

最近,电视剧《仁心俱乐部》正在湖南卫视热播。该剧讲述了神经外科“一姐”刘梓懿与心外科“男神”秦文彬在手术台上是相互鼓励的战友,两人彼此治愈、共同成长的故事。《仁心俱乐部》从医疗行业切入,展示了几位医生的工作与生活状态以及内心成长,让普通大众对光环之下的医者有了更深的了解。其中,辛芷蕾饰演的刘梓懿外表飒爽,专业过硬,给观众留下了非常深刻的印象。

编辑/吴明瑞

机会要自己争取

辛芷蕾是鹤岗人,有一张被网友说“一看就不好惹”的脸。她不是科班出身,当演员,是为了“能养活自己的2000块工资”。上大学时,父亲生病,身边离不了人,于是家庭的重担就压在了身为长女的辛芷蕾身上,她选择南下广州补贴家用。

对于人生地不熟的辛芷蕾来说,挣钱并不简单。有很长的一段时间,她马不停蹄地奔波在各个剧组中,不断试戏,也不断面对失败。

2015年,《拥抱星星的月亮》播出,辛芷蕾首次饰演女主角。起初,导演丁黑并没有看中她,她就把自己的经历和主角的相似之处讲给他听,说自己“一定要演这个角色”。各种坚持最终打动了丁黑,从而得到了这个机会。

2016年,由辛芷蕾与秦昊共同主演的电影《长江图》上映,她饰演性格坚毅的女修行者

辛芷蕾:“野心写在脸上”有何不可



安陆,该片也入围第66届柏林国际电影节主竞赛单元。这是她演艺生涯的一个转折点。为了争取到这个角色,起初导演问她是否会游泳时,她撒谎说自己是游泳高手,接下这个角色后,辛芷蕾开始疯狂学习游泳。真正开拍后,她才知道原来是要在长江游泳,但即便是跳入极寒天气下的江水里,她也毫不畏惧。

这样的胆量与坚持,来源于辛芷蕾一直以来相信的那句话,想要的就要自己争取。许多人说她“野心写在脸上”,她并不否认自己想红,而想红,是为了拥有更多人生的主动权。这样的野心,有何不可?

这个女孩勇敢无畏

但要说到这几年的辛芷蕾,给人的感觉并不是那么活跃。小有名气后,她却选择将步调慢了下来。

比如她花了三年的时间去拍了王家卫的《繁花》,饰演风情万种的老板娘李李,光是走路就学了两年的时间。王家卫还让辛芷蕾去上舞蹈课练仪态。“当时就感觉自己快折了,双脚都磨出了血,但还是走不出理想的效果,每天都在崩溃的状态。那时候我才发现,走路并不是一件简单的事。”

练完走路,还要打磨每一个细节。王家卫在拍摄时会反复NG,感到焦虑的同时,辛芷蕾也从这次拍摄经历中,打开了表演的另一条路。采访时她坦言,《繁花》让自己在表演上迎来了突破和转折。

与此同时,她还接演了话剧《初步举证》。这是一部女性独角戏,讲述曾为无数性侵受害者成功辩护的女律师泰莎,自己遭遇性侵后,要去打一场注定会输的官司。话剧相对于影视剧,对演员的台词和表演功底要求更高,对于辛芷蕾来说,更是巨大挑战,也是对专业能力的一次精进和突破。18场戏、130分钟,她要一人饰演好几个角色,她终究承受住了压力,呈现了几乎完美的表演,还凭借这部话剧获得白玉兰戏剧奖主角奖。

整场话剧里,她最喜欢的台词是这样说的:“在我心中一直有这样一个人,一个为成功而苦苦奋斗的女孩。这个女孩勇敢无畏,而如果我畏畏缩缩,毫无作为,我想我会失去她的。”

/ 旁观娱乐 /

拿了“银熊”,文艺片能起飞吗?

文/苏阳

2025年开年,由霍猛导演、编剧的电影《生息之地》荣获第75届柏林国际电影节最佳导演奖(银熊奖),该片也入围了主竞赛单元金熊奖提名。

于是,关于“文艺片”的讨论又开始了:文艺片还能起飞吗?

无论什么类型的影片,想要“起飞”都要依赖市场环境,能够吸引观众的电影肯定有其长处,甚至会成为爆款;而让文艺片爆款的难度,是很高的。

因为“爆款”的基础是受众面广且符合大众的主流价值观并能唤起集体记忆。

仅“受众面广”这一条,就屏蔽了多数文艺片——所谓“文艺片”,基本就是适合小众审美,讲镜头与画面分割、光影比例的剧情片;一直以来,“文艺片”几乎是叫好不叫座的影片的代名词。

以去年的两部“文艺片”为例。

《草木人间》(4月3日上映,陈建斌蒋勤勤

主演,票房1.21亿);香港电影《破·地狱》(12月14日上映,陈茂贤导演,票房2.1亿),都是对当代亲情关系及直面生死的人性探讨,以及本土文化和历史的展现,归类上脱离了“科幻、喜剧、惊悚、武侠”等属性,没有任何“当打”的商业元素,纯靠在小众范围内的传播,且在网络平台及艺联院线分线发行上映,但仍然吸引了不少文艺片的固定观众,“口碑发酵”是它们破圈的重要因素,两片均取得了不俗成绩。

即便如此,和同时期的商业片相比,依然属于“惨淡经营”。

这也令文艺片的制作进一步思考起影片的“雅俗共赏”问题。

长久以来,一些文艺片爱好者及创作者对市场的诉求与氛围,基本漠然无视;而电影作为商业产品,追求利益最大化才是片商和院线的主要目的,脱离这个目的谈及的一切创作或许可以摆上桌,但不应成为唯一的话题。

以好莱坞为例,商业片历来都是支撑,一部

《阿凡达》的商业价值,相当于一百部《爱乐之城》,但不妨碍《爱乐之城》依然有它的市场,并能获得奥斯卡最佳影片。

再稍微扩展一下:其实许多商业片也在基于观众理解的层面上融入了艺术化的表达。包括一些原本小众题材的电影邀请知名度高的演员参与演出或担当主演,商业元素拉满,才让观众有了观影的欲望。

再看许鞍华,她选择采用文艺片的形式讲述香港市民生活,拍了《桃姐》;侯孝贤的《刺客聂隐娘》虽然挂着“古装武侠”的名头,但拍摄手法和镜头呈现乃至演员台词都文艺气息十足——初看它们并不符合一部电影立足市场的基本逻辑,但投资方的热衷和观众的喜好仍然使得这样的经典得以诞生。

市场需要“文艺片”,只是“雅俗之争”无需成为彼此轻视、互相嘲笑的矛盾,文艺片已经有爆款出现,我们只需要从中学习、理解并继续支持即可。