

抵禦外敵的《歌手2024》：我們的流行文化總是在打擂台

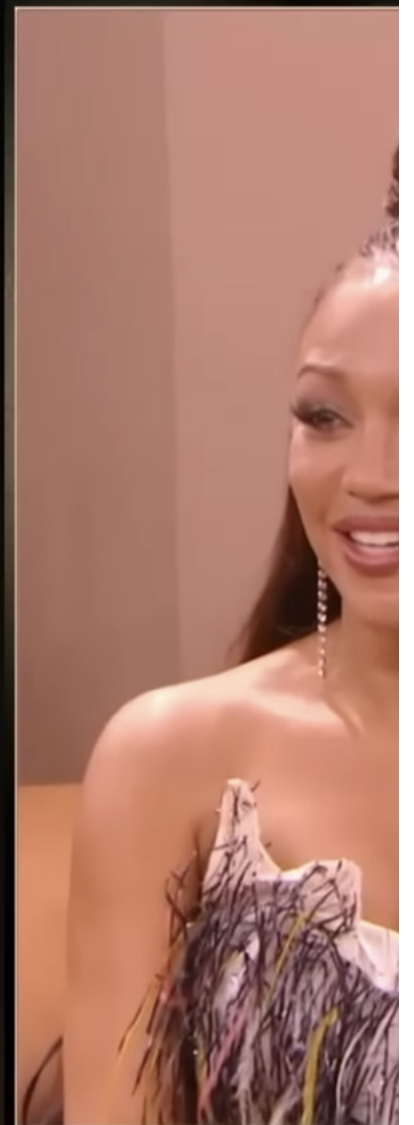
有人對華人歌手的表現失望，有人歸因於假唱和修音，但《歌手2024》的背後有隱密的角落。



《歌手2024》。圖：影片截圖

湖南衛視的新一季《歌手》節目，以意想不到的角度登上了熱搜，並引起熱議，證明觀眾不是對歌唱真人秀失去興趣，而是需要特殊的情境才可以投入。《歌手2024年》這一季的首發陣容包括Chanté Moore、那英、楊丞琳、二手玫瑰、汪蘇瀧、海來阿木和Faouzia Ouhya，且常規賽轉為直播，是近年難得如此操作的大型節目。

想不到5月10日第一次直播之後，《歌手2024》討論遠遠高於預想的熱度。因為兩位海外歌手Chante Moore及Faouzia狀態太好，而同場的華人歌手現場演唱不理想，有觀眾以「抵禦外敵」「五旬老太守國門」等關鍵字發起討論，迅速掀起熱度，更有網民玩梗那英的滿族姓氏葉赫那拉，大量傳播電視劇《走向共和》中慈禧太后的對白「我要洋人死」。歌唱比賽的議題從開始的網絡玩笑轉化為帶著民族情緒的討論。



S I N G E R 2 0 2 4

《歌手2024》。圖：影片截圖

在這種「國門告急」的網絡語境中，許多並未參加節目的歌手都紛紛加入話題自告奮勇要上節目代表中國「守國門」。其中有來自西藏昌都的歌手韓紅，也有來自台灣的歌手黃麗玲、李佳薇、汪佩蓉等。這一種討論的聚焦點，潛台詞是說華語歌手有很多都「能唱」，可是節目組並沒有真的將這些唱將邀請上台。

另有一種聲音，就著前幾集華人歌手普遍的現場演唱水準的欠缺，開始檢討華語音樂的問題。他們認為歌手2024節目上華人歌手的表現揭示了華語流行音樂有很大隱患，而這種隱患某程度與電視音樂節目一直以來的「假唱」（現場表演與電視節目皆曾很常見）和節目修音有關係。民眾對表演的期待，到底是在哪裏落了空？民眾對音樂的失望，對民族意識的狂熱，為何都纏繞在一起？

為什麼我們必須贏？

有觀眾以「抵禦外敵」「五旬老太守國門」等關鍵字發起討論，迅速掀起熱度，更有網民玩梗那英的滿族姓氏葉赫那拉，大量傳播電視劇《走向共和》中慈禧太后的對白「我要洋人死」。

必須先把話說全，中國依然存在有活力的地下音樂場域，有許多有才華的音樂人。但他們都只能在龐大的主流流行音樂工業縫隙裏尋找空間，而龐大的主流工業，是推動歌唱比賽真人秀去往抵禦外敵的語境。它像是一場盛大的擂台，承載著數以億計的受眾。



《歌手2024》。圖：影片截圖

總括地講，中國在文化場域內，一直以集體主義指向的這種「打擂台」氛圍為主。國內受眾也一直以這樣的眼光看待文學藝術作品的創作和推廣。彷彿奧運會一般，大眾已經習慣採用「國家隊」的視角，為中國籍的創作者設置不可分割的聯繫，哪怕有些時候，這些聯繫其實非常牽強。但創作者的個體能量，在國際範疇的舞台，往往被中國的公眾輕視，他們潛意識就更加留意「中國隊」的表現。於是，提名奧斯卡也被簡稱為「申奧」，創作者在這個文本敘述裏，是要去國際舞台比拼一番。

過去「歌手」節目曾經也邀請過海外藝人參加，他們的歌唱技巧固然精湛，卻不見得成為唯一焦點，湖南衛視一度很有意識地邀請了許多唱將級華語歌手入駐，在這個舞台上，中國歌手的演唱表現也獲得收視群體認可。今年的文藝愛國情緒高漲，既有特殊性，也有普遍性。近年來民族情緒逐年高漲，已經形成了一股鮮明的力量。Covid-19期間中外對待疫情的認知差異，令許多民眾有被歐美針對的心態，在此情緒之下，中外之別有了更脆弱的情感防禦。對比前幾屆，本屆請來的兩位Chante Moore和Faouzia演唱非常紮實，但相較影響力不高，對許多中國聽眾來說非常陌生，即便如此，現場表演的水準相差如此巨大，中國觀眾的情感受到衝擊也就是必然結果。

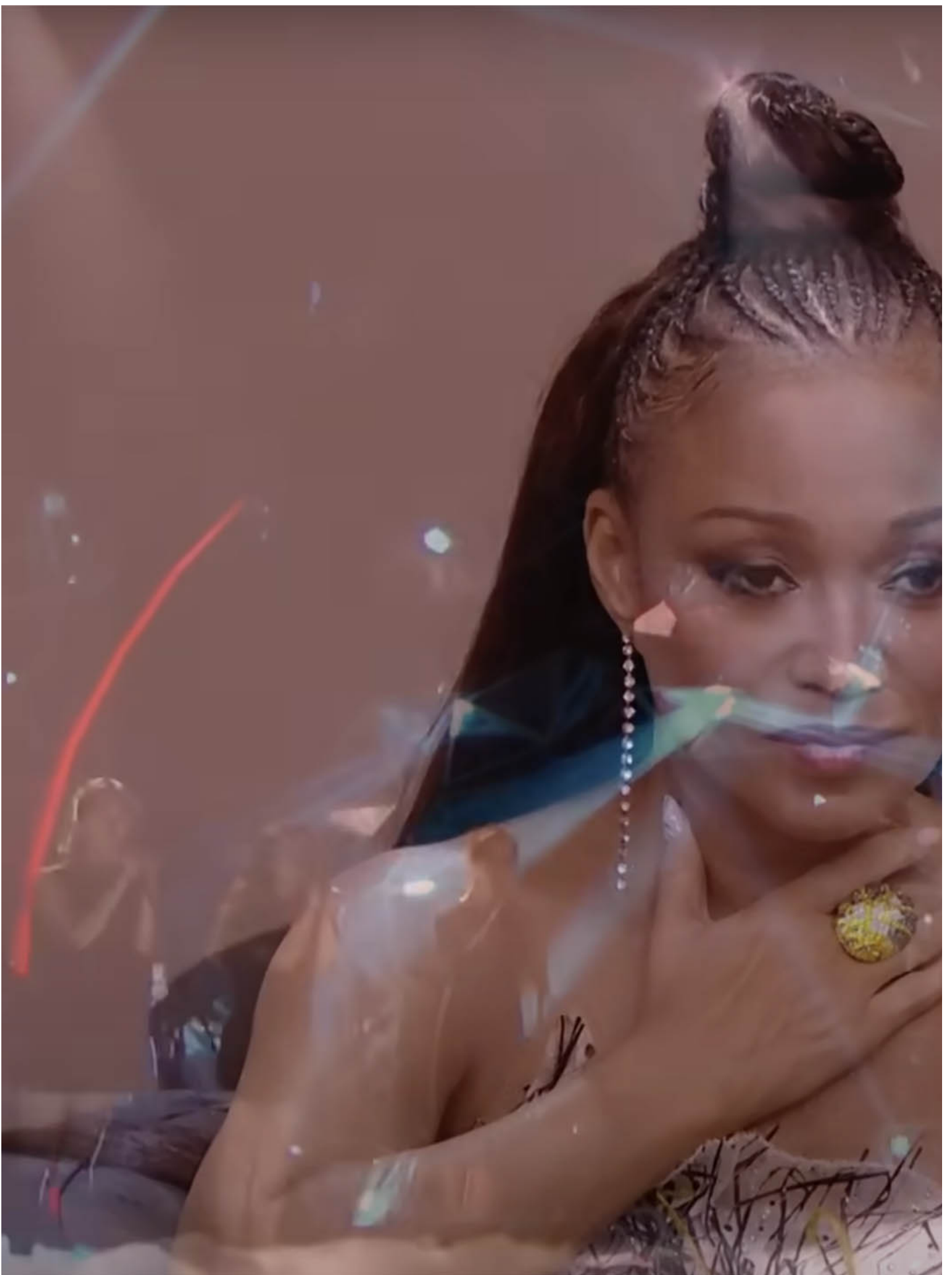
這些文章和它們的傳閱，成功幫助牆內的民眾建立起一種「有法可依」的秩序，在這個秩序裏，作品和創作者也有了如競技體育一般的得分機制。

為何不能輸？為何必須贏？或者為何「打擂台」？這種思緒，跟官方一直以來敘述的現當代史相連。在這個敘事中，中國受盡外來屈辱，慢慢以競技體育回到國際舞台的說法深入骨髓。本國文化與「外來文化」，被放置在壁壘分明的架構裏。「被看見」與「勝出」等價了，「尊重」也與「勝出」等價了。有了輸贏，就要有標準。於是在中國討論流行文化，技術分析和比拼最有影響力。

社交媒體在中國興起之後，第一批竄紅的音樂kol粗略可以分為兩類，一類是從YouTube等牆內無法訪問的網站向內「搬運」和「翻譯」的專業/帳號；一類則是將各種技術品評冠以新分類的「樂評」帳號。比如，有帳號長篇大論將歌手分為三六九等，再依照各種技術分析闡述原因，並發明了「唱商」這個新詞彙，以之作為一種莫可名狀的審美排序。那是簡體中文的流行文化場域非常重要的時刻，這些文章和它們的傳閱，成功幫助牆內的民眾建立起一種「有法可依」的秩序，在這個秩序裏，作品和創作者也有了如競技體育一般的得分機制。因此，我是歌手這樣的節目才有了生長和壯大的土壤，搭建擂台必然要有「輿情」。

有了等級評判心態，大眾觀看擂台才有了「意義」。在叢林法則至上的社群價值裏，百花齊放早已是遙遠的過去式。一切的衡量價值都是要贏。

有了等級評判心態，大眾觀看擂台才有了「意義」。在叢林法則至上的社群價值裏，百花齊放早已是遙遠的過去式。一切的衡量價值都是要贏，電影如果沒有票房，那最好有獎（看份量又看數量），歌曲和劇集要有點閱率和流量，文章要有觸及率和帶貨能力，否則這些文藝創作似乎就沒有了「意義」。《歌手2024》「中國隊」不能輸，否則中國流行音樂在他們心中就失去了所有的價值。



《歌手2024》。圖：影片截圖

真人秀是僅有的可能？

中國的流行音樂真的有问题嗎？真是源於假唱和修音嗎？如此歸納有些武斷。《歌手2024》的熱議，卻也挑明了一些流行音樂工業過去被忽略的問題。中國的流行音樂工業在根基不穩的狀況下常常有跳躍式發展，輝煌的實體年代，從2000年大約至2007年很快就過去了。第二季《超級女聲》的超高人氣，令歌唱比賽真人秀變成了新歌手的強力催生舞台，而後《我是歌手》的出現，則讓資深或大眾尚未熟悉的歌手有了重啟事業的機會。在社媒時代，2013年後，中國的流行音樂宣傳渠道剩下了非常單一的方式，似乎只有真人秀舞台，才是能有效將歌曲和歌手打入主流市場的少數有效方法了。

綜觀同時期其他地區的音樂產業，歌唱比賽真人秀固然受到歡迎，可是它與生產流行音樂的工業有非常分明的距離。比如眾人熟知的《美國偶像》(American Idol) 為例，一個如此長青且穩定的電視節目，但它的獲獎選手有多少能夠真正成為事業可持續的流行歌手呢？美國流行音樂有影響力的歌手，幾乎都不是真人秀出身，反倒是有許多是從YouTube等平台由草根身份崛起。日本也是如此，雖然也有商業和資本的介入，但他們有較為野生的機制，不斷能夠將受歡迎程度不同的網路音樂人轉為職業音樂創作/表演者。中國的唱片公司也試過各種方法，與串流平台合作，讓歌手和音樂人進駐抖音，以「短視頻」為載體傳播作品。這些並非毫無效果，只是這些效果相比起電視/平台的真人秀節目，能量實在太微小了。試想，你可以回想起中國在《歌手2024》之前的上一個流行音樂全民熱議話題是什麼嗎？

2013年後，中國的流行音樂宣傳渠道剩下了非常單一的方式，似乎只有真人秀舞台，才是能有效將歌曲和歌手打入主流市場的少數有效方法了。

一切還是回歸到了「擂台」。歌唱比賽真人秀的制霸，隱藏了非常多遠大於假唱和修音的問題。電視/平台的音樂真人秀節目，成為最強勢的音樂渠道之後，首要問題是，幾種不同年齡和喜好層的受眾，都要被收納在一眾相對單一的節目之下。《歌手》及同類型的音樂展示方式，將流行音樂的表達侷限在一個框架裏。這個框架是非常單向的美學呈現和教育，即是以技巧鋪陳和成本疊加造成的舞台效果。聲音的衝擊力和舞台的「表演」，經由技巧去解讀，將流行音樂的閱讀可能變得單調了。

而在華人文化中的「舞台」，顯然與歐美流行音樂的「現場」是兩個不同的場域。在「擂台」形式的比對下，在打分和淘汰（無論以何名稱出現）機制下，歌唱比賽真人秀中的流行音樂，只可能以最兼顧所有受眾的方式表達出來，歌手本身的主體性必須要去迎合整個節目的思維方式。這是「電視」的一種規訓，卻不是流行音樂的表達方式。



《歌手2024》。圖：影片截圖

真人秀的規訓

規訓的另一層意義，是「舞台」變成了流行音樂的建制。一位流行歌手選擇待在地下或者是登上節目，當然是他/她的自由。觀眾不應質疑這種選擇。但顯然，它也在影響著人們的思維方式。大家都覺得地下/小眾音樂人收入少是一種必然，上節目才是正確的選擇，才是明智的決定。登上節目之後，所有的創作者走向主流，才是欣欣向榮的指標。饒舌歌手要走上真人秀，從真實的憤怒轉化為權力的代言，搖滾樂隊要走上真人秀，把真實的感觸轉為形而上的虛空的抒情，但只要知名度提高了就是好的。可是看看其他國家的音樂場域，當然各自有各自的難題要面對。但在美國、日本或是歐洲都好，創作者可以自如地選擇自己想成為哪一種規格的音樂人，在不同的渠道中，不同程度的表演者都有與投入較匹配的演出機會和資源。他們不需要通通變成一兩種類型的藝人，投入某兩種類型的宣傳。

經過平台，觀眾只會看到/聽到不斷被剝削、被篡改、被馴化的流行音樂，而這一切，當然是審查機制樂於見到的。以非常微小的切口來看，比如歌曲中的死亡、性愛，都變成了禁忌，歌手的紋身、鼻環和耳釘都成為冒犯的可能。這些與流行音樂的本質相違背，更不要說流行音樂對建制和權力的叛逆了。

順著節目組的思路和對收視群體的想像，在這種舞台上的歌手，也就必須變成某一個規格，如果不符合，似乎就只能淪為更次等的藝術。觀眾所懷抱的，是一種美學上的期待嗎？當所有的話題引導，都只指向某些很固定的討論，流行音樂只剩下「音準」和「唱功」的分析，或者再加上玄學「唱商」，中國的流行音樂本身也被壓榨殆盡了。

當中存在著平台與審查的共謀，原本對於流行音樂來講，其文本、文化起源、族群的身分認同、想要表達的個體精神，都非常重要。可是經過平台，觀眾只會看到/聽到不斷被剝削、被篡改、被馴化的流行音樂，而這一切，當然是審查機制樂於見到的。以非常微小的切口來看，比如歌曲中的死亡、性愛，都變成了禁忌，歌手的紋身、鼻環和耳釘都成為冒犯的可能。這些與流行音樂的本質相違背，更不要說流行音樂對建制和權力的叛逆了，國外的真人秀被資本馴化最多只是變得討好，牆內的真人秀則完全變成了閹割。很多人以為如今資訊發達，平台的改動觀眾還會不知道嗎？創作者的改動或許在這一時刻能為觀眾察覺，可是很快大眾會將改動視為常態，視為理所當然，而當原本的版本都「消失」之後，只能從網路上搜索到改動之後的版本，誰還知道這些作品的本來面目呢？這令人想起，百度在Google還沒離開中國時起家，最初的搜索結果遭到嘲笑，Google離開數年後，百度上的錯誤結果就變成了金科玉律。

受眾更對創作者和表演者進行規訓。比如上一期的飛行嘉賓Adam Lambert，他是一位性小眾歌手和創作者。當他應約參加《歌手2024》，有網友比對了他前往其他國家和地區參加活動的造型，他的妝容改變了，服裝變保守了，當然更不能在表演中加入彩虹元素了。而部分觀眾甚至不會覺得這是一種歧視。幾年之前，平台和電視的節目即已如此禁絕性小眾符號，它迅速蔓延到了線下的音樂表演，比如張惠妹和蔡依林等人的演唱會曲目，如有涉及性小眾的元素，均被迫拿掉，觀眾入場時的穿著和物件也被嚴格規管。這即是牆內「舞台」對流行音樂的改造，及其所帶來的壞處。



《歌手2024》。圖：影片截圖

又或者本次歌手Chante Moore，她來中國的表演，選曲和編曲都只展示出非常刻板的，甚至守舊的中國對於黑人音樂（為便於闡述和理解，使用這個約定俗成的中文名詞），她如果想要用歌曲來闡述自己的身分認同，表達BLM，湖南衛視會同意嗎？但很多觀眾已經被馴化到，他們認為這些歌手來參加節目，符合國情是歌手們的義務，哪怕這種義務對這些藝術家和作品是一種冒犯，他們也會實用主義地認為，那是他們應該承受的。

更多的常態

這就是問題的全部了嗎？

不，我們有太多的習以為常了。牆內的聽眾朋友們早該知道，中國大陸的音樂評論已經與廣告無異。每逢有充足預算的流行歌手發片，發行方/工作室都會有一筆資金，邀請「樂評」為自己的專輯撰寫「評論」，說是「評論」，實則是牽扯利益的繕稿。這種結構的牢固和理所當然，已遠非「不健康」可以概括的。在音樂的推廣渠道和表演空間已經如此多限制的情形下，這些可以買的好評，顯然讓作品落進一個更壞的環境裏。

在這個結構中，愈來愈虛偽和空洞的「好評」讓歌曲/作品變得更加無足輕重。這個溫床減弱了較為單純的消費場景，破壞了正常的價值體系，受眾們只會更依賴直播的歌唱比賽，至少這種規訓之後的表演是立體的，而不是包在多層「商業互吹」之中。

諷刺的是，如果你真的留意這次歌手的爭議，你會發現「可以購買的好評」樂評們，討論「抵禦外敵」的歌唱比賽也是風聲水起，他們的發言看來，不僅為節目上的華人歌手操碎了心，也為華語音樂的未來操碎了心。而他們並不覺得這種互有抵觸的行為是矛盾又好笑的。順便，他們也把問題簡化和平板化了。是啊，如果中國流行音樂的問題僅僅只是假唱和修音，那該有多好啊？

李珉柏，化名，曾經的流行工業從業者和樂評人，因對工業失望而離開。現為廣告人。

[# 流行文化](#) [# 粉絲](#) [# 綜藝選秀](#) [# 流行音樂](#) [# 大陸綜藝節目](#) [# 粉絲經濟](#)

本刊載內容版權為端傳媒或相關單位所有，未經[端傳媒編輯部](#)授權，請勿轉載或複製，否則即為侵權。