

现代节日的建构与发展——以青岛国际啤酒节为例

王雅菁 周灵颖*

昆明学院人文学院, 云南 昆明 650214

摘要: 20世纪80年代以来, 由于世界范围内全球化、现代化不断发展, 节日的生态环境与之前大不相同, 进入建构时代。在政府政策扶持与独具特色的啤酒产业支撑下, 青岛通过借鉴德国慕尼黑啤酒节的经验, 并融入本地特色进行创新发展, 成功打造出盛大的现代节日——青岛国际啤酒节。青岛国际啤酒节历经三十余年发展, 已成为展现青岛城市文化与城市魅力的重要现代节庆。

关键词: 青岛国际啤酒节; 现代节日; 城市节事

0 前言

节日诞生于人类的文明, 在人类社会传承发展。随着时代发展, 节日不再局限于传统的团聚、纪念等含义, 而是加入了新时代的经济、文化等含义。许多结合当地的人文特色的现代节日应时而生, 成为促进经济发展的重要手段之一。建构、举办特色现代节日已经日益成为各地政府促进经济发展、打造城市形象的重要方式。而青岛国际啤酒节正是颇具代表性的现代节日之一。

青岛国际啤酒节是以啤酒为媒介, 融旅游、文化、经贸为一体的大型节庆活动, 是亚洲最大的啤酒盛会^[1]。青岛国际啤酒节作为典型的现代节日, 现已成功被打造为颇受大众喜爱、影响力强大的品牌节庆活动。

1 建构背景

自1991年创办, 青岛国际啤酒节历经办会主体迭代升级, 从最初由青岛啤酒厂主导, 逐步发展为青岛市人民政府联合国家相关部门协同主办。这一极具影响力的年度盛会, 以青岛啤酒为核心元素, 融合商业洽谈、文旅推广、文化展演等多元业态, 已然成为极具代表性的现代节庆活动。

1.1 历史与产业背景

青岛国际啤酒节构建的核心元素是青岛啤酒, 而青岛生产啤酒的历史已有一百余年。1898年3月, 青岛被“租借”给德国99年。啤酒在这时便伴随着德国文化进入青岛, 逐渐渗透入青岛的日常生活中。1903年, 青岛啤酒建厂。“1903”直到现在也是青岛啤酒的重要文化符号。20世纪80年代后, 青岛啤酒年产量超过10万吨, 是中国首个实现该产量的啤酒厂商。当下, 青

岛啤酒已然跻身国际市场上极具影响力的中国品牌之列。历经百年岁月沉淀, 青岛啤酒持续拓展国际版图, 凭借雄厚的品牌底蕴与产业实力, 为青岛国际啤酒节筑牢了稳固的物质根基。与此同时, 品牌百余年传承的啤酒文化与青岛民众对啤酒的深厚情感, 共同构成了这一现代节庆活动蓬勃兴盛的核心驱动力。

1.2 文化借鉴创新

作为最负盛名的啤酒节, 慕尼黑啤酒节(The Munich Oktoberfest)原名“十月节”, 起源于1810年10月12日。因其在节日期间主要习惯饮用啤酒, 所以又称为啤酒节。它于每年九月底在德国巴伐利亚联邦州的首府慕尼黑举办, 一直持续到十月上旬。

“啤酒节”是巴伐利亚文化的重要组成部分, 同时它与巴伐利亚、慕尼黑, 甚至德国及其节日文化有着广泛联系。^[2]作为传统节日, 慕尼黑啤酒节逐渐发展出了属于自己的固定模式, 如身着传统民族服装、使用大号玻璃杯饮酒等等。独具特色的民族文化吸引了世界各地的人们来参加这场盛大的集会。由此青岛啤酒节对慕尼黑啤酒节进行相应的学习借鉴, 在慕尼黑啤酒节的成功模式上加入当地文化特色延伸发展, 建构起独属于青岛自己的现代新型节日。

1.3 城市发展需求

随着改革开放深入推进, 市场经济体系逐渐完善, 各地政府大力发展旅游产业以推动城市建设。青岛结合当地自然人文景观特色, 大力发展特色产业, 以建设崭新的城市风貌。在自然景观方面, 青岛东临黄海, 背倚崂山, 是名副其实的“山海之城”, 具有得天独厚的发展优势。在人文景观方面, 青岛具备多种风格的建筑, 如天主教堂、德国监狱等; 青岛的啤

酒文化历史悠久,别具趣味的“吃嘎啦,哈啤酒”民俗广为流传,极具吸引力。自然风光与人文特色相互映衬,为青岛的旅游业提供了重要支持。因此,青岛市在充分利用当地自然、人文资源的基础上,以广为人知的青岛啤酒为核心元素,打造出专属于青岛的现代节日——青岛国际啤酒节。

2 构建与发展

现代节日延续了服务公众生活、提供休闲与娱乐等节日的功能,以开放包容的姿态,丰富着人们的生活。^[3] 确定现代节日主题是构建现代节日的首要工作,而在确定主题之后,如何构建与发展好现代节日则要进行多方面考虑。

在节日主题上,青岛充分考虑当地特色产业,结合悠久历史文化,最终选定啤酒为现代节日的核心主题。青岛啤酒不仅是青岛经济发展的强力支持产业,同时也是青岛文化的重要组成部分,极具代表性。

在节日定位上,在选定以“啤酒”为核心主题后,相应的啤酒节定位就着眼在爽快痛饮下的狂欢节日。由此青岛国际啤酒节提出“与世界干杯”的国际化宣言,展示出青岛迈向世界的自信与开放。在往届青岛国际啤酒节的开幕式上,主办方曾邀请青岛籍奥运冠军一同参与,现场汇聚众多奥运功臣与志愿者,热烈的啤酒狂欢氛围与奥运庆功盛典交相辉映,将激情与荣耀完美结合。

在节日模式上,首先,青岛啤酒节将举办时间同样设在每年夏季的固定时间,以使这一新型现代节日形成“传统”;其次,相似于慕尼黑啤酒节的露天环境,青岛为啤酒节特意建设了专门的露天节日场所——青岛国际啤酒城;最后,辅以当地特色美食、音乐表演活动打造狂欢节氛围。在青岛国际啤酒节期间,主办方参照慕尼黑啤酒节配备各项服务,引进花车游行、艺术巡游、啤酒大棚等特色项目,力争打造一场具有国际化水准的啤酒盛会。而慕尼黑啤酒节以德式香肠配德式啤酒作为经典搭配,青岛国际啤酒节便以青岛啤酒配当地海鲜为特色美食;同时邀请知名歌手、乐队进行表演,加强了啤酒节的狂欢氛围,给人们提供了区别于日常生活状态的公共空间,渲染了热烈的气氛,打造出极具氛围的狂欢节日。

在节日内容上,青岛国际啤酒节自创办之初便致力于挖掘和传承特色城市文化。现在的节日流程融入本土元素,其间别有特色的开启第一桶啤酒、唱节歌等活动,赋予了其更强的仪式感与传承感;而在啤酒大棚中,极具当地特色的各式展演与样式众多的特色美食烘托了

热烈的节庆氛围;艺术巡游中青岛本地民间艺人的表演不仅勾起本地人的文化共鸣,更是展示青岛民间文化的有效途径。

在节日宣传上,青岛、青岛啤酒、青岛国际啤酒节三者之间已是密不可分的共同体。青岛啤酒厂虽然是一个大型啤酒厂,但是与青岛的历史、文化、当地人的生活等息息相关,已经成为人们认同青岛的重要标志之一。^[4] 提到青岛便会想到青岛啤酒,提到青岛啤酒便顺势想到青岛国际啤酒节。青岛国际啤酒节作为青岛对外宣传的重要窗口,其日益繁荣为青岛带来了既有文化特色又有物质支撑的个性标签,城市形象也随之建立得更加完备。青岛国际啤酒节这一现代城市节庆活动不仅是现代市场经济发展的一种内在要求,同时又是一项庞大的社会性集体活动。因此,在进行节日宣传的过程中,青岛市政府积极发挥宏观调控作用,将政府、社会、市场三方有机结合,使之形成举办青岛国际啤酒节这一现代节日的整体合力,从而发挥最大效用,实现更好的节庆效果。

3 发展困境

青岛国际啤酒节提升了青岛城市品质,扩大了青岛城市影响力,对青岛的城市更新起到了正向作用。^[5] 但青岛国际啤酒节自创办以来已经举办了三十四届,在不断发展进步的同时,也难以避免地开始面对各种困境。

3.1 过度商业化

现代节日的举办与经济发展息息相关。在举办经验逐渐丰富之后,青岛国际啤酒节却逐渐走入固定的商业化模式:啤酒、饮食、游玩设施价格偏高;分会场设立数量逐渐增加;会场内遍布各式各样的消费项目等。对于青岛本地人而言,前往参与啤酒节时基本都会因物价过高而尽量减少场内消费。

3.2 文化内涵缺失

青岛国际啤酒节举办三十余年,举办过程中活动模式逐渐固化。随着啤酒节会场的搬迁及众多分会场的设立,各个会场的活动质量难免有所下滑,由此引发青岛本地民众对啤酒节的兴趣逐渐下降,活动氛围仅靠外地游客难以持续,且失去了青岛特色的人文环境。而在青岛国际啤酒节的节庆活动举办过程中,节目内容多由大众所熟知的歌舞、音乐表演所组成,涉及青岛当地特色文化的节目不多且缺乏相关宣传介绍。而缺少文化内涵的节庆活动必然导致其吸引力的逐渐降低,最终失去自己赖以生的文化特色。

3.3 同质化节庆活动增多

随着青岛国际啤酒节的成功举办,全国各地的其他城市纷纷开始举办相似的啤酒节庆活动,如哈尔滨国际啤酒节、深圳世界之窗国际啤酒节、大连的中国国际啤酒节等等。这些同质性极强的啤酒节庆活动不但分流了青岛国际啤酒节的客源和热度,而且无形中降低了其影响力和吸引力。

3.4 原有秩序维持困难

青岛国际啤酒节的成功举办在带动经济发展的同时,也对城市原有的社会生活秩序造成了消极影响。城市的公共安全、居民的居住环境、海洋等自然景观的生态环境等方面都面临巨大的维护压力。旅游季、节假日期间,青岛当地居民的日常生活秩序受大量涌入的游客影响,在出行、饮食、安全等方面都多有不便。政府等相关部门应制定细致规范的相应规则规范,维护正常生产生活秩序。

在青岛国际啤酒节的发展过程中,不能只关注带来的经济效益与积极方面,也应关注其面临的困境与带来的消极方面,如在居民社会生活方面也存在一定的消极影响,并且存在节事旅游的挤出效应与低谷效应^[6]。

4 结语

霍布斯鲍姆在《传统的发明》一书中提出“那些表面看来或者声称是古老的‘传统’,其起源时间往往是相当晚近的,而且有的是被发明出来的”^[7]。创立于1991年的现代节日青岛国际啤酒节建构、发展的过程,正是发明传统的过程。青岛国际啤酒节这一现代节日作为“被发明的传统”,是一种“新传统”,作为文化的生产与再生产的产物,并没有脱离以往固有的传统,只是在以往传统的自然性基础上,增加了传统的人文性和社会性^[8]。同时青岛国际啤酒节作为青岛当地的特色现代节日,以城市文化为内在驱动力,构建出其稳定内核,与历史文化相关联,通过不断在每年相近日期的重复举办,强化了节日特色。通过对青岛啤酒历史与文化的挖掘、利用,青岛国际啤酒节与青岛的城市文化与城市记忆建立了有效关联。节日作为城市发展的多功能载体,不仅是彰显地域特色的文化窗口,更是多元文化碰撞交融的大好契机。城市文化在现代节日的构建发展过程中得以迭代更新,催生出新的火花,为城市发展注入源源不断的创新活力。

而张勃也认为新兴节会“总是立足于地方,

以促进地方经济、文化发展,提高显示度为目的,充分利用当地独特的自然资源、物产资源和文化资源(尤其是民俗文化资源),一年一度长期举办,是典型的建构型节日。^[9]青岛国际啤酒节这一现代新兴节会由政府牵头,立足于青岛特色啤酒产业,充分利用当地资源,带动城市经济迅速发展。三十多年来,青岛国际啤酒节从本土节日走向全国乃至走向世界,这样的现代节日的出现,不仅为产业发展开拓了新的空间,同时还以开放包容的姿态展示了城市文化底蕴。

参考文献:

- [1] 师守祥. 青岛国际啤酒节的本土化与国际化[J]. 旅游学刊, 2013, 28(6): 9-10.
 - [2] 米夏埃尔·沃布林, 王炎坤. 对“老传统”的跨文化接纳——德国慕尼黑“啤酒节”的全球性转移[J]. 历史教学问题, 2017, (06): 97-103+58.
 - [3] 刘晓. 当代艺术节之节日形态建构研究[J]. 东岳论丛, 2016, 37(03): 186-192. DOI: 10.15981/j.cnki.dongyueluncong.2016.03.024.
 - [4] 唐顺英, 郝妮如莲, 刘丰祥. 青岛啤酒与地方文化认同[J]. 东方论坛, 2019, (05): 94-106.
 - [5] 唐月民, 王轶群. 城市更新视角下中华老字号的振兴之路研究——以“青岛啤酒”为例[J]. 文化产业研究, 2022, (02): 306-317.
 - [6] 宗刚, 赵晓东. 啤酒节对主办城市的影响效益分析——慕尼黑啤酒节与青岛啤酒节的比较[J]. 旅游学刊, 2013, 28(05): 72-79.
 - [7] E. 霍布斯鲍姆(E.J.Hobsbawm), T. 兰格(Terence Ranger), 顾杭等. 传统的发明[M]. 南京: 译林出版社, 2004.03.
 - [8] 李银兵, 李孟星. 传承与创新: 传统节日文化的现代性重构[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2024, (03): 177-188. DOI: 10.14084/j.cnki.cn62-1185/c.20240527.003.
 - [9] 张勃. 建构时代的中国节日建设[J]. 民俗研究, 2015, (01): 62-73. DOI: 10.13370/j.cnki.fs.2015.01.007.
- 作者简介: 王雅菁(1998-), 女, 山东青岛人, 研究生。研究方向: 少数民族文学, 民俗学。
- 通讯作者: 周灵颖(1992-), 女, 云南昆明人, 助理研究员, 研究方向: 少数民族文学、非物质文化遗产。