



选秀综艺霸屏，话题不断

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 刘雨涵

《青春有你2》先声夺人，《创造营2020》拉开序幕，今年的女团选秀一片火热。而主打男团选秀的《少年之名》也打开宣传阵仗跃跃欲试。以偶像养成为己任和卖点的选秀节目，成为优爱腾三大视频平台的综艺重头戏，它们每年将为娱乐圈输送三百多名爱豆人选。然而，偶像泛滥、过度娱乐、昙花一现的质疑与选秀的火热景象相伴相生。但也许我们不必过早地发出娱乐至死、世风日下的呵斥和哀嚎，偶像养成的终极奥义，在于寻找那些“美好的年轻人”。在不拘一格的选秀标准中，偶像彰显着年轻人的无限可能性。

在讨论偶像选秀之前，先要弄清楚，什么是偶像？目前国内的偶像定义，延续了日韩偶像产业的标准，即能跳能唱、青春貌美、努力勤奋，同时还要具有亲和力。而在我看来，偶像并不是多么光芒万丈、高不可攀、十项全能的事业，所谓偶像其实就是那些“美好的年轻人”。在我们刷抖音、刷快手的时候，推送里面总会出现许多颜值无敌、唱跳俱佳的帅哥美女们，吸引住我们的手指停止滑动，为他们的精彩表现驻留，我想他们应该都是具有偶像潜质的人选。正所谓“高手在民间”，这是一个数量多么庞大的群体，而偶像养成综艺为这些年轻人提供了一个集中展示的平台，将散落在各个角落的那些“美好的年轻人”寻找出来，推送到大众的面前。基于这一点，偶像养成选秀的背后有着坚实的供给方和需求方，并非是为制造的一场娱乐狂欢。

从2018年的《偶像练习生》到今年的《青春有你2》《创造营2020》，偶像养成综艺已经在国内扎根了两年。让人意外的是，这些节目越来越打破了人们对于酷帅男团和甜美女团的标准认知，越来越多个性化的爱豆选手涌现到大众视野中，也更加让人确信了“养成”的意义。

在《创造101》中，有吴宣仪、孟美岐这样早已出道的完美“成品”作为中流砥柱，也有杨超越这样的“村花”奇葩，在“锦鲤”“躺赢”的争议中成为话题红人。虽然杨超越在唱跳方面最终也是没有培养出来，不过她天生的综艺感倒是让她在综艺领域如鱼得水，而且通过网剧《极限17》《将夜2》的表现，人们发现杨超越在表演方面居然还很有天赋，未来可期。刚在《创造101》中出场的段奥娟，扎着马尾辫、穿着一身校服，完全就是一个白净的女高中生。如果只是参加一般的音乐选秀节目，段奥娟顶多会被认为是一个很会唱歌的女孩而已。而通过偶像养成节目的培训，挖掘了她更多的可能性。现在的段奥娟变瘦了、变美了，变得更会跳舞了，越来越有了偶像的气质，而不再只是个青涩的小女生。更有像王菊这样黝黑、微胖的非主流女团成员，用实力和努力让自己成为了女性力量的代表性人物。偶像养成，并非是只看重唱歌、跳舞的技能型能力，它更重要的是可以发掘每个人身上的闪光点，让每个人都成为独一无二的存在。

在《青春有你2》中，有孔雪儿这样已经出道8年的“大龄爱豆”，也有安崎、上官喜爱这样在练习室里对着镜子孤独地训练了4年的练习生。不过最让人惊喜的，还是像虞书欣这样的异类。此前只拍过影视剧的虞书欣，经过短短1个月的赛前培训，已经可以有模有样地登台表演。而节目录制过程中，她的进步是有目共睹的，从万人吐槽的“小作精”到备受喜爱的“欣欣子”，养成系爱豆本身从来都是最大的看点。偶像的光环不仅属于人美歌甜的选手，《青春有你2》中，被调侃长得像“牛头梗”的张钰顶着爆炸头，却能唱出地道的爵士唱腔；短发的上官喜爱更像是一个加强版的王菊，爆炸性的舞台力量让她充满魅力。

如同制作人代表蔡徐坤在节目中说的那段话，“我们不定义女生，不定义女团，请大家带着对‘X’的无限想象，亲手选出2020最能代表女团的九位训练生。”不拘一格的“X”选秀，无限可能的“X”偶像，在模式化的唱跳训练中，却让人们看到了年轻人更多的个性和美好。

养成偶像

扼杀偶像

齐鲁晚报·齐鲁壹点 记者 师文静

选秀综艺走到2020年，当少女们用幼儿园朗诵风唱出“淡黄色长裙，蓬松的头发”，大家发现所谓偶像养成，已经走到了生产温顺、迎合姿态的“流量”时代。他们能真正成长为偶像吗？这不是重新定义偶像的问题，或许是慢慢扼杀、侵蚀、损害偶像文化的开始。

女团的标准是什么？偶像的实力是什么？到了《青春有你2》时，已回答不了这两个问题，越思考越迷惑。

首先，综艺节目对偶像的打造越来越有手段，越来越流水线化。比如在爱豆的识别上，采用全体标签化。“小作精”虞书欣、“reader第一人”秦牛正威、“臭脸姐”赵小棠、“碰瓷选手”段小薇，还有乱七八糟的“清洁女孩”“脑子不在线姐”“追逐梦想回锅肉”“尬舞天才”……出圈的全是人设能手。但标签代表爱豆的独特魅力吗？不是。只是一种对无实力的尴尬掩饰，一种试图让观众记住的噱头。一档选秀综艺中会配置标准的优等生、后进的励志型，有个性独特型等多元选手，但往往那些认真拼实力的爱豆，无论是在节目中还是节目外的人气，完全被只有话题度而无技能的爱豆遮蔽。四年磨炼唱跳俱佳的安崎、唱功不俗的上官喜爱、难得的rap选手谢可寅等有“reader”“冰清玉洁”认知度高吗？

镜头的分配，不是看谁的实力，而是看谁的噱头多、戏多。节目播出时为何那么多场外戏份爆发？节目外不断的C位拉踩，经纪公司之间难看的开撕，不断的热搜、话题，有瓜有梗，唯独没有惊艳的表现、实力和作品等东西。爱豆夺眼球的操作、狗血的故事元素远比“实力”这种东西更好标签化，更好操作，更能黏住看热闹的人的眼球。

选秀综艺给选手贴上五花八门的标签，好看的戏码，能成为偶像影响粉丝的内在原动力吗？标签其实弱化了偶像的品格，也弱化了人的鲜活与性格特征。而说白了贴在身上的标签，就是爱豆日渐温顺、迎合的象征和枷锁。现在的爱豆不再像“超女”那样“想唱就唱，就算没有人为我鼓掌”，而是制造一个个甜美可爱的人、一个个萌到挠人的标签。

其二，选秀综艺爱豆不再需要实力。从《创造101》开始，爱豆开始粉丝“养成”，不再需要以实力去占领市场，唱跳、表演等专业素养不再是必备，迎合粉丝的能力、话题性、综艺感、亲切感等才是选秀综艺需要的，也是冒头的关键因素。偶像失去了个性或者叛逆

性。在资本的人场下，爱豆呈现的状态就是“被消费”，贴一种标签，这个标签是商业策略。而舞台是什么？它不负责承载才华和天赋。唱、跳、rap可以全线车祸，但综艺节目不能没有爆点。这背后只有四个字，那就是“流量逻辑”。

大家都明白，在这个舞台以及未来的路上，真金白银花钱的粉丝才掌握着爱豆的命运。

每个选秀综艺有无数“回锅肉”走过场式为节目为自己吸粉，“秀”比“养”重要得多，打造偶像只是综艺可有可无的目的，而秀出关注度、话题度才是综艺能活下去的关键。当下的选秀综艺越来越接近于通过节目为偶像、爱豆圈定粉丝群，然后再走饭圈经济通道。而饭圈文化发展成了什么？就是偶像可以没有演技、没有唱功、没有任何拿得出手的优势，但是必须要霸榜、霸占流量，而且自家的爱豆不能被批评，不能被议论，成为一种小圈子的游戏。之前我们总说颜值是敲门砖而演技实力决定你能否活得长久，而现在来看这种说法似乎也慢慢失效了。这是热搜式、数据式输出爱豆。选秀综艺制造偶像方式方法，延续到综艺外，其实正在慢慢侵蚀偶像体系。所有的东西都本末倒置了。

从《蜜蜂少女X夏日甜心X加油美少女X创造101X以团之名X青春有你X到《创造营2019X明日之子3》……成千上万的爱豆中真正冒头的一星半点，更多人成为看不见的灰烬。从程潇、王一博，到杨超越、范丞丞、黄明昊、孟美岐、吴宣仪，再到李汶翰、周艺轩等，偶像们先天偏科，或少有天赋，只能在资本助力下在影视、综艺中维持着自己的热度，至于有没有演技那又是另一回事儿。

从日韩偶像体系到早期的“超女”“快男”时代，偶像上神坛、被商品化、被消费、被塑造为年轻人的精神模范，其本身就是魅力，他们的特色是在歌、舞、影视、综艺等各个领域都有其活跃的身影，有被粉丝夸赞的亮点，有真实感，有个体，能成为年轻人的情感寄托。但现在选秀综艺塑造的爱豆成为一个肤浅、低智的代名词。观众喊了很久要优质偶像不是要流量。流量很多，而真正担得起观众的审美，能坚持下功夫啃专业、有自己的态度又有多少呢？市场不需要人才吗？但综艺节目的逻辑是“话题”至上，走偏了的选秀综艺造星模式正在腐坏偶像文化。苦练多年的追梦女孩，比不上一个标签和一桩绯闻的威力，实力派出局，而那些话题性丰富的爱豆，节目播出时刻是其最灿烂的时刻，至于离开综艺后的生命力，怎么去延续？

急功近利式生产让偶像流星般坠落