

· 传播学研究书系 ·

---

# 美国电视动画研究 及其对中国动画的启示

---

徐坤 著

---

 复旦大学出版社

本书由华东师范大学传播学院资助出版

· 传播学研究书系 ·

---

# 美国电视动画研究及其对中国动画的启示

---

徐坤 著

## 图书在版编目(CIP)数据

美国电视动画研究及其对中国动画的启示/徐坤著. —上海: 复旦大学出版社, 2016. 12  
(传播学研究书系)

ISBN 978-7-309-12709-6

I. 美… II. 徐… III. 动画片-电视史-研究-美国 IV. J909.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 288907 号

美国电视动画研究及其对中国动画的启示

徐坤 著

责任编辑/张旭辉

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编: 200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售: 86-21-65642857 团体订购: 86-21-65118853

外埠邮购: 86-21-65109143

当纳利(上海)信息技术有限公司

开本 890 × 1240 1/32 印张 15.25 字数 362 千

2016 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-12709-6/J · 322

定价: 40.00 元

---

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

2012年教育部人文社会科学研究一般项目（青年基金项目：12YJC760097）

2013年度上海市浦江人才计划（项目号：13PJC035）

2013年度教育部留学基金委归国人员科研启动基金

# 序 言

---

徐坤副教授《美国电视动画研究及其对中国动画的启示》一书终于完成。

记得2008年,徐坤老师(那时她还不是副教授,传播学院也还在华东师范大学中山北路校区几个拥挤的办公室里)准备赴美国访学,问及有哪些研究方向值得关注,我因为多年来一直从事动画片的研究,因此说有关美国动画电影、迪士尼我们知道得不少,但是对于美国的电视动画,除了《辛普森》《南方公园》之外,我们几乎一无所知,甚至就连这两部电视动画我们也只是从它们的电影版知其一二。其实,有关美国电视动画在国内资料不多只是一个方面,主要还是因为对于电视动画的研究太过耗费时间精力,一部电视连续动画片动辄延续几年、十几年,甚至几十年的也曾耳闻,如何下手?且不说国外,即便是国内的电视连续动画也少有研究者问津。然而,对于学术研究来说,越是涉及大众面宽广的作品,越是有研究的价值,我国动画研究的水准不高,外国动画作品的研究具有重要的参考价值。徐坤老师当年毅然“下水”,卧薪尝胆、呕心沥血至今,终于有了成果,怎能不让人感到高兴?

在最近的这几年时间里,有关美国电视动画的研究逐渐多了起来,但大部分都是在做动画史的时候绕不过去,提纲挈领地进行表述,少有全面、深入的剖析研究,其中李铁编著的《美国动画史》(清华大学出版社、北京交通大学出版社,2014年)可谓佼

佼者,资料、图文均较为全面,可以说是迄今为止有关美国电视动画国内最为详尽的著作。但是该著作也有一个致命的缺陷,“作者似乎只对影像的图像创意感兴趣,对‘叙事’则完全不关心。比如书中只能看见对于动画师的介绍,对于著名的动画人,如迪士尼、卡曾伯格、蒂姆·波顿以及许多具有创作理念和思想的动画人却不置一词,即便偶尔提到,也只是从形式创意的角度进行描述。再比如,书中对实验动画、叙事性相对较弱的艺术动画保持了关注,甚至将这种关注延伸到了动画之外的故事片特技、计算机制图等领域,而对于动画影院片和电视动画系列片却只有非常简单的关于制作方式、票房、获奖等信息的介绍,甚至就连一般艺术成就的总结都没有。”<sup>①</sup>徐坤副教授的这本著作刚好能够弥补这一缺憾,这是一本典型的文科学者撰写的著作,对于作品的背景、内容、主题、人物均有相对深入的讨论,而不仅仅是关注造型、色彩、动画师。尽管我们还不能说这一著作就是有关美国电视动画片全面深入的“盖棺定论”之作,但其至少给我们描绘了一个美国电视动画的清晰轮廓,相对细致地探讨了其中的重要作品,相对全面地给我们描述了美国电视动画历史发展的概貌。其中有关《辛普森一家》的分析研究具有较为独到的视角,因而具有较高的学术价值。书后的附录亦具有较高的资料性和参考价值。

孙中山先生曾经提出过“知难行易”<sup>②</sup>,比如开口说话,人人都会,是为“行易”,但是知晓其中的音韵学、语言学道理实为难事。如果把《美国电视动画研究及其对中国动画的启示》对于美国电视动画的研究看成是“行”的话,那么在有关“电视动画”概

① 聂欣如、屠圆华、魏鸿:《2014年度中国动画理论研究综述》,《电影新作》,2015年第1期,第44—45页。

② “知难行易”是钱穆对孙中山思想的归纳,孙中山原话为“知非易而行非难”。钱穆:《中国思想史》,九州出版社2012年版,第281页。

念厘定这一“知”的部分,则有继续思考深入的余地。这里提出几个问题供作者和有兴趣的读者参考。

首先,电视动画应该是动画的子类,因为作为动画媒介的本身并没有改变,改变的只是播放媒介。——当然,传播媒介在某种意义上也有可能“越俎代庖”地对事物的根本属性产生影响,麦克卢汉所谓的“媒介即是讯息”<sup>③</sup>说的就是这个意思,这本书里所提到的“有限动画”便是在传播意义上改变了动画本体的做法。然而,这样的改变是否具有永恒性?就目前我们所看到情况是,一部分动画在数字技术的帮助下重新回到全动画或者完整动画,由于数字技术的门槛降低、成本低廉,一部分精工细作的动画已经可以承受这部分成本的增加,或者认为没有必要在这一制作环节上节省,相对于编剧、原画、背景、声优等涉及的成本比例来说,这部分以损失动画表演生动性为代价的机械加工成本,相对来说可能已经显得不是那么重要。同时,这也与家庭影像播放品质的提高有关,一部分骨灰级的动画“粉”,已经把自己家里的播放系统设计得接近影院,环绕音响、高清画质、超宽大屏,无所不用其极。因此,这部分动画的归属显然不能囿于其制作的工艺。

其次,另有一些“有限动画”将“有限”的概念无穷放大,以致动画几乎成了“不动”的画(几乎没有人物表演),其中人物仅有机械的纵横方向移动,说话口型和面部表情则是机械的置换,没有了行走、操作诸如此类的动作,看不到渐变的情感流露,表情成了标签式的插入,以供观众像阅读文字概念那样来“读解”。如日本的《虽然是玻璃假面》(2013年TV剧场版)、美国的《恶搞之家:帝国反击战》(2009年)等,这些影片尽管在动画上非常“有限”,但是却大量使用语言,在叙事上并不弱,完全能够符合一般电视动画的特点,因而也不能仅以叙事来判断其是否能

---

<sup>③</sup> 【加】马歇尔·麦克卢汉著(何道宽译):《理解媒介》,商务印书馆,2000年版,第39页。

够归属于电视动画。

第三,实验动画的本身并不选择传播媒介,影院、电视、网络均可播放,它的制作基本上是既不考虑传播媒介,也不考虑受众群体,是一种“摧毁作为体制的艺术”的艺术<sup>④</sup>,或“必须与艺术的惯常界定决裂”的艺术<sup>⑤</sup>,这部分动画是否还能属于“电视动画”?在本书所列电视动画六个核心要素之中,尽管大部分都不能与之相符,但是第五个“看点有惊喜”,却似乎能够与之匹配,尽管作者并没有将实验动画考虑在内。

第四,电视媒介与网络媒介是否属于同一性质的媒介?在这本书中作者对两者并不进行区分,这样的做法有一定的道理,因为在网络上播出的动画作品绝大部分属于电视动画,就作品而论的话两者并没有区别。但是,如果这样认定的话,电影也可以在电视上播出,我们是否可以将电影与电视视为同质性的媒体呢?这个问题直到今天为止,依然是有争论的。按照这个思路,我们也可以思考一下电视和网络,如果说电影与电视的区别在于群体化的观看与家庭化的观看,那么网络观看则更多是个人化的,在这一点上它与前者不同。那么,网络的动画制作是否会出现类似于“有限”这样的方法呢?当然,如果有的话,它应该是“有限”的“有限”,有人指“flash”程序的简单制作为其特征,但并没有看到在理论上的论证,可能还需要假以时日方能验证,因为随着技术门槛的降低,这种方式可能只是“过眼烟云”,而非能够成为一种美学。

以上这些问题基本上都是围绕着传播媒介和艺术媒介两者关系的思考,我们谈论动画艺术一般来说不涉及到传播媒介,但是电视动画却不可能绕开传播媒介,这样一来,讨论电视动画概

---

④ 【德】彼得·比尔格著(高建平译):《先锋派理论》,商务印书馆2005年版,第148页。

⑤ 【英】理查德·墨菲著(朱进东译):《先锋派散论——现代主义、表现主义和后现代性问题》,南京大学出版社2007年版,第220页。



念的复杂性便大大增加,如何解决这一问题?迄今为止,未见良方,学术研究尚有广阔空间。需要提请注意的是,这里的探讨并非否定徐坤副教授对于电视动画的定义,从20世纪世界各地动画制作播出的实际情况来看,“电视动画”无论作为事实的存在还是作为理论概念,都毋庸置疑。只不过进入21世纪之后,电视作为传统媒体,在网络、手机等新媒体的冲击下,其地位发生了动摇,重新思考各种媒体彼此之间的关系及其概念定义也就变得理所当然。

认识徐坤副教授多年,深感其对于学术研究的执着和敬畏,且具有良好的学术训练和视野,能够综合中国的古典文学、戏曲来讨论中国的动画,尽管这不是本书的主要内容,但还是能够见出作者的旨趣与水准。在有关电视动画的研究中,她还注意到了有关教育的问题,这应该是电视动画中的一个大问题,同样也属于“知难行易”,在动画,特别是电视动画中有关教育主题的作品大量存在,不仅美国,世界各国都在大量生产制作,但是相关的研究却甚为罕见(我国研究本土电视教育动画片《虹猫蓝兔三千问》的文章,大多从“经济”,而不是“教育”或“艺术”着眼,实属“另类”),我曾撰写过有关教育动画的文章<sup>⑥</sup>,对于资料和研究成果的匮乏深感遗憾,徐坤副教授能够关注这一问题实属不易,这也是电视动画研究的一个门径。

把一些不成熟的想法堆在一起作为序言,实在不成体统。各位看官且把这些说辞当成说书人开讲正题之前的“闲话”,无关紧要,无伤大雅,姑妄看之,姑妄听之,醒堂木拍过,下面的才是正文,精彩故事——且看下文。

聂欣如

2016年6月12日

---

<sup>⑥</sup> 参见聂欣如:《什么是动画》,复旦大学出版社2016年版,第23章“教育动画导论”。

# 目 录

---

序言(聂欣如)	1
绪论	1
第一节 基本概念厘定与阐释	2
第二节 美国电视动画研究综述	7

## 综论篇

第一章 美国电视动画百年发展历程概述	24
第一节 史前阶段(20世纪30年代以前)	27
第二节 萌发阶段(20世纪30年代初— 50年代中后期)	38
第三节 大众普及阶段(20世纪50年代末— 70年代末)	86
第四节 走向繁荣阶段(20世纪80年代— 90年代末)	110
第五节 融合发展阶段(21世纪初至今)	135
第二章 美国电视动画的艺术特点	145
第一节 美国电视动画艺术特点概述	145
第二节 戏仿:美国经典电视动画的艺术特点	161

<b>第三章 美国电视动画的社会功能</b> .....	176
第一节 功能之一：融入生活 .....	178
第二节 功能之二：寓教于乐 .....	180
第三节 功能之三：媒介批评 .....	185
第四节 功能之四：文化象征 .....	189
第五节 功能之五：宣传推广 .....	191

## 专题篇

<b>第四章 美国主流电视动画的审美教育传播</b> .....	196
第一节 作为“主流动画片”的《辛普森一家》 .....	196
第二节 《辛普森一家》的审美教育传播特点 .....	199
第三节 美国主流动画片审美教育传播的比较观照 .....	208
第四节 对中国动画的启示 .....	212
结 语 .....	215
<b>第五章 美国主流与非主流电视动画的审美教育传播比较</b> ...	216
第一节 关于主流动画与非主流动画的界定 .....	216
第二节 《辛普森一家》与《南方公园》审美教育传播 内容比较 .....	219
第三节 《辛普森一家》与《南方公园》审美教育传播 形式比较 .....	221
第四节 从传播效果看《辛普森一家》与《南方公园》 的启示 .....	224
<b>第六章 电视动画《辛普森一家》中的戏仿艺术</b> .....	227
第一节 戏仿对象：范围广泛，类型多样 .....	228
第二节 戏仿艺术手法：生动灵活，丰富多彩 .....	230
第三节 “戏仿”背后的思考 .....	233

<b>第七章 美国电视动画(节目)的营销传播</b>	
(徐 坤 徐怡姍) .....	237
第一节 理论观照 .....	238
第二节 《辛普森一家》的整合营销传播策略 .....	240
第三节 《辛普森一家》整合营销策略的成功经验 .....	251
<b>第八章 美国动画片里中国形象的建构</b> .....	254
第一节 中国想象：一种渐受瞩目的创作现象 .....	254
第二节 动画片：戏仿艺术建构的中国想象 .....	256
第三节 想象与戏仿背后：政治、文化与经济 .....	260
第四节 话题的深入 .....	263
<b>第九章 中国动画问题研究：“中国学派”动画的</b>	
<b>内涵建构</b> .....	265
第一节 民族化：“中国学派”动画的核心内涵 .....	266
第二节 戏曲影响：经典动画中的戏曲元素 .....	267
第三节 “中国学派”动画的内涵建构路径 .....	271
第四节 “中国学派”动画的未来走向 .....	275
<b>主要参考文献</b> .....	278
中文文献 .....	278
英文文献 .....	279
<b>附录 20世纪美国系列电视动画(节目)名录</b>	
(徐 坤 李微楠) .....	283
<b>后记</b> .....	473

## 绪 论

从迪斯尼《糊涂的交响曲》(Silly Symphonies)到米高梅(Metro-Goldwyn-Mayer,缩写为MGM)的《猫和老鼠》(Tom and Jerry),又从1960年在美国广播公司(ABC)首播的黄金时段经典动画《摩登原始人》(The Flintstones,1960—1966年)到1987年即已开始开始在福克斯电视台(Fox)崭露头角的《辛普森一家》(The Simpsons,播放至今),一直以来,这些经典的电视动画作品与剧中经典的角色形象伴随了美国(乃至全球)好几代人的成长,既是美国电视动画发展的里程碑,美国电视动画的代言人,也成为了美国动画繁荣的重要标志。从二十世纪初至今,在作品众多、风格纷呈的世界动画领域,美国动画(包括电视动画)创作艺术的迅猛发展与其动画产业的相对规范成熟一直令人瞩目。尽管日本、韩国、欧洲诸国的动画产业相继以咄咄逼人的态势展开海外拓展,争抢世界动画市场的份额,但是美国动画界一直以其不易撼动的领军姿态,航进于影像历史的长河。

相较之下,包括电视动画在内的中国本土动画只是扮演着一个比较落后与被动的角色。目前我国国产动画的整体问题是,缺少民族个性、创新意识相对较弱、资金投入不够以及产业发展不健全等等,这些因素直接导致了我国本土动画的被替代与被轻视。然而考察中国当下的文化消费市场,对于高水平精彩的动画艺术却一直都有着庞大的市场需求。这一社会现状,为我国动画(电视动画)艺术与产业的发展提出了强烈的要

求——在学习发达国家丰富经验的同时，提高自身的制作与研究水平。无论在艺术表现、制作模式还是在产业链的建构上，美国的动画经验都具有中国动画学习与借鉴的丰富经验。

本研究以与美国电视大众关系最为密切的美国电视动画为核心关注点，对之进行历时性的经验梳理与类别化的理论分析，以期相对全面地认识与了解美国电视动画发展的历程，总结其成功经验并了解其失败教训，同时还借之深入了解美国主流价值观念、文化艺术精神在全球化视野下与大众媒介的融合发展特点。此外，希望本研究对中国动画尤其电视动画艺术的发展也能提供有价值的建议与意见。

## 第一节 基本概念厘定与阐释

电视动画既是一种电视节目，一种动画类型，同时还是一种学术研究对象，一种文化产业。从文化消费层面来看，电视动画与整个媒体时代都有着一种不可分割的关系；从艺术创作层面来看，电视动画体现着人们在艺术追求上的开拓与创新精神。对电视动画展开具体研究，既弥补了电视动画这一交叉类型在电视与动画领域被混沌或轻视的现实意义，同时又重视了其融媒体传播、艺术表现与文化消费于一身的学理内涵，有利于在“大动画”的范围里建立关于电视动画的理论研究体系。由此，与电视动画相关的各种研究注定具有不可或缺的理论意义与艺术价值。

### 一、电视动画

电视动画(Television animation)，即以电视为主要播放平台与传播媒介的动画类型(Animated made-for-television programming)。在

本书中作为研究对象的美国电视动画,主要是指由美国本土生产且本土播放的为了电视(网络)专门制作的动画片,另外还包括“前电视动画时代”通过电视网络高频率播放的早期剧院版短片动画,比如迪斯尼、华纳影业等早期制作的短片动画<sup>①</sup>。就篇幅形式而言,电视动画一般分为电视动画单片、系列电视动画片(包括动画连续剧,即 Animated TV series)<sup>②</sup>。

从普遍的现象来看,电视动画单片的特点通常在于:叙事紧凑,矛盾集中,故事性强,常常短小精悍,力求一次性即给电视观众留下某种深刻的印象、告知某个道理或传播某种经验与启示。这种单片形式的电视动画作品在 20 世纪电视发生早期播放得比较频繁,但是随着制作手段的日渐成熟、技术团队的规模化、制作机构的资源整合以及经典长篇电视动画的影响与号召等等原因,系列电视动画片越来越成为电视动画传播与发展的主流。

如果说电视动画单片在制作追求上与影院动画具有较多的共性,那么系列电视动画片(包括动画连续剧)则更为突出地呈

---

① 需要说明的是,关于“前电视动画时代”这个概念的提出本身就具有时间上的模糊性,不少早期剧场版动画短片在电视媒体上得到了直接播放或被再次整合后重新播出。

② 关于电视系列剧和电视连续剧的区别,高鑫《电视艺术学》(北京师范大学出版社 1998 年)中作出了明确的界定。对于“电视连续剧”,该书指出:“是集集播出的多部集电视剧,其中主要人物和情节是连贯的,每集只播出整个故事的一部分,但它也可以单独成立,只是在结尾时留下悬念,以待下集时人物和情节再继续发展。”(该书第 255 页)关于“电视系列剧”,该书则指出:“也是一种分集播出的电视剧,但它与电视连续剧不同。它虽由几个主要人物贯穿全剧,但故事本身并不连贯。电视系列剧的每一集都是一个新的、完整的故事,但是这一集的故事与下一集的故事没有内容上的联系。也就是说,人物保持着连贯性,而每一集的情节都是独立的。观众在观赏电视系列剧时,既可以连续看,也可以断续看,就是偶尔看一看,也能看得懂。”(该书第 271—272 页)就美国电视动画作品而言,系列动画的典型代表则首推《兔八哥》、《猫和老鼠》等;电视动画连续剧,则比如《成龙历险记》、《星际迷航》(电视动画版)、《小马宝莉》等。

现出电视(节目)的特点来。

相较电视动画单片而言,系列动画片由于需要在相对较长的时间里、相对固定的时间段播放,为了赢得稳定的收视关注与较高的收视率,客观上其创作质量也往往被要求更高。对于一部成功的长篇电视动画作品来说,在艺术形式上,它不一定需要像影院动画那样借助炫彩夺目的镜头来捕捉观众的眼球,通过华美动人的视觉效果来刺激观众的观看欲望,或创用先进的数字制作技术来提升艺术层次。至今,诸多老牌系列电视动画如《辛普森一家》、《南方公园》等以相对稳定的收视率揭示了这样一个事实,即无论数字技术如何发达,简晰明快、质朴可感的二维画面同样可以广受欢迎。

通常说来,一部成功的系列电视动画作品在艺术创作与设计上至少应该考虑以下六个核心要素:

一则,人物要鲜明(Character)。即每个人物尤其是主人公都应该具有鲜明的个性与突出的形象,因为形象本身常常成为该动画作品品牌化(营销)的重要基础。

二则,关系须丰富(Relationship)。即主人公的生活应具备相对充裕的物理空间(环境)与社会空间(环境),可以为各种故事的发生提供特定的场域与适当的机会。

三则,故事能延展(Story)。即叙事的相对开放性与谱系性,以主人公及其周围角色为中心,可以超越时空限制,展开丰富的故事或进行穿越性的戏说,同时又保持内在线索的一致性。

四则,风格要统一(Style)。即使每季每集的主创者可能有异,故事内容与冲突形式或许不同,但是在整体上,一部长篇系列动画应形成较为统一的审美风格或审美趣味,否则会影响自身在审美上的个性化与叙事上的完整性。

五则,看点有惊喜(Surprise)。对于观众而言,观看长篇电视动画容易产生审美疲劳,这就从逆向角度要求电视动画制作方不可重复既有的叙事模式或仅创作单一类型的包袱看点,应



在各个方面给观众以适当的惊喜与意外(比如邀请各路名角参与配音、影射应景时事、热点新闻、恶搞某个被媒体关注的名人等),通过不断增加新鲜感,唤起参与感和认同感,来刺激观众的审美趣味,维系并增进其对该动画节目的关注与好感。

六则,定位要准确(Position)。这一点是就作品的受众群而言,即指系列动画的制作目标在于服务于某一个特定的受众群体,或定位于低龄儿童,或定位于成人群体,在目标上或定位娱乐滑稽,或定位于知识教育,或定位于太空幻想;在效果上或着眼于轻松搞笑,或聚焦于社会讽喻,等等,宗旨就在最大程度地保证在较长的时间里(可持续性)对较大覆盖面的吸引力。

## 二、电视动画与动画电影

随着数字技术的发展,当今的电视荧屏亦成为了人们欣赏电影的一个典型渠道,动画电影与电视动画在电视媒体上获得了共生,彼此间特性的差异与区别似乎正在模糊。但如果进行细致区分,电视动画与动画电影(又称影院动画)是具有一些传统差异的,至少表现在这几个主要方面:

其一,播放平台不同。动画电影以巨大的宽银幕为基本播放平台,常常在一定期限内全球范围上映。与动画电影主要着眼于院线发行不同,严格意义上的电视动画主要定位于电视这一比电影更为大众化也更为平民化与社会化的媒介形式,令观众足不出户并便能欣赏到精彩的动画作品,而且可以在不同的电视台与频道反复观看。<sup>①</sup>

---

<sup>①</sup> 当然,随着信息网络技术的发达,不少观众借助网络媒体来观看动画电影或电视动画,模糊了传统意义上二者的差别。