大众日报客户端 大众日报微信 大众日报 DAZHONG

“五一”假期，超四成用户选择音乐节作为度假休闲首选，其中六成选择跨城观演

一场受众与摇滚文化的“双向奔赴”

文化观察

□ 本报记者 徐晨

2000年，北京迷笛音乐学校创办“迷笛音乐节”，这算是音乐节这一艺术形式在国内啼声初试。近几年，本来还多少有些专业性质的音乐节，“其兴也勃焉”。2007年国内市场音乐节仅为24个，2018年这一数字变成了263个，11年间，国内每年举办的音乐节数量增加了十多倍。

在高温萦绕的夏季，音乐节更是“燥”出了一片狂热氛围。大麦数据显示，2021年“五一”假期，全国各地共举办了56场音乐节，比2019年同期提升了37%，票房和观演人次同比分别增加了252%、173%。本来以摇滚音乐这一小众文化为主题的音乐节，俨然化身为人人奔赴的大众娱乐项目。

“只有一次音乐拯救了世界”

细究起来，音乐节还算一种比较“古老”的艺术形式了。早在18世纪，音乐节诞生于英国。但当时的音乐节，仅限于观赏现场演出，并没有如今大型音乐节动辄几十万人的规模场面。

音乐节历史上，伍德斯托克音乐节是个拐点。1969年8月15日，45万嬉皮士从不同城市聚集到纽约州东南部的贝塞尔小镇，原本宁静安逸的乡村小镇被“吓”得措手不及。

“只有一次音乐拯救了世界，那就是伍德斯托克。”美国学者莫里斯·迪克斯坦在研究美国20世纪60年代文化的著作《伊甸园之门：六十年代的美国文化》中如此落笔，可见伍德斯托克音乐节地位之显赫。

那时，美国社会正值矛盾尖锐突出之时，人权、种族问题层出不穷，人们从未如此渴望表达对自由、平等的追求和向往。然而，主流渠道并不能代表他们发声，人们的表达诉求被极大地压抑，群情激愤，示威游行等反抗行动在各地接二连三地上演。

除了这些充斥着对抗反叛的途径外，有没有既可以避免冲突又可以表达诉求的方式？1969年，有两位24岁的嬉皮士在成功举办过一场音乐典礼后产生了思考。他们认为，音乐是能够团结一切的方式，是最能够传达“爱与和平”理念的渠道；而风格极端却非暴力的摇滚乐则是人们宣泄心中情绪的完美“泄压阀”。于是，两位嬉皮士找到投资人举办了一场音乐节，就是大名鼎鼎的伍德斯托克音乐节。

正当其时，造就了这场“拯救世界”的音乐节。本来预计只有5万人参与的音乐节，吸引了45万观众从各地涌来。原本少见行驶车辆的小镇公路，被一辆辆载着躁动心跳的汽车塞满，摇身变成了拥挤的露天停车场。整整3天时间里，人们全身心沉浸在摇滚的音浪之中，无人管理的超大规模聚会，没有发生任何一起犯罪事件，放在当时的美国是极为难得的。

伍德斯托克音乐节将“爱与和平”的乌托邦带到世间，而“三天的和平与音乐”的主题，彰显了人们对和平、自由、平等与爱的极致向往，也被认为是“伍德斯托克”精神的内核所在。四十年后，著名导演李安还把这场狂欢拍成了电影——《制造伍德斯托克音乐节》。

如今，随着时代背景演变和文化消费观念嬗变，“伍德斯托克精神”中部分元素从音乐节的显性精神中悄然退去，但是表达对自由的追求这一精神内核，仍能在音乐节现场炸出燥热气氛。在此基础上，娱乐、狂欢等属性标签也与音乐节建立起日益紧密的连接。

受众与摇滚文化的双向奔赴

有人说，音乐节上的人都是“疯子”。身在局外，也许会对这样的评价不以为然，但是当你真正置身现场，会发现评价自有其恰当之处——音乐节现场各项仪式活动充满了碰撞与感官刺激。

夏日正午，在灼热太阳暴晒下，草地是意料之外的滚烫，高温久久不散地萦绕在现场每个人左右，这样的阵仗下，不畏艰难冲在舞台前的大有人在，躲在阴影下乘凉的也并非少数。

黄昏时分，随着日头西落、光线变暗，原本散布在各处的人们开始大片地向舞台前方聚集而去，摇滚文化专属的各项仪式也即将上演。

在舞台前的人们伴随着音乐强烈的节奏高举手臂，像弹簧一样上下跳动，这是“Pogo”。

“Pogo”的人们在舞台周围形成了一堵密集而坚实的“人墙”。但倡导自由的音乐节不允许阻碍的存在，“开火车”是他们打破阻隔的有力方式：由某个乐迷带头，后面多人以队列的方式把手搭在前面的肩上，一个接一个地像火车车厢一样排下去，然后在台下不停地开动，开向舞台最前方。每当此时，舞台前的“人墙”都会裂出一条通道，有人选择主动避让，也有人反而迎难而上，只为享受碰撞带来的澎湃感。

将碰撞刺激贯彻到极致的，是“Mosh”。在靠近舞台的中央区域，由参与者占领出一片“Mosh区”，参与者相互用手推或身体撞击彼此。Mosh是充满荷尔蒙、自由、极富变化性和肢体接触的舞蹈动作，少到十几个人，多到几千人都可以同时进行。

无论从现场的氛围来看，还是放眼更大的文化背景，音乐节都做到了粉圈大融合。

这首先与摇滚音乐走入大众视线有关。由于其特定的文化背景和反叛风格，摇滚文化一直被归为与主流文化相对的“亚文化”范畴。随着《乐队的夏天》《中国有嘻哈》等小众文化综艺节目的火热，充满个性的摇滚、说唱等小众音乐文化将触角伸向了更为广阔的群体之中，越来越多人愿意感受其中魅力。而音乐节作为摇滚音乐向大众开放的主阵地之一，其热度也随之走高。

除了受众的主动接近，音乐节本身也具备包容更多群体参与其中的张力。一方面，与其他“亚文化”活动相比，音乐节的参与“门槛”更低。音乐节现场，参与“Pogo”“Mosh”等的已非少数，这体现了音乐节“出圈”的另一重要动力——破除限制的仪式。以“Pogo”为例，狭义的“Pogo”主要用于朋克演出现场，有其自成一体的动作规范，但随着音乐节狂欢的受众群体不断拓展，继续给各项仪式设限不仅不合时宜而且有违“不拘世俗”的摇滚精神。因此，音乐节上各项仪式的限制正日趋淡化，逐步变成人人均可轻易参与其中的活动。另一方面，音乐节内容正从摇滚拓展到民谣、电音等更为多元的音乐类型；不仅如此，音乐节也逐渐从音乐聚会进化成一个集演艺、旅游、餐饮等多项目于一体的狂欢派对，个体的快乐得到真正满足，这恰恰是当代年轻人所向往的娱乐生态模式。

工作压力大、日常生活千篇一律，如今的年轻人对充满刺激、尽情宣泄的娱乐方式青眼有加。音乐节就是这样的契机，现场的人们可以在音乐到达高潮时随意蹦跳，在喧闹的音乐掩盖之下放肆尖叫，没人会对以上行为用异样目光行注目礼。小可（化名）是一名普通白领，不久前，并不偏好摇滚乐的她第一次去音乐节现场就快速进入状态，“Pogo”了一整天。“尽管第二天又虚又累，但我太爱那种感觉了，下次还要去。”小可意犹未尽地表示。

可以说，正是受众与摇滚文化的“双向奔赴”，助推了音乐节从小众集聚向大众狂欢的蜕变。数据显示，2021年“五一”假期，超四成用户选择音乐节作为度假休闲首选，其中还有六成用户选择跨城观演。

隐忧：不到20%音乐节盈利

当前，我国音乐节的类型和数量仍呈现“井喷式”的增长态势。音娱行业研究机构数据显示，2016年至2019年，每年都有超过200场户外音乐节在全国各地举办。

音乐节愈发火热正吸引着各方资本积极入场。动辄几万人甚至几十万人的人流量，让音乐节对地方文旅的带动效果逐渐凸显，成功举办一场音乐节已是打造城市名片的有效方式之一。作为文旅大省，山东今年也成了音乐节大户：据不完全统计，今年下半年，山东预计将举办14场音乐节，举办地点包括济南、青岛、淄博、潍坊、东营、日照、德州等多个城市。

然而，“有人星夜赶科场，有人辞官归故里”，在音乐节市场高歌猛进的情况下，也有大量音乐节品牌消失或停办：尽管近几年大众对于音乐节的参与度有大幅提升，但依然亏损的音乐节不在少数。有业内人士指出，在国内，只有不到20%的音乐节盈利，其余的均是“赔本赚吆喝”。因此，在国内像草莓、迷笛等能够长期稳定办下去的音乐节品牌，依然屈指可数。据统计，在2016年、2017年、2018年三年均落地并具备一定品牌性的音乐节，只占市场整体的约15%。

究其原因，应是音乐节产品高度同质化竞争的结果。音乐节本质上是一种文化产品，在同质产品激增的大背景下，想要突围就必须将眼光投到内容上。始于音乐而又不止于音乐——如今人们对音乐节的需求趋向多元高质，因此，满足受众多元需求，将是音乐节扩大受众群体的有效途径之一。而从长远来看，内容垂直细分将是消费升级的大势所趋，摸清目标受众及其核心需求则是打造精品文化产品的长线投资。在内容方面，国内头部音乐节品牌各有策略：在演出阵容上，像迷笛、yolo等音乐节更侧重在特定风格上的垂直深耕，而草莓、麦田等音乐节的音乐风格相对更多元丰富。

在内容之外，基础设施服务也是音乐节有待补足的短板。几万人的规模对现在的音乐节来说已是家常便饭，但许多音乐节的现场安保、公共卫生间、保洁等配套服务却难以承载相应工作量，以至于不少音乐节之后都可在网络上听到不小的吐槽声。今年“五一”期间，南京草莓音乐节、河南云台山音乐节就被报道散场之后遍地垃圾，这反映出音乐节在配套设施方面仍有欠缺。在垃圾处理方面，日本的富士摇滚音乐节表现得颇为出色：除了入口处发放巨型环保袋之外，场地的垃圾箱位置也颇为醒目，周围更有志愿者会对垃圾投放者进行分类监督。设施和服务的水准跟不上是音乐节普遍存在的短板，不仅影响观众体验，也事关举办音乐节的城市形象。解决这一问题，不能仅靠观众自觉，更需要主办方不断优化配套设计。

让人笑得开心，可不是个简单活

说古论今

□ 本报记者 于国鹏

前不久，陈佩斯在人民日报发表文章，谈喜剧创作的体会和观点，在微博、腾讯等平台上，迅速成为热门话题。陈佩斯是公认的喜剧大咖，旗手级人物，他谈论喜剧，不仅圈内关注，圈外的普通人也很感兴趣。他的这篇文章，言语平易，质朴无华，没搞任何“花头”，但一定不能往寻常里看，就如同一位身怀绝技的武林高手，招式虽不复杂，但拳拳都往要害上打。他认为，充满智慧的喜剧才是高级的喜剧，喜剧的内核是“摆脱困境”，并条分缕析，细细道来。什么该做，该怎样做，尤其是那些做喜剧又不得要领的，听他一席话，或感茅塞顿开。

一个好喜剧，关键还是要有好剧本。陈佩斯说：“好的喜剧不仅仅靠表演，它一定建立在扎实的文本基础上。所以喜剧创作者要表演精进，更要关注文本。”在这方面，陈佩斯没特意去批评谁，但是在有限的篇幅中，专门再提及这个老生常谈的话题，说明当今喜剧剧本的创作方面，确实存在着一定问题。剧本剧本，一剧之本。如果剧本都立不住，创作就失掉了根基，抽走了灵魂。观众不满意，起哄批评，根本原因还是本子不扎实，既无生活逻辑，又无艺术逻辑。靠着几个不靠谱的噱头，或者临时卖个丑傻呆萌“赌一把”，这样的作品演的尴尬，看的更尴尬。

什么样的才是好剧本？陈佩斯认为，“合格的喜剧剧本通过不同角色组成相悖的行动线而生发故事。”设计出不同的角色，相悖的行动线，他们之间还要互相交织，互相叠加，互为因果，由此才能不断引出意想不到的“笑”果来。以陈佩斯、朱时茂两人编剧并主演的小品《警察与小偷》为例，陈佩斯饰演的小偷陈小二，假扮警察为撬保险柜的同伙放风，想不到遇到了朱时茂扮演的真警察。警察与小偷，如同猫和老鼠之间的关系。真警察本就警觉，再看这位陌生“警察”陈小二，表情慌张，仪表邋遢，“站都没个站相”，更是心下起疑。一真一假之间，对起话来，意思明明是反着的，却还都能搭上茬。如此叠梁架屋，闪转腾挪，似是而非，整个过程扑朔迷离，一波三折，观众笑得乐不可支。这才是好喜剧的理想架构。

要想创作出好喜剧来，一定要考虑清楚喜剧的内核。内核是什么？陈佩斯说：“演过那么多喜剧，我最大的感受是，虽然喜剧是引人发笑的艺术，但其内核是摆脱困境。”这个见解非常精到。那些优秀的喜剧作品，无不是围绕“摆脱困境”生发情节，推进剧情。主人公不断尝试摆脱困境，但又不断落入新的困境，原本想解开、挣脱系在身上的结，结果却是越挣扎越紧，由此不断强化艺术张力，抛出一个又一个“包袱”，形成持续不断引人发笑的艺术效果。如严顺开主演的小品《张三其人》，对此有着经典而生动的诠释。剧中，张三不断被人误会，本想澄清误会，却总是阴差阳错，越解释越糊涂，反而引起更多误会。张三正在煮自家的鸡蛋，同事李四“恰好”也买了一篮子鸡蛋。商贩给送来时，李四“恰好”外出。商贩于是让张三帮着转交一下。李四回来，一看张三正煮鸡蛋，以为拿了自己买的鸡蛋：哟嘿，都吃上了？吃吧吃吧，这鸡蛋便宜，一块钱五个，我买了十块钱的。张三郁闷了，急眼了：还吃吧吃吧，肯定是以为我拿了他的鸡蛋。说是说不清了，于是张三希望通过当面数清鸡蛋自证清白。结果，数来数去，鸡蛋只有四十九个，商贩“恰好”少给了一个。尽管张三指着所煮的鸡蛋反复声称“这个鸡蛋是我的”，李四还是客气“吃吧吃吧，什么你的我的”。这么多“恰好”堆到一起，张三越是想摆脱误会，越是加深误会，“笑”果就不断释放出来了。所以，陈佩斯特别强调，“摆脱困境”是角色行动的内驱力，有内驱力才会形成行动线，在创作之前，一定首先把这个内核想清楚，想透彻。

陈佩斯谈到的这些观点，既是一位喜剧人对于喜剧发展拳拳之心的真挚表达，也是一位优秀艺术家关于喜剧艺术创作卓越识见的精彩阐述。喜剧是非常受欢迎的一门艺术，从观众角度来讲，希望能不断看到优秀的新作品上演。谁不喜欢笑呢？从演员角度讲，要下功夫不断创作出更多优秀的作品来，以满足观众的艺术需求。怎么做到这一点呢？其实照着陈佩斯说的几个方面努力就没错。这样创作出来的作品，人物丰满、逻辑严密、智慧充盈，才能真正让大家笑得开心，笑得舒心。

文化视点

《1921》主旋律引爆暑期档

□记者 田可新 实习生 姜珊 报道

本报讯 7月1日，影片《1921》登陆各大影院，引发大众观影热潮，瞬间登上了热搜。

该片为中国共产党成立100周年献礼片，以“横截面”视角切入，全景式重现了百年前波澜壮阔、开天辟地的历史时刻。

该片画面制作精良，上海的繁华、南湖的诗意与激荡的时代交织融合，跨越百年来到观众面前。同时，电影角色刻画细致。荧屏上鲜活闪耀的是课本中一个个熟悉的名字，青年演员精彩细腻的演绎还原了伟人们的年轻岁月。尤其是电影结尾的一幕，让许多观众情难自禁、泪流满面，自豪与感恩萦绕心间，久难消散。

监制兼导演黄建新表示：“我们筹备五年，做了无数的史料挖掘工作，捕捉我们想要表达的那些先辈身上的个性、理想、信念，让他们不再是符号，而是具体的人。”

《碎嘴许美达的生活碎片》居6月新书榜榜首

□记者 田可新 实习生 姜珊 报道

本报讯 根据当当网新书榜单数据，网红达人许美达所著《碎嘴许美达的生活碎片》连续三个月位居榜首。

许美达是情感类自媒体人，37岁的家庭主妇，两个孩子的妈妈，她将家长里短拍成短视频，在生活中挖掘并传递快乐，也因此在全网收获了1500万的粉丝。这本书是许美达的自传，告诉大家“碎嘴”是怎么“长成”、如何成名的，以及她的生活经历、所见所闻。其写作风格酣畅、幽默，既让人捧腹，也让人笑中带泪，引人思考。该书在豆瓣上的评分高达8.3分。不少读者表示，从书中可以感受到作者的坦率真诚、心怀天下，夸赞其是个有见识有态度、了不起的女性。

此外，新书榜单第二位《张文鹤护肤指南》，提供了30多种常见皮肤问题的识别及其实用疗法；排名第三的《你是宇宙安排的邂逅》，讲述了以“邂逅”为主题的9个直击人心的故事，作者张皓宸在纸上重现了自己眼中相互交织的微型宇宙，所关照的是“我们如何爱自己”这件事；第四位是脱不花写的《沟通的方法》，读者可以通过此书了解脱不花的“沟通心法”，把沟通想象成一场“无限游戏”，调用此书，解决眼前问题。

《这！就是街舞》第4季领跑暑期综艺

□记者 田可新 实习生 姜珊 报道

本报讯 街舞选拔类型的综艺节目并不多，最广为人知的，应该算《这！就是街舞》了。日前，该节目官宣，第4季定档7月播出。

《这！就是街舞》在2018年播出第1季，便连续9周收视第一，并且在某评分网站上收获高达9.1分的好评。随后，节目以每年一季的方式播出，到今年已经是第4季。

据悉，第4季《这！就是街舞》的赛制将进行全方面升级，出道就是挑战赛，舞者之间的“battle战”将贯穿始终。根据目前曝光的图片来看，这次的街舞场馆也进行了全方位升级，中央广场是主舞台，四周还有潮玩店、舞蹈馆、机械科技和酒吧四个主题场馆，非常值得期待。

莱芜乡村艺术团多次上卫视

□记者 杨润勤 报道

本报讯 在济南莱芜区深山里的任家庄村，有个乡村艺术团。团里这些“庄稼妮子”，多次登上了央视和全国卫视的舞台，成了莱芜的一张文化名片。

任绪亮是乡村艺术团团长，回忆“庄稼妮子”的“出山记”：女儿任玉婷从小就喜欢唱歌跳舞，还组织几个姐妹一块儿练。几年前，任玉婷和几个好姐妹进城，在一家商场的柜台上偶然看到一张《星光大道》选秀节目的海报，任玉婷把它带回了家。几天之后，7个志趣相投的小姐妹去参加海选。没想到，后来竟然轻松入选，在央视亮了相，这下小小山乡沸腾了。随后，任绪亮成立了旭亮艺术团，虽然他们不是科班出身的演员，但因为节目是从田间地头里挖掘出来的、真正反映老百姓生活的作品，所以带着山野气息的“庄稼妮子”让观众青睐。

近些年来，在重庆卫视《奇迹梦工厂》的舞台上，“庄稼妮子”组合表演了一段自编的节目《钱是什么》，热情与质朴的表达获得全票通过，最终斩获最快进步奖；参加《我要上春晚》节目选拔，表演舞蹈《庄稼妮子庆丰收》，得到了评委高度评价，成功晋级，这个节目还登上中央一套六一晚会的舞台。她们不光在外面演，在村里、镇里、市里演得更多，场场都能得到喝彩。

“庄稼妮子”给村里带来了欢乐，也让村庄变得更加和谐。现在村里办起了少年宫，免费吸纳本村及周边村庄的孩子来学习各种才艺，不仅家长们放心了，也激发孩子们的兴趣，还能培养出更多演艺的好苗子，一举三得。眼下，一到周末，孩子们便争相到少年宫来，在孩子们的“免费才艺课堂”上，笑语阵阵，乐声不断。

中国体育彩票 CHINA SPORTS LOTTERY
扶贫助学 济困赈灾
健身全民 公益公信
公益体彩 乐善人生

大众报业集团(大众日报社)出版 国内统一刊号:CN37-0001 邮发代号:23-1 社址:济南市泺源大街6号 邮编:250014 电话查询:(0531)82968989 报价全月45.00元 零售价:3.00元 广告许可证:鲁工商广字第01001号 广告部电话:85196701/6708 昨日开机5:20 印完8:10 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂)印刷