

主打“新新喜剧人”的“新喜剧”,《一年一度喜剧大赛》火了一把 爽剧式喜剧想出圈还是要靠“回味”



简单粗暴

选手不俗

走“短平快”路线 直接投喂笑料

区别于《德云斗笑社》《脱口秀大会》这种主打单一喜剧类型的节目,《一年一度喜剧大赛》将节目定位为“原创新喜剧竞演综艺”。

所谓“新”,首先体现在节目呈现的喜剧类型上。《一年一度喜剧大赛》主动抛弃了传统小品、相声、脱口秀等更大众化的喜剧形式,引入了节奏更快的“素描喜剧”,要求演员们在短时间且固定的场景中完成作品,情节围绕单一事件展开,不铺垫、不绕弯,包袱直给,简单明了。这种“短平快”喜剧模式缺点突出:戏剧结构不完整,笑点浅薄流于表面,内容缺乏可回味性。但是,却完全吻合了短视频时代中,人们的观看习惯——观众可以迅速进入剧情,不需要攒足耐心,等待包袱抖开,而素描喜剧中的笑点的设置也如同爽剧一般,简单粗暴地在集中时间段内,对观众的同一个兴奋点进行持续刺激,进而达到“没心没肺大笑一场”的效果。

除此之外,《一年一度喜剧大赛》还将话剧、默剧、音乐剧等艺术门类与喜剧相结合,突破观众的单一认知,向观众展示出丰富多样的表演形态。比如,《站台》和《这个杀手不大冷》分别带有鲜明的话剧和音乐剧质感,王梓表演的《空手道高手》则在融合默剧与喜剧的基础上,添加了口技表演。《好闺蜜》中玩偶的运用,融合了木偶戏和布袋戏的元素。《我的爸爸》《青蛙王子》《大巴车上的奇怪邻座》则让观众见识了“漫才”这种来自日本的站台喜剧形式。

另外,在赛制上,《一年一度喜剧大赛》也有小小创新——5位大咖评委的评审分值与观众等同,尽管仍拥有保送权利,但他们不再拥有生杀大权,在一定程度上避免了单一审美导向,让“叫座又叫好”和“叫好不叫座”的喜剧都可以在节目中收获一份认可。



所谓“新喜剧”,不仅体现在形式上,还体现在“新人”上。“这是为新喜剧人办的比赛。”马东在《一年一度喜剧大赛》一开篇,便对这档原创喜剧综艺作出了简要概括。

因此,尽管有马东、黄渤、李诞、徐峥、于和伟领衔的大咖导师团和金婧、小鹿等少数国民度较高的喜剧人加盟,《一年一度喜剧大赛》仍将人物展示重点放在了“小透明”身上。

25组喜剧人中,有资深的表演艺术家、有知名的男一号,也有跨界选手和“快要揭不开锅”的18线演员、草根编剧,但在大多数人眼中,这些参赛选手都称得上是

一直专注于挖掘新题材新市场的米未传媒暂停了小众口碑综艺《乐队的夏天》新一季的制作,入局“喜剧”这个“卷到飞起”的赛道,推出《一年一度喜剧大赛》。截至目前,《一年一度喜剧大赛》已播出5期,豆瓣开分从8.0分小幅跌落至7.8分,尽管离年度爆款仍然差一口气,但节目中的多个作品在社交平台上引起热议,实现了较大范围的出圈,称得上是本年度喜剧类节目中一匹黑马。

就算是“新人”也已耕耘多年

“新人”。观众不了解他们的身份背景,没看过他们的演出,甚至对他们的名字和相貌都很陌生。但这些不为人所知的“腰部”甚至“脚趾部”演员,其实已经在各自的领域默默耕耘了许多年。

来自赖声川“上剧场”的演员宗俊涛和杨雨光,经过《宝岛一村》《幺幺洞捌》等舞台剧作品多年的锤炼,展现出高超的舞台掌控能力;《站台》的三位男演员东靖川、黄澄澄和顾宇峰,也合作了《大学生士兵的故事》《饮食男女》等共计300集情景喜剧。

在第二期节目中表演《这个杀手不大冷》而获得8000分的“逐梦亚

军”组合表演者之一蒋龙,在《扶摇》《逐梦演艺圈》《君九龄》等多部影视作品中担任过配角,从业时间长达17年。说起自己的生存现状,他表示:“我们有时候不能掌控自己的选择,吃了上顿没下顿,不知道到底能演个什么样的戏,或者能不能演上戏。”

被评为“中国默剧之光”的王梓,曾参加过爱丁堡国际艺术节等多个国内外戏剧节演出,不少戏剧迷看过其代表作品《HaHaHa》《离家出走》,而他的新作《Pal》《默剧王子盲盒秀》也在巡演中,然而对多数综艺观众来说,仍是个名副其实的“大生脸”。

引发共情

关注现实的喜剧更好笑

对于喜剧作品来说,“让观众笑”是最基本的。但在“伟大喜剧的内核是悲剧”“笑过之后应有深思”的创作思路指导下,一般的喜剧节目总忍不住追求某种深刻表达,从而造成“喜头悲尾”的节目常态。

以“没心没肺,快乐加倍”作为节目口号的《一年一度喜剧大赛》则大胆地表达了一种一直有争议的态度——喜剧,光好笑就行了。尽管以束焕为代表的专业编剧称:“看了《三狗直播间》(这样没心没肺的节目)我笑了,笑完之后感到羞耻。”节目主理人马东仍一再表达:“只要你能获得观众掌声,你爱干嘛干嘛。”于是,《一心不二用》中的“声画不同步”;《大巴车上的奇怪邻座》中“一精一傻”的对话;《戏精导航》中演员对包租婆、紫薇等语音包的灵魂模仿……都是放弃追求“意义”,只求提供给观众速食快乐的例子。

但是,在《一年一度喜剧大赛》

中也不乏关注现实、能够引发年轻人共鸣的节目。《好闺蜜》中,演员借玩偶之口来表达自己心声的设定,反映出当今社会中常见的讨好型人格;《站台》中则展现了传统“中国式父子”别扭却温暖的相处日常。

作为节目首期“头炮”的《互联网体检》,以互联网套路为主题,对大数据隐私泄露、弹窗广告、会员办理、直播带货等多重不规范商业现象进行讽刺,其中对爱奇艺超前点播和“开通会员后仍需看广告”的调侃,更是直接将词条#在爱奇艺吐槽爱奇艺#送上热搜,引发了网友们的共鸣狂欢。

另外,还有《偶像练习生》对时下造星产业的讽刺;《时间都去哪了》对年轻人刷手机的“偷窥式”的模拟;《职场打工人》对社会职场996的反思都切中了当代年轻人的痛处。《三毛保卫战》也通过演员对头皮上“三根毛”的沉浸式、拟人化

扮演,说出了加班多、压力大的年轻人饱受的脱发焦虑……

除了台前的表演者,《一年一度喜剧大赛》还刻意将身居幕后、默默付出的编剧工作者们引到台前,强调演员与编剧之间的“共创”,节目在每个作品开篇的字幕中,都会并列展现演员和编剧的名字。演出结束后,还会让坐在观众席中的编剧表达自己的创作理念。多名编剧也因此获得了满满肯定,比如《大巴车上的奇怪邻座》的编剧还珠,凭借多变的故事风格让各位导师大为赞赏;《互联网体检》《这个杀手不大冷》的编剧六兽甚至被徐峥当场“挖墙脚”,热烈邀请其帮忙写电影剧本。

正是优秀喜剧人共同创作的这些关注当下时代议题的优秀作品,令观众开怀大笑,让人从中感受到共鸣、发泄和治愈,因而获得最大程度的出圈,成为《一年一度喜剧大赛》的收视密码。(据《羊城晚报》)