

高期待中开播的《声入人心2》豆瓣评分从9.3分跌到6.4分 黑马综艺难逃“降级定律”？

去年底播出的原创综艺《声入人心》，堪称年度综艺节目黑马。参加节目的“梅溪湖36子”至今让观众念念不忘，阿云嘎、郑云龙等一众音乐剧演员因此成功“出圈”。带着高期待的《声入人心2》近期回归荧屏，口碑却并不尽如人意——豆瓣6.4分的成绩和第一季的9.3分相去甚远。

这两年，黑马综艺似乎都难逃“降级定律”：配音综艺《声临其境》的豆瓣评分从第一季的8.2分跌到第二季的4.9分；从《中国有嘻哈》更名到《中国新说唱》，除了第一季的豆瓣评分为7.2分，后两季都在5分上下徘徊。



《声入人心2》中既有被业内誉为“大魔王”的专业歌唱演员、音乐剧演员，也有刚年满18岁的新人。

除了“出圈”，《声入人心》更应该追求什么？

谁都无法否认，收视表现当然是衡量一档节目的重要指标，从这个角度看，《声入人心》爆火后，很多人觉得，音乐剧以及音乐剧演员要“出圈”了。

但现实是，美声/音乐剧/歌剧的市场化、大众化道路仍难且长，相关从业者的生存现状并不是太理想——本季节目有找不到工作的柴可夫斯基音乐学院满分博士袁广泉；上一季通过节目“出圈”的音乐剧演员郑云龙，也曾因为音乐剧演出与《歌手》比赛冲突选择退出《歌手》，而他的近期活动，大部分还是与音乐剧无关。

尽管面临收视和口碑的危机，《声入人心2》仍旧是一个专业的声乐推广节目，它的核心仍旧是美声。节目的调性一直没变过，这从本季选手张英席的一段话就体现得很明显：“我希望能有更多人，真正通过这个节目，了解我们是怎么被训练成一个歌剧演员的……”

在接受采访时，《声入人心2》总导演任洋反

复强调了制作这档节目的初心——守住自己想要表达的、理解的内容。

他的看法是，除了让观众感受古典音乐的魅力之外，还希望带观众认识一批努力站上舞台的年轻人，“出圈的定义可能有很多，对《声入人心》本身来说，我们要做到的是如何让大众继续认可它。”

对于整季十几期的体量来说，《声入人心2》后期还有很大的调整空间。制作方多年来保持了中国综艺节目的一线制作水准，这点在技术上并不难办到。

难的是，节目的影响力，能在多长的一段时间内，带热冷了许久的美声专业教育以及演出市场。

节目开播前，作为节目出品人的上海音乐学院院长廖昌永透露，今年上海音乐学院的音乐剧专业报名人数陡增40%。这是一个好的开始，但愿行业的正向发展，千万别因为节目结束就曲终人散了。

于大家做出更多更好的音乐。”

第二季节目的赛制，也受到观众的质疑。第二季节目去掉了选手自己预判的环节，加入了由15位专业评审给出席位建议，拿到席位建议后选手再进行试唱。试唱后，由廖昌永、张惠妹、尚雯婕三位出品人评审团再度给予席位建议。

电视节目评论人毛丽娜觉得，这就造成了一处自相矛盾的处理，目前来看《声入人心2》的赛制调整是失败的，因为“制造了一个没有存在意义的冲突点，同时分散了观众的注意力，也打乱了节目原本的流程，使得整体节奏变得松散。”

此外，《声入人心2》在人物设置上的“用力过度”，一定程度上也稀释了观众在感情上的共鸣。上一季有“毒舌傲娇”高天鹤，这一季有“目中无人”何亮辰，两人的人物设置几乎一模一样；上一季的“失聪少年”陆宇鹏，这一季的“待业青年”袁广泉，不一样的遭遇一样的悲惨。需要指出的是，第一季节目的“梅溪湖36子”个性鲜明，但不是照着节目组最初就定好的剧本来演，而是在摸索中逐渐找到了合适自己的人物设置。

对于本季节目从收视到口碑的下滑，任洋表示“在我们的承受范围内”。他直言，节目进行到第二季，最难的是如何在保住节目本身固有气质之余，给观众新的期待空间，“第一季给大家制造了一个美好的梦境，我们用了所有力气告诉大家，半年前那36个男孩是最好的。到了半年之后，我们希望告诉观众，新来的这一批男孩一样好。怎么让观众进入新的梦境和空间，就是我们需要突破和创新的地方。”

从第一季的情况来看，《声入人心》的确是一档慢热的节目。有观众指出，上周第三期节目的二重唱环节比之前两期好看，“那个熟悉的《声入人心》又回来了”。其中，徐均朔和郑棋元合作选自法语音乐剧《摇滚红与黑》的《荣耀为我臣服》选段，收获大批好评。张英席和赵越两位美声男高音合作演唱的意大利名曲《Caruso》，也评价不俗。任洋直言，在音乐上我们有十足的信心，“其实今年就歌曲本身而言，网络点播量和网络视频播放量都比去年翻了大概三四倍。”

据《北京日报》

热播剧演员纷纷上话剧舞台“充电” 明星上戏台，赚钱容易赚口碑难

8月14日至8月16日，国家大剧院国际戏剧季重要剧目《革命之路》即将上演。这部作品是今年暑期颇受关注的话剧，不仅因为它改编自“小李子”主演的好莱坞经典电影，还因为中文版话剧由胡可、沙溢夫妻主演。“在舞台上演出我很忐忑！”沙溢的这句话，今年有太多明星说过，有的人甚至还是第一次上台。

明星热衷上戏台“充电”

戏剧舞台上一直不乏明星身影，但2019年这股势头更凶猛了，舞台上俨然迎来一个“明星年”。

今年1月，明星的“攻势”就很凶猛，当月初先有王学圻的《爸爸的床》，月底又有赵薇的《求证》和陈妍希的《大话西游之大圣娶亲》同时上演。随后4月份有蒋雯丽、戴军主演的《庞氏骗局》，5月份又有倪大红、史可主演的《银锭桥》。

随着夏天来临，明星们在舞台上掀起了一轮新的高潮。6月份有倪妮主演的《么么洞捌》、韩雪主演的音乐剧《白夜行》、“名嘴”周涛主演的《情书》。7月份有李幼斌、史兰芽主演的《老式喜剧》，倪大红、孙莉主演的《安魂曲》，奚美娟、关栋天主演的《洋麻将》，翟天临也低调演出了《红兔子 白兔子》。8月份，我们将看到的有胡可、沙溢的《革命之路》，葛优、万茜的《默默》。9月份，还有卢燕、濮存昕、江珊、郑云龙主演的《德龄与慈禧》……要是仔细罗列，名单还会更长。据说周迅也将加盟演出赖声川新剧，“明星年”可谓名副其实。

明星们为什么如此热衷于上舞台呢？因为在大众认知中，戏剧要比影视表演更难，一些本

职是戏剧表演的演员也经常会说“影视表演是‘放电’，戏剧表演是‘充电’”。因此常有人演一段时间的影视剧后就会回归舞台，在北京人艺、国家话剧院有许多明星演员都是如此。也有许多人是抱着试一试自己的目的，赵薇就曾表示“我做这件事很大的动力就是，不知道自己演话剧会怎样，是骡子是马拉出来遛遛就知道了，所以我不怕出丑。”但其中也不乏借戏剧舞台来“镀金”的明星，一些重磅话剧排演时，常有明星主动表示想要出演，似乎演了戏剧就能证明自己演技比较好。

明星剧好卖票难保好看

明星演话剧目的不一，但制作方选择明星演话剧的目的大都比较“单纯”——票房。

“明星”作为一部剧的卖点可以说是简单、粗暴但非常好用。无论是韩雪的《白夜行》还是赵薇的《求证》，都非常好卖。《求证》刚开票没多久就全部售罄，其中绝大多数都是赵薇的粉丝买的，而且有的粉丝一买就是好几场。原本在影视剧里只是黄金绿叶的倪大红，今年凭借《都挺好》中的苏大强走红，成为人见人爱的“大红”，连带着他演的《银锭桥》《安魂曲》两部剧都非常抢手。有了明星的票房保障，戏剧作品也能走得更远，这些明星剧无论在北上广还是二三线城市都非常好卖。

和抢眼的票房相比，明星们在舞台上表现往往褒贬不一。有的明星演技过硬，在舞台上依然保有魅力。像蒋雯丽、倪大红这样本身就是舞台常客的自然没问题，王学圻、李幼斌也都

是公认的演技派，他们的演出为作品增色不少。在李幼斌和妻子史兰芽出演的《老式喜剧》中，可以看出两位影视表演丰富的演员，在舞台表演中也植入了一些影视表演技巧，让作品看上去更丰富、细腻。

有的明星在舞台上的表演就“一言难尽”了。与影视表演不同，舞台上没有重拍，没有后期制作，必须一气呵成。有些明星的演技原本就堪忧，到舞台上更是暴露短板，让他们的表演缺陷加倍放大，不光自己要“镀金”的目的没实现，还拖累了整部作品的口碑。

明星演话剧还得谨防粉丝抢戏，越是有流量的明星越是如此。在剧场看演出，最好的位置应该是剧场中略靠前处。但是明星的粉丝们把演出当成见面会，为的就是能近距离接触偶像，让偶像听到自己的尖叫，能买第一排绝不买第二排。《求证》是一部富有哲学思辨的作品，但粉丝们看到的却都是“赵薇好好看”“她的腿好细啊！”倪大红这样优秀的戏剧演员，但在《都挺好》爆红后演《银锭桥》时，他饰演的角色一出场，底下的粉丝就欢呼雀跃，热烈的尖叫和掌声，让他也多少有点出戏。

制作方会用明星才能双赢

明星的号召力能让话剧的影响力出圈，这对许多制作人都是难以抵挡的诱惑，但到底该如何用明星，很多人还没有想明白。

“老戏骨”奚美娟曾说过，中国话剧史上有许多舞台剧都是靠明星带出来的，我们不用避讳用明星，应该用对的明星。

曾推出《海鸥》《如梦之梦》《情书》《北京人》等众多明星剧的央华文化，在这方面可以说是深有体会。公司负责人王可然表示，很多人对央华有误解，认为央华的作品全靠明星引流，也跟着模仿，结果很多都失败了，“其实大家并不知道我们怎么用明星，我们不是把明星当流量，而是要用对的人做对的事。”他说，有人认为他们出品的《犹太城》选择刘烨的妻子安娜是为了蹭流量，其实原本有更大腕的明星要加盟这个戏，但最终还是因为不合适而未合作。

王可然与明星合作都会要求对方能够保证排练时间，能够认同他的戏剧观，有的明星则会因为无法保证足够的排练时间而不能继续合作，而合作多年的胡歌也是每次都能给出合理的排练时间。在他看来，演员是成就演出的皮毛，一部剧能不能成功的因素是一个综合的“熔炉”，“有的作品是导演有问题，剧本有问题，口碑坍塌，扼杀了明星演员对戏剧表演的热情。”

《枕头人》是近期北京戏剧市场的“爆款”，虽然这部剧中并没有一个所谓的明星，但从小剧场打磨多年后在大剧场亮相也颇为惊艳。该剧制作人李羊朵认为，对舞台剧而言，好的演员比明星更重要。

但李羊朵也不排除在今后的作品中会使用明星，“要让普通观众走进剧场，的确需要一些优秀而有影响力的明星，宣传上会事半功倍。”但在她看来，怎么用明星很重要，“制作公司要对明星负责，你不能把明星拉来了，就随便摆在舞台上，不能保证排练，不考虑舞台创作规律，只有通过合适的方法，在舞台上打磨明星，让他们大放光彩，才是真正的双赢。” 据《北京日报》