

校影视动画专业系列教材



ANIMATED FILM ANALYSIS

动画电影分析

周鲒 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

J905.1/37

2007

高等院校影视动

动画电影分析

周鲇 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

动画电影分析/周鲇著. —广州: 暨南大学出版社, 2007. 9
(高等院校影视动画专业系列教材)
ISBN 978 - 7 - 81079 - 869 - 3

I. 动… II. 周… III. 动画片—鉴赏—世界—高等学校—
教材 IV. J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 074661 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学
电 话: 总编室 (8620) 85221601
营销部 (8620) 85227972 85220602 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编: 510630
网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心
印 刷: 广东省农垦总局印刷厂

开 本: 850mm × 1168mm 1/32
印 张: 16.25
字 数: 408 千
版 次: 2007 年 9 月第 1 版
印 次: 2007 年 9 月第 1 次
印 数: 1—3000 册

定 价: 32.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

引言 从乌托邦行为到娱乐产品的动画

一、动画·权力空间

这是一本关于动画电影的书。

我们正处在一个由影像所构成的时代，媒体的权力是当代社会的一个重要文化现象。对于当下的大众来说，看电视、电影，观看影像，接受媒体提供的信息，早已成为人们社会生活中的重要内容。不仅如此，接受影像成为一种体验，同时，这也是家庭拥有共同价值观的新方法。作为一种集体观赏的艺术形式，动画对于它的观众来说，有着强烈的“集体无意识”意味。通过动画，受众找到了一种共同“话语”，动画作为传播媒介而成为某种主导时代价值观的工具。动画绝不仅仅是消遣，它对当代社会造成的影响比我们想象的要深远得多，特别是对于青少年来说，在潜移默化中开始了动画主导的成长方式，由动画帮助他们形成价值判断，形成某种欢笑的权力空间。在现实生活中，动画用开玩笑的形式不知不觉地引导着儿童的成长。动画让大众在梦幻中接受自己对潜意识的放纵，而传统则被悄然改装与修饰。从而动画角色成为偶像，动画故事成为某种社会关怀下的叙述语境，动画场景成为人们梦寐以求的居所，动画台词成为流行语，动画道具成为大众手中的玩具，动画音乐成为耳塞里的所有。这时候，动画作为娱乐化的权力空间，没有道德化的判断，只有娱乐与覆盖。

本书的目的是要将作为商品的动画进行解读，解读的工具就

是权力空间中的“影像语言”，这是理性、深层次地把握自主成长模式的一个机会。与此同时，思考并探索我们该怎么去建立属于自己的动画形态，在保证其商业价值的同时搭建当代中国的“语言方式”？

二、动画·文化语境

很多理论家将电影看作柏拉图讲述的那一个“洞穴”寓言。寓言假设的是一群长期被迫在洞穴里看“外面”的情形，于是，他们所看到的影子便是他们认识这个世界的真实。电影在很大程度上与此寓言类似，黑暗中透过一个局部来观察人类世界的假定真实。动画电影在这个“洞穴”中似乎更加夸张，更加与现实拉开距离。那么它是否有着观察世界的功能呢？动画应该不仅是一个观察工具，它还能促进你对这个世界的想象。

动画在很多时候从属于每一个社会的大文化语境的。下面给大家举个例子，从这个例子可以看出动画在中国社会的一个有趣现象。从很久以前开始，似乎有很多动画片以“总动员”作为命名的重要元素，近期甚至很多引进的好莱坞电影也有这种倾向。笔者粗略收集了几个相关动画，从中可以看出所谓的“××总动员”和其英文原名几乎没有什么关系。如下表所示：

中文译名	英文原名	英文直译
超人总动员	The Incredibles	不可思议的一家
海底总动员	Finding Nemo	寻找尼莫
鸡仔总动员	Chicken Little	小鸡
虫虫总动员	A Bug's Life	虫虫的生活
精兵总动员	Small Soldiers	小小士兵
汽车总动员	Cars	汽车
玩具总动员	Toy Story	玩具的故事

在汉语中，动员一般是指鼓励、鼓动别人去做某些事情。总动员是将大家都鼓动起来的意思。为什么许多动画都以这样的词汇作为名字呢？有一种解释认为是由于《Toy Story》（《玩具总动员》）在中国的影响很大，因此，后来商家就把皮克斯动画工作室的作品都翻译成“××总动员”了。再后来美国很多3D动画都变成了××总动员。这种解释并不准确，但是我们这里并不是要去追寻它是否准确，而是希望从这种动画片名的翻译模式中看出动画在中国文化语境中的特殊含义。在商家看来，这样的名字显得影片情节比较激烈、热闹，能够煽动观众情绪，同时又有连续性，可以借上一个影片的余威来扩大票房。从第一个本土动画《大闹画室》开始，到《大闹天宫》、《哪吒闹海》，“闹”仿佛与中国动画有着千丝万缕的联系。中国民族文化传统中对“闹”是情有独钟的，民俗中“闹新房”、“闹新年”、“闹花灯”是非常隆重而喜庆的大事。“闹”说到底是一种对待事物的基本情绪，是区域中人群的文化心理积淀，更是一切文化产业的前提。

在中国动漫发展得如火如荼的今天，大家都在积极强调产业化、后期开发、附加值营销等概念，但是，能不能理性地解析与把握商业动画元素，是关系到这个商品本身有无开发价值、产业能否健康发展的中心问题。如果舍弃这一点，一切开发都将是无源之水。而对于商业来说，把握具体文化语境就是把握消费者的购买心态，商业动画卖的就是文化创意。

三、动画·语言功夫

对于观众来说，动画给予大家的是故事、角色以及奇观化的场景和道具。但是动画语言并非只限于这些幻觉化的外表世界，这只是观众在接受动画影像时所感受到的某种“印象”，只是复

杂的动画语言所传达出的综合效果。对于一个动画人来说，对动画的解读，肯定不是简单的“欣赏”，而应该是对动画语言的分析，是去发现表相背后的“视听呈现、角色原型、叙事结构、心理释放”等元素。这是从“看动画”到“懂动画”再到“创作动画”的关键阶段。这种变化犹如一个食客向厨师的转变。食客可以不关心一道菜的原料、程序，他在品尝菜肴的时候，可以只是非常个性化地表达好恶。但是，作为一个以高标准来要求的厨师，对美食的第一步就是要能从成品表面看出实质。这一步表面上看来与以后的做大餐无关，但其实这是衡量眼界高低的前提。从而，“看热闹”变成“看门道”，在发现细节的同时还明白了细节的结构与意义。这不是一般意义上的动画评论，而是站在创作立场上对动画的实践性探索。

本书立足于视听呈现、角色原型、叙事结构、心理释放四个要点来对八部叙事动画长片进行解读。这是基于对动画的本体认识和动画创作的学习策略，因为我们探讨动画的前提是以商业动画为平台，其中又以叙事动画电影长片为探讨的重点。这一类动画就是我们常说的剧场版动画电影，曾经的动画主流形式。作为动画考察的对象，我们为什么会选择这一模式来进行解读呢？首先，这是动画中最早发展成熟的一种类型，也是动画找到的自己最有影响的文化与商业状态。电视的兴起使电影业整体走向萎缩，电视动画的大量涌来也使得影院动画不再占据市场的主流，网络时代的来临更是让动画以完全不同的方式开始影响社会群体。虽然经历了一种媒介传播形式的变化，但这不单是观看媒介的变化，而是一种动画观念与观众互动状态的变化。从在黑暗的影院中观赏一个120分钟左右的故事和在家追捧动画连续剧集，再到在电脑边可以点着鼠标与动画互动。在这样的背景下，我们为什么还要纠缠于动画电影呢？相对而言，动画电影是近百年来动画发展在叙事结构、视听技术上的集大成者，它浓缩了动画艺

术中最多的传统资源，解读这样的—个集合体，才可能揭示更多属于动画规律性的经验。其次，作为新兴的网络或手机等新媒介形式的动画，要解决的基本问题，不外乎叙事效果与动画语言的纯洁化问题，而这两点依然可以在动画电影中找到。

本书对于动画电影的分析不奢求微言大义，也不借动画作为社会意识的批判工具，而是以动画本身的商业传播效果为目的，也就是说，把动画看作是能在精神领域影响观众的文化产品，能在心理上补偿观众的虚拟商品。当代文化对动画的探讨多集中于其内容的暴力、色情，或其传播模式对青少年的误导等话题上。动画语言在很长—段时间里被简化为某种无关紧要的“美术加电影”。由此，模糊的动画本体认识极大地影响了动画创作的自主性与高品质追求。

动画是—门需要学习的独特的艺术语言。对于这种语言的学习，作品就是最好的老师，每一部作品都是完整的集合体，都是生动而真实的案例。本书在分析作品的时候力求全面但同时又有所侧重。深入影片的过程对于读者来说，绝不是寻找幕后花絮，而是要通过细节来告诉读者，这些成功的商业动画具体是在什么地方被观众记忆，从而成为商业开发的亮点。本书的特点是非理论化，笔者不以逻辑推理作为主要的研究方法，而是对经典动画进行分类呈现。笔者用大量表格，将动画中的细节进行归类整理，从而让“常识回归”，最终帮助动画创作走向理性。

本书分析的八部动画片中有七部来自于国外，其中，两部是日本制作的，五部是美国制作的。作者选择它们的基本定位是“以叙事为目的的成功的商业动画长片”。《天空之城》与《千与千寻》皆是日本动画大师宫崎骏的作品，前—部作品创作于1986年，后—部作品创作于2001年，这样跨越15年的两部作品，基本上可以代表日本在—这一时期的主流商业叙事动画长片的典型特征，其叙事手段、视听运用，包括背后的文化视野都是值

得借鉴的。2001年7月20日,《千与千寻》在日本公映,4天票房收入即达到近20亿日元。2002年2月17日,《千与千寻》赢得第52届柏林电影节金熊奖,这是金熊奖第一次被授予一位动画人及其动画电影。《千与千寻》成为动画在商业与艺术上成功的典范。《狮子王》与《花木兰》基本上延续了迪斯尼动画的传统,在角色、故事、歌舞、高潮与工具、场景等每一个方面都是这一风格的集大成之作。当然,选取《花木兰》的目的更多的是和本书唯一的国产动画《宝莲灯》作对比,以动画如何对待传统资源为切入点,将两部动画做详尽的分析。《海底总动员》和《怪物公司》是本书分析的两部三维动画,但是侧重点有所不同。《海底总动员》着力于作者的叙事追求,也就是怎么在家庭化、伦理化中呈现动画奇观。对《怪物公司》的解读是和本书唯一的泥偶实拍动画《小鸡快跑》放在一起的,笔者希望能从这一对怪物与动物角色中找到动画的心理核心“原型审美”。

分析美、日动画为的是更好地思考中国自己的动画创作,理解经典是为中国动画的发展提供新的视野与思路。曾经有一个广为流传的故事,说当一个人被刀子划伤而血流不止的时候,许多人是把伤口包扎好,并且感叹自己的不幸;但是也有人是把带血的刀子包起来。

本书就是关注动画“刀子”的过程。

目 录

引言 从乌托邦行为到娱乐产品的动画

第一卷 动画观点：《千与千寻》、《海底总动员》分析

本卷导读 理解动画的前提是什么

第一章 《千与千寻》：动画的品牌观念 / 4

第一节 建立系统：叙事动画的结构关系 / 5

第二节 起承转合：商业动画的情节系统 / 7

第三节 模式：动画故事的背景、细节与主题 / 13

第四节 宫崎骏自己说《千与千寻》 / 22

第五节 《千与千寻》精彩段落的视听语言解读 / 28

第二章 动画电影研究之一：儿童与游戏 / 49

第一节 儿童的生命意识与动画的关系 / 50

第二节 动画电影中的空想与器官夸张 / 52

第三节 关于原生态游戏中的动画角色 / 56

第四节 从“暴力”来看动画“审丑” / 58

第三章 《海底总动员》：动画的商业性与伦理诉求 / 61

第一节 生存策略：动画的商品属性 / 63

第二节 拯救：动画的人文理想 / 69

第三节 《海底总动员》的语言模式 / 73

第四节 《海底总动员》细节解构 / 81

第四章 动画电影研究之二：解读宫崎骏 / 110

- 第一节 动画作者与文化态度：“宫崎”现象的解读方式 / 111
- 第二节 戏剧空间与类型探索：“宫崎”故事的模式化生存 / 117
- 第三节 角色成长与机器审美：“宫崎”精神的心理冲动 / 121
- 第四节 个人狂欢与集体怀旧：“宫崎”神话的接受行为 / 138

第二卷 动画叙事：《天空之城》、《狮子王》分析

本卷导读 动画故事观

第一章 《天空之城》：情感与审美的双重转换 / 146

- 第一节 拉普它：《天空之城》的主题阐述 / 146
- 第二节 飞行石：《天空之城》情节点分析 / 152
- 第三节 久石让：《天空之城》的音乐日记 / 161
- 第四节 《天空之城》开场十分钟视听解读 / 168

第二章 动画电影研究之三：故事与开场 / 175

- 第一节 人类为什么要讲故事 / 175
- 第二节 电影剧本的自我设定 / 177
- 第三节 动画剧本的叙事空间 / 178
- 第四节 动画电影的开场模式 / 184

第三章 《狮子王》：动画修辞的法则 / 188

- 第一节 动画也可以成为票房冠军 / 188
- 第二节 莎士比亚带给人类一个回归的机会 / 191
- 第三节 载歌载舞的幻想形式：迪斯尼趣味 / 203
- 第四节 迪斯尼经典歌舞片段精读 / 215

第四章 动画电影研究之四：角色与表演 / 249

第一节 动画角色的想象空间与二元思维 / 250

第二节 动画角色类型研究 / 258

第三节 动画角色对于当代人的心理补偿 / 262

第四节 动画的主角为什么是动物 / 267

第三卷 动画原型：《小鸡快跑》、《怪物公司》分析

本卷导读 从叛逆与冲动的心理动机来看动画

第一章 《小鸡快跑》与《怪物公司》：

动物与怪物的原型 / 272

第一节 核心命题：动画疯狂的理由 / 276

第二节 动画能量：角色监禁、逃亡的过程 / 281

第三节 导演的偷窥视角与对立叙事空间 / 288

第四节 动画的高潮与奇观化 / 302

第二章 动画电影研究之五：批判迪斯尼 / 306

第一节 从迪斯尼的角度来看动画史 / 307

第二节 现代迪斯尼气氛 / 318

第三节 电影、电视、主题公园与网络 / 322

第四节 复制迪斯尼：动画的广义相对论 / 329

第三章 动画电影研究之六：原型与模式 / 337

第一节 原型与艺术的关系 / 337

第二节 原型理论与类型电影 / 339

第三节 动画的秘密就是原型 / 345

第四节 经典动画中的原型 / 349

第四卷 动画资源：《花木兰》、《宝莲灯》分析

本卷导读 区域文化的动画力量在哪里

第一章 《花木兰》：区域文化的全球化模式 / 369

第一节 《花木兰》的叙事策略与视觉呈现 / 369

第二节 情节·符号·视听：关于动画电影《花木兰》的精读 / 377

第二章 《宝莲灯》：救赎的失败 / 419

第一节 主题与角色的失落 / 421

第二节 线索与情节节点的失衡 / 428

第三节 语言与细节的失误 / 432

第四节 行为失常与高潮失控 / 436

第三章 动画电影研究之七：传统与风格 / 471

第一节 关于“中国风格”的咒语 / 471

第二节 万氏兄弟的文化意义 / 478

第三节 中国传统动画作品分析 / 481

第四节 中国动画：提供可能还是参照 / 498

参考文献 / 501

后记 我的动画史 / 506

第一卷 动画观点：
《千与千寻》、《海底总动员》 分析

本卷导读 理解动画的前提是什么

狭隘地问动画是什么，提问本身就是一个画地为牢的愚蠢行为。但是，对艺术品种的本体思考是该门艺术成熟与完善的标志之一。任何一位成熟的艺术创作者，他的创作之路往往是从思考艺术本体开始的。从“理解”出发，由“挑战”切入，到“回归”结束。艺术命运就在这样的模式里不断轮回，吸引着千千万万的殉道者。具有现代意义的动画发展至今不过近百年历史，但是它却超越了很多艺术的小众传播，成为影响人类成长的重要工具。可以说，动画与人类的某个特殊时期有着密不可分的关系。动画究竟拥有什么样的品质竟让数以亿计的青少年在动画梦境中认识世界，并形成关于美丑的价值观，在快乐中确立了当代社会的某种秩序呢？

本卷将人的“成长方式”作为解读动画的第一个工具，其用意正是在此。注意，“成长方式”不是一个空洞的概念，而是“身体游戏、叙事系统与心理释放”三者的集合。观众在观赏动画的过程中，不只是在欣赏故事，感受视听，也是在与“千

寻”、“尼莫”等角色一起成长。这就是动画的“法宝”：用角色自己的身体行为影响你；用空想的游戏推动你。

探索动画在很大程度上就是要感受动画角色的“成长方式”。

之所以选择《千与千寻》、《海底总动员》作为案例，是因为它们在很多方面都堪称商业动画长片的典范。虽然前者是日本动画大师宫崎骏的暮年之作，后者是美国三维动画的品牌公司皮克斯与迪斯尼的精彩合作作品，但是，其作品呈现的艺术状态和市场状态都是极其相似的。首先，这两部长片都拥有良好的票房收入和有效的后期推广与附加值开发；其次，无论是以艺术标榜的电影节还是以商业价值著称的奖项，都将许多荣誉毫不吝啬地给予了这两部影片，这可以从另一个角度看出业内对这两部影片的评价。可以这样说，这两部影片就是一般意义上所说的“大片”，而且是大家都看好的“完美”影片。作为分析，我们就要立足于这样的影片，因为这里蕴涵的不只是艺术个性，更是艺术规律。

本卷的理论分析将“动画与儿童”的关系作为第一个重点向大家推荐。只有从“身体”的角度进入到“儿童审美、儿童游戏、儿童心理”，我们才能掌握对更多动画作品进行正确分析的方法。这是理解动画的前提，更是创作动画的基础。

对动画作品的解读，离不开对动画作者的关注，他们那些丰富的创作经验就是我们打开动画之门的金钥匙。本卷的最后一章就是在这样的理念下向大家展示“宫崎骏”。但这并不是要在大师脚下顶礼膜拜，而是要在有近四十年经验的动画人那里寻求创作资源。这里涉及本书的一个基本观点：“能否在真正意义上走进一部经典作品，关系到你对动画的基本态度与观念。”同样，能否理解一个大师，关系到你能否掌握更多风格的可能性。

第一章 《千与千寻》：动画的品牌观念

《千与千寻》一共有1 415个镜头。宫崎骏曾回忆说：“刚开始制作的时候，我计划大约有1 200个镜头，但是故事情节却告诉我，它需要多于1 200个镜头来表达。这时候制作片子的仿佛已经不再是我，而是故事本身，我只能跟随故事的脚步而别无选择。”2001年7月20日，《千与千寻》在日本公映，引起巨大轰动，4天的票房收入即达到近20亿日元。本土总票房收入为30 058 915 500日元，超越了宫崎骏的前作《幽灵公主》和好莱坞电影《泰坦尼克号》。2002年2月17日，《千与千寻》赢得第52届柏林电影节金熊奖。这是金熊奖第一次被授予一位动画人及其动画电影。迪斯尼将该片引进美国作商业放映，一举摘下奥斯卡最佳动画片大奖与洛杉矶·纽约影评人学会最佳动画片。

宫崎骏说：“我拍这部电影时，就希望看了这部电影的孩子们长大了、老了，还会想带自己的孩子重看这部电影。其实，我本来也想，让现在的老公公、老婆婆看了，他们也会情不自禁地建议他们的孩子去看，不过这样讲是有点厚脸皮，所以还是把希望放在下一代吧。”这部在日本平均每十个人中就有一人看过的影片，在不知不觉中成为东方动画在新世纪的品牌，成为关于动画的世界语。就在这1 415个镜头中，观众看见了些什么？是故事还是角色？是那个魅力非常的汤屋还是海中的铁路？观众听见了些什么？是久石让的音乐还是千寻的呼喊？是无脸男的呓语还是汤婆婆的叫声？本章的任务就是要将一切隐藏在影片后面的元素抽丝剥茧般地呈现。