



每人都可以当五分钟脱口秀演员



天天娱乐评

□张莹

《脱口秀大会》第四季悄然开张，没有炒话题，出人意料的是，口碑出奇地好。从某播放平台的数据看，比它早播出两周的《中国好声音》是2800万人次，《心动的信号》是1200万人次，《脱口秀大会》两天播出4600万人次。毋庸置疑，这档脱口秀节目成为当下综艺顶流。

去年，李诞在《脱口秀大会》第三季播出伊始，说了很多很怂的话，让他也没有想到的是，那一季出奇地成功，成为现象级综艺，直接带火了一个行业。捧红了王冕、李雪琴、杨笠等脱口秀演员，又是上综艺又是接广告，势头直逼一线明星。这周开播的《脱口秀大会》第四季，连黄西都来凑热闹了，李诞一脸的春风得意，广告接到手软，从牛奶到电商，从牙膏到电动车，念赞助商的口播2倍速才能不显得冗长，可见脱口秀现在有多火。

“太好笑了”“太惊喜了”是观众看完《脱口秀大会》第四季第一

期最多的评价。惊喜是真的惊喜，从哪里冒出来这么多有才又好笑的人啊。李诞在这期节目中，重复最多的一句话是“每个人都可以当五分钟的脱口秀演员”。他这句话一点不错，登上脱口秀舞台的演员们千奇百怪：材料科学研究生徐志胜，长着一张脱口秀“优势”脸，说电商分配他卖面膜，自我定位却是“卖面卖馍”；北体英语专业毕业生童男，不仅生动解读在体育院校自己“谁都打不过，一天比一天变得温顺起来”，还把职业中的英语梗密集抛出，让人笑翻天；北大癌症生物学家说自己做得最疯狂的事，是这么晚了陪大家熬夜，有患癌风险；上海交警黄俊在工作中遇到的夜店跑车两个座的梗，一抛出就炸了场子。

什么职业都有，什么风格的都有，你从他们身上看到了你风趣的同事、好友，格外亲切，他们不是传统意义上的演员，他们就是你身边逗你开心的普通人。这样的综艺风很容易把观众拉近，甚至让人觉得“我上我也行”，有庞大的群众基础，这个群众基础又建立在包容、开放的理念之上。没有苛刻拘泥于形式，打快板的，组CP的（笑言炒好了来的），网红，甚至让许多观众第一次见到了起源于日本的喜剧形式漫才。

内容更是五花八门，各行各业，让你觉得，脱口秀门槛极低，形式混杂，有的节目连我这个普通观众都觉得算不上脱口秀了，但《脱口秀大会》给了他们舞台。

在我看来，《脱口秀大会》办到第四季，没有像其他演艺竞赛类综艺那样，越来越匮乏，水平越来越低，很大一部分原因来自于没有“近亲繁殖”。这些年下来，人们心照不宣的是，要想在竞赛类综艺中拿到好名次，要么签约，要么是自己人。而《脱口秀大会》一路走过来，你发现虽然由笑果艺人撑起架子，却容纳了来自全国各地的圈内圈外人士，有的甚至圈内名气大，观众不认识，借这档节目被广为认知，没有同行相轻的挡板。脱口秀火了之后，各地喜剧俱乐部如雨后春笋一般长了出来，新人辈出，给《脱口秀大会》注入新鲜血液，让观众眼前一亮，惊喜不断。很多人感叹，脱口秀行业真的起来了！

新一季《脱口秀大会》

一播出就登上顶流综艺位置，它真实的情感、事件、观点，让观众共情更为可贵。能给大家带来欢乐的喜剧综艺，不喜欢都难。



追求制造“噱头”，剧本痕迹有点重

老牌美食综艺很虚假很儿戏很浮夸

近日《中餐厅5》开播，不少老粉惯性地打开节目追更。作为一档老牌综艺，《中餐厅》能一路拍到第五季，与其内容的丰富性有很大关系，前三季的节目主题是把餐厅开到国外去，传播中华美食文化，非常正能量。近两季不能出国拍摄后，这档综艺没有了传播中华美食文化这个大主题，变得泯然于众了。新开播的第五季因为太过追求制造“噱头”，剧本痕迹有点重。如何寻求进化，而不是吃老本，是大多数老牌综艺面临的问题。

师、朋友“空降”餐厅，演绎更温暖的情感关系。整档节目传递出美食既可以产生不同文化的碰撞，同时还是人与人之间的情感纽带。节目有主题、有看点、有深意，能得到观众的认同。

到了刚开播的第五季，《中餐厅》这档节目给人的感觉除了敷衍，就是不真诚。节目一开始，嘉宾的人设都是“不会做饭”，姚安娜说她可以把东西做熟保证大家不进医院，丁真说还不知道自己会不会做饭，周也说不能说自己会做饭，也不能说不会。宁静说她不会做饭。所以节目中出现了现场搜索凉拌黄瓜等菜谱，甚至还要跟着网络学一下怎么拍黄瓜。也出现了姚安娜把葱当韭菜、把红色辣椒酱认成是萝卜碎，不知道胡萝卜长啥样等经典画面。节目中的中餐厅只提供晚饭，有八张桌子，工作量大幅缩减，看起来每个人都在忙碌，但效率低，节目内容水。不少观众认为，这样真的

演过头了，这样的不食人间烟火就不真实了。早期的节目中嘉宾还能笨鸟先飞，为找不到食材、出不了菜而着急上火。而网友的话说，到了第五季就是看明星们轻轻松松把钱赚。

老牌综艺不敢打破模式

不会做饭的明星们做普通中餐给中国人吃，453元5个家常菜，一天只卖一餐，八张桌子都安排好了食客进行拍摄，《中餐厅5》的这些设定，其实消解了这档节目一开始的一些看点和意义，比如明星也有勤劳的精神，也能承受开餐厅的苦与累，也热切期望通过自身劳动创造营收实现盈利，再比如传递美食就是传递温情等。

这类美食综艺被创作之初的初心是告诉观众，如果你喜欢，去某一个地方开一家小餐馆的愿望是可以实现的，可以拿着积蓄勇敢去试一试。而早期节目也是这样拍

摄的，诚意满满、细致观察、场景温暖、态度认真，绝大多数镜头是食客们开心吃饭的场景，没有过多的噱头和冲突，观众看得很开心。

新一季《中餐厅》节目菜单没亮点，明星们不努力，节目无目的、无主题，只想人为编造“噱头”给观众看，所以给人的感觉就变得很虚假，很儿戏，很浮夸。

慢综艺真人秀从被创造以来，它的根本卖点就是“真实性”。节目中的嘉宾应该是真实接地气、不做作，不过分演戏，把自己在大自然、在与美食相处中的自然状态呈献给观众。观众看综艺，看的不就是嘉宾在节目中真实的喜悦、兴奋、苦恼和疲惫嘛。综艺节目当然需要娱乐性，但娱乐性应该是在嘉宾真实的互动中产生的，嘉宾的个人魅力、性格差异、相互冲突的举动都会产生娱乐性，这比“演出来”的娱乐性有趣多了。

经历过2016年至2018年美食综艺井喷后，能坚持做下来的美

食慢综艺不多了。《中餐厅》向往的生活》都在通过热门嘉宾维系着热度，但正渐渐远离美食综艺初衷，越来越像明星真人秀。《中餐厅》拍到第五季给人的感觉就是不敢对节目模式进行创新，或者说创意不足。回到国内拍摄，设定的是请自己人吃鱼头、臭豆腐、拌生菜等5个普通菜，就很小儿科。我们有博大精深的美食文化可以传播，如果节目继续深挖内容、改变下模式或许会更好看。这档节目变成依赖流量明星的类似真人秀的综艺，失去了一些灵魂、文化和深度。

通过《中餐厅5》也可以发现，不是所有流量明星都能在综艺中有好的表现，能贴合观众审美需求。明星的综艺艺能的素养关系着节目的好看度，还是有生活经历的明星更能让综艺节目散发出生活的趣味和有趣的小惊喜。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 师文静

太重冲突性略显虚假

《中餐厅》前三季之所以好看，是因为节目在国外拍摄传播我们传统的美食文化，同时以食物为媒介，传递人间情感。前几季的节目中，嘉宾认真经营餐厅，找食材、研究菜谱、研究开餐流程，认真制作具有代表性的中华菜肴，节目中的嘉宾既烹饪中华美食，也烹饪当地的美食，形成一种很好的文化互动。节目中的中餐在国外受到欢迎，“中餐厅菜单”在国内也同样流行起来。除了美食传递，节目还在认真地呈现人与人之间的情感关系。比如，黄晓明与赵薇的同学情，赵薇与苏有朋同框的“怀旧情”，以及黄晓明与秦海璐之间的“过硬关系”等。同时节目还时不时邀请嘉宾的老

