



誰是歌手？內地音樂真人秀電視節目《我是歌手》翻唱曲目網絡初探

張昕之

香港城市大學媒體與傳播系兼任講師¹



2004年湖南衛視播出《超級女聲》以來，內地歌手選秀電視節目開始盛行，如浙江衛視《中國好聲音》，北京衛視《最美和聲》，上海東方衛視《中國夢之聲》等。最近，湖南衛視從韓國MBC電視台引進《我是歌手》節目自2013年開播以來，已播出兩季，備受觀眾注目。參加該節目競演的歌手多是已在流行歌壇有名氣的歌手，包括前輩歌手如台灣的齊秦、張宇，內地的羽泉、沙寶亮、韓磊、韋唯等，包括曾經的《超級女聲》選手周筆暢、尚雯婕，馬來西亞新生代歌手曹格等。

針對內地音樂真人秀電視節目的論文和時評早已汗牛充棟。本文從另一角度分析歌手競演的情況。注意到大部分歌手除首次參演時演唱原唱代表作之外，均會對其他歌手的曲目進行翻唱（song cover）。本文援引“文獻引用網絡”（citation analysis）以及歌手翻唱網絡（song cover network）之研究旨趣作為立論基礎，採用社會網絡分析方法（social network analysis），建構並分析《我是歌手》兩期節目所有翻唱歌目的網絡。

¹ 香港城市大學媒體與傳播系博士候選人王成軍對本文亦有貢獻，在此表示感謝。

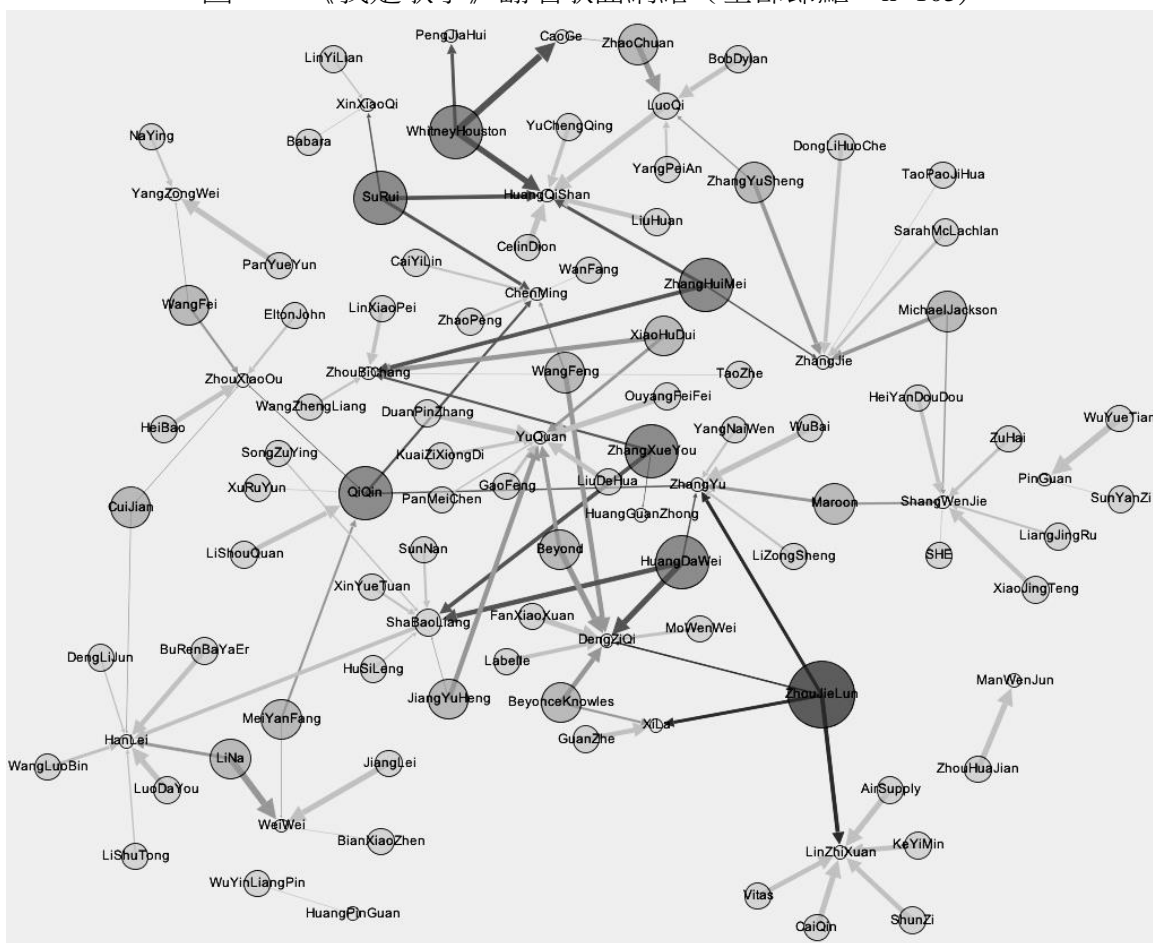
該分析的意義在於：翻唱是流行音樂常見的產製模式，既有利於生產方節省成本，也讓歌手賺取人氣、發揮特長。被翻唱的曲目或為華語樂壇經典曲目、或演唱者是大眾耳熟能詳的歌手，或該曲日本身的藝術風格和成就甚高。由於每場競演之後觀眾和聽審團會對歌手進行投票排名，排名不佳者會慘遭淘汰，因此，選曲是歌手（及其經紀人團隊）優化排名的第一步。因此，該分析的事前假設是，無論翻唱行為是歌手或其經紀人有意識的決定、抑或是選歌時隨機抽籤的結果，均折射對該場競演結果受歡迎程度最大化的預期。其次，通過分析節點（node）、邊（edge）、以及整體網絡的屬性，可識別網絡中最為重要的節點（本例中，一個節點代表一位歌手），同時識別該網絡的社群（cluster），從而折射出翻唱網絡背後的文化內涵。翻唱網絡更反映隱藏在節目背後的音樂風格脈絡，管窺華語樂壇的音樂人相互影響之趨勢。²

翻唱網絡及其特徵

翻唱網絡的構建如下：每一個節點表示一個歌手，假設歌手 A 翻唱了歌手 B 的曲目，那麼，一條邊將在歌手 A 和歌手 B 之間建立，且從歌手 B 指向歌手 A（反之亦然）。這是一個有向網絡（directed network）。同時，令邊的權重（weight）等於該歌手該場競演的排名，排名靠前者，權重越大。筆者從湖南衛視官方網站記錄《我是歌手》自 2013 年 1 月 18 日第一季第一期起，至截 2014 年 3 月 7 日第二季第九期止的所有競演歌手及其翻唱曲目的情況。人工錄入結果後，使用開放程式 Gephi（版本 0.8beta）進行分析。競演歌手演唱自己的曲目的情況不被記錄。同時，遭淘汰歌手在下一場次的“返唱演出”因不涉及排名，也不計入。另外，大多數歌手為中國內地歌手，為統一計，所有華人歌手的名字均採用“拼音”（pinyin system）記錄；為避免空格，採用駝峰式大小寫。最終得網絡如圖一所示。

² 針對翻唱網絡的研究如 Bryan, N. J., & Wang, G. (2011, October). *Musical Influence Network Analysis and Rank of Sample-Based Music*. The 12th International Society for Music Information Retrieval Conference (pp. 329-334). [URL: http://www.mirlab.org/conference_papers/International_Conference/ISMIR%202011/papers/OS4-4.pdf], 以及 Serrà, J., Zanin, M., Herrera, P., & Serra, X. (2012). Characterization and exploitation of community structure in cover song networks. *Pattern Recognition Letters*, 33(9), 1032-1041.

圖一：《我是歌手》翻唱歌曲網絡（全部節點，n=103）



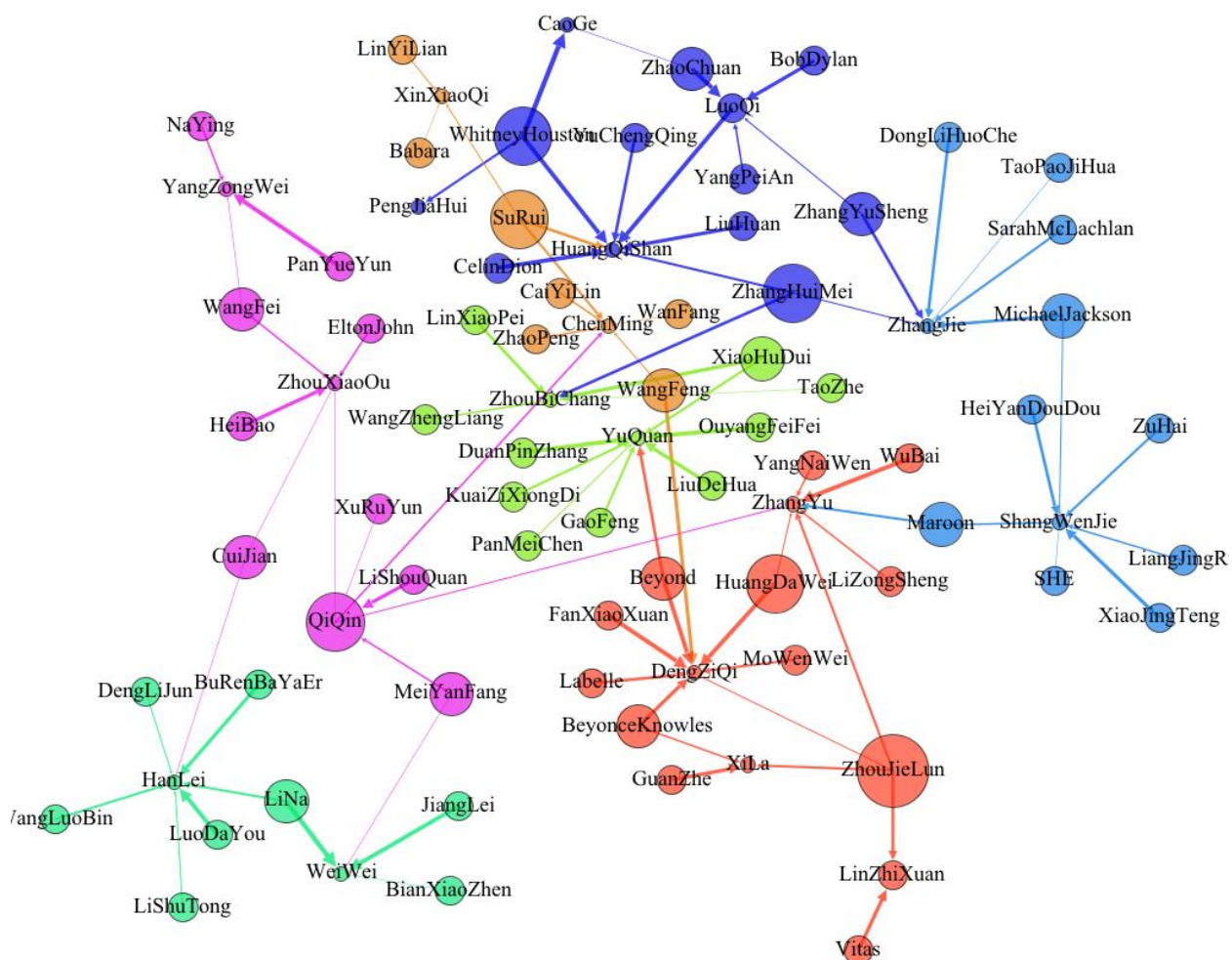
節點的半徑和色彩深淺表示“出度”（outgoing-degree）的個數，也即，該歌手被他人翻唱的次數越大，在圖一中表示該歌手的節點就越大、同時顏色也就越深。節點之間的箭頭表示翻唱的方向，箭頭的粗細表示本次競演的排名，排名越靠前者，該箭頭越粗。

圖一所示的網絡中，包含 103 個節點，111 條邊，每個節點的平均“度”（邊的個數）為 1.07，平均最短路徑 1.15（指一個網絡中任意兩個節點之間最短距離的平均值），網絡半徑為 2.0。然而，因為該網絡有“孤立”的群體，因此“網絡密度”僅為 0.01。

幾點發現：首先，通過觀察出度（outgoing-degree）的個數，部份原唱歌手獲得了更多的翻唱次數。被翻唱次數最多的歌手前五名為：周傑倫（4 次）、齊秦（3 次）、張惠妹（3 次）、張學友（3 次）、蘇芮（3 次）、黃大煒（3 次）、以及 Whitney Houston（3 次）。如果考慮排名權重，即，某一次競演的排名越高，該邊的“權重”就被相應放大，那麼，排在前列的原唱歌手是：Whitney Houston，黃大煒，周傑倫，Beyond，李娜，以及蘇芮。其次，另一方面，從競演歌手的角度討論，翻唱了最多位原唱的歌手前幾名為：羽泉（8 次）、鄧紫棋（8 次）、沙寶亮（7 次）、黃綺珊（7 次）、尚雯婕（7 次）、張宇（7 次）、和韓磊（7 次）。

進一步觀察圖一，會發現該網絡呈現出若干個明顯的“社區”，暗示一部分節點較其他節點更為緊密地連接在一起。使用 Gephi 程式的社區劃分（Modularity）功能，得該網絡可被劃分成 12 個社區。這些社區所包含的節點數量不一，部份社區包含了更多的節點。這裡選取包含點數量最多的前 7 個社區，這些社區已包含了八成（80.77%）的節點數量和 81.98% 的邊的數量。最終展示如圖二所示：

圖二：《我是歌手》翻唱歌曲網絡中的若干社區（部份網絡，n=84）



圖二展現出明顯的歌手翻唱特徵。左下角綠色的社區包括兩位往輩歌手韓磊、韋唯，其翻唱曲目如鄧麗君、李娜等；左側紅色社區包括華語流行歌壇的歌手，如周曉鷗、楊宗偉；中間部份靠圖片下方的紅色社區則明顯以華語港台年青輩的歌手為主；中間部份的綠色部份和棕色部份同為華語歌手，且大多數為內地流行音樂人，兩部份的區分特徵並不非常明顯。而圖片右部的淺藍色網絡則明顯為外語歌手原唱以及擅長演唱外語歌的競演選手（如尚雯婕）。需要指出的是，社區檢測並非唯一的網絡劃分的原則，僅能顯示相對的趨勢。

結論

首先，無論排名結果若何、無論內地螢屏上如何新人輩出，無論競演者是已小有名氣的歌手抑或專程赴內地競演的境/海外歌手，海外和港台（尤其台灣地區）的音樂依然是他們“翻唱”的源頭，而少有完全獨立原創的作品。早前（3月4日）浸大新聞系研究助理教授宋韻雅博士在香港《蘋果日報》評論道：“從譚詠麟和張國榮的輝煌時代，到四大天王的炙手可熱，內地人見證了香港樂壇的神話，也目睹了它的逐步衰落……速食式的造星模式吹出了一批又一批的新星泡沫，他們驟然而降，又旋即銷聲匿迹。”本研究則從另一個側面，既部份印證了宋博士的觀察，又從實證層面提供了華語音樂在內地發展現狀的補充。遙想1978年美國學者Jeremy Tunstall在其著作《媒介是美國的》（*The Media Are American*）設喻：“正如肉醬意粉是義大利的、曲奇餅乾是英國的，媒介，是美國的。”其含義是，美國產製的媒介在全球信息傳播中佔有主導地位。儘管本文選取樣本和觀察角度有限，可否也設一個小小的比喻：“華語流行音樂（現在依然）是港台的”？

其次，當港台的經典曲目被內地歌手翻唱並進一步口耳相傳，也正好給國際傳播中“你中有我，我中有你”（香港城市大學李金銓教授語）的現象，作了一個小小的註腳。再次，從文化產業的角度，如今流行音樂發達的台灣地區，上世紀五、六零年代也曾經歷了“翻唱熱潮”；唱片公司為節省成本、迎合口味，大量翻錄外來歌曲，以日本原唱歌曲為最大，使得台語流行音樂界出現繁榮。³當如今的內地電視上出現的新人開始大量翻唱華語音樂的經典作品時，是否也可以預示不久的將來，華語內地原創音樂的繁榮？

最後，本文的局限主要是，對歌手之間的聯繫是“描述式”的而非“解釋式”的。研究暫無考慮舞台燈光、編曲設計、臨場炒作、甚至不為人知的幕後博弈等選曲之外的因素。同時，僅僅分析一檔節目，樣本量較小，掛一漏萬；該文結論可否推及內地所有選秀節目，也是後續研究亟待解決的問題。

³ 引自：廖純瑩. (2007). 移植與內化: 五, 六〇年代台語翻唱歌曲研究. 成功大學藝術研究所學位論文, 1-130.