

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

图书基本信息

书名：<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

13位ISBN编号：9789862216644

10位ISBN编号：9862216646

出版时间：2010-12-1

出版时间：秀威資訊

作者：梁庭嘉

页数：130

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

前言

導言 一、研究對象 迪士尼公主 (Disney Princess) 成立於2001年，是迪士尼繼「米老鼠與朋友們」(Mickey and Friends)、「小熊維尼」(Winnie Pooh) 之後成立的第三大品牌。與單一明星掛帥不同的是，迪士尼公主屬於集體性品牌，由迪士尼經典動畫中的六位公主組成，依年代遠近分別為白雪公主、灰姑娘、睡美人、小美人魚、《美女與野獸》的貝兒與《阿拉丁》的茉莉公主。

六位公主的誕生時間分屬於1937至1959年、1989至1992年兩大時段，時空橫跨超過半個世紀，前後經歷了迪士尼公司文化、美國社會價值觀與世界局勢的變化，並受到女性意識萌芽的影響，但是，六位公主呈現的不是兩代公主的面貌，而是六位一體的公關形象，在任何迪士尼公主商品上，六位公主總是隨意排座，沒有固定出場序，沒有主副之分。

迪士尼對六位公主安排的人生道？

F4如出一轍，殊途同歸 受苦的弱勢女性由男性拯救，最後兩人結婚幸福過一生 這是身為迪士尼公主的共同胎記。

照此條件，1995年《風中奇緣》(Pocahontas) 的印地安公主未被圈選於迪士尼公主群像中，也就不足為奇。

因為 Pocahontas 公主胸懷民族大義，毅然選擇留在部落帶領族人，忍痛割捨愛情，與英國情人各一方，展現英雄兒女的情操。

然而，這個完全不按「迪士尼公主程式」塑造出來的 Pocahontas 公主，票房讓迪士尼不免失望，此後 Pocahontas 公主的命運是：2001年未受迪士尼欽點進入迪士尼公主行列，如今世人也逐漸淡忘之。

反觀以迪士尼公主的名義發展出來公主商品包羅萬象，六位公主分進合擊，頻頻現身於DVD、CD、書籍、雜誌、學齡前教育系列、公主玩偶、玩具、電玩、文具、食品、糖果、飲料、公主服裝及配件、《美女與野獸》音樂劇、灰姑娘城堡秀、與公主合影、和公主約會共進三餐、聽貝兒講故事、冰上迪士尼公主秀和小公主選美賽.....類別涵蓋影視、音樂、印刷出版、網路、演出、商品、活動等各種形式，上市第一年全球營業收入一點三六億美元，兩年後即迅速激增到！

二十四億美元。

2003年迪士尼公主登陸中國，在上海熱鬧舉辦了公主學院、公主選美.....讓一胎化政策下的中國媽媽帶著掌上明珠趨之若鶩。

2005年香港迪士尼樂園開幕，迪士尼商店與香港名店周大福合作，全力促銷「公主方鑽石」以及十八K金、鉑金及純銀系列；還舉辦「迪士尼第一家庭」的選舉活動，讓全家人搖身一變成為國王及其家屬；「迪士尼童話式婚禮」則讓一對對新人當了一整天的公主與王子.....迪士尼行銷全球的策略完全本土化，進入中國！

市場則利用中國人根深蒂固的階級情結大發利市。

以文化產業鏈的經營來說，迪士尼的前瞻與宏觀無疑是成功典範，2004年全年收入超過兩百七十億美元，總資產超過四百三十六億美元，目前為全球第五大娛樂媒體集團，但是迪士尼塑造的公主形象若以女性主義立場檢視之，顯然有諸多值得探討之處。

本文探索的出發點最初來自「為什麼迪士尼公主不包含《風中奇緣》的 Pocahontas 公主？

」，結果答案就在「為什麼迪士尼公主包括的是白雪公主、灰姑娘、睡美人、小美人魚、美女貝兒與茉莉公主？

」 **二、文獻探討** 截至2005年為止，中國內地學術論文以迪士尼為研究對象者幾乎闕如，臺灣地區也只有寥寥幾篇。

《解構迪士尼形塑的童話世界 以1991 - 2002年臺灣上映之迪士尼動畫電影為例》探討迪士尼動畫與童話的關係，全文以普羅普理論分析迪士尼動畫的內容結構與人物設定，認為迪士尼動畫雖然利用電影這個傳媒，但還是選擇童話結構 人物善惡分明，主角歷經重重考驗，魔法化解危機，打敗對頭，完成任務，對頭遭受懲罰，王子與公主快樂生活在一起。

因此迪士尼動畫儘管題材各異，敘事結構是恆定的。

《幻滅的神奇 迪士尼王國的省思》的研究重點分二個層面，一方面探討迪士尼父權思想如何處理女

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

性故事，女性與弱勢族群如何被呈現；另一方面分析迪士尼如何以跨國企業在第三世界國家進行文化和經濟侵略，如何以強勢外來文化透過媒體全力促銷，對其他國家的人民帶來影響。

《解讀迪士尼動畫電影中的社會意涵 以1989 - 1999年為例》則從動畫電影的歷史與特色帶出迪士尼動畫王國的發展過程，進而說明電影敘事理論在動畫中如何運用，然後歸納出1989至1999年間九部迪士尼動畫所反映出來的社會意涵。

英文文獻較為豐富，但主要為兩大角度：一、迪士尼如何改寫童話，二、迪士尼動畫中的性別議題。

譬如 世上最快樂電影 從文本與語境分析迪士尼如何改造白雪公主、灰姑娘、小美人魚、風中奇緣的童話與傳奇 (The happiest films on earth: A textual and contextual analysis of how and why Walt Disney altered the fairy tales and legends of 'Snow White', 'Cinderella', 'The Little Mermaid', and 'Pocahontas') 文中認為：當我們對迪士尼動畫做文本、社會、經濟、製片與接受語境的綜合分析，社會文化的力量就浮現了。

雖然迪士尼為了跟上時代觀念將公主程式稍稍修正，其實仍不改本色，但也因為這些修正，迪士尼動畫才能於其中反映當下的社會語境。

《迪士尼的性別世界 對迪士尼動畫長片以性別主題作內容分析》(The gendered world of Disney: A content analysis of gender themes in full-length animated Disney feature films) 以定量法發現迪士尼動畫自《白雪公主與七個小矮人》(1937)到《玩具總動員》(1995)在典型人物的性別塑造上只做些微更改，譬如：男演員數目依然多過女演員；女性總是家中勞動角色，沒有外出工作，在家中和社會上沒有權力……本文以認知社會學和現實社會結構提出理論框架，解釋迪士尼如何對典型人物進行性別塑造。

其他論文還包括《重新設計一個城鎮 以德國主題打造的美國小鎮》、《利用孩童 迪士尼與1930至1960年代美國小孩的創造》等。

與本書主題「迪士尼公主」有直接關係的有兩篇：一是勞倫·福克斯(Lauren A. Fax) 迪士尼的神奇 解咒迪士尼動畫中的女主角 (Disney's magic: Dispelling the myth of the new heroine in Disney's animated fairy tales)，作者認為迪士尼動畫已取代了傳統童話，並主宰了動畫式童話世界。

但不幸的是，迪士尼動畫與傳統童話一樣，在愛情故事中呈現的是父權思想與貶抑女性，尤其1989至1992年的《小美人魚》、《美女與野獸》與《阿拉丁》，三部動畫表現的是敘事模式的原型(結婚結局、母親不在場)與女性角色的原型(養育者、性徵化女人、沉默的女人)。

作者認為：姑且不論迪士尼誤導觀眾認為三位女主角獨立且堅強，這三部動畫繼續將性別當作一種對女性不=7Q的階級二元論。

另一篇則是 製造公主系列 以歷史角度看迪士尼動畫的女主角 (Producing the Princess Collection: An historical look at the animation of a Disney Heroine)，作者希樂·L·鄂西兒(Heather Liea Urtheil)除了批判迪士尼動畫具有明顯的父權思想外，將迪士尼動畫歷史大分為古典期(1934 - 1966)、黑暗期(1966 - 1985)、復興期(1985 - 1992)與後復興期(1992 - 1997)，從縱向研究迪士尼動畫中的女主角，探索誰在主導製作這些女主角。

作者認為：雖然迪士尼古典期完全由歧視女性的男性主管主導青春期到成年的女性故事，但是今天女性已經可以成為資深動畫師賦與女主角新生命，結果還是很膚淺。

因此批判迪士尼女主角的重點應放在檢視製作的過程，探索「=4膝D程式」的發展過程為何？

如何一再被塑造？

為何能維持下來？

內容為何？

有何更改？

三、研究方法 本書論述框架由迪士尼公主、女性主義與大眾女性三者之間的張力構成。

第一章首先以普羅普理論(Vladimir Propp 1895 - 1970)分析迪士尼動畫與原版童話在人物功能上的差異，然後整理出迪士尼專門製造票房公主的秘方 公主程式。

第二章以女性主義立場批判沃爾特·迪士尼的性別意識、經營風格以及在他主導下，至今形成迪士尼傳統的公主形象。

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

第三章由受眾女性的角度切入，以精神分析學與心理分析學挖掘女性的自戀、公主情結與集體無意識

。迪士尼正是利用這些女性心理，以產業鏈模式將公主形象商品化，成功獲得女性消費者的支持。

在這三角 F6 係中，女性群體因為迪士尼公主的認同問題產生分裂，大眾女性與精英女性一分為二。

本書借由探索大眾女性的深層心理，找到迪士尼公主品牌成功的關鍵，而這關鍵恰恰是女性意識發展的障礙。

這是本文與其他論文只停留在批判迪士尼公主形象的不同之處。

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

內容概要

迪士尼自1937年起以「公主程式」陸續改造了白雪公主、灰姑娘、睡美人、小美人魚、《美女與野獸》美女貝兒、《阿拉丁》茉莉公主等六位童話公主，並於近年成立「迪士尼公主」（Disney Princess）品牌，全力推廣公主商品。

這些迪士尼公主形象若以女性主義批判之可說是父權意識下的產物；然而，大眾女性卻集體無意識地以驚人消費力表達喜愛與崇拜，顯然大眾女性面向迪士尼靠攏，而與女性主義的大聲疾呼背道而馳，形成迪士尼、大眾女性與女性主義三者之間的拉扯關係。

本書藉探索大眾女性的無意識找到迪士尼公主品牌的成功關鍵，而這關鍵卻是女性意識發展的障礙。

當女性主義回頭批判大眾女性與男性共謀之際，反而突顯一個現實：大眾女性的女性意識仍然處於啟蒙階段。

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

作者簡介

梁庭嘉 北京大學藝術管理碩士，東吳大學哲學系畢業，於台北、香港、上海的國際知名廣告公司從事廣告創意多年，擁有中國大陸的文化經紀人資格，目前為美國和諧地球研究所（Harmony Institute for Earth Care）副所長。

著有：《我在大陸搞廣告》、《如何大做廣告》、《名牌天堂：北京、上海、深圳黑市遊記》、《漢語拼音學台語》等書。

此書為原名《迪士尼公主：讓女性自覺也讓女性沉睡》的北大碩士論文。

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

書籍目錄

導言 一、研究對象 二、文獻探討 三、研究方法 第一章 迪士尼改造公主 第一節 改寫童話 一、《白雪公主與七個小矮人》(1937) 二、《灰姑娘》(1950) 三、《睡美人》(1959) 四、《小美人魚》(1989) 五、《美女與野獸》(1991) 六、《阿拉丁》(1992) 第二節 公主程式 一、公主程式A 二、公主程式B 三、公主程式C 第二章 女性主義立場 第一節 沃爾特·迪士尼的父權意識 一、領導風格 二、動畫的性別意識 第二節 公主形象批判 一、他者：附屬品 二、被看：客體 三、被動：受虐 四、無產者 第三章 女性消費者心理 第一節 自戀(narcissism) 第二節 公主情結 第三節 集體無意識 第四節 迪士尼生活圈 一、迪士尼樂園 二、迪士尼商店 三、迪士尼頻道 四、歌劇院 五、授權商品 六、家庭錄影帶 七、收購美國廣播公司 結論 致謝與後記 參考文獻 一、影像文獻 二、中文參考文獻 三、英文參考文獻

<<迪士尼公主與女生的戰爭>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>