

电影能成为推动公益事业发展的利器吗?

■ 本报记者 皮磊

最近一段时间,电影《我不是药神》可谓火得一塌糊涂。

除获得网友及观众的一致好评,该影片还获得了超高的票房收入:上映12天,加上点映的1.63亿票房,票房已经突破25亿。

票房还在继续增长,而由其引发的舆论也在持续发酵。

作为一部现实主义题材影片,《我不是药神》改编自慢粒白血病患者陆勇代购抗癌药的真实事迹,反映了中国慢粒白血病患者在危及生命的情况下用药难、用药贵等现实困境。

正如影评所说,该片的现实主义题材切中了每个人的要害——“生老病死,是每个人内心的隐忧与伤痛。因病致穷,是很多家庭的噩梦……”

当然,该片也带给大家很多温暖与感动,引发了更加深入的关注和探讨。

7月7日零点,《我不是药神》官方微博发布一条消息,宣布投资方决定一次性捐赠200万元,给陆勇指定的白血病相关机构,并向全社会公开用途明细;同时,投资方决定,票房总收入每达一亿元,追加30万元,捐赠给以白血病资助为主的专业公益机构北京阳光慈善基金会,用于白血病患者的治疗及术后恢复。

不仅如此,影片引爆的舆论也得到了政府的关注。

据《人民日报》消息,近日李克强总理就电影《我不是药神》引发舆论热议作出批示,要求有关部门加快落实抗癌药降价保供等相关措施。

“癌症等重病患者关于进口‘救命药’买不起、拖不起、买不到等诉求,突出反映了推进解决药品降价保供问题的紧迫性。”总理在批示中指出,“国务院常务会议确定的相关措施要抓紧落实,能加快的要尽可能加快。”

这让很多人看到了希望。但是现实生活中,不靠药神靠什么?

7月18日,凤凰网公益与中国灵山公益慈善促进会联合北京阳光慈善基金会、北京病痛挑战公益基金会、南都观察,就“病有所药,不靠药神”举行了一

场慈善蓝沙龙。

沙龙的主要议题包括:“十二五”以来中国的药品供应保障改革措施有哪些;中国的药品供应保障改革难点在哪里;中国民间公益倡导现状如何;药品供应保障是什么;民间公益倡导介入的价值、角色与长效机制等。

可以肯定地说,《我不是药神》是近年来一部难得的现象级电影,其不仅影响了普通公众,也影响了公益行业和公益人士,甚至还有可能推动政府相关决策的改变。

希望能够多一些这样的影片,通过老少皆宜的方式,反映社会问题,传播公益理念,进而影响更多人关注公益事业,参与公益事业,一起推动社会进步。

正如《我不是药神》片方所说——愿我们生而平凡,却不忘创造更好的世界。

以公益电影的名义

事实上,通过电影的方式传播公益理念、呼吁公众关注诸如留守儿童、困境儿童以及环保等社会问题,已经成为最有影响力的途径之一,也是很多机构和个人不断深入探索的领域。

比如,7月18日,阿里巴巴在北京启动首届“阿里巴巴公益电影月”。

《公益时报》记者在现场了解到,“电影月”由阿里巴巴公益、阿里巴巴影业集团、优酷电影频道联合北京国际电影节组委会办公室共同举办,将于暑假期间在北京、呼和浩特、杭州、上海、重庆、成都等城市的热门影院免费放映阿里公益短片及国际知名公益题材电影,借此唤醒公众的环保、公益理念,让“走进电影院,用心看一部公益电影”成为人人参与公益的新方式。

阿里巴巴公益电影月启动仪式之后,影院播放由著名导演雅克·贝汉执导、姜文配音的影片《海洋》。影片展示了海洋的魅力,也反映出了人类对海洋环境的残忍破坏。

作为即将到来的阿里巴巴95公益周的先导预热活动,“电影月”将成为每年暑期的“一道

公益视觉大餐”。

当然,阿里要做的不只是播放公益电影。

借助自身资源优势,阿里还支持了一些优秀的青年导演参与阿里脱贫基金公益短片的拍摄。在阿里看来,青年导演们能够从自己独特的视角去诠释公益,能够用他们的视角记录并传达脱贫事业的重要性,传播公益理念。今年下半年,这些公益短片将陆续上线。

需要得到市场认可

不过,对于复杂的社会问题,比如留守儿童,电影应该怎么展现?公众会买账吗?

今年4月20日,内地首部社工题材影片《米花之味》上映。

影片以云南连社区照顾服务中心社工李小菲的真人真事为原型,讲述了在外工作多年的年轻母亲叶楠,因留守家乡两年没见的12岁女儿无人教管而决定暂时辞工返乡,弥补曾欠缺的母爱。由于一直在外地打工,太久没有回家,母亲与孩子太久没有见面、交流,从而产生隔阂。在重塑母女关系的过程中,他们得到了社工的帮助……

虽说是一部无大牌明星加盟、小成本制作的文艺片,但《米花之味》也收获了诸多好评。在去年举办的首届平遥国际电影节上,《米花之味》拿下该影展中国新生代单元的“最受欢迎影片”奖项。

此外,该片还先后获得俄罗斯电影节优胜奖、第74届威尼斯国际电影节威尼斯日竞赛单元“特别提及奖”和沃苏勒亚洲国际影展的四项大奖。这部影片清晰地展示了什么是社工、社会工作存在的意义。而这些荣誉,可以看作是市场对影片最大的认可。

由公益基金发起、明星零片酬出演,可能也是公益电影区别于其他类型影片的一大特点。

2014年9月10日,由华谊兄弟公益基金发起,周迅、韩庚、斯琴高娃、徐帆、张涵予、袁姗姗等12位明星零片酬出演的公益电影《有一天》正式上映。

电影由九个温暖励志的小故事组成,讲述了九个弱势儿童群体追梦的故事。华谊兄弟公益基金希望通过这部电影让更多的人关注身边的特殊儿童,希望用影像去探索他们的世界,进而影响更多公众帮助儿童或者其他需要帮助的群体。

两大影帝、三大影后、十二大巨星倾情加盟,由此可以看出公益电影的重要性和影响力。而政府部门的大力支持、公益机构的积极参与,也是相关题材电影能够顺利上映不可或缺的因素。

今年6月2日,国内首部环保公益电影《环保局长》在北京举行首映式。

影片首次全景式展现了环



《我不是药神》是近年来一部难得的现象级电影,其不仅影响了普通公众,也影响了公益行业和公益人士,甚至还有可能推动政府相关决策的改变。网络配图

保人的辛酸和坚守。各种环保专项行动,如淮河治污行动、零点行动,以及两办督查甚至是近年来在京津冀开展的强化督查、中央环保督察、执法大练兵大比武等都在影片中有所呈现,且几乎每个情节都有人物事件原型。

据了解,这篇影片由中华环境保护基金会、江苏省环境保护宣传教育中心联合明德兄弟(北京)文化传媒有限公司和山西电影制片厂共同出品。影片策划至完成历时一年,拍摄场景183场,拍摄素材长达500分钟。影片能够顺利上映实属不易。

在国外,电影的力量也在影响甚至改变某些弱势群体的命运。比如,2017年8月11日在印度上映、2018年6月8日在中国大陆上映的电影《厕所英雄》。

该片改编自真人真事,直面印度“野外如厕”的传统,将视线集中在印度女性群体,从“印度农村普遍没有厕所,女性需要在天黑后、日出前结伴去野外如厕”这一生活背景展开故事。

影片由厕所一步步上升到了印度女性社会地位问题,对存在于印度社会根深蒂固的现实问题进行了深刻探讨。观众从这部影片里不仅了解到了印度社会对女性的不公,也看到了印度社会根深蒂固的传统观念对人们生活带来的影响。

爆款可遇而不可求

如何从内心激发,让更多人

参与公益,是公益的核心问题。

在阿里巴巴电影月启动仪式上,阿里巴巴集团合伙人、阿里巴巴公益基金会理事长孙利军表示,电影是人们喜闻乐见的艺术形式,公益和电影的结合将让公益插上影像的翅膀,能够唤醒更多人的公益心,继而从身边的微小行动开始参与公益,让生活变得更加美好。

但是在市场竞争如此激烈的前提下,公益电影要想在整个市场中占得一席之地,要想获得观众认可,还面临着许多困难。

我们看到,近年来有很多机构、个人乃至政府部门都在投资拍摄公益电影,但很少有能够被公众记住的优秀作品,《我不是药神》这样的爆款更是可遇而不可求。

《我不是药神》导演文牧野在接受媒体采访时曾说:“这个电影很难,题材受环境影响很容易变文艺电影……”

如何选择合适的题材和故事、从什么角度进行切入、怎样结合社会的痛点和矛盾……相较于商业或其他类型影响,公益电影虽然使命不同,但也不得不考虑这些现实问题。

当然,虽然存在诸多困难,但电影无疑仍是传播公益理念的最佳方式之一。我们也期待有更多的公益电影上映,期待有更多人主动走进电影院观看公益电影,并因此而加深对公益事业的理解,积极参与公益事业,共同推动社会问题的解决。



今年4月20日,内地首部社工题材影片《米花之味》上映。网络配图