

《歌手2024》争议中落幕 音综何去何从？

《歌手2024》在一片争议声中收官。这档曾经的音乐盛宴，如今却陷入了舆论漩涡。从开播之初的万众瞩目到后期的争议不断，“赛制随意”“审美争议”，再到“歌王”内定的质疑，节目所引发的讨论不禁让我们思考：音乐综艺的舞台，究竟该何去何从？

“直播”是把双刃剑

《歌手2024》大胆采用直播的形式进行音乐竞演，这在音综历史上是首创。全开麦真唱，对于参赛歌手是考验也是动力，同时也给观众带来了更多的临场感和真实感。这种创新不仅提高了节目的观赏性，也增加了比赛的刺激性和不可预测性。

但同样是因为直播，歌手在紧张中出现的走调、忘词等失误又占据了太多的话题。这些很常见的失误，放在日常表演中，可

能会为演出增色。但因为是在竞演的舞台，这样的话题却被不断放大，大到盖过了歌曲本身。

比如开播之初，那英在面对国外选手凡希亚近乎完美的强势表演时，所体现出的紧张感一度成为微博上的热门词条。但除了话题，对于节目中唱了什么、唱得究竟怎样，观众仿佛讨论得太少，节目鲜有能够令人印象深刻且津津乐道的作品。

审美的“无知之幕”

突围赛之后，“审美倒退”“审美霸凌”等词条冲上热搜，最主要的原因是进入决赛名单的歌手风格过于单一，缺乏对不同音乐类型和风格的充分展示和尊重。而说到“审美”，又是一个相对主观且复杂的问题。如何评判节目所处的局面是否构成了审美倒退呢？

罗尔斯在《正义论》中提出过一个哲学构想——“无知之幕”，用于探讨正义原则的确立。它假设人们在选择正义原则时，处于一种“无知”的状态，即不知道自己的社会地位、个人特征、利益偏好等，从而能够更公正地选择那些对所有人都有利的正义原则。

按此构想，如果我们假设在确定审美的公平正义过程中，存在一个“无知之幕”——即人们在评价艺术作品或审美对象时，不知道自己的文化背景、教育经历、个人情感等信息，那么这种假设可能会带来一种更加纯粹和客观的审美体验。然而，这种假设在现

实中是难以实现的，因为人们的审美判断总是不可避免地受到自身因素的影响，难以做到完全的“无知”。这种主观性和多样性，也使得审美很难像科学事实那样有统一的判断标准。

因此，反过来想，多样性、多元化更能保证审美最大的公正。

纵观整个节目，二手玫瑰、海来阿木、黄宣、许钧，甚至作为长沙说唱代表的Cblock等不同风格的乐队或个人，都陆续加入竞演。但又在过程中一一倒下，特别是最后冲刺阶段。这样的过程，自身就具备多元性。只是一直为舞台输送新鲜感的黄宣，因赛制原因被淘汰无缘决赛，着实令人可惜，决赛圈的观赏性也褪去了不少色彩。“多元化”也似乎成为了为节目收视率和话题性而服务的工具，而这是以牺牲音乐的纯粹性和艺术性为代价的。

歌手和《歌手》的责任

说回到歌手，一个歌手承担着多种责任：他们作为音乐行业的重要组成部分，有责任传承和创新音乐文化；通过演绎不同风格的音乐，促进音乐多样性的发展，推动音乐文化的进步；他们还要不断探索和尝试新的艺术表达方式；通过不同的音乐风格、演唱技巧、舞台表现等，展现自己的艺术才华，同时也为音乐艺术的发展注入新的活力。

但最本质的，是传达情感。这是歌手最基本也是最核心的职责。歌手通过其独特的嗓音和表演技巧，将歌曲中的情感传递给听众。他们不仅仅是音乐的演绎者，更是情感的传递者。一首好的歌曲，能够深深触动人心，引发共鸣——这种力量无可替代。

作为一档经典的音乐竞演节目，《歌手》阔别四年，在全民瞩目中回归。在观众心中它早已成为了连接观众和歌手的桥梁，能以高水平的制作保证歌手们的演出效果，也能让观众享受到高质量的音乐盛宴，将优秀作品中的情感传递至每位热爱音乐的人。

同时，《歌手》的职责也在观众的期待中被赋予。例如本季中出现的这些争议，都可视为对它的期许——期待它能够选拔并奖

励更多优质的、独具特色的音乐人，并输出更高层次的审美观点。虽然审美没有对错之分，但多元的审美之间确实存在高下。这种高下之分并不是指某种审美标准的绝对正确性，而是指艺术作品或审美对象在表达深度、创新性、技巧等方面所展现出的不同水平。这种评价基于专业知识和艺术素养，而不是简单的个人喜好或偏见。

只是这一季看下来，《歌手》依旧仅仅是个综艺节目，娱乐性、话题性等商业价值，依旧是它的主要目的。目前，它还无法承担起观众想赋予它的更高期待，但这也是留给它的挑战和机遇。

《歌手2024》已经落下帷幕，希望它所带来的争议，能为国内音乐环境发展带来更多的思考和启示。未来，我们期待看到更多元化、更创新、更公正的音乐竞技节目出现；我们也期待听到更多优秀音乐作品的诞生和传唱；我们更期待音乐能够继续以其独特的魅力和力量，温暖人心、启迪智慧、传承文化、感化观众。而对于《歌手》，祝愿它能够走得更远。

来源：北京青年报



(图片来自《歌手2024》官方微博)

票房破80亿！

多样惠民活动 助燃暑期观影热潮

据网络平台实时数据，截至目前，2024年暑期档(6月至8月)电影总票房(含预售)突破80亿元。《抓娃娃》《默杀》《云边有个小卖部》暂列档期票房榜前三位。

这个暑期，步入影院享受一场视听盛宴成为流行的假期生活方式。源源不断的新片如同夏日热浪一般，持续推高中国电影市场的热度，同时也为观众带来多元化的观影选择。

大屏幕上，从引人入胜的剧情片，到温馨感人的家庭喜剧，再到扣人心弦的悬疑推理片，每一部电影宛若夏日里的一缕清风，以其独有的方式，让观众在光影交错中找到乐趣，释放情感，为暑期生活增光添彩。

为更好激发广大观众电影消费热情，国家电影局日前在四川成都启动2024年全国电影惠民消费季。本次消费季将持续至10月，覆盖暑期、中秋、国庆等主要电影档期，惠及全国电影观众，合计发放超3亿元观影优惠补贴，包括积分兑换、购票立减、多券叠加，暑期学生“惠”等形式多样的消费优惠。

目前，暑期档下半场开启，不少类型多样的新片蓄势待发。刚刚上映的电影《解密》改编自茅盾文学奖获奖者麦家的同名长篇小说，致敬隐蔽战线的无名英雄；已开启预售的现实主义题材影片《逆行人生》，聚焦外卖骑手生活，展现小人物的真实情感；即将上映的动画电影《白蛇：浮生》从中华优秀传统文化中汲取养分，演绎“中国式浪漫”。

多位业内人士表示，暑期档是全年电影市场的重要时期，优质影片的接连上映带来稳定的票房保障。电影人在内容创作上要勇于尝试，探索新的叙事手法和技术手段，提高作品的艺术性、观赏性和价值性，打造精品电影，以此长远地吸引观众走进影院，共同推动中国电影市场健康繁荣发展。来源：人民网