

动画专业就业难，是教育之过？

本报记者 程丽仙

4月，春意渐浓，在不少即将毕业的动画专业学生心中，却是寒意未退：就业仗已打了许久，胜利的曙光并未如愿出现。而在记者常去的一些动画论坛或QQ群中，招聘有经验的原画师、动画分镜设计高手、flash带片导演等职位的消息频频出现。

搞动画不可能找不到工作？

但是，有个声音说——搞动画的人找不到工作是不可能的。在4月2日由北京电影学院动画学院和动画艺术研究所联合举办的“国际动画教育与就业研讨会”上，瑞士想象动画工作室的创始人罗比·恩格勒(Robi Engler)的这句话掷地有声。

他以欧洲的影院动画为例说，由于是以手绘为主，没有大型的制片厂，所以很多片子是由一些动画艺术家的联盟（指不同国家的动画家们建立的工作室）来制作的，再加上近些年欧洲一些国家影院动画年产量的增加，因此，在欧洲搞动画，很容易找工作。

“只是流动性比较大，比如，巴黎有工作，动画工作室就要去巴黎，伦敦有工作就要去伦敦。这对一些已婚的或年纪偏大的动画从业者来说不太容易，但对刚从动画学校毕业的学生，不困难，只要他们能做出好作品，就可以找到好工作。”罗比·恩格勒说。

然而，中国的情形毕竟大大

不同于欧洲。北京电影学院动画学院院长孙立军笑言，去年我国的动画片年产量居世界前列，中国也可能是全世界培养动画专业学生最多的国家。“目前，全国动画专业的学历教育和非学历教育在校学生大约有60万人。不管是否受金融危机的影响，这个相当庞大的群体的就业情况，在任何时候都是各大院校必须关注的问题。”

据上海电影艺术学院院长助理韩斌生介绍，相比于去年此时毕业班学生90%的就业率，今年到现在为止，动画专业学生的就业率仅6%，目标是在6月份达到50%。

动画教育应侧重什么？

动画就业难，说明动画教育失败？

中央美术学院城市设计学院动画系主任晓鸡认为，大学教育不是培养技术工人，一个动画专业的本科毕业生，首先应是一个热爱动画的创作者，至于能否适合某份工作，一是需要经过一个不仅是实习而且是实训的阶段，再者，也与他本人的综合素质有关，比如和他人的协调合作能力。

动画作为一种综合性很强的艺术形式，对参与创作者的合作能力要求很高，并不是懂得脚本、原画、渲染等技术就足矣。因此，一些院校在专业或课程设置中，会强调对学生合作能力的训练。据加州艺术学院电影学院院长盖瑞·梅尔斯(Gary Mains)介绍，该学院下设的动画专业有两种：一是实验动画，另一个是角色动画。角色动画专业是4年制大学本科，学生需要进行大量的写生练习，学习角色和叙事知识、传统手

绘和计算机动画等，并学会与做动画的同学以及其他学院专业的学生(比如音乐学院、舞台表演)合作完成作业。

“这个专业的学生每人每年都要做一部片子，以此来展示他们一年中在创作理念和技术上的进步。”盖瑞·梅尔斯说。

但对台湾台南艺术学院动画专业的研究生来说，一年做一部片子显然是不可思议的事。“他们的动画学习包括两年的基础课程和一年的创作论述，这期间要完成一部片子，并附带一篇支持该片的硕士论文。所以，很多学生三年完成不了，需要三年半甚至四年的时间。”台湾台南艺术学院音像动画研究所所长余为政介绍说。

两所学校对学生作品量的不同要求，从某种程度上体现出了各自在教育目标上的侧重。

余为政认为，动画教育最重要的是想象力能否得到发挥，如果想象力受限，哪怕技术再好，作品也不会引起重视。这种教育理念在“实验动画工作坊”这一课程设置上得以体现，“这个课程在美、日、韩都没有。它的练习工具是一些非常简单的元素，比如线条、颗粒、砂石、剪纸等，做出来的东西可能不具备故事性，但在视觉、听觉上所做的创意，可作为将来进行大型创作的一个经验。”

学生作品应让谁知道？

对学生而言，作品的多少不重

要，关键在于多少人能知道，所以，中国的动画专业学生基本都会通过上传作品到视频网站或个人博客来扩大影响力，获得知名度。

但在面对就业这个非常实际的问题时，更关键在于知道作品的人是谁，而不是多少人知道。

因此，加州艺术学院电影学院的“作品日”颇显用心。盖瑞·梅尔斯说，学院在作品日期间，会邀请以前的校友和业界的专业人士来参观学生的作品。另外，每学年年末会在一个大型放映场所举办学生作品展示活动，邀请动画业界人员和企业人士来观摩，展映结束后还会有一个Party，让学生和他们直接接触。“我们的学生在这些活动中就会被一些企业雇用了。”

而欧洲的“校园动画联盟”(Animation in campus)每年年会中的学生作品展映环节则体现了另一种风格。据罗比·恩格勒介绍，这个由瑞士国立基金会赞助成立于2004年的组织，十分重视动画领域人才的教育培训。在每年的年会中，都会展映一批收集来的最新最近的学生动画作品。和一般电影节的展映不同，他们没有评选委员会，只要是院校送去的作品，都会被播放。

参与项目和知识教育，是缰绳与牛鼻子的关系？

来源于作业的动物作品，如



卡通舞台剧《丑小鸭》南京巡演

据新华社消息（王晶晶）2009年全国巡演的新版励志舞台剧《丑小鸭》于4月4日在南京青春剧场开演。

曲折的剧情、20段特色音乐、夸张的造型、3到5分钟的频繁互动，成为新版《丑小鸭》的亮点。

据了解，剧中的17个卡通造型全部由国际知名设计师设计，艺术化的夸张造型加上真人表演，让孩子感到卡通有了生命。“直到演出结束我们都不会摘下

头套。”北京丑小鸭卡通艺术团南京站负责人朱海峰说。因为在一次演出后偶然发现小朋友看到“丑小鸭”是演员扮演的时候很失落，从那以后他们一直以扮演角色面对小观众，不破坏“卡通人”在小朋友心中的形象。

北京丑小鸭卡通艺术团是一家民营艺术团，在去年文化部公布的“原创动漫扶持计划”名单中，该艺术团获原创动漫演出作品和团队双项扶持奖励。

综合资讯

国产动漫《西游记》刷新海外发行价格记录

据新华社消息（记者蒋芳）在4月3日闭幕的法国戛纳电视节上，由紫光软件集团(无锡)有限公司等联合制作的52集动画片《西游记》受到追捧，单集近10万美元的高价也刷新了国产动画片海外发行价格记录。

据介绍，动画片《西游记》的故事情节、主要人物对原作改动不大，但对白、人物性格、动作设计、视听效果等更为夸张、幽默，

更符合现代人的思维与审美习惯。该片已投资近5000万元，平均单集制作成本达到近百万元，目前已制作完成20集。

无锡市动漫办负责人表示，此次《西游记》的海外发行价格大约是一般国产动画片的50倍，能获得这样的认可，既反映出国际市场对中国传统文化、对国内动漫产品的浓厚兴趣，也说明国产动漫的竞争力有所增强。



武汉江通推出泥塑动画《饼干警长》

本报讯 神奇的食物王国，饼干警长和助手曲奇警员，还有三个狂妄自大的霉脸大盗……经过一年多的制作，武汉江通动画股份有限公司将于今年暑期推出泥塑动画片《饼干警长》。

片中的故事发生在一个神奇的食物王国，王国里居住着各种各样的饼干人，他们单纯而善良，快乐地生活着。不按常理出牌的饼干警长与慢性子助手曲奇警员是王

国的守护者，他们与妄图夺取王国统治权的霉脸大盗一伙进行斗争，在饼干城里展开了一场有趣的“警匪追逐”。该片共104集，每集13分钟，暑期推出的是前52集。

泥塑动画利用传统泥塑工艺，捏制出剧中人物造型，片中的场景、道具都是实物，而人物的每一个动作、表情变化都是由人工捏制改动，拍摄后再利用相关软件加工制作而成。（小米）

卡通大熊猫成美国加州“旅游形象大使”

据新华社消息（记者钱春弦）一只名叫“加利”的卡通大熊猫，4月7日起正式成为美国加利福尼亚州在中国的“旅游形象大使”。

加州旅游局首席执行官卡罗琳说：“加州是好莱坞的大本营，但在众多明星中，我们仍然选择中国的国宝大熊猫形象作为代言人。大熊猫深受每个中国人宠爱。‘加利’登

台亮相，有利于更快、更容易地被国民众接受，增加中国游客对加州的亲切感和好感。”

我国目前已经成为加州第七大海外客源市场。卡罗琳说，目前在以中国为主的东亚地区，动漫卡通产业的发展异常迅猛，这也为大熊猫“加利”融入民众营造了一个良好的大环境。今后，加州旅

游中文网站、产品手册、目的地指南、海报等一切平台中，“加利”都要出来亮相。“我们也欢迎中国民众帮助‘加利’设计漂亮的衣服。希望中国游客随它一块儿畅游加州的国家公园、主题乐园，品尝加州的美食和红酒，和‘加利’一道晒晒‘加州阳光’，漫步旧金山、洛杉矶的大街小巷。”

动漫茶吧

连环画：儿童相见不相识

语文，到了中学时便喜欢文科，到了大学又读中文专业，直到现在从事文字工作，这一切，应该说都是与小时候爱看小人书分不开的。

时过境迁，如今在市面上已经很难再见到小人书的踪影，现在的孩子们也早已不知小人书为何物，他们有太多精致、美观的儿童书籍可供选择。一些内容曲折怪诞、人物造型夸张、视觉冲击力强烈且价钱高得惊人的日本漫画，受到孩子们的狂热追捧。而小人书像供人们怀旧、赏玩、增值的古董一样，走进收藏品的行列，逐渐变成收藏家的藏品。前段时间曾在网上看到一条消息，某名家所作的一本小人书原稿竟然拍出了1100万元的高价。感慨之余更多了一份感伤，打着时代烙印的小人书一旦完全退出历史

连环画，俗称小人书，是黑白图画配上文字注解的小册子，字大而少，画多本小，是中国传统的艺术形式。最早的连环画是长沙马王堆出土的西汉故事画；清末有了石版印刷，连环画艺术趋向成熟；1932年开始，连环画红火起来；1949年后，连环画发展进入高潮期。上世纪七八十年代，是连环画的鼎盛时期，不少作品创下了出版发行的记录。此后，连环画逐渐成为收藏家们的“宠物”。对现在的孩子来说，小人书，是个相当陌生的字眼。

童年的记忆，用什么来铭记好呢？一句诗、一首歌还是一幅画？可选择的有太多，但如果提议用小人书来铭记，相信很多人会会心一笑。是啊，一想到裹挟着油墨清香的小人书，就像想到童年那个一起摔泥巴的小伙伴那样亲切。

上个世纪60年代到80年代间出生的人，对小人书肯定不会陌生，它是我们孩提时代的精神寄托，给予了我们家般的亲切，摸着和泥巴与红脸蛋的热乎劲，是真正属于孩子的书本。那个时候，大多数家庭的收入都不高，而巴掌大的一本小人书价格不贵，内容却包罗万象，有民间传说、现代故事、科幻小说、中外名著，还有电影戏剧……人人都可以买上几本，精细的图片加上简

漫说杂谈

随着动画片产量不断增长，市场竞争随之加剧，那么，对动画片有强烈依附倾向的动漫图书，如何才能走向畅销？什么样的动画片才能带动动漫图书的销售？

首先，内容策划上，要体现聪明机智。

我们形容一个小孩讨人喜欢，总喜欢用机智、可爱、淘气等形容词，甚至“小坏蛋”“小淘气”这些词也成了昵称。可见，聪明机智是大人、儿童都喜欢的一种特性。

在动漫作品中，这种“机智”可表现为以弱胜强、以少胜多、以贫胜富、以小胜大，先形成一个强烈反差，然后通过各种机智来克服这个反差，实现反向征服。这也是许多著名动画片屡试不爽的“杀手锏”。比如《猫和老鼠》，就是典型的以弱胜强的成功案例，中国小朋友们为什么会狂热地迷恋这只美国小老鼠？就是因为在这部动画片中，看似弱小的老鼠总能机智地把强大的猫打败，并且这个过程充满了喜剧的热闹和超乎想象的夸张动作。再如《聪明的一休》，是一个典型的以小胜大的案例，别看一休是一个小孩，但上自国王、下到财主的各种刁难，他都能轻松破解，机智的一休让小朋友们崇拜不已，也让很多成年人佩服。

其实，小朋友们思考问题的速度很快，并具有跳跃性。所以，充满夸张与想象的动画情节，在他们眼里就像是真的一样，纵然夸张过度，他们也不会计较。不过，必须要有一条充满机智色彩的“线”，贯穿这些夸张与想象。机智的动画片，不论男女老少，都会爱看。

其次，人物设计上，要体现可爱。没有人愿意与一个丑陋的形象长期呆在一起，所以，不要指望一部主人公形象很丑陋的动画片能博得观众的喜欢。

很多时候，设计者容易混淆有个性和丑陋，误认为丑陋就是另

类、就是有个性，实际上，能走进小朋友的内心世界并与他的童年相伴的卡通形象，都是无比可爱的。我们来数一数那些成功的卡通形象：米老鼠比真正的小老鼠漂亮多了，且无比可爱；唐老鸭比普通鸭子时尚多了，且无比幽默；hello kitty像一个公主；机器猫像一个顽童；虹猫是天下第一少侠；蓝兔是天下美女……

有人说卡通文化的本质就是可爱文化，确是如此。能传播开来的卡通形象都是可爱的，这个“可爱”可以分解成美感、个性、幽默、夸张四个因素，用一句话说，就是：充满个性、幽默和夸张特色的卡通形象要具有美感。

再次，创意上要简洁、不要复杂。

成功动画片的创意基本分为两种类型：一是简单流畅型，二是故事叙事型。

所谓简单流畅型，即全剧看起来就是一个简单的小故事，但故事中包含着大道理。比如《喜羊羊与灰太狼》，全剧没有多么复杂的人物关系和故事情节：两个对立的团队，一个是狼，一个是羊，在自然界中处于食物链的两端，而故事就是狼想吃羊反被羊捉弄。该片的成功之处在于把“想吃”和“被捉弄”的过程演绎得非常细腻和精彩，符合观众对机智的心理渴望，也符合正义战胜邪恶的价值判断。

所谓故事叙事型，就是对一个内容丰富的文学剧本进行低龄化外理，拍成动画片。这类动画片的特点是有一条非常核心的叙事主线，比如《小鲤鱼历险记》，围绕一条情节简洁的主线展开了故事——小鲤鱼泡泡要寻找真龙但被癞皮蛇利用，最后千辛万苦跳龙门。

有些动画片，想讲故事，又担心故事讲不好，小朋友不会持续收看，于是做出一种看似前后两集有联系、但其实没有承前启后关系的系列片，像“三节棍”，要得不好还伤了自身。

4月4日，“炫彩动漫”嘉年华活动作为北京欢乐谷第三届国际时尚文化节的首发出场。该活动由电子工业出版社、北京世纪华侨城实业有限公司欢乐谷分公司、北京文艺广播联合主办，将持续至4月30日，内容包括动漫社团舞台剧表演、cosplay装扮体验、动漫花车巡游、动漫趣味运动会、漫画家手绘表演、动漫创意市集等，于每个周末在欢乐谷内上演。图为开幕式上的卡通人与观众。 本报记者 程丽仙 摄



当年几角钱一本的小人书，曾是孩子们阅读生活中的主角；而今几百元一套的小人书，成为了大人的收藏品。