

“恶搞”的末日就要来到?

本版撰稿、整理
见习记者 金丹丹

(上接 A1 版)

短片恶搞

《中国队勇夺世界杯》

最广为人知的短片恶搞应该非《一个馒头引发的血案》莫属了。从“馒头”开始,短片恶搞更有如火如荼之势。比如最近流传很广的网友“猫少爷”制作的短片《中国队勇夺世界杯》,上网不到半个月,点击数就破百万。网友称它为“眼泪都要笑出来的超越‘馒头’之作”。

在这个恶搞短片中,成龙变成中国足协主席,中国队顶替塞黑队杀入世界杯决赛,一路战胜阿根廷、德国、巴西等强队,最终捧得大力神杯。

《闪闪的星星之潘冬子参赛记》

在《闪闪的星星之潘冬子参赛记》中,潘冬子的父亲变成了“地产大鳄”潘石屹,母亲的梦中情人是主持人李咏,一心想参加“非常6+1”。有个比赛评委的名字叫做“老贼”。短片中的不少情节对“送礼拿奖”、“歌手参赛只为抬高走穴身价”等进行了讽刺,但不少台词粗俗不堪。

恶搞片出来,当年拍摄《闪闪的星星》的八一电影制片厂发出声明,该短片恶搞红色经典,不仅伤害了电影的创作者,也伤害了观众,并会误导青少年观众。

视频恶搞

“后舍男孩”

广州美术学院的黄艺馨和韦炜,创造性地对着句型假唱流行歌曲,并配以夸张、搞怪的表情和动作,用摄像头拍成视频MV。他们因假唱“后街男

孩”的歌曲而得名,其假唱作品在网上广为流传。

图片恶搞

小胖

很多人认识图片恶搞是从各大网站纷纷转载的恶搞“小胖”开始。“小胖”是广西南宁的一个中学生,被人拍下不经意的侧目一瞥,并被传到了网上。他的头像被世界各地的好事者安插在各种各样的图片上,包括《泰坦尼克号》、《魔戒》、《兄弟连》、

《勇敢的心》等等,可怜且无辜的小胖成了网络社区中的第一图片明星。

名人恶搞海报

现在名人也被恶搞了。赵本山、葛优被恶搞成长发淑女……把各电影海报、剧照的人物移花接木,赵本山变成韩剧《天国的阶梯》里羞涩的女一号,而葛优变成《我和爸爸》里的徐静蕾。这种恶搞图片并不新鲜,但过去拼接的痕迹非常明显,现在由中央美术学院设计专业的高才生王伯雷出马,“技术含量”高,真有点哭笑不得。

赵本山、葛优被“恶搞”成了女人;向鼎、李宇春变“连体人”;小宝宝成明星;潘冬子居然成了歌手。



“安迪油画”

“安迪排行榜”这个博客最近很红,此博客上贴了许多恶搞明星的油画,还非常有实效性。每幅画上都会加上辛辣讽刺的语句,作为图片“说明”。被恶搞得最惨的是话题人物李宇春和“好男儿”向鼎。“李宇春向鼎连体图”,把两人称为“超级中性的连体宝贝”,以此说明“中性时代”来临。

彩铃恶搞

远的有根据《吉祥三宝》恶搞的各版本。近的自然是在世界杯上“惊世一吼”。现在,黄健翔解说恶搞版本已经不下三十种,并被制作成彩铃。有两只蝴蝶版、夜宴版、宝宝版、摇滚版、卖盒饭版、嗲女版、张靓颖版……据说两三天内就约有10万人次下载,以每条2元计算,收入就是20万元!

真人恶搞

真人出来恶搞的,似乎并不多,这次出现的真人“恶搞秀”是个未周岁的孩子。这个名叫“晴天宝宝”的孩子被父母打造成网络红人,可爱照片加上搞笑文字,在猫扑网大受欢迎。电影《龙虎门》因为片中出现了大量手机广告,遭到媒体的批评。“晴天宝宝”借这一现象,恶搞《龙虎门》一番。“手机放明显点,广告商会给更多的钱”,“被媒体批了,我们要回避,但不可以放弃这赚钱的机器”。这些成了批评电影贴片广告商最经典的话语。

浙报集团《城市假日》周刊仲夏夜汽车展
主流城市周报,卓越汽车服务

主办方:浙报集团《城市假日》周刊
支持单位:浙江省消费者协会、杭州市汽车维修管理处
杭州交通广播电台(FM91.0)

报名购车有意外惊喜!

2006年8月26日晚上18:00—22:00,武林广场。

两厢福克斯、东风日产轩逸正式亮相 购车报名热线: 85311090/13336057998