

# 《棒！少年》导演许慧晶： 潜心创作 努力生存

■文/本报记者 林莉丽

许慧晶的微信朋友圈里都是感谢。

12月10日电影《棒！少年》上映前日，导演陈可辛微博发声：纪录片能走上大银幕太难了，现在的排片量只有1%。纪录片面临的现实和影片中孩子们要冲破的命运，是一样的残酷与孤独。少年们，咱们影院见！



同样在微博为影片“打CALL”的，还有周迅、马伊琍、陆川、李晨、宋佳、肖央、黄渤、梁静、谭卓、易烊千玺……“打CALL”的人太多了，导演许慧晶只能一次次地用万分感谢、非常非常感谢回应大家对影片的认可。

纪录片难，出好作品难，有好的市场表现更难。尽管难，但这两年的电影市场断断续续总有优秀的作品冒尖、破圈，《二十二》、《我们诞生在中国》、《重返狼群》……2020年是《掬水月在手》和《棒！少年》。

让一众大V感动打CALL的，是一群有着颠沛童年和挥棒改变命运勇气的少年。他们大都来自贫困家庭，因为“有肉吃”、“不挨打”、“养到18岁”三个简单的理由来到基地学习棒球，走向棒球赛场。他们所在的“强棒天使队”创立于2015年，是前国家棒球队奥运国手孙岭峰和爱心人士联合发起的“强棒天使项目”。五年间，该项目已累计救助困境儿童80多名。带他们走出贫困家庭走出来，从零开始学习棒球，甚至踏上了世界少年棒球赛事的顶级赛场。

## 创作，首先要解决自身的问题

许慧晶有十年的纪录片创作经验。关注社会议题的他曾连续三个月跟建筑工人同吃同住，完成了纪录片《天桥》。创作《棒！少年》前，许慧晶一度进入了创作的瓶颈期，像是一拳打在棉花上，“这么多年来似乎没留下什么，作品对拍摄对象的生活并没有什么影响”。

十年再出发的许慧晶主动选择了体育题材，创作的过程既是解决自身的问题，也是用新的创作形式跟观众、跟世界沟通的过程。他不执着于改变什么，他更看重从青年到成年人的自我成长。

“会有视角、表达等方面的一些调整，《棒！少年》关注社会议题本身，也关注人。我期待做一些建设性的尝试，带来一种希望和可能。”许慧晶说。与以往单人单机的创作方法不

同，这一次许慧晶搭建了一个五人的创作团队，首次尝试多机位、独立录音的创作方式，“团队创作带来了更多的侧面和可能！”

## 纪录，追求真实的本质

《棒！少年》从2017年开始创作，历时一年半左右。期间，许慧晶保持每月拍摄一次、每次15天左右的拍摄频率。拍摄前期采用大面积抓取人物的创作方式，六七个人物同时推进，从中寻找主要人物、次要人物、可能的人物关系。几次前期拍摄后，从七八个人物聚焦到三四个人……很快，刚刚加入棒球队伍的马虎闯进了许慧晶的镜头。

“前期拍摄是一个收集素材的过程，搜集人物的可能性……”许慧晶相信一部电影有几百种剪辑方法，马虎的闯入是偶然也是必然，“作为一个后来者，他打乱了既有的秩序，跟每个人都发生着关系。”

《棒！少年》采用独立录音、双机位拍摄，比赛场面加到四五个机位，有一个机位加稳定器，有突发情况随时可以跟进。剧组还实现了同期录音，“之前是单人单机，五米之外声音就听不见了，这次实现了独立录音，声音为创作提供了更多的可能性。”许慧晶说。

《棒！少年》的素材量在700小时左右，从中产生一部长片、一部每集30分钟、共6集的剧集。许慧晶最开始剪了一版四五个小时的粗剪，进一步提炼到两个小时的时候，故事就很清晰了。

“从700小时的素材到2小时的电影，你不能说这是绝对的真实，毕竟它经历了大幅的删减，但纪录片追求的是真实的本质。不是表象的真实，是比真实更真实！”许慧晶说。

创作过程中，许慧晶很看重这一团队的团队协作能力。纪录片考验的是发现、反应过程中呈现的创造力，“创作来源于方式的选择，我们每天拍完都会过一次素材，尽量把五个人变成一个人，在创作中形成默契。”

从单人单机到五人多机位，创作

方式改变的同时，意味着成本的上升。许慧晶希望能把《棒！少年》发展成一个跟踪成长的长期纪录片，他也做好了随时进入创作的准备。但今年上半年零收入的现实让这样的创作计划依然悬而未决。

## 剪辑，抵达第100次的感动

年初的疫情，给了许慧晶一个重新审视、剪辑《棒！少年》的机会。剪片子的时候，他时不时会翻翻麦基的《故事》。这本书他买过好几本，“之前看了几次，看不大懂就放下了。”这次边剪边看，看到电影的剪辑点、结构方式、人物关系跟《故事》暗合，他感慨“这一次读懂了！”

“你怎么从不同的视角看这个故事，把他当成你、把你当成他，这是一种共情的能力。我用半年的时间解决了这样一个理解的问题。”许慧晶尝试用共情解释疫情前后两个剪辑版本间的差别。为了剪片子，有的素材他看了不下100次，但是第101次再看，还是“该哭的地方哭、该笑的地方笑”。作为影片的剪辑指导，著名电影人廖庆松给了许慧晶很多建设性的意见，影片定剪之后，廖庆松跟许慧晶说，“很多年没有自己被自己感动了！”

## 探索，纪录片也需要关心关爱

回顾《棒！少年》的创作过程，许慧晶坦言：“拍摄只是开始，真正的挑战是创作的中后期，片子面临巨大的不确定性，剪辑的时间很长，也是创作者最脆弱的时候。人最怕不确定……”

“创作者不一定有能力影响人生，棒球基地和政府都在用自己的方式帮助孩子们，我希望以媒介的形式，让更多人发自内心地帮助他们，让他们通过棒球改变命运。”相比立竿见影的改变，今天的许慧晶更在乎“孩子们的故事被看到、被听到”。

具体到电影对自己的改变，许慧晶说更多的是一种成长，“我们想探索纪录片的良性创作路径，毕竟这个市场现在还太小了，不足以养活人，不足以吸引更多的年轻人加入，我们也需要支持、需要关爱。”

第一次走上大银幕，许慧晶对《棒！少年》的希望是不要亏钱，最好能有一点盈利，“对投资人有一个交代，这样才有以后。”许慧晶说的以后，是《棒！少年》之后长期跟踪棒球基地的连续拍摄计划。

经历了疫情的停摆之后，许慧晶开始了新片的创作，还是一个农村题材的作品。棒球少年们的生活在继续，纪录片创作者的生活也在继续，“我们也要努力生存！”许慧晶说。

# 《晴雅集》主创助阵 第二届万达美好生活电影节 在京启幕



左起：上海电影股份有限公司发行分公司常务副总经理王毅，万达商管集团高级总裁助理兼营销策划中心总经理李卓长，万达商管集团副总裁孙亚洲，电影《晴雅集》主演汪铎，电影《晴雅集》编剧兼导演郭敬明，电影《晴雅集》主演邓伦，万达影视集团副总裁兼万达电影执行总裁刘晓彬，永和影业董事长杨巍，北京浩瀚星盘影视传媒文化有限公司总裁公钰涵，万达院线副总经理兼综合管理中心总经理李劲波

以光影盛宴链接场景消费，用电影娱乐碰撞美好生活。由万达广场与万达电影携手打造的大型跨界狂欢活动“第二届美好生活电影节”日前在北京通州万达广场正式启幕，全国350多家万达广场、600多家万达影城联合打造极具文化价值的娱乐社交新场景，共同致敬美好生活。

## 重塑文化消费场景 一站尽享美好体验

作为万达广场与万达电影联合推出的大型IP活动，美好生活电影节于2019年一经问世，便收获全网亿级曝光量，以业界先行者的姿态，实现了文化产业与实体商业之间的有机串联。

当今，直播带货、会员经济、品牌跨界等新经济模式逐渐成为主流趋势，消费者的感官体验和思维

认同已成为商业创新的重要发力点。因此，第二届美好生活电影节迎来全面升级——秉承“美好生活，一站尽享”理念，围绕“电影+”进行文娱生活的跨场景塑造，万达广场首度联手豆瓣，强化社交互动体验，促进线上线下深度融合、产业内外多维贯通，让顾客在一站式消费体验中，切实感受到万达广场与万达电影共同传递的品牌温度和情感共鸣。

## 《晴雅集》主创惊喜助阵 引爆启幕狂欢

启幕仪式上，来自永和(上海)影业、上海电影集团有限公司的《晴雅集》出品方嘉宾，以及导演郭敬明与主演邓伦、汪铎惊喜亮相，共同助力电影节盛大开启。各位主创不仅与在场影迷畅聊幕后故事，就“电影与美好生活”话题

与大家互动交流，并当场送出“首映礼邀请函”重磅大奖，为影迷的“美好生活”惊喜加码。

作为本届美好生活电影节的启幕影片，东方奇幻大片《晴雅集》将于12月25日登陆全国大银幕。该影片改编自日本作家梦枕貊世界级IP《阴阳师》，讲述了阴阳师晴明承师遣与会祭天大典，期间与武士博雅相识，共赴斩祸蛇之命的故事。电影节期间，除《晴雅集》外，本次活动将联动《温暖的抱抱》《送你一朵小红花》《神奇女侠1984》等多部热门贺岁影片，为影迷带来不同以往的视听赏。更为惊喜的是，万达广场还将携手万达电影，奉上独家定制的丰厚大礼及精彩纷呈的主题娱乐。

目前，《晴雅集》电影票预售已经全面开启。更多活动信息可通过万达广场APP、小程序、官方微博、微信、抖音获取。(木夕)



# 贺岁喜剧《沐浴之王》首映 彭昱畅乔杉“领笑三千人”



主创与观众见面

本报讯 喜剧电影《沐浴之王》日前在北京举办“越搓越开心”首映礼，导演易小星，领衔主演彭昱畅、乔杉，主演卜冠今、苇青，友情出演金世佳、黄垲翔全阵容亮相，与观众互动交流。电影凭借欢笑解压的故事与温暖动人的情感获得首映礼三千人一致好评，主创们在现场妙语连珠，更有更多亲

朋好友现场实名夸赞“年末必看”。电影已于12月10日开启16城超前点映，并于12月11日全国上映，相信将在这个特殊的年末，让大家洗掉烦恼，舒爽迎接新的一年。

在首映礼现场，观众观影后表示“没想到把搓澡拍得这么欢乐，笑到飙泪”，更有观众感慨“看完越发觉得中

国沐浴文化博大精深”。导演易小星表示，中国沐浴搓澡文化有着几千年的历史，集民间智慧大成，希望用电影来弘扬这一文化。彭昱畅透露，导演花了三分钟“死磕”自己，自己却花了一个月跟非遗搓澡大师苦练搓澡敲背，并现场展示单手敲背绝技，六种手法的精妙变化看嗨全场。乔杉笑言，这部电影讲的是兄弟情，也是沐浴文化的传承，自己“沐浴之王”的名号如今正式移交给彭昱畅了，希望更多南方观众和国外观众能从电影里感受到中国沐浴文化的博大精深。

《沐浴之王》由北京京西文化旅游股份有限公司、湖北深定格文化传媒有限公司、阿里巴巴影业(北京)有限公司、北京破壳而出影业有限公司出品，南京时间海影视文化传播有限公司、北京万合天宜影视文化有限公司、天津猫眼微影文化传媒有限公司、天津摩天轮文化传媒有限公司、安徽舒茶九一六影视传媒有限公司联合出品。(木夕)

