

好声音选不出“吴莫愁”，快男选不出男版“李宇春” 2013，选秀为什么选不出人？

起点

选秀节目进击10年，今年的炮火尤其猛烈，但在轮番轰炸后，却没有突出的话题和选手能一统天下。选秀节目名利双收的同时，它也面临困境——模式如何升级，节目如何爬升，声音还能好多久？面对各自的困难和隐含的危机，各选秀节目有何进击之法？近日，《中国好声音》宣传总监陆伟、《中国梦之声》联合总导演戴钟伟、《快乐男声》节目总监制龙丹妮分别接受记者采访，畅谈各节目收官总结及新一季进步策略。



获神剪辑技能
跳跃前进五步

Step 1

行货易找，尖货难寻：

“李宇春”、“吴莫愁”们为什么都不在服务区

@好声音自测：没有足够亮眼的人物，没有达到我们预先的设想

●可进步空间：“你的学员只是比别人实力强一点……这远远不够”

《中国好声音》第二季的播出并没有收获更多的褒扬，比如观众评价“能记住的学员太少”、“草根逆袭变回锅肉专场”，连导师那英也在发布会上失望地表示选秀节目太多，分流了有性格的优秀学员，“我很期待吴莫愁那种另类的声音，但是很少”。

在“好声音”宣传总监陆伟看来，第二季“好声音”原本想做的不是一档大众化音乐节目，而是挖掘小众音乐类型。在第一季成功的基础上，制作单位更不满足于仅仅单纯地迎合音乐产业的需求，而是希望引领市场、填补空白。

“我们不想只是每年选些会唱歌的人，歌唱完就结束了。全国歌唱节目那么多，你的学员只是比别人实力强一点……这远远不够。我们希望平台和音乐能够良性循环。”刘欢说，希望像国外的音乐排行榜上有各种各样的音乐：流行、乡村、古典、爵士、灵魂……但中国现在所有的音乐网站所有歌混在一起，这也导致了音乐产业的面目模糊。节目组坚持“在这一季包括下一季，会更强调音乐的多元化，包括大众和小众的”。

●求进步方案：花更多时间找人，已经在为明年好声音找人做打算

第一季“好声音”找人花了3个月，第二季找人花了半年，第三季还没开始，节目组已经在考虑找人的问题。第二季收视率高开高走，其中收视曲线的某项变化，更让节目组看到了找人的一线曙光。

陆伟认为，“好声音”在小众音乐类型方面的努力和影响力，将会带动新的、区别于大众音乐的浪潮，会带着观众和正在学习音乐的人，向着某种音乐风格靠拢。

陆伟表示，第三季节目组已经开始在想需要在哪些音乐类型上再下功夫，而寻找学员的工作也会变得更长。



卖萌导师四人组
欢乐加分走两步

那英在“好声音”第二季发布会上失望地表示：“我很期待吴莫愁那种另类的声音，但是很少。”

@梦之声自测：在呈现多样性上，同台竞争的十个人，却没有十个类型

●可进步空间：“最遗憾的地方，就是学员的音乐素养还需要加强”

《中国梦之声》节目模式来自于有欧美选秀节目“活化石”之称的《美国偶像》。在“梦之声”的六强中，有坚持民族音乐的央吉玛，有中英混血的James，有唱跳的艾菲……都是丰富多彩的人物，没有同样的面孔。其实在前期找人时，节目组曾经充满焦虑：“我们是没有退路的。这个节目在美国是‘真人秀之王’，在中国市场应该有很大的潜力，但能不能找到人是节目的关键。如果找不到百姓想要的人，节目就几乎没有吸引力。”

“今年我们比较幸运，没有给自己设包袱，没有想着要超越什么人，没有让自己找得很片面。”但戴钟伟表示，今年“梦之声”在找人方面最令人遗憾的地方，就是学员的音乐素养还需要加强，“以往的偶像类节目，大家会觉得外形和风格比较重要，但梦之声和国际同类节目相比，可能由于国情不同吧，学员本身的能力还是要加强。整体上我们做得不错，但在呈现多样性上，同台竞争的十个人，却没有十个类型。”

●求进步方案：“要么找最好的人，要么找最差的人，要么找最有特点的人”

要解决这个问题，戴钟伟认为，方法只有一个，那就是延续第一季的成功经验，继续不给自己画蓝图，弯下腰去找的“基层群众路线”，“模式找人只写三句话：要么找最好的人，要么找最差的人，要么找最有特点的人。”戴钟伟表示，未来节目组亟须提高的，还是对选手音乐素养的观察，“在挖掘人才方面还需要多一些视角。”在戴钟伟看来，“梦之声”明年的主力选手，应该是90后的年轻人，“现在的年轻人不会盲从，他们选择参加的节目，不是看收视或影响力，而是对音乐和人的态度”。

@快男自测：关注的是对90后的塑造，而非约定俗成的实力

●可进步空间：面对一群羽翼未丰的“小鲜肉”，更希望看到一张白纸的成长性

相比“好声音”、“梦之声”而言，“快男”在挑选选手时所受的限制明显更大。因为“快男”的定位就必须是一张白纸的新人，像“好声音”中实力超赞的“回锅肉”们都上不了“快男”，所以我们在“快男”舞台上看到的，都是一群羽翼未丰的“小鲜肉”。

对于这个定位，龙丹妮非常坚持，在采访中她也不断强调，无论是快男还是超女，这么多年来一直是做给年轻观众看的，所以选手也肯定是一群还未成熟的小朋友，“这是我们10年来从未改变过的东西”。

龙丹妮说：“今年的快男其实更关注的是对90后生活的一种塑造，我们更希望看到

一张白纸的成长性，看到空间的希望，而不是约定俗成的既有的那些实力的东西。”

●求进步方案：通过一集一集的故事去表现“成长”

面对如今激烈的竞争，以及因为要坚持打造“小鲜肉”而导致选手整体素质低于其他选秀的困境，龙丹妮认为最适合的对策还是坚持，“作为一档电视节目，我们肯定也要考虑现在的竞争环境和收视率，但我们更关注这个品牌长期的存在性和它的价值观，所以我不是说偏向于小朋友，但我们肯定是更聚焦在年轻人身上”。

龙丹妮说，“快男”其实是希望通过这些小朋友不断的成长，一集一集的故事，让更多年轻人去关注这一代年轻人的内心，跟他们一起去成长，“我们不会一开始就用强制性的方式去吸引观众”。南都供稿

华晨宇，新晋快男冠军。

