轨,便于国际学术交流和对话。

在内容上,本著作侧重重点研究中国动漫产业、游戏产业、网络文化产业、数字电视产业等数字娱乐产业及其相关政策,以突出“文化与科技”的文化产业发展动向。

文化体制改革作为中国文化产业发展的主要线索,也是这部书关注的重要内容。在文化体制改革方面,我们不仅考察了动漫产业的发展与产业政策,同时也结合浙江等地舞台艺术体制改革的实践,对相关的政策发展及其效果进行了评估。我们希望以这种借一斑以窥全豹的方式来揭示中国文化产业发展中体制改革的特殊性和复杂性。

《动画符号与国家形象》以动画形象研究为切入口,突破动画和传播各自研究藩篱,运用符号学方法探析动画传播中的国家形象,以及动画形象、国家形象与价值构建的关系论题。研究结合票房、获奖、社会价值和受众接受度调查,建立226个美、日百年经典动画形象样本库,研究动画形象的文化内涵,分析经典动画形象塑造国家形象的内在关系,探查动画传播国家形象的真实面相。

动画符号构成了动画文本表达理解方式的逻辑,动画语言是有别于日常熟悉性语言的特殊门类,将可感知的日常世界,用异于日常话语的动画语言进行描述,或者将不可用日常语言表达的场景、心境用动画语言进行表现,是动画语言呈现意义的主要功用。动画语言创造着动画图景,同时也建立一个价值世界。

动画传播行为包括动画传播行为涉及到内容与技术,如果传播内容研究归队到人文社会科学,传播技术却需要纳入自然科学。因此,动画传播成为横跨人文社会科学和自然科学两大科学部类的研究。动画理论研究的语境势必随同文化研究的总体趋势,由现象描述转向深层结构研究,是深刻揭示动漫产业内在规律的必由之路。符号学研究作为一种实用而典型的深层结构研究方法,动画文化中导入符号学的研究方法,可以实现动画文化研究的深化,即研究从个案研究转向整体文化研究,从文本中心研究转向传播中心研究,从作者中心研究转向了读者中心研究,从传者研究转向了受者研究。这种现代动画基础理论研究中的学术转向,及时地调整动画形象研究适时地追随新的学术研究方向,从而科学地指导动画的创作实践。

《互动媒介论:电子游戏互动叙事模式研究》选取电子游戏这一新型媒介形态,运用访谈、观察、案例分析等方法并综合研究者的个人游戏体验,在厘清游戏、媒介及电子游戏等基本概念、描述电子游戏发展历程基础上,重点建构出电子游戏以“玩家的践行”为中心的“游戏多重编解码信息模式”,对电子游戏中存在的玩家与计算机、玩家与游戏、玩家与玩家的三层互动进行深入系统的分析,在此基础上对其基于玩家的游戏选择之上的新型叙事模式进行系统探讨。

随着互联网的日益普及,电子游戏已经成为现代文化与信息传播的重要媒介,并对传统的媒介传播体系提出了巨大的挑战,甚至彻底改变了传统文化与信息传

播规则。电子游戏的信息传播遵循着与传统媒介迥然不同的传播规则和模式,经过“三步走”过程与结构,在编码与译码之外增加了“玩家的践行”这一重要环节,是多重编解码的信息传播模式。电子游戏颠覆了传统文化与信息传播的叙事模式,而是以玩家的游戏行为构建“过程叙事”,这是一种典型的后现代叙事模式,彻底改变了当代的文化传播规则和体系结构,以及文化形成的模式。

电子游戏的新型传播模式与后现代叙事是建立在其多重互动的基础之上的,玩家与计算机、玩家与玩家、玩家与游戏三种互动并行兼容,共同构成了新型的电子游戏的媒介传播体系与互动模式。电子游戏在现代文化与信息传播中担负着重要的角色,因而需要在理论研究的基础上提出对其进行规制的具体模式和对策,从而成为构建新型媒介传播体系的重要组成。

《欧洲动画模式论:法、英、德动画产业发展研究》在研究与中国动画产业发展相似的欧洲动画产业,为正处于转型期的中国动画产业提供借鉴,促进中国动画由量向质的提升。

欧洲是动画艺术的发源地,有悠久的历史,动画作品屡获各大动画奖项,有极高的艺术价值。其产业发展之路与中国动画相仿,在动画政策、基本功能、发展目标方面,与中国也有诸多相似,如政府都实施文化立国方针,对动画产业大力扶持。在新的市场形势下,都积极寻求适合自身的动画产业发展之路,都将动画做为教育儿童的重要手段之一,注重动画的教育意义,对欧洲动画进行全方位的产业研究,将对中国动画提供宝贵的借鉴作用。

(1)欧洲动画产业发展经历了探索期(1888—1919)、繁荣期(1920—1938)、沉沦期(1939—1945)和复兴期(1946—1979年)四个阶段,与中国动画产业的发展历程相似,为中国动画产业提供了借鉴的基点。

欧洲动画产业形成了以政府主导为主的法国模式,以政府协调为主的英国模式和地方集权为主的德国模式,每种模式都取得了巨大的成功。目前,欧洲动画产业正在由分散走向集中,融资、生产、发行、传播、运营的产业链日臻完善,欧洲整体竞争优势得以加强,欧洲动画以一个新的产业形象走向世界。

欧洲动画产业的发展独辟蹊径,注重精品,重视人才培养,划清政府职能,强调媒体参与和市场作用,对中国动画产业发展提供了重要借鉴。

对我们而言,沉心静气做学问的风气,和破解中国文化产业研究“归位、落地、生根”的持续努力,所有这一切都仅仅是一个开始。

目 录

第一章 引言:理论坐标

第一节 符号思想与动画符号	3
---------------------	---

第二节 语言、符号与动画语言	5
----------------------	---

第二章 方法:传播学、传播符号学与动画传播

第一节 动画研究方法:从传播学到传播符号学	11
-----------------------------	----

第二节 再论动画研究方法:动画传播与传播符号学	23
-------------------------------	----

第三节 动画传播符号学理论基础	28
-----------------------	----

第三章 动画传播因子分析:国家形象相关验证

第一节 动画传播国家形象相关验证的假设	47
---------------------------	----

第二节 动画传播是否影响受众对国家形象认知的检验	50
--------------------------------	----

第三节 动画传播影响受众对国家形象要素认知的检验	62
--------------------------------	----

第四节 动画传播国家形象检验小结	94
------------------------	----

第四章 动画消费符号与受众价值层级图

第一节 研究设计	99
----------------	----

第二节 动画消费调查与符号分析	103
-----------------------	-----

第三节 动画传播形象的喜好调查与分析	114
--------------------------	-----

第五章 动画传播影响力的联想符号

第一节 联想符号的研究方法	159
---------------------	-----

第二节 联想符号的调查结果与分析	160
------------------------	-----

第三节 动画受众的联想树:动画传播国家形象的要素符号	166
----------------------------------	-----

第四节 动画媒介演进与动画大国的动画传播策略	180
------------------------------	-----

第六章 动画文本的符号解读:叙事符号与陈述公式

第一节 叙事改编与意义再生产策略	194
------------------------	-----

第二节 格雷马斯方阵中的孙悟空:意义与价值符号	211
-------------------------------	-----

第七章 动画形象符号定位:普洛普功能流程图

第一节 动画传播的“功能”与普罗普的叙事理论	227
------------------------------	-----

第二节 美国动画叙事文本的符号意义	233
-------------------------	-----

第三节	日本动画叙事文本的符号意义	246
第四节	国家文化话语与动画文本的符号特征	257
第八章	动画政策:格雷马斯方阵与核心价值符号	
第一节	动画传播:紧密联姻意识形态	269
第二节	动画形象的意义结构模型:格雷马斯方阵	270
第三节	核心价值的动画传播:国家价值体系与受众价值体系	275
结 语	:符号的战争	279
附 录		284
参考文献		293
后 记		300

数字娱乐与文化产业研究丛书 ■ **动画符号与国家形象**

第一章 引言:理论坐标

第一节 符号思想与动画符号

符号思想是人类思维区别于动物思维的重要特性。正是人类具有文化符号,才有人类特例的文明史。对应人类创造的语言符号,在话语“给予意义”的过程中,习惯体系被建立,符号世界的掌握者和被掌握者遵照着这个“给予意义”的体系规定掌握新事物、决定新行动,人类的思维世界是一个由符号建构的输入秩序规范的世界,简单地说是一个符号思维世界。对应着欧洲传播学的欧洲思想史,自古希腊以来经历了公认的两次巨大转向:第一次是,从古代的“自然本体论”转向“近代的认识论”;第二次是,从“近代的认识论”转向“现代的人类本体论”。“现代的人类本体论”又被称为“社会本体论”,它分化为两种倾向,其一是“人类学转向”,即转向人类存在本身;其二是“语言学转向”,即转向人类使用的语言符号,并将语言符号作为人的思想存在方式。

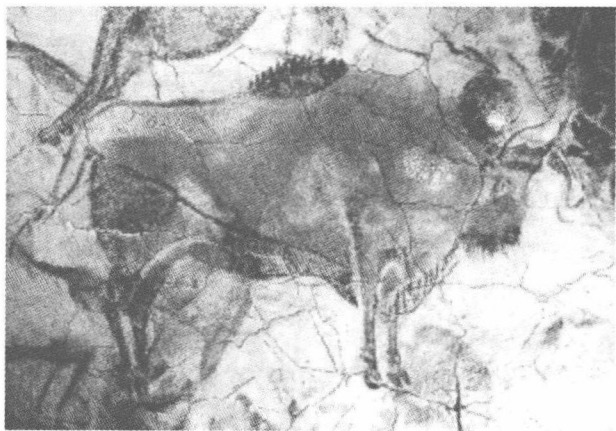


图1 阿尔塔米拉山洞岩画野牛

符号与人类的文化活动有着深刻的关系,这也是现代符号学的认识基础,符号是文化的象征,从而它能够规定思考方式。远古时代始,符号象征的概念已然出现在文化的萌芽中,伴随人类文明进程的推进,象征符号主要凝固在宗教仪式或社会习俗的方式里;世界上不同的文化体系,以不同文化符号呈现,并促成不同的世界观和价值观,又以人类共存的价值观展现出一套文化符号,例如音乐符号体系、绘

画符号体系。所以,“统治世界的是符号和象征,而不是语言和法律。”^①论及动画文化的象征符号可能追溯到洞穴艺术时期。自有人类文明记载始,已显示出人类试图以图像记录的方式表现大脑潜意识中对动态过程和时间过程的掌控欲望。1962年,法国考古学家普度欧马(Prudhommeau)的研究报告揭示,2500多年前的石器时代洞穴画的系列野牛奔跑分析图,是人类试图用石块(旧石器时代的主要工具是琢石)捕捉凝结动作的象征符号作品的滥觞。^②西班牙北部山区阿尔塔米拉山洞岩画的野牛、野猪、鹿等众多动物的“动画形象”,^③从绘画方法和风格上可分为相关联的五个时期,最晚的属于玛格特林文化(距今约2万~1.2万年),每个动物形象长约2米,形象生动、充满活力、技巧写实、透视准确,风格质朴。一头奔跑的野猪绘有八条腿,每两条腿的间隔表示奔跑中的一步或者说是一个奔跑石动作,整幅图俨然是一头猪连续奔跑的动作分解图示,使静止的形象产生视觉动感。这是有考证的人类最早的动态记录尝试。把不同时间发生的动作绘制在一张图上,这种“同时进行”性的概念间接显示了人类“动着”的欲望。这既是迄今发现的最早的原始动画形象的群图,也是早期人类运用象征符号建立猎手和猎物之间象征性灵魂联系的艺术创作。以创造象征符号的方式,探究现实生活中经历事件的因果和意义,思考之外更深层的“概念”;而洞穴、火种、岩画以及动物图形均以原始象征符号和宗教仪式的形式,传承为神话的基础。世界进入21世纪以来,人类与自然的关系悄然发生着第三次重大变化,人类社会环境污染、经济危机、科技危害日益提上解答的日程,从绿色GDP到低碳经济无一不是在彰显人类思维开始意识自身生存与保护自然的重要性,进而先锋思想提出“人”只能在融洽世界中复苏。可能从“人类本体论”到“自然共生论”还是一种学术预言,但映照人类生活与思想的文本包括动画文本已然行进在预言的光晕中。^④

动画文本以动画符号的形式表达理解方式的逻辑和方向性。动画符号在使用动画表现形式时,隐藏着动画自有的逻辑,这种逻辑往往与童真童趣的思考方向紧密联系——这也是动画片在一些国度和地区被儿童化的一个重要原因;然而,成年人保持着童心,或者是藉由动画符号的思考力量保持一种童趣,将极大地纯净我们生活的世界。在动画的研究中,符号应用还很薄弱,而符号思想对指导动画艺术创作具有特别重要的意义,是创造和运用动画语言的基石。

① [英]M. 奥康奈尔, L. 艾瑞著:《象征符号插图百科》,余世燕译,汕头大学出版社,2009年版,第9页。

② 参见李涛著:《美日百年动画形象研究》,光明日报出版社,2008年版。

③ 李志明著:《西方美术史》,人民美术出版,1992年版,第52页。

④ 例如受欢迎动画片中的此观点。日本尤其如是。

第二节 语言、符号与动画语言

动画语言作为近代人类在影视技术基础上生产出来的新语言,流动的图画构成典型的符号象征。将动画语言纳入语言哲学的整个传统中考察,从斯多噶学派^①到卡西尔^②,从维科^③到胡塞尔^④,从奥古斯丁^⑤到维特根斯坦^⑥,从索绪

① 斯多噶学派是西元前305年左右,古希腊哲学家芝诺创立的哲学流派。学派主张宇宙是绝对的理性,性能提供“共同概念”(common notions),使人人具有共同的经验,从而形成知识、真理的标准。他们还认为人是世界理性的一部分,应该避免理智的判断受到感情的影响,人生目标就是符合世界的理性,即达到有德性的生活,将克制、知足、平静视为美德。

② 恩斯特·卡西尔(Ernst Cassirer,1874—1945)德国犹太哲学家、文化哲学创始人。是继柯亨、那托普之后新康德主义的马堡学派主要代表人物,但是卡西尔的哲学观不是正统的新康德主义,他主张哲学主要不是研究认识对象,而是认识的方式,因为客观世界只是“先验原则”和经验现象的结合;强调扩大康德批判方法的应用范围,变康德“静态”的理性批判为“动态”的理性批判。卡西尔从探讨人和人类文化本质入手展开全部思想体系,他认为人是符号的动物,文化是符号的形式,人类活动本质上是一种“符号”或“象征”活动,在此过程中,人建立起人之为人的“主体性”(符号功能),并构成一个文化世界。语言、神话、宗教、艺术、科学和历史都是符号活动的组成和生成,彼此表示人类种种经验,趋向一个共同的目标——塑造“文化人”。同语言一样,艺术是从人类最原初经验的符号化——神话中分离出来的独立的符号形式,艺术同其他的符号形式一样是人的一种行为方式和把握世界的方式。卡西尔强调艺术是生命形式的符号化表达,读者通过阅读参与艺术家的创造过程,通过对艺术品的直观对其所表达的生命形式进行把握,使人的整个生命都发生运动和颤栗,从而更新自己的生命。审美价值的本质不仅是要激发起某种情感,而是要由所激发的情感洞见这种情感的本质,洞见一种生命形式,再由这种生命形式去统承由艺术所产生的激情,从而达到一种自由自主的境界,最终实现生命的解放。

③ 维科(Giambattista Vico,1668—1744),意大利哲学家、历史学家和语言学家。维科从形而上学里得出一种为各民族所共有的伦理学、政治学和法学;维科通过考察徽章、纹章、钱币和语言的起源,发现诗的一些新原则,指明在一切原始民族中诗歌都起于同样的自然必要;美学方面,维科提出“诗性智慧”的理论,认为人类原始民族的创造者都是某种诗人和哲人,他们的思维是一种诗性思维,即以一种隐喻的原则创造事物,从而在某种意义上创造了他们自己。

④ 胡塞尔(E. Edmund Husserl,1859—1938)德国哲学家、20世纪现象学学派创始人。他提出了一套描述现象学方法,即通过直接、细微的内省分析,以澄清含混的经验,从而获得各种不同的具体经验间的不变部分,即“现象”或“现象本质”。胡塞尔后期现象学关注先验意识的构成作用及主体在其特殊视界内经验的“生活世界”,他认为从个人生活世界向人类共同世界的过渡,是通过“主体间关系体”完成的。

⑤ 奥古斯丁(Aurelius Augustinus,354—430)欧洲中世纪基督教神学家。奥古斯丁把古希腊哲学,特别是毕达哥拉斯、柏拉图、普洛丁等人的理论与基督教教义糅合在一起,第一次系统论述了一种基督教的美学思想。他提出的“神性美”的概念在基督教世界中经久不衰。

⑥ 路德维希·维特根斯坦(Ludwig Wittgenstein,1889—1951),出生于奥地利的英国籍哲学家、数理逻辑学家和自然语言学派的奠基人。他主张哲学的本质就是语言,语言是人类思想的表达,是整个文明的基础,哲学的本质只能在语言中寻找。他消解了传统形而上学的唯一本质,为哲学找到了新的发展方向。

尔^①到叶尔姆斯列夫^②,语言哲学涉及符号的所有系统;在斯多噶主义者断言符号是“由一种有效的联系和后项的揭示者构成的命题”^③的原理上,动画语言对现实或梦想境地的后项揭示,当然成为动画受众接受的有效联系方式;在奥古斯丁的符号是“res, praeter speciem quam ingerit sensibus, aliud aliquid ex se faciens in cogitationem venire”^④的语义下,因为对不同动画语言的喜爱,动画受众结成不同的动画迷群。当然,所有符号都是象征,但不是所有的象征都是符号^⑤,动画语言以故事建构神话、童话和寓言哲学的方式,编码意义功能的功能素,预先存在于动画义素中,完成动画文本的功能言说和意义传播。动画文本是诸符号的一种特殊系统,正如聋哑手势语有语法,交通信号有语法,英文、法文和中文有语法,动画语言自有其“语法”。

比索绪尔早 16 个世纪,奥古斯丁在《论教育》(De Magistro)中断然将符号和语言结合,他提出承认符号的类(genus),而语言符号则是这“类”的一种(specie);而在斯多噶主义者的解答中,叶姆斯列夫称之为外延的语言表达与内容之间的关系,以及命题符号与所指关系,两者关系的区分成为遗留问题。以后的解释者将这一概念扩展成两个层次的猜测:第一层次仍是建立在等值之上的,而第二层次却不容置疑地建立在蕴涵之上^⑥:

第二层	E $\supset$ C
第一层	E $\equiv$ C

尽管自从奥古斯丁将书面语言引入到符号中,语言在符号理论的框架中遇到障碍,因为过分细微分节适于科学分析的语言,却难从属于为描述含混自然事件而

① 费尔迪南·德·索绪尔(Ferdinand de Saussure, 1857—1913)瑞士语言学家,是现代语言学的重要奠基者,也是结构主义的开创者之一。在其对 20 世纪的现代语言学影响深远的《普通语言学教程》(Cours de Linguistique Generale)书中,索绪尔预言将有一门专门研究“符号系统”的学科出现,并为其做了初始的理论准备。《普通语言学教程》因研究视角和方法论具有的一般性和深刻性,成为 20 世纪重要的哲学流派结构主义的重要思想来源。

② 叶尔姆斯列夫(Louis Hjelmslev, 1899—1965),丹麦语言学家,哥本哈根学派的创始人和主要理论家。他接受索绪尔“语言是形式,不是实质的”理论并加以发挥,用演绎的方法分析语言的结构,试图建立起一种抽象的、能适用于各种语言分析的理论,形成一个独树一帜的语言学流派。哥本哈根学派和布拉格学派、美国描写语言学派一起,并称为结构语言学的三大学派。

③ S. 恩庇里著:《驳数学家们》,Ⅷ,245。[意]翁贝尔托·埃科著:《符号学与语言哲学》,王天清译,百花文艺出版社,2006 年版,第 5 页。

④ 拉丁文,意思是:隐其表象而引入意义的某种对某人来说能产生其他认识的东西。奥古斯丁著:《论基督教教义》,Ⅱ,1.1。

⑤ B. 马尔姆贝著:《符号和象征:人类语言的基础》,巴黎:皮卡尔出版社,1977 年版,第 21 页。[意]翁贝尔托·埃科著:《符号学与语言哲学》,王天清译,百花文艺出版社,2006 年版,第 11 页。

⑥ 第一层的 E $\equiv$ C 意味着“表达等于内容”;第二层的 EC 意味着“表达蕴涵着内容”。

产生的符号理论；但是有一种认识越来越清晰并广泛认同，那就是语言除了能更好分析符号系统外，还能把“所有系统模式化并在自己的内容平面上改造任何其他符号学的那种系统”，也就是语言符号的模式作为光辉的符号学模式渐渐地被提了出来。^① 近代出现的动画语言，正是通过将动画文本系统模式化，并在动画内容平面上将绘画、音乐、色彩构成、声优等艺术改造成动画特属的综合系统；无论多么逼真的动画文本也不会被误认，另一方面，极其象征性的动画文本也被理解和认同——动画语言作为一种特殊形式的语言符号系统，同时为动画文本制作方、传播方、动画受众方，三方达成模式和符号的默契认可。

正如“作诗”，是打破日常语言的约定俗成，获得由诗的语言新秩序带来的意义；组构成动画文本的符号体系可以被称为“动画语言”。“通过超越日常话语的语言创造，打开一个新的价值世界。”^② 动画语言是有别于日常熟悉性语言的特殊门类，将可感知的日常世界，用异于日常话语的动画语言进行描述，或者将不可用日常语言表达的场景、心境用动画语言进行表现，是动画语言呈现意义的主要功用。动画语言创造着动画图景，同时也建立一个价值世界。

喜欢动画语言的观众成为动画受众，痴迷动画语言的观众成为动画迷；喜欢日本流派动画语言的观众是日本动画迷，喜欢美国流派动画语言的观众是美国动画迷。对动画语言的接受不仅有语言种类^③的偏好，而且存在语言接受度的差别，正如至小学习普通话，很容易用普通话交流；而年龄较大才接触普通话的方言使用者，用普通话交流存在较大难度，勉强使用普通话不是带着方言口音就是无法找到与方言对应的普通话表述词汇。我们的调查揭示，90%以上的动画迷是至小接触动画文本的受众；而至小没有接触动画文本的被访者中有85.6%的比例，成人后排斥接触到的动画文本。动画语言是否也会在大脑中自动生成语法，影响对其他动画文本的阅读。“与学习语言阶段相比，这是更高一级的‘给予意义’的活动。”^④ 动画语言给予动画受众的意义是其他语言难以达成的。在这个层面上，也正可以解释，动画受众期待动画技术的进步带来更新鲜、惊奇的动画语言表达方式，从而获得对事物的新认识，得到新的意义。

① [意]翁贝尔托·埃科著：《符号学与语言哲学》，王天清译，百花文艺出版社，2006年版，第40页。

② [日]池上嘉彦著：《符号学入门》，张晓云译，国际文化出版公司，1985年版，第6页。

③ 不同国家或是不同动漫公司、工作室生产动漫作品使用的表现语言有各自特点，形成不同的动漫语言风格甚至流派，可以被称为动漫语言的种类。

④ [日]池上嘉彦著：《符号学入门》，张晓云译，国际文化出版公司，1985年版，第6页。