

喜剧竞演类综艺节目《喜人奇妙夜》第二季(简称“喜夜2”)开播时,节目联合出品人兼主持人马东曾自豪地宣称,该节目召集了国内喜剧界的“半壁江山”。他似乎可以有这样的底气,毕竟从节目前身《一年一度喜剧大赛》算起,他的团队用五年时间打造出了“喜人”这样一个概念,并通过节目使其深入人心。但这一季节目播出过半,所

谓的“半壁江山”看上去前景却有些堪忧。

一方面,很多观众在评论区发出质疑,感觉这档喜剧节目不如往届好看了,认为今年节目中的喜剧作品明显存在形式单一化、情节套路化、风格雷同化等问题。另一方面,参与节目的“喜人”老面孔人数之多、搞笑手段之重复,更是让观众对节目失去了新鲜感。

从五年前的《一年一度喜剧大赛》第一季(简称“一喜”)起,马东便不断邀约知名电影导演、制片人、出品人等到节目中做客。从五年来的实际表现来看,虽然从综艺节目跨界到影视作品的“喜人”数量不少,但真正交出满意作品的演员却是凤毛麟角。而更多的“喜人”像是被困在了综艺这一亩三分地里,找不到跃升的出路。

困在综艺里的“喜人” 该何去何从

“喜人”演影视 成绩喜忧参半

今年的“喜夜2”俨然是一场“熟人局”,59个参赛选手中有41人参与过两年以上的《一年一度喜剧大赛》和《喜人奇妙夜》。这些熟面孔过去一年甚是忙碌,根据公开资料,两季“喜夜”之间这段日子,这41人中有29人出演的影视作品(不含微短剧)上映或播出,作品数量达50部左右,成绩看似十分喜人。

不过,从质量角度来评判这些影视作品,“喜人”们的表现只能说喜忧参半。以豆瓣评分的结果来看,评分在7分以上的作品共有12部,其中8分以上的高分作品仅有3部,分别为张弛、蒋易参演的电影《好东西》(8.9分)、蒋易参演的电视剧《无尽的尽头》(8.4分)和土豆参演的网剧《沙尘暴》(8.1分)。

与此同时,豆瓣在6分及格线以下的作品也有12部。其中评分最低的两部作品均是4.7,一部是左凌峰、刘同、王建华等人参与的喜剧电影《窗前明月,咣!》,另一部是雷淞然参演的电影《那个不为人知的故事》。

即使是专门为“喜人”量身定制的影视作品,似乎也不一定赢得观众的宠爱。去年年初开播的微短剧《大王别慌张》,全由“喜人”出演,取得了豆瓣7.8的准高分;可轮到去年底开播的《大话大话西游》,编导演均是“喜人”阵容,但即便顶着周星驰的光环,观众口碑还是明显偏于负面,以至于一年过去了豆瓣仍未开分。

“一喜”到“喜夜2”的五年来,真正能够在影视作品中获得重要角色的“喜人”寥寥无几。更多人面临的常态是只能出演配角,并且是在作品中负责搞笑的功能性角色。而对于至今还没有机会接触影视项目的“喜人”来说,他们中有人甚至用“焦虑、等待、被动”这样的字眼来描述自己的生存状态。

喜综跨影视 天然有门槛

而隔在喜剧综艺与影视创作之间的砖墙,可能恰恰是“喜人”们自己搭砌起来的。

当初“一喜”开播时,为了将其节目内容与观众耳熟能详的电视小品相区隔,首度将“素描喜剧”这样一个舶来品引入国内。从戏剧衍生而来的传统小品不同,素描喜剧带有明显的去戏剧化特点。它不追求呈现完整的叙事脉络,更强调单一场景中的喜剧效果和人物互动,因此其笑点往往更直接,换言之则是更具爽感。

但“喜人”们从素描喜剧中形成的搞笑经验,与影视创作的底层逻辑存在着绝对的冲突。

素描喜剧注重提供情境却忽视编织情节,其叙事空间非常有限,无法满足影视作品对故事完整性的要求。同时,素描喜剧的叙事递进是围绕单一目标进行不断升级,这种三翻四抖的结构与影视叙事对起承转合的要求并不一致。另外,素描喜剧热衷抽象和反理性,但影视故事必须恪守生活逻辑和戏剧逻辑。

另一个不可忽视的问题是,从“一喜”传承下来的竞演比赛模式,把“喜人”们困在了节目的“茧房”之中。尽管主持人马东多次强调,比赛只是节目形式,输赢并不重要,但对于参与比赛的“喜人”们来说,他们所要面对的问题颇为现实和严峻:毕竟只有赢得比赛的人,才有机会在节目中博得更多亮相机会。

于是,讨好节目现场打分的观众,成了“喜人”们自觉或不自觉做出的选择。

观众易被“先喜后悲”的情绪俘获,于是“喜人”们创排的节目中普遍安插催泪大底;熟面孔更易得到粉丝的欢呼,“喜人”们便纷纷在作品中加入所谓“内部梗”;越反常规的喜剧,观众越觉得惊喜,结果今年的“喜夜2”中笑点抽象的作品越来越多……至于表演使相(表情和动作夸张)、立人设、卖“CP”,更是早已在节目中泛滥成灾。

平心而论,优质的喜剧作品从来就不该追求瞬间爆笑,有时观众在回味中才能咂摸出意思来。但现场打分的竞演比赛只能捕捉到当下的即时情绪,并不给观众咂摸和思考的时间。而在这样的节目模式下挤压出来的作品,其中大多数很可能经不起时间的沉淀,更不要奢谈助力演员实现事业的跃升。

“喜人”的牢笼 不是综艺是流量

其实,喜剧演员通过综艺实现跃升这件事,本身就是一个值得商榷的命题。

在登上综艺舞台之前,绝大多数“喜人”其实并不是白纸一张。比如编剧出身的周铁男、于奥,多年前就已有成功的电影作品《风语咒》傍身;比如松天硕、王建华、左凌峰等人,本身就是科班出身的职业戏剧工作者;或者如刘旸、鑫仔这样的脱口秀演员,也都在大小剧场摸爬滚打多年,积累了足够丰富的经验。

从这个角度来看,节目方为“喜人”们规划的步入影视行业的这条路径实际暗藏着一条行业鄙视链,即线下演出的从业者地位低于综艺艺人,而综艺艺人的身段又不如影视演员。但是不客气地说,这样的高低之分与艺术毫无关系,背后实质上是流量逻辑在作祟。

播出平台需要流量来聚拢观众,制作

方需要流量让节目价值变现,赞助商需要流量售卖商品。流量逻辑在商业体系内运转无可厚非,但如此逻辑导致演员唯有获取流量才能赢得生存空间,为了获取流量就无法避免投机取巧讨好大众,进入高流量行业就要比低流量市场显得身段光鲜,这种扭曲的观念难免对艺术创作本身构成伤害。

以流量而论,今年“喜夜2”成绩最好的作品非《技能五子棋》莫属。其魔性的歌曲被众多明星、网红模仿,迅速掀起一波热度。可实际上,真正蹿红的并非完整的喜剧作品本身,而只是一个短视频切片,其流行原因和之前的《科目三》《大展鸿图》等网络爆红歌曲并无差别,无关艺术,不过是流量快消费品而已。

在流量逻辑的裹挟之下,现在的喜剧综艺舞台时常呈现出有段子没作品的尴尬境地,看着满台都是活蹦乱跳的演员,却根本没有几个深入人心的角色。以至于很多观众都在感慨,五年前的“一喜”节目形态之丰富、演员创作态度之真诚、作品雕琢之精细,才是真正难能可贵的。

而且,“喜人”们即使在舞台上收获了流量,并因此得以进入影视市场,也不得不警惕可能被流量反噬。事实上,一些影视项目选择“喜人”出演搞笑配角,除了考虑角色适配度,很大程度上也是试图将他们的流量转化为影视项目的流量。而一旦他们的流量断流或被验证为失灵,则会面临被市场迅速抛弃的风险。

从这个角度来看,真正困住“喜人”的其实并非综艺,而是流量的牢笼。

喜剧是本事 演技是根本

“喜人”们是否一定要在不同的舞台间切换来实现所谓的跃升?当然不必。日本著名喜剧表演艺术家志村健便是一个可供参考的样本。他一生深耕于电视喜剧节目的舞台,只参演过很少的几部影视作品,却依然被观众誉为“喜剧之王”。

综艺节目是否能够成为“喜人”实现步入其他舞台的跳板?当然可以。国内影视行业的历代笑星中,范伟、沈腾、马丽、贾冰等人都是从线下舞台演出和电视小品起家,而后跨界进入影视行业,并凭借演技成为得到观众和业界认可的优秀演员。而如今公认的实力派演员如于和伟、王传君等,早年间也都曾在电视情景喜剧中出演过喜剧角色。

在各种舞台之间切换的过程中,“喜人”们真正需要去做的,或许是暂时将喜剧的标签置于身后,而先要努力向观众证明自

己是一个优秀的演员。像老牌喜剧演员范伟,在接触电影作品之初,便有意地选择了《看车人的七月》《芳香之旅》《耳朵大有福》等严肃的剧情片,以此来磨练演技。

年轻演员如张海宇,他是“喜人”蒋易的早期搭档,早年间以作品中夸张的“青岛大姨”形象破圈。但此后他有勇气让自己沉寂多年,在影视作品中出演了众多并不讨喜的正剧角色。在热播年代大剧《生万物》中,他娴熟而质朴的表演让人惊叹于他在表演道路上的成长和蜕变。

即使在喜剧综艺的舞台上,演技也是同样不应该被忽视的事情。今年节目中以助演嘉宾身份回归的“喜人”孔令美,仅凭作品《坏小子》结尾处一段情绪微妙、层次细腻的表演,成就了本季节目的高光时刻,被赞誉“为其他作品的‘降维式打击’”。那一刻,纯粹的表演艺术征服了观众。

喜剧演员,喜剧是本事,而演技才是根本。这个道理“喜人”们必须想明白。

据北京青年报

