

许巍高晓松合作单曲成“刷屏歌”

## 苟且引发一场论战

近日，许巍发行了最新单曲《生活不止眼前的苟且》（简称《苟且》）。这首歌的副歌部分此前已经通过《晓松奇谈》被几百万观众熟知。包办词、曲、制作的高晓松称这首歌“创作灵感来自母亲的语录”。歌曲一推出就在微信朋友圈疯转，有不少听众留言说“听哭了”。但渐渐地，也有用户认为这就是一首“成功的营销歌曲”，是“世界这么大，我想去看看”的歌曲版本。

谈到《苟且》，高晓松表示歌曲的创作灵感来自母亲的语录——“生活不只是眼前的苟且，还有诗和远方”。这句话在高晓松著名的网络节目《晓松奇谈》中被广泛传播。高晓松看到这种情况，“就想，要不把它写成歌吧？一切非常顺，很快就写成了。”

《苟且》完成后，高晓松曾让老狼、谭维维在自己的作品音乐会上唱过。这次许巍版本在朋友圈的“刷屏”被认为是击中了70后、80后“民谣心”听众的结果。

在百度指数中，“生活不止眼前的苟且”在2016年1月23日之前的指数都是0，23日当天指数是1289。此后最高数值出现在3月4日，为5879。3月18日当天，指数又降为0。但3月19日，指数迅速升为72064！可谓一夜爆红。

虽然不能代表全部人群，但记者询问了一些身边的90后音乐听众，他们大多表示对这首歌“无感”。1993年出生，在一个社交APP工作的乐迷张小姐表示：“我还是很喜欢许巍的经典作品的。但《苟且》这首歌听了觉得很平，没有什么情绪共鸣。”

至今保持着看乐队演出习惯的“70后”听众“红先生”则认为：“对许巍和高晓松的合作本来有很多期待感，但这首歌听起来没有任何突破。”

《苟且》能被刷屏还是有其背后社情原因的。比如有人认为这首歌与此前成为话题的辞职信——“世界那么大，我想去看看”异曲同工，都表达了城市居民忙于工作、无暇放松、向往自由的精神需求。

真能递上一纸辞职信或者像高晓松这样位居公司高管、往来中美工作、休闲的人还是少数。但这不妨碍大家借高晓松的文字、音乐表达，达到宣泄自己情绪的目的。

就像电影的社会作用就是帮观众“做梦”。文艺作品的社会功能之一，就是让民众的情绪得到有效释放。从这个角度看，《苟且》是一部成功的音乐作品。

如果站在纯艺术角度，业内不少人认为《苟且》的品质难以称“高”。鉴于高晓松、许

巍的业内资历及社会地位，业内人的表达相对委婉。比如一位音乐从业者就隐晦进行如下表达：“不懂音色、不知节奏、不通和声，只感动于旋律和鸡汤。这不是音乐圈，是配乐诗朗诵圈。大家乐呵乐呵赚点钱了。”

各个新媒体则更敢发言。公众号“不要相信文艺青年”作者老麦就针对转发甚广的《许巍这首歌，我只听了4句就泪流满面》这篇文章，写了《许巍 & 高晓松的新歌，我听了4句就赶紧关了》的文章。除了认为歌词矫情、离现实太远，还认为在音乐方面“大调，1-4-6-5的和弦进行，再加上点变化，再中间变奏升个调。简约不简单，比《爱情买卖》和《我的滑板鞋》高明一点。一样朗朗上口，旋律能洗脑就行。”

就像电影《老炮儿》引发了到底什么是“北京精神”“真正老炮儿”的论战。围绕《苟且》产生的不同观点，也是每个不同成长经历、不同想法的人，在同一个文艺作品中看到不同角度的反映。认为《苟且》是文艺包装下的高晓松个人乃至品牌的营销，这个观点说得通。忙于上班但心怀自由的人，需要《苟且》抒发情绪，这也很好。正所谓“文无第一”嘛。

据《北京娱乐信报》



连综艺电影都有了一席之地而体育题材依然被忽视

## 怎么破？代入感是关键

由塔伦·埃格顿、休·杰克曼等主演的《飞鹰艾迪》在口碑下内地上映却遇冷，排片被同日上映的《荒野猎人》大幅挤压，票房目前也和预期有差距，让不少影评人感到惋惜。此前《绝命海拔》《极盗者》《破风》等体育题材影片上映虽票房破亿，但还是难获得较大反响。

体育题材电影缘何在中国市场难突破？在影评人谭飞看来，体育题材电影在中国票房一直不太高，体育影片应嫁接其他类型、元素，“因为太具专业性的影片就会有壁垒，观众缺乏代入感，而代入感是他们买票的关键”。

## □票房成绩

## 破亿已算佳绩内地难有经典

随着中国电影市场的不断壮大，喜剧片、青春片、公路片等电影类型逐渐分明，连综艺电影都有了自己的一席之地，但唯有体育题材电影不受重视，拍得少，观众似乎也不太买账，即使是引进体育题材影片，也不一定获得好的票房。

在中国，体育题材电影屈指可数，不超过100部，能称为经典之作的或许只有上世纪五十年代谢晋导演的《女篮五号》。近几年来，《翻滚吧！阿信》《激战》《破风》等体育题材电影陆续上映，虽然口碑不错，但却都未能真正带动起观众的观影热情，《翻滚吧！阿信》总票房仅620万元，《激战》总票房1.17亿元，《破风》总票房仅1.45亿元。

引进片方面，去年11月3日上映的讲述罗布·霍尔和史考特·费雪带领的两支探险队攀登珠峰故事的《绝命海拔》仅获得1.02亿元，而近日上映的由塔伦·埃格顿、休·杰克曼等主演的《飞鹰艾迪》在内地却遇冷，《飞鹰艾迪》主要讲述英国跳台滑雪名将“飞鹰艾迪”的生平事迹，该片在IMDb上有7.6分评分，在豆瓣也有8分的高分，但上映首日和《荒野猎人》撞期，排片仅6%，第二天排片下滑至3%，上映三日票房191万元。

## □拍摄难度

## 专业训练专业设备耗资多

谈及中国电影界对体育题材电影缺乏兴趣，曾执导《激战》《破风》的导演林超贤曾表示，因为体育题材电影的拍摄难度太大，拍摄过程中受伤可能性也比较大，令不少演员望而却步。

体育题材对演员的要求极高，为了贴近角色，必须要进行长时间的专业训练。《破风》主要演员进行了几个月的魔鬼训练，在拍摄过程中，80多人受到程度不同的摔伤。林超贤透露，每个演员全身上下下的装备价值不菲，专业赛车更是开销大，用了400台。拍一部运动类电影的时间，可以拍3到4部爱情片。

体育题材影片专业性较强，缺少关注也令体育电影多年来被忽视。陈可辛最新传记电影《李娜》的编剧张冀曾表示，在创作《李娜》的过程中要用很多的时间去了解网球这项运动，“我本人不是个球迷，我必须要看大量的比赛回放，阿加西他们的传记我要看，而且北京的网球场网球手还不是很多，我在生活中看到这些东西也相对比较少。”

## □如何破局

## 突破专业性壁垒代入感是关键

《李娜》的编剧张冀等业内人士认为，中国的体育爱好者、体育明星的粉丝显然无法跟美国相比。即使在好莱坞，体育类型电影完全靠纯粹“体育”来卖钱是很难的，必须跟别的类型嫁接，比如在中国获得2.48亿元票房的《极盗者》就并非纯粹体育题材，而是融合了极限运动、冒险等元素。

影评人谭飞接受记者采访时也表示，体育题材电影在中国票房一直不太高，《破风》虽然有1.45亿元，但和片方原始预期有很大差距，“中国老百姓体育运动水平和爱好程度没西方那么高，虽然用了明星，但《破风》和预期票房差别特别大，首先片名可能很多人都不太理解”。他表示，纯粹体育题材目前在市场上比较难起色，光靠明星也难撑起票房，比如《飞鹰艾迪》的“狼叔”来中国宣传，但拉动票房的效果不再像以往那样明显。

谭飞认为，体育电影受欢迎程度也跟

该项运动在当地受热爱程度有关，“贝克汉姆演的足球电影，肯定会大热。陈可辛拍《李娜》，票房也不会差。纯运动题材票房会比较险恶，因为太具专业性的影片就会有壁垒，观众缺乏代入感，而代入感是他们去买票的关键，只是‘运动’吸引还不够。即使在美国市场，纯运动题材票房也不会太好。”

据《京华时报》

## ■经典体育影片

《百万美元宝贝》：由于女儿的疏远，拳击教练法兰基长时间在人群中封闭自己，直到麦琪走进他的体育馆，他决定调教麦琪成为女拳击手。训练的过程中两人的遭遇启发了对方，一同找到力量超越过往伤痛。

《烈火战车》：剑桥大学凯阿斯学院的学生亚伯拉罕，他一心想成为赢得奥运会百米赛金牌的第一个犹太人。第8届奥运会上，因为百米赛跑的安排时间不符合基督教的教义，利德尔退出，亚伯拉罕错过了与其竞赛的机会。最终，利德尔夺取了400米冠军，亚伯拉罕则拿下百米冠军。

《愤怒的公牛》：影片根据拳王杰克·拉莫塔的真实经历改编。拳坛是杰克向生活挑战超越自我的空间，也是他蒙受不平等对待和挫败的生死场，为了实现自己拳王的梦想他不惜丧失自己的人格，当他获得自己所谓的理想时，发现自己早已丢失了灵魂。

《告别昨日》：影片描写四个高中毕业生的成长历程。毕业后的他们本要在当地的一家采石场里干活，可是这家采石场关闭了。四个人不得不告别父辈们传统的生活方式，重新考虑自己的未来，其中戴维梦想成为自行车赛车手。

