

## 展现逆境中的生命之光 《野孩子》社会关怀与人性探索获专家肯定

■文/本报记者 姬政鹏



10月30日,由中国文联电影艺术中心、河南省电影局主办的电影《野孩子》专家研讨会在京举行。中国电影评论学会会长饶曙光,中国电影制片人协会常务副理事长周建东,中国文联电影艺术中心常务副主任宋智勤,中国电影艺术研究中心研究员皇甫宜川,中宣部电影剧本中心规划策划室一级策划田宝锋,中国艺术研究院影视所副所长孙承健,《光明日报》文艺部编务统筹李春利,《文艺报》编审高小立,影评人谭飞,河南省委宣传部电影处处长王宏琳、副处长黎宁,河南省电影电视家协会副主席、郑州市电影电视家协会秘书长尚蔚等电影界专家学者与《野孩子》导演殷若昕,制片人吕旭、翟元盈,领衔主演王俊凯,主演陈永胜等主创人员齐聚一堂,就影片的社会关照、艺术表达、影像风格等展开研讨。中国影协网络信息处处长王纯主持研讨。

2019年11月,吕旭在网上看到了马亮和轩轩的故事,并萌生了把它拍成电影的念头,“我是农村出来的,小的时候认为这些人和事都是常态,考上大学来到大城市后才发现很多人其实对这个人群很陌生,我就想讲一个故事,让更多观众能够看到。”

创作过程中,殷若昕希望用直面真相,但真挚、真切地诉说,去呈现片中人物和他们的世界,“我们尽量做到不审判、不猎奇、不渲染、不空洞口号,希望镜头能够像内心影像仪一样尽力去刻画这群角落里的孩子,以及他们的冷暖悲喜、情感与生命的温度。”

9月13日,《野孩子》上映,截至目前票房已达2.41亿元,超过600万人次观众走进影院观看了这部影片,其中不少都被片中的温暖与真实所打动。

王俊凯表示,《野孩子》传递出的社会关怀让他很触动,“我本身很喜欢现实题材作品,我觉得它为我们青年演员提供了很多的可能性和表演空间,能够让我们以角色为媒介,将社会中那些平常不被大多数人关注的部分呈现在观众面前,关注其实本身就是一种力量。”

为了塑造好马亮这个角色,王俊凯提前进组体验生活,拍摄过程中也和导演进行了充分沟通,“随着拍摄时间的推移,马亮也像是住进了我的身体里,我完全能够共情到他的喜怒哀乐,也能够去理解他的无奈与坚持。”

《野孩子》揭示了一个常被遗忘的社会角落。创作团队敏锐的洞察力与深厚的人文关怀得到了与会专家的认可。

中国电影评论学会会长饶曙光肯定了《野孩子》的现实主义力量,他表示,影片继承了中国电影的现实主义的传统,并在此基础上进行了现代性的转化和创新性的表达,给观众带来了许多新的内容。中国电影制片人协会常务副理事长周建东赞扬了演员的表演和影片的主题,也肯定了青年演员对于现实题材的赋能作用。中国文联电影艺术中心常务副主任宋智勤认为,《野孩子》还原人生百态,遵从生活的真实面目,展现出加速的现代社会不断嬗变的伦理关系,还原了普罗大众所面临的多元道德

问题,是一部主题突出,故事具体,视角敏锐的好作品。

也有专家对影片的主题、立意和剧本印象深刻。大家认为,影片以细腻的艺术手法,剖解了青少年成长过程中的问题,观众既能在跌宕起伏的剧情中感受到“隐蔽角落”的生命力量与边缘群体的内在世界,也能跨越社会身份的鸿沟,与角色建立起深刻的共情纽带。

中宣部电影剧本中心规划策划室一级策划田宝锋表示,《野孩子》实现了国产电影题材领域的突破,在现实真实和艺术真实的把握上作出了很大的尝试。中国艺术研究院影视所副所长孙承健赞扬了影片故事的切入点,“影片具有一定的社会意识,也具有一定的反思意识,相信大多数观众会对这些无家可归的儿童融入更多的思考”。《光明日报》文艺部编务统筹李春利用“冷漠与温暖”“善良与邪恶”“家庭和社会”“罪恶与救赎”“残酷与浪漫”等关键词对电影进行剖析,她呼吁电影创作能更多地反哺生活,给予社会边缘群体更多关注。《文艺报》编审高小立坦言,“《野孩子》是一部实实在在的现实主义作品,既展现了人文关怀,也做到了用情感打动观众。”

影评人谭飞认为电影关注了现实、关注民生、关注弱势,他还是赞扬了导演的创作心思、演员的细腻表演和真实的置景美术。中国文联电影艺术中心网信处处长王纯将《野孩子》比作太阳花,“它努力地吸收阳光,去散发温暖和善意,相信影片带来的温暖,会照耀到那些‘野孩子’身上,让更多的孩子被看见。”

《野孩子》在创作过程中得到了河南省电影局的大力支持。研讨会上,河南省委宣传部电影处处长王宏琳表示,影片通过独特视角和细腻笔触深刻展示了“事实孤儿”群体,有非常高的现实价值。河南省委宣传部电影处副处长黎宁和河南省电影电视家协会副主席、郑州市电影电视家协会秘书长尚蔚也在会上对影片的人物塑造、电影基调和艺术感染力表示了充分认可。

电影《野孩子》由河南元气影视文化有限公司、北京上狮文化集团有限公司、上海陵光影业有限公司、北京元气娱乐文化有限公司、北京胜景文化发展有限公司出品,之江电影集团有限公司、江苏泰阁电影有限公司、上海是船长影视文化有限公司、乐乐陶陶(北京)文化传媒有限公司、霍尔果斯创维酷开文化传媒有限公司、北京微梦创科网络技术有限公司联合出品,由河南省电影局指导拍摄。

## 探索喜剧电影背后的现实主义研讨会在京举办

本报讯 10月30日,由北京电影家协会主办的“以笑为镜,观照生活——探索喜剧电影背后的现实主义力量”研讨会在京成功举办。中国艺术研究院研究员刘藩,喜剧导演、编剧束焕、董润年,开心麻花签约导演、演员吴昱翰,北京新影联影业有限责任公司副总经理方铭,腾讯视频自制电影制片人姚玲,北京师范大学教授、影视策划人尹成奎参加研讨交流。北京电影家协会副会长、秘书长陈畅主持会议。

刘藩认为,人物、演员、喜剧性情境是喜剧的核心元素。自带喜剧人设的人物要立得住、演员要贴合角色、喜剧情境应从情节结构上搭建令观众发笑的基本面。喜剧,首先要能够传达普通人的喜怒哀乐,令观众共鸣与共情;其次其作为一种低门槛的电影类型要做到好坏立现、善恶分明。在喜剧技巧方面,他认为,想要保持电影的艺术性与完整度,喜剧“梗”最好避免追逐移植当下的流行文化,好“梗”应与人物与情节合理融合。

束焕认为,喜剧电影是喜剧类型中的“金字塔尖”,一方面它对面最广大的观众,另一方面其创作难度十分之高。好的喜剧需要非常完整的结构、扎实的人物、合理的人物关系和奏效的喜剧情境。这些内容的创造需要经过千锤百炼,需要技术更需要情怀。

他结合多年创作经验谈到,随着时代变化,观众也在不断进步,他们“胃口”更大、笑点更高,这导致市场对喜剧创作的要求更加极致化。观众期待在观影过程中获取情绪价值,而情绪价值究竟是什么?怎样打动观众?这需要创作者回到真实世界中,去观察人们的喜怒哀乐。如果说让观众笑是喜剧的下限,那么情感就是上限,是给观众提供足够的情绪价值。其次,喜剧蓬勃发展这么多年,所谓“好用”的喜剧手段和喜剧题材已然经历了“大规模破坏性开发”,“趋同化”成为一种困境,以往绝症、暴富、换身、穿越等适用的高概念的主题似乎正走向黄昏,创作者需要回到生活中去,

到现实主义中寻找养分。董润年提到,喜剧电影越来越成为电影市场上的“刚需”,但喜剧创作的压力和市场压力都非常大。在互联网时代,喜剧本身成为了一个异常拥挤的赛道,当有多种方式可以满足观众每天的“多巴胺需求”时,喜剧电影如何说服观众花费时间与票价走进影院,成为一个巨大的挑战。当下的喜剧电影已经不再单纯是娱乐产品,更多的是一个带有社会话题属性的产品。

喜剧电影如何吸引观众走进影院?他分享到,首先要注重题材的选择。喜剧电影的题材要突出喜剧的类型化,以笑来满足观众的情绪宣泄,并在破题过程中紧密联系现实,让观众在观影过程中联系到自己的生活处境,从而产生情感共鸣。第二,喜剧创作者要不断打磨自己的喜剧创作能力,加强理论学习、坚持创作,同时建议文本创作者进行表演方面的实践,通过总结观众的反应来检验自己的创作。第三,深入生活、深入群众,记录生活中鲜活的人物、有趣的思维模式、不同的生活视角甚至是对话的节奏,并将其融入电影创作中。第四,从传统文化中汲取养分。例如传统戏曲中“简单直给”及脸谱化的人物出场方式,反而符合当代年轻观众对剧情与人物的理解模式。创作者要学会对传统文化进行现代化的继承和改编,传统文化有潜力在年轻观众中成为一种新的时尚。最后,“忘记自己在做喜剧”。当创作者充分夯实了人物与剧作结构,找到故事中的错位与现实中的荒谬后,不用太费劲,喜剧自然而然就会产生。笑是不能强买强卖的,必须是自然流出的。

吴昱翰从导演与演员的双重角度与大家分享经验。他认为,观众的审美在不断发生变化,不同观众的喜剧诉求也各有不同,但不变的是“喜剧包袱”要在扎实的人物设定、情节逻辑与喜剧情境中才能抖得响亮。喜剧创作最难的是匹配到好的喜剧演员。喜剧演员需要天赋,除了表演技巧外,更需要有天生的喜感,同时,年轻的喜剧演员也需要成长的空间与市场的认可。

方铭认为,探讨喜剧电影与现实主义的深层次关联,准确的抓到了当下国产电影成功的一个密码,就是以喜剧电影的形式表现具有一定社会话题度和情绪价值的现实主义故事。纵观近几年取得优异票房成绩的国产喜剧电影,大都根植于现实主义的土壤,关注老百姓的生活,关注普通人的喜怒哀乐,关注日常生活中的柴米油盐,这些普通人笑中带泪的生活故事,比那些超级英雄叙事更能引起观众的共鸣。电影《年会不能停!》《第二十条》《热辣滚烫》《抓娃娃》等都是这类成功的例子。现实题材的喜剧电影作为一种创作思潮,在当下的电影市场能够保持长久的票房热度与投资动力,成为了未来国产电影发展的一个重要方向。

姚玲从拓展观众群的角度提出,电影作为一种艺术性与商业性兼顾的长视频内容形态,更应该极致的发挥其内容深度的优势,而非寻求题材的猎奇度来拓展观众群。喜剧具有天然优势可以被作为一种表达手段与现实主义相结合来吸引更多的观众。同时,喜剧电影具有现实表达的的优势,譬如讽刺喜剧会以自嘲来讲述社会的异化。作为腾讯视频的代表,姚玲表示,希望能够通过观众在线的反馈与平台汇总的相关数据与给予项目一些有益的参考,但创作不应该被数据左右,因为数据代表的是过去,而观众是一直在成长的。

尹成奎表示,从2022年至2024年,每年的电影票房前十部,有三分之一是喜剧,票房成绩十分喜人。但目前的喜剧创作仍存在两个弱点:一是同质化问题严重,特别是在剧情架构、人物设定以及台词语言等方面;二是喜剧对演员要求较高,喜剧电影存在选角难的问题。他认为,喜剧电影的创作与学校目前的专业教育存在一定的脱节。喜剧的教育目前更多的是在实践中成长,师傅带徒弟的方式对于培养喜剧创作能力更为有效。

(李佳蕾)

## 从中影集团看文化体制改革 ——中国艺术研究院影视所影视大讲堂聚焦中国式现代化

■文/本报记者 姬政鹏



日前,中国艺术研究院影视所举办第55期影视大讲堂,讲堂邀请中国电影制片人协会理事长、中影集团原董事长焦宏奋以“从文化体制改革看中国式现代化——从中国电影集团组建说起”为题展开分享,总结中国成立以来最大的国有电影制片企业——中国电影集团公司的体制改革历程,为中国式现代化建设提供智库资源。本期大讲堂由中国艺术研究院影视所所长赵卫防主持,中国艺术研究院文化战略发展研究中心副研究员刘藩,中国艺术研究院影视所研究员孙萌、储双月参加讨论。

焦宏奋从聚焦主业、拍摄优秀影片;做好以国家中影怀柔数字电影基地建设为代表的产业基础;作为影视文化公司,启动上市;提高职工福利待遇,做凝聚人心的实事;坚持重点影片创作;进口影片的引进与发行;技术创新,提升影院竞争力等八个方面详细介绍了中影集团组建过程及产业改革情况,并从当下中国电影的问题出发,对中国电影的未来进行了展望。

巨大的市场,中国巨幕、CINITY以及LED等在新技术、高格式放映方面不断加大投入,放映条件不断提高,观影环境大为改善。第四,中国电影具有广阔的市场,精准投放的分线发行、区域发行将会成为中国电影高质量发展的重要方向。第五,社会观影积极性得到提高,市区金融财政补贴不断加大,也推动了中国电影的放映和影院上座率的提高。

刘藩的发言也围绕文化体制改革展开。他表示,在2000年左右,国有电影企业大部分进行了集团化改革,改革的目的是把产业链连起来,提高经营效率、整合资源,“也正是因为改革,国有电影企业享受到了市场转暖高速增长之后的红利,同时我们加入了WTO,在大的趋势下,中国经济保持高速增长,电影企业实现快速发展,民营和国营一起奔跑、一起竞争。也带动了电影企业和其他领域的企业一起,实现了十几年比较好的增长。”

孙萌在发言中对中影集团今后的创作提出了建议,她认为,在创作中要加强主旋律影片的探索性探索,力求创作范式的全面升级,同时挖掘中国传统文化资源,展现中国文化丰富的思想内涵。“此外,还建议重视文学改编作品的影像转化;对类型片的艺术呈现、样式与主题进行现代化探索;重视现实题材电影创作,促进中国电影的生活化走向和体验;让合拍片从偶然、随机的单个项目发展为通过资本联结的稳定、持续、规模化的深度合作项目。”

储双月以《志愿军》系列为例解读了2024年“中影”的电影创作趋势与亮点。她认为,《志愿军》系列电影已经从民族历史视域转向世界历史视域,承担起了历史叙事的道德责任。“影片致力于追求多重叙事视角下的叙事张力,来呈现多维一体的立体战争。不同于以往的抗美援朝电影,它们在历史书写脉络里还引入了一个美国他者视角,讲述集体主体的故事,以此彰显历史叙述的多重性、不同叙述之间的层次性。因此,影片文本不再限于本土历史知识,而是吸收了美国的历史知识。”储双月说。

