

· 繁荣互联网条件下的新大众文艺（二） ·

# 青年性与平民性的共振： 新大众文艺潮流下的“新喜剧”

盖 琪

**【内容摘要】** “新喜剧”主要包括单口喜剧、素描喜剧、漫才喜剧、即兴喜剧等新兴喜剧形态。近年来，“新喜剧”总体呈现出繁荣发展态势。在新大众文艺的时代潮流下，“新喜剧”在文化上显示出青年性与平民性共振的重要趋向：其一方面坚守青年性，另一方面则在本土化过程中，越来越多地呈现出“视角下移”的平民性，越来越自觉地借助新的喜剧修辞策略和媒介技术手段，表达普通民众的生命经验和生存立场，从而创造去等级化的平权性公共文娱空间。这种趋向具有重大历史意义，代表了一种新的青年文化发展方向。

**【关键词】** 青年性 平民性 新大众文艺 新喜剧 新青年文化

**【作者】** 盖琪，广州大学人文学院教授、当代文化研究中心副主任。（广州 510006）

**【基金项目】** 国家社会科学基金艺术学一般项目“跨媒介视域下民间本位喜剧理论建构与本土实践研究”（25BC064）

近年来，新的喜剧文化迅速崛起。最为突出的表现是在网络综艺领域，从2017年至今，以单口喜剧、素描喜剧、漫才喜剧、即兴喜剧等新兴喜剧形态为主体的网络综艺节目接连问世，受众数量和话题热度不断攀升，其间虽也出现过短暂的低谷期，但总体上呈现的仍是一派繁荣向上的媒介盛景。到2025年初，多数新兴喜剧形态都已获得登上中央电视台春节联欢晚会的殊荣——不仅有多名相关演员亮相，而且有几个作品直接被改编化用，这些都足以被视为官方媒体对“新喜剧”社会影响力的首肯。

由此受到明显带动的首先是一、二线城市的商业演出和文娱活动场域。当下，单口喜剧的线下演出可以用如火如荼来形容。截取京沪两地乃至全国的几个数据切片来看，2023年，北京单口喜剧全年演出超过1.4万场，在所有营业类演出中占比最高，几乎达到三分之一；<sup>①</sup>2024年，上



海单口喜剧全年演出超 1.5 万场，而同期全国范围内的年度票房则上升了 48%。<sup>②</sup>此外，围绕素描喜剧、即兴喜剧等新兴喜剧形态形成的俱乐部、小剧场等新型演艺空间同样呈现出旺盛生长的态势，由此对城市文化生态发挥出越来越大的建构性作用。

“新喜剧”的繁荣发展态势也引发了文艺评论界、研究界越来越多的关注。迄今为止，大多数评论和学术研究都是将“新喜剧”当作一种青年文化现象来看待的，偏重于对其中所蕴含的青年性——包括青年的审美偏好、心理状态和社会关切等——进行考察，这一视角是准确的，也是有价值的。笔者曾以代际视角分析脱口秀综艺策略与进路，并且获得了较好的学界反馈。<sup>③</sup>但是，审视最近几年的发展，笔者进一步认为，仅仅从青年性的角度去考察包括脱口秀（即单口喜剧）在内的“新喜剧”是不够的，或者说，由于中国当下的青年性本身正在发生某种深刻的变化，所以需要我们对相应的青年文化实践重新做出结构阐释和价值指认。

概言之，笔者认为，在新大众文艺的时代潮流下，当代中国的“新喜剧”在文化上显示出一种青年性与平民性共振的重要趋向：一方面，“新喜剧”仍然坚守其一直以来所具有的典型的青年性特质，它以年轻世代为核心受众，是年轻世代的文化表达，长期担当了建构代际身份、传播代际价值的文化角色；另一方面，更值得注意的是，“新喜剧”在近年的本土化过程中，越来越多地呈现出一种“视角下移”的平民性特质，即其在很大程度上摆脱了当代中国青年文化曾经热衷的等级化的、精英本位的认同框架，逐渐站到了一种与广大劳动人民同呼吸、共命运的位置上，借助新的喜剧修辞策略和媒介技术手段，更自觉地表达普通民众的生命经验和生存立场，更积极地创造去等级化的平权性公共文娱空间。

这种趋向具有重要历史意义，它代表了一种新的青年文化发展方向。由此，笔者拟以“新喜剧”为主要切口，对当代中国青年文化在立场和逻辑上正在经历的嬗变进行一番总体梳理，以期能在一定程度上对新大众文艺潮流下的青年文化走势作出研判。

## 世纪之交青年文化的“等级化”症候

只要略做回溯，人们就会发现，仅仅十到二十年前，中国青年文化的整体面貌较当下还有着显著的不同。

大约从 20 世纪末 21 世纪初开始，随着中国经济的飞速发展、国际化程度的日益提升，中国的社会文化也急剧嬗变，呈现出一种以全球化、都市化、精英化为风向的总体特征。就青年文化而言，在这一时期，最受市场欢迎的青年文化产品往往热衷于对国际大都市的“高品质生活”和“高素质人群”进行呈现，并由此在大众媒介场域中营造出了一种以“全球现代性”为价值标签的浓郁氛围。以最早显示出巨大商业能量的情感类青春叙事为例，无论是从文学场域延伸到电影场域中的《小时代》（2007—2015 年），还是从电视剧场域拓展到电影场域中的《北京爱情故事》（2012—2014 年），都典型地体现了上述时代风潮的影响。前者表面上的叙事主线是四个年轻女生之间的友情，但实际上的重心则在于对精致乃至奢侈的国际化生活场景的细腻描摹；后者从标题来看叙事焦点是不同男女主人公之间的爱情，但就影响更大的电视剧版本来看，其最具话题度的主线则是“心思纯良的富二代”和“腹黑偏执的穷二代”之间不同情感价值观及相应人生选择的高下反差。

此后，相继兴起并深受彼时年轻人追捧的青春向传媒艺术作品还有两大类型，一是职场叙事，



二是女性叙事。就职场叙事来看，其要义在于讲述全球化语境中的年轻人如何通过个人奋斗跻身精英行列，实现阶层跃迁，完成物质、视野、品位乃至自我身份认同的多重蜕变，其代表性产品主要包括《奋斗》《中国合伙人》《我的青春谁做主》《杜拉拉升职记》《北京青年》等；而就女性叙事来看，其要义则在于打造新自由主义女性主义逻辑下的“大女主”，宣扬女性应该通过参与市场竞争、提升经济地位、享受精致生活来化解性别困境，进而证明个体主体性，代表性作品包括《北京女子图鉴》《上海女子图鉴》《欢乐颂》《三十而已》《北辙南辕》《都挺好》等。不难发现，以上两类叙事很多时候是有交叉的，后者更像是前者性别化的“升级版”。

概括地说，在这一时期，中国青年文化整体上形成了一种明显的等级化的价值逻辑，进而凝结为一种强势的差序观念。这种等级化的价值逻辑就其表层而言，是以“全球-地方”“都市-乡村”“精英-底层”作为基本面貌的，就其深层而言，则在很大程度上将经济层面上的优势转换为道德层面和价值层面的“先进性”。换句话说，在上述每一对组合中，前一种元素相对于后一种元素而言，都被放在了隐喻“更好的人”和“更值得向往的生活”的位置上。比如在前文所提到的电视剧版《北京爱情故事》中，“穷二代”石小猛受制于巨大的生存压力，暴露出的是为成功无所不用其极的“凤凰男”本质；而“富二代”程锋面对纯真的爱情，展现出的则是为众人所称道的“重义轻利”的优秀品行。在此，“穷”基本被表达成了一种无法完成救赎的“原罪”。<sup>④</sup>

而对于所谓的“大女主”故事来说，等级化的价值逻辑就体现得更为明显。综合来看，在这一时期的许多商业性的女性媒介叙事中，作为年轻的“大女主”对立面出现的都是来自底层、乡村的中老年女性。虽然“大女主”也时常被设置为底层出身，但是她必须在开篇不久就展现出不甘平庸的“上行”素质，从而能够在有限的叙事进程中有效地展开个人奋斗，抓住时代机遇，进而在都市精英场域中赢得一席之地，最终得以成为全球化生活方式及价值观念的拥护者和践行者。而作为对照组存在的则往往是一个或几个上了年纪的、无论在外貌上还是文化认知上都缺乏优势的底层女性，她们以重男轻女的母亲、不顾体面的农妇、满怀心机的保姆和精于算计的小市民等面目出现，不仅是“大女主”上升情节中的关键阻力，而且是落后生活方式和价值观念的具身显影。例如，电视剧《欢乐颂》中樊胜美的母亲、《安家》中房似锦的母亲，以及《都挺好》中苏明玉的母亲、舅妈和后来的保姆小蔡。在这类叙事中，性别内部的阶层困境（甚至包括年龄困境）被着意遮蔽，而努力成为全球化都市精英女性中的一员则被指认为纾解女性现实困境的“最佳方案”。<sup>⑤</sup>但是在剧集问世之初，这些潜在的不平等观念基本无人关注，而对于“恶母”的口诛笔伐却遍布以年轻用户为主的社交媒体空间。

青年文化的上述等级化价值逻辑反映的是一种时代性媒介症候。历史地看，20世纪末到21世纪初是新自由主义思潮在全球范围内居于强势地位的时期。有研究者指出，在新自由主义框架下，一种可以被称为优绩主义（meritocracy）的话语日益发展成为西方国家的主导价值，而其所奉行的“能者得其位”的伦理则为当代资本主义社会的等级秩序提供了十分重要的道德叙事或者说合法性来源。<sup>⑥</sup>就西方国家的现实情势来看，优绩主义表面上倡导公平竞争，即一套“只要努力，人人都有向上机会”的论述，而实质上却已经逐渐演化为“富豪统治——即由富有精英阶层进行统治——得以延续、再生产和扩展的关键手段”。<sup>⑦</sup>换言之，优绩主义只是片面地强调机会上的平等，却无视起点上的种种不平等，而且也无能力应对由后者所导致的日益严重的两极分化与共识撕裂，因此越发成了后工业社会等级结构固化乃至恶化的助推器。<sup>⑧</sup>但是，这样一种以等

级观念为内核的意识形态在 20 世纪末到 21 世纪初的中国大众媒介场域中却有着很大影响，这在很大程度上是由彼时大众媒体传播者和目标受众的主要阶层所决定的。在前移动互联网时代，因为大众媒介场域主要是由影视公司、电视台、报社和门户网站构成的，话语权主要掌握在社会精英阶层和中等收入群体手中，所以也以反映这两个群体的社会想象和价值期待为主职。相比之下，彼时的广大底层民众由于传播技术手段和资源匮乏，往往是沉默的和不被重视的，对于自身趋于负面的媒介形象也缺乏发声渠道和改造能力。这是一种由技术而文化的社会意识形态生产机制，它同样形塑了世纪之交的青年文化场域，决定了其慕强、厌弱、精英本位的总体伦理态势。

另外，值得注意的是，这一时期中国青年文化对全球化大都市的沉迷，以及对“全球-地方”差序的认同在很大程度上也反映了彼时现代化想象范式的单一性。在全球化的繁荣态势和西方文化产品的强大影响下，很多生活在大、中型城市里的年轻人不自觉间把全球资本主义现代性当成了现代化想象的唯一模板，而对于更具本土特色和民族文化主体性的现代化想象尚未形成指认自觉。在这个意义上，青年文化乃至大众文化的等级化症候阶段，也可以理解为中国在现代化进程中努力探索自我表达方式与建构自我身份认同的必经阶段。

### “新喜剧”中青年性与平民性共振的表达

世纪之交，青年文化场域在显示出症候的同时也酝酿着变革。如上所述，在商业性层面上，这一时期的青年文化总体上彰显出启蒙现代性感召下的“进步”气质，但在相对小众的、非主流的层面，一些当时作为亚文化的实践其实已经逐渐同优绩主义伦理和等级化想象拉开了距离。而正是在后一个层面上，“新喜剧”显示出了它对于当代中国青年文化而言的历史性价值——它以貌似调侃和解构的姿态，展开了对于新的代际哲学视角和文化立场的建构性探索。比如，21 世纪第二个十年之初，最早一批由传统电视台制作的“新喜剧”综艺节目（以东方卫视的单口喜剧节目《今晚 80 后脱口秀》和黑龙江卫视的素描喜剧节目《爱笑会议室》为代表），就已经在表演风格和文化逻辑上与新时期以来通行于节庆晚会的相声和小品显示出差别，与当时颇受影视剧市场欢迎的浪漫风俗喜剧也殊为不同。概括来看，虽然当时这些“新喜剧”综艺（及其少量的线下版本）仍主要局限于一、二线城市年轻受众的视野内，看起来不过是一些时髦的“全球化舶来品”，但是实际上，它们的内核已经逐渐具有了“向下扎根”而不再是“向上攀升”的倾向。这种新的路径选择虽然在当时并不为人所关注与理解，但回头去看，却预示了一个新的喜剧时代乃至新的青年文化时代的到来。

应该看到的是，青年文化的变革之所以会从喜剧实践中起步，同后者在源头上就拥有的文化精神是分不开的。从人类学的角度来看，喜剧起源于民间节庆和仪式，在文艺基因上本就具有极高的平民性。<sup>⑨</sup>无论是在西方还是在中国，喜剧都是民间文化生活的重要组成部分，深受社会中下层民众的欢迎和喜爱，体现的是劳动者在繁重的生产任务和刻板的日常生活之外旺盛张扬的生命力和自由不羁的生命情态。这样一种生命情态当然应该是平等的、松弛的，以人为目的而非手段的。对于这一点，苏联文艺理论家米哈伊尔·巴赫金（Mikhail Bakhtin）做过非常经典的论述，他指出，在民间文化场域中，喜剧的核心目的并不在于封建统治阶级或资产阶级的文化和美学所强调的“教化”抑或“讽刺”，而在于为所有人“建造官方体系之外的第二种世界和



第二种生活”(built a second world and a second life outside officialdom),一种暂停了、取消了一切等级的世界和生活,一种只服从于生命本身的规律和普遍的精神的世界和生活,而这才是“人民的笑声的真意”(the peculiar nature of the people's laughter)所在,<sup>⑩</sup>也是喜剧精神的源头和根本旨归。

基于这一理论视角,我们可以进一步看到,作为青年文化的“新喜剧”正是从回到喜剧的原点开始,借助民间喜剧的平民性,对青年文化的主题框架、修辞方式和精神风貌展开重塑。或者说,当中国青年文化场域中的精英性日趋“过载”时,一些敏锐者出于经验和直觉选择了喜剧,其深层目标其实就是建构一种“眼光向下”的青年性,一种能够真正与大多数人的生活产生联结的青年性。正是在这个意义上,这是一个青年性和平民性在美学和文化上发生共振的过程,也是“新喜剧”从亚文化场域逐渐走向主流文化场域的过程。从表达的角度来看,这一过程中值得深入关注的特质主要有两点。

第一,仅从美学上看,“新喜剧”在形式策略上就是以尊重年轻人的审美取向起步的。它一方面以开放的态度充分吸收了外来通俗文娱形态的市场化技巧,另一方面又颇为巧妙地对中国民间场域里的典型符号和桥段加以征引,由此逐渐形成了具有中国本土特色的“新喜剧”风格。这一点在近年来的素描喜剧、即兴喜剧场域中都表现得十分明显。例如,网综节目《一年一度喜剧大赛》和《喜人奇妙夜》中的很多作品,就在源于欧美文娱场域的“sketch”(素描喜剧)的框架下,或挪用中国民间表演的“土味”杂耍手段,或戏仿中国传统文化的经典故事和形象,从而使得舶来的游戏式小品结构找到了重要的本土化修辞锚点。而其中又以对“土味”杂耍手段的挪用,最为突出地显示了当下青年文化的平民化审美趋势。

比如,《一年一度喜剧大赛》第一季第一期的作品《三狗直播间》就较为直接地挪用了民间广场表演中常见的“不高级”的戏谑手段,几个年轻的表演者故意抛开情节逻辑,采取最简单的打油诗语态和最直接的滑稽动作来逗笑观众,甚至毫无征兆地搬出了“喉顶红缨枪”这一街头杂耍场景,由此引发了爆笑的现场效果。而在表演结束后,场下的多名嘉宾针对该作品展开了一番颇有意味的争论:一些嘉宾一方面已经认识到“年轻人特别爱这一挂”“观众极爱他”,另一方面又觉得这种表演风格无法在现有的主流阐释框架中找到位置,因而似乎觉得不应该鼓励;但主持人马东则认为,观众的笑声本身才是最重要的。<sup>⑪</sup>前一类观点在一定程度上说明,当前的很多文艺创作者还处于带有较明显等级观念的艺术评价体系内,没有及时跟上青年文艺、大众文艺发展的趋势。实际上,“新喜剧”对于平民性美学元素的挪用恰恰是有意为之的——是着意同青年文化乃至大众文化场域中精致化、华丽化、“上价值化”的审美规范进行区分的策略,是对民间文化场域中长期承受偏见的纯粹娱乐诉求的响应。而近年来,很多传统意义上的主流文艺作品之所以失去了年轻受众的关注和认可,也是需要从上述角度进行反思的。

事实上,在更为广泛的社交媒介场域里,青年性与平民性的共振表达已经如火如荼。例如,有一些研究者注意到,近年来,以土味视频为代表的底层展演实际上已经显示出了一“超越区隔”的发展趋势,<sup>⑫</sup>越来越多受教育程度较高的城市青年(包括大学生甚至留学生)也积极参与到了对“土味文化”的生产和传播中。这其实是一种具有后亚文化意义的间性互动,其所反映的是“参与者利用身体支配自身实践,无视规则和惯常的审美标准,超越社会结构的等级与角色”的主体意图。<sup>⑬</sup>所谓“后亚文化”,其实就意味着,曾经处于边缘的文化诉求及其实践由于符合历史发展趋势,拥有了越来越多的参与者和支持者,所以显示出越来越明显的“主流化”态势。这恰恰需

要文艺研究者调整观察角度，做出更具前瞻性的预判。基于此，笔者认为，我们应该看到，在“Z世代”积极反拨精英美学趣味、融入平民情动机制的过程中，实际上包含着的一种新的现代青年主体性的代际生产诉求。如果同主要在“全球化黄金时代”度过了青春岁月的“70后”和“80后”的“进步主体性”相比，这种萌生于“后全球化”浪潮之中的“Z世代”青年主体性看起来不免显得颓废慵懒，但是实际上，它拥有的是一种与社会中的大多数人深度共情的潜能，指向的则是一种坦然承认自身平凡之后的尊严诉求。

由此，我们需要看到的是第二点也是更重要的一点，即从文化上看，“新喜剧”的主题内容更关注普通年轻人的生活，它以普通年轻人的视角平视真实的社会情态，并且自觉地对既往青年文化的价值症候进行纠偏。这一点在近年的单口喜剧场域中表现得最为突出。例如在2025年的网综节目《脱口秀和Ta的朋友们》第二季中，多位专注于讲述社会底层年轻人困境的单口喜剧演员都赢得了很高的人气，何广智、小四爷、高寒、小奇、大国手、侯智元、锐锐等都在此列。总体来看，这些演员用段子讲述自己作为出身小城镇乃至乡村的年轻人，在来到大城市之后所遭遇的种种不适，包括经济上的拮据、心理上的自卑、文化上的尴尬、工作上的消耗等。他们基于细腻的观察和感受，幽默而诚恳地讲述切身经验，从而引发了广泛的代际共鸣。

可以作为典型例证的是小奇，他以“中专生”的身份标签登场，带着自嘲的惯性，一路走到决赛。但在决赛最为关键的一次表演的结尾，他却朗读了一首题为《中专放学》的自创诗歌。

中专放学，校门走出三百学生  
五颜六色的头发 没一个背书包的  
可他们出生起就背着包袱  
生于愚昧 生于忙碌 生于骗  
(生鱼片，没吃过)  
放学该往哪儿走  
去工地 去做饭 去工地做饭  
还是回木叶村吧  
你听 哒哒哒哒哒  
那是开饭的声音 也是切菜跟修车的声音  
也是你们听不到的声音  
我想变成一个麦克风 杵在中专的校门口  
你听，又一个中专放学了<sup>④</sup>

这段朗诵接在数个“爆梗”之后，激发的却是受众五味杂陈的情动感受。因为它以白描中略带调侃的语态，指出了大众媒体乃至整个社会对于优绩主义“失败者”长久以来的忽视，但同时又在举重若轻中表达出了底层年轻人朴素的尊严意识。在这个角度上，这首诗的主题与“矿工诗人”陈年喜的“再低微的骨头里也有江河”是同质同构的。因此可以说，在诗朗诵结束的那一刻，小奇所有曾经的自我嘲讽都转化为了某种坚定的自我指认。

同样可以作为例子的还有高寒的一段表演。他是从一种“小镇青年”的视角出发，用“精英模仿”的典型文本《小时代》，串联起了自身年少时对于大都市的媒介想象和成年后置身其中的真实经验。

当时我对上海的了解全部来自《小时代》。《小时代》开头第一幕，杨幂，就是林萧说：“我



叫林萧,我是上海万千女孩中最平凡的一个。”我信了。我说她是最平凡的,那上海人得啥样啊。2022年我来上海……第二天我坐地铁。《小时代》里没出现过地铁。我就想说,顾里不坐地铁我都能理解,林萧你为什么不上地铁?你是上海万千女孩中最平凡的一个啊!

……

走到黄浦江边,看着东方明珠,我笑了,露出了跟城里孩子不一样的,没有被矫正过的牙齿。我感觉爱上发达地区是人类的宿命,当年我太爷闯关东,今天我在这里闯浦东。那天我过了很多条马路,我爱过马路,我过的不是马路,我过的是瘾。<sup>⑮</sup>

这段表演在现场数次引发了雷鸣般的欢呼和掌声,在社交媒体上也获得了十分广泛的传播。而结合当代中国青年文化的发展轨迹来看,它既可以看作来自底层的年轻人对于既往青年文化症候的敏锐反思,也可以看作另一种现代青年主体性的“破茧成蝶”。换句话说,以高寒为代表的生长于平民阶层的“Z世代”年轻人,既没有羞愧或哀叹于自己的出身,也没有诉诸零和博弈的上升叙事,更没有简单地抵触或者排斥全球现代性——他们正在以一种坦然的姿态站到时代舞台的中央,接纳梦想也接纳世俗,进而为打造一种更为平等多元的公共文化作出贡献。

由此值得进一步指出的是,近年来的单口喜剧也正在对世纪之交青年文化场域中女性叙事的偏失做出纠正。如前所述,在上一个时期,以青年女性为目标受众的商业叙事往往遵循的是新自由主义女性主义逻辑,即仅致力于建构少数精英女性的个人奋斗故事,而对于大多数底层女性更为严峻的困境却缺乏同理心和有效回应。<sup>⑯</sup>但是近年来,在单口喜剧场域中,我们可以看到,聚光灯越来越多地打到了那些更为平凡的女性表演者身上,由此越来越多地体现出一种马克思主义女性主义的立场。比如《喜剧之王单口季》第二季中的表演者房主任,就讲述了一个脱口秀版的“出走的决心”式的故事,不仅在现场使得大量年轻观众边欢笑边落泪,而且在社交媒体平台上也进入了年轻用户的视野,引发了年轻人对年长女性生活境遇的关切——这可以看作当下性别话题和阶层话题趋于合流的积极例证。

## 新大众文艺潮流下青年文化的“去等级化”趋向

近年来,“新喜剧”在很大程度上已经成为较受年轻人喜爱的青年文化形态之一,其影响力已经明显超过了各种青春向的剧情类影视产品。这与前者所选择的青年性与平民性共振的路径是分不开的。基于时代语境,可以说,“新喜剧”的繁荣不仅是一次代际性热点,而是指向了一次社会性文化变革。如果从最表层来看,我们可能会认为“新喜剧”仅仅是一个青年亚文化现象,是欧美商业文艺形态经由热衷于追新逐异的年轻世代搬运后本土化的产物,但如果联系相关历史流脉和当下思潮来看,我们就能意识到,“新喜剧”所联结的是中国文艺场域的主流阶层意识的嬗变,是更为广阔的中国青年文化乃至社会文化的转型潮流。而这一代中国年轻人,正是在“天时地利人和”之下,感受到了时代的召唤,从而站到了历史的潮头之上,做到“洋为中用”。因此,如果结合当下以“新大众文艺”为核心的学术讨论,我们有理由认为:“新喜剧”的兴起正是在新大众文艺崛起的时代背景下,民间本位、平民本位的喜剧策略和喜剧价值观日益受到以年轻世代为前哨的受众认同,进而日益受到主流社会重视与肯定的成果。

《延河》编辑部指出,新大众文艺主要指的是“随着互联网、人工智能以及各种新技术的兴起,人民大众可以更广泛地参与到各种文艺创作与活动之中,人民大众真正成为文艺的主人,而不是

单纯的欣赏者”<sup>⑩</sup>这一新现象和新趋势，它所带来的是创作者、创作方式、文本话语，以及接受和传播方式的全面变革。这一变革的意义极为深远，因为它意味着，在中国社会平均受教育水平大幅提高、高科技手段已然大幅普及的软硬件基础上，各行各业的普通劳动者都已经积极参与到了文艺创作和传播的过程中。正如研究者所指出的，在新的时代语境下，体力劳动和脑力劳动之间的界限在消融，农民和工人的身份在重叠，一种属于数智时代的“新劳动者美学”在阔步登场；<sup>⑪</sup>究其实质，这是“文化权力的重新配置”，是对普通人在社会结构特别是文艺创作中主体地位的重新确认，<sup>⑫</sup>是对民间本位的文艺创作和传播生态的热切呼唤与肯定。

“新喜剧”正是这样一种承载并体现了数智时代“新劳动者美学”的新大众文艺形态，总体来看，其作为新大众文艺的核心特质可以概括为三点。

首先，从创作主体的角度来看，“新喜剧”的创作者大大溢出了传统专业创作者的圈层，吸纳了来自各行各业的普通劳动者。比如单口喜剧的表演人员就包括教师、医生、司机、厨师、公务员、程序员、快递员、服务员、设计师、工程师等各行业从业者，正是由于他们带着来自不同行业的经验和情感，所以才能创作出题材广泛、内容生动、“真实地反映出普通人的生活状态和精神世界”<sup>⑬</sup>的大量单口喜剧作品，由此推动了单口喜剧的快速风行。虽然为了制造节目效果，“新喜剧”综艺往往会采取竞赛形式，但它却不是21世纪初兴起的“造星”节目，它创造的是一个能让更多普通人甚至是弱势者“被看见”的平台。事实上，好的“新喜剧”创作是高度依赖能与普通人共情的日常生活经验的——脱离普通人生活往往是“新喜剧”创作者走下坡路的开始，这就决定了它是牢牢扎根于民间大地的。

其次，从创作方式和文本话语的角度来看，“新喜剧”不仅融合了外来美学框架和本土民间元素，而且在很大程度上吸收了数智时代涌现的新技术手段和新美学手段，由此促进了中国本土新技术-美学的良性发展。比如素描喜剧、即兴喜剧就大量借鉴了源自漫画、游戏、网络文学乃至VR艺术等新文艺形态的主题立意和修辞策略——其中最典型的借鉴在于积极打破现实叙事和虚拟叙事的壁垒，大量采取年轻人所喜爱的“设定架空、形式怪诞、细节贴近、情感落地”的叙事范式，由此大大拓宽了喜剧小品的表达疆域，推动了喜剧小品的代际转型。

最后，从接受和传播的角度来看，“新喜剧”同样体现出了数智时代普通受众日益提升的主体意识和参与能力。由于“新喜剧”普遍具有话题性、片段性及数字美学性等特质，非常适合受众对其进行二次创作，进而利用自媒体平台进行传播。借用亨利·詹金斯（Henry Jenkins）和常江的描述，“新喜剧”的叙事元素和能量非常适于在不同的媒介平台流通，易于被不同的媒介平台拆分和重组，进而实现一种“交叉媒体”（crossmedia）叙事的状态，<sup>⑭</sup>这也成为“新喜剧”能够快速流行的重要原因。

综上所述，从文化研究的视角来看，“新喜剧”本身正是新大众文艺的重要表现形式，它代表了中国青年文化乃至大众文化“去等级化”的整体发展趋向。它既是移动互联网时代传播物质性趋于平权的一个直接结果，也是“社会主义市场经济建设进程中人民大众的历史主体性与社会主义大众文艺的独创性和自主性”<sup>⑮</sup>趋于成熟的一种重要表征。在这个意义上，我们应该对“新喜剧”和由“新喜剧”领衔的“新青年文化”予以更多鼓励、更多宽容。一方面，对于其中看似非常规、非主流的一些美学手段加以鼓励，因为在历史的长河中，一切主流其实都是从非主流中生长起来的，只要从马克思主义历史唯物主义的角度来看，它是被越来越多群众尤其是越来越多的年轻人喜爱的，那我们就应该留给它充分生长的时间和空间；另一方面，对于它不小心出现



的一些价值问题予以宽容，因为群众创作不是传统意义上的专业创作，对于很多边界缺乏进行合理把握的专业训练，所以不小心出现一些“过界”的表述是正常的——在这类情况下，文艺评论界和管理部门确实需要拿出更多的耐心，进行以帮助为目的的积极引导，而不宜将其“一竿子打翻”。由此才能更好地推动我们社会的主流文化不断地吐故纳新，朝着顺应历史潮流的方向稳步推进。

注释：

① 参见《2023年北京市文化和旅游统计公报》，北京市文化和旅游局，2024年7月5日，[https://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/tzgg/202407/t20240705\\_3739877.html](https://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/tzgg/202407/t20240705_3739877.html)。

② 大麦网与中国演出行业协会数据，参见陈宏：《全年演出破万场，青春经济“开口笑”》，《青年报》2025年3月24日。

③ 参见盖琪：《以“Z”为名：中国内地脱口秀综艺的代际进阶及喜剧政治》，《文艺研究》2022年第12期。

④ 参见盖琪：《“少无所依”：中国当代主流影视剧中的青年主体性话语》，《文艺研究》2014年第12期。

⑤ 参见盖琪：《中国近年媒介女性话语的价值症候与思想根源》，《广州大学学报》（社会科学版）2024年第6期。

⑥ 袁野、林红：《“能者得其位”与差异政治：西方优绩主义及其悖论》，《当代世界与社会主义》2022年第4期。

⑦⑧ Jo Littler, *Against Meritocracy: Culture, Power and Myths of Mobility*, London and New York: Routledge, 2018, p.2, pp.2-3.

⑨ Magda Romanska and Alan Ackerman, *Reader in Comedy: An Anthology of Theory and Criticism*, London: Bloomsbury Publishing Plc, pp. 17-19.

⑩ Mikhail Bakhtin, *Rabelais and His World* (first published in 1965), trans., Hélène Iswolsky, Bloomington: Indiana University Press, 1984, pp.5-8.

⑪《一年一度喜剧大赛》第一季第一期（下），[https://www.iqiyi.com/v\\_25gaaljpd9k.html?ht=0&ischarge=false&tvname](https://www.iqiyi.com/v_25gaaljpd9k.html?ht=0&ischarge=false&tvname)。

⑫ 宋巧丽、田辉：《“表征”与“超越”：“土味视频”的“区隔”研究》，《新闻与传播研究》2022年第2期。

⑬ 王潇艺：《从象征到寓言：土味短视频的再生产》，《山东理工大学学报》（社会科学版）2024年第2期。

⑭《脱口秀和Ta的朋友们》第2季第12期上，<https://m.v.qq.com/x/m/play?cid=mzc00200li7mfpr&vid=o4101ca7v87>。

⑮《脱口秀和Ta的朋友们》第2季第9期下，<https://m.v.qq.com/x/m/play?cid=mzc00200li7mfpr&vid=j4101qpier0>。

⑯ 南希·弗雷泽：《女性主义宣言》，蓝江译，《国外理论动态》2019年第7期。

⑰《延河》编辑部：《新传媒时代与新大众文艺的兴起》，《延河》2024年7月上半月刊。

⑱⑲ 李遇春：《新大众文艺的概念、特质及未来》，《社会科学辑刊》2025年第4期。

⑳㉑ 孟繁华：《“新大众文艺”：文艺观念变革的表征》，《文艺争鸣》2025年第6期。

㉒ 常江、徐帅：《亨利·詹金斯：社会的发展最终落脚于人民的选择——数字时代的叙事、文化与社会变革》，《新闻界》2018年第12期。

编辑 屠毅力 特约编辑 杨义成