

# 电视传媒视域下的流行音乐回归

——以选秀节目《中国好声音》为例

李 燕

(湖南工业大学 音乐学院, 湖南 株洲 412007)

[摘要] 流行音乐在近些年受到, 得益于电视传媒的广泛影响和导向, 尤其是近两年的一档选秀节目《中国好声音》的制作颇为成功, 引发收视狂潮, 它区别于其他选秀节目的最大价值是其对于流行音乐的解读与判断融入到了节目的整个过程。在这个舞台上, 观众从对以往选秀节目中“看热闹式”的单纯听歌方式升级为对流行音乐的欣赏与评价。

[关键词] 传媒; 流行音乐; 电视选秀; 《中国好声音》

[中图分类号] J617.6 [文献标识码] A [文章编号] 1674-117X(2014)05-0132-05

## On the Returning of Pop Music from the Perspective of Television Media

——Taking TV Show “the Voice of China” for Example

LI Yan

(School of Music, Hunan University of Technology, Zhuzhou, Hunan 412008, China)

**Abstract:** In view of the extensive influence and guide of TV media, particularly the successful show of “the Voice of China”, Chinese pop music is highly welcomed in recent years. Distinguished from other shows, the greatest value of “the Voice of China” show is taking interpretation and judgment of popular music into the whole program. On this stage, the audiences upgrade from merely listening to pop music to appreciating and evaluating it.

**Key words:** media; pop music; TV show; the Voice of China

### 一 传媒背景下的流行音乐回归前状

流行音乐依托电视传媒得以发展的态势在中国起步较早。早在20世纪80年代初, 刚刚改革开放的社会对流行音乐文化的渴求度加大, 人们开始通过电视了解时代流行音乐, 这时, 流行音乐歌手、流行音乐创作者都在受众的追捧中得以迅速成长, 港台流行音乐也在内地刮起一股旋风。此时, 《CCTV青年歌手电视大奖赛》应运而生, 它由中央

电视台全力打造, 当时不仅带动了我国原创流行音乐和演出事业的蓬勃发展, 也形成了对歌唱人才的挖掘和培养的机制, 节目开播至今推出的一大批歌唱家和明星以及无数耳熟能详的歌曲, 至今仍在传唱。从2004年《超级女声》开始, 伴随着无数的质疑, 到如今, 电视流行音乐选秀节目已经在我国的屏幕上走入第十个年头, 吸引大批怀揣着流行音乐梦想的年轻人前赴后继, 乐此不疲。实现“草根明星”的梦想也渐渐成为多个选秀节目的关键词和主

收稿日期: 2014-07-04

基金项目: 湖南工业大学科学研究项目“传播学视域下的现代流行音乐发展研究”(2013HSx13)

作者简介: 李 燕(1979-), 女, 湖南工业大学讲师, 硕士, 研究方向为音乐学、高等教育。

打牌。也正是因为抓住了“草根明星”的内在渴望,在公平公开的程序中传递来自奋斗和梦想的力量,因此赢得了观众的青睐,取得了极高的收视率。

如今各大卫视的选秀节目,多标榜要为“实现普通人的音乐梦想”“寻找中国内地真正的好声音”,但是当流行音乐的音乐性和娱乐性发生冲突时,在“收视率”这根指挥棒下,节目组起初宣称的“音乐本质”最终都不自觉地拐到了娱乐性。比如歌手演唱过程中频繁插播的观众煽情流泪的镜头、评委的毒舌点评、选手的丰富表情、歌手感言等,就是在这种情况下,流行音乐不再依靠音乐本身取胜,而是让噱头成了砝码。数档选秀节目的总导演就自嘲,在选秀这个舞台上,是一群“不懂音乐”的人正在操纵音乐。如今的电视台开节目策划会,编导们不会再讨论谁的唱功有实力,而是争论着如何制造噱头和话题,给选手各自贴上各种各样的标签定位,除此之外“故事策划导演”的地位更是越来越重要。诸如:草根励志的人生经历,草根呛声明星……制造各种看点。但是我们静下心来去反思,在这些花哨的背后,流行音乐自身的价值究竟何在?所以,根植在收视率泡沫中的电视音乐选秀节目注定属于娱乐的范畴,在这样的舞台上的流行音乐注定是不纯粹的。音乐性本身的被忽视,使流行音乐在这场被誉为视听盛宴的选秀活动中,仅被定为一个被消费的角色,流行音乐的审美认识、社会教育功能并没有得到适当的宣扬与传播。

以上种种选秀节目的怪象让流行音乐完全成为了一个虚壳,光鲜的包装、华丽的舞台都没能挽回观众的视觉疲惫,节目一旦失去了音乐的本质的挖掘,就无法真正引起观众的情感共鸣,收视降低,电视传媒利用流行音乐作为选秀节目的卖点,最终让选秀陷入了一筹莫展的境地。

向来在节目制作理念上先于同类电媒的浙江卫视打破了这种僵局,节目制作人真正认识到流行音乐本身的魅力和价值,他们于2012年7月强力打造了一档大型专业的流行音乐真人秀节目,取名为《The Voice of China—中国好声音》。创意来源于当时席卷海外的流行音乐飓风《The Voice—美国

之声》,节目秉承为振兴中国流行音乐乐坛、着重培养流行音乐人才的宗旨,用电视与舞台的双重结合,发掘真音乐、真声音。

## 二 传媒视域下的流行音乐回归方式

### (一) 流行音乐“真声音”的回归

如今的电视流行音乐选秀节目,只要以收视率作为衡量节目成败的标准,专业性和大众性恐怕就是最难调和的矛盾。如何在专业流行音乐人的艺术追求和大众手握的电视遥控器之间做出抉择,一直是摆在媒体面前的一道难题。《中国好声音》一直在标榜“回归流行音乐本身”,那么它是如何做出选择的呢?对此,《中国好声音》的宣传总监陆伟做出了回应:“《中国好声音》这个节目唯一的评选标准就是声音,如果有人希望用除了声音以外的其他方式吸引眼球,我们在第一轮就将他们排除在外,我们希望呈现的就是纯粹的好声音,让节目很干净。”

1. 节目定位“梦想、流行音乐”,做到用流行音乐来“动情”而不“煽情”

浙江卫视总监夏陈安曾说过:“浙江卫视是第一梦想频道,《中国好声音》与《中国梦想秀》在精神上是血脉相连的,它秉持着以精英实力打造大众文化的宗旨,不断发挥正能量,鼓舞和激励人们不断向前奋斗,相信梦想,也相信奇迹。”<sup>[1]</sup>《中国好声音》非常注重节目与观众的内心情感的互动,使电视屏幕前的观众都能尽量感受到欣赏现场演唱会的强烈视听效果,而且还能准确挖掘到歌手“动情”的声音,用声音说话,增加了节目的可看性。

《中国好声音》的节目定位是“大型励志专业流行音乐评论节目”,但要仔细研究不难发现,参与者“选秀”和评委“表演”的独特卖点决定其依旧属于电视流行音乐类娱乐节目的范畴。同时,《中国好声音》的选手已经在地方进行过层层筛选,摒弃以往零门槛选秀模式。其宣传总监陆伟说:“先是音频组录音,让选手们在这样的设备下唱一首自己最满意的歌,从中挑选出近400组,主要看中三种类型的好声音,嗓音能唱得特别高的,流行唱法唱

得特别好的,还有很另类很怪异的声音。”<sup>[2]</sup>同时,节目组对于选手们身后的故事也非常重视,编导们基本上都是按照“3+2”的模式进行海选:“3”指选手们歌唱的水平,“2”则是选手背后的故事。比如我们熟知的歌手关喆在台上呼喊不为爱只为流行音乐,还有为母亲梦想高歌的女孩吉克隽逸,为寻求自信而参加比赛的哈尼小王子李维真等等。

## 2. “盲听”模式让选手靠声音、靠实力说话

在《中国好声音》的舞台上增添了一个特殊的元素符号“转椅”,而这一特殊符号出现的阶段,这种现场评委的“盲选”模式,很受观众的喜爱。四位评委导师背对歌手,完全根据演唱的技巧情感来选择歌手,争相纳入自己队伍;而实力相当的歌手,可能同时能得到多名导师的青睐,此时的选择权可以交给歌手自己。导师为了“争抢”学员,不惜用许多独特的方式,现场气氛融洽轻松,节目组给予歌手的这种反选权能充分体现对歌手本身的尊重。

另外为了突出“流行音乐至上”的理念,节目组在“盲选”阶段对流行音乐与声音的执着和坚持近乎苛刻。不但聘请到了2008年北京奥运会开幕式音响总监金少刚的团队来担当对现场声音的控制,而且还请来了原零点乐队的贝斯手王笑东带领的演奏家级别的乐队,担任现场伴奏以求流行音乐品质,另外对歌手的专业背景、外形的弱化处理,更是加深了观众对于声音的关注。在现阶段的“偶像泛滥”的时代,节目组的精心设置重新强调了以“声音”为唯一标准的流行音乐基础构成。回归流行音乐本质、回归声音本质,这对于中国流行音乐的价值观和评价体系都是一次重新梳理。

## 3. 好导师与好声音成就好节目

《中国好声音》第一季的导师阵容强大,由四位在中国流行音乐乐坛非常有影响力的四位导师组成:刘欢、庾澄庆、那英、杨坤。这四位导师流行音乐风格各具特色且素养全面。刘欢是华语乐坛著名的流行歌手,在中国流行乐坛早已经成为旗帜性的人物,其地位举足轻重,是当之无愧的“老大哥”。中国内地流行音乐人杨坤有着辨识度极高的嗓音,在多年的流行音乐生涯中形成了自己独特的风格。那英则是华语乐坛首屈一指的实力派歌手,影响力

极大。庾澄庆来自台湾,因其出色的创作功力在台湾拥有“流行音乐顽童”之美誉。<sup>[3]</sup>

这样的评委阵容也引发了深层的审美效应。比如说刘欢是一个“家长”的形象,比较正统。许多歌手上来会说:“刘欢老师,我老爸老妈特别喜欢您的歌。”庾澄庆是个“主持人”的角色,他负责调动现场。而杨坤则是“悲情痛苦地叙述往事顺便贩卖演出票”的角色。这样的角色定位是以往节目中不曾出现的,在央视也是不被允许的。

除此之外,精心挑选的歌手也都有着各具特色的好嗓音。来自内蒙古的张玮用他稳定的高音挑战女歌手黄玲的《High歌》;知青的孩子平安,用他天籁般的嗓音演唱主旋律歌曲《我爱你,中国》;阿黛尔的《Rolling in the deep》被名叫黄鹤的光脚女孩重新演绎,她霸气的大嗓门震惊四座,等等。其他还有很多的选手都很有特点,他们选择适合自己嗓音条件的歌曲,将自己的声音特质发挥到极致,也只有这样,他们才能赢得评委们的转身。

高素质的评委,高水平的选手,在盲选的电媒模式下成就了《中国好声音》,使之成为一个为热爱流行音乐的歌手实现歌唱梦想的平台,它只有一个简单的宗旨:成就好声音。因此,拥有优秀唱功和能准确把握流行音乐作品的歌手渐渐脱颖而出,在四位导师的言传身教下,对于歌曲进行着高品质的诠释,使得每一期节目都能给观众带来高水准的视听享受。

## (二) 流行音乐“多元风格”的回归

中国内地流行音乐市场一直尚未崛起的原因,主要是原创音乐的稀缺。而《中国好声音》的出现无疑给低迷而又乏味的内地流行音乐市场打了一针强心剂。听众不再仅仅局限于那几首乏味的老歌,从此也开始关注摇滚乐、爵士乐等小众流行音乐,也许不久的将来,中国内地乐坛中不同流派的流行音乐会因此得到更多的关注。

### 1. 选秀节目呈现不同流行音乐流派

好声音,强调的就是“声”和“音”,对于前者我们可以理解为歌者本身的嗓音条件,后者我们可以理解为流行音乐元素。那么声音合起来就是好的嗓音唱出好的音乐,在这点上,《中国好声音》绝对

是有发言权的。<sup>[4]</sup> 节目反映出的流行音乐审美趣味整体上强调作品风格多样化、国际化,摇滚、爵士、欧美流行音乐、音乐剧和具有“主旋律”性质的流行音乐等等,在《中国好声音》中均有机会登上舞台展示。多样化歌曲类型对大众音乐审美的丰富和提升有了很大的帮助,并提供了良好的音乐导向。

早年的中国流行音乐,对于不同风格和流派较少强调,内地的观众对于流行音乐的理解就是简单的通俗唱法,仅仅是理解为区别于民族和美声的一种歌唱方法。受众认识上的单一使得其他风格的流行音乐很难打开市场,也就使流行音乐的创作者难以施展拳脚。而《中国好声音》的出现,及时扭转了这一现象,歌手就在已有的老歌上进行创新,用不同的演绎方式和音乐风格重新翻唱作品,很受观众认可,如创作歌手刘昊霖用说唱的方式演绎《冬天里的一把火》;服装店老板魏语诺重现经典摇滚歌曲《花房姑娘》;光头才女王韵壹用独特的嗓音演绎爵士风格的《一样的月光》,细腻的处理与真切的情感深入人心……民族风、欧美派、摇滚范等,都在翻唱中成功嫁接,不仅丰富了作品本身,更是一种让大众全面认识流行音乐的极好的宣传方式。

## 2. “歌曲改编”为华语乐坛注入了新鲜的血液

黑格尔说过“凡是现实存在的就是合理的,凡是合理存在的就是现实的”。这句话告诉我们存在是有合理性的,一成不变的事物终究会被新鲜的事物所取代,或改进,而不是一成不变的。<sup>[4]</sup> 《中国好声音》在节目中所展示的上百首歌曲中,改编应该说是一大亮点,从选手自身到导师以及专业的流行音乐人都在歌曲的改编方面下足了功夫。比如说吉克隽逸把彝族的民歌与流行歌曲《I Feel Good》合二为一;袁娅维将《弯弯的月亮》改编成巴萨诺瓦的风格,曲风独特,就连原唱刘欢都偏爱有加;葛林改编的《我是不是你最疼爱的人》,将原本舒缓伤感的歌曲加入了摇滚元素使得曲风颇具喜感,从而得到了庾澄庆的大加赞赏。还有几位导师亲自操刀改编的歌曲更是让老歌焕发出了新的生命力。比如“流行音乐顽童”庾澄庆改编的《苏三说》,原作品本身就是京剧与 R&B(节奏布鲁斯)的融合,而

庾澄庆在改编过程中巧妙的将台湾当地的原生态流行音乐糅合进去,使其与京剧的段落形成复调,新鲜至极。杨坤改编的经典歌曲《Time to say goodbye》将中国歌曲《不要告别》融入其中……这些作品的改编不但给比赛和歌手增添了亮点,更重要的是给整个中国内地乐坛添加了一股新鲜的源泉,促进了流行音乐发展的可能性。可以说没有哪个选秀节目能够如此多元化、大规模地将一大批大家耳熟能详的老作品做出让人耳目一新的改编或者说是二次创作,使这些“老家伙”焕发出新的生命力。再加上选手本人对作品的诠释也是可圈可点,这让中国内地的流行音乐充满了无限的发掘空间,笔者认为这同样也为其他歌唱领域带去了借鉴和思考。

## (三)流行音乐“演唱情感”的回归

《中国好声音》在播出初期,歌手偏重选择难度大、音域宽、高音多的曲目来比赛,高音频率的多少直接决定选手的受青睐程度,因此,整体舞台的声音都呈现出“高、躁、强、硬”的趋势,选曲风格的单一直影响着导师对选手的综合评价。在第一期《中国好声音》的舞台上,仅在第一场的10位歌手中,就有8位歌手属于该种类型。作为比赛,适当的展示自己的声音技巧是可以的,但是在舞台上一位地追求音量和飙高音只会让听众听觉疲惫,歌声是乐音,不是噪音;歌声是美好的,而并非咆哮。

此种现象在导师的正确引导下得以缓解,第五期节目的出场,让人倍感清新,高音被弱化,情感的表达开始走向细腻温和,逐渐走向听众内心。选手李行亮本身就擅长演绎细腻温柔的抒情歌曲,他演唱完《涛声依旧》,资深流行音乐人刘欢评论道:“中国需要这样安静的声音,这是流行音乐一个很重要的部分。”演唱完《渔光曲》,刘欢动情地说:“你的内心非常的安静,而你的声音也非常的纯净,我求求你一定要把这个坚持下去,这个在当今的中国声音里面,是非常难得的。”<sup>[5]</sup> 在淘汰赛中,权振东和王乃恩两位选手分别演唱了不同风格的作品,刘欢对权振东如此评价:“你在这样一种情况下,你选择了一首平心静气的歌,我钦佩你的勇气,继续站在这个舞台上唱歌吧。”刘欢在后续的比赛中也

一如既往地强调“有理不在声高”。<sup>[5]</sup>

学器乐的都知道,慢板抒情乐章在演奏中是非常彰显功力的,其实,声乐表演也是这样。作为歌手,首先要把自己内心的情感通过“歌唱”传递给听众并且感染听众。之所以用“歌唱”而没有用“唱歌”,其意在强调情感的表达。我们经常说,为爱情歌唱、为幸福歌唱、为祖国歌唱,可见歌唱更多倾向于情感的表达,而唱歌更多的是一种行为,笔者在此强调的就是情感问题。在好声音的舞台上,无论是爵士风、流行风还是民族风,技巧总是服务于情感,才能让流行音乐打动人,而如何平衡技巧与情感之间的关系,这是一个大的话题。笔者认为,技巧是为情感服务的,技巧是要为歌曲情感的表达做支撑,但最终的结果是打动人心而不是展示技巧。比如那英组的黄勇和梁博演唱的《北京北京》,黄勇从开头到结尾唱得过于“满”,技巧达到了,但是没把这首作品的内涵唱出来;而梁博的演唱很有层次感,张力十足,时而安静、时而爆发,所以最终留了下来。作为一名成功的歌者,首先要具有全面的歌唱技巧,这是毋庸置疑的;其次,为了能够有层次的表达歌曲的情感,要用心设计每一处演唱技巧;最后要把技巧融化在流行音乐之中,给观众呈现出一首情感丰富又不缺乏技巧的流行音乐作品。笔者认为,要想唱出情感,没有哪一首作品不需要经过设计,但是,如何设计能够感动别人,还能够不留技巧的痕迹,这就是一种更高层次的技巧了。

在《中国好声音》的年度盛典上,导师庾澄庆说过这样一段话:“不管今天晚上谁获得冠军,我想最

大的赢家应该是流行音乐本身。”他道出了观众的内心之音以及这个节目的灵魂所在。声音至上、音乐至上,成了广大观众对这个节目收看之后的强烈感受。

《中国好声音》成为了这个时代成就流行音乐的最好导向。如今的乐坛,好歌手、好作品匮乏,流行音乐陷入低迷,所以中国的流行音乐急需一批像在“好声音”舞台上的热爱流行音乐,为流行音乐努力执着的年轻人,作为中国流行乐坛和整个流行音乐产业健康发展的一股正能量。这种正确的导向将使流行音乐朝着真正音乐化的道路良性发展,让我们的媒体能真正热爱音乐,敬畏音乐,最终成就音乐。

#### 参考文献:

- [1] 夏陈安.《中国好声音》:个人微博[EB/OL]. [2012-10-10] [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_69c1dd1d0102e2e6.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_69c1dd1d0102e2e6.html).
- [2] 赵新源.《中国好声音》:梦想的舞台[J]. 戏剧之家:上半月, 2013(7).
- [3] 李 晖.《中国好声音》:电视与音乐的双赢[J]. 歌唱艺术, 2012(11).
- [4] 康 乐.《中国好声音》之音乐元素浅析[J]. 音乐时空, 2013(7).
- [5] 王思琦.“谁的好声音”?——由《中国好声音》看中国流行音乐的审美取向及其他[J]. 歌唱艺术, 2012(11).

责任编辑:李 珂