

这么多档音乐类综艺 有没有可以 PICK 的?

音乐类综艺是最具受众基础、最能引发大众共鸣,同时最具拓展性(也包含偶像选秀、乐队、说唱等)的综艺类型,音乐类综艺节目虽多,出圈的却屈指可数,毕竟这已是一片“红海”,制作扎堆、资源有限、内容也高度同质化。能否为音乐类综艺找寻新的创意落脚点,直接关系到节目能否突围。

时下正在一线卫视与视频网站热播的音乐类综艺,主要有这么几档,分别是:江苏卫视的《音浪合伙人》,北京卫视的《跨界歌王4》,江苏卫视的《蒙面唱将猜猜猜4》,湖南卫视的《嗨唱转起来》,爱奇艺的《这样唱好美》,东方卫视的《中国梦之声·我们的歌》。它们各自有怎样的特色?哪一档节目更具创新性?



综N代:《跨界歌王4》VS《蒙面唱将4》

任何综N代节目都有一个两难:该固守哪一部分,又可以从哪些方面去创新。不创新,观众会审美疲劳,可乱改革,也可能失去节目最核心的元素和特色。

《跨界歌王》已经走到第四季了。节目的核心特色是,邀请非专业歌手身份的艺人前来参加音乐竞技。通过前三季,《跨界歌王》建立起了两大核心看点,一个是艺人跨界——原来这些演员唱歌也可以这么好听;另外一个看点是跨界竞技,跨界歌手之间有PK和淘汰。竞技方面的亮点的设计是,一个可升降的“三度空间”。选手们只有在地下一层的试唱空间得到三位专业音乐评审的认可,才可能获得开启上升通道的权限,明星选手随后乘坐升降机,直接到达第二层的大舞台,无缝连接完成自己的表演。

这一季的“跨界”令人存疑。比如李治廷、于朦胧,本身都是以歌手的身份出道的。而竞技环节取消后,节目的形式就变成了“歌唱+艺术人生”,演唱完,几个明星跟刘涛坐一块聊聊人生,说说鸡汤。

收视率和话题量是最直观的反应。这一季《跨界歌王》收视率创下了几季来的新

低,网络讨论度也大不如前。可以说,它是综N代变化失策的案例。

相较之下,《蒙面唱将猜猜猜》是以微变应万变。节目的核心特色是,声音猜测歌者为何人,这个是节目的立足之本。在此基础上,《蒙面唱将4》在形式上做了微小的调整,一个是猜评团拆分为“乐评团”和“猜猜团”,每位唱将会自爆三个线索,猜评团将根据这三个线索进行猜测,丰富推理元素。另外一个则是歌手的揭面方式,不是前三季的直接揭面,而是借助AR视频滤镜技术,加入了半揭面的形式。

这些变化无关痛痒。《蒙面唱将》几季以来存在的共同问题是,请来的歌手鲜有能够骗过猜评团和观众的。主要原因是,节目组对流量的侧重,许多歌手明明具有非常鲜明的辨识度,没有什么可猜的价值,为了制造话题,还是请来了;而有些歌手可能有实力却鲜为人知,囿于缺乏话题,可能也被节目组过滤了。因此每到了关键的猜评环节,猜评团成员只能“装傻充愣”。弹幕上的观众早就猜出了答案,专业的猜评团肯定也早猜出来了,但还是得装作不知道地走完节目的流程。

传承:《这样唱好美》VS《我们的歌》

今年韩国一档最爆款的音乐类综艺叫《Miss Trot》,创下了韩国综合台的综艺收视纪录。很快,爱奇艺就买入了版权,制作了《这样唱好美》。节目的形式大同小异,请来不同年龄、不同领域的86位女生,分为高校组、演艺组、妈妈组、歌手组、网络达人组、职场组六个分组,演绎华语经典歌曲,致敬经典、传承经典。节目由资深音乐人蔡琴、金牌作曲家金培达、主持人谢娜以及歌手刘宪华、陈立农和戚薇、李承铉夫妇7位明星组成“比心团”,七心以上直接晋级,四心到六心待定,三心及以下暂时离开。

《我们的歌》凸显的也是代际间的“传承”。节目的形式是,乐坛顶尖的新生代歌手和多位为华语乐坛奉献过无数经典的榜样歌手,一同联手创作改编金曲,完成一场跨代际潮音竞演。首发的“前辈歌手”是费

玉清、任贤齐、李克勤、罗琦,首发的“新声歌手”是刘宇宁、许魏洲、周深、王琳凯。节目伊始,两代歌手“听歌识人”完成互选,在不知对方身份的情况下合唱同一首歌,演唱完毕之后,由双方共同决定是否组成搭档;之后组队竞演,对抗踢馆选手,不断晋级。《我们的歌》较好地均衡了“竞技”和“传承”。竞技保证基本的冲突、对抗和可看性,前辈歌手与新生代歌手组队演唱华语经典,则充分体现出华语音乐的代际传承、吐故纳新。节目首期收视率高达2.33%,在今年开播的“综一代”里排名第一,颇为难得。像费玉清这样的前辈歌手,能够吸引老一辈,而周深这样的年轻选手,又能吸引年轻观众,节目的受众面更广。在之后,节目的B组阵容也会亮相,分别是那英、周华健、蔡健雅、黄凯芹、肖战、阿云嘎、李紫婷、蒋一侨,届时话题量一定不低。

互动:《音浪合伙人》VS《嗨唱转起来》

音乐类综艺受众广,节目多,但也创新难。在竞技、选秀、推理、跨界、对唱、传承等元素都被开掘之后,这两三年又出现了一种新类型,即互动类音乐节目。

互动,一方面是体现在明星互动上,互动形式主要是合唱。在播的《音浪合伙人》,节目形式与《合唱吧!300》有一些相类之处,节目由苏有朋、薛之谦、王嘉尔、周笔畅、胡彦斌、欧阳娜娜等明星作为音浪召集人(非固定嘉宾),与300位合伙人组成各自的音浪团,在24小时内共同编排音乐大秀,展开PK。节目虽然有意凸显素人参与,比如召集人与素人合伙人都积极主动地投身到作品的创作当中,但这种互动仍旧是非常有限度的:节目的镜头仍主要对准明星,明星依然是主要看点;合伙人人数太多,观众根本记不住;《合唱吧!300》明星与素人,有偶像与粉丝这一层联结,《音浪合伙人》召集人与合伙人没有关系,互动仍停留于表面……

谢娜与罗志祥主持的《嗨唱转起来》,定位是“为全民解压提供出口的全民音乐

综艺互动秀”。这里的互动,不是星素互动,而是将时下最热的小屏幕强互动内容与电视大屏交互相结合,以联通大小屏幕不同消费收看行为。通俗地讲,就是让大家看电视时,有种刷手机短视频的感觉。

节目的形式是,选手首轮演唱由评委投票,晋级后进行第二轮表演,由观众投票,超过80%支持率则晋级成功。表面上看,与之前的竞技类歌唱节目没什么不同,而细节上又有着大不同。首先,评委投票决定了选手是否能够出场,其次,歌手两轮表演时间分别只有60秒和90秒,符合短视频碎片化的特征。再则,选手表演的歌曲不再局限于华语经典,也囊括了从抖音等短视频平台上的各种“神曲”,评委和观众考量的也不仅仅是歌手的唱功,更多的是一种“嗨”,能够让观众动起来,笑起来。

可以说,比起专业性,《嗨唱转起来》更看重的是互动性和娱乐性,是“宅嗨”与“解压”。跟《歌手》《声入人心》这样的节目比起来,它带有一点土气,但也更为接地气。

《上新了·故宫》回归 将呈现故宫专家研究成果

去年,文化综艺节目《上新了·故宫》曾引发收视热潮,不仅豆瓣评分8.1,还获得了第25届上海电视节白玉兰奖综艺类的“最佳电视综艺节目”,不少人认为,这档节目将传统历史文化融入文创新品之中。时隔一年,《上新了·故宫》第二季即将推出。

7日,《上新了·故宫》在故宫博物院举行第二季开播新闻发布会。相较上一季,总制片人刘兵介绍称,第二季有了新的突破——不仅聚焦于紫禁城600年,还放眼华夏五千年文明史,并将以影像的形式呈现故宫专家的研究成果。

在嘉宾阵容方面,上一季担任“故宫文创新品开发员”的演员邓伦如期回归,演员张鲁一也将加盟。此次,三位“新品助力开发员”代表严屹宽、宋轶、蒋梦婕也分享了节目录制过程中的趣事,并不约而同地感叹在故宫中能感受到完全不同的氛围和气场,在录制中也能学习到很多东西。值得一提的是,杨幂、宋祖儿、马天宇也将参加节目录制。

据悉,《上新了·故宫》第二季将于11月8日在北京卫视和爱奇艺播出。 中新网



张鲁一(左二)、宋轶(左三)、严屹宽(右三)、蒋梦婕(右二)

胡歌拒绝粉丝集资应援 作品行不行由我自己承担

11月7日,“胡歌不支持粉丝集资应援”的话题登上了热搜,网友们对此展开了热烈讨论。

今年5月,胡歌主演的刁亦男执导电影《南方车站的聚会》入围戛纳国际电影节主竞赛单元,8月27日,@南方车站的聚会 宣布定档12月6日。

为了帮胡歌的新电影应援,其粉丝在6月成立了观影团@古月哥欠观影团,并在7月开启了集资应援活动。

7月6日,@古月哥欠观影团 在微博宣布:第一阶段应援目标(16.8万),用于在全国多个大中型城市开展包场,部分预售场次赠票,以及相关应援材料制作;第二阶段应援目标(52万),用于购买更多地区的电影票赠送给粉丝和对电影感兴趣的观众,以及线上活动相关礼品的制作。

集资开始后,胡歌粉丝仅用26分7秒便达成第一阶段应援目标,累计用时7小时7分完成第二阶段应援目标52万。在应援结束之时,应援总额达到84万余元。

然而就在11月6日晚,胡歌观影团微博表示将退还粉丝们为电影《南方车站的聚会》募集的捐款,因这样的行为违背了胡歌强调理智追星的初衷。

随后胡歌本人在该条微博底下发表评论,他表示自己对粉丝应援的态度一向是不认同、不支持,这部电影对自己很重要,但自己有着对演员职业的敬畏和电影艺术的尊重,不希望通过任何方式营造虚假繁荣。胡歌还对粉丝说:“胡椒对我的感情和心意是无法用金钱来衡量的,陪伴才是最长情的告白。”而演技好不好,作品行不行,都由他自己负责和承担,“赢要光彩,输不丢人。”

新浪娱乐

澎湃新闻