



藝人發片 炒作半邊天

2010-10-31 記者 劉怡潔 報導



觀察現台灣的唱片圈，除了像周杰倫、張惠妹、梁靜茹這些大家耳熟能詳，並且會將他們定義為「實力派」的歌手們會定期發行新專輯，聽眾們通常對他們的歌唱實力也不會有所質疑，一般認為就是應該要有他們這樣子的實力，才能被稱作歌手，並且擁有發片的機會。但近年來，台灣唱片界卻出現一股新的風潮，許多藝人一開始可能是以廣告、戲劇或身為話題性人物等各式各樣的方式出道，但當他們在這些領域表現傑出，受到大家關注並火速竄紅之後，公司便會安排他們發行專輯。演藝圈以「爆紅與否」這樣子的依據為能否發行唱片的準則，似乎不是那麼專業，讓人不禁懷疑起台灣「歌手」的素質。

訓練艱辛 早期發片不容易

早期的歌手想要發行唱片，必須經過一連串嚴苛的訓練，唱歌、舞蹈、表演課程缺一不可。訓練出來的歌手們，個個實力堅強，像是張惠妹、張學友這類早期的實力派歌手，一站上舞台，拿起麥克風，那澎湃、力量十足並且撼動人心的歌聲，讓台下的聽眾個個被他們所震懾。但殊不知這些歌手要熬到能夠發行專輯，要經過很長一段時間的磨練，是相當折磨人的過程，甚至還有些人在熬了好幾年後，到頭來還是沒有發片的機會，可見早期想要打入唱片界不是那麼容易的一件事。



實力派歌手阿妹在舞台上載歌載舞，

激情、澎湃的歌聲撼動人心，展現十足舞台魅力。（圖片來源/google圖片）

台灣發片標準 傻傻分不清

反觀現在的唱片界，常會出現一些不是以歌手身分出道的藝人發行唱片，讓人不禁納悶「他原本不是演戲的嗎？怎麼會出唱片？」或「他只是因為.....而爆紅，會唱歌嗎？」。像是前陣子出現在線上遊戲廣告中，以一句「殺很大！」而瞬間爆紅的瑤瑤--郭書瑤，自從廣告在電視上強力播出後，曝光率大增，擁有童顏巨乳和天使般嗓音的形象，讓瑤瑤深深擄獲宅男們的心，大大小小的節目爭相邀請她。經紀公司也順著這股氣勢，幫瑤瑤發行了她的第一張專輯《愛的抱抱》，發行之後也造成轟動，歌曲mv中穿著迷你短裙和低胸裝露出乳溝及大腿的裝扮，配上瑤瑤可愛的表情似乎才是整首歌曲的重點，至於她歌唱的如何就變得不是那麼重要了。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉 忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



因「殺很大」紅透半邊天的瑤瑤，
以短褲及低胸裝的清涼造型發行首張個人專輯《愛的抱抱》
(圖片來源/google圖片)

另外一個堪稱歌壇最令人跌破眼鏡的組合，是由趙正平、梁赫群、林智賢所組成的「景行廳男孩」。這三個原本分別為製作人和諧星的組合，是緣自於三立都會台電視節目「國光幫幫忙」，當中趙正平和梁赫群本來並不算是藝人，但與其他熟識的藝人或節目製作人互動時，很有藝人的綜藝笑點，趙正平甚至以出口成「髒」的風格走紅。經紀公司看準了這三個人獨特的綜藝特質，雖然他們年齡加起來直逼一百二十歲，卻還是為三人量身訂做《千人迷》這張專輯。若單看宣傳照和服裝造型，好像真有那麼一回事，但是歌聲和舞蹈可說是慘不忍睹，未受過專業歌手訓練的三人在歌唱部份只能勉強說得過去，但是和其他實力派歌手比起來實在是天差地遠，而舞蹈方面雖不能稱得上厲害，卻很有他們獨特的風格。只能說「景行廳男孩」是個「笑」果十足的團體，卻很難將他們放入歌手的範圍討論。



由三個中年男子組成的「景行廳男孩」，
依然受到許多粉絲們的喜愛(圖片來源/google圖片)

只要夠夯 就能當歌手

大約在十年前可說是台灣唱片圈的超級榮景，1997年台灣唱片銷售總額達到120億元之多，張學友、張惠妹、任賢齊等人的唱片銷量甚至超過了百萬張。但到了十年後的2007年，竟然只剩下19.5億的產值，CD賣超過十萬張的歌手，只用一隻手就算得出來。為何唱片圈跟以前比起來日漸蕭條，卻有越來越多非歌手的人，能發行個人專輯呢？

像這些跨界出輯的人，一般來說，在他們的領域中原本就擁有一定的知名度，所以本來就有一些基本的擁護者支持他們，那些一夕間爆紅的話題人物更是有大量的粉絲作為後盾，他們發行專輯便會有一定的基本銷量。另外還有些中間地帶的聽眾會抱著看好戲的心態，或為了趕上流行而購買專輯。喜愛豆花妹的交大資工系李同學便表示：「雖然我覺得她唱歌沒有很好聽，但是如果她EP上有附上簽名，我還是會想買耶！」

經紀公司炒弄 藝人話題不斷

另外，通常經紀公司都只是把出專輯當作跳板，順著這些人爆紅的名氣，以「宣傳新專輯」這個理由，參加各大電視節目，增加曝光率，打響知名度，延續那股熱潮。而且觀眾都是喜新厭舊的，若只是一直炒冷飯，很快就會被大家遺忘，藉由新專輯，藝人才會有新話題產生。而在知名度日漸升高之後，要轉戰其他領域，像是主持、演戲之類的，也變得比較簡單。

除了電視節目通告的增加，校園或是公司行號尾牙也是額外的宣傳機會。這類型的活動喜歡找時下最夯的話題性人物來，製造活動的話題性，一方面達到宣傳的效果，另一方面增加活動的可看性，以吸引更多人潮。校園方面則是因為學生是最常吸收流行資訊的消費者，這類藝人在學生族群中的知名度也是最高的，因此，對經紀公司而言，打入學生市場可說是十分重要的一環。



「景行廳男孩」受邀至台南應用科技大學擔任表演嘉賓。
(圖片來源/google圖片)

理性購買 改善台灣唱片素質

現在歌手的標準顯然已不像從前那樣，需要相當程度的實力才有發片的機會，只要公司認為你有市場、有知名度，不管歌唱的如何，都通通推去發唱片就對了，趕鴨子上架的方式，做出來的唱片想必素質也不會太好。聽眾能做的就是，不盲目的購買才能讓他們改進，並且要有適度的批評才會有效果，如果台灣唱片都只靠長相和人氣，則品質不禁令人質疑。這是值得各位喜愛流行音樂的聽眾思考的問題。



文字繪畫攝影 布列松之眼

◀ 紀載布列松一生精華文字，扼要道出布列松於新聞攝影的價值觀與性格。

在臺中 品嚐回憶



▶ 對於一個從小生活到大的城市，有著豐富且多樣的回憶。

