

## 不必勉强

□ 任翔宇

## 歌唱艺术唯真不破



不管是录制唱片,还是参加音乐节目,歌手们唱完都会有一个修音的环节,哪怕唱跑了调,也能通过修音消除各种瑕疵,让歌声听起来非常动听。可是,歌手们不能将修音技术当成自己唱功不行的“遮羞布”,更不能将其当作包打天下的“万能胶”。

前段时间,一档音乐节目以“全程直播无修音”方式开播。观众发现,没了修音,一些熟悉的歌手唱得没有想象中那么好了,有的甚至还跑了调。这个节目不仅呈现了歌手们的真实演唱水平,也引起人们对音乐综艺领域长期存在的修音现象的关注。

修音就是根据需要,对声音进行调整、加工、修饰。修音技术的大规模使用,对音乐节目尤其竞技类音乐节目产生了很大影响。竞技类音乐节目刚出现时,以现场直播为主,歌手们在音准、音质、吐字、即兴演唱上的优秀表现和不足,都实时传播到观众面前,这样就消解了舞台歌唱的神秘性,再加上现场竞争带来的紧张、刺激、悬念,从而让这类节目产生独特魅力。后来,竞技类音乐节目大都改成录播,录音师不仅连破音、跑调等演唱瑕疵都可以一一消除,就连乐器声和现场环境音也可根据需要随便调整。

在一般的晚会类节目上,为了舞台效果,对歌手的声音进行修饰加工还可以接受,但在竞技类音乐节目中,修音技术不仅修掉了歌手们声音中的瑕疵,也修掉了歌手之间的差异和不同,让观众无法看到歌手们的真实水平,导致节目的竞技性减弱,进而也降低了节目的观赏性和吸引力。近两年,很多音乐竞技节目收视率大幅下降甚至停播,不能说与此没有关系。

修音更大的影响是让歌手们对修音手段形成技术依赖。唱歌是一项技艺性很强的工作,专业歌手都应靠唱功“吃饭”,而扎实的“唱功”来自勤学苦练。所谓“拳不离手,曲不离口”,就是要把磨炼技艺当成一种日常习惯。所以,老一辈歌唱家无不把吊嗓子当成每天的必修课。如今有了修音技术,每天练功吊嗓子的专业歌手越来越少,不少歌手都在“吃老本”,到了舞台上,技艺不够,只能修音来凑。有些歌手现场演唱能力很差,完全依赖后期修音,被歌迷讽为“录音棚歌手”。

在歌唱活动中使用修音技术,本是为优化听觉效果、提升观众的审美体验,那修音技术是否能完全满足我们的音乐审美和音乐想象?虽然修音技术不断进步,修音软件不断升级,但任何技术手段都不是万能的。目前,修音软件对音高、节奏等的修正是其强项,而对于歌手的吐字、情绪和音色则很难进行精确处理——修音软件修正不了歌唱的艺术性。

从审美角度看,修音虽然修掉了歌声中的瑕疵,让歌声听起来很美,但这种美建立在“不真实”基础之上,是一种虚假的美。从近两年的音乐实践来看,观众的审美水准在提升,审美需求也在改变。在歌唱活动中,相较于歌声的“好听”,观众更看重歌手的真实或者说真诚。不使用任何修音手段、唱成什么样就是什么样的音乐节目反而受到广泛关注,便彰显了观众对“真”的认可。

我们期待广大歌手在今后的歌唱活动中,回归艺术初心,少利用些“科技狠活”,多展现些唱功技巧,用真诚态度唱出真实声音,哪怕它并不完美。 据《光明日报》

有一天,电影频道里播出成龙的《龙马精神》,老态尽显的成龙用一匹马的故事来致敬自己奋斗一生的龙虎武师行当,真情流露,但英雄迟暮的结局已无法避免。

同样的七月里,由成龙、张艺兴、娜扎、李治廷等主演的电影《传说》提档上映,作为19年前经典大爆电影《神话》的续作,成龙和导演唐季礼再次合作。功夫巨星搭配一批流量明星,众星云集,可谓是阵容强大,让观众期待值拉满。但上映首日,该片票房为666.9万元,评分也不高,让为情怀而来的观众大失所望。被许多人称为“2024年度最烂的片子”,特效拉跨,网络用语泛滥,浓浓网风,无论是剧情还是影片的视觉效果,似乎都不尽如人意,亮点也几乎被槽点盖过。

这次的《传说》,据说成龙倾注了超高的希望。2005年的《神话》中国内地票房破9700万元,年度票房亚军,海外市场表现也不错,最终全球票房逼近2亿元。专门打造的姊妹篇《传说》本以为是气势恢宏的《神话》续集,没想到烂得荡气回肠,被网友评论为“无论是拍摄手法抑或是叙事风格渗出一股腐朽的味道,故事甚至还走十几年前的套路,仿佛要向中国的电影市场宣告:成龙的电影过时了”。

作为一个从上世纪70年代末《刁手阿福》看起的影迷来说,看成龙的惨淡境况,如水中观影,了了在目,感同身受。就好像“萝卜快跑”正在阻击武汉出租行业一样,数字时代里,耍帅的偶像只是个盈利的IP,并不一定需要拳拳到手和纵跳桃墙真上。成龙为之奋斗了一辈子的动作电影和他正在遭遇的境遇一样,都处在一个漫无方向打转的汪洋旋涡中央,迷茫而没有方向。

4月份的时候,成龙度过了70岁的生日,视频里皱纹、神态、步伐以及举手投足都俨然是老人模样。当时已经让人感慨过一回——“更老的又岂止是成龙。刘德华、梁朝伟、张艺谋、叶童、赵雅芝、李连杰都老了”。

“容颜”“青春”“终将逝去”“电影”“黄金时代”这不是我给的热搜关键词,却是我心里的振颤杂感堆积。

2005年《神话》热映的档期里,大同人差一点和成龙面对面。那一年的“恒山武术论坛”据说本来邀请了成龙、李连杰以及史泰龙、施瓦辛格等诸多国际动作巨星,但是档期或其他原因,这几个人都没有来。那一年的,是我们同样因为动作电影而记住的一些人,李小龙的女儿李香凝、成龙的大师兄洪金宝、《少林寺》的导演张鑫炎、武侠小说家萧逸、“秃鹰”计春华、功夫小子吴樾、《神话》的导演唐季礼……这些明星大腕在大同的第一个夜晚,沉浸在动作电影《神话》特别观影礼上荡气回肠的激情里。

在此之前,成龙的电影自1994年贺岁档电影《红番区》开始,《霹雳火》

《我是谁》《白金龙》以及《玻璃樽》,是大同电影公司在行业衰退之前用以续命的宝典秘籍,是比好莱坞分账大片更有性价比的续命杀器,也是和李连杰《黄飞鸿》系列、《方世玉》系列一样,让我们难以抵御诱惑力的观影最佳选择。彼时的吴京,才刚刚从《功夫小子闯情关》出道,彼时的甄子丹还是香港电影里连于荣光都比不上的非知名演员。

2018年,成龙国际动作电影周第一次在大同举办的时候,也是在7月。其实在那之前,我们已经和成龙以及央视电影频道反复联系、沟通、磋商、敲定细节好几个月。中间见过大哥两回,一起吃过一次晚饭,还获赠过一本他亲笔签名的自传《成龙:还没长大就老了》;也拍下了他获赠大同广灵剪纸《龙凤呈祥》后兴奋给太太林凤娇打电话的瞬间。

连着的3年里,成龙和他国内、国际的演艺圈朋友们一拨又一拨云集大同,采黄花、尝锅巴、逛古城、做节目。那时候的大哥是成家班的魂,也是伍刚从动作指导到动作导演的领路人,是奥斯卡的获奖人,也是中国动作电影的赶路人。吴京、洪金宝、杨紫琼、王宝强、黄晓明、周华健、郑伊健、钱嘉乐……因为成龙,与大同相约。

那时的成龙,很像“扶上马送一程”的交棒人,希望自己能为动作电影再传递多一份的能量。

多年后,《神探蒲松龄》《急先锋》《守护之战》以及《龙马精神》《传说》,票房和口碑都遇冷,成龙之后再无成龙,功夫巨星年迈上阵反遭嘲声一片。是影迷的观影水平高了,还是真的巨星末路了?是故事不好看了,还是情怀味太重遭到反噬了?或许都有,又或许只是不符合时代的口味了。比如这次的《传说》,AI换脸、视觉特效,对于成龙来说,已经是努力迎合年轻一代影迷最有诚意的主动靠拢了,但是“秦时明月汉时关”的故事主线,和吴京《流浪地球》的宏观宇宙相比起来,既疏离又游戏感十足,主创团队的情怀和诚意,并没有传递到心上。

有人说成龙电影正在走下坡路,过去固然让人心潮澎湃,但人总要向你看。或许吧,子在川上曰,逝者如斯夫。在时间面前,我们都是过客,也都不能贪心希望留住些什么,到了这个年纪,我倒觉得,与其仍在奋力奔跑希望不掉队,倒不如洒脱一点,按自己的步伐走好自己的节奏,不停顿就好。

弃我去者,昨日之日不可留;乱我心者,今日之日多烦忧。郑钧说“总盼着和你能有个好结局,可惜我力不足我的心有余”,所以70岁的成龙也好,60岁的你50岁的我40岁或者30岁的他也罢,人生得意须尽欢,明朝散发弄扁舟;浪奔浪流,万里滔滔江水永不休;清风笑,竟惹寂寥,豪情还剩下一襟晚照。

人生涤荡,不必勉强。

## 实景演艺如何保质



中国演出行业协会数据显示,今年一季度,全国大中型旅游演艺市场迅速增长,演出场次约2.73万场,较去年同比增长260.6%。在旅游演艺市场中,实景演艺以当地景观为场景,创造性再现地域文化,丰富旅游体验,带动夜间经济,成为独具特色的文化新业态。随着文化和旅游深度融合,为满足人们多层次多样化需求,实景演艺不断转型升级,拓展新的形态和更多可能。

山水实景秀是我国早期的实景演艺。在人们较为熟悉的“印象”系列中,《印象·刘三姐》《印象·西湖》《印象·大红袍》……观众通过一台台精彩纷呈的歌舞演出,直观感受当地的历史文化和风土人情。

近年来,实景演艺不仅延续与山水自然、历史人文等融为一体的形式,更是通过沉浸、互动等创新手段把地域性和文化性有机结合,使其从“在景点中表演”逐渐拓展为“旅游新景点”。江西抚州是汤显祖的故乡,戏曲是抚州的文化符号。白天游客可以走进13条保存完整的明清历史街巷、50多处明清历史建筑游览,夜晚再来到实景演艺《寻梦牡丹亭》现场,在昆曲声韵中沉浸入梦。剧作逼真复原作家笔下的亭、台、楼、阁、榭等场景,结合全息数字影像、巨型圆环装置投影等声光电技术,让观众身临其境,如梦如幻,吸引游客竞相打卡。占地622亩的戏剧聚落群“只有河南·戏剧幻城”是社交媒体上的网红景点。园中丰富的剧目围绕“土地、粮食、传承”主题,带领观众从不同侧面感受中原文化乃至中华文明的厚重。

为满足青年游客“强社交”需求,在传统大型实景演艺外,越来越多的景区引入非玩家角色,让游客在不经意间就能参与令人惊喜的互动。河南开封万岁山武侠城以武侠文化为主题,每天推出200多场实景沉浸式演出,通过小而美的互动营造浓厚的武侠氛围。除此之外,武侠城内还隐藏着内容丰富、不断迭代更新的玩法。景区把基于武侠文化的实景演艺场景与青年的社交互动娱乐结合,提供了非遗民俗互动、剧本娱乐等沉浸式游园体验。

舞台新技术的发展和应用,成为实景演艺创新的重要支撑。随着全息影像、虚拟现实等技术在实景演艺中加速落地,“文化+演艺+科技”共同构建起一个强科技、重体验、高融合的文旅新场景。借助新技术,室外实景、历史场景都可以移植到景区演艺空间内,再现当地自然和人文景观,给人身临其境的感觉。

打造有影响力的实景演艺品牌,创新文旅业态,离不开科学的管理和运营。实景演艺不仅要以优质内容满足游客体验,还要提升市场运营能力。譬如探索在节假日一晚多场的高强度下,如何于短时间内组织场次爆满的观众有序入场退场等。

从依托山水的歌舞秀到沉浸式观演,实景演艺的内涵和边界不断延伸,演艺与旅游的融合方式愈发多元,这些变化也向创作者、运营方等提出了新的要求——如何实现依赖场景和技术的基础上,凸显对地方文化的深度展现和演出艺术性的把握。

实景演艺的高质量发展,要协调把握文化、技术与演艺三者之间的关系,让技术的应用真正服务艺术的表达,提升实景演艺的文化内涵和艺术品质,从而与景区一同建构更加丰富完整的文旅新场景。

据《人民日报》

