

深水区

荧屏选秀之变:

从偶像到平民契合国情

本报记者 倪自放

出处

选秀节目各有“老祖宗”

国产“达人秀”与风靡国际的《英国达人》如出一辙,同样的舞台布景(音乐厅),同样的镜头表现(13个近轨道摄像机全方位捕捉每个细节和表情),同样的主持风格(在后台用情感与选手互动),同样的评委构成(三个评委各司其职),唯一不同的是参赛选手的技艺以及背后的故事。这档最初被定义为山寨、抄袭的娱乐节目,实际上却是“堂堂正正”的复制,《中国达人秀》的制作方花110万元向英国Fremantle Media公司购买了版权,该节目模式目前已覆盖全球40多个国家,所到之处都创造了收视奇迹。

其实,从外国复制选秀节目在国内走红的不仅仅是《中国达人秀》,超女、快男比赛都克隆自美国的《美国偶像》,《我爱记歌词》《挑战麦克风》等节目最初的灵感源自于近年风靡美国的《合唱小蜜蜂》。

今年其他几档选秀类节目,《花儿朵朵》其实就是《快乐女声》的“借壳上市”,与《快乐女声》并无多少本质区别,这个装在新瓶中的旧酒魅力实在有限。总的来说,《花儿朵朵》没有辨识度很高的选手出现,话题性也不足,只是一朵安静开放的花儿,没有掀起轰轰烈烈的波澜。

相对说来,今年的《快乐男声》应该具有一定先天优势,因为上一届比赛已经是两年前的事情,而且当初对抗“快男”的《加油好男儿》早就不见踪影。比赛之初,由于刘著的出现,网络上炒热的“伪娘”话题,一度给“快男”造出大声势。但此后《快乐男声》的表现过于平淡。

同样,《名师高徒》今年突出强调“创意”,也在淡化选秀色彩,向综艺风格靠拢。尽管被归类为选秀节目,却没有评委、PK及淘汰,节目看起来更像音乐培训。作为不太像选秀节目的选秀,也许《名师高徒》中能听到十分精彩的歌声,但是抽离了“竞争”这个选秀之“魂”,它只能比其他选秀更不引人注目。《非同凡响》则

创意

都在淡化“选”强调“秀”

没年龄、没阶层、没才艺限制,只要你愿意,只要你有勇气,都可以到舞台上展风采。于是我们看到了90岁居委会大妈唱着没调的《雪花》,6岁小朋友一本正经说着“周立波”,十几个民工劲爆的街舞High翻全场,断臂的钢琴家感动全国。但东方卫视品牌营运副总监周赓说,《中国达人秀》确切地应该叫“中国达人”,侧重于秀出精彩,而不侧重于选。

打出“高端”牌,请来专业级别但人气较弱的成熟歌手相互比拼。其实这种操作思路与《舞林大会》等类似,都是明星级别的PK。

同样,《名师高徒》今年突出强调“创意”,也在淡化选秀色彩,向综艺风格靠拢。尽管被归类为选秀节目,却没有评委、PK及淘汰,节目看起来更像音乐培训。作为不太像选秀节目的选秀,也许《名师高徒》中能听到十分精彩的歌声,但是抽离了“竞争”这个选秀之“魂”,它只能比其他选秀更不引人注目。《非同凡响》则

“达人”不是偶像也有市场

对于《中国达人秀》和其他选秀节目的异同,《中国达人秀》总导演金磊认为,把《中国达人秀》和以往的内地选秀相比根本没必要,因为它根本不是传统的偶像选秀的概念,“过去几年,各地卫视做了很多尝试,也顺应了世界范围内的规律,但为什么近来的偶像选秀却走入了瓶颈?很多业内人士觉得这是因为内地进入了‘后选秀时代’。可偶像选秀在欧美依然很火,每年依旧有过百万唱片的销量和众多大型演唱会。这是因为在美国和英国,有非常巨大的唱片工业和娱乐产业做支撑,有着非常成熟的市场。但整个产业链在中国

却是缺失的,特别是唱片方面,所以继李宇春之后,我们的偶像选秀冠军不可能再拥有巨大的唱片发行量。而李宇春也是时代产物,当年我们其实是在选某个80后的代言人。”

作为偶像类的选秀节目,《快乐男声》等比赛的优胜者都能得到签约某公司进入演艺圈的机会。尽管一再声称《达人秀》选出的不是偶像明星,但金磊承认选出的高手有巨大的演出价值,除了国内的巡演外,在国际上也有很大的演出空间,比如可以开发中国达人团,“《达人秀》有一个国际经纪公司,有世界巡演,最后的冠军会成为国际艺人。”

在中国荧屏选秀“哀鸿遍野”的情况下,《中国达人秀》的异军突起具有标本意义。对于《中国达人秀》的胜出之道,总导演金磊将之前的选秀节目和《中国达人秀》的区别定位为偶像选秀与平民选秀的区别,“从专业的角度讲,尽管超女、快男比赛号称是草根比赛,其实在世界选秀范围内看,从其拷贝的国外选秀节目源头看,都属于偶像选秀,而《中国达人秀》是平民选秀。”

硬伤

达人秀还是“感动中国”?

《达人秀》本身也存在不少硬伤,争议主要来自两方面:评选标准和评委水平。

部分“达人”背后的故事真实动人,但如果总打“感情牌”,难免有点强迫观众“被感动”之嫌,部分“故事型”选手在《中国达人秀》顺利晋级,让人不禁质疑这是达人秀还是“感动中国”。

从评选标准看,目前不少晋级选手依靠情感因素多于才艺水平,如何把握这之间的“度”也成问题。“苏珊大妈”借助非凡的唱腔才让梦想绽放,而煽情过多则会令观众更多抱以同情,而非欣赏。周彦峰、许娜夫妻是再平凡不过的鸭脖小贩,丈夫为了帮妻子实现愿望不惜一切,甚至上台表演装猪,一番感人的故事说罢,评委再度破例,妻子得以一展歌喉,伊能静评委包括在场的许多观众听后纷纷落泪。不过如此感人的故事在网上却是争议不断,更有激进的网友这样说道,“感动之后就给机会?就这么可以进了?一点都没有‘达人’秀的味道了,干脆叫同情秀算了。”的确,当感情故事通过节目被放大,选手的才艺也就同时被弱化了,有了第二个“孔雀哥哥”之后,观众的感动程度显然也会下降,因而是不是该打“感情牌”,是后几轮的参赛选手应该认真思考的大问题。主办方也承认,他们会“把梦想打磨得更亮”,比如让参赛农民的打扮看起来更土,人为制造戏剧冲突性。

再说《中国达人秀》的评委,专职“哭”的伊能静频频起立鼓掌,被疑“作秀”明显,而周立波的嬉皮、调侃、搞怪也被批太抢风头。与《英国达人》的著名毒舌评委们相比,这里更多只有鼓励,而温情补品吃多了难免会让人营养失衡。

尽管创下了收视新高,《中国达人秀》离缔造奇迹还相差甚远。要知道,《非诚勿扰》曾创下4.23%的全国收视率,而目前稳坐选秀收视之冠的仍是2005年的《超级女声》总决赛(11.65%)。

