

海笑喜剧创始人老谭。

海南本土脱口秀市场始露“尖尖角” 早有欢乐立潮头

文\海南日报记者 尤梦瑜 图\海南日报记者 封烁



来自北京的脱口秀演员李征与观众互动引发阵阵爆笑。

不要温柔地走进那段良夜。

海笑喜剧用狄兰·托马斯的这句诗作为团队微信公众号的个性签名,仿佛在向全岛宣告:是的,我们要用欢乐划破寂静,带着恣意的笑声走进这城中的每一个夜晚。

从18世纪英格兰地区的咖啡吧集会,到大众媒体快速发展下,各类广播电视脱口秀节目的争奇斗艳,脱口秀文化由来已久。聚焦国内,除了早些年以脱口秀形式制作的新闻谈话电视栏目,2012年的《今晚80后脱口秀》,特别是近两年的《脱口秀大会》《吐槽大会》等综艺节目让脱口秀文化真正走进大众,掀起一波脱口秀文化热潮,让脱口秀演出在都市文化“夜场”中占据一席之地。

职场吐槽、家长里短、调侃互动,5月20日,在海笑喜剧的“周五不摆烂”现场,原创“梗”一个接一个,笑声一浪又一浪。

成立于2019年的海笑喜剧成为海口乃至全省鲜少的脱口秀演出团队。一路走来,他们不仅打造出了多个“品牌”演出,也吸引着更多人关注脱口秀文化。作为一种相对新兴、小众的文化形式,脱口秀文化及其演出团队在试探着海南前沿文化的市场热度,逐渐展露的“尖尖角”也成为市场的回馈与这些年轻人希望的“种子”。



监制:张杰
策划:蔡曼良
文案:蔡曼良 李美琴
设计:吴毓锋

萌芽初生潜力凸显

当一众脱口秀节目异军突起,当下年轻人愈加追求个性展示,当文化消费成为如衣食住行般的基础消费,当幽默成为“内卷”下年轻群体的情感刚需……太多条件的聚合,促成了都市脱口秀文化的繁荣发展。

2019年底,仍在地产界打拼的老谭在海口国贸开了家小酒吧。彼时,北上广等一线城市的脱口秀演出已火热开启并愈演愈火,为了让来酒吧消费的客人有东西可看,老谭决定在酒吧里办脱口秀。

他清晰地记得首场演出是2019年12月20日,当晚登台的演员没有进行所谓的筛选,他们中有婚礼司仪、有老谭的地产同行,平日里喜欢讲笑话的朋友都可以登台说两句。老谭抱着“玩”的心态办的这场脱口秀,在呼朋唤友之下,意外迎来了100多个观众。

“没想到后来酒吧关门了,脱口秀却一直做了下来。”老谭笑着说。2020年,他开始正儿八经地专心做起海笑喜剧,不少热爱脱口秀文化的年轻人纷纷加入其中。2020年,本就刚刚起步的团队受到疫情影响,演出难以固定,演员们也在不停流动。

玩“梗”,是不少人对脱口秀演出的第一印象。

不可否认,“梗”是脱口秀演出的生命所在,同时,每个“梗”之间的串联也非常重要。以“梗”为核心的内容创作,是悬在每个脱口秀演员头上的“剑”,“梗”是观众的欢乐源泉,也是创作者的“痛苦”所在。

海笑喜剧的每一位常驻演员都是自己创作并演出,大家平日里会经常交流,集思广益才能激发更多创作灵感,缓解“不知道讲什么”的痛苦。

“鸡毛蒜皮事上的笑点,别人一笑而过,我们会格外留意,去琢磨如何放大这个笑点。大家基本上都会有随时记录灵感的习惯。”海笑喜剧常驻演员青寒说,除了在生活中留意细节,注重存“梗”,脱口秀演员还要擅长用喜剧方式去重构生活中的笑点。

青寒说:“当你在跟朋友讲你遇到的好笑的事情或‘八卦’时,朋友会给你很好的反馈,这是因为你们拥有共同的背景信息,可当你把它讲给观众时,他们无法感同身受,反应就很

至最近半年,团队有了相对固定的常驻演员6至8人,他们中既有兼职演员也有全职演员。

最令老谭和团队感到欣慰的是,2022年以来,他们演出的时间和场地固定下来了,常态化的演出帮助他们打造出了三个“品牌”演出——

每周四晚的“自由开放麦”面向所有脱口秀爱好者,演员们可以在这里检验新段子并锻炼表演能力;每周五晚的“周五不摆烂”则是由团队成熟演员带着成熟作品登台,为观众“洗”去一周疲惫;每周六晚的“有话好好说”是团队与万达影城合作打造的新专场。

不仅如此,自成立以来,团队也积极邀请国内知名的脱口秀演员来到海南演出。团队演员“海南岛主”薛卓麒还成为著名脱口秀演员黄西海口专场演出上的开场嘉宾。

常态化的演出得益于受众群体的稳定。正如演员们所言,海口观众对于演出给予的反馈让大家感受到了海南观众,特别是年轻人对于脱口秀文化的喜爱,看到了海南脱口秀文化市场的潜力。

平淡。所以要用喜剧表达方式去讲述,用最凝练的语言去讲最好笑的事情。”

“‘梗’的确很重要,但绝不是演出成功的唯一因素。”常驻演员“龟龟”李旭杰说,作为脱口秀演员,玩“梗”之余,必须去寻找与观众的共同经历。“比如,我们在演出中会提到火箭发射,这样的故事海南观众就很有体会,自然也就会有‘笑’果。”

“任何一个地方的脱口秀演员,都会结合本地文化特色。常驻演员李浩沅说,源自本土文化的内容最容易引来共鸣,走近观众。“海普”、外地人在海南遇到的文化“冲击”等都是这方面的“好料”。一个地方的脱口秀要体现自身特色,也一定是立足于本地文化。

经常担纲演出主持的魏士博,会在每个演员的演出间隙与现场观众积极互动,在演员们看来,一场反应热烈的脱口秀演出,不只在单段演出,更在于现场互动制造的欢乐氛围感,这也是让品牌演出活动赢得口碑的重要因素。

以『秀』顺应年轻群体需求

多年前,以德云社为首的相声团体搅热了语言类文化演出消费市场,近两年来的脱口秀则在这一消费市场再掀起一波热潮。

热度从何而来?

对于年轻消费者来说,大家不再局限于听和看,而是渴望参与其中,展示自我。剧本杀、沉浸式演出中的角色扮演,脱口秀的开放麦都顺应了时下年轻群体的“秀”的需求。

黄艺是一名在校大学生,她来观看“周五不摆烂”,就是为了“摸个底”,为自己接下来报名“自由开放麦”做准备,受综艺节目影响,喜欢脱口秀文化的她不仅自己写了不少段子,还在大学所在的城市尝试着参加了学校社团、脱口秀俱乐部的“开放麦”演出。

喜欢,热爱,这是演员和观众最常提到的词。

海南日报记者也了解到,目前像海笑喜剧这样拥有固定团队、开展常态化演出的脱口秀团队在全省屈指可数。而从海笑喜剧目前的经营来看,从今年初开始正式售票演出,39.9元的单场票价让团队演员自嘲“用爱发电”。

“我们经历过一场演出四位观众,也经历过满场观众却没有笑声,不过对于真心热爱脱口秀的大家来说,这些都是激励。”老谭表示,下一步,团队将会在宣传、定价等方面投入更多力量,推动更加正规化的运营。

“我们的目标是五源河体育中心!”采访结束时,大家笑着喊出心中的“小目标”,也迫不及待地希望海南脱口秀文化市场可以尽快“卷”起来。□



海南本土脱口秀演员薛卓麒。



海笑喜剧常驻演员魏士博在表演。