

莫让短视频
“乡土气”变了味

据人民日报海外版，近年来，各类短视频平台发展得风生水起，眼花缭乱的短视频更是充分占据了乡村市场。“十一”返乡回到老家，无论是田间地头，还是樵村渔浦，“老铁666”“抖音神曲”的声音此起彼伏，在各大社交媒体上，“乡村”元素已成为短视频的流量密码。

“乡土气”短视频之所以能够“出圈”“爆火”，原因在于乡村承载的是中国传统文化。乡村还是重要的媒介景观，大众媒介通过围绕乡土空间创造出一系列作品，使之成为大家共同的精神家园。“乡土气”短视频同时还能激发出万千游子的“乡愁”，“乡村”元素凭借自身特有的质朴、纯粹成为治愈当下浮躁社会的一剂“良药”。

但面对庞大的流量和利益，并不是所有人都能够承受得住。随着平台和机构涌入，在商业利益驱动下，“乡土气”逐步被“商品化”。因短视频大火的大批“草根”“网红”群体中，有些“网红”为了迎合而迎合，出现了一些粗鄙、反智、泛娱乐化、暴力、低俗的内容。为了保护短视频的“乡土气”，需要充分调动起社会各方参与者的积极性和主动性，对短视频行业进行规范管理和监督。

闲暇时光
也可以“深耕”

据湖南日报，10月21日晚，2023雨果奖在2023成都世界科幻大会上揭晓，中国作家海漭凭借《时空画师》获得最佳短中篇小说奖。继2015年刘慈欣凭借《三体》获得第73届雨果奖最佳长篇小说奖之后，又一名中国作家摘得雨果奖，这一消息令无数国人为之振奋。海漭现居深圳，白天是一名金融工作者，夜晚则化身“科幻世界的探险者”。

一分耕耘，一分收获。在精彩绽放的这一刻，没有人知道海漭究竟挥洒了多少汗水，承受了多少寂寞，经历了多少挫折。海漭在获奖后表示：“我还是孩子的时候，我就在脑海中搭建了一个属于我自己的私人花园。在这个花园里面，科幻是其中最美丽的风景。”为了追寻这道“最美丽的风景”，他在“八小时之外”也让自己活得像“一支队伍”，对着自己的心灵“招兵买马”，让“心之所向”变成“行之所往”。

近年来走红的“被邀请开写作课”的宿管阿姨、在中国诗词大会上夺冠的外卖小哥、为游客贯口讲解古建筑的颐和园“扫地僧”……这些鲜活的事例无不表明：闲暇时光也可以“深耕”。坚持以有益的兴趣爱好为动力，不断完善自己、积蓄能量，就能在恬淡闲适中提升人生境界，一路向上生长。

微短剧：吸引用户，
也要留住用户

据光明日报，近年来，微短剧的热度持续走高，成为视听领域引人瞩目的新势力。据相关报告统计，2023年上半年，各大视频平台上线了481部微短剧新作，每个月还有近300部微短剧提交备案。爆火的微短剧引发业界的关注，国内多个以微短剧为主题的行业发展论坛陆续举行，各大短视频平台纷纷入局微短剧。种种迹象表明，微短剧正在获得主流市场认可，成为影视行业不可或缺的组成部分。

微短剧风潮的兴起，主要原因在于满足了观众碎片化的娱乐需求。微短剧的单集时长一般不足10分钟，甚至可以短至几十秒，主题明确、情节连贯、节奏较快、冲突集中、反转频繁、情绪带动性强。传统电视剧用几十集才能讲完的故事，在微短剧中可以被浓缩成10分钟，并集结了各种热门元素，让观众在最短时间内得到最大程度的情绪满足，大大节约了追剧的时间成本。此外，制作方和播放平台越来越重视垂直细分领域的用户需求，利用算法不断制作、推荐迎合用户特定需求的同类微短剧，以“精准投喂”的方式增强用户黏性，也推动了一些类型微短剧的持续火爆。

作为一种蓬勃发展的新事物，微短剧火爆的背后，其问题也不容忽视：题材同质化现象严重。究其原因，主要在于一些微短剧的制作方和平台盲目追求流量迎合市场，甚至将作品作为主角直播带货的引流工具。

(口记者 王臻儒 整理)

即兴喜剧的春天来了？

文化观察

□ 本报记者 田可新
本报实习生 刘铮

近几年，喜剧行业兴起了一种新门类——即兴喜剧。当演员在舞台上灵光一现并进行表演时，意想不到的包袱、极致灵活的想象力碰撞使每一场即兴喜剧演出成为独一无二的存在。在题材、类型、种类等诸多方面，即兴喜剧还进行了细分化的创新落地，正加速进入综艺、商场、小剧场等创新演艺空间，已成为当下文化消费的新场景。在喜剧演出赛道上，即兴喜剧有异军突起之势，这让不少人像曾经看好脱口秀演出一样，期待这个喜剧门类迎来发展的春天。

玩“现挂”“砸挂”的喜剧

所谓“即兴喜剧”，顾名思义，指的是以即兴表演为核心的剧场式喜剧，没有剧本、没有道具，即兴创作，表演者通过现场观众的要求和反馈开始演出。在这一过程中，演员会根据剧场气氛充分利用诙谐的话语、丰富的肢体语言、自由的互动和娴熟的表演技巧即兴创作场景、人物和剧情，观众亦有机会上台助演，从而完成整场喜剧演出。

我国诸多传统喜剧的演艺形式中，不乏“即兴”表演手段。传统相声行话中的“现挂”“砸挂”等，指的就是通过对前场和同场的相声演员或包袱进行调侃、讽刺和延伸，即兴发挥、现场互动从而产生喜剧效果的表现技巧。

2012年，央视推出了喜剧真人秀《谢天谢地你来啦》，让嘉宾在陌生场景里，根据现场任务提示临时作出反应从而制造“笑果”，观众在即兴表演中获得了更多惊喜。之后国内众多表演团体开始布局即兴喜剧，例如开心麻花旗下的“麻花即兴”将天马行空的演出内容和环节设定融为一体，强调演员与观众的互动，一跃成为国内最具知名度和影响力的即兴表演品牌之一。火锅即兴、飞来即兴等喜剧厂牌，《今夜百乐门》《开心俱乐部》等各类综艺，均收获了较高口碑。即兴喜剧的浪花，似乎越翻越大。

妙趣横生中实现释放与慰藉

在兼具爆发式增速和竞争日趋激烈两大特征的文娱产业，以人为核心的即兴喜剧正以更活力的面貌、更沉浸的样态、更融合的业态迅速崛起，受到年轻群体的追捧。

北京的“火锅即兴”开创“荒诞派浪漫主义”路线，被网友称赞为“京城即兴喜剧天花板”；上海的“喜剧联盟国”曾被美国媒体CNN评为亚洲最好的Comedy Club，其单口即兴王牌“瓜哥”的上海话专场一票难求；

济南的“小明喜剧”被观众认为是“用最硬的内容和最简单的形式产生笑点”……

即兴喜剧为何这么火？演出过程中，观众可以提出想法和建议，演员采用瞬间真实的言语和表演技巧加以反馈，观众可以亲眼看到自己的点子通过演员们个性鲜明的表演和拍案叫绝的配合，转化成一个个有趣又有料的故事，舞台上台下通过灵感碰撞和思维互动创造出各异的趣事，共同完成一场即兴喜剧表演，妙趣横生。

可以说，即兴喜剧是演员和观众共同完成的一场情感风暴。它的出圈折射出当代年轻人的精神需求。从表演者的角度来看，即兴喜剧的火爆，对演员的幽默天赋、表演技巧以及临场应变能力等都提出了要求。表演互动的过程，也是智商、思维、语言、直觉、临场反应的交锋；对观众而言，代入感是领悟“即兴”魅力的重要前提。尤其在当前的社会环境下，工作、社交等方面的压力袭来，迫使年轻人努力寻求栖息之所。从即兴发挥的喜剧形式到充满互动乐趣的表演氛围，即兴喜剧无疑正成为面临压力和困境的年轻群体的“泄压阀”，让他们的焦虑得以短暂安放。看完“黑狗即兴”的演出后，“00后”戴戴发出了“打碎一下自己，解放一下天性，摆脱一下自我，全身心投入其中，你或许会遇见另一个自己”的感慨。或许，对于享受即兴喜剧的年轻人来说，这不是逃避，而是一种更好的出发。

即兴喜剧正在城市生活中生根发芽。随着新一代年轻群体生活态度、社交方式和文化审美的嬗变与迁移，体验经济、参与表演、解放天性、天马行空将在新的文化消费场景中更有增值空间，也更具未来意义。

开口有梗也要守住底线

火热爆款的背后，即兴喜剧也有泛娱乐化的危险。个别内容存在低格调的搞笑、博眼球的娱乐、无底线的玩梗等，导致一些“将严肃题材娱乐化”“媚俗”节目频频上演，因此遭到了不少人的质疑。有业内人士担忧，如果没有更加严格的监管和创作自律，长此以往，这一创作门类有可能和脱口秀一样面临发展危机。

“娱乐并不等于在原则问题上无底线地放纵与玩梗，作品不能仅仅追求‘笑果’，

“娱乐并不等于在原则问题上无底线地放纵与玩梗，作品不能仅仅追求‘笑果’，



中国海洋大学100周年校庆公告

(第一号)

神州之涯，黄海之滨，有中国海大，历百年风云，铸蓝色辉煌，助力民族复兴。2024年10月25日，中国海洋大学将迎来百年华诞。

奋楫笃行，勇立潮头。中国海洋大学（前身为私立青岛大学）创建于1924年，1960年被中共中央确定为13所全国重点综合大学之一，世纪之交跻身国家“211工程”和“985工程”重点建设行列，2017年9月入选国家“世界一流大学建设高校（A类）”名单。近100年来，中国海洋大学始终与党和人民同呼吸、共命运，在科教兴国、海洋强国建设中勇立潮头、走在前列，谱写了一曲不懈奋斗、向海图强的蓝色华章。

浩海求索，谋海济国。中国海洋大学始终秉持“教授高深学术，养成硕学宏材，应国家需要”的创校宗旨，坚守“崇尚学术，谋海济国”的价值追求，引领推动我国海水养殖业五次产业浪潮，提出并实施“透明海洋”“蓝色粮仓”“蓝色药库”等重大科技创新工程，海洋科学和水产学科进入世界一流学科前列。一代又一代海大人自强不息、砥砺奋进，为国家富强、民族复兴和人类文明进步贡献“海大智慧”和“海大力量”。

勇担使命，踔厉奋发。建设海洋强国是实现中华民族伟大复兴的重大战略任务。中国海洋大学将牢记使命，树人立新，以推动海洋科技实

现高水平自立自强、服务国家战略和区域经济社会发展为己任，加快建设特色显著的世界一流大学，为全面建成社会主义现代化强国、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴作出新的更大贡献。

百年恰是风华正茂。2024年，学校将举办庆祝建校100周年系列活动，诚挚欢迎历届校友和关心、支持学校发展的各界人士拨冗莅临，共襄盛举，共铸辉煌。

特此公告，敬祈周知。

中国海洋大学
2023年10月25日联系部门：中国海洋大学校庆工作办公室
联系电话：0532-66781771/66781866
校庆网站：http://100.ouc.edu.cn校庆邮箱：ouc100@ouc.edu.cn
通信地址：中国山东省青岛市崂山区松岭路238号中国海洋大学行知楼243室
邮政编码：266100