

网上脱口秀能否点燃中国式幽默?

脱口秀在中国从来没有像今天这样火爆。

《吐槽大会》以13.8亿次点击量结束;《脱口秀大会》创建了“中国式幽默”的正确打开方式;《奇葩说》播出4季后更是捧红了一大批“奇葩辩手”,让像池子一样的“素人”脱口秀演员,凭借自己的能力成功走到了台前。

观众们越来越接受“说话”节目,喜欢节目里的真实、搞笑和吐槽。有网友认为,脱口秀在中国走红,意味着更大的包容度,观众接受政治人物、明星、商人以及所有人的不完美。还有网友认为,脱口秀撕开了虚伪的口子,批评直接而具体,是难得的进步。

观众是前进的力量

知乎上,一个匿名网友说,“池子的表演更受年轻人的喜爱,更容易在90后中吸粉,很犀利”。对于这样的评价,池子表示他从来没有特意为了固定受众而编段子,“大家笑点、知识层面、理解有差异,我很难达到所有人的目标,我觉得好笑的我就坚持做。”

据统计,《吐槽大会》《脱口秀大会》的主要受众群体是年轻人,池子认为这主要是传播方式的不同,节目在网络上播出,也决定了大部分观众都是爱上网的年轻人。

不迎合受众成为脱口秀演员的共识。池子认为,观众和节目是互相选择的过程,“一部分人觉得我好笑,一部分人觉得这个节目一般,喜欢我的就会一直关注,不喜欢我的就会离开。”李诞也持有这样的观点,他从来不迎合观众,“没有哪个人能真正迎合年轻人。”

尽管不迎合观众,但观众依然是脱口秀演员们最大的动力。池子评价自己是一个害羞的人,“大家肯定我的表演就是我继续往前走的力量。”

线上线下冰火两重天

与《吐槽大会》《脱口秀大会》爆红形成鲜明对比的是脱口秀电视节目正在衰落。8月30日,金星在自己的微博上宣布《金星秀》下线的消息,《今晚80后脱口秀》也陷入收视率下跌没有冠名广告商的窘境。

而网综《吐槽大会》《脱口秀大会》却以让人惊叹的速度蹿红。《吐槽大会》在今年3月结束时的网络播放量突破13.8亿次。同时《脱口秀大会》的成绩也不容小觑,第三期的《脱口秀大会》点击量达到2.4亿次,刚刚结束的第四期节目已经接近7000万次的点击量。

做了十几年脱口秀的北京脱口秀俱乐部创始人西江月曾在接受媒体采访时表示,这是个脱口秀的蓝海时代。他甚至说:“这个蓝海蓝到根本看不到竞争对手,因为大家就在自己的那片海域里畅游就行了,无需跟别人去争。”

笑果文化在今年完成了1.2亿元的A轮融资,北京脱口秀俱乐部也正在融资,其他做脱口秀的俱乐部也开始接触资本。

与脱口秀网络综艺节目火爆相比,脱口秀的线下表演却冷清得多。李诞介绍,目前中国脱口秀club只存在北京、上海等一线城市,而且数量不多,脱口秀网综火爆后,来看现场的观众有所增长,但数量仍旧不多,“中国脱口秀还处于初步发展阶段”。

(据《中国青年报》)



曹云金参加《吐槽大会》



李诞和池子(右)

素人一转身就是艺人

《脱口秀大会》中,演员思文调侃女生的购物欲,说女生在商场购物时感觉新衣服买来能穿一辈子,但回家再试穿,镜子前转个身就觉得衣服不适合自己了,“一转身就是一辈子”。而在《脱口秀大会》这个舞台上,素人们“一转身就是艺人”。

从素人到如今爆火的脱口秀演员,池子说自己像坐了顺风车。高中毕业后,池子决定放弃上大学,在家待了一年,他想做自己喜欢的事。这一年他不断接触、尝试新事物,自从在北京的酒吧听到脱口秀表演,便“着了魔”,天天在家里看外国的脱口秀,对着屏幕哈哈大笑,有时候还要模仿一段。

“年轻人都喜欢搞笑的东西,我个人觉得脱口秀特别搞笑,大家肯定会喜欢。”池子决定在“开放

麦”说段子。他自己写了四五页纸的段子,对着镜子一遍遍练习。他很珍视这次上台的机会,第一次表演特别紧张,但台下观众反应还不错。这次演出给了他莫大的肯定,从此便踏上了脱口秀的道路。

池子开始被俱乐部邀请表演,并被《吐槽大会》总策划李诞发现,邀请他参加《今晚80后脱口秀》的撰稿工作。后来池子又从幕后走到台前,在今年年初的《吐槽大会》上一炮而红。他目前在《脱口秀大会》上担任队长,和李诞带领的队伍进行PK。

这个被称为“暴躁95后”的脱口秀演员正以他意想不到的方式在网络蹿红。在新浪微博上,池子的粉丝数是117万,在节目的弹幕中不少观众为他“打call”,他要飞往不同的城市参加不同的演出和活动。

在李诞看来,池子非常有天赋,他的确对脱口秀表演有自己的想法和判断,段子基本都是原创。池子则认为,天赋其实就是他的性格,“源于我自己比较幽默、话多,笑点的把握就是自己的嗅觉,表演也完全按照自己对于喜剧的理解,动作、表情、语言节奏都是自己的感觉”。对于网友们给他的“暴躁95后”标签,池子有话讲,“我生活中并不是暴躁的人,只是我的表演方式就是非常直接、真实,代入感比较强,特别亢奋”。

池子的段子坚持原创,“别人给我写的段子不超过10个,因为别人写的东西很难完全适合自己的风格。”他对段子有着自己的把握,因为有较强的观察力,他会注意生活中搞笑的内容和细节,“其实好笑的段子就是来源于生

活,将这些记录下来是我们的职业素质。”

段子中哪里是笑点,池子都是“靠感觉”。尽管目前市面上有很多关于如何寻找观众笑点的书籍,但池子从来没看过,他说:“在我能靠感觉把握住观众笑点的时候,先不看这些东西。”

从《吐槽大会》和《脱口秀大会》走出的不只有池子,还有思文、Rock、卡姆等脱口秀新秀。这些普通的素人也正在通过这个舞台被观众熟知。

李诞认为,目前中国脱口秀存在最大的问题就是缺人,而《脱口秀大会》就是要培养更多脱口秀演员。《吐槽大会》《脱口秀大会》的制作方笑果文化的CEO贺晓曦也表示,脱口秀这个行业很缺人,现在主要通过线下开放麦来锻炼脱口秀演员的表演感觉。

寓教于乐看文学

◎ 田野拾穗

厨师烧菜,是应当注重营养价值,还是首先要讲究色、香、味?有人主张营养价值第一,有人却认为:我们赴宴,总是把品尝佳肴当作一种满足食欲的享受,而很少去分析这盘菜含有哪些维生素,营养成分怎样?一个高明的厨师在烧菜时,固然要考虑到菜的营养价值,但更应

当在色、香、味上大显身手。因为一盘菜如果烧得不好,缺乏色香味,首先就不能引起人们品尝的兴趣,还谈什么营养价值呢?

就这个意义上说,作家创作文学作品好比厨师烧菜一样,不能光考虑作品的认识价值和教育意义,首先要使人们爱读爱看,给人以精神的愉悦和美感上的享受。

人们阅读文学作品,

首先是为了精神上的享受。只是在接触作品之后,在迷人的艺术世界中,被作品中的人物、故事所吸引,情绪上受到感染,才在思想上受到启示和教育。文学的认识、教育作用之所以不同于一般社会科学的认识教育作用,正是因为它们是通过文学的美感作用而使人们接受的。如果离开了文学的美感作用,阅读时引不起兴趣,难

以读下去,这也就失去了文学的特性,也起不到它应该产生的教育作用,也就无法成为文学作品了。

周恩来总理曾明确指出:“文艺的教育作用和娱乐作用是辩证的、统一的。群众看戏、看电影是要从中得到娱乐和休息,你通过典型化的形象表演,教育寓于其中,寓于娱乐之中。”

“教”而不“乐”,人们

根本不愿去领教;“乐”而不“教”,文学也就失去了它的思想意义。真正优秀的文学作品,好像是色香味俱全、营养又非常丰富的佳肴,它的认识、教育、美感作用是和谐统一的。一般来说,教育作用处于主导地位,认识作用是基础,美感作用是实现认识、教育作用的前提和途径。

当然,就某一具体作品来说,三者的作用并

不是同等地存在的。比如杜甫的绝句:两个黄鹂鸣翠柳,一行白鹭上青天。窗含西岭千秋雪,门泊东吴万里船。这类作品并没有写重大的生活事件,也没有反映深刻的思想内容,只是描写了自然界中的瞬息情景,生活里的片刻感受,但由于意境优美,能给人以愉悦和美的享受,所以仍然能流传千古,为人们久唱不绝。文/田彬