

刚刚过去的这个五一假期,除了出游、聚会等喧闹的方式外,不少人选择宅在家中,喜剧综艺就成了休闲刚需,而在节前4月26日开播的《萌探2024》也因此迎来第一波的收视热度。这热度同时开启了2024喜剧综艺“大年”的欢乐。以腾讯视频为例,前不久官宣了2024年的喜剧综艺片单,《HAHA MAKER 百货公司》《喜人奇妙夜》《轻轻松松喜剧节》等多档节目陆续定档,特别是《脱口秀和TA的朋友们》《喜剧大会》两档脱口秀节目的出现,填补了2023年脱口秀节目的缺位。此外,东方卫视《今晚开放麦》第二季已开播,《开播!情景喜剧》第三季、爱奇艺《一年一度喜剧大会》第三季等品牌喜剧IP也先后官宣,不少观众表示:我的快乐源泉终于要回来了。



笑迎 综艺大年

2024 喜剧综艺卷土重来
观众情绪的戏谑式表达助推收视热度

喜剧综艺收视有多火?

“萌探”并不是一档全新的综艺,如何将“旧瓶装新酒”玩出新花样,是所有拥有知名度的综艺节目能否持续赢得收视的破题关键。且看《萌探2024》,作为一档合家欢式的喜剧综艺,全新一季的节目开局便将视角投向社会热点“反诈”主题,把电信诈骗、AI换脸、诈骗套路等全民关注的话题融入节目之中,以综艺形式实现向观众的反诈科普。节目播出后,引发全民热议,不仅连续登上微博、抖音等近百个热搜,来自《萌探2024》里的AI换脸“诈骗”片段,成为反诈宣传的新素材,在社交平台上,获得了包括@平安北京、@四川公安等知名公安蓝V的转发,提醒大众“反诈意识是要一直在线的,识骗防骗能力是要一直提升的”,并推荐大家去看节目。

作为一档已经陪伴观众走过四年时间的老牌综艺,《萌探2024》开播即收获高热度、高话题度,不仅来源于持续地对热点捕捉、对社会议题关注,也是因为新一季节目在内容、模式等方面进行了全方位的创新升级,通过降低观看门槛,更加贴合年轻受众的审美取向。据悉,接下来《萌探2024》将与《王者荣耀》《独行月球》等经典IP联动,通过带领观众一同进入充满回忆的IP宇宙,为观众带来更多的欢乐。

如此的收视热度,不仅被视为喜剧行业复苏和发展的信号,更是对当下观众需求和情绪价值的回应,加之纷至沓来的定档消息,让更多的人重新审视喜剧综艺的价值。主持人马东曾在采访中表示,喜剧是一面镜子,观众会在台上人物身上看到自己的矛盾。喜剧是一种治疗,因为你一旦看见了自己,就会被调整和治愈。这与相声演员周涛对喜剧的认知异曲同工,“喜剧在任何时代都有‘武器’的意味,对抗恐惧也好,对抗不确定性也好,或者对抗我们自身的懦弱也好。真正好的喜剧作品,往往能击中人类最本质的诉求。”也正是因为如此,在喜剧综艺“隐身”的2023年,即便其他类型的综艺节目也在填补着大众的情感所需,但喜剧所能提供的最直接的情绪表达和其对社会议题的戏谑式回应,却是难以被替代的。

喜综已经成为休闲刚需

喜剧综艺大行其道,与其受众画像有着密切的关系,而“Z世代”(泛指95后)对喜剧综艺的渴求则在不断助推着热度。分析认为,喜剧从来都是时代情绪表达的映射,比如合家欢式的过年团聚,捧红了“小品王”赵本山;而郭德纲相声的崛起则与互联网的兴起,以及解构经典思潮的推动不无干系,“前者深度影响了以《欢乐喜剧人》为代表泛晚会喜剧的喜综,后者或多或少启蒙了语法迭代的网络喜综。”如今的年轻人以“反内卷、要躺平”的口号对抗精神压力,所以在高强度的工作环境之外特别需要一个情绪出口,是消费喜综产品的核心主力,他们下班后渴求及时解压的娱乐内容,且最好能映射他们的生活状态、说出他们的情绪与心声。此前成功跻身年轻人嘴替的《脱口秀大会》系列,就抓住了这些微妙情绪。“每个人都能讲5分钟”“还是生活最幽默”的脱口秀,从言说者真实日常里抖出笑点,代表年轻人发声去对抗生活的苦;而被誉称为是打工人“嘴替”升级版的喜剧综艺《轻轻松松喜剧节》中,呼兰带来了内娱首个AI脱口秀,颇有态度的表演多少消解了“AI取代人类岗位”的集体忧虑;《股商父子局》则以封神质子团为灵感,借外包儿子派往一线、转正儿子坐享其成的高级讽刺,戳中了广大打工人被系统所困的情感共鸣。

此外,“Z世代”观众追求更为个性的娱乐方式,对喜剧的交互性、沉浸感要求越来越高,诸多新颖的线下喜剧形式开始逐渐进入喜综视野。传统晚会型相声、小品之所以逐渐式微,简单来说,就是年轻人觉得他们不“酷”了,以至于《欢乐喜剧人》《笑傲江湖》等旧式喜综都曾经经历过市场洗牌。如今的新喜综即便要拥抱传统喜剧,也得适配年轻人的审美语法。此前腾讯视频推出的《德云斗笑社》就首创了真人秀团综+传统相声的元素混搭实验,成功吸引更多“Z世代”年轻观众接触相声文化。

情绪经济时代下,人们对于作品包袱的要求越来越高,在固定框架内单纯追求“上价值”的喜剧作品,已经难以满足市场的需求。对细分社会情绪的满足、有意义和有意思之间的平衡都成为考验喜剧综艺作品重要标准,同时也是喜剧综艺独特的价值所在。

呼兰、鸟鸟、王勉…… 更多欢乐正在赶来的路上

从目前各平台释放出的片单情况来看,爱奇艺延续“小逗剧场”板块,即将开启《一年一度喜剧大赛》第三季。和前两季相比,第三季喜剧大赛更注重参赛选手的多样性和包容性,通过集结全国各地优秀的喜剧演员来展示多样化的表演内容。在评选机制上,本季喜剧大赛也开启了网络投票模式,拉动更多观众参与到原创喜剧内容的推广当中。

优酷在“欢乐喜剧”板块中,官宣了《单排喜剧大赛》《火星情报局7》《绷不住了啦》以及正在热播中的德云社厂牌节目《抖包袱大会》等多档喜剧综艺。

值得注意的是,优酷和春光好传媒联合推出的喜综新IP《单排喜剧大赛》,节目没有采用喜剧综艺常用的团队战赛制,而是聚焦于选手的“个人战”,黑灯喜剧、相声、漫才等多重喜剧形式也都将以单人的方式来呈现。

腾讯目前则公布了《喜人奇妙夜》、喜单专场《轻轻松松喜剧节》、团综年番《HAHA MAKER 百货公司》《喜剧大会》和《脱口秀和TA的朋友们》五档节目。

根据已公开的信息,《脱口秀和TA的朋友们》囊括了140多位脱口秀演员,鸟鸟、王勉、呼兰等众多为观众所熟知的脱口秀演员也都位列其中;《喜人奇妙夜》则以“喜剧+晚会”的形式打造合家欢式的全民喜剧综艺。

此外,东方卫视作为喜剧综艺的老牌选手,在2024年也放出了《今晚开放麦》第二季(已开播)、《开播!情景喜剧》第三季和《今晚有演出》三档节目。《今晚有演出》将焦点对准年轻都市文化,采用“喜剧+影视”的内容模式,通过搭建明星剧组演出“主题剧情”的形式,解构当下年轻人的生活烦恼;《今晚开放麦2》延续了“明星+跨界”的模式,叠加“冒险麦”环节输出各类网络爆梗。

北京卫视也推出了品牌新综《跨界喜剧王·抖包袱大作战》,开启全新户外“移动喜剧场”模式,以喜剧的形式为不同行业的职业体验作注解。

观海新闻/青岛早报记者 周洁

相关链接