

动画符号学建构的阿基米德点探析：基于精神符号学的研究^{*}

李 涛

摘要：作为媒介的动画已经演进成了传播“时代精神”的重要读本，动画受众从动画文本中获得意义，并结成某种社会关系。动画是典型的符号文本，动画符号传播的意义，既是指称性意义，也是价值性意义；但是，符号学应用于动画研究的根本原理，就是动画符号的价值性意义远高于指称性意义。动画受众通过观看动画而认识自我、认识世界，根源上是精神的自我认识。动画符号学只有到达研究人类精神及其价值性意义生成的层次，才能彰显其学术地位。动画符号学研究的阿基米德点是精神符号，是广义的价值符号论层面的精神符号，这不同于狭义的文化符号论层面的精神文化符号。

关键词：动画符号学，精神符号，动画，符号，意义

The Archimedes' Point of Animation Semiotics: A Mental Semiotic Approach

Li Tao

Abstract: Animation has evolved into an important medium for conveying the spirit of the age. Audiences of animation derive meaning from the animation text and form a certain type of social relationship. Hence, animation is a typical form of sign-text. The “meaning” in animation

* 本文为浙江省哲学社会科学重点研究基地——传播与文化产业研究中心课题“讲好中国丝路故事的影视动画传播研究”（20ZJCW0206）成果。

□ 符号与传媒（23）

semiosis refers to both the referential meaning and the value meaning. However, the way in which semiotics is applied to animation studies indicates that the value meaning of animation symbols is far more important than the referential meaning. Animation audiences know themselves and know the world through watching animation. Therefore, the root of understanding with regard to such symbols is spiritual self-knowledge. Animation semiotics can only demonstrate its academic value when it reaches the level of studying the human spirit and generating value meaning. The Archimedes point in the study of animation semiotics is the finding of a spiritual symbol, or a spiritual sign at the level of value semiotics in the broad sense. Such a sign is different from a spiritual cultural sign at the level of cultural semiotics in the narrow sense.

Keywords: animation semiotics, mental sign, animation, sign, meaning

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202102002

动画实践仍然领先于动画理论，这是一个不用争辩的事实；那么，理论研究者不禁要问，突破动画理论研究的瓶颈，其支点究竟是什么？

一、意义思考：动画是传播时代精神价值性意义的媒介

动画作品涉猎的范围已经遍及文化、艺术、政治、历史和神话，以及社会、未来、自由、人性等领域，如科幻动画对未来的设想、魔幻动画对异时空的想象、神话动画对人类起源的假想。动画，早已不仅仅是小孩子的娱乐，它传播着人类思考和文明探求，承载着深沉内容和时代精神。

从这个意义上来说，动画媒介已经演进成为传播时代精神的文本。

动画传播文本的分析，理应放置在传播学和符号学的框架之中。因为，首先动画媒介是大众传播，其次动画媒介是典型的符号文本，所以传播符号学方法之于动画传播研究，得天独厚。（李涛，2012，pp.3-43）将动画研究置于符号学尤其是传播符号学的框架之中，即视动画为影视符号、一种特殊的系统。现有的动画研究多在创作应用层级的维度上展开，分析诸如动画构图、动画音效、动画美工、动画设定等，是动画理论延续电影语言理论研究路径的惯性。但是用拓扑学术语说，动画是数码科技支持下的一种形象、

图式、对白、音效、色彩等多维系统，与其他一维语言系统不是平行关系。动画理论研究对象还包括在动画实践成功之后的评赞，电影理论和语言学理论及其他成熟的理论体系的对应分析。还有一个正在探索的方向是讲好动画故事，一般是对成功动画作品的艺术总结。现阶段的动画，尤其是中国动画，讲好故事的主要成功实践是对神话故事的现代改编，以千年神话原型和中华文化基因作底色，涂抹以另类的诙谐，这类动画案例的票房成功激励着类似动画创作的再接再厉，而沿袭套路的新作却很容易遭遇“滑铁卢”。动画创作者在问：动画受众到底要看什么样的动画？动画理论研究回应这样的现实需求，做出理论解读：动画艺术的创新不应该是一个灵光一现的问题，不是让动画实践界凭灵感、拼运气；动画理论界也不应该跟在成功的动画作品之后做一些断裂的角色剖析和故事分析。动画理论研究的创新出发点仍然是一个需要厘清的源头性问题；对作为符号集合的动画媒介，运用符号学进行研究，可能是理论创新研究的重要入口。

动画是符号集合，索绪尔（F. de Saussure）把符号学设想为“研究社会生活中符号生命的科学”（1980, p. 37）。“符号生命”的提法，是一个超越的高度。动画呈现社会生活的那些符号，既是多维的系统符号，又是一种情感的运动，正如罗兰·巴尔特（Roland Barthes）在法兰西学院文学符号学讲座上的就职讲演中说的，“符号学是一种具有情感性的运动的一部分”（1988, p. 14），动画系统符合符号学的形式表现和情感表达。动画在拷贝中、在U盘里即使存在千年，也是没有生命的表现和没有情感的表达，或者说只有潜在的生命和情感，需要有动画受众观看才能兑现；基于动画受众是无意识地观看还是有感受地观看，动画符号的生命力是不一样的——因为符号需要传播，而且是有效地传播，才能取得生命。

在传播的层级上研究动画，动画符号文本、动画符号意义、动画符号接受者的关系是首先需要理清的。自索绪尔、皮尔斯的符号学理论流派之后，池上嘉彦（1985, p. 30）提出“符号”、符号所指的“指示物”、符号的“使用者”三个重要因素，因此设置了符号研究的三个方向：一是“句法学”（syntaxics），研究符号与符号的结合；二是“语意学”（semantics），研究符号与指示物之间的关系；三是“语用学”（pragmatics），研究符号与使用者之间的关系。符号、指示物、符号的使用者的不同研究组合导向不同的研究方向；动画符号学如果沿用动画符号文本、动画符号意义、动画符号接受者这样的组合关系，可能会陷入传播模式论。传播模式起源于香农（Claude Shannon）和韦弗（Warren Weaver），其“传播的数学模式”被视为信息传输

□ 符号与传媒（23）

过程论的典型代表。过程学派希望能研究出一个使传播渠道发挥最大效益的方法；宾州大学安娜堡传播学院的葛本纳教授企图建立一个更复杂的模型，研讨接收和意义问题，同时将传播过程视为由感知向度和传播沟通向度构成的二向度轮替，还是以“线性模式”为主干；拉斯韦尔用口语化来解释香农和韦弗的原始模式；纽科姆模式打破了单一线性模式，通过讨论社会和社会关系中传播的角色，建立一个三角模式，保持社会体系的均衡；韦斯特利-麦克莱恩模式加入新要素，延伸纽科姆模式，特别适用于大众媒体，这个具有传播和编辑功能的模式包括决定如何传播和传播什么的过程；雅各逊模式综合线性和三角模式，将“意义”及“信息”的内在结构置于双重模式中，建构“传播行为中的构成要素”。(Fiske, 1995, pp. 47 – 56) 动画符号文本、动画符号意义、动画符号接受者的组合关系研究，试用过上述所有模式，研究停留在传播效率和传播过程的节点上。究其原因，试用的这些传播模式论都在某种程度上强调传播假设：传播是指一项信息由甲传递到乙。我们在对动画进行的传播学研究中，假定动画文本信息传递给动画受众，动画受众做出接受、半接受、不接受的三种态度行为，无论将动画要素放置在以上的哪一个传播模式中都无法合理解读动画受众的动画社群、动画沉迷等现象，因为这些现象表层上是媒介行为，深层却是社会行为和心理行为，再深层剖析则上升到“人之为人”的价值取向问题。

动画群体已然在动画媒介传播的进程中形成新的社会，动画受众不再仅仅是影视观看者，他们从动画媒介中获得社会意义，并结成某种社群。在动画传播符号的研究中，符号学之于动画传播是一种方法，动画符号不是孤立的，符号的意义从其所处的社会环境中产生，是社会赋予的。“动画符号”与“动画关系”是动画符号分析的两个重要关键词。动画符号学方法是研究动画符号与动画符号的关系、虚拟动画世界与真实现实社会的关系，而不是研究孤立的动画符号，所以，动画符号研究的首要任务是区分符号类型，然后进行动画传播文本和动画受众的分类和研究。(李涛, 2012, p. 27) 在符号学那里，动画符号本身并没有什么实际作用，动画符号的内外关系及其意义才是要关心的重点。

研究意义的符号学关键词是“意义”，需要明确分辨它是指称性意义还是价值性意义。(李思屈, 2015) 在动画文本中，日增月进的动画技术或者让动画形象更逼真，或者让动作更流畅，或者让情绪更感人，动画受众不会认错原动画的意图，这些是指称性的意义，即动画表达的“意思”“含义”，其在动画制作现状中已日臻完善。动画迷们口称的“低幼动画”在指称性意

义上可以达到极高的水准，动画迷们需要透过指称性意义看到另一种意义，即“当我们说人除了要活着，还必须活得有意义时，‘意义’这个词偏重的是其精神价值性”（迪利，2012），“而偏重其价值性意义的符号学研究，就是精神符号学研究”（李思屈，2015）。

动画创作者运用数字技术创造出动画符号，首先是出于实用目的，即要把人物和情境表现出来（指称）和要把动画故事讲出来（表意）。但是，动画创作的动画符号世界“并不仅仅是客观现实世界的一种概念式映射，不仅仅是现实世界的镜像反映，而是在此同时创造了一个精神的世界”（李思屈，2015）。作为世界映射和镜像反映的动画符号，其生命的实用功利方面与动物、植物的符号行为并无本质不同，而作为精神世界表征的动画符号行为则为人类所特有。

动画符号学只有到达研究人类精神及其意义生成的层次，才能彰显其学术地位。显然，只有在精神符号学的意义上，我们才能完成卡西尔说过的“人是符号的动物”，亦即能利用符号去创造文化的动物；人与动物的根本区别就在于动物只能对“信号”（signs）做出条件反射，只有人才能够把这些“信号”改造成为有意义的“符号”（symbols）。（卡西尔，1985）动画形象常常以动物的外形出现在动画作品中，但这些动物形象演绎的是人类社会的精神，是用动物形象定义“人是符号的动物”。动物形象在外形的指称和符号的指涉意义上，向动画受众清楚地、本质地区别出“人”与“动物”。面对这样的优秀动画符号创作，动画符号研究应更加清楚研究的偏向是动画的精神价值性的内容及逻辑。

昌明盛世，总是思想激荡、传播活跃的时候，是时代精神新兴的时候；不同的历史阶段有不同的时代精神，而不同历史阶段的技术就是时代精神的符号，时代“创新危机根本原因往往还在于精神世界的迷茫，缺乏创新的精神激励和价值导向。现代精神的觉醒和现代性的危机，这是18—20世纪的欧洲不断探讨的难题”（李思屈，鲁知先，2020）。时代精神是世界精神在具体历史语境中的具体化，从古希腊、中世纪一直到文艺复兴，神话和上帝是西方精神的中心符号，与之相应的是由“神圣”“永恒”“爱”“美”等组成的丰富符号体系。文艺复兴和启蒙运动体现的时代精神则是去神圣化，代之以科技与经济（李思屈，2018）。如今的动画参与时代，优秀的动画作品已然在传播着时代精神。

二、动画媒介：科技与文艺融合的生命意义符号文本

20世纪的世界动画是美国动画独霸的时代，迪士尼（The Walt Disney Company）、梦工厂（Dream Works Animation SKG, Inc.）代表的美国动画界以推陈出新的动画科技引领着世界动画的潮流。动画新技术会“打破习常的动画符号”，而一项动画技术成熟并广泛运用后，其中陌生化的动画符号就流向动画受众习以为常的动画话语，“语形与语义之间的连接成为约定俗成的”（池上嘉彦，1985，p. 2）。美国动画创造的动画世界造就了习常性的价值影响，诸如唐老鸭、米老鼠、王子公主成为一代又一代少年儿童的记忆，也影响过几代人的精神世界甚至婚姻生活。进入21世纪，美国动画电影似乎一直遵循着好莱坞电影叙事的那一套符号法则，比如《疯狂动物城》《寻梦环游记》等剖析社会、反映人文的故事，仍循着好莱坞叙事，动画受众在网络评论区留言称其为“经典的换汤不换药”。这个“汤”是动画技术，“换汤”是推陈出新的动画技术；“药”是故事内核，“不换药”是叙事套路。美国动画电影在技术层面的创新不可否认，比如《寻梦环游记》对亡灵城的渲染，《疯狂动物城》对动物毛发的呈现，动态捕捉技术的广泛应用，都在突破和革新。21世纪以来，世界科技日新月异，但美国动画的技术创造性明显减弱，新鲜的动画语汇表达手段变少，美国依靠动画技术创新占据的世界动画份额逐渐让与日本。

美国和日本，这两个动画界的商业帝国走的道路略有不同。典型的美国动画走技术的高速公路，驾驶着迪士尼、皮克斯这些“豪车”行驶在高速公路上；典型的日本动画走的是景观大道，虽然近些年来也有2D、3D场景的融合应用，出现了《宝石之国》《动物狂想曲》等三维制作，但制作流程变化不大，传统手绘依然占相当比例。日本动画行驶的不是依赖技术创新支撑的高速公路，而是有山水人文风景的景观大道，沿途风景入人眼、入人心，并不完全是靠动画技术打破习常动画符号。日本的动画世界以“动画界的黑泽明”宫崎骏、“动画界的希区柯克”今敏、用“动画思考人性与科技矛盾”的大友克洋为代表，抢占着世界动画电影票房和动画剧收视率，也将日本精神价值观以“动漫外交”的方式传播到世界各地。

中国动画的精神价值内涵表达还有待研究。对于精神符号与东方智慧的关系研究，南京师范大学张杰教授、余红兵教授是优秀的符号学者，他们以“天人合一”的中国传统认知模式为基础，以高度的学术自觉和深厚的学术

修养，敏锐地提出了以东方智慧为内涵的符号建构设想。中国的动画正在从量变到质变的关键时期，选择什么道路，是重要议题。

一方面，动画媒介的演进与数字技术的迅猛发展相伴。在传统意义上的“现实界”，人类赖以生存的世界是经历亿万年自然演进、经过人类的实践改造的有形世界，是一个眼可视、耳可听、鼻可闻、舌可尝、身可触的现实世界。人类社会的传播，在现代科学技术的驱动下，经历了从原始社会的口传身授时代到农耕社会的纸制媒介传播时代，到工业社会的电子媒介传播时代，再到信息社会的数字媒介传播时代。人类将自身的生活方式和思想感情都数字化成一个个符号，通过信息渠道进行符号流动。符号传播促成了现代媒介世界的形成，人类已经须臾不离地生活于大众媒体及其传播的符号重新构造的“媒介世界”中。而动画媒介正是科技发展到一定历史阶段的产物，是科技支撑下的一种人工影像的符号集合。

另一方面，动画媒介的演进与人类欲脱离动物序列的愿望相伴。尤其在符号文明早期，部落通过创造特有的符号体系，开始了追寻“人之为人”的文化苦旅。法国考古学家普度欧马（Prudhommeau）于1962年提交的科学报告显示：绘有野牛奔跑的洞岩画是旧石器时代的原始人类试图捕捉动作的象征符号作品的滥觞，这是早在2500多年前的动画形式的符号记载。这不是孤例，洞岩艺术时期的动画象征符号作品还有西班牙北部山区阿尔塔米拉山的野牛、野猪、鹿等洞岩画（李责明，1992，p. 52）。这些最晚属于玛格特林文化（距今约2万—1.2万年）的原始洞岩画表示原始人类试图以绘画形式呈现大脑意识对动态过程和时间过程的掌控。这个时期的人类文明以绘画的符号形式将不同时间发生的动作绘制在一张图上，这种“同时进行”的概念间接显示了人类“动着”的欲念记录。这些原始洞岩画，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；早期人类以创造象征符号的方式，探究现实生活事件的因果和意义，思考可触世界之外的更深层概念。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转变为神话的基础，是以洞岩画符号样本保存着的原始动画符号化石。（李涛，2008，pp. 48—52）

文明的进步与科技的进展如影随形。动画媒介在其中，从未缺席。

动画符号传播随媒介技术变迁历经重要历史阶段（李涛，2012，pp. 180—186）。一个阶段是印刷技术的诞生，东方的毕昇和西方的古腾堡的发明，开启了人类文明的重要历程，人类文化的逐字逐句书写方式跃迁为可以批量生产的印刷方式。唐朝是印刷术快速发展的时期，文字符号复制技术的高效率

□ 符号与传媒（23）

传播正是大唐盛世的一个文化现象。唐穆宗长庆四年（824年），元稹为白居易《白氏长庆集》作序：“至于缮写模勒，炫卖于市井，或持之以交酒茗者，处处皆。”（白居易，1994）“模勒”即为雕版印刷。元、白诗作通过印刷方式在民间广泛流传。印刷术不仅带来各阶层知识文化的普及、精英阶层学术思想的活跃，还有文化的海外流传。在社会安定的物质条件支撑下，物质需要基本满足后，“人之为人”的精神需要显著地呈现出来，更多的各阶层人士走向更像“人”的生活，“活着”的意义在更广大的人群中实现。

正是在这个文化呈几何级数增长、文化传播满足各阶层的精神需求阶段，漫画应运而生，尤以四格漫画最为流行，用印刷技艺悄然无声地传播还处于静态的动画故事。而绘制的漫画要真正成为动画，在二维静态画中展现运动的生命，除了运用绘画技法，还有待19世纪的一项重要研究。

1824年，英国人彼得·罗杰（Peter Roget）的研究报告《关于移动物体的视觉暂留现象原理》（Persistence of Vision with Regard to Moving Objects）提交英国皇家学会，视觉暂留现象成为漫画迈向动画的理论台阶。在实践领域，英国人约翰·艾克顿·帕里斯于次年，即1825年发明了转盘活动影像镜（祝普文，2003，p.32）。法国光学家兼画家雷诺（Emile Reynaud）将动画技术和动画艺术结合，根据视觉暂留原理制成活动视镜（黄玉珊，余为政，1997，p.45），在动画艺术创作方面，制作出了《猴子音乐家》《可怜的皮埃罗》《游泳女郎》《炉边偶梦》《更衣室旁》《丑角和它的狗》《喂小鸡》《一杯可口的啤酒》等二十多个动画短片。这些动画片拥有“一定长度的放映时间，巧妙的剧情，生动的故事，典型的人物，同步的音乐，美丽的布景，动人的色彩……具备了现代动画片的基本特点”（王文实，陈晓云，卓敏，1999，p.10）。世界首位动画家、法国著名动画先驱埃尔·科尔（Emile Cohl）于1908年执导的第一部电影——《幻影集》（Fantasmagorie），被认为是第一部真实动画片。（Crafton，1993，p.59）早年师从政治漫画家安德烈·基尔（Andre Gill）的科尔，受其师自由色彩理念影响以及交往的绘画界朋友启迪，发展出反学院、反理性、反中产的“不连贯”美学特质。科尔在1908至1921年间完成的250多部动画电影片运用视觉语言开发动画场景、图像间的变形和转场，将自由和个性创作导入动画创作理念。（Crafton，1993，pp. 59 - 88）埃尔·赫德（Earl Hurd）发明透明赛璐珞片（Celluloids），解决了活动形象和背景分别绘制的问题。（张慧临，2004，p.9）至此，动画片赖以发展的技术基本成形。

初期的动画常被视为前卫实验艺术的一种。芬兰的舍唯吉（L.

Survage)、瑞典的伊格林 (Eggeling) 及德国的瑞希特 (Hans Richter) 都是在 20 世纪 20 年代运用动画追求新艺术形式的画家。瑞希特的卷轴画里重复出现的几何图形在不同节奏下做角度及大小远近的变化，使观者能模拟观赏建筑物的体验，作品精神再创几何图形变化的动态过程，深受立体主义及构成主义的影响；他的许多动画片遂成为许多着迷于图形组合及潜意识关系的前卫艺术家的圭臬。(李涛，2008，pp. 51–58) 通过以上从原始的静止洞岩画到现代动画诞生的简史梳理，可以略见动画符号体系建构的要件。

如果将动画视作符号的观测站，则动画符号的新生成，首先是科学理论的突破，其次是动画技术的发明和动画文化、动画艺术^①的创新。动画是在移动物体的视觉暂留原理指导下发明的“活动视镜”架构中的媒介，动画这种数字方式的符号传播还需要艺术审美的创新。动画科学技术与动画文艺的融合，催生出一类崭新的符号，被命名为“动画符号”。这是一类特殊的符号，不同于文字符号，也不同于真人电影符号。对动画符号特殊性的理解，可以从以下情境略做推测。

家庭生活中有一个常见的情景：好动的学龄前儿童被引导到银幕前，就能安安静静、津津有味地陷入动画符号场域中。试想：一部英语或日语动画片，学龄前儿童听不懂对白，也看不懂字幕，是如何观看动画片的？研究者在英国访学期间观察到这一情景：英国幼儿听不懂日语，却仍可以观看原声《千与千寻》《幽灵公主》。沉浸在动画境域中的动画受众被动画符号包围，动画符号是动画技术基石上生成的动画艺术，流动的数字图景和数字音效构成其典型的符号象征。

现代科技运用于动画制作，通过创造动画符号讲述动画故事，首先是出于指称和表意的实用目的。动画电影和真人电影的不同正在于动画技术创造出的动画艺术符号，幼儿受众更能接受动画符号集合，更能明白动画符号对事物的指称；青少年动画受众则不再满足于指称，不再满足于动画符号对客观现实世界的概念式映射，不再满足于对现实世界的镜像反映，而是需要创造一个精神的艺术世界。

一项国家级课题的调研数据显示，“认识自我”“认识世界”是“95 后”“00 后”动画受众观看动画的首要目的。认识自我根源上是精神的自我认识。幼儿咿呀学语的过程是幼儿对本来一无所知的自己及周遭世界的整理过程，

^① 动画文化和动画艺术是有区别的，在本论文的研究中，考虑到研究的重心是精神符号问题，故将动画文化和动画艺术统称为“动画文艺”。关于动画文化和动画艺术的论述请参见李涛（2021）。

□ 符号与传媒（23）

也是建立秩序的过程。人置身于广大无边的空间和绵延不绝的时间中，需要在孤独中找到尽头，也就是对自我的界定和认识。他被无限的空间和无尽的时间这样一个不出声的宇宙包围，需要动画这种有边界的影像，以打破缄默不语的世界，确定自己，找到自己的边界。幼儿观看动画片，也是利用动画世界来认识现实世界、建立秩序的认知过程。幼儿也好，成人也好，就这样通过观看动画来不断丰富着自己的现实世界，而且在观看动画的过程中，随着对动画语言的掌握而掌握了一种“给予意义”的体系。（池上嘉彦，1985，p.5）动画文本给予的意义不是能触摸的物质意义，而是能感知的、可以流通的符号意义，是人类在精神世界自我思考、自我完善所需要的那些意义。

动画科技发明者们和动画艺术开拓者们创造的动画符号世界并不仅仅是世界映射和镜像反映的符号集合；动画符号在其生命的实用功利方面与动物、植物的符号行为并无本质的不同，而作为精神世界表征的动画符号行为则为人类所特有。

三、精神符号：动画符号学的阿基米德点

动画是媒介，媒介是交流的介质，其传播功能的效率是评估的重要项目。心有灵犀的交流一直是传播的梦想，交流的困难来自需要跨越的各种边界，包括语言、文化、性别、种族和信仰等。动画符号恰好正在跨越这些边界，一部优质动画片可以成功发挥跨越边界、达成交流的功能。动画媒介相较于其他媒介更可以独辟蹊径，寻找一条新的理解思路，避免对话的道德特权，避免交流的失败。动画能实现高效率的交流，因为动画是一种特殊的符号体系，对动画符号进行研究则是提升动画创作水平的重要路径。

动画符号的研究可以突破动画研究和传播研究各自的藩篱。借助传播理论，动画传播研究可建构传播学的一种研究范式。依据传播学研究的基础理论和文本意义的符号系统假设，可以推导出动画传播研究的假设：

- (1) 动画是符号传播，动画符号是动画传播的基础；
- (2) 动画既与电影、电视、互联网等媒体交叉，又独具特征。电影学已经从文学中独立，动画也应该从影视学中独立；
- (3) 动画研究需要上升到学理层面；
- (4) 动画传播研究是传播符号学内容。（李涛，2012，pp.37-43）

动画传播成立的支持系统有二：一是动画文本的符号集合，二是动画受众群体。传播是交流，交流是现代人诸多渴望的反映。媒介发达，达成交流

已不是问题，问题却是现代人即使面对面时仍不知如何交流，正在当面交流的两个人不在一个频道上。交流是盘根错节的，它把时代的种种自我冲突编写进了自己的代码之中。（彼得斯，2003，p. 2）

动画受众与动画媒介技术发展同社会变革相关联。动画受众系统研究一般以调查数据做四分法分析，将动画受众分为基本受众、参照受众、特约受众和潜在受众，但这种分类很难分析出动画受众的真正所需。受众大致经过三个阶段：作为大众的受众、作为群体的受众和作为个体的受众（隋岩，2015），动画理论研究对动画受众的认识也历经了大致相同的三个阶段。动画研究很快认识到动画受众结成的动画社群的重要性，最初认为动画社群中的受众成员们意图明确，价值观相同，互动频繁，形成的应该是稳定而紧密的群体，这符合芝加哥社会学学者赫伯特·布卢默认为的受众——由现代社会环境催生出的群集公众的特点。但研究很快发现动画社群的不稳定性，其成员可能因为一部动画片联系在了一起，却因为对这部动画片理解的不同而冲突争执，所以动画社群不是一个关系恒定的群体，而只是一群有着相似理念或爱好的人，聚集到某个平台进行公共议题的讨论，提出自己的观点和建议。

随着动画受众研究的进展，特别是实证研究的全新推进，动画研究开始思考动画受众中是否存在稳定的“基础群体”。拉扎斯菲尔德在《人民的选择》中，对“魔弹论”提出挑战，认为传媒并不如想象的那样强大，受众可以自主选择媒介信息，把一些信息过滤掉。“有限效果论”在动画社群中有所体现。动画社群的建立是非常个体化的。媒介技术飞速发展，在由数字化技术形成的新兴传媒网络中，动画群体不受地域、利益甚至语言的限制，而依托对动画媒介的评论结成意见的交往。随着更年轻的一代人进入动画受众调研的视野，动画受众年龄范围进一步扩大，动画受众不再抽象，而是变成一个个活生生的、拥有独特认知能力的个体。

动画文本和动画受众两套系统达成符号流通，动画符号体系吸引和聚集爱好同种动画符号的受众，他们因此结成动画社群，这种社群处在动画科技和动画文艺的语境中。动画科技是动画社群的体制，正如“政治、经济、军事、教育、社会生活不是受科技的影响……而是政治、经济、军事、教育、社会生活等都在科技的体制中”（Merton，1979，p. 22）。

动画社群自成一种社会秩序，这是动画文艺与动画科技融合创新出的秩序。这种动画社会秩序组织上是松散的，精神上是紧密的，放在社会学框架中探讨，其成立和建设需要动画科技和动画文艺融合创新的推动。美国结构功能主义学派的奠基者之一罗伯特·金·默顿（Robert King Merton）的专著

□ 符号与传媒（23）

《科学社会学》收录了他的博士学位论文《十七世纪英格兰的科学、技术与社会》，这部论文的重大贡献是将科技置于社会改变的视域中，探讨了文化、科技对社会的影响。从缓慢形成动画社群到巩固成为动画社会体制，其间动画科技带给动画社群的不仅是文艺收益。置身于动画社会体制中的动画科技具有一切经过公认确定的动画活动所具有的吸引力。新的动画科技代表一种新的、整装待发的动画社会秩序，其中必定蕴含新价值与旧价值交融组合的社会理念。

动画文艺与动画科技融合的过程中，技术因素起引擎作用，内容因素起意义作用。（李涛，2020，pp. 41–48）动画科技嵌入动画文艺或动画文艺嵌入动画科技并产生重大突破，就为动画社群的生活和精神提供了改变的动力。动画文艺、动画科技与动画精神价值三者形成三螺旋关系，简称“动画三螺旋”（VTC 动画创新模型），立体螺旋体由价值螺旋线（V 线，即 Value）、科技螺旋线（T 线，即 Technology）、文艺螺旋线（C 线，即 Culture）交替缠绕构成，其中价值螺旋线更具内涵，能量更强，文艺螺旋线和科技螺旋线实际功能较平等。价值线是文化艺术追求和科学技术探寻的目标，无论是生活精神价值，还是生命精神价值，甚或人类文明精神价值，其解释意义都不在文化艺术之中，更不可能禁锢于科学技术之中，所以，价值线应该是独立的螺旋线。在动画文艺、动画科技与动画精神价值的三螺旋关系中，三者交叠，互为因果关系；精神价值黏合动画文艺与动画科技，是动画符号系统成形的核心动力，换言之，精神价值是核心，它正是动画符号学研究的阿基米德点。

动画符号的阿基米德点是动画符号科学性研究的关键点，是动画符号展开科学的研究的支撑点，是动画符号学建构的基点。从宏观层次观看动画符号集合，可以研探动画受众的心灵宇宙，正如象山先生所言“四方上下曰宇，古往今来曰宙”，谓之“天道”。从微观的层次观看动画符号集合，可以体味动画受众的情感心理，谓之“人道”。动画符号学的研究特别需要关注的一个重点是其与一般的文化符号论的不同。动画符号学往往研究动画片的符号个案，但不是把动画个案作为经验材料堆积，而“首要关注的是符号与精神发展的逻辑关系，深层探索人类精神发展与符号演变之间共同的、必然的逻辑结构”（李思屈，2015），研究关注人类精神现象中的价值符号。这样的追求，正是动画符号论走向动画符号学的正确路径。21 世纪的科幻日漫在世界动画受众中收视率和评价双高，例如：《新世纪福音战士》在强烈的悬念中带领动画受众观察、体验神秘，唤起人们的真切感受和思考，求得心灵的净化；《红辣椒》通过微型 DC 游走于现实世界与梦境世界，以治疗现代人类的

精神疾病；《来自新世界》以严谨的科学逻辑反思反乌托邦式的未来超级社会“新世界”优胜劣汰的价值观念……用动画符号穷极四方上下，幽隐往古来今，这正是研究动画符号传播的阿基米德点。

动画符号学研究的阿基米德点是广义的“精神符号”，它不同于狭义的“精神文化符号”。在价值符号论层面讨论精神符号，和在文化符号论层面讨论精神文化符号，不是一个层级的问题。在我们上面描述的动画三螺旋中，价值符号论在价值螺旋线上，文化符号论在文艺螺旋线上。精神文化符号与科技螺旋线是同一层级，而精神符号则是三者中的核心和动力。

站在动画符号的阿基米德点上的动画符号学是研究动画受众精神及其动画文本意义生成的学科，它研究动画科技与动画文艺交汇处的动画符号的精神价值性内容及逻辑。对于人类精神呈现的具体形态的研究，构成了宗教、艺术和哲学，黑格尔在纯粹逻辑的层次上扬弃了历史的偶然性，对精神现象进行了全面的逻辑整理，对精神的历史发展中具有必然性的逻辑结构进行了揭示，这使他的《精神现象学》成为精神研究的一座丰碑。对人类“心灵的永恒结构”的逻辑性追求，是现代符号学诞生的重要动力（李思屈，2015）。建构具有严密逻辑的“人的物理学”（霍克斯，1987，p.9），也应该成为真正的动画符号科学的努力方向。

符号学应用于动画研究，绝不是简单的套用，而有其根本原理，这个根本原理就是：动画符号的价值性意义远高于指称性意义。真人电影的受众非常在意表演、服装、化妆、道具的真实性，需要的是指称性意义。而对于动画电影，没有受众会纠结于动画是否真实，即便是动画大师宫崎骏的经典作品也只是“意向”的真实，而不是指称性真实。例如宫崎骏自传动画《红猪》中将自己塑造成了猪的形象——因为不愿服从纳粹去屠杀盟军和犹太人，又无从逃避现实，于是对自己下了诅咒，变成“红猪”，这是宫崎骏身不由己的实现写照。没有受众会质疑“红猪”形象怎么会指称真实的宫崎骏；相反，在精神符号层面上，受众接受“红猪”就是宫崎骏，是价值性意义的宫崎骏。

精神符号，是动画符号学的本质属性，是动画符号学的阿基米德点。

引用文献：

巴尔特（1988）. 符号学原理（李幼蒸，译）. 北京：生活·读书·新知三联书店.

白居易（1994）. 白氏长庆集. 上海：上海古籍出版社.

彼得斯（2003）. 交流的无奈：传播思想史（何道宽，译）. 北京：华夏出版社.

□ 符号与传媒（23）

- 池上嘉彦（1985）. 符号学入门（张晓云，译）. 北京：国际文化出版公司.
- 迪利（2012）. 符号学基础（第六版）（张祖建，译）. 北京：中国人民大学出版社.
- 黄玉珊，余为政（1997）. 动画电影探索. 台北：远流出版公司.
- 霍克斯（1987）. 结构主义和符号学（瞿铁鹏，译）. 上海：上海译文出版社.
- 卡西尔（1985）. 人论（甘阳，译）. 上海：上海译文出版社.
- 李思屈（2015）. 精神符号学导论. 载于曹顺庆（主编）. 中外文化与文论，3, 9 – 19. 成都：四川大学出版社.
- 李思屈（2018）. AI时代的人类精神与价值传播. 浙江传媒学院学报，2, 18 – 25 + 147 – 148.
- 李思屈，鲁知先（2020）. 中国创新危机的破解与创新文化的培育. 西南民族大学学报，9, 32 – 40.
- 李涛（2008）. 美日百年动画形象研究. 北京：光明日报出版社.
- 李涛（2012）. 动画符号与国家形象. 杭州：浙江大学出版社.
- 李涛（2020）. 文化与科技深度融合的创新模型研究. 西南民族大学学报，9, 41 – 48.
- 李涛（2021）. 从世俗之维到精神之维：动画文化和动画艺术. 载于科幻动画：符号传播与科学传播. 杭州：浙江工商大学出版社.
- 李责明（1992）. 西方美术史. 北京：人民美术出版社.
- 隋岩（2015）. 受众观的历史演变与跨学科研究. 新闻与传播研究，22, 8, 51 – 67 + 127.
- 索绪尔（1980）. 普通语言学教程（高名凯，译）. 北京：商务印书馆.
- 王文实，陈晓云，卓敏（1999）. 绚丽的时空——电影、电视. 杭州：浙江人民美术出版社.
- 张慧临（2004）. 二十世纪中国动画艺术史. 西安：陕西人民美术出版社.
- 祝普文（2003）. 世界动画史. 北京：中国摄影出版社.
- Crafton, D. (1993). *Before Mickey: The Animated Film 1898 – 1928*. London: University of Chicago Press, Ltd.
- Fiske, J. (1995). 传播符号学理论（张锦华，等译）. 台北：远流出版公司.
- Merton (1979). *The Sociology of Science: An Episodic Memoir*. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.

作者简介：

李涛，博士后，浙江传媒学院教授，浙江大学西溪符号学主要成员，主要研究方向为动画符号学。

Author:

Li Tao, postdoctoral fellow, professor at Communication University of Zhejiang, principal member of Xixi Semiotics of Zhejiang University. Her main research interest is animation semiotics.

E-mail: sibi99999@126.com