封面会客厅

# 拍片缘起成都 黄晓明等明星点赞
# 广告片“大神”将老兵故事搬上银幕

宋坤儒导演在片场。

豆瓣评分一度高达9分，票房却仅仅800万，纪录电影《1950他们正年轻》正在遭遇冰火两重天。除了《厉害了，我的国》《二十二》票房破亿，“叫好不叫座”几乎是大多数纪录电影走向院线之后的共同命运。但是，拍摄广告片起家的70后导演宋坤儒，却执意要将这部讲述抗美援朝老兵故事的纪录片搬上大银幕。

北京国际电影节正在举行，宋坤儒亮相北京展映单元，与观众分享了自己创作这部纪录电影时的所思所想。原来影片曾想命名为“1950他们曾年轻”，然而在寻找素材与深入采访的过程中，他越来越觉得自己所面对的其实正是当年那一位又一位普通却热血的、充满了理想的年轻人。影片以全新的视角重述了那个时代与我们的民族记忆，而在映后，宋坤儒导演也相当动情地谈及影片中珍贵素材的“抢救式拍摄”，以及创作过程中那些没来得及记录下来的遗憾，令观众震撼不已。

《1950他们正年轻》电影剧照。

## 缘起成都 拍纪录片算是半路出家

或许你对宋坤儒这个名字感到陌生，但是翻看这位导演的履历，他创作的广告片和形象宣传片却让人如雷贯耳：2008年，张靓颖演唱的成都城市宣传片《I Love the City》，出自他的手笔；2018年，他总导演的国家价值观广告三部曲《我是中国军人》《牵妈妈的手》《英雄》，在网络上点击超30亿次。

毕业于北京电影学院导演系的宋坤儒，已经在影视广告行业从业15年。如果不是一次机缘巧合之下接触到了抗美援朝题材的项目，他或许依然在广告圈游刃有余，拍纪录片算是一次“半路出家”或者“无心插柳”。

2018年，这位广告片“大神”机缘巧合接触到了抗美援朝老兵，他自称是一个“听别人讲故事会上瘾的人”，采访的老兵越来越多，他觉得自己有责任让更多的人了解这些老兵身上的故事。于是，他搁置了商业项目，一头扎进纪录片的海洋，用4年时间将这些八九十岁老兵口述的抗美援朝故事送进院线，豆瓣开分就一飞冲天。

宋坤儒透露，《1950他们正年轻》缘起成都。2018年，应邀为中央网信办拍摄一部短片，他在四川荣军院接触了一些抗美援朝的老兵。他在叶发坤老人的家中看到了一张泛黄的老照片，老人年轻时英姿飒爽，照片上他肩头还搭着一只手却不见主人。一问才知道，战友牺牲之后，叶发坤就将这张合影折叠起来，不忍回想。

出于对人物故事的敏感，他再次来到四川荣军院，并且在退役军人事务部的帮助下前往乐山、攀枝花等地拍摄抗美援朝志愿军老战士。随着采访人数的增加，他慢慢地对这些老战士有了深厚的情感。特别是拍摄了20多位老兵之后，他突然觉得自己肩负了沉甸甸的责任，而不单单是个人的喜好。这些老人眼含热泪讲述了在朝鲜战场上的经历，让他在感动之余想要做点什么事，更好地记录、讲述这群老兵的故事，不辜负老人们的信任。

起初，宋坤儒想寻求专业纪录片导演的帮助，但是遭到了婉拒。他硬着头皮自己上阵，成立了一个独立制片的小剧组，两位主创自掏腰包，继续寻访更多的老兵。四年磨一剑，团队从两人壮大到15人，在五洲传播中心和少年派影业的支持下，终于死磕出了这部院线电影。

为何将电影取名《1950他们正年轻》？宋坤儒透露，拍摄期间，他可以感受到老兵年轻时候的精气神，电影不仅讲述了战争的残酷，也讲述了这些老兵青春的故事，于是，“正年轻”以一种正在进行时的讲述，希望让影迷们感知71年前战场上蓬勃向上的力量感。

电影剧照

宋坤儒（左一）与抗美援朝老兵。

## 一碗白粥 要娱乐也要精神上富足

比之于商业大片带来的感官刺激，行云流水、娓娓道来的纪录片，更像是一碗平平无奇的白米粥。受疫情影响，许多商业大片的票房成绩不尽如人意，会有人愿意走进影院观看纪录片吗？“我也爱看商业大片，超强视效带来的感官刺激确实让人满足。可是，就像吃肉之后还想喝粥，纪录片就是那碗可以给人带来精神慰藉的白粥。”宋坤儒说。

纪录片中，不少老兵都提到了战场上的伤亡，有一个文工团的小提琴手，被炮弹炸得只剩下一只手，却还攥着琴弦；有一个老兵曾经是战地医生，想起照顾过一个下巴炸没了的士兵，哭着回忆当时喂饭的惨状；有个老兵用钢笔在树皮上写下战友的名字，良心告诉他“得有名有姓”；还有一个老兵想起自己对战友的承诺，要把战友的遗骸带回祖国，可是辜负了重托，内心一直不安。

这些战火硝烟中的伤亡，让大银幕前的观众泪流满面，导演又是如何开启老兵记忆的阀门，让他们畅所欲言呢？宋坤儒坦言，许多人都曾问过这个问题，可是这些经历了战争洗礼的老兵表现得比大家想象的更为坚强。有人用写作、书画来消解战争带来的伤痛，有人在平凡的岗位上兢兢业业。开拍之前，他会和老人先聊聊家常，等老人放下戒备之后再听他们讲述。“有一个老兵奶奶说，你们再晚来几天，我可能就没了，令人动容。其实，他们也很渴望后人去了解他们年轻时候的故事。”这是一场与时间赛跑的抢救性记录，电影片尾的字幕上，已经有3位老兵的姓名打上了黑框。

采访拍摄了50多位老兵，最终只选择了26个人的故事，宋坤儒在取舍过程中内心十分煎熬。受限于时间，他要将80多个小时的素材精简为不到2个小时，意味着大量的舍弃，带给观众的是真实、有趣、流畅、昂扬的讲述。

为了保持纪录片的真实，宋坤儒团队使用了一些战地记者拍摄的珍贵史料。尽管只有3分钟的视频素材，但他们用了两个多月的时间对素材进行AI修复，让战火中的青春同样有颜色。

## 众人拾柴 黄晓明饶晓志喊你观影

宋坤儒接受采访当晚，主播薇娅的直播间十分热闹。一位粉丝见电影排片不多，试图联系薇娅团队，希望得到免费的宣传。薇娅看过电影之后，在当晚的直播中为电影卖力宣传。

这是电影上映之后接受的又一份善意。设计师乌合麒麟为电影设计了免费的海报，自掏腰包购买电影票包场支持；黄晓明、段奕宏、万茜、李恒、郭帆、饶晓志等人看过电影之后“自来水”安利，录制视频、发微博呼吁粉丝观影。众人拾柴火焰高，电影《1950他们正年轻》排片连续几天超过了2%。

哪怕明知会亏本，宋坤儒依然坚持拍完了这部电影。为什么要将这些寻访故事做成电影在院线放映？宋坤儒说：“做成电影是我能做的对老兵们最高的致敬。当年，他们用鲜血和生命为祖国人民筑成一道血肉长城，将强敌阻于国门之外，他们在用他们的方式报效国家，而我作为一个导演，将他们搬上大银幕，是我对他们的敬意，他们的影像也值得我们保存下来。”他希望，观众沉浸在老兵的讲述之中，不会因为外界的干扰，错过银幕上老兵眼角的一滴泪。

目前，《1950他们正年轻》票房仅仅800万。对于宋坤儒而言，把电影拍完，搬上大银幕，他的使命已经完成，至于最终的票房能够达到多少，“不敢有预期”。

封面新闻记者 曾洁