

好莱坞动画电影类型研究

文 澜 学 术 文 库

王 波 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

中央高校基本科研项目『基于传播媒介视角的游戏受众研究』
(项目编号 3154110310)

王波 著

好莱坞动画电影类型研究

图书在版编目(CIP)数据

好莱坞动画电影类型研究 / 王波著. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2016. 6

(文澜学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 9138 - 7

I. ①好… II. ①王… III. ①好莱坞 - 动画片 - 研究
IV. ①J954

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 102341 号

· 文澜学术文库 ·

好莱坞动画电影类型研究

著 者 / 王 波

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 恽 薇 高 雁

责任编辑 / 高 雁 黄 利 梁 雁

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理出版分社(010)59367226

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17 字 数: 268 千字

版 次 / 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 9138 - 7

定 价 / 69.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

文 澜 学 术 文 库

总 序

中南财经政法大学新闻与文化传播学院建院虽然只有十余年，但院内新闻系、中文系和艺术系所属学科专业都是学校前身中原大学 1948 年建校之初就开办的，后因院系调整中断，但从首任校长范文澜先生出版《文心雕龙讲疏》开始其学者生涯，到当代学者古远清教授影响遍及海内外的台港文学研究，本校人文学科的研究可谓薪火相传、积淀丰赡。

1997 年，学校重新开办新闻学专业，创建新闻系，相关学科专业建设开始步入新的发展阶段，2004 年，新闻与文化传播学院组建。近年来，在学校建设“高水平、有特色的人文社科类研究型大学”的发展目标的指引下，中文系和艺术系相继在 2007 年和 2008 年成立，人文学科迅速得到恢复和发展。

为了检阅本院各学科研究工作的实绩，进一步推动研究的深入和学科的发展，我们将继续编辑出版本院教师系列学术论著“文澜学术文库”丛书。

丛书以“文澜”命名，一是表达我们对老校长范文澜先生的景仰和怀念，二是希望以范文澜先生的道德文章、治学精神为楷模以自律自勉。

范文澜先生曾在书斋悬挂一副对联：“板凳要坐十年冷，文章不写一句空。”这种做学问的自律精神在今天更显得宝贵和具有现实意义。《文心雕龙讲疏》是范文澜先生而立之年根据在南开大学的讲稿整理完成的第一部学术著作，国学大师梁启超为之作序：“展卷诵读，知其征证详核，考据精审，于训诂义理，皆多所发明，荟萃通人之说而折衷之，使义无不明，句无不达。是非特嘉惠于今世学子，而实大有功劳于舍人也。”学术研究之意义与价值，贵在传承文明、承前启后、继往开来、推陈出新。范文澜先生



之《文心雕龙讲疏》后又经多次修订，改名《文心雕龙注》以传世，作者有着严谨的学风、精益求精的精神，实为吾辈楷模。正因如此，其著作乃成为《文心雕龙》研究史上集旧注之大成、开新世纪之先河的里程碑式的巨著。

先贤已逝，风范长存。高山仰止，景行行止。虽不能至，然心向往之。
是为序。

胡德才

2015年7月6日于武汉

前 言

动漫及动漫产业在中国已经从泡沫繁荣期进入一个冷静沉淀期，对于它的研究也逐渐趋于理性。

一直以来，国内学者对动画的研究是含糊而笼统的，缺乏动画文本的区别对待，而在动漫发达国家，针对不同媒介平台的动画文本研究是非常细致的，即动画电影、电视动画、网络动画等。不同的动画文本对应不同的媒介时代，在受到媒介影响的同时也折射出不同的文本特征。

本书以电影为媒介，以商业电影类型化为视角，对好莱坞动画电影进行梳理，研究类型化对动画电影的影响、动画与电影的媒介互动、动画电影类型的形成与革新等一系列问题。本书后半部分还以迪士尼公主类型为样本，细致地探讨了这一动画电影最为成功的亚类型从形成到发展，最终产生品牌效应的过程。

本书的主要观点与创新点有以下几个方面。

其一，从艺术和媒介的角度重新考量动画以及动画与电影的关系。明确提出从艺术角度看动画与电影是平等的，不存在隶属关系，同时也承认，从媒体角度看，动画曾经是电影的一个亚类型，两者存在类型归属关系。另外，当前的动画已经具备多元化的媒体平台，而在数字时代，动画与电影的界限也开始日渐模糊。因此，在数字媒体时代，动画的概念正在延展，甚至有包容电影的倾向。

其二，类型化是动画电影商业发展的必然，而随着商业格局和盈利模式的发展与变化，类型化的表现形式也会随之发生变化，大片系列化就是现阶段好莱坞动画电影新的类型化体现。系列化是一种对优势文创资源独占性更强、排他性更显著的模式。



其三，童话与动画融合形成童话幻想类型是大众传媒时代，印刷文本向电影（电子）媒介转化的缩影，形成的过程是一个交互塑造的过程。迪士尼在这一过程中功不可没。

其四，类型化的实质是电影对市场反馈做出的自觉性应对，它是一种用电影票进行的选举，优质的资源被保留，劣质的资源被淘汰。动画电影以成本高闻名，对动画电影类型的研究有利于把握市场的正确动向，也有利于规避风险。这对于发展中的中国动画电影业有着直接的借鉴与指导意义。

本书共分六章。

第一章与第二章属于理论铺垫章节。从好莱坞商业电影的普通类型研究出发，通过对好莱坞经典时期电影类型化的历史、格局、影响的分析，重点解答了“何为类型化？为何要类型？”两个问题，并将研究的视点引向类型化对电影市场的引导功能和对电影工业的推进作用，得出市场化、规模化、易识别是商业电影走向类型化的必然原因。随即又对好莱坞动画电影的格局进行了全景式的扫描，用详尽的资料与数据勾勒出好莱坞现阶段动画电影制作、发行的格局，将其概况为“三强争霸，多元并立”。同时还将好莱坞动画的属性与欧洲动画进行了比对分析，明确了其“商业为主导，艺术与商业、娱乐并重，均衡发展”的脉络，其浓重的商业色彩决定了它对于类型化的渴求，以及两者之间“剪不断理还乱”的内在联系。

第三章延续前两章的研究脉络，并在前文结论的基础上进行深入研究。本章首先从艺术层面厘清了动画与电影的关系，强化了动画的独立性，即动画与电影在艺术层面不存在隶属关系。首先，动画产生的历史比电影更为悠久；其次，在数字媒体时代，“拍的动态艺术”与“画的动态艺术”两者间的界限也日趋模糊；更有学者认为：动画的概念逐渐呈现大于电影的倾向。但我们同时也必须承认，在特定的历史阶段，动画曾经依托电影媒介生存，并作为电影的一个亚类型存在。但在电视、网络出现之后，动画依托的媒体平台早已不再局限于电影媒介，因此，笔者认为对于两者之间的类型关系，应当从艺术和媒介两种不同的角度进行考量，不可对其进行简单划界与类分。本章在后续的篇幅中依据美国好莱坞电影工业的发展

轨迹，建立一个具有连续性的时间轴，并设置三个关键的时间节点，将百年好莱坞划分为三个类型化阶段，即动画短片时代、长片时代和新好莱坞动画时代。每一个阶段的好莱坞动画电影类型都得到细致的划分。通过研究得出以下结论：随着好莱坞电影的商业格局与盈利模式的变化，与之紧密联系的类型化表现形式也发生相应变化。新好莱坞时期的类型化以大片系列化的形式出现，它是经典好莱坞时期类型化的升级与进化。与传统类型化相比，它更具优势资源的独占性和排他性，将具有市场稀缺特质的电影创意通过版权的形式进行公司内部的独享。

另外，动画电影的大片系列化更加有利于形成动漫品牌，并带动动漫创意产业的其他衍生链条，这些都是传统类型化所不具备的优势。

第四章从传播学、电影学、艺术学、心理学的角度对好莱坞动画电影的主流类型——童话幻想类电影的形成进行系统研究。笔者认为童话幻想类动画电影的形成是电子媒介大众传播时期，以印刷媒介为依托的童话文学与以电影媒介为依托的动画艺术相互碰撞与融合的产物，两者以交互塑造的特有方式完成了这一具有划时代意义的创造。本章从尼尔·波兹曼《童年的消逝》出发，将童年的观念与儿童角色的社会化塑造带入动画电影新类型成形的历史进程中，使传播学与动画理论得以交叉和融汇。在本章最后，笔者认为：好莱坞动画成功与“童话”结盟，将大量童话故事送上类型化的流水线，只需要对被其看中的任意原著进行模式化的修改，（例如：增添一个完满的结局、一条爱情线索、一只负责搞笑的动物伴侣、一通狂欢式的歌舞）就能够快速生产出迪士尼式的“童话”类型动画电影。童话的概念也看似被“控制与拓展”了，经迪士尼改编、加工的任意文学作品都会成为“童话”，这种现象可以被理解为是由一种媒介霸权衍生而成的文化特权。它看似拓展了童话的概念与增加了童话的数量，但实际上童话却被“缩小”了，大量同质化、雷同化的“快餐童话”被源源不断地生产出来，增加的是数量，萎缩的是创意。

第五章和第六章是本书的经典类型分析章节，迪士尼公主类型是迪士尼迄今为止在商业上最为成功的亚类型，从1937年《白雪公主》到2013年《冰雪奇缘》的76年内，迪士尼共制作了23部“公主类型动画长片”，打造了13位鲜活的“迪士尼公主”形象。本书以该类型作为研究样本基于



以下原因：其一，该类型时间跨度长达 76 年，将新旧好莱坞的类型化变更囊括其中，堪称动画类型研究的活化石；其二，该类型跨越了从 2D 到 3D 的动画阶段，也见证了从男权中心到女权兴起的社会思潮，无论是从技术角度、美学角度还是从社会学角度来审视，都具有极高的研究价值。

王 波

2015 年 6 月 6 日

目 录

第一章 好莱坞动画电影的背景与格局 / 001

第一节 好莱坞概况 / 001

第二节 好莱坞的“八阵图”：电影公司格局巡礼 / 005

第三节 好莱坞的动画电影格局 / 012

第二章 好莱坞基于商业背景的类型化 / 035

第一节 好莱坞的商业 DNA / 035

第二节 好莱坞黄金时代（1927 ~ 1960）的类型化 / 047

第三节 好莱坞的类型衍变与混合 / 068

第三章 好莱坞动画与类型 / 077

第一节 动画与电影的类型归属之辨 / 077

第二节 好莱坞经典时期动画短片阶段 / 082

第三节 经典好莱坞动画长片时期 / 098

第四节 新好莱坞时期动画电影类型 / 106

第四章 童话与动画的交互塑造 / 131

第一节 基于社会化的童年概念 / 134

第二节 童话的概念与发展历程 / 138

第三节 动画与童话的“结盟” / 154

第四节 动画与童话的交互塑造 / 170



第五章 迪士尼公主类型：简史与程式 / 178

第一节 迪士尼公主类型的划分与研究范围 / 178

第二节 公主类型的探索阶段（1937~1959） / 183

第三节 公主类型的确立与高潮阶段（1989~1998） / 187

第四节 公主类型的自我颠覆与变革（2009~2013） / 195

第五节 迪士尼公主程式 / 204

第六章 迪士尼公主类型：公主角色与品牌 / 217

第一节 迪士尼公主类型角色分析 / 217

第二节 反派角色分析 / 239

第三节 王子角色分析 / 248

第四节 迪士尼公主类型品牌的确立 / 253

主要参考文献 / 257

后 记 / 260

第一章

好莱坞动画电影的背景与格局

第一节 好莱坞概况

好莱坞，举世闻名。伫立在洛杉矶彼奇伍德小山包上的金字招牌“HOLLYWOOD”透过无数美国大片曾出现在我们眼前。那么何谓好莱坞呢？你真的了解这块充满魔法的神奇之地吗？

“你无法解释好莱坞，世界上没有这样一个地方。”

瑞秋·菲尔德（Rachel Field）

欢迎你来到好莱坞，你的梦想是什么？每个人来到这里。这里是好莱坞，梦想的家园。一些梦想成真，一些不能，但是继续你的梦吧！这里是好莱坞，永远的梦乡，那就继续你的梦吧。

《风月俏佳人》中的快乐人（1990）

通过这两段饱含煽情色彩的描述，我们不难知晓：好莱坞不仅仅是一个地理上的实体，也是一个存在于想象中的地方。

好莱坞指位于加利福尼亚州的一个电影制作基地，它包含制片厂、实验室和其他类似建筑，也包含制片人、明星、导演、编剧和其他参与电影制作的人员，同时好莱坞也是一套统一连贯、观众乐于接受的美学、风格的规则。这些规则背后是一个用以维持和支撑它们的工业体系，其中包括



制片厂制度、明星制度以及围绕这些制度的电影文化本身。^①

一 好莱坞的形成

在电影传入美国之初，纽约才是美国电影生产的中心。仅1910年，全美影院就达10000家的惊人规模，但当时的影院多为犹太移民开设的条件简陋、价格低廉的“镍币影院”，所谓镍币影院，是当时的社会精英知识分子对这类门票仅为五美分（一个镍币）影院的戏称。刺激、新奇的低门槛娱乐立刻吸引了大量城市底层移民，但围绕镍币影院产生的社会安全事件也不断增加。这一切引起了鼓吹社会进步论的精英知识分子和保守的清教徒们的敌视，他们对以爱迪生为首的商业文化集团分别从文化政策层面和商业层面联手予以剿杀。剿杀从1908年开始，各大城市的警察以电影内容伤风败俗为由频繁检查镍币影院，政府还吊销了600多家镍币影院的营业执照；1908年爱迪生联合九家最大的电影公司成立一家名为“电影专利公司”的企业，专门负责向放映商出租电影设备与技术的专利使用权，并收取高额费用。在这样的大背景下，一批犹太电影人选择离开纽约，在太平洋沿岸的南加州另起炉灶，撤离从1910年开始到1923年完成，13年内，他们完成了美国东部资本与西部资源的结合，并将洛杉矶市郊的一片名为好莱坞的高地建成了全球最知名的电影工业基地，而美国文化的历史也因此在未来的几十年内发生了深刻的变革。

好莱坞选址于加利福尼亚州事出偶然，但也蕴含必然。据说最早由寻找外景的摄影师发现，于是这块山清水秀、阳光明媚的小山谷就成为美国电影工业的“龙兴之地”。其实，选址好莱坞的原因不外乎三点。

其一，加州常年阳光明媚，对靠天吃饭的电影拍摄来说是最佳选择，良好的气候支撑常年开工；其二，西部与东部相比，经济落后，人工成本、地产成本都要低上一大截，在精明的犹太电影商眼中，它符合利益最大化原则；其三，同时也是一个非常重要的原因：加州与墨西哥毗邻，得天独

^① [澳] 理查德·麦特白：《好莱坞电影——美国电影工业发展史》，吴菁、何建平、刘辉译，华夏出版社，2011。

厚的地理位置，使得西迁者能够更加灵活地逃避爱迪生电影专利公司的“追杀”。赶走犹太电影商人之后，为了阻止他们继续盗版其专利技术，电影专利公司经常雇佣黑社会、职业打手，不惜从美国东海岸追杀到西海岸。在这种情况下，落户加州有助于西迁电影公司随时撤退到邻国墨西哥避难。

早在第一次世界大战期间，美国电影就畅销全球银幕。到20年代，好莱坞成立之后，建立了完善的电影制片厂制度和明星制度，电影产量直线上升，30年代的中后期达到黄金时代。巅峰时期的好莱坞源源不断地生产出大量“普遍具有吸引力的”影片，并把它们出口到那些缺乏对本土电影保护的国家，占领了这些国家80%的银幕。到二三十年代，美国海外电影收益就占总收益的35%，其中2/3来自欧洲市场。美国国内市场（习惯称之为北美票房，含美国与加拿大）在这一时期已经占据了世界市场的1/2。^①如此巨大的国内市场，使得好莱坞电影在国内放映时就能收回成本，同时毫无压力地将影片以极低的价格倾销到海外，特别是欧洲，最终结果是：好莱坞用价格优势打垮欧洲本土电影产业，然后将其最优秀的电影人才吸引到好莱坞发展，例如英国演员查理·卓别林、导演希区柯克、瑞典明星英格丽·褒曼等，在削弱了对手的同时，也强大了自己。廉价的好莱坞商业电影通过银幕还带去了美国的生活方式和价值观，形成了一股强大的“世界美国化”的文化冲击波，彼时的欧洲文化精英不无忧虑地感慨“欧洲正在日趋美国化”。

二 好莱坞的规模与文化影响

在好莱坞极盛时期，仅1946年一年的产量就达到惊人的450部，全美90%的电影来自好莱坞，占世界荧幕的比重达到60%。^②但盛极必衰，好莱坞烈火烹油的繁华背后却是八大电影公司的绝对垄断和独立电影公司生存空间的日趋狭小。于是在1948年，独立电影公司将八大电影公司之一的派拉蒙告上法庭，状告其垄断经营。经过激烈的法庭辩论，美国最高法院宣布：八大电影公司既拥有制片、发行能力，同时又拥有首轮影院，属于非

① 常江：《帝国的想象与构建：美国早期电影史》，北京大学出版社，2011。

② [澳]理查德·麦特白：《好莱坞电影——美国电影工业发展史》，吴菁、何建平、刘辉译，华夏出版社，2011。



法垄断，责令其对旗下的放映环节进行分割。这就是美国电影史上著名的“派拉蒙法案”。该判决对好莱坞影响巨大，原来好莱坞的大电影公司同时拥有制片、发行、播映的权力，可以实施所谓的“垂直控制”，无论其制作的电影质量如何，都不用担心电影的出路。但在被强制放弃影院之后，好莱坞电影的生产数量开始下降，1959年，好莱坞年产不到200部，而1948年前，年产量最少也有350部。^① 电影公司更加倾向于减少数量，提高质量。于是生产大制作、高成本电影开始成为好莱坞的趋势，派拉蒙判决从短期来看，对好莱坞电影造成了沉重打击：电影产量剧降，再加上五六十年代电视对电影的冲击，导致了好莱坞20多年的萧条，直到1975年斯皮尔伯格《大白鲨》的上映，才标志着新好莱坞的重新崛起；但从长远角度来看，派拉蒙判决也未尝不是一件好事：它迫使好莱坞结束垄断，重新洗牌，并在资源重组后，提升了电影质量和国际竞争力，为美国电影产业产生又一轮全球化浪潮奠定了坚实的基础。

进入21世纪以来，好莱坞电影的年产量较从前已经大为下降，2013年的年产量已经降至130余部，但单部电影的票房却明显提高。根据权威咨询公司普华永道的报告，2007年全球电影产量的产值是839亿美元，包括票房、电视转播权、DVD销售和出租等所有由电影直接产生的收入，其中美国好莱坞的产值为355亿美元；2008年全球的电影票房是281亿美元，比2007年增长了5.2%，其中美国和加拿大的份额占35%。

2013年好莱坞影片在全球的票房高达359亿美元，比2012年上升了4%，同时也创造了电影票房新纪录。^② 据悉，在全球票房总量中，250亿美元来自美国以外的国家和地区，占票房总额的70%左右，而在2009年时，这个比例还是64%。截至2014年3月28日（新华网）好莱坞影片最大的海外市场就是中国，36亿美元的票房比2013年增加了25%，接下来就是日本的24亿美元，英国的17亿美元，法国的16亿美元以及印度的15亿美元。

上述数据表明，美国好莱坞依旧是世界电影业的龙头老大，这是不争的事实，好莱坞电影已经和可口可乐、麦当劳、迪士尼动画一样成为美国

^① [澳] 理查德·麦特白：《好莱坞电影——美国电影工业发展史》，吴菁、何建平、刘辉译，华夏出版社，2011。

^② 陈焱：《好莱坞模式：美国电影产业研究》，北京联合出版公司，2014。

流行文化的象征符号。随着好莱坞电影的全球化传播，美国梦和价值观也被传播到了好莱坞电影能到达的每一个角落。众所周知，电影不同于一般的消费性商品，它还具有文化属性，观众在消费电影的同时，还会受到其文化属性的影响。例如美国好莱坞的电影会向观众传递“什么是幸福”的观念：拥有宽敞的住宅、豪华的汽车、舒适的办公条件、惬意的休闲等。久而久之，本土文化就会受到外来文化的挤压而日趋边缘化，这种趋势在人类的互联网时代显得更为突出。好莱坞电影如此具有传播穿透力，究其本质在于其超强的文化属性和美国超强的综合国力，大众文化是在短时间内被人为大规模生产出来的“文化”产品，为了克服文化折扣，文化工业尽可能地使它在内容上追求简单、在形式上追求感官刺激，以满足商品最大限度地克服地域差异盈利的目的。较之欧洲电影，好莱坞电影也许缺乏艺术性，但却具有更强的传播性和普世性。对美国人而言，电影是艺术，但更是一门生意，聪明务实的美国电影人一直小心翼翼地把控着两者之间的微妙平衡，好莱坞电影的艺术从不颠覆和触碰人类的道德底线，它只在尽可能地满足绝大多数人诉求的基础上演绎人生的美妙。在这一点上，好莱坞电影和麦当劳快餐一样，它也许不能让你时刻惊喜，却也不至于让你大失所望。

坐落在洛杉矶的这片生产梦幻的工厂，显得如此传奇。它生产娱乐，出售娱乐，以艺术的名号追逐着金钱与利润。因此，象牙塔里的学者、纯艺术精英们鞭笞它的“铜臭味”与贪婪；但这似乎丝毫不影响世界上绝大多数人对它的喜爱。

第二节 好莱坞的“八阵图”：电影公司 格局巡礼

一 八阵图：流变

早在美国电影业还未西迁到好莱坞之前，为谋求利益的最大化，一些电影企业便开始尝试联合起来垄断市场，如第一节中提及的成立于1908