



王凯： 从优等生到尖子生 只差一个爆款



天天娱评

□张莹

《猎狐》、《清平乐》，两部正在热播的电视剧几乎让王凯霸屏，绝对的男一号更让他坐稳了一线男演员的位置。警察夏远、皇帝宋仁宗，两个完全不同的角色在同一时间段由一个人出境，表演贴合、人物立得住，应当说王凯交出了合格的答卷。

最早认识王凯是《丑女无敌》中的设计师陈家明，娘娘腔、妇女之友这个并不讨喜的角色，王凯演得不做作，非常可爱，凭此成为家喻户晓的演员，这一年是2008年。随后很多年王凯仿佛销声匿迹了，直到8年后借《伪装者》明诚再次回到人们的视线，惊讶于现在的王凯和当年的陈家明割裂得如此彻底。才知他八年中经历了什么？

《丑女无敌》的成功让王凯几乎被强行变成类型演员，很多娘娘腔的角色找到了他，设想一下，如果王凯是一个满足于当明星，满足于挣快钱的人，很容易带着标签走下去，也许借着名气慢慢转型，也许吊死在一棵树上。8年无影无踪，王凯选择了最果断的方式，后来在《伪装者》再次走红

时，他说那些年很少有人找他拍戏，他差点要转行。

很少有人注意王凯在《伪装者》之前参加过的综艺节目，因为即使一晃而过的镜头都被剪掉，当他C位再次参加同一档综艺节目时，新闻标题是：曾经的你看不起，现在让你高攀不起。不是每个人都能有翻盘的幸运，娱乐圈的事，有时候踩到爆点就能火起来，在一群训练有素的年轻人中脱颖而出，这是幸运。王凯的再次走红，和幸运关系不大，与他这些年稳扎稳打、努力成为一个好演员的信念有关。

记得他回忆刚到《伪装者》剧组，听说大师哥靳东要求很高，他特别紧张，和靳东、胡歌比，三兄弟数他名气小，经验少。但在我看来，这部剧王凯演得最好，他扮演的明诚，人物性格、命运、内心最为复杂，拿捏准确很不容易，王凯借此翻红证明了他的实力。外形帅气的王凯，很容易背上偶像包袱，这位被粉丝称作“鹿眼美手低音炮”的男神，如果沿着偶像的路线走下去，说不定油腻大叔的队伍里又多一人。但回首这些年王凯交出的答卷，他稳扎稳打，作品优质，男演员队伍里多了一个努力上进的优等生。

用8年时间清空观众的记忆，王凯自《伪装者》之后，成了《琅琊榜》里的靖王，《欢乐颂》里的赵医生，《大江大河》里的宋运辉，《清

平乐》里的宋仁宗，《猎狐》里的警察夏远，显而易见他在塑造人物时有了很大空间，伴随着这些电视剧的热播，王凯的演技被认可。《大江大河》播出时，王凯被爆为了宋运辉暴瘦30斤，年轻的农村小伙儿像麻杆一样的形象，一下把观众代入剧情中。每一个角色不粘连、不重复，人物的贴合度很高，这很难得，可以想见王凯在表演时付出的努力，这大概是王凯被影视圈内普遍看好，敢于重用他的主要原因。

走红后的王凯，总展示落落大方、坦率自然的样子，没有爆红后的心态失衡、骄傲自满，这恰巧也成了王凯演戏生涯的最大障碍——优质而爆发力不足。他所有的角色都演得很规矩，但味道不够浓，就像是一个优等生，而不是尖子生。顶级好的演员，还是应当有自己的爆款，姜文、陈道明这些老演员就不说了，最近推出《我是余欢水》的郭京飞，他的表演就能给观众以强刺激，不论是《都挺好》的苏明成，还是当下的余欢水，让人恨让人爱让人怜，都浓得化不开，看着过瘾。

演员王凯，从优等生到尖子生，还差一个爆款。



齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李睿

卖丑的土味网红

铁打的土味，流水的网红。

过去一两年，土味网红层出不穷，甚至出现了不少风靡一时的“土味领袖”。他们有着令人迷惑的奇特行为，或者扮丑搞怪，或者状态痴迷，用五花八门的表演肆意表达“疯”“丑”“傻”，以此博得眼球和流量。

近期最火的土味网红莫过于“郭老师”，这名1994年出生的女主播不同于其他颜值主播，以其疯癫搞怪的形象、极度自信的性格和魔性的“郭语”迅速走红。“郭老师”的直播间里经常会现令人匪夷所思的举动，啃脚、打嗝、打架，时不时地痛哭流涕或者大骂，疫情期间甚至因为种种迷惑行为频上微博热搜；将“猕猴桃”读作“迷hotel”、“草莓”读作“粗

莓”的搞笑发音被称为“郭语”，被网友们争相模仿：“你在无中生有、暗度陈仓……无言无语、无可救药”的成语接龙更是被剪辑为BGM传播甚广。

充满浓郁“精神小伙”范儿的喊麦也是土味的一种。杨坤diss《惊雷》事件引起不小的风波，《惊雷》作者MC六道宣言“火了就是好音乐”，引起了音乐是否有“高雅”和“土俗”之分的争论。实际上，人们拒绝的不是喊麦之“土俗”，而是其毫无意义的辞藻叠加以及耍狠卖酷的社会气息，这样空洞苍白的作品很难被称之为音乐。

“郭老师”还能红多久？《惊雷》还能流传多久？似乎大部分土味网红只能红极一时，曾经火遍全网的Giao哥、药水哥，《一人我饮酒醉》喊麦神曲，流行语“真好”以及“寒王”社会语录，都在引起了一场场狂欢之后迅速寂静。这些土味网红的作品往往都有着荒诞古怪的第一观感，种种跌破常规的滑稽行为满足了网友的猎奇

欲望和审丑心理，但网友们并不是真的追捧所谓的“土味领袖”，更多的是以玩味的心态看待土味网红和追赶潮流。

贴近生活才能深入人心

2019年年初，短视频《啥是佩奇》深夜刷屏，农村老人为了给城里的孙子准备礼物大费周章，自制“鼓风机佩奇”的过程搞笑又温情，这部8分钟的广告宣传片充满了浓厚的乡土气息，因其背后的亲情戳中无数人泪点；2020年疫情期间，河南某村委会负责人的硬核防疫喊话走红网络，河南土话+粗糙大白话，朴实中透出了搞笑和可爱，引起全网点赞。

将安迪·沃霍尔说过的“每个人都有15分钟的成名时间”用在当下的媒体环境十分合适，据快手大数据研究院发布的《2019年小镇青年报告》，2.3亿小镇青年在快手上发布了超过28亿条短视频，越来越

“土”到深处便是潮

“土味”文化是当下最流行的亚文化之一，一直以来，“土味”与“low”“粗俗”“扮丑”等贬义词汇处在同一种意味上，而随着短视频的兴盛，越来越多人参与到快手、抖音等短视频平台上，土味也出现了更多元的分支。无论是扮丑搞怪的恶趣味主播，还是充满乡土气息的搞笑情景剧，抑或是粗糙下厨、大口吃喝的美食博主，都在网络中广泛传播。这里面有糟粕，也有好的作品。

多的人参与到短视频的热潮中来，“土味”也出现了健康的分支。突然有一天，“土味”带着它天然的质朴，以一种粗糙、直接却平易近人的姿势进入人们的视野。

在土味短视频的创作中，同时获得好评与高人气的创作者不在少数，但能在众多网红中脱颖而出，靠的是真正具有内容价值的作品。

美食作家王刚是现在年轻人最喜爱的美食博主之一，“川普口音”和“不说废话”是他的标志，他的视频与以精致、清新为代表的日食记截然不同，却依然有着极高的人气。原因在其输出了真正的烹饪干货，这种简单直接、甚至粗暴的作品，在充满滤镜、音乐、宠物、精致器皿的一众美食视频中格格不入，却是人们真正需要的。

“土味情景剧”也是土味世界的一个流行分支。网络红人“老四”一个人分饰多个角色，将人情世故通过一个个小事件表演出来，没有任何喧闹出位的夸张表

演，只有简简单单的生活对话，不少网友将他的视频当成连续剧看，笑称他“一人演活了一个东北宇宙”。

专门做没用手工的“手工耿”火到了国外，没有滤镜大口吃播的“徐大sao”馋哭了许多屏幕前的网友，“滇西小哥”则是把中国农民原汁原味的生活拍摄出来……在精致文艺风盛行的当下，“土味”博主们以朴实的短视频作品抓住了网友们的心，真正的生活不是高高在上，平易近人的气息才更贴近生活本来的样貌，网友们在这些短视频中感受到了一种踏实又安心的乡土情怀。

“土”到深处便是潮，越来越多的网友认为不懂得“审土”才是真的土，土味文化还将作为一种亚文化长久存在。而土味文化中也有糟粕与精华之分，单纯为了迎合低级趣味的庸俗作品不会长久，只有真正有内容价值、平凡不做作的作品才能流传下去。