



曾几何时,人们每晚守在电视机前准时收看《家有儿女》《武林外传》,上百集的电视剧都能追完。1993年,我国第一部情景喜剧《我爱我家》播出,30年过去,依然有人记得它的剧情。哪怕是有争议的《爱情公寓》,也成为了一代人

的记忆,并且捧红了几乎所有主演。然而,它却成为近年来最后一部让观众记忆深刻的情景喜剧了。

十余年的时间里,我们几乎再难看到一部优质情景喜剧,连《武林外传》中饰演白展堂的沙溢也感慨道:如今似乎没有人

会耐心地写情景喜剧的剧本了……

为何情景喜剧会发展至此?目前国内情景喜剧市场是怎样的状态?全国首档情景喜剧综艺节目《开播!情景喜剧》日前播出,记者采访了业内人士,试图对此问题进行探讨。

情景喜剧“沉默”十年 再崛起需进行全新领域探索

从辉煌到没落 情景喜剧为何“不行了”?

情景喜剧最早起源于国外,引入国内后,曾经开出过非常绚丽的花朵。1992年播出的《编辑部的故事》,虽然还未正式引入“情景喜剧”的概念,但是已经具备了情景喜剧的各项要素,播出后引起了广泛热议,成为经典。尤其是其中幽默讽刺的台词,将社会热点话题融于故事,收获了大批观众。1993年,随着“情景喜剧”的正式命名,《我爱我家》在一大批实力派演员的共同努力下诞生。宋丹丹、葛优等演员也因此成为喜剧界的一哥一姐。

之后,情景喜剧又迎来了《闲人马大姐》《东北一家人》等优秀作品。《闲人马大姐》在当年可谓风靡一时,收视率仅次于《天气预报》,家家户户从老人到小孩,无一不追马大姐。而后又有《家有儿女》,该剧让杨紫、张一山等童星广为人知,并成为90后的儿时记忆。

而2006年播出的江湖题材情景喜剧《武林外传》,成为现象级制作。在该剧参演人员中,没有一个是当时的知名演员,但在播出后十余年的时间里,却反复在各大卫视轮番,也由此捧红了闫妮、姚晨、沙溢等如今的一线演员。

情景喜剧的最后一个高光时刻,来自饱受争议的《爱情公寓》。而在此之后,已经很久未见能引起全民热情的情景喜剧了。有评论者甚至认为,00后已经不知道情景喜剧是何物。

成都文旅集团兴文投资公司总经理、同时也是



《编辑部的故事》剧照。



《开播!情景喜剧》海报。

《开播!情景喜剧》总制片人的赵斌谈到,情景喜剧已经沉寂较长时间,不少观众如今都带着“怀旧”的心情来看情景喜剧。《武林外传》《我爱我家》这些经典情景喜剧到现在都是很多人的“下饭神剧”,“葛优躺”甚至被做成表情包在微信上广泛传播,说明观众们并没有忘记情景喜剧。

赵斌认为,情景喜剧在近年来的衰落是值得行业深刻反思的。“固然,一方面确实是因为观众的需求在多样化,而类型化的影视作品也越来越多,影视剧创作呈现百花齐放的状态,这在一定程度上对情景喜剧的发展产生一定影响。但更为重要的是,影视创作者们还缺乏对情景喜剧的专门研究,尤其忽略了新时代社会背景下,观众们对情景喜剧的需求正在发生新的变

化。特别是手机端的出现,小屏观看和碎片化时间,都对传统情景喜剧提出了新要求。”

长期从事喜剧影视编创的业内人士达远告诉记者,在情景喜剧盛行的年代,智能手机还未流行,人们收看影视节目的唯一途径还是电视。“大屏更有利于家庭集体观看,而如今都是小屏时代,从老人到小孩都习惯拿着手机满足娱乐需求。”而情景喜剧多数是家庭剧、日日剧,多则数百集,的确已经不能适应这个智能手机的时代。

如何实现情景喜剧的“复兴”?成为近几年来行业里频繁讨论的话题。

现在不需要情景喜剧了? 需用新的形式展示

值得欣喜的是,虽然情景喜剧看似处于停滞状态,

但“喜剧”这个大类别,一直拥有极强的生命力。近年来,喜剧以综艺、脱口秀、段子、网络“热梗”等各种形式出现。因此也有一种观点,认为目前的时代已不再需要情景喜剧,只要能逗乐观众,任何形式都可以。

但赵斌并不这样认为,“现在依然需要情景喜剧,只不过要用新的形式去展示情景喜剧,不能再沿用曾经的那一套了。”毕竟,情景喜剧包含的对社会问题的探讨也是其他形式无法企及的。也正因如此,许多业内人士都认为,情景喜剧必有一次“复兴”。

在各行各业开始纷纷探索情景喜剧的创新创造之际,成都文旅参与出品的《开播!情景喜剧》正在进行一个全新领域的探索——“剧综联动”。赵斌解释,所谓“剧综联动”,已不是传统舞台表演形式,也不是简单地将情景喜剧内容搬上舞台,而是用“影视化”多视角、多维度展现情景喜剧的孵化过程。据悉,节目启用了国内最大的1.2万平方米的录制场地以及6大移动车台,力求能够完整还原情景喜剧生产场景与工作流程。

“目前我们节目有八个剧组,所拍摄的情景喜剧项目将经过‘内测’‘公测’‘上线’等赛段,最终选出一部‘年度冠军剧’。并且,会将冠军剧目进行正式投拍及发行播出,还会跟进其他剧目的投拍工作。”赵斌说。

成都具有天然喜剧基因 喜剧人才层出不穷

作为地方文旅,成都为

何想在情景喜剧上推陈出新,它和成都的文创、旅游业又有何种关系?赵斌解释,首先是在影视行业,很多种类已进入了瓶颈期。这种“卡”感不仅体现在市场目前出现的饱和甚至饱胀状态,最令人担心的是,过于同质化和“一窝蜂”,导致了观众审美疲劳,失去观众是对创作最大的打击。“但怎么突围呢?大家都在努力想招。我们的想法就是推出‘新物种’。情景喜剧就是我们比较愿意去尝试的突破口。”

而另一个更重要的原因是,成都是一座拥有天然喜剧基因的城市。在四川出土的“说唱俑”早已证明,蜀人天生具有诙谐、幽默的性格特征。“成都是一座包容性很强的城市,成都人天生带有较强的幽默感,比较乐观,也容易自我化解一些矛盾,所以诞生了李伯清等巴蜀笑星,也有一大批喜剧人才长期向各大喜剧综艺输送。”赵斌提到,成都文旅近期布局“文旅+影视”新赛道,不仅仅是想成为影视精品生产创作的出品者,更想借助一个个优质影视项目,提高“成都造”的能力,提升“成都生活方式”的影响。

“文旅产业和影视产业都是文创产业的重要组成部分,都具有长链条、长布局的特点,换句话说不是靠单打独斗,仅依靠某一个项目某一个企业就能成功的。我们要做的是连续打造一个又一个精品项目,一起落地成都,扎根成都,打造具有互相支撑能力的影游生态圈。”赵斌表示,此后,或许还有创意中国(成都)喜剧节、中国故事村即将落地成都。

封面新闻记者 徐语杨