

场营运的跨界人才。 ▼目前国内电 》 本报记者 本股企工工程 本报记者 本 秦斌 · 还

# 电影人才技术与管理都要想象力

技术类:3D视觉指导 懂流程、懂视觉、懂技术的 创意人才

职位描述·根据3D电 影的制作流程和视觉效果. 指导电影镜头的拍摄,保证 视觉效果

一部《阿凡达》宣告了 3D 电影时代的来临,被人 们称作电影的第三次革 北京灵动力量文化传 媒有限公司运营副总裁谌 鸿翔介绍,3D 电影的拍摄 与 2D 电影有着很大的不 同,它对拍摄时的调光、调 色,以及后期制作有着非常 高的要求,这很考验导演的 科研能力。而从实际来看, 3D 实拍的费用很高,对导 演的要求也很高,经验不足 会导致电影拍摄的周期延 长,成本增加。即使在好莱 坞,3D 实拍的电影也是很 少的。所以国内外大部分 电影还是2D拍摄,后期制 作转3D。

"3D人才是跨界人才,

需要懂得电影的制作流程, 懂视觉,同时又要精诵相关 的 3D 技术,这样的人才在 国内是很缺乏的,我们也是 靠自己培养,很多都是传统 人才的转型。据我了解,视 觉指导是比较稀缺的一个 岗位,这样的人需要懂镜 头,同时又要了解3D呈现 与2D呈现的区别,2D镜头 应该怎样拍才适合转为 3D。"谌鸿翔强调,低端的 技术人员很容易培养,但他 们很难走到创意阶段。国 内缺乏的也是有创意的后 期制作人员。

目前国内参与3D电 影制作的人并不多,还无法 形成行业。而电影是高投 资、高风险的行业,所以即 使国内公司的水平并不差, 他们往往也宁愿多花些钱 聘请国外的团队。"面对为 何国内导演都聘请国外的 3D制作团队, 谌鸿翔给出 了这样的解释。

### 营销类:电影营销人才 不光有广告思维和市场意识

影自身的宣传和营销,如电 影在拍摄和制作过程中需 针对怎样的消费者进行定 位,如何利用营销的思维来 展开运作,成片后如何进行 宣传推销等等。

一部电影只拍得好还 不够,要卖得好才算成功。 些业内人士看来,目前 国内像张伟平那样真正懂 得卖电影的人特别少。而从一些招聘网站的统计来 看,电影营销也是相对比较 热门的岗位

"电影业需要的是新一

代的电影营销人才。过去 做电影营销的很多都是做 一告等行业的人,他们具有 广告思维和市场意识,但对 电影工艺知识缺乏了解,所 以他们很难整合资源。有 时不懂导演的意图,不懂整 个故事,而把广告硬往里面 放。新一代的电影营销人 才应该既了解电影的生产 制作流程,也要懂得营销知 识。"制片人、小马奔腾宣传营销中心负责人关雅荻 认为,这样的电影营销人员 同客户的沟通就没有太多 障碍,有问题马上能反 馈,往往也能拿出让制作环 节的人满意的方案。

时下艺考竞争日趋激烈,上 周北影某学院已张贴"三试榜" 585 名考生将角逐85 个名额。北 影招生的如火如荼,也引来人们 对电影人才的关注

如今我国每年的电影产量已 超过500部,成为世界第三大电 影生产国。与此同时,影院的数 量也在快速增长。有数据显示, 2011年国内新增银幕 3030块 银 幕总数达到9200块,比2010年增 加近五成。随着电影产业的快 速发展,业内人士普遍反映,电 影人才从编导到后期制作各环 节几乎都很匮乏,尤其缺乏一些 既懂电影艺术,又懂市场营运的 跨界人才,有创意的人才

而从智联招聘的统计数据来 看,市场上招聘电影制片人,编导 的并不多,大多是文化传媒公司 招聘市场营销、放映、发行等岗位 的人员,后期制作类的岗位也有 些。智联招聘高级职业顾问郝 健解释,编导等人员大多是业内 推荐,所以在招聘网站上并不会 有大多显示。目前电影产业各环 节较缺乏的人才主要集中在技术 及管理营销方面。

■ 专业培养

#### 我国的电影人才 真正缺的是想法

●刘戈三,北京电影学院影 视技术系主任

从全世界范围来看,21世纪 以来,电影产业的繁荣发展主要 是依靠科技创新来拉动的,电影 从前期拍摄到后期制作再到发 行放映,数字技术无处不在。目 前国内电影产业正处于从胶片 到数字的转型期,急需大量既了 解艺术创作规律又能掌握高科 技手段的复合型电影专业人才

在我看来,我国的电影人才 真正缺的是想法,无论是电影艺 术创作人才,还是电影技术人 才,我们不能单纯地强调缺乏技 电影与其他艺术不同的一 个地方是,电影还需要科技工作 者、工程师,而他们也应该是有 创意、有想法的人,影视技术系 就以培养这种人才为目标。

管理类:剧组统筹 根据市场调配资源

# 具有宏观把握能力

职位描述:负责整个剧 组的生产和调度,如拍摄任 条的制定 协调剧组各个部 门如期完成拍摄任务:项目 进行过程中剧本修改、变化 等具体事宜的跟进,做好上 传下达的工作;项目合同的 签订,成片送达、项目款项 收回等工作

作为北京电影学院第 一届制片管理专业的本科 毕业生,导演吴兵认为,现 在国内缺乏比较专业的监 制和制作人。"以前电影产 业有各个工种,每个环节都 有相应的人才。现在国内 电影产业已经和市场接轨, 就需要有人将各种资源整 合起来,以适应整个市场的 需求。我们现在所欠缺的

就是能够根据市场整体调 配资源,具有宏观把握能力 的电影管理人才。而从我 做导演的个人角度讲,目前 比较缺乏的岗位是剧组统 筹,他要负责整个剧组的生 产和调度,需要了解影片拍 摄的各个环节,同时还要合 理安排资源。而好的剧组 统筹很难找到,现在北京电 影学院管理系已经为学生 们开设了统筹的课程

吴兵认为,中国教育体 系的一个问题是,我们能培 养很好的技术人员,也能培 养很好的艺术家,但很好的 技术人员很难具有很好的 想象力。这涉及到许多方 面的因素,包括我们的老师 都没有达到这种综合的状 态,而要改变这种现状需要 长时间的积累。

## 院线类:影院中高层管理人员、放映员 需了解影视知识和运营规律

职位描述:影院中高层 管理人员负责影院日常的 运营和管理,开拓影院业务 及市场,组织影院团队协调 发展,及时处理影院运营过 程中出现的各种问题。

而数字化放映时代的 放映员则要求懂得电脑技 术,熟练操作播放系统和音 响系统。

近几年,国内新建影 院非常多,尤其去年影院 数量增幅较大,这使得影 院经理等中高层管理岗位 变得很紧俏。国内某知名 院线企划负责人陈先生介 绍,影院中高层管理人员 除了应该具备经营管理的

本版采写/本报记者 孔悦

知识外,也应了解影视特 点。目前这些岗位有不少 人都是从其他行业转过来 的,他们需要了解影视方 面的知识和运营规律

"随着数字化放映时代 的来临,对放映员的要求也 越来越高。影院的增加也 催生了放映员的需求。胶 片时代都是一个放映员管 理一台放映设备,而数字化 放映则不需要这么多放映 员了。目前影院里还是老 的放映人员多一些。"陈先 生指出,这个岗位虽然要求 较高,但门槛还是比较低 的,通过培训基本就可以堂 握。有些放映员都是从影 院的服务岗位或票务岗位 转过来的。

责编 范烨 图编 高玮 美编 王璇 责校 林锡