



美国动画发展史

- ✿ 美国动画发展历程
- ✿ 美国动画的代表机构
- ✿ 美国动画的人物特点
- ✿ 1989年以来的迪斯尼动画研究



美国动画发展历程

- ✿ 初创时期（1907 — 1936 年）
- ✿ 初步发展时期（1937 — 1949）
- ✿ 第一次繁荣时期（1950 — 1966 年）
- ✿ 蛰伏时期（1967—1988）
- ✿ 第二次繁荣时期（1989 至今）



初创时期（1907 — 1936 年）

- ✿ 1907 年，美国人布莱克顿拍摄完成了第一部动画片《一张滑稽面孔的姿态》，自此美国动画电影史宣告正式开始，这一时期的动画影片制作比较简单粗糙，只有短短的几分钟，被用于电影正式播放前的加演。这个时期涌现出的动画先驱还有温莎·麦克凯、帕特·苏立文、弗莱舍兄弟等。
- ✿ 麦克凯的第一部动画影片《小尼摩游梦士》带动了商业动画电影的发轫，紧接着他又创作了《恐龙葛蒂》（1914）、《露斯坦尼亚号的沉没》（1918 年）等。



初创时期（1907 — 1936 年）

- ✿ 苏立文创作了美国动画史上第一个动画明星菲利克斯猫，在美国这只猫的名声甚至与同时期的卓别林相媲美。
- ✿ 当然最值得一提的还有迪斯尼的创立者沃尔特·迪斯尼，1928年他推出了第一部有声动画电影《汽船威利号》，主角是一只长着大而圆的耳朵、穿靴戴帽的小老鼠米奇，这只善良乐观的小老鼠博得了观众的喜爱，不久米老鼠以其超凡的魅力成为举世闻名的动画明星。1935年迪斯尼又推出了第一部彩色动画片《花与树》。



初步发展时期 (1937 – 1949)

- ✿ 1937 年，迪斯尼公司推出了世界第一部动画电影长片《白雪公主和七个小矮人》，片长 74 分钟，成为美国动画电影史上的创举，这是世界上第一部发行原声音乐的电影，影片中绚烂的色彩和生动的人物动作都令当时的观众叹为观止，从此动画片一举甩掉正片甜点的帽子，主打动画长片开始登堂入室。
- ✿ 接着迪斯尼又推出了《木偶奇遇记》（1940 年）、《幻想曲》（1940 年）、《小鹿斑比》（1942 年）等动画长片，二战爆发后，迪斯尼公司停止拍摄动画长片，直到 40 年代末才恢复动画长片的拍摄。在战争期间，由查克·琼斯创作的动画短片《兔八哥》、《戴飞鸭》等也深受观众喜爱。



第一次繁荣时期（1950 – 1966 年）

- ✿ 从 1950 年开始，美国动画电影进入了第一个繁荣时期，在这时期迪斯尼公司几乎每年都会推出一部经典动画片，如《仙履奇缘》（1950 年）、《灰姑娘》（1950 年）、《爱丽斯梦游仙境》（1951）、《小姐与流氓》（1955）、《睡美人》（1959）等影片。
- ✿ 这些影片的视听效果达到了完美的境界，给观众带来极大的审美愉悦，缔造了迪斯尼的黄金时代，迪斯尼公司成为美国动画电影业界的霸主，而其他的动画制作公司在迪斯尼公司的排挤之下纷纷关门停业。



蛰伏时期（1967-1988）

- ✿ 1966年12月15日，随着伟大的动画大师沃尔特·迪斯尼的去世，迪斯尼公司的创作和技术革新都陷入低潮，美国动画业也进入了萧条时期。而这一时期电视动画则渐渐发展起来，汉纳·芭芭拉创作的电视系列动画片《猫和老鼠》、《辛普森一家》等受到观众的喜爱。
- ✿ 这一时期，迪斯尼制作了一些颇有争议的动画电影，如《黑神锅传奇》（1985年）。80年代后迪斯尼公司开始尝试利用电脑制作动画，1986年在《妙妙探》中第一次用电脑动画制作了伦敦钟楼的场面。



第二次繁荣时期（1989 至今）

- ✿ 1989 年，迪斯尼公司经过数年的磨砺，推出了《小美人鱼》，并获得巨大成功，这部影片改编自安徒生童话，为了迎合现代人的欣赏习惯影片融进了现代元素，并且融汇了百老汇歌舞片的风格特点，成为大银幕手绘动画的巅峰之作，拉开了美国动画电影再次辉煌的序幕。
- ✿ 这个时期的代表作品很多，如《阿拉丁》、《美女与野兽》、《风中奇缘》，《木兰》、《埃及王子》等，还有创造了票房奇迹的《狮子王》、《海底总动员》、《怪物史莱克》等经典动画影片。进入 20 世纪 90 年代末，各大电影公司纷纷涉足动画界，如梦工场、21 世纪福克斯、时代华纳等，自此三维动画开始大行其道。



美国动画的代表机构

- ✿ 动画公司

- ✿ 迪斯尼公司
- ✿ 梦工厂
- ✿ 时代华纳
- ✿ 派拉蒙
- ✿ 20 世纪福克斯

- ✿ 动画工作室

- ✿ 皮克斯 (PIXAR) 三维动画工作室
- ✿ PDI 三维动画工作室
- ✿ 蓝天三维动画工作室



迪斯尼公司

- ❖ 成立于 1923 年，一直由沃尔特·迪斯尼掌门，目前已是全球最著名的娱乐公司。当初，在公司创始人的领导下，迪斯尼公司成功地运转起来。它积极发展业务，占今天投资组合 90% 的公司增长阶梯就是从那时开始形成的。

1967 年沃尔特去世后，由他的哥哥罗伊掌管，后交给沃尔特的女婿米勒，在 20 世纪 80 年代雇佣职业经理人艾斯纳接管，使得迪斯尼公司重获新生。
- ❖ 今天，迪斯尼公司的股权包括电影、广播、现场娱乐、主题公园与度假村以及消费品。1997 年，迪斯尼公司创收 225 亿美元，这个数字几乎是 1995 年的两倍。



梦工厂

- ✿ 始建于 1994 年 10 月，三位创始人分别是史蒂文·斯皮尔伯格（代表 DreamWorks SKG 中的“S”），杰弗瑞·卡森伯格（代表 DreamWorks SKG 中的“K”）和大卫·格芬（代表 DreamWorks SKG 中的“G”）。梦工厂的产品包括电影、动画片、电视节目、家庭视频娱乐、唱片、书籍、玩具和消费产品。
- ✿ 梦工厂是唯一能与迪士尼抗衡的电影公司 制作的动画包括《埃及王子》，《怪物 Shrek》，《小马精灵》，《辛巴达七海传奇》，《小鸡快跑》，并在 2010 年推出全新 3D 动画大片《驯龙记》。



时代华纳

- ❖ 成立于 20 世纪 20 年代， 20 世纪三四十年代开始制作动画短片， 1962 年关闭了动画部门， 直到 20 世纪 90 年代又开始重新制作动画片。
- ❖ 时代华纳（Ti me Warner Inc。 2000 年－ 2003 年称为美国在线时代华纳） 是美国的一家大型媒体公司， 在 2000 年， 美国在线（美国当时最大的因特网服务提供商） 与原先的时代华纳（Ti me Warner， 一家传统的媒体巨擎， 横跨出版、 电影与电视产业） 合并而成。
- ❖ 代表作有《魔剑奇兵》、《铁巨人》等。



派拉蒙

- ✿ 作为电影业的老牌巨头，派拉蒙以群星环绕雪山的**标志**为人所熟知，事实上，用高山来比喻派拉蒙在电影业的地位也是非常恰当的，在创立的最初三十年，这家公司以众多的明星，高质量的影片和遍布全美的连锁影院，一直坐在好莱坞霸主的宝座上。
- ✿ 从六十年代到九十年代，派拉蒙的实权人物更迭速度很快，不过这没有影响公司的影片品质，无论是罗伯特·埃文斯，还是巴里·迪勒，雪莉·兰辛主政，这家公司总能制作出《教父》、《周末夜狂热》、《夺宝奇兵》和《阿甘正传》这样叫好又叫座的影片。



派拉蒙

- ✿ 在 2005 年合并了梦工厂之后，派拉蒙解决了公司在影片开发上已经陷于疲软境地的问题，2007 年，发行了《**史莱克3**》和《变形金刚》这些超级卖座片的派拉蒙一举成为好莱坞票房收入最高的大公司。
- ✿ 代表作有《美国鼠谭》、《原野小兵兵》、《淘气小兵兵》、《天才小子吉米》等。



20世纪福克斯

- ✿ 二十世纪福克斯旗下还有两家很有特色的子公司，制作 3D 动画长片的蓝天工作室和发行独立电影的福克斯探照灯公司。迄今为止，蓝天工作室制作的三部影片《冰河世纪》、《机器人》和《冰河世纪 2》都很成功，几乎能够与皮克斯和梦工厂两大动画巨头抗衡，而福克斯探照灯公司则是独立电影业的一颗明星，曾发行过《阳光小美女》等叫好又叫座的影片。



皮克斯 (PIXAR) 三维动画工作室

- ✿ 作为电脑动画领域的领头羊——PIXAR动画工作室从 1984 年到 2004 年十年里发行了六部影片，每一个都是巨型炸弹（1995 年的《玩具总动员》，1998 年的《虫虫危机》、1999 年的《玩具总动员 2》、2001 年的《怪物公司》，2003 年的《海底总动员》，2004 年的《超人特攻队》，2006 年上映的《汽车总动员》。）。
- ✿ 皮克斯出现让电脑动画逐渐成为电影中不可缺少的重要元素之一，高科技的加盟不仅仅提升了影片的可看性，也为动画影片本身提供了更为宽广的选材空间。



PDI 三维动画工作室

- ✿ 依附对象：梦工厂
- ✿ 代表作：《蚂蚁雄兵》、《怪物史莱克》



蓝天三维动画工作室

- ✿ 依附对象：20 世纪福克斯
- ✿ 代表作：《冰河世纪》



派拉蒙标志







狮子王

- ❖ 动物界中的“哈姆雷特”，第一部历史上最受欢迎的多国语言动画片，迪斯尼公司的巅峰之作。1994年6月15日在美国首次上映，是迪斯尼公司的第32部经典动画长片。
- ❖ 本片从莎士比亚的《哈姆雷特》（又名《王子复仇记》）获得灵感，利用了当时最先进的2D动画技术，以其活泼可爱的卡通形象、震撼人心的壮丽场景、感人至深的优美音乐，以及其所描述的爱情与责任的故事内容，深深的打动了许多人。
- ❖ 《狮子王》不仅创造了票房上的巨大成功，也使人重新定义了动画电影。在95年的第67界奥斯卡颁奖晚会上，《狮子王》荣获最佳电影配乐及最佳电影原作歌曲两项大奖。



狮子王

- ✿ 后来迪士尼又制作了两部续集，分别为《狮子王 2：辛巴的荣耀》和《狮子王 3：HAKUNAMATATA》。根据电影《狮子王》改编的音乐剧于 1997 年 10 月在百老汇公演后，大获好评。迪士尼公司还推出了《狮子王》的儿童图文书。意大利和日本也分别有两部叫作《狮子王》的动画片。



狮子王

- ✿ 《狮子王》这股热浪随后席卷世界各地。此片配置了 27 中不同语言，在 46 个国家和地区都受到观众的热烈欢迎。在欧洲、拉美和非洲的 20 多个国家，该片成为历史上最受欢迎的英语影片，《狮子王》现在是电影史唯一进入票房排名前十名的卡通片，总票房收入现已超过 7 亿 5 千万美元！该片于 1995 年 7 月 15 日在中国公映。





三维动画

- ✿ 1995 年，由皮克萨制作、迪斯尼发行的《玩具总动员 1》开创了动画电影的新时代，因为这是世界上第一部全电脑制作的动画长片，是一部真正的三维动画电影，由于全部使用 CG（Computer Graphics）技术，影片从制作到放映，没有出现失真现象，也改变了胶片放映时银幕中间亮四周暗的缺陷，画面均匀度几乎完美。
- ✿ 同时该片色彩鲜艳、景深层次感极强，人物的动作和表情刻画的惟妙惟肖，给观众造成极强的视觉冲击。三维动画影片的制作与传统的二维动画制作完全不同，它是根据前期设计，在计算机中通过相关软件制作出动画影片，制作流程为建模、材质、灯光、动画、摄影机控制和渲染等。



三维动画

- ✿ 相对于二维动画而言，三维动画在表现人物的质感、逼真程度上更胜一筹，在《玩具总动员1》中，“安弟共有12384根头发，小狗头的毛发多达15977根，每一根毛发都能活动，为了使人看起来像真的，而不是电脑画的，至少选用了10种不同的贴图质料，以达到雀斑、疹子、汗毛及油脂等细部效果，安弟脸上的控制点有212个之多，其中嘴巴又占了8个以上，连安弟的嘴巴因为风吹而不断左右抽动的情况，电脑都能栩栩如生地表现出来。”
- ✿ 影片以精湛的技术、非凡的立意和细腻的人物塑造获得极大成功，使用CG技术制作动画片，不但能使人从繁琐的手绘工作中解脱出来，缩短了制作周期，而且三维动画逼真的视觉形式、眼花缭乱的特技和宏大的场景给观众带来焕然一新的视觉效果。



三维动画

- 随后美国各大动画电影公司纷纷加入到制作三维电脑动画的行列，三维电脑动画来势汹汹并大行其道，如《海底总动员》、《虫虫危机》、《小蚁尖兵》、《冰河世纪》、《怪物史莱克》、《怪兽公司》、《超人特工队》、《料理鼠王》等影片均采用 CG 技术，几乎每一部影片都获得满堂喝彩，而且票房纪录不断被刷新。
- 梦工场在 2001 年出品的《怪物史莱克 1》，以其颠覆性的创意和精湛的技术成为 2001 年最为风光的动画电影，该影片的技术集中在片中演员的表演上，尤其是人物的面部表情上。



三维动画

- ✿ 为了将影片的主角史莱克刻画得淋漓尽致，梦工场专门设计了一个“人物面部动画”的计算机系统，这个系统能把人物的造型、表情和口型都刻画得完美无缺。当影片中人物说话的时候，口型以及牵动的面部肌肉的运动效果是经过电脑分析，模仿真人的说话情景制作出来的，其逼真的形象刻画令观众叹为观止。
- ✿ 同时梦工场还开发了一个“液体流动”的动画程序来进行场景的设计，由于梦工场在技术和创意上的努力，该影片获得 2001 年“艾美”奖动画片组七项大奖以及 2001 年奥斯卡新设立的“最佳动画长片奖”等奖项



三维动画

- ✿ 2003 年，皮克萨制作的《海底总动员》为了更好地把海底世界表现出来，技术小组深入研究水的属性，创作出新的应用软件来勾画水的世界，再加上灯光的出色运用，该影片的画面美妙绝伦，一举获得“76 届奥斯卡最佳动画长片奖得主”、“历年北美地区动画片首映票房最佳成绩”等一系列称号。
- ✿ 2004 年皮克萨出品的《超人特工队》运用了“统计学模型”，在人物变形和衣物模拟中得到成功应用。





怪物史莱克 3

- ✿ 特效师阿纳尔德·拉莫莱特将《怪物史莱克 3》形容成“全新的风格化现实主义”，大白话就是让画面更加自然，然后再加进一些专门让你有视觉享受的非凡元素。
- ✿ 作为导演之一，许诚毅举了一个非常形象的例子：“这部影片中，你甚至能够看出菲奥纳公主裙子的质地，尤其是当她站在太阳底下的时候，会产生一种闪闪发光的明亮感。我敢发誓你肯定能分辨出这里使用了几种布料，包括它的柔软和舒适程度。这一集影片在技术上的飞跃太明显了，衣服、头发，都达到了一种难以置信的逼真水平。我们甚至专门开发了新的毛发模拟工具，只为了让其更具真实的动态效果。”



怪物史莱克 3

- ✿ 美工设计师吉约姆·阿瑞托斯则提出了影片需要解决的另一个问题：“如何让一个建立在虚构基础上的童话故事变得真实可信呢？如果当你随着故事的发展跟着史莱克一起走进树林时，会产生这样一种冲动，似乎只要你肯伸出手，就可以触碰到树干和草地，那么我的目的就算是达到了。”
- ✿ 劳伦斯·D·卡特勒的工作和露西娅·莫德斯托很相似，也负责影片的角色设计，不过是除主角之外的所有配角：“我们要做的，就是为影片中的世界填充进各种与众不同、层次复杂的次要角色，影片开始制作之前，我们就已经设计好了将近 5000 个角色，每一个都获得了导演以及艺术指导的认可。



怪物史莱克 3

- ✿ 在处理的过程中，每一个角色都处在同等的地位，没有孰重孰轻之说，不管是仅次于主角的次重要角色，还是你可能都注意不到、给影片当背景陪衬的走场角色。”
- ✿ 对应如此多的角色，服装设计师伊斯雷尔·西格尔的工作量也是非常庞大的：“虽然这里有 5000 多个可能性，但我认为可以缩窄至 2500 种不同的服装风格，尤其对于需要大面积出现群众的场景。如果你能在影片中找到有两个或两个以上看起来很像的人，告诉我，我们一定奖励你。”



怪物史莱克 3

- ✿ 可以想象，对于咱们观众的眼神来说，《怪物史莱克 3》还真是一个不小的挑战呢。就连视觉特效师菲利普·格鲁克曼也觉得有点不可思议：“新故事中集结了一群公主，她们从服装到发型都各有特色，包含了许多有想法的设计在里面——有时候，这往往比故事本身更具说服力。至于我个人认为影片中最有趣的场景，那就是史莱克和菲奥纳穿着皇室礼服的那个部分，他们看起来太荒谬可笑了，几乎无法动弹。”





美国动画人物造型特征

- ✿ 造型的拟人化
 - ✿ 身体结构的拟人化
 - ✿ 行为举止的拟人化
 - ✿ 服装的拟人化
- ✿ 写实与卡通的结合
- ✿ 造型与性格的统一



身体结构的拟人化

- ✿ 即将植物、动物或其它非生命体的造型结构与人类相结合，使之带有明显的人类的特征，比如只保留动物的身体，而将脸部进行拟人化处理，再如给非生命体添加头、四肢、口等，让它们像人类一样能开口说话，能表达自己的喜怒哀乐等情感。
- ✿ 在《小鸡快跑》中，小鸡们外凸的大眼睛和香蕉型的大嘴极具特色，而且小鸡们居然还有了牙齿，独特的创意使小鸡更具个性魅力。在《料理鼠王》中，为了发挥小老鼠小米的精湛的厨艺，设计师把小米的爪子换成人类的双手，这样小米作为厨师的身份顿时让人倍感亲切和属实。



行为举止的拟人化

- ✿ 《怪物公司》中，各种怪物都在街头赶着路上班，在先进的能源公司工作，在寿司店就餐。大眼仔迈克给自己唯一的眼睛戴上了隐形眼镜，迈克的女友是响尾蛇，因为迈克喜欢长发，所以她决定不剪发，蛇们不约而同地长吁一口气，这些幽默的拟人化的处理使影片极具魅力。
- ✿ 在动画影片中，这些动画人物都被加入了某种特别的爱好，这不仅丰富了人物形象，同时还给影片增添了许多趣味，给观众留下深刻的印象。



服装的拟人化

- ✿ 在美国动画影片中，为了使动画人物更接近观众，一些非生命体或者动物常常穿上漂亮的衣服、身上佩戴精美的饰物。
- ✿ 如《灰姑娘》中，灰姑娘给小老鼠们做了各种漂亮合体的小衣服，使他们更加可爱传神；《小鸡快跑》中，设计者给小鸡穿上了毛衣，母鸡拜布所穿的那件毛衣是用牙签和线做成的；在《怪物公司》中，蟹总裁挺着圆圆的肚子，西装革履，体现了一个大企业总裁的高贵和权威。



写实型

- ✿ 在美国动画影片中，人一般被设置成写实型，为了表现人的性格特征，即使有稍微的夸张和变形，但整体特征还是呈现出写实的风格。
- ✿ 如迪斯尼的第一部动画长片《白雪公主和七个小矮人》中，白雪公主的造型就是写实型，为了让白雪公主的动作真实，沃特·迪斯尼专门找来一个年轻的舞蹈演员作为模特，“要将白雪公主创作成童话中所说的‘皮肤好似白雪，双眼照亮人心，她的朱唇红如血，头发黑似夜’的同时还要兼顾写实和动画，确实是件煞费苦心的事情。”



写实型

- ✿ 在众多的设计稿中被确定下来摆上银幕的这个造型，长长的睫毛下水汪汪的大眼睛，漆黑却有些时髦的烫发，还有微有些丰满的身材显然都带有 30 年代的深深烙印，而且整个人物严格地按照人体的结构绘制，没有做什么变形和夸张的处理。
- ✿ 在美国动画影片中，人物的造型非常时尚、新潮、极具魅力，特别是女性角色，如《小美人鱼》中的爱丽儿，服装非常时尚迷人，将两片贝壳串起来穿在胸前当作泳衣，而绿色鱼尾酷似摇曳多姿的薄纱长裙，人物形象极具吸引力。在《钟楼驼侠》中的爱斯梅达有着一头乌黑的长发，硕大的金色耳环夸张地挂在左耳，性感的褐色肌肤和琥珀色的双眸充满了异域风情。



卡通型

- ✿ 在《白雪公主与七个小矮人》中的七个小矮人被设计成非常可爱的卡通型，他们笑容可掬、古灵精怪，而且迪斯尼将他们的名字与个性进行巧妙的结合，光听名字我们就能从中体会到莫大的快乐，如“爱生气”、“开心果”、“喷嚏精”、“糊涂蛋”等，成为备受观众喜爱的逗趣搞笑的滑稽角色，而这也成为迪斯尼近百年来动画影片的一种固定模式。
- ✿ 动物角色在美国动画影片中也常常被设计成卡通型，他们只保留很少的体态特征，其他的进行夸张和变形，在影片中他们被赋予了人的个性，是动物形态与人物性格的有机融合。



卡通型

- ✿ 如米老鼠米奇就是由一系列圆圈组成，大脑袋、大手脚和细小的四肢的造型使这只老鼠形象十分逗趣可爱。而唐老鸭也将作为家禽的鸭子的外形轮廓和习性特点进行提炼和夸张，摇摆着笨拙的鸭步，喜欢呱呱得大叫。美国动画电影中人物的卡通造型，影响了世界许多国家的动画美术设计的创作思路和造型风格。



造型与性格的统一

- ✿ 在动画片中，人物的性格往往能通过人物的造型特征来表现。正面角色和反面角色我们一眼就能判断出来。
- ✿ 反面角色的造型往往具有某些邪恶的特征，如三角眼、骷髅脸、畸形身材，色彩搭配上也是以冷色调或比较刺眼的颜色为主，如《白雪公主和七个小矮人》中的王后、《阿拉丁》中的贾方、《狮子王》中的刀疤等。
- ✿ 在影片《料理鼠王》中，批评家安东·伊格的性格与造型设计相得益彰，作为顶尖的美食评论家，瘦削细长的身材寄寓了他批评标准的高度，长菱形的脸部突出其苛刻与挑剔的性格，弯弯的背部则表明他长期伏案写作。



造型与性格的统一

- ✿ 动画片中的正面角色在脸型、五官、身材和着色方面都与反面角色形成鲜明的对比。正面人物的脸型基本上是圆形、卵形、方形等，很少采用让人感觉阴险的鹰钩鼻和三角眼，身材曲线比较流畅，能让人感觉到宽厚和温暖，给人亲切柔和的感觉。
- ✿ 如《阿拉丁》中的主角阿拉丁眉清目秀，举手投足间尽显勃勃英气，人物形象既有英雄的气质也有凡人的可爱，深得观众喜爱；而公主贾丝明则纤腰素手，丹唇凤眼，既具有浓厚的古典美，又洋溢着现代的青春气息，对观众颇有感染力。



美国动画人物的个性特征

- ✿ 性格鲜明
- ✿ 双人搭档模式
- ✿ 人物性格从简单到复杂, 从完美到缺憾
- ✿ 人物语言幽默



性格鲜明

- ✿ 黑格尔在《美学》中宣称：“性格就是现代艺术的真正中心”，而喜剧大师卓别林也认为“没有个性就没有喜剧”，因此，动画片不论是长片还是短片，其动画人物都具有鲜明的个性特征。
- ✿ 譬如迪斯尼短片的招牌角色米老鼠米奇，具有率直、善良、乐观的个性，经常身陷困境，但每次都能化险为夷，而且永远乐观向上，面带笑容，简直就是卓别林的翻版，这只可爱的老鼠使当时的美国人暂时忘记了经济萧条所带来的烦恼，还有那只走路不稳，“嘎，嘎，嘎”呱呱大叫的唐老鸭曾给世界几代儿童带来无数欢乐。



双人搭档模式

- ✿ 雨果曾说过：“世界上有两种人，一类是铁，一类是磁铁。”电影中的主角当然是铁，而配角是磁铁，为了刻画主角的个性特征，美国动画影片中总是塑造一个或两人配角陪伴在主角左右，既可以推动剧情的发展，又可以增加一些噱头来娱乐大众，美国动画影片已经形成了双人搭档模式。
- ✿ 如《怪物公司》中主角是一只有着蓝紫色皮毛、长着触角、面目狰狞的大块头怪兽苏利文，他是怪物公司里赫赫有名的顶级恐吓专家，而他的搭档则是个头矮小、喜欢自作主张的绿色独眼小怪物麦克。高大威猛的怪物身边安插一个口齿伶俐、喋喋不休的小家伙，不仅在视觉上产生错落有趣的效果，同时他们的互相排斥和和解又使影片丰富多彩，别开生面。



人物性格从简单到复杂，从完美到缺憾

- ❖ 早期的迪斯尼动画电影中，充当主角的人物一般都是真善美的化身，影片中的角色基本上只有两种：王子与公主这样的正面角色、女巫或者库伊拉这样的邪恶反面角色，还有一直陪伴在主角旁边的小矮人、驴子等小角色，在影片中公主一定是善良又美丽的，王子一定是潇洒勇敢的，巫婆肯定是丑陋邪恶的。
- ❖ 如迪斯尼的第一部动画长片《白雪公主和七个小矮人》，白雪公主便是美丽善良和勤劳的典型代表，她几乎完美的形象征服了全球影坛，在历经几代观众的崇拜后仍是不老的纯情偶像，其地位无可动摇。可以说《白雪公主和七个小矮人》为美国动画人物性格的塑造开创了一种模式，其后的影片大多沿袭了这种传统。



人物性格从简单到复杂, 从完美到缺憾

- ✿ 在早期的美国动画电影中, 人物性格比较单一, 刻画比较粗糙, 对人物的心理世界描写也不是那么深刻。
- ✿ 20 世纪 90 年代之后, 随着梦工场、皮克萨工作室、20 世纪福克斯、时代华纳等电影制作公司的加入, 美国动画电影对角色的塑造日臻成熟, 影片中的人物性格也变得更加复杂更有层次, 人物也从原来的英雄、美女变成邻家大哥和大姐、甚至怪兽, 人物变得更加平民化, 更贴近大众, 他们也有自己的小缺点, 也有人世间的烦恼和忧愁。



人物性格从简单到复杂, 从完美到缺憾

- ✿ 2004 年 20 世纪福克斯公司出品的《加菲猫》，凭借对加菲这只又懒惰、又自私还有点唠叨的大肥猫的成功刻画获取了亿万观众的青睐。
- ✿ 加菲随心所欲、想吃就吃、想睡就睡、是个极端的享乐主义者，他自私、甚至有些自恋，他最受不了的就是人不聪明。加菲猫之所以深受观众的喜爱，是因为他的缺点和行为正是人们想做而不敢做的，他的出现契合了大众的心理需求，使观众在诙谐中看到自己的影子，同时也在梦境中实现了观众心底的愿望。



人物语言幽默

- ✿ 在动画片中，人物语言是观众了解剧情发展的重要因素，人物语言是否有感染力对动画影片至关重要，美国人的坦率、乐观、幽默决定了美国动画影片中的人物语言特征，幽默诙谐、表情夸张的人物语言成为美国动画电影的一大特色。在美国动画影片中，人物的语言幽默逗趣，总能博得观众会心一笑。
- ✿ 如《加菲猫》中的加菲总是语出惊人，凭借它幽默搞笑的话语使影片大获成功。从一句“我痛恨星期一”开始加菲猫出场了，加菲的经典爆笑语录很多，如“今天我要做俯卧撑，呀呀呀呀（实在撑不起来），今天先俯卧，明天再撑。”、“爱情来的快去的也快，只有猪肉卷是永恒的。”、“你可以让小猫离开肉饼，但是不能让肉饼离开小猫。”、“爱我，喂我，不要离开我！”等等，加菲猫的聪明幽默使“菲迷”们对它情有独钟。



1989 年以来的迪斯尼动画研究

- ✿ 经典文本的后现代精神彰显
 - ✿ 传承经典的文本配方
 - ✿ 后现代精神的显现
- ✿ 变形与仿真共存的动画手法
 - ✿ 随心所欲的变形
 - ✿ 惟妙惟肖的仿真
- ✿ 继往开来的商品逻辑



经典文本的后现代精神彰显

- ✿ 经过半个多世纪的风雨飘摇和岁月积累，1989年以来的迪斯尼动画一方面继了迪斯尼温馨、和睦、富有童心的创作传统，采用模式化的生产配方。
- ✿ 另一方面，进一步拓展动画的表现力，演绎后现代的某些精神特质。迪斯尼公司锲而不舍地为观众构建了一个远离饥饿、战争、贫穷的童话世界，并形成固定的创作模式，包括情感招牌模式、“双人”搭档模式、线性叙事模式。



经典文本的后现代精神彰显

- ❖ 迪斯尼动画营造出优美的童话王国，这个童话世界仿若是听到的一声远方的呼唤，是远离热闹城市而偏处未定界的想像之国。“迪斯尼可以说得上已经使他的动画片成为当代美国电影艺术最优美的表现形式了。”
- ❖ 当步入这个优美的动画王国，我们发现迪斯尼公司感应着时代的脉搏，在当今的消费社会中，涉足了后现代的娱乐方式，给观众以视听的满足和快感，让观众经历一次又一次的幻游旅行。



传承经典的文本配方

- ✿ 在历史和市场的磨砺中，迪斯尼动画形成自己的一套生产配方，以确保产生和质量的稳定性、高效性和可预测性（包括市场风险的可预测性），此所谓文化工业生产的标准化或曰麦当劳化。由此可见，模式化的生产不仅是对传统继承，也是文化产品工业化生产的体现，是文化工业的内在需求。
- ✿ 1989年以来迪斯尼以工业化的生产方式，出产大量的高票房动画。模式化的生产配方无疑成为取得成功的重要因素之一。它的生产配方主要包括：富含亲情、爱情、友情情感招牌、主角身边幽默造笑的配角设置、经典的线性叙事模式。



后现代精神的显现

- ✿ 在分析迪斯尼动画经典模式的同时，我们也看到 1989 年以来的动画文本发了巨大的美学观念的转变—后现代精神的显现。
- ✿ 消费社会为大众提供了全新生活理念：“消费不再只是为了满足物质需求的一种购买行为，而成为了一种生活方式”。消费文化调动起人们消费的欲望，肯定享乐，注重感官刺激和体验。
- ✿ 而后现代文化就从这种无深度、零风格的消费文化中脱胎而出。后现代文化最显著的表现是“对崇高感、悲剧感、使命感、责任感的怀疑和疏离，在过去文化中那些引以自豪的神圣的东西，如深度、焦虑、恐惧、永恒的情感等都消失殆尽，而被那些世俗梦想和文化游戏所代替”。



后现代精神的显现

- ✿ 同时，迪斯尼动画的后现代精神与 1980 年代美国的“政治正确”运动密不可分。这场运动是后现代思潮的重要组成部分，也为迪斯尼动画片的解构提出了历史的要求。所谓政治正确，就是站在多元文化的立场，维护不同种族、性别、文化和阶层之间的平等，以政治正确为标准修正有歧视性的偏见和言论。
- ✿ 这场运动的一些代表性观点融入到 1989 年以来的迪斯尼动画中。如批判以男性为中心的观念，倡导女性的主体意识；反对文化歧视、种族压迫；支持弱势群体和少数民族群等。



后现代精神的显现

1. 强烈的女性主体意识

- ✿ 在以往的迪斯尼动画中，美丽、温柔、善良是女性的固有属性，她们要么是不谙世事，无辜被陷害的公主，如白雪公主，要么是父亲早丧，被继母压迫的可怜儿，如灰姑娘。她们逆来顺受，需要得到他人或者魔法的帮助，才可以获得幸福——公主与王子从此过着幸福的生活。
- ✿ 这正是后现代女权主义所批判的男性言说的女性特征，传统的男权话语总是强调女性的生育能力及由此形成的女性特质。生理差别决定了男女从身份、地位到气质、品格、思维素质等方面的不平等。这种生物决定论遭到强烈的批判。



后现代精神的显现

- ✿ 后现代女权主义认为女性的本质特征由社会主流文化决定，同时通过主流话语表述出来，也就是说女性的弱势地位由社会决定，而非生理特征决定。
- ✿ 男性霸权话语言说的女性特征应该受到批判。于是复兴的迪斯尼动画不时透露出对男性霸权的批判。如《小美人鱼》中人鱼国王颁布禁令，禁止小美人鱼浮出水面，并将小美人鱼收藏的王子雕塑等所有陆地上的东西击得粉碎。而小美人鱼却爱上了人类世界的男子，于是心甘情愿为他浮出水面，以动听的歌喉换取人类的双腿，以几百年的寿命换取人类短暂的一生。



后现代精神的显现

2. 异质平等的平民化走向

- ✿ 后现代追求异质平等，反对等级制度，关注平民和弱势群体。如果说现代启蒙思想带来的是无差别的平等，那么后现代则崇尚异质平等，也就是承认并包容所有的差异。
- ✿ 这种反对等级，包容所有差异的后现代精神也在迪斯尼动画中显现出来。“高贵的爱情和虚幻的幸福被抛弃，只有常人平凡真实的人性和底层弱小者个人的奋斗，虽然也表现了真情至上，但完全是平民化的。”王子和公主门当户对的贵族恋情被下移到民间，王子的爱人可以是平民女子，公主的梦中情人也可以是普通男子，打破阶级差别的平等观念深入美国人的内心。



后现代精神的显现

- ✿ “ 每一个英国绅士都知道，他们应该怎样做才像一个绅士，而美国人就整体而言却更多地意识到他们和对方同样是人。” 承袭的权势为美国人所轻视，他们更看重个人能力所发挥的作用。因此通过个人努力取得成功的主题，屡屡出现在美国动画中。
- ✿ 英雄不再是高高在上的超人，而是平民化的凡夫俗子。如，《虫虫特攻队》没有身材高大威猛的力量型英雄，只有外表毫不起眼的蚂蚁—菲力。它不仅毫不出众，而且被蚁群视为祸害。最终，它以勇气和才智成为英雄；《海底总动员》中父亲马林是一只饱受嘲弄的小丑鱼。为了拯救儿子，它可以战胜种种困难，穿越其他生物都不敢涉足的深海，赢得整片海洋的尊重。



后现代精神的显现

3. 戏谑性喜剧效果的追求

- ✿ 在文化工业繁荣昌盛的消费社会，如果说，与影像时代合拍的是视觉文化，那么我们便可以说与视觉文化合拍的是喜剧性文化。喜剧已经充斥于各种影像产品中，从喜剧小品到电视选秀类节目都有着浓郁的喜剧色彩，甚至电视新闻都被穿插其中的广告消解了严肃性。
- ✿ 在美国动画“乐大于教”的大潮下，迪斯尼公司也将动画的娱乐性放在重要位置。这种快乐消费与审美活动紧密联系，也可以称为审美快感。从哲学层面分析，审美快感的涵义在于真正地为个体松绑，把人从沉重的精神压抑和现实负担中解脱出来，给个体在精神上以无限的生存时空。



后现代精神的显现

- ❖ 迪斯尼公司动画文本的游戏化主要体现在两个方面：一是通过戏仿的手法，营造喜剧效果。戏仿又名滑稽模仿、戏拟；二是将文本中的暴力游戏化，暴力施行成为一种游戏，带有很强的后现代文化消费特色。
- ❖ 迪斯尼公司动画的戏仿主要表现在对真人电影的戏仿上，对迪斯尼以往经典动画的戏仿比较少。戏仿与拼贴不同，前者带有强烈的喜剧色彩，而后者只是将不同的元素组合在一起。弗雷德里克·詹姆逊认为：“戏仿利用这些风格的独特性，占用它们的独特和怪异之处，制造一种嘲弄原作的模仿”，“拼贴是空洞的戏仿，是失去了幽默感的戏仿。”迪斯尼公司的动画并没有像业界新锐梦工厂那样天马行空的肆意拼贴，而是幽默十足地对真人电影进行戏仿。



后现代精神的显现

- ★ 真人电影才有的“拍摄花絮”出现在《虫虫特攻队》、《玩具总动员II》《怪物公司》等影片的结尾，可爱的动物们像真人一样出现失误的笑场镜头。动物们滑稽的动作和表情博得观众的笑容，同时也昭示动画希望与真人电影平起平坐，争取成人观众的愿望。
- ★ 迪斯尼公司动画更有对经典真人电影的戏仿，比如《超人总动员》中超人遭受世界各地控告的一幕，各大报纸头版头条，议员们络绎不绝地上台演说等一系列场面均采用黑白影像，若不是黑白场景中的虚拟动画人物，观众一定认为自己观看的是奥逊·威尔斯的《公民凯恩》这种黑白影像貌似真实的叙述和郑重其事的口吻，让成人观众不禁为之捧腹。



后现代精神的显现

- ✿ 迪斯尼公司的动画也融入暴力元素，但对于暴力通常采用游戏化的处理。如《花木兰》中的两军交战，《牧场是我家中的母牛打斗》，《狮子王》中的王位争夺等等都运用了暴力这一商业元素。而对这些暴力元素的游戏化处理主要体现在暴力施行后果的无代价性。
- ✿ 动画中暴力的施行者和承受者都是动画家创造的虚拟的人物或动物角色，高度的假定性削弱了暴力实施的恐惧感和后果的严重性，而且片中暴力的施行一般并未带来现实世界中暴力往往会产生的残酷性后果，而暴力承受者也并未真正受到致命的重创。



后现代精神的显现

- ✿ 《牧场是我家》中两只母牛在泥泞里扭打成一团只是弄掉了对方的帽子，弄脏了对方的皮毛，如果不是两只母牛凶狠的表情，仿佛只是一场嬉戏或者一场打斗的游戏。
- ✿ 《花木兰》中木兰练习发炮时误发向自己的阵地，把战友炸得焦黑。炮弹并没有造成死亡，相反却引来哄堂大笑。暴力非但没有造成严重的后果，却成了游戏的内容。这种暴力的游戏没有任何意义或者价值定位，没有深度，只是为了满足消费社会人们娱乐消费的需求。





随心所欲的变形

- ✿ 迪斯尼动画的视听语汇相对真人电影而言，都产生了一定的变形。摄影机的运动海阔天空，拥有“无限”自由；灯光“随意”布置，情感富足；色彩“随性”，具有表现意味；剪辑“率性”而为，时空转换灵活多样；歌舞元素更是大篇幅运用，仿若一场尽情尽兴的狂欢晚会等等。
- ✿ 当然，这种“随心所欲”并非恣意妄为或无所不为，而是指迪斯尼动画与真人电影的不同之处。



随心所欲的变形

1. 驰骋的镜头

- ✿ 只要符合叙事的需要，迪斯尼的动画摄影师可以任意把玩镜头的运动，无需恪守真人电影的视听语言，镜头自由驰骋在动画这一宽广的想像之域。
- ✿ 《阿拉丁》中镜头的运动自由流畅，并且颇具幽默感。行游商人推销商品，仿若站在舞台的中央，亦如一位爱出风头的演员，总觉得镜头离自己太远，他会堂而皇之地说：“麻烦镜头拉近一点。”镜头立刻前移，贴到他的脸上，给了一个大特写的景别，让这位奸诈油滑的商人不得不叫道：“太近了，再拉远一点。”镜头马上拉远，并透露出委曲求全之感。



随心所欲的变形

- ❖ 商人对他的每件商品都自卖自夸、言过其实，于是摄影师再也无法忍受，镜头模拟路边驻足的行人悄悄移开。伴随着一声划破天际的画外音“等等”，商人快步跑入，在镜头内急刹车，拿出一盏神灯，神灯倾泻出金水，化做满天的繁星，引领着观众迈上神秘的东方之旅。镜头不仅表露情感，随着情感自由运动，同时展现故事，自然而然地参与到叙事当中。
- ❖ 同时加之新型电脑技术的应用，美国动画电影在叙述上更加流畅自如，许多在常规电影中不能实现的技巧，在动画中都可以实现。如《埃及王子》中的镜头语言在运动上达到了一种极致，影片中摩西和兰姆西斯在街道上驾驶马车的段落，镜头的快速运动与快速的剪辑，营造了常规电影无法企及的崭新空间，丰富了影视语言，使人身临其境，惊叹不已。此段落节奏扣人心弦，镜头运用匠心独具。



随心所欲的变形

2. 率性的剪辑

- ✿ 迪斯尼动画的剪辑较之真人电影显得率性而为。单幅不同意义的画面常常随意组合，整体传达出某一涵义。
- ✿ 比如《阿拉丁》中，阿拉丁被官兵追捕的一段，各种各样卖艺的画面被组接起来：吐大刀、走碳火、睡尖刀、吹琐呐等等，这些画面不分先后，随意调换剪辑的顺序都不影响整体意义的传达，不管怎样排列组合都可以传达出新奇的异域情调和艰辛的市井生活。动画主人公一会儿从高楼跳落到地面，一会儿从地面攀升到高处，一会儿从一处楼顶跳跃到另一处楼顶，因此画面组接也灵活自如，节奏感十足。有时候，迪斯尼动画甚至不加过渡地从一个较为真实的场景转换到具有魔幻色彩的场景。



随心所欲的变形

3. 任意的角色形貌

- ❖ 迪斯尼动画中的角色造型灵活多变，随心所欲地发生着各种变化。《大力神》（Hercules，1997）巨型奖杯上部的缪斯女神轻轻地拂弄奖杯环带，带子立刻变形为楼梯；女神们载歌载舞地下了楼梯，在地面上继续跳舞歌唱，突然组合幻化成为巨大的“A”型；地狱之神凯帝斯的头部多次变形，伸缩不定；他手下的“痛苦”和“慌张”两个怪物，每次出场都幻化成为不同的造型：兔子、地鼠、飞马、甚至是小男孩；雅典卫城依拉费安神殿（Erechthon）的少女列柱时不时地变形为扭动身躯、载歌载舞的缪斯女神，为了方便跳舞，她们甚至用一只手撑着神殿房顶。



随心所欲的变形

4. 主观化的光色效果

- ❖ 相比于真人电影，迪斯尼动画中的灯光和色彩都显得主观而随意。灯光常常采用柔和光效和戏剧光效，而在色彩的运用上，单一的色彩常常充盈着整个画面空间。
- ❖ 迪斯尼动画中的灯光不像真人电影那样，注重光线的方向、角度等等，常常不符合生活的逻辑。迪斯尼动画灯光的随意性主要体现在两个方面，即柔和光效和戏剧光效。柔和光效是指，场景转换的时候，画面与画面之间的光比差距很小。



随心所欲的变形

- ✿ 如《花木兰》（MuLan II，2004）中三位公主乘坐的马车内外光比没有明显的变化，而白天和黑夜的光线变化只是黄色色调和蓝色色调的区别。白天和黑夜不可能呈现出明亮耀眼和伸手不见五指的强烈的明暗对比，不可能体现出自然界常规的光线变化。
- ✿ 迪斯尼公司更多以色彩来表现光线的变化，显现出柔和平缓的画面光效。《美女与野兽》、《风中奇缘》等动画中也有采用这种柔和用光。



随心所欲的变形

- ❖ 戏剧性光效是指类似舞台现场的追光效果。迪斯尼动画中经常运用戏剧性光效：《阿拉丁》（Aladdin, 1992）中出场的神灯精灵拿着话筒，一束追光打在他的身上，慷慨激昂地说：“欢迎你来上我的节目。”；
- ❖ 《圣诞夜惊魂》中追光追随着万圣节城领导者杰克的运动；《赛车总动员》（Cars, 2006）中追光时不时地照在“闪电麦昆”的身上……这种戏剧化的用光模式在真人电影中很难为观众接受，但是在高度假定性的动画中却成为具有强烈舞台表现力的重要的视听元素组成部分。



随心所欲的变形

- ❁ 迪斯尼动画的色彩偏向单纯化，即将某单一的色彩扩大到整个空间，大多数迪斯尼动画都运用单纯化的空间色彩，如《狮子王》象征着繁荣和昌盛的荣耀石以暖绿色为主色调，而大象坟场则呈现土灰色；《阿拉丁》（Aladdin, 1992）沙漠一片铺天盖地的蓝色；花木兰（Mulan 1998）中国大地一片融融的暖绿色。



随心所欲的变形

5. 自由的歌舞元素

- ✿ 当电影仅仅被用来记录舞台演出的时候，歌舞是其主要的组成部分。但是当电影逐渐转变为讲述故事的独立艺术的时候，歌舞逐渐退居到次要的地位。
- ✿ 而歌舞在 1989 年以来的迪斯尼动画镜像语言系统中却是最为常用的元素。几乎每一部迪斯尼动画都有歌唱片段或歌舞片段。仅《阿拉丁》就有 8 段歌唱，贯穿开端、发展、高潮、结局各个部分。《美女与野兽》中载歌载舞的段落更是数以十计。除歌舞片以外的其他常规故事片很少会运用歌唱段落，多达数十段歌舞更是几乎不会出现，而动画已经广泛形成了歌舞风格。



惟妙惟肖的写真

- ✿ 随着电脑仿真技术的日趋成熟，一些运用三维技术的迪斯尼动画，尤其是以《玩具总动员》（Toy Story，1995）为代表的全三维动画在角色造型、场景和光色效果等方面越来越倾向于模拟真实。现代仿真技术可以惟妙惟肖地模拟真实的世界。“三维动画可以说是计算机科学迄今为止在动画领域最大的贡献。它的出现，使动画艺术呈现出多元化的态势。”
- ✿ 全三维动画如雨后春笋般地出现在动画影坛，比如迪斯尼公司的《玩具总动员》、《虫虫特攻队》、《恐龙》、《怪物公司》、《海底总动员》、《四眼天鸡》等等，已经与二维动画分庭抗礼。而观众也早已接受了这样一种动画方式，给以票房的认可。制作方式的转变使动画艺术呈现多元化。



惟妙惟肖的写真

1. 仿真首先体现在细致入微地模拟角色的毛发、表情和运动。
 - ✿ 《怪物公司》中的蓝色怪物苏利文身上有上百万根毛发。这部动画采用仿真技术使每个局部毛发的颜色、密度、粗细、透明度、均匀度、运动特性等都真实自然。于是我们看到了一身蓝色毛发随风飘逸的苏利文，甚至可以看到每一根毛发的运动。
 - ✿ 《海底总动员》小丑鱼尼莫的表情惟妙惟肖。“三维电脑动画提供了比以前更多的面部表情动画控制，包括眼皮和眼球的细微动作。”片中运用表情模拟技术，使鱼拥有人类的表情特征。小丑鱼或开心或失落的神情都类似于人类的表情。这部动画中的运动捕捉也是一大亮点。



惟妙惟肖的写真

2. 仿真技术可以模拟现实场景。

- ✿ 如《玩具总动员》中的卧室、街道；《怪物公司》中的街道、工厂；《海底总动员》中的水底世界；《超人总动员》中拥挤的公路；《赛车总动员》中的类似人类生活的小镇；《美食总动员》中餐厅的厨房等等。
- ✿ 这些场景中的任何一个元素都极力模拟真实。从一草一木到人类的日常生活用品，一切都类似于现实世界中的物体。为了更接近真实，《海底总动员》的导演带领团队下海底考察，仔细观察海水的流动和海底的阳光。最终整个制作团队将绚丽灿烂的海洋世界，包括水底光照半透明的效果都呈现在观众的眼前。



惟妙惟肖的写真

3. 仿真技术可以模拟现实的光色效果。

- ✿ 计算机可以制造出虚拟的人物，更可以搭建场景，制造自然景观，不必布光，不必考虑道具所占的空间，计算机承担了灯光师、舞美师的工作。
- ✿ 这种计算机制作出的真实仿若自然，灯光越来越真实，色彩越来越丰富，使迪斯尼的作品看起来自然天成。相比于主观化的光色效果，仿真技术带给我们另一种视觉体验。单一的色彩不再充斥整个空间，各种各样的色彩填充着场景。



变形与仿真

- ✿ 无论是变形，还是仿真，迪斯尼动画手法的共同目的都在于给人以美的享受。如果过分地运用变形手段，可能让人觉得幼稚无趣。如果过分地运用仿真，可能让人觉得矫揉造作，偏离动画的假定性本质。假使动画的艺术效果等同于真实，那么动画便会失去自身存在的价值。
- ✿ 迪斯尼动画告诉我们：观众体验的美感通常来自这两种对立手法的融合。一方面，再夸张的变形也要在观众熟悉的经验的基础上陌生化。斯尼在此基础上，将女神们塑造得胖瘦不一、形体各异。另一方面，再真实的仿真也往往伴随着变形。





继往开来的商品逻辑

- ✿ 文化已经成为一种可以在市场上出售的商品。我们好像“生活在一个是文化而不是任何意识形态在起作用的时代”。商品拥有自己的意识形态，商品消费成为一种无处不在的文化现象。
- ✿ 文化产品像商品一样被生产、包装、出售。文化行为和商业行为已经相生相息，一荣俱荣、一损俱损。同时，商业性是电影与生俱来的特性，电影诞生之初便伴随着商业利润的索取。
- ✿ 随着电影这一艺术形态的日趋成熟，高投入、大制作成为好莱坞电影的惯用法宝，追求高利润自然也成为题中之义。迪斯尼动画的投入远远超过好莱坞真人电影，动辄几千万上亿美元。



继往开来的商品逻辑

一、细致缜密的前期策划

- ✿ 1989 年以来的迪斯尼动画经营已经形成了完整的产业链。动画产业链是由动画的策划营销、动画的制作、动画的播出、动画衍生品的开发营销所组成的环形产业群。在这个复杂的循环系统中，每个环节都相互联系、相互依存、相互作用，作为动画产业链伊始的前期策划是一个不可忽略的环节。
- ✿ 迪斯尼十分注重前期策划，对于大众文化时代的影视创作而言，策划也就是意味着寻找卖点，找准市场，为影视产品铺就成功之路。前期策划被迪斯尼广泛、熟练地运用，主要体现在两个方面：广泛的市场调研和精益求精的剧本草拟。



继往开来的商品逻辑

1. 广泛的市场调研

- ✿ 市场调研作为现代营销的重要手段之一，被借用到动画经营中，并且已经成为公司一贯的传统和制作新片的前提。迪斯尼的动画如《海底总动员》从创意到首映的周期基本上为4年，其中大量时间都放在市场调研等前期策划上。广泛长期的市场调研有益于动画的目标人群定位、作品主题选择、媒体渠道选择等。
- ✿ 调研的内容包括故事、故事的主人公、衍生产品开发的方向等等。有了充分的市场调查以后，制作出来的动画才能符合目标受众群的需求，在此基础上，寻求更大的受众群体。



继往开来的商品逻辑

- ✿ 迪斯尼公司市场调研的广泛性首先体现在调查对象的广泛。比如最先展开的故事创意中主要人物的市场调查。
- ✿ 迪斯尼的工作人员一般要把这个调查进行四到五轮，让更多的人提出意见，并根据调查对象的意见对主要人物进行反复修改。
- ✿ 一般情况，迪斯尼的所有工作人员是第一轮的调查对象，包括看门和扫地的员工。通过这种途径，迪斯尼公司也表现出对员工的重视和信任，增强了公司的凝聚力。



继往开来的商品逻辑

- ✿ 其次体现在内容的广泛。市场调研不仅包括故事的题材、创意、主要人物形象和性格，还包括动画衍生产品开发的方向和种类，衍生产品的造型设计、象征意义等等。
- ✿ 迪斯尼通过长期、细致的市场调研，发现受众的需求点，寻求最广泛的受众群体，保障其在市场上的成功。市场调研也是前期造势的一种手段。
- ✿ 受访的人不仅自己会关注此部动画的创作进展，而且也会成为一个宣传源。如果通过电视媒体和网络进行调查，将会形成更为宏大的宣传势头。动画便可以产生未播先热的良好效应有利于动画产业链的良性循环。



继往开来的商品逻辑

2. 精益求精的剧本草拟

- ✿ 随着市场调研的深入，草拟的剧本也经历了一个反复修改的过程，沉寂之后迈入 1990 年代的迪斯尼更是如此。艾斯纳每年都纠集迪斯尼创意组开马拉松会，后来这件盛事被称做‘铜锣秀’。
- ✿ 鼓励所有与会者都贡献出他们认为最不可能或最荒谬的创意。安排一个场合请公司要人，包括总裁、董事长和其他高层人士，坐成一排，然后让每个想要介绍自己构想的人，利用自己设计好的海报或草图，在 5 分钟内介绍自己的故事大要。场内有一个大锣，5 分时间一到，‘眶’地一声就换下一位。



继往开来的商品逻辑

二、品牌经营的先行理念

- ✿ 首先，公司继续强调追求卓越的宗旨，注重动画的质量，塑造具有市场开发潜力的动画形象。对前期剧本的不断完善就是为了提升动画的质量。
- ✿ 其次，整合营销的轰炸式宣传。“迪斯尼每次推出一部新片之前，整个集团上下一致、全力配合，利用所有宣传机器和设施：迪斯尼电视频道、所辖ABC电视网、迪斯尼网站、迪斯尼乐园、迪斯尼玩具专卖店，并与其战略伙伴电影院、麦当劳和可口可乐公司等有关方面合作，进行宣传。”比如，《星际宝贝》宣传高潮的时候，不仅相关方面共同合作，就连迪斯尼门口的米老鼠招贴画都暂时换成“宝贝”的宣传海报。



继往开来的商品逻辑

- ✿ 再次，艾斯纳通过制定公司内部一系列整顿方案，鼓励团队精神、强化品牌意识。
 - ✿ 他制定职工优先认购股权计划，将薪水与公司整体业绩挂钩，增强各部门的相互依存度，提高各个部门职员的品牌意识；举行每周一次的高层管理人员和部门主管午餐会，在午餐会上营造讨论的氛围；互相探讨业务的进展；
 - ✿ 推出“迪斯尼空间”，利用 9 天时间集中培训高级管理人员，让他们增进了解，建立友谊，在以后的工作中，共同致力于公司的品牌强化；甚至设立专人适当地控制产品宣传和评估商业冒险，维护公司品牌，因为物极必反，过度的产品宣传和媒体曝光会降低品牌的诚信度。



继往开来的商品逻辑

三、多诉求的市场投放

- ❖ 迪斯尼动画的产业链存在着两轮运营：第一轮运营，就是动画片在电影院、电视台的播出，前者获得票房收入，后者赚取电视台支付的播出费。在这个经营体系中，播出系统就是动画片制作的衣食父母。
- ❖ 在第二轮运营中，那些通过影视播出、宣传，在观众中产生了相当的影响、具有一定市场开发潜力的动画片，才有建立其衍生产品销售市场的可能。



继往开来的商品逻辑

- ❖ 迪斯尼公司的这两轮运营主要体现在三个方面：媒体网络、消费产品、主题公园。媒体网络在整个价值链中具有不稳定性，容易大起大落，相比较而言，消费产品和主题公园的利润较为稳定，虽然它们也会受到地域文化和经济波动的影响，但是总体变动趋于平缓。



零度剪辑风格

- ✿ 美国著名美学家苏珊·朗格认为，电影的呈现方式犹如梦境，我们看到的影片是事物发展范围的一个幻象，是一个“梦的现实”。法国电影理论家雷纳·克莱尔也指出，电影观众所特有的精神状态与梦幻状态不无相似之处。
- ✿ 要制造梦幻自然需要适当的形式，让观众感觉不到叙述者的存在，使观众沉浸在影片制造的梦幻世界中，为此好莱坞形成了它的剪辑风格，即“零度剪辑风格”。
- ✿ 所谓“零度剪辑风格”是指没有风格的风格，是让观众感觉不出剪辑，也感觉不出自我存在的风格。正如托马斯·沙兹所言，在观看影片时，我们并没有注意到一部影片中竟然有五百多个单独的镜头，我们没有注意到时间、空间以及视点的转换，我们没有注意到叙事的错综复杂，也没有注意到叙事过程本身。



零度剪辑风格

- ✿ 这种自然流畅的零度剪辑风格非常适合观众的观影心理，理查德·麦特白曾说过：“运用情节或心理的动机使剪辑本身变得不易察觉，这会使观众觉得在某个特定时刻呈现在银幕上的片段都是一个更大的空间中的最重要的部分，由此让我们卷入其中。通过摇、推、斜拍等镜头运动方式，将人物的行动始终保持在画框内，这就保证了电影的每个镜头都是我们想要看的，从而使观众深信银幕上呈现给我们的东西是我们最需要看到的東西。”