



刘宗智 济南报道

10月19日,原创单口喜剧竞演节目《喜剧之王单口季》迎来收官。付航在激烈的竞争中脱颖而出,顺利拿下年度总冠军,小鹿、黑灯分别获得第二、三名。正如网友评价:“这一季最好看的是百花齐放和充满激情的生命力。”这档从夏天走到秋天的综艺节目给观众带来了无数的欢笑,也让脱口秀再度焕发生机。

“小人物”也有春天

“江山代有才人出”,付航是今年脱口秀综艺里杀出重围的一匹黑马。尽管他与粉丝的线下互动视频早已火遍全网,演出门票一票难求,但对于通过线上综艺了解脱口秀的广大观众而言,付航这个名字的确显得有些陌生。

从初次演出标志性的“Passion”,到夺冠时的“总有人会爱你”,大专、保安、假扮粉丝接机……付航的经历既接地气又饱含辛酸,配上他夸张的表情和无厘头的表演,强烈的反差总能带来极富张力的喜剧效果。有网友表示,很容易在付航身上看到其他人的影子:有时他像年轻的周星驰,有时又像长大后的刘星。《喜剧之王单口季》官方评价付航:“他是passion拉满的‘美猴王’,是敢喝‘火’,更敢用幽默对生活一切苦难的勇者。从小人物到喜剧之王,他有热爱、有勇气、有真心!”

小人物的逆袭故事,不止发生在付航身上。总决赛中,小鹿爆笑讲述与婚礼搭子的生活趣事,揭开了这对跨国夫妻的相处模式,也为第一轮婚礼吐槽画上圆满句号;黑灯继续从不同角度分享盲人生活,希望让更多看得见的人了解看不到的东西;唐香玉讲述自己因为参加节目而在家乡引起的轰动,甚至被父亲要求提家乡名字进行“宣传”,通过和父亲的互动表示家庭对她

的支持,也善意戏谑了“势利”;刘仁铖讲述自己从最初的不易和不被看好,一路走到总决赛的故事,生动诠释了小人物的逆袭,每个人都是喜剧之王。

“黑马”新人们用各自的视角为《喜剧之王单口季》带来了一个个鲜活真实的生活样本。以往脱口秀节目总被人吐槽“炒冷饭”,走进半决赛就成为“熟人聚会”。今年的选手囊括了各行各业,职场与职业特性的话题总能让观众获得共鸣。从事环境工程的翟佳宁,第一场就自己的工作地点在地图上是个“人名”开涮;铝合金门窗“传承人”刘仁铖则留下了“胖子门窗,永远为您上门安装”的金句;相声跨界的阎鹤祥,在总决赛用地名串起贯口,说出“郭麒麟是一种处境”。整季节目播出过程中,喜剧演员们通过一个个段子解构现实生活中关于成长、代际、婚姻、职场、就业等话题,引发了观众广泛共鸣。“懂的人都知道里面的门道有多深”等爆梗刷屏社交平台,成为全民二创玩梗的素材。截至当下,《喜剧之王单口季》在相关视频平台热度峰值突破9400,霸榜热搜,话题度与播放成绩双双登顶。

喜剧仍是流量密码

继2022年《脱口秀大会》第五季之后,《脱口秀和Ta的朋友们》《喜剧之王单口季》两档脱口秀综

艺在今年夏末回归,并在初秋完结。脱口秀的回归,掀起的不仅是综艺赛道的新一轮热度,也让一度沉寂的喜剧行业,呈现出更多元的样貌。

从演员阵容看,《喜剧之王单口季》一开始就招来了庞博、王建国、杨笠和周奇墨四大脱口秀“老将”带队。《脱口秀和Ta的朋友们》方面,则吸引了呼兰、徐志胜、何广智、张博洋、孟川等人。从邀请的领笑员看,均以熟悉的嘉宾为主。《喜剧之王单口季》由吴镇宇、郭麒麟、杨天真、徐峥坐镇气氛组组长,蒋龙担任主持人。《脱口秀和Ta的朋友们》则是大张伟、鲁豫、张雨绮、窦文涛担任笑友团,张绍刚担任主持人。

喜剧来源于生活,又不止于表层的生活。凝练对生活的观察,在这基础上去解构和再创作,并用选手的表演为普罗大众讲出来,这是脱口秀的核心模式。而观众喜欢探讨,选手不断打磨、推翻重来的“文本”,是支撑一段脱口秀最重要的内容。比如被观众称之为最强黑马的于祥宇,把哲学和自己的“就业焦虑”结合起来,用叔本华的理论拆叔本华的梗,“积极自由”“消极自由”都不如“财务自由”一抛出来,就引发当代大学生、求职者的无言苦笑。唐香玉围绕催婚、女性自我成长等女性话题,展开一系列深刻而又不失趣味的探讨,既让人

捧腹,又引人深思,同时也充满了智慧和力量。她在互动中与观众共勉:“女人还是要搞事业、有权力,我已经进入我家族权力中心了。”文本的精妙、严密,语言的流畅表达,再加上自由真实的态度和观察生活的细致,组成了一个血肉丰满又犀利写实的段子。脱口秀演员们通过幽默的“冒犯”,让观众在笑声中停下脚步,重新审视自己的生活和周围的世界。

除了脱口秀以外,其他类型的喜剧综艺也都获得了不错的收视成绩。《喜人奇妙夜》囊括素描喜剧、漫才、独角戏等喜剧形态,创作者采用了有别于传统相声、小品的新的喜剧形式,

精准捕捉到人们当下生活的痛点,让大家在笑声中看到它的另一面,从而与观众形成了精神上的共鸣。相较于大多数喜剧类综艺仅推出单个衍生节目,《喜人奇妙夜》还开发了如《不好笑惩罚室》《超前聚会》《喜人夜聊》等多个衍生节目,突破了简单的谈话类型,转向开发出“狼人杀”“夜聊”“惩罚室”等多种具有私密性、游戏性、剧情性的创意形式,较大程度上延伸了原生节目的长尾效应,广受好评。事实证明,不论市场风向如何变幻,只要观众对快乐的追求不变,喜剧永远奔流向前。



编辑:曲鹏 美编:陈明丽

齐鲁晚报

绿色低碳每个人都能做一点

少用一个塑料袋减少碳排放0.1克。



“讲文明树新风”公益广告