

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”



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，豆瓣评分从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。

简单粗暴

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内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。

**选手不俗**

就算是“新人”也已耕耘多年

所谓“新喜剧”，不仅体现在形式上，还体现在“新人”上。“这是为新新喜剧人办的比赛。”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

“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《Pa!》《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”“笑完之后应有深思”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，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的心声，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》）