

A



Kids' Stuff

小玩意

玩具与美国人童年世界的变迁

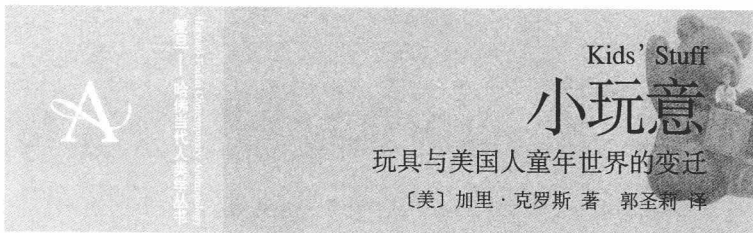
〔美〕加里·克罗斯 著 郭圣莉 译

复旦——
哈佛当代人类学丛书

Harvard-Fudan Contemporary Anthropology



上海译文出版社



Kids' Stuff

小玩意

玩具与美国人童年世界的变迁

〔美〕加里·克罗斯 著 郭圣新 译



上海译文出版社

图书在版编目(CIP)数据

小玩意:玩具与美国人童年世界的变迁/(美) 克罗斯(Cross, G.)著;郭圣莉译.—上海:上海译文出版社, 2010.1

(复旦—哈佛当代人类学丛书)

书名原文: Kids' Stuff

ISBN 978-7-5327-4865-5

I. 小… II. ①克…②郭… III. 玩具—研究 IV. TS958

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 113550 号

Gary Cross

KIDS' STUFF

Copyright© 1997 by the President and Fellows of Harvard College

All rights reserved

图字:09-2006-673 号

小玩意——玩具与美国人童年世界的变迁
[美]加里·克罗斯/著 郭圣莉/译

上海世纪出版股份有限公司

译文出版社出版、发行

网址:www.yiwen.com.cn

200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc

全国新华书店经销

上海颀辉印刷厂印刷

开本 890×1240 1/32 印张 12 插页 2 字数 273,000

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

印数:0,001-5,000册

ISBN 978-7-5327-4865-5/C·033

定价:30.00元

本书中文简体字专有版权归本社独家所有,非经本社同意不得连载、摘编或复制
如有质量问题,请与承印厂质量科联系。T:021-57602918

总序

过去的几十年,社会和文化人类学在全球范围内经历了深刻的变革。出版这套丛书的目的,是让中国读者能领略到在人类学理论、研究方法、实证发现和应用实践方面的最新成果,正是这些激动人心的成果,充分体现了这场具有深刻而持续影响力的变革。

哈佛大学人类学系教授们的近期研究,是对当代人类学动向的极好阐释。这套丛书,第一次使得中国的教授、学生和有兴趣的普通读者,能接触到这些研究作品。目前,国际人类学界最值得注意的变化之一,就是其关注对象正转向当代的主要社会和地区,如中国、日本、欧洲各国和美国等等。而另一重要趋势,是作为社会和文化人类学分支的医学人类学,正逐渐占据日益显著的中心地位。这一动向显示,人类学家正在转而研究影响当代各共同体的重点社会问题,并开始表达出努力转化人类学研究成果,使之能为政策辩论、项目实施和一般传媒所用的意愿。丛书中的部分作品也使我们看到,医学人类学已经成为一方联结社会和人文科学,另一方联结健康和政策科学间的“桥梁”。用跨越不同社会空间的“桥梁”来比喻复旦大学和哈佛大学间的关系,尤其是新近创立的复旦-哈佛医学人类学合作研究中心,是最为恰当不过的了。

我们相信,包括华琛(James L Watson)、华如璧(Rubie Watson)、赫茨菲尔德(Michael Herzfeld)、贝斯特(Theodore Bestor)及本人在内的哈佛人类学家,在比较文化和社会研究方面所做的田

野实践和理论探索,将为中国人类学学科的国际化和专业化作出应有的贡献。

用中国人习惯的说法,这套丛书将有助于全面矫正人类学在中国知识分子和技术专家眼中的形象和面貌。它不仅是对哈佛人类学研究的一次展示,更重要的,是向读者推荐一些在人类学界内外已产生重大影响的新思想和新看法,如文化亲熟说、地方性的道德世界、社会的疾痛体验、生命文化过程等等。这套书,还展示了都市人类学、中国乡村研究以及行政机构的田野考察方面的最新研究成果。它将展示人类学方法在精神医学领域,包括像政治性创伤、医学伦理及医学人文等方面的最新应用和研究。我们希望通过齐心协力,能在中国创造出全新的人类学领域,同时,鼓舞中国的同仁们为世界范围内的人类学探索和发现,奉献出激动人心的成果。

哈佛大学人类学系及哈佛医学院终身教授

Arthur Kleinman(凯博文)

2007年10月24日

前言

玩耍是孩子的工作，而玩具就是他们的工具。这是儿童发展专家们近一个世纪里的真理。然而，玩具的内涵远比这要丰富多彩，亦更简单明了。它们向年轻一辈传递了上一代人的价值观和期望。它们向父母诉说着年轻一代寻求的认可和自由。然而在过去的这些年中，玩具所传递的这些信息已经发生了巨大的变化。它反映着童年生活及育儿历史的变迁。商业玩具业的兴起促进并加快了这一进程，但同时也经常使其偏离原有的方向。现代美国玩具的历史向我们讲述着许多关于童年生活和相关文化的故事。

玩具究竟应该在孩子们的生活中扮演什么样的角色一直是引起争论的话题，但从没有一个时期其争议的激烈程度超过今天。玩具唤起了成年人自己的童年记忆，构建了几代人之间的联系。然而，玩具也导致了成年人的焦虑，担心会过分溺爱孩子。在他们看来，新玩具常常意味着玩具生产商在操纵孩子，其手段就是刺激孩子们不断产生新的渴望与价值追求。在成年人看来，这些渴望和价值都是不值得追求的。

我写这本书就是为了廓清关于玩具的这些冲突性态度，并且解释造成这些紧张的变化过程。为了做到这一点，我回溯到19世纪末，那是美国现代育儿观的起源时期和现代美国玩具业的出发点。有关孩子们玩耍的玩具的生产和市场化的影响是这个故事的

中心。养育孩子的理念同样也是重点。但是,这本书的核心内容是美国孩童过去百年中所玩过的玩具。这些各式各样的玩意向我们诉说着丰富多变的童年生活,告诉我们不断变化的育儿内涵,同时还将在现代消费社会的历史清晰地呈现出来。

当我开始这一计划时,我的一些同事可能以为我正经历更年期甚至进入了第二童年期,从而为了一个孩子气的玩具主题放弃我的“严肃”学问。其他一些人,尤其是我的家人,则可能认为我正在为这么多年不得不忍受一屋子的玩具进行报复。事实上,我开玩笑地告诉我的孩子们新书将起名为《太多的玩具:爱德华大街上的孩子们出了什么毛病?》但是,如果说我是以一种尖刻的批评眼光开始,那么随后我的观点会变得更加复杂、细致,希望也更为平衡,正如我一向所赞同的。

事实上,这本书出自我长期以来对消费的社会意义不断增长的兴趣,同时也因为我深信美国流行文化的批评家们对此未能予以合理的解释。多年从事美国家庭史的教学使我意识到,我们对于20世纪的童年生活以及育儿的理解是多么抽象和不充分。而对玩具的研究似乎是讨论这两个主题的一条好途径。

这一研究本身充满了乐趣,不过书中也掺杂了一点我个人的怀旧情结。我并没有收集玩具,而且我也想不起童年时有什么玩具(虽然我的母亲可能对此持有异议)。然而,我仍然希望这出现代美国的玩具故事将有助于读者回顾他们自己和他们后代的童年时光。

独自进行思考和写作的历史学家们通常名声不佳,我也不例外。但是仍然有不少朋友和同事引导我走向新的资源和理念。玛格丽特·伍德伯里·斯特朗博物馆的管理员和馆长——E·斯科

特·埃伯利,克里斯托弗·克拉克-黑兹利特,卡罗尔·桑德勒和海伦·施瓦兹给了我特别大的帮助。克里斯汀·佩兹卡和触摸博物馆慷慨地开放了他们来自近年各种玩具展销会的令人惊讶的藏品,美国国家历史博物馆的查尔斯·麦戈文提供了有益的资助。1996年在瑞典哈尔姆大学召开的国际玩具研讨会上的与会者则提出了尖锐的批评和有益的建议。

格里塔·彭内尔,斯蒂芬·克兰和布赖恩·萨顿-史密斯以各种方式给我的思想可以见诸这本书的字里行间。彼德·普伦基和凯西·乔治将他们自己排序齐整的收藏品给了我。在阅读了我部分作品的历史学家伙伴中,达纳·弗兰克,米里亚姆·福曼尼-布鲁塞尔-布伦塞尔,埃伦·佛罗,斯蒂文·盖尔伯,T·J·杰克逊·利尔斯,罗兰·马钱德和保拉·佩特克,他们有的向我贡献了有价值的见解,有的为我提供了相关的信息。尽管我并没有试图强加于人,然而,我在宾夕法尼亚州立大学的同事,加里·加拉格尔,保罗·哈维,菲利浦·詹金斯,萨利·麦克默利,比尔·彭凯克,安·C·罗斯和罗厄特·普罗克托也提出了建设性意见,并提供了有益的资料。宾州州立学院(Penn State's Institute)给予我所在学院艺术与人文研究办公室的准许,则使我参阅了它大量的图书馆藏书并节省了许多图片的费用。我要特别感谢我的系主任雷·隆巴拉。尽管作为一名经济学家,他的习惯是捣弄数字,但他仍然找到了资助这本书的方法。

哈佛大学出版社的乔伊斯·塞尔查是这个计划中一个很棒的参与者,在多方面协助我完成了这本书。哈佛的切里斯·安西罗和卡米尔·史密斯则是我很好的合作者。我的妻子,马鲁,甚至在我对玩具有兴趣的多年之前,就理解了玩耍和玩具对孩子及家庭

的意义。她的洞见使我的注意力得以集中。我和我的孩子埃林娜、亚历克斯对沃尔玛公司(Wal-Mart)所做的“玩具研究”的访问，提醒了我写这本书的真正目的。

目录

前言	1
第一章 他们的玩具和我们的玩具	1
第二章 现代的儿童生活,现代的玩具	15
第三章 塑造孩子的未来	69
第四章 儿童想象力的释放	113
第五章 构筑角色大厦	205
第六章 婴儿潮孩子的玩具箱	240
第七章 失控的旋转	301
第八章 理解现代玩具盒	358

第一章 他们的玩具和我们的玩具

我们当中的大多数人都时不时地会发现自己正置身于一家玩具店中,为孩子寻找一个礼物。我们之中那些从年轻时就没有去过这种店的人会极为困惑,尤其对于那些出生在 20 世纪 60 年代之前的人来说更是如此。我们喜爱的玩具或游戏——消防车,万能工匠(Tinkertoys)^①或是洋娃娃——已经消失了,或是隐藏在一排排的英雄人物、时尚娃娃和怪异的填充动物后面。

一个较为务实的方法是进这种店时带上一张孩子写给你的清单:这一季的活动人偶,最新的芭比娃娃,最新版的电子游戏。老练的玩具店员或许会非常愉快地为你做一些不可避免的调整:将忍者神龟换成恐龙战队,而令人惊奇的盒式芭比则被调换成了热带时尚芭比。同样令人惊惧的是,一年前哥哥非要不可的几打忍者神龟已经被弟弟扔到了一边,弟弟现在要的是恐龙战队。我们小时候可都记得要将积木和玩具屋留给我们的弟弟妹妹,为什么现在孩子们不像我们那样传承他们的玩具?很自然,我们开始产生疑惑:每年必备的玩具真的是为孩子们玩耍用的吗?或是它们不断变化的形式只代表了另外某种力量?

我们常常会悲悼年轻人纯真的丧失。我们回忆在大街上玩球,在木屋里开“秘密”会议,或者在微型柳条马车里摇着洋娃娃。我们认为这就是孩子们“传统的”游戏方式,童年“通常”是不变的。我们记得那些没有染上多少商业色彩的年幼时光。我们的四

轮马车是用零碎木料和废弃轮子做的手工制品,祖母们缝制了娃娃的衣服。而且,即使玩具大多数是手工制作的,我们也几乎没有什么可玩的玩具。玩具只在生日、圣诞节、光明节才会到来。当我们在这些仅有的节日为自己买个玩具时,必须用自己打工攒下来的钱和长辈给的零用钱,而且我们也只能在社区玩具店或五分店购买。在攒到足够的钱终于能够跨进店里买下玩具之前,我们已经在橱窗前晃了好几个星期。我们认识店员,他们也认识我们。当我们应该有一把带套的枪或者一个盛装的娃娃时,我们的父母对此是理解的。玩具、茶具、电动火车和建筑组装玩具^②是代代相传的美国生活仪式的一部分。父母了解孩子们的玩具,因为这些也曾是他们自己的玩具并且让人记忆犹新。

这些画面与今天玩具的丰饶形成了鲜明的对照。今天的玩具店不再是一个发现传统礼物的特别之处,而是对于有经验的消费者来说精心组织的仓库。只有各种商品在挑动人们的兴奋。供顾客挑选商品的琳琅满目的货架淹没了你的理智,一个劲地鼓动你填满购物车。曾经带着怀旧情结把自己打扮成《芝麻街》^③的“霍布

-
- 3
- ① 著名的木制装配玩具,可以培养孩子的空间想象力,商标名为 Tinkertoys。它是由石匠查尔斯·帕杰罗和他的伙伴罗伯特·佩蒂特在 1910 年发明的。1985 年儿乐宝获得其商标权,在 1992 年其 80 周年时,开发了彩色的塑料 Tinkertoys 系列。现在,孩之宝拥有 Tinkertoys 商标权,目前生产塑料与经典的木制的两个系列。——译者
 - ② 20 世纪美国非常流行的建筑组装玩具,商标名是 Erector Set。它是 A. C. Gilbert 公司于 1911 年发明的,并于 1913 年由 A. C. Gilbert 公司自己在纽黑文的工厂生产。目前的 Erector Set 是由法国的 Meccano S. N. 和日本的 Nikko Group 生产。——译者
 - ③ 芝麻街 (Sesame Street) 是美国一套著名的幼儿教育电视节目,内容结合了教育和娱乐。节目是由儿童电视工作室 (Children's Television Workshop) 制作,后来由在 1999 年分支出来的芝麻工作室继续制作。该节目总共播出了 38 季,合共 4160 集,成为美国电视历史上最长久的儿童电视节目。此外,节目成功地在 120 个不同的国家播放,并曾经推出 20 多个国际版本。而且芝麻街曾经获得 109 个艾美奖,远超过其他的电视节目。此外,芝麻街除了在电视播放,亦曾推出电影、玩具、书本、录像带等副产品,被公认为是世界上最家喻户晓的幼儿教育节目。Mr. Hoopers 是其中的一个木偶主角。——译者

斯先生”，并耐心地展示每一样玩具以便让大人小孩做出明智选择的店主不见了，取而代之的是堆满了高高盒子的连绵无尽的走廊，以及眼睛不看孩子只盯着商品代码条扫描的职员。对玩具的渴望与其说来自孩子“自然地”长到了需要一辆自行车或盛装娃娃的年龄，不如说出自旨在刺激孩子们胃口的广告宣传。对于成年人来说，购买玩具已经成为一件使人灰心、令人恼火又备感困惑的事。

玩具制造者就像穿花衣的魔笛手^①，把孩子从我们身边带走。他们不断地制作和促销虚幻的战争游戏，这些游戏将暴力作为解决冲突的手段教给孩子。玩具制造商们通过推销男性至上主义和推销性感的、难以实现的女性形象给女孩们来获取财富。芭比的沙漏型身材（据估计其标准比例应是36-18-33）刺激了小女孩对她们自己身体抱有不切实际的期望。今天的玩具常常不能传达我们希望孩子应该拥有的价值观，而我们相信，在自己的儿童时代我们是从玩具中获得这些价值的。^②

偶尔，父母们会抗议并联合起来同这些趋势作斗争。1989年，一群来自路易斯维尔的父母和孩子自己将玩具士兵重塑成消防队员和潜水员，将忍者神龟改造成如简·亚当斯^③和罗萨·

① 《花衣魔笛手》(The Pied Piper of Hamelin)，又名《魔笛》，是格林兄弟的作品。根据德国的传说改编。据说，在德国普鲁士的哈梅林曾发生鼠疫，死伤极多，居民们束手无策。后来，来了一位法力高强的魔笛手，身穿红黄相间的及地长袍，自称他能铲除老鼠。镇长答应给他丰厚的财宝作为答谢，魔笛手便吹起神奇的笛子，结果全村的老鼠都在笛声中纷纷跳进河里。但是镇长却后悔了，未兑现承诺，拒绝付给他酬劳。为了进行报复，花衣魔笛手就又吹起神奇的笛子，全村的小孩都跟着他走了，从此便无影无踪。——译者

② Nancy Carlsson-Paige and Diane Levin, *Who's Calling the Shots? How to Respond Effectively to Children's Fascination with War Play and War Toys* (Philadelphia: New Society, 1990); C. Miller, "Flat feet and Big Hips," *Marketing News*, Sept. 30, 1991, 2.

③ 简·亚当斯(Jane Addams, 1860—1935)，美国社会改革家及和平主义者，1889年为芝加哥贫困人民创办保健及教育中心——赫尔堂，并为和平及许多社会改革工作而奔忙，1931年获诺贝尔和平奖。——译者

帕克斯^①这样的著名美国女性。孩子们则在他们自己做的布景下演出自创的剧本。这些行为的目的是为了将消极的暴力玩具游戏改造得更具创造性和更为积极。《父母》(*Parents' Magazine*)^②杂志上的文章不停地提供着建议:购买一些不仅仅是出于新奇的“自由问答(开放式)玩具”,寻找描画了真正的成人工作活动的玩具和适龄的玩具。这些建议当然非常好,但是,这样真的有用吗?真的有实际意义吗?现在,幼儿园的孩子甚至是保育院的孩子都要在电视广告上看到的和其他孩子拥有的特种部队^③和芭比娃娃。母亲和父亲常常不得不在子女不断的吵闹声中和对孩子会被同伴孤立的担心屈服。在规范孩子的游戏上,父母们通常无能为力。^④

大多数父母会怀疑是否应将孩子置身于不断的变化之中。以前儿童一直是我们的传统节日所赖以持续的宝库:如情人节、万圣节和独立纪念日。儿童代表着永不改变的自由玩耍精神。

然而,如今,一再变化的玩具店在孩子们成长的每一步台阶上

① 罗萨·帕克斯(Rose Parks),生于1913年,美国著名民权人物,她因在美国亚拉巴马州蒙哥马利的公共汽车上拒绝让座给一个白人,而引起了全市范围汽车公司的联合抵制,激起了美国20世纪60年代的民权运动。——译者

② 美国排名第一的亲子教育杂志。——译者

③ G. I. JOE 是美国特训特种敢死队的代号,该队组建的目的是维护人类的自由与安全。他们是联合世界各地精英而组成的强大的武装力量,在队长“公爵”的带领下,专门对付称为“眼镜蛇”的恐怖组织。他们的口号是“真正的美国英雄……瞧我们的!”《特种部队》是孩之宝玩具公司的拳头产品。1964年,孩之宝推出了最早的活动人偶 G. I. Joe。G. I. Joe 系列非常畅销,成为孩子宝历史上一次革命性的成功。G. I. Joe 一般都是12英寸的人偶玩具,大多以3又3/4英寸(即9.5厘米左右)人偶配套辅战车/机为主。在文化产业方面亦曾分为漫画、动画两大系列。在20世纪80年代初期,孩之宝为了推广他们的玩具人偶而于 Marvel 漫画杂志上连载的漫画系列。——译者

④ Leah Yarrow, "Should Children Play with Guns?"; Jean Mamollo, "Pistol Packing Kids," *Parents' Magazine*, Jan. 1983, 50—55.

都会提供一些新奇的小玩意儿。了解最新的时尚才意味着是一个“孩子”。我们的确还在给婴儿和蹒跚学步的儿童一些传统玩物——格格作响的玩具、橡皮环、把玩具想象成一个看不出年龄的小丑和马戏团动物。而且我们仍然可以听到儿童心理学家和杂志上的大众写手给我们提供一些久经考验的玩具清单。可是，一旦我们的孩子长到能够看电视（和广告）的年龄，他们就会要荧屏上闪闪发光的新奇物件。即使父母们想把他们记忆中的玩具给孩子，也很难在玩具店拥挤不堪的货架上找到它们。

过去的几十年里，玩具制造业一直存在着一些令人不安的变化。自20世纪60年代后期，许多旧玩具公司——由于它们制作的玩具而受到一代又一代的尊敬——渐渐消失了。A·C·吉尔伯特（A. C. Gilbert）在1967年去世以及紧随其后公司的出售，结束了自1913年起就生产男孩的建筑和科学组装玩具的传统。吉尔伯特最著名的创造——建筑组装玩具——向父母保证他们的孩子正在准备加入工程、工业和科学的成人世界。大约与建筑组装玩具同时期出现的万能工匠和林肯原木在1970年代也衰败了。今天教女孩子们做家务和照顾孩子的老式厨房游戏系列、玩具屋和婴儿娃娃也在明显减少。那些为孩子们成年生活做准备的玩具已经很难找到。^①

其他的老公司，如因久经考验的幼儿玩具赢得了客户信任的儿乐宝（Playskool）和费雪牌（Fisher-Price），也屈从了大公司的控制。儿乐宝和费雪牌是专门制作益智玩具的。他们提供由儿童发

^① Donald Heimburger, ed., *A. C. Gilbert's Heritage* (River Forest, Ill.: Heimburger House, 1983); A. C. Gilbert with Marshall McClintock, *The Man Who Lives in Paradise* (New York: Rinehart, 1954).

展专家们设计、认同的适龄玩具。他们在成年人出版物比如《父母》杂志上做广告,强调他们的玩具是安全的,是让孩子们为学校生活做准备的。他们的玩具通常不具备太多新意。然而,渐渐地这些公司不得不放弃他们的理想。最终,儿乐宝于1984年由孩之宝 Hasbro 接手,费雪牌则于1993年被美泰(Mattel)接管,后两个公司的成功都是因为他们新奇的玩具。老式的益智玩具只在高消费的孩子们和模型屋特色商店幸存下来。在那儿,仍然能够找到朴素的积木和富有挑战性的手工艺品。但是,他们不再是折扣店和仓储式玩具店的主角,而大多数玩具则是要在那儿出售的。^①

20世纪70年代之前,多数玩具是用来为孩子们未来的成年角色进行培训,或者为学前儿童的教育做准备。另外也有一些是稀奇古怪的新奇玩意儿。在长达50多年的时间,路易斯·马克斯^②制造了数千个注重想象和创新的玩具系列和机械玩具。马克斯的玩具很便宜,常常是对旧主题的循环重制。他用卡通人物贩卖他的玩具,并且通过连锁店大量占领市场。某一年中由“校园男孩”驾驶的带发条的“疯狂小汽车”,会在另一年里再次出现,只不过在男孩的旁边多了个米老鼠。不过,尽管马克斯的玩具有变化,但仍然是保守的、传统的。直到20世纪60年代,他都不做广告,他的玩具是以现实生活为基础的,例如停车库和飞机场。然

① "Hasbro Merging with Milton Bradley," *Business Week*, May 21, 1984, 90; "Hasbro Inc.," in *Notable Corporate Chronologies*, ed. Susan Martin (New York: Gale Research, 1995), 802—803; "Mattel Gets All Dolled Up," *U. S. New and World Report*, Dec. 13, 1993, 74—77.

② 著名的美国玩具公司 Louis Marx and Company (1919—1978) 的创始人。这个公司的产品包括镀锡铁皮建筑、玩具士兵、玩具恐龙、机械玩具、玩具枪、活动人偶、娃娃、娃娃屋、玩具车等。其产品以物有所值的高品质为特征。——译者

而,他的公司也被卷入商业并购之中,1972 年卖给了桂格公司 (Quaker Oats),并最终于 1979 年彻底消失。^①

吉尔伯特、儿乐宝和马克斯都是不同时代的玩具制造商。虽然他们提供的玩具类型极不相同,但他们生产的玩具都具有一定的创造性,是父母很乐意送给孩子的。然而,这却远非今天的现实。取代他们的是一种专门生产新奇玩意儿并直接诉诸孩童想象力的新型公司。到 20 世纪 80 年代中期,主要的玩具制造商是美泰和孩之宝。美泰于 1945 年在加利福尼亚起家,制作了它标志性的玩具芭比娃娃。1923 年孩之宝在罗得岛州的普罗维登斯成立,靠 G·I·乔这一特种部队英雄,吞并了大量的小公司致富。这两个巨人都对这一行业的转变,即从主要强调父母的需要与价值到直接诉诸孩子的渴望与想象作出了贡献。

美泰和孩之宝是 20 世纪 50 年代在儿童节目上做广告的先驱。孩之宝宣称是第一个在(地方)电视台上做广告的(1951 年的土豆头先生)。当美泰在 1955 年成为米老鼠俱乐部主要的广告商时,它成了这一行业的龙头老大。他们设计完美的促销用语,不仅直指玩具而且还有故事。这些广告都有剧本,告诉孩子们如何玩游戏,如何使玩具成为这些虚构剧情的主角。这种形式的推销广告是如此成功,以至到 20 世纪 80 年代中期,这些公司和其他公司已经将卡通节目变成了以特定玩具为卡通主角的半小时商业特别节目。“特种部队:伟大的美国英雄”(孩之宝)和“宇宙的巨人希曼”(美泰)是典型的善恶斗争的励志故事,但他们

① Sydney L. Stern and Ted Schoenhaus, *Toyland: The High-Stakes Game of the Toy Industry* (New York: Contemporary Books, 1990); *Antique and Hobby Collectors* (July 1991), 39, 50.