

逆袭的“明日之子”无需定义



□刘雨涵

《明日之子乐团季》，也就是《明日之子》的第四季，成了一个另类。别的综艺节目都是一季比一季垮，而《明日之子》却实现了口碑逆袭。前三季的《明日之子》在豆瓣的评分都徘徊在5分到6分之间，没想到这一季竟然神奇回血，达到了8.4分的高分。《明日之子乐团季》在节目思路至少做对了两点，那就是不设限和不迎合，这些都是当下综艺节目所稀缺的品质。

虽然《明日之子》这一季转做乐团，明显是受到了《乐队的夏天》的启发，但是它却玩出了和乐夏不一样的风格。《明日之子乐团季》的节目模式是让喜欢音乐的年轻人找寻志同道合的乐团伙伴，走的是年轻音乐人的乐队养成之路，与《乐队的夏天》的老炮儿PK有着明显区别。韩国综艺《超级乐队》是这种模式的鼻祖，后来国内又有了《一起乐队吧》《我们的乐队》，也都是相同的思路。不过《明日之子乐团季》比之前者更加不受限制，乐器可以中西合璧、无限玩法，乐手可以强于歌手成为主角，选手可以毫无经验、天然呈现。

乐队一般玩的是摇滚“四大件”——吉他、键盘、贝斯、鼓，而在《明日之子乐团季》中，民族乐器却成为了最大的亮点。闫永强

的唢呐改编版《The Spectre》让人听得头皮发麻，原来唢呐也可以这么硬核摇滚。哈拉木吉和萨木哈尔带来了马头琴和冬不拉演奏，还有大鼓、音束、铜锣、手碟等乐器的加入。在电影《闪光少女》中，曾展现过被打压轻视的民乐与西洋乐的斗琴。节目中“二手玫瑰”的梁龙也说，二十年前他将唢呐加入表演还被认为是“伪摇滚”。现在看着这些20岁左右的年轻人将民族乐器玩出了新的方式，真的证明了民族的才是世界的。

即使是流行的热门乐器，也可以有新的玩法。比如自封“提他手”的王江元，可以用大提琴弓拉吉他，随后可以随手把琴弓丢掉改为用手敲击，让一把吉他有了弦乐和打击乐的新玩法，不愧是2000年出生的新新人类。还有鞠翼铭用架子鼓改编的《创造101》主题曲，当摇滚乐器和女团舞曲结合，又有了完全不同的感觉。此前的音乐节目中，观众和节目组总是将视线落在歌手身上，即使是乐队综艺，人们也是主要关注着主唱的一举一动，其他乐队成员很容易沦为伴奏一般的存在。而这次在《明日之子乐团季》中，乐器和乐手第一次当仁不让地成为了主角。

纯素人选手也增加了这档节目的宝藏属性。受疫情影响，《明日之子乐团季》的海选受阻，各大经纪公司的练习生储备中又鲜有擅长乐器的，于是只能靠地毯式网络搜寻。在网易云、微博、抖音、B站等网站上，只要跟乐器搭边的人，基本上都被节目组私信过。这样才在节目中聚集

了一群形状不一、无法定义的全新选手。比如被评价为“奶拽”的杨润泽，一张纯净小男生的脸上却有着三分讥笑、三分薄凉、四分漫不经心，一开口竟然还是地道的funk音乐。张炘惊人的即兴原创能力震到了邓紫棋，更被朴树引为知己。脸上长着胎记的沈钺博自弹自唱Radiohead的《Creep》(怪胎)，有着别样的意味。这些充满野生感的少年，让一直深居简出、节目录到一半提前回家睡觉、只想躲在房间里做瑜伽的朴树，竟然破天荒地“入戏、续约”，成为了节目的常驻嘉宾。不仅如此，朴树还时常在节目中露出慈父般的微笑，并对选手们寄语，“时间还长，你们不用变得很熟练，不用变得很圆滑。”

在全民唱跳、组团出道的大环境下，还有着乘风破浪的姐姐、追逐梦想的哥哥等各方势力的夹击，能够在这种红火中还坚持做新生代乐团的养成，这种不迎合本身就是一种勇气。偶像团体要求的是整齐划一，有着标准的流程和范式的动作，团队中的每个人都是一颗螺丝钉，他们像是有着严格制作标准的工艺品，在优中选优的过程中不断被驯化着、复制着。而新生代乐团中，每个人都是独一无二的，组合在一起就成了艺术品。就像是《明日之子》第一季的冠军毛不易，让演艺圈里多了一个从未出现过的“新品种”。《明日之子乐团季》能够演化出怎样的新组合，也是让人非常期待的未知数。也许他们无法定义，但是能够把这份独一无二呈现出来，《明日之子乐团季》已经成功了。



袁孝民谈制片人的修养 不断学习，不怕被拍在沙滩上

袁孝民，上海电影集团策划部策划、电影制片人，毕业于上海戏剧学院戏剧文学系，曾担任张艺谋电影《摇啊摇，摇到外婆桥》的场记工作，获得过第九届澳门国际电影节“最佳制片人”大奖，主要电影作品有《摇啊摇，摇到外婆桥》《给太太打工》《杨门女将之军令如山》等。8月10日，袁孝民在山东影协承办的“全媒体时代电影创作思路与方向培训班”上，通过线上直播，从影视剧的策划、制作与营销方面，向青年电影创作者分享了制片人的从业心得。



齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 宋说

永远年轻 制片人需要不断学习

一部电影的诞生，从导演到制片主任都不可替代，但唯独制片人仿佛是位隐形人，这让袁孝民感慨万千，“有叫我主任的，有叫我导演的，没有人叫我制片人，好像很不顺口。”

在几十年的从业生涯中，袁孝民对于制片人这一职业感觉既热爱又痛苦，制片人不是全能的，但却必须时时刻刻在艺术质量和经济成本间寻找平衡点。拍摄人物传记片《我是医生》时，剧组导演需要一场大轰炸的戏，当时作为制片人的袁孝民头一下蒙了，“大轰炸的戏份就是经费在燃烧，但这场戏又的确是艺术需要，真的很纠结，感觉很分裂。”回忆起几十年前的制片人工作，袁孝民感慨简单又纯粹，“之前电影剧本由文学部出品，生产办公室就像制片人，会把导演、制片主任给配好，摄影、灯光、美术等也会相应配齐。”而现在制片人的工作内容越来越繁琐，“一个人就是一个电影制片厂，搭班子，策划制作都需要自己去完成。”

作为合格的制片人，袁孝民反复提及素质和保持年轻心态的重要性，在袁孝民的制片人生涯中，做出判断的底气来自几十年沉淀的经验，还有

强大的学习心态，“我从1996年开始独立做片，第一部片子是黄丹担任编剧的《给太太打工》。20多年的从业生涯，一直在做小白鼠般的尝试。新的工艺、新的东西更新换代，从1996年的胶片到数字时代，声音从1996年的单声道到立体声，到杜比，到环绕沉浸式立体声，一直需要不断地了解学习。”

不仅是技术上的学习，从编剧到制片人的身份转变，袁孝民提醒青年电影创作者更需要重视文学功底和阅读量，“我的师父说，一个人在导演方面的技能和功力是可学的，是学有止境的，技巧好学，但导演间比拼的还是文学功底。制片人又何尝不是？提出策划做决定的时候，有了文学功底才能做出判断。”

营销和细节 是电影成功的要素

策划、制作与营销，是制片人袁孝民的基本工作。袁孝民在云培训中说，好的策划是第一步，制作又是策划的体现，营销更是出圈的根本，三者缺一不可。

一部电影制作成本少说几百万，但没有营销就意味着失去市场，放在片库里颗粒无收，“电影其实是种非常昂贵的艺术表达，还记得在1994年拍摄《摇啊摇，摇到外婆桥》时我还是个小场记，当时在剧组中有两个人专门拿着DV记录，在筹备期演员体验生活的时候，纪录片组就开始跟拍，所有的营

销资料都搜集得很齐全。”营销应该是从一部剧作的开始就想好营销的概念，“只讲策划、制作，如果没有营销的策划制作就等于白做，什么都不是。”

袁孝民曾经问过一位好莱坞的制片人，制作中最容易毁掉一部电影的是什么？好莱坞的制片人回答说，每一个环节。袁孝民分享了一次细节的经历，让他深刻体会到“每一个环节”对于电影的重要性，“还记得在鄂尔多斯拍摄《杨门女将》时，整个剧组女演员100多人，冬天零下20摄氏度左右，女生古装的衣服繁琐厚重，很多女演员在戈壁滩上没有上厕所的地方只能憋着，后来我们用了平板卡车拉着五六个移动厕所到处跑，还配上了专门的场务清理打扫。”

袁孝民说，只有每个人合作舒服的时候，才能提供更快进度，每个细小的环节对电影来说都至关重要，“英国摄制组以前规定吃饭要搭帐篷，不能看天，法国摄制组一定要有大餐台，菜的种类要多不能只给盒饭……”尊重善待每一个摄制组人员，都会成为电影成功的因素。

袁孝民对青年电影创作者抱着很大的期盼，“现在电影发展迅猛，随着科技的发展，我这朵前浪总要被后浪拍在沙滩上，中国电影的未来在青年创作者中间。”袁孝民现在拍起电影来依旧上瘾，“当连续几个月甚至一年都在剧组中度过，确实很耗费人的心力。但为什么又会会上瘾？可能还是因为拍电影充满着挑战。”