“‘一带一路’就是大家一起来make friends
‘一带一路’就是大家一起make some fun
‘一带一路’就是大家一起make money
‘一带一路’就是大家一起来跳舞”

近来，随着“一带一路”国际合作高峰论坛的召开，一首“超燃神曲”网络走红。这首听起来“正经又魔性”的“神曲”，正是人民日报推出的《“一带一路”之歌》。

同期，新华社、中新社两大通讯社也各自发布了“神曲”，用不同的曲风歌唱“一带一路”，把政策传播与民众生活完美结合起来。

人民日报社《“一带一路”之歌》画面活泼好看

“一带一路”之歌成为新“神曲”

□本报记者　王　萌

别出心裁搞创作

“嘿我不是孙悟空，翻个筋斗有神功，我是你的唐三藏，相信行走的力量……”中新社发布的《“一带一路”之歌》，以大家耳熟能详的孙悟空和唐三藏代入，用简单好玩的方式，向海内外听众说明“一带一路”是什么。

中新社政文部时政记者梁晓辉，负责歌曲的整体思路，用活泼生动的形式宣传政策概念，这是中新社的第一次尝试，也是他的第一次尝试。

“我们从2月份就开始酝酿，特意成立‘百万庄创意小组’，经过数次头脑风暴，将歌词定位确定在‘一带一路’历史但又新潮的观感上。”梁晓辉对本报记者介绍，多年做乐评和唱片企划的经验告诉他，想让听众喜欢，这首歌一定要“好玩儿又好懂”。

在歌曲短片中，一对父女被歌声所吸引，穿梭于“一带一路”沿线国家，体验交通、贸易等诸多方面的便利，孙悟空、唐三藏、张骞、郑和等古丝绸之路上的标志性人物，与新时期“一带一路”上的班列、港口大桥、护照签证等意象出现在短片中，进而共同反映出古代丝绸之路与当今“一带一路”倡议的相通之处。

“我们希望通过一首歌，把‘一带一路’倡议向国内民众介绍清楚，体现‘一带一路’与老百姓的生活关系。同时，使用双语创作，希望海外受众更好地了解‘一带一路’。”梁晓辉说，“‘一带一路’既要让国人听得懂，也要让国外受众听得进。歌曲中使用了‘One for all and all for one’这样的英语谚语，拉近与世界听众的距离，向海外释放善意。”

新华社的“神曲”创作同样别出心裁。除了形式创新，新华社还邀请中国内地影视女演员、音乐创作人江一燕倾情演唱，获得很多年轻人的关注。

江一燕说，在半个月前，新华社找到她，希望她演唱这首歌。她看到这首歌后特别喜欢。她坦诚地说，此类歌她没唱过，为了演唱好这首歌，她认真向他人请教，然后全身心地投入这首歌的创作中。

各有千秋获好评

3首“神曲”有着非常相似的风格：动画、中英文歌词以及丰富的中国传统和外国友人元素，用年轻化国际化的表现形式吸引大家的关注。而3首“神曲”又有着不同的特色和风格，用不同表达方式“抓住”了听众的耳朵。

人民日报的《“一带一路”之歌》通过活泼有趣的说唱对白，对“一带一路”的历史渊源进行解答，旋律简单、轻快又朗朗上口，有着当前年轻人喜爱的风格取向。同时，短片应用当下非常流行的扁平化设计，给人视觉上的冲击力。

新华社的《Let's go Belt and Road》，采用京剧加念白的形式，是一首传统与现代、东方与西方、京剧与说唱、虚拟与现实相融合的歌曲。这个看上去有些颠覆和混搭风格的短片，实际上是在用一种通俗的方式告诉听众什么是“一带一路”。

而中新社的《“一带一路”之歌》，选择了不常见的“双副歌”形式。其中“找朋友”副歌旋律在极大程度上唤起听众的亲切感，歌词通过“找朋友”这个中国人耳熟能详的概念，诠释出“一带一路”倡议“共商、共建、共享”的原则。

3首“神曲”一经发布，就引发了网友的热评。甚至有网友对3首“神曲”进行对比，从不同角度对“神曲”进行了解读。

有网友认为，新华社版本突出中国元素，动感足，充满能量；人民日报版本用“make friends、make some fun、make money”3个“make”解读“一带一路”的意义，让人感到耳目一新；中新社的版本好玩好懂，更有代入感。

“国际范，中国风！”网友“天道酬勤”感叹道；“隔着屏幕都能感觉到满满的时尚范儿。”网友“舰舰”这样评论；而网友“扬帆远航”的评论代表了大多数听众的心声：“3首神曲各有千秋，都喜欢！”

老外也来作“神曲”

其实，除了国内媒体推出的“一带一路”之歌，还有外国朋友也创作了“神曲”，表达对“一带一路”的赞叹。

“‘一带一路’，我说您听，齐心协力，互利共赢”，“丝绸之路，你我肩并肩，携手创辉煌”，“‘一带一路’，有你有我，大小问题，一起面对”……这是一首让不少中外友人“单曲循环”的老挝歌曲。歌词用老挝语写就，风格活泼，让人听起来就能想起东南亚国家暖暖的风情，而在绵软温柔的老挝语歌曲中，能清晰地听到“一带一路”这4个字的中文发音，酿成了一种奇妙的融合感。

该歌词曲作者维莱鹏是老挝国家广播电台文艺部副主任及知名主持人。据他介绍，最初有想法创作这首歌是在2015年底，当时想写一些表现中老两国友谊的歌曲。恰逢“一带一路”倡议，所以他以此为切入点，创作了这首歌曲。

“这个话题带有国际性，所以最终我选择以摇滚风为主，融合一些老挝的传统音乐元素，再添上一些轻音乐，混搭成了这首‘神曲’。”维莱鹏说。

维莱鹏目前正以工作交流的形式在中国担任外籍专家，他没想到这首歌曲能如此火爆。“就目前我所听到的反馈，它在老挝的反响挺好。还有好多老挝朋友来找我，想拷贝这首歌，说是也想‘循环听’。”维莱鹏希望用歌曲这样一种更轻松和大众化的方式去告诉更多老挝人这个倡议，“歌词里也有‘海陆相连’‘互联互通’‘互利合作’等内容，就是希望大家能通过这首歌对‘一带一路’有个初步了解。”他说。

◎墙内看花

“一带一路”开创电影新天地

□苗　春

据报道，将于下个月举办的第20届上海国际电影节，已收到来自106个国家和地区的2528部影片申报参赛参展，其中来自“一带一路”沿线近50个国家和地区的电影人和电影机构共申报1016部影片，数量超过往年。

其实，4月份举办的第7届北京国际电影节就曾专门设立“一带一路”展映单元，关注“一带一路”沿线国家的电影创作，让观众透过大银幕了解沿线国家的民族文化和精神气质。比如《牛奶配送员的奇幻人生》《推销员》《罗莎妈妈》《斯科普里的解放》《伪装者》《荣耀》等精品力作，其中不乏入围威尼斯电影节主竞赛单元金狮奖甚至获得戛纳国际电影节最佳剧本奖和奥斯卡最佳外语片奖的佳片。“一带一路”展映单元不仅拓宽了第7届北京国际电影节的视野，而且成为北京国际电影节的亮点。

影视作品在促进民心相通、深化文化交流方面具有独特的优势。我国近年来一直力求通过展映、巡展、研讨会等活动，在“一带一路”沿线国家以电影为纽带来讲好中国故事、传播好中国声音，做民心相通的友好使者。相信即将与观众见面的本届上海国际电影节“一带一路”沿线国家电影作品，也会受到大家的格外关注和欢迎。

微信公号“华谊兄弟”发表文章认为，“一带一路”开启了中国影视文化的新篇章。在合拍片方面，“一带一路”已经推动了多个合拍片项目，包括中泰合拍电影《索命暹罗之按摩师》、中越合拍爱情喜剧《越来越囧》、中捷合拍动画片《熊猫和小鼹鼠》、中俄合拍电视剧《晴朗的天空》、中英合拍纪录片《孔子》，等等。2016年，中印两国合作推出了《大唐玄奘》《功夫瑜伽》《大闹天竺》等电影，其中《功夫瑜伽》以17.5亿元的票房取得今年的春节档冠军。在引进片方面，“一带一路”也带来了多个优质电影。印度引进片《摔跤吧！爸爸》正在国内热映，已经取得了票房和口碑兼收的优异成绩。它充分表明，“一带一路”影视文化产业里有巨大的市场空间。

在让更多中国观众欣赏到“一带一路”沿线国家影片的同时，中国电影也在通过“一带一路”走向世界。2015年，中国电影国际巡展在白俄罗斯举办。今年9月中旬，中国电影国际巡展将走进塞尔维亚，让塞尔维亚的观众感受中国的历史文化，感受中国人民的生活和情感，感受中国正在发生的变化。

“一带一路”倡议的提出，为中国和全球电影创造了一个重新想象的空间，开启了电影新格局。新的宣言、新的愿景、新的航程，赋予了中国电影新的使命。

《来吧冠军2》：后奥运时代的“燃”综艺

□文　静

大型励志竞技体育节目《来吧冠军2》近期正在浙江卫视热播。节目每期聚焦一项体育运动，邀请世界冠军与明星嘉宾展开真实对抗，在有趣而激烈的挑战中，展现体育魅力，突出冠军风采，弘扬体育精神。作为后奥运时代体育题材的坚守者，第二季节目依然紧紧抓住“体育”和“综艺”的“双核驱动”，最大的不同就是更“燃”了。

《来吧冠军2》由浙江卫视与蓝天下传媒共同推出，中国女排、刘翔、短道速滑冠军韩天宇、武大靖、举重冠军龙清泉、廖辉等体坛精英走进专业竞技场，与贾乃亮、宋茜领衔的终结者队进行真实竞技。冠军们以“接地气”的方式展现技能和风采，观众则随“挑战者”的视角体验竞技的机遇与激情。

节目中，作为寄托着国人最深沉的情怀、体育精神最深入人心的队伍，两季首发冠军中国女排一亮相就燃爆全场。终结者队接连使用“毛绒手套”、“瑜伽球”、“镂空球网”等奇葩道具和相应规则，与中国女排展开势均力敌的激烈比拼。真实的对抗使冠军和挑战者都进入忘我的状态，电视机前的观众也不由得热血沸腾、跃跃欲试。

除了惊人的竞技实力和运动之美，《来吧冠军》第二季还注重挖掘体坛冠军们的性情和风采。女排姑娘们给木头人画上对手的脸，展现出活泼可爱的个性；花样滑冰冠军佟健与庞清搭档出战，展现夫妻的默契和温情；而郎平教练断裂三次、弯曲变形的小拇指，则在不经意间让人热泪盈眶。

中国女排姑娘们在节目现场

在后奥运时代，为祖国赢得荣誉和骄傲的体育冠军们需要国人持续的关注，需要我们去了解他们赛场背后的辛苦，去了解他们有趣的性格，去了解运动员面对比赛、面对生活的态度，从而被激励，进而有所奋斗。《来吧冠军》坚持打造第二季，也是在延续这份体育的情怀。

民强则国强。目前，全民健身已经上升为国家战略。2022年即将在北京—张家口举办的冬季奥运会，也成为推动群众性冰雪运动的重大契机。《来吧冠军2》积极号召全民运动、快乐健身，并提出了“每个人都是生活的冠军”这一理念，让体育的存在不只限于让运动员在赛场上摘金夺银，还呼唤每一个人走上运动场收获健康和快乐。

北京卫视播出《跨界歌王》第二季

不为名利易匠心

□姜晓飞

大型明星跨界音乐节目《跨界歌王》第二季已在北京卫视播出了多期。无论是在明星嘉宾的邀请方面，还是赛制舞美等方面的超越、创新，节目均力求更符合大众口味，同时兼具社会价值的传播功能。节目一经播出便引起全民热议，收视率也持续走高。

不为名利易匠心，去年的《跨界歌王》掀起了全民跨界的热潮，让“跨界”成为去年的年度热词。今年，北京卫视继续研精致思，为节目增添更多的“匠心元素”，从“真”、“善”、“美”三个维度出发，以进取昂扬的工匠精神点亮创新之光。

北京卫视以文化自信深化节目精神内核。去年的《跨界歌王》所推崇的理念更多的是对自身勇气的突破，鼓励大众进行跨界尝试；《跨界歌王》第二季继续深化“跨界”精神的内涵与外延，跨界不再是勇气的比拼，而是一场能力的较量，正所谓勇气跨界，实力跨越。节目更多地回归艺术价值，强化竞技之“真”，进行赛制升级。

一直以来，电视就像社会现实的一面镜子，影响大众认知。《跨界歌王》第二季正是通过明星选手隐藏在聚光灯背后的故事和经历，展示他们不断超越自我的“跨界之路”。例如，苗圃为备战比赛狂练八小时险些失声，任嘉伦、江珊等跨界选手均负伤上阵等，而这些人格之“善”和人性之“光”也将感染年轻人，告诉他们“人生没有捷径，成功从来不是偶然”。

由“听音乐”到“看音乐”，《跨界歌王》不仅改变了音乐的呈现方式，也改变了观众对音乐的鉴赏方式。《跨界歌王》第二季使观众不再简单地只听歌曲旋律，而是以“看”的方式去感受其中所蕴藏的故事。多屏幕全景环绕技术将舞美、灯光、音响等元素重新定义整合，打造立体空间，丰富视觉层次，着力打造精品之“美”。

在综艺市场井喷的时代，综艺节目成几何倍数的增长。《跨界歌王》第二季通过对舞台的尊重、对艺术的尊重和对观众的尊重，深化了“跨越”的意义。

演员江珊参与《跨界歌王》第二季

她不很好看却很美

□小　苗

任素汐，土生土长的山东姑娘，成长于艺术之家，17岁考入中央戏剧学院导演系，后来成为著名的小剧场话剧演员。去年因在口碑强片《驴得水》中饰演女教师张一曼，在大银幕一炮而红，演唱的影片插曲《我要你》风靡一时。最近，她参演的小成本电影《提着心吊着胆》又获得极佳口碑，她在片中饰演的顾小姐虽然是个配角，但她再度以出色的演技，演活了这个小人物。影片的推广曲《心恋》，也被任素汐演绎得别有韵味。

任素汐说，她就希望演真实鲜活的、有血有肉的、有不堪有美好的小人物。在她看来，表演的过程就是“一个挖掘自己的过程”，自己跟角色永远是包含关系，“我不会去演一个跟我完全不一样的人。这些角色都来自于我本身。”比如顾小姐身上的特质是虚伪，她想用假的东西修饰自己，“虚伪这一面人人都有，我是不害怕自己把虚伪的这一面拿出来的，这样我跟顾小姐就有共同之处了。”

截至5月15日，《提着心吊着胆》的票房刚过千万元，影片比较出色，很多人觉得这个票房数字有点低。但任素汐连说“不可惜！”“一部电影有一部电影的命，我们这个档期就是这样一个档期，200万元投资的体量就是这样一个体量，院线给4%的排片，谁也怨不着。”任素汐不愤世嫉俗，而是作为这部电影的演员中最有知名度的，尽量发挥自己的号召力，接受采访，发微博，拍照……在全国各地演话剧的间隙里，她做着这些她本来不太想做的事。因为她一贯希望用角色跟大家说话，“我不希望在剧场和银幕之外的地方让大家看到，那样会折损掉观众对我饰演的人物的信任”。

在她心目中，演话剧的人就应该最接近普通老百姓，“演员应该关注苦难，要有社会责任感和使命感。神啊仙儿啊，有人演就行了，我喜欢关注普通人，他们需要精神上的指导，需要一些东西来进行释放，让他们成为健康的人。”

有人说任素汐“长得不太好看，但戏很好”，她说：“我对自己的外表很满意，觉得刚刚好，因为我这个样子可以演最最真实的任何普通老百姓，不用顾忌任何东西。”至于她的长相，“不美就不美，你不喜欢我，有人喜欢我；没人喜欢我，我自己还喜欢我。无所谓！”嗯，真有个性！

“全国大学生美术作品展”征集启动

5月18日，由中国美术家协会、首都师范大学联合主办的“全国大学生美术作品展”在北京举行新闻发布会，宣布自即日起，展览组委会面向全国美术院校在校大学生（包括本科生、硕士研究生、博士研究生）征集作品。经严格遴选后，入选作品将于今年12月中旬举办展览。

“全国大学生美术作品展”是国内首次举办的全国性大学生美术创作成果大展，填补了长期以来国内大学生美术大展的空白。

（赖　睿）