

THE SONIC YOUTH

哪怕世界从未听我的

天娱传媒 著

CTS

湖南文艺出版社

天
娱
传
媒
著

哪怕世界从未听我的

THE SONIC YOUTH

CSS

湖南文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

哪怕世界从未听我的 / 天娱传媒著. — 长沙: 湖南文艺出版社, 2013.12

ISBN 978-7-5404-6432-5

I. ①哪… II. ①天… III. ①男性—歌唱—选拔赛—概况—中国—2013 IV. ①J692.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第242833号

哪怕世界从未听我的

出版人: 刘清华

出品人: 王巍、母飞鹏

责编: 陈新文、唐明、冯博

监制: 爱哲

主编: 莫力

特约编辑: 李艳、黄晶

版式设计: 贺超(DBHE)@DATESE Studio

摄影: 刘迎(HONG)@L2 Studio、小塔、郭颖

特邀摄影: 鞠起@氮元素乐队、Pierfrancesco Celada

出版发行: 湖南文艺出版社(长沙市雨花区东二环一段508号, 邮编: 410014)

网址: www.hnwy.net

印刷: 长沙湘诚印刷有限公司

开本: 820mm×1180mm 1/32 开

字数: 110千字

印张: 12.5

版次: 2013年12月第1版

印次: 2013年12月第1次印刷

书号: ISBN 978-7-5404-6432-5

定价: 59.00元

发行总代理: 长沙越华文化传播有限公司

售前咨询电话: 0731-82183429

售后服务电话: 0731-85863900

* 如有印装质量问题, 请与印务部联系调换 (0731-82287269)

* 版权所有 翻版必究

我就是我
不是70后、80后、90后

哪怕世界从未听我的
属于我的青春仍要继续

内容介绍:

本书记录了30多万人参与海选,12周电视与网络互动直播,受到亿万观众关注的歌唱大赛“2013快乐男声”的台前幕后故事,重点讲述华晨宇、欧豪、白举纲、宁桓宇、于湉等选手们的成长历程,力求描绘90后偶像人物们的诞生实录:无论是单纯、贫穷、孤独的孩子,都要面对挑战、机遇抉择,而他们在这个万众瞩目的舞台上的表现,被评价为“个性”胜利,具有跨时代的意义。

“号外HOW WHY”是天娱传媒特别企划图书品牌,它将记录和分享青年偶像们为什么、怎么样追逐梦想的成长历程,旨在激励和帮助处于青春期以及后青春期的读者们勇于实现自我价值,获得快乐的正能量青春。

出品：天娱传媒
联合出品：思达博格
出品人：张勇 龙丹妮
总监制：杨柳
监制：彭力
联合监制：姜哲
总导演：马昊
品牌主管：赵晖
图书总监：莫力
经纪总监：王柱红、张宏凯
项目协调：汪俞岑 梁庆 张丝莹
官方摄影：刘迎(HONG)@I2 Studio 小塔 郭轲
特邀摄影：鞠起@氢元素乐队 Pierfrancesco Celada
特邀撰稿：鞠起@氢元素乐队 陈苇如@青年志
特邀顾问：汪晓春@青年志 陈苇如@青年志
VCR导演：彭有纶@天娱传媒-I3NStudio
VCR文案：吴梦知
纪录片导演：范立欣
平面设计：贺超(DBHE)@DATESE Studio
选手造型：Andy@ANFOFO
媒体鸣谢：@2013快乐男声 @天娱传媒 @京东 @新浪读书
场地鸣谢：湖南卫视 湖南国际会展中心 潇湘电影制片厂
服装赞助：YOOX.CN时尚网络概念店|时尚电子商务合作伙伴

目录

前言 80后与选秀

015
▼
044
从头开始

045
▼
070
怕你就会输一辈子

071
▼
098
欢迎出道 敬请点赞

099
▼
112
我就是我 只是有点不一样

113 ▼ 130
我不敢不完美 你敢不敢听

131 ▼ 150
专心修炼

151 ▼ 160
粉丝帖 认真生活和认真唱歌的人永远值得尊敬

161 ▼ 196
战斗从来不会结束

197 ▼ 218
G+1 进9 没有什么结果是无法改变的

219 ▼ 256
活在当下

257 ▼ 294
冲刺吧 带着赤子的骄傲

295 ▼ 300
你想对快乐男声说什么

301 ▼ 316
花絮×花絮

317 ▼ 338
金句

339 ▼ 390
幕后多英雄

前言

PREFACE

两大关键词：“90 后”与“选秀”

2013 年，一年的时间足够发生很多重要的事情，在这里，让我们讨论两个关键词：“90 后”和“选秀”。

90 后

2013 年，年龄最大的 90 后已经 23 岁，作为刚刚走入社会的一代人，他们受到了社会广泛的关注和讨论。

翻开今年新春的报纸，有人提醒 90 后已经“步入了晚婚的年龄”；走出夏天的校园，有人告诉 90 后他们面临着两成就业率的“史上最难就业季”；拿到第一份薪水的时候，90 后也开始明白了独立生活的不易。

其实，在 90 后自己看来，他们是毫不特殊的年轻人，如每一位曾经历过这个年纪的年轻人：一边迷茫，一边奋斗，一边学习，一边期待。

但在外界看来，他们又如此特殊，浑身上下被贴满各式标签，多到他们自己都理解不过来，更无余力去辩解，由此他们更期待能以自己的方式去成长，而非遵循旧例。

90 后乐于表达。

拥有最多网民人数的中国互联网是全球第一大网,作为中国第一代从小就和互联网亲密接触的人群,90 后与社交网络有着不可分割的联系,从 QQ、人人、微博、豆瓣,到墙外的 Twitter、Facebook,无处不是他们的身影。如今,将近 45% 的微博用户是 90 后,他们习惯通过社交媒体发声,从“沉默的大多数”,一举进化为“咋咋呼呼的大多数”。当微博话题榜突现大量的偶像话题时,成年人才惊觉自己的舆论地盘已经被毛头小孩侵占了,控诉无果之后只能感叹“微博是脑残粉的”。

90 后多元又自我。

他们从小就接触全球文化,被多元的文化和价值观所影响,更相信个体的价值和意义,追求个人生活的快乐,而不是如同他们的父辈那样坚信集体价值或者整齐一致的主流价值观。他们关心自己喜爱的东西,和朋友一块儿玩乐。他们理所当然地接受(甚至刻意营造)自己的不同,对于和自己不同类型的存在“不予关注或讨论”,这成为 90 后“自私”的证据。

90 后精于消费。

“勤俭节约,艰苦奋斗”到“刺激消费,拉动内需”的变化,令 90 后赶上了消费主义文化,充实的物质条件让他们早已习惯在消费中进行个人选择,通过消费来学习、探索,甚至自我表达。哪怕是十几岁的孩子,他们也知道“烧”耳机,认得清车型,叫得出潮牌,玩得溜最新的科技产品。越来越趋向高端且频繁的消费,又让许多人惊呼“90 后为何如此物质”。

90 后现实。

他们身处信息爆炸的时代,丰富的媒体渠道为他们提供了尽早了解社会现实的机会,他们比以往的孩子更早接触到阴暗面。他们和所有成年人一起调侃起“70 码”,自嘲是“矮矬穷”,不甘成为“单身狗”,声声念叨着要“逆袭”。现实在他们口中,不是针砭时弊的文章,而是乐乐呵呵的新段子。这让一些人感叹 90 后年轻人胸无大志,逃避现实。

90 后如此变化无穷，甚至自相矛盾。他们充满同情心，又以自我为中心；他们乐于表达，却不善社交；他们渴望被理解，却不愿多解释；他们有时脑残，有时又理性现实得不可思议。他们如此不可捉摸又难以理解，偏偏还拒绝被任何人定义。这是多么让长辈为难的一代年轻人，好像无论如何也摸不准他们的脉。

事实上，90 后远远复杂过这些标签。在这个变化太快、选择太多的世界里，经验很少、愿望很多的 90 后，有着繁星般的困惑和挣扎。他们不稳定也不成熟，他们接收的信息太多，他们尚没有话语权，太难被人听到，但他们有荷尔蒙和可能性，只等那个属于他们的机会。

“90 后”之外，另一个重要关键词是“选秀”

2013 年，是中国选秀节目的第十个年头。以 2003 年由湖南卫视举办的原创选秀节目《超级男声》为开端，十年之间，中国选秀节目所处的社会环境及其本身都已发生了翻天覆地的变化。

在社交媒体尚未被广泛使用的 2005 年，那届超女所经历的前所未有的火热局面让所有人惊讶，单单总决赛一夜就获得 900 多万的短信投票，这在证明了选手人气之外，也见证了一场选秀带来的巨大社会震动。关于选秀的讨论持续升温，有人批评它低俗，也有人赞许它励志，选秀从单纯的娱乐成为了不可忽视的社会现象。然而，无论口水和板砖飞向何方，总之草根明星一夜成名，还是令人心生向往的，选秀节目如雨后春笋在各电视台涌现，参与人数也一年高过一年。在学习和进化中，选秀节目打开了中国娱乐事业一扇新大门，也让“偶像”和“粉丝”两个名词深入人心。

时至今日，仅 2013 年一年，国内先后登上荧幕的选秀节目已经超过 20 档，种类从唱歌扩展到舞蹈、魔术等等。如今，选秀节目的量变已经不能满足观众的需求，娱乐节目数量泛滥，励志故事讲到嘴软，加上国外选秀节目的入侵，观众被喂刁了

嘴。在选秀亟待转变的关口，任何节目已经不能指望只靠选到几个人，造出几个星，圈到几个脑残粉，就被观众喜爱认可了。因为无论是选秀这一边的明星偶像，还是那一边的粉丝受众，都已改变太多了。

首先，偶像的定义，已经不同于中国观众们以往认识的“大众明星”，偶像意味着更稳定的受众人群和固定的衍生品消费，而人们认识明星，却不一定会上去认购唱片。早年间，偶像以完美形象出现，是美丽与正义的化身，有“神”一般的光环。可是当人们看多了一丝不苟的完美形象，听多了千篇一律的励志故事，反倒开始渴求一些“真实的人气”。毫无惊喜的复制品总是容易让人麻木，从选秀明星开始，大家开始认识到：也许“偶像”也可以来自草根，他可以普通，可以平凡，但要真实，要够自由。这样的偶像依然有其神秘之处，却不再高不可攀。与普罗大众相连接的他们，值得被揣摩，也能够被理解。喜欢这样的偶像，心态不再是顶礼膜拜，而成为另一种理解人生，甚至体验人生的途径。

另外，粉丝群体，在偶像文化中的巨大影响力下也成为各方平台不得不重视的庞大力量。自2005年超女，“粉丝”这个词在中国开始繁盛，已有八个年头。一夜900万的短信投票只不过是开始，随后，《百度贴吧》开始火了起来，中国大陆的粉丝文化也自此酝酿生长出来：来自全国各地的粉丝聚集在百度贴吧分享资讯资源，讨论小道八卦，结交同好亲故，组织活动应援。相比过去分散随机的粉丝QQ群，《百度贴吧》无疑提供了让粉丝文化茁壮发展的一方沃土，它自己也成为所有明星偶像信息和粉丝文化最大的集散地。

2009年，《新浪微博》出现，更开放、更迅速的粉丝交流平台的形成成为可能，越来越多的粉丝原创作品被激发创作传播出来。升级版的粉丝早已不局限于“追星”，而是更多地参与到了“探星”、甚至“造星”的过程中。与过去粉丝消费偶像作品的时代相比，现在的粉丝甚至参与到了偶像的成长历程中，粉丝的参与在整个娱乐事业中变得举足轻重。同时，在受众更大的社交网络下，粉丝们的声音也不仅仅流传在粉丝之间，它开始飘出粉丝圈，对更多的路人产生影响。现实是：粉丝文化成为了偶像文化不可分割的一部分。现如今的粉丝早已不满足于坐在电视机前捧着手机发短信投票，而是跟同好们一边刷微博、花痴帅哥美女、吐槽偶像的竞争对手，一边

顺手涂着画板、码着长文。社交网络上一波波的“全民话题”因粉丝而产生，这是巨大的关注和资源，也是更大的压力。

而这次，“90后”和“选秀”这两个充满“骄傲”和“偏见”的词汇，在2013快乐男声的舞台上，终于，碰头了。

这两个怀着蓬勃生命力和巨大不确定性的主题交汇的时候，人们心中有无数的期待，也有无数的疑问。

当90后成为2013快乐男声参赛的主体，快乐男声会成为什么样子？

选出一帮90后偶像后，他们又会是什么样子？会像传说中的90后那样没定性、非主流、不靠谱吗？或者会像正经明星那样星光四射气场压台吗？

90后偶像的90后（甚至00后）粉丝呢？他们会为和他们同龄的偶像做什么？粉丝之间又会形成怎样的关系？相互结为同好还是拼命对掐呢？

快乐男声的节目会如何制作呢？和以往相比会有何改变？节目会让男孩儿们唱歌还是会让他们讲故事？会卖热血还是赚眼泪？

快乐男声这个节目又会如何与粉丝沟通呢？粉丝会是何角色？粉丝将如何贡献力量，又将和这些90后偶像发展出怎样的关系？

.....

90后还在成长，正需要一个机会，一个场地，让他们随着自己的心意踏出那坚定的几步。

快乐男声也变革在即，正需要年轻的荷尔蒙，新鲜的梦想，鼓动它重新烧热半边天。

这两个加在一起，正是妥妥的不稳定，大大的可能性。

快乐男声舞台：请努力年轻得久一点

“请努力年轻得久一点”，是 2013 快男五进三的比赛 VCR 中的一句文案，也是今年快乐男声整个舞台希望带给所有选手和观众的一句信条。

对于已经做了十年选秀的芒果台，欢乐开怀的脸、唱唱跳跳的形象、五光十色的舞台，早都已经是陈词滥调。毕竟“年轻”和“梦想”，本来都是不可以重复售卖的口号，年轻不是任何一张没有皱纹的脸就撑得起的赞美，梦想也不是任何一张嘴都能喊到最后的宣言。2013“快乐男声”的目标直指“超级偶像”，而节目也将受众群体锁定了 1990 年后出生的年轻人，评审大咖谢霆锋在宣传片中的口号是“等着 90 后来叫板”！虽然 80 后的偶像还有一段非常长的艺术生命要走，但是 90 后与 80 后在沟通方式和兴趣上有着明显的区别，所以 2013 快乐男声第一个旗帜鲜明地提出必须选出面向 90 后为主的超级偶像，为年轻人发声。

长沙、西安、广州、成都、杭州、北京六个唱区，汇聚了几十万名参赛选手，要从这么多人当中站出来，虽然明知艰难，却也值得一试。因为这里是真真正正的零门槛，每个参赛者都在平等的起跑线上，不论年龄、不论职业、不论学历、不论经验，只要你愿意开口，便能获得“听你一次”的机会。这是真真正正的“海选”，从几十万人当中，选到那个最最对路的人。这是给所有参赛者的一次机会——按照自己心意去年轻的机会。

在第一场长沙海选节目播出之后，我们见识到了快男的另一种玩法——神剪辑和神吐槽。

在海选播出的时候，闪闪发光的“神剪辑”恨不得抢了选手和评委的戏。每次出现雷人表演就响起《天鹰战士》主题曲中那句“勇敢的少年啊，快去创造奇迹”，贱到让人喷饭捶地；选手的表演适时切换镜头，配上评委们掩盖不住的挑眉、隐笑、惊讶或困惑的表情，个中喜感连字幕都不用配就能完全传神达意；对各种流行歌曲的把玩，以及良好的节奏把握，简直全程无尿点，生怕错过下一个梗；再加上精准又娴熟的吐槽手法和语言，不得不让人怀疑这些剪辑师是不是 Acfun 和

Bilibili 网站的知名 Up 主！这不只是 100 多人的团队夜以继日地剪辑 3000 小时的素材剪就一定能够做到的，最难能可贵的是他们真的把握好了整个节目中所有镜头的视觉、配乐配音、剪辑节奏感、故事讲述和动漫元素。节目效果满满都是二次元气息，网友们纷纷评价“真是笑cry到佩服”。

舞台上的另外一个不可忽视的亮点是评委。今年的评委最大关键词就是“真诚”。相比起以往选秀中博眼球赚话题的“毒蛇”评委和“圣母”评委，今年快男的评委是真真正正在发出自己的声音。陈坤一直强调真实，不要讲故事，好好唱歌，他不掩饰自己的高低眉，也不吝啬大力地夸赞；陶子姐关注选手，倾听他们歌声中的情感，给出中肯的建议，也不失风趣幽默；春春是科班出身，强调专业，对所有技术处理和舞台表现关注有加，点评简单清楚，精准确凿；霆锋作为一号型男，对舞台表现标准颇高，普通话不顺也毫不影响他对所有选手直抒胸臆，点评简单直白，方向明确，他说“我来，是因为可以做自己”。

评委们在节目中虽然重要，但尺度拿捏合适，90 秒的点评时间限制以及 V 神制度（观众参与话题讨论数高达 27.99 亿次），都让评委不再是舞台上的神，而是把关注焦点引回了赛事和选手。他们为选手加油鼓气，也为他们着急遗憾，态度真诚，毫不做作，坐在点评席上金句不断。从“梦想与年龄无关”这样的人生励志句，到“Pose 是从骨子里长出来”的型人准则，都让人恨不得随身备下笔记本边看节目边奋笔疾书。

还有被人广为称赞的每期节目前的宣传片。每一期宣传片中的 VCR 和文案都讨论着当年轻人最关心、最忧心的话题，也宣誓着快乐男声的态度。讨论青春，问到“你还记得是什么时候开始变老的吗？”，讨论未来，问到“我们会变成什么样子的成人？”，讨论梦想，问到“如果没有了梦想，那跟咸鱼有什么两样？”。这些问题是当代年轻人最真实的困惑，文案字字句句都是打在心口的诉说。年轻人纵使有闯劲儿，也不会没犹疑，当他告诉我们“不装纯”“不完美”，要“活得够用力”，要“做一次也许困难但亲密的尝试”，要“年轻得久一点”，这早已不仅是快男自己的宣言，也是给所有年轻人的祝愿。

这些精心的制作,使得整个节目效果前所未有地惊艳,极少出现在传统电视媒体上的传播效果居然因为快男一一实现:海选播出的当晚,“勇敢的少年啊,快去创造奇迹”就在微博上流传开来,被奉为神曲,不久之后,晋升成为小伙伴们的新口头禅;李宇春一句“方脸马上就要流行了”,惹得微博上粉丝掀起一波#方脸大赛#热潮;经典的宣传文案,被观众一一收集成帖,传遍贴吧、微博。

总导演马昊在节目开播之前接受媒体采访时说道:“2013年快乐男声的目标是引领中国选秀进入到一个社交化的时代,社交化的最大立意在于让大家形成关联,让大家能够参与到节目中。”这让中国娱乐综艺选秀节目社交化时代定义更加明确,为年轻观众提供了前所未有的互动体验。通过统计可以看到,2013快乐男声在年轻群体中的影响力跃然纸上:23岁以下学龄观众同时段收视第1,《2013快乐男声》开播以来23岁以下学龄观众收视率1.01,份额8.06%,学龄观众到达率28.14%,这三项指标均为同时段第1;而在学龄观众开机率明显下降的9月,节目在13至18岁中学生中,9月6日份额18.73%,9月13日份额14.47%,均为同时段第1。学龄观众追看行为日趋明显:23岁以下观众中,有20%收看了一半以上;相邻两期节目的学龄观众重叠率在20%至30%左右,最高值达33.1%。

截至9月17日下午4点,百度“新声”人气飞跃榜中TOP10中,快男选手占据八强,其中华晨宇以1892万票为新声“人气王”,比第2名高出400余万票。

在段子、吐槽满天飞的今天,博得观众的认可并不容易,毕竟现在大家的笑点和哭点已经不再以春晚为基准点。主流娱乐文化相对落后,网络文化生生不息,搞笑和煽情都成为了复杂又精深的学问。要真的打动观众,要讲出观众心底的话,需要做到对网络文化、二次元元素和年轻人话题的深刻了解,是需要长期浸在网络文化的环境当中的。新鲜的青年文化元素,若不存在于快男这档节目的基因里,也断然不可能从哪里轻松模仿来。

不消费无理解,无理解不创造。在传统电视媒体上,成功融入并创造出新的青年文化元素,大方搞笑,毫不做作,青春逼人。做到这样,这也正是快乐男声节目本身“努力年轻得久一点”的诚意。

快乐男声：我敢不完美，你敢不敢听

2013 年快男的选手，用任何一个词去形容他们全体都会顾此失彼，除了这一个——“不完美”。

没错，他们不完美，不像一些传统的“百分百偶像”，也没有“整完容再出道”的外国模式。

现实中，大多数人形象普通，性格平平，很难彻底做到坚韧勇敢、目标明确、思路清晰。很多人来到这个舞台的时候，并没有准备好。有人还不习惯对着镜头，看到摄影机过来会下意识伸手挡住；有人不擅长独立生活，住在城堡里自己盖不好被子，起不来床；有人会因为巨大的比赛压力着急上火，发挥失误；有人甚至不一定清楚自己在这个舞台上只是想获得什么。

作为未来的“偶像”，这帮 90 后小伙子看起来实在不像是准备好了。

他们面对着镜头的娇羞和无所适从，无时无刻不在提醒我们：这些站在台上的选手，这些未来的偶像，就是普通人。

“偶像”的光环是个有些虚幻的臆想。在个人空间被挤压窒息，生活步调被催促慌乱，价值观被不断洗刷的时代，太多人需要看到一个坚定姿态、听到一个笃定声音，作为精神支撑。此时“偶像”被迫化身救世主，我们需要 TA 的宽慰和确认“这是可以的”“你不是一个人”“梦想一定会实现”。但同处于此社会的他们，又哪里比我们少承受了压力和迷茫？他们的困惑和不安，或提前被粉底和灯光遮蔽，或事后被当作谈资和故事消费。他们的挣扎，在能被卖钱之前，大多都不值一提、甚至被否认存在。如此的偶像光环，也是偶像们的无奈。

无奈又有幸的是，90 后偶像们还太年轻。他们是和你我一样生活在相同社会环境下，面临相似困惑和未知的年轻人，是理所当然地拥有迷茫期的少年们。他们着急不来，焦虑无用，最多只能做到跟着感觉走。就好像华晨宇被问到比赛目的时候的状态，摸

着头笑得一脸无公害样，“我想拿个奖。”这大概是最真实直白的表述了，不一定有多高尚深刻的东西，只要有“我想”这么一条，已经足够成为行动起来的理由。

许多人的快男之路都是在随心、随机的选择中开始的，又在茫茫的坚持中一路走下来了。过程中遇到许多他们不曾期许的情况：熟悉亲近的同赛区兄弟不得不比自己更早离开；一直被要求演绎自己难以胜任的演唱风格；不断接触从来没有接触过的事情；长时间紧张工作，身心疲惫不能休息；在音乐表现方面不断逼迫自己突破自我；被广大观众朋友不停地八卦讨论；在YY直播中曝光自己的24小时生活……这当中的种种辛苦不好向外人道，但从每周日大家全部在城堡睡得东倒西歪的姿态，也体会得出些许滋味。身体的疲劳尚可依靠睡眠修复，而精神的压力就真的只有靠自己超度。

只有到后台，看见他们卸妆之后打闹玩笑，或紧张不安的状态，才能深刻体会到：他们是真真正正的普通年轻人，不一定比谁胸怀大志、比谁才艺双全、比谁环境优渥，比谁心智成熟，他们只是芸芸众生中，刚好选择走上快男舞台，想要尝试一番的小伙子。与普通人相比，他们最大的不同，只是在于：他们决定，哪怕自己还不完美，未来的方向还不确定，也要依着心意先迈开步子，试一下。

于是，当“你知不知道他有多努力”成为一个让死忠粉和Anti粉都哭笑不得的梗时，这帮小伙子的确可以拍着胸膛说“那个夏天，我是拼了命地努力过”；当“丝逆袭”和“跪舔高富帅”成为嘲弄嘲笑社会不公的口号时，这帮小伙子也的确在同一个舞台上拼了全力地彼此较量又相互友爱着；当“迷茫”和“初老病”侵袭着当今每一位年轻人的时候，深知无法幸免的他们加快步伐，在探索自己的道路上，把那些让人困扰的思绪甩远了一些。

这些尚且年轻的男孩儿，现在并不是完美偶像，不是道德标杆，也不是精神楷模，也许他们永远也不会是。但他们至少是真实的人，他们的真实，引起人们情感的共鸣，也激发大家理性的反思。他们用自己的选择和坚持告诉我们：可以迷茫，但不必畏惧，可以踌躇，但还是要举步迈向未知。好像那句著名的文案：决不装纯，给谁看，我敢不完美，你敢不敢听？