

楼上观涛

角逐吉祥物 需比出身拼颜值论才能

想C位出道?没那么简单

◆陈妍凌

今年8月24日是麋鹿回归祖国33周年。作为麋鹿模式种发现地、野外灭绝地、首个种群成功回归地,北京市大兴区宣布将与北京市科学技术研究院携手,全力推动麋鹿形象参与冬奥会吉祥物征集。

麋鹿的竞选理由很充分。一来,麋鹿保护被誉为“世界野生动物保护的样板”,具有生态示范意义;二来,它跑得快、游得快,善于爬冰卧雪,是动物界的“运动健将”,这与冬奥会的冰雪竞技主题颇为贴近;三来,“鹿”与福祿寿喜中的“禄”字同音,被认为承载着祥瑞仁和的美好寓意和祝福。

北京2022年冬奥会和冬残奥会吉祥物全球征集将持续到10月31日。麋鹿竞选之路上是否会遭遇“劲敌”尚未可知,不过翻看以往体育赛事的吉祥物,我们不难发现——体育界的这张“聘书”真不是想拿就能拿到的。

远的不说,就说说眼下比拼正酣的印尼雅加达亚运会。它的吉祥物原型,是3种印尼特有的野生动物——极乐鸟、独角犀牛和巴岛花鹿,分别代表印尼的3个地区,体现民族团结。极乐鸟“Bhin Bhin”主要分布在印尼东部,以美丽的羽毛著称于世,是智慧的象征;独角犀牛“Ika”来自印尼西部地区,是力量的象征;巴岛花鹿“Atung”又名巴岛豚鹿,是印尼巴东安岛上特有的鹿,是速度的象征。

今年的韩国平昌冬奥会和冬残奥会,吉祥物分别是白老虎“Sohorang”和亚洲黑熊“Bandabi”。老虎象征着朝鲜半岛的地理形状,白老虎被认为是神圣的守护兽。白老虎的“白”色还象征着冰雪体育运动。而亚洲黑熊是江原道的代表性动物,也是坚强意志与勇气的象征。

也就是说,吉祥物不仅要能代表国家形象、契合赛事精神,还多是珍稀或特有种。常见物种想竞选?领张报名表都难。

你看2010年南非世界杯吉祥物“扎库米”,它的原型是豹。那届世界杯组委会首席执行官丹尼·乔丹说,选择豹的原因一是南非的狮子、大象、水牛、犀牛和豹五大动物中,其他4个已被多次作为体育赛事的吉祥物使用。瞧,就是这么简单直白,让你无法反驳。

与其它吉祥物不同的是,“扎库米”是一个有生日的吉祥物。1994年6月16日,是南非种族隔离政策宣告结束的日子,这也成了小豹子“扎库米”意义深远的生日。世界杯举行时,扎库米刚刚16周岁,浑身充满着年轻、精力充沛等气质。

体育赛事的吉祥物原型以动物为主,这种基调似乎从一开始就约定成俗了。1972年,德国慕尼黑夏季奥运会吉祥物瓦尔迪,是一只短腿长身的德国猎犬,寓意运动员坚韧、坚持和敏捷的特性。这是夏季奥运会历史上第一个官方吉祥物。更早前,从1966年的英格兰世界杯开始,全球最重要的足球盛宴就有了吉祥物,当时是一只身披米字旗的狮子。

俄罗斯人对以动物为原型的吉祥物更是偏爱。今年俄罗斯世界杯吉祥物原型为西伯利亚平原狼。这次吉祥物票选第一轮结束后,10个“候选者”包括老虎、狼、远东豹、火鸟、外星人、宇航员、小猫、熊和机器人等。到了第二轮,非动物原型的设计方案就全部落选,候选范围缩小为3个,即小猫、老虎和狼。

类似情况也出现在几年前的俄罗斯索契冬奥会吉祥物票选中。帅气矫健的雪豹、憨态可掬的北极熊和乖巧灵活的兔子得票排名前三,共同成为吉祥物。就连俄罗斯国家领导人普京也毫不掩饰自己对濒危猫科动物——雪豹的钟爱:“雪豹非常强壮,行动迅速,是力与美的结合。”而在此前的11份候选方案中,还包括了太阳、雪花、海豚、圣诞老人、套娃等。

那么,非珍稀或特有种动物,是不是就没机会“竞选”呢?

也不是。2006年意大利都灵冬季奥运会吉祥物“内韦”和“格利兹”,原型就是雪和冰。2010年的温哥华冬奥会更会玩,吉祥物都跨界了,分别是北极熊“米加”和北美野人“魁特奇”,雷鸟精灵“苏米”则是冬残奥会吉祥物。它们的创意来自不列颠哥伦比亚省原住民的民间传说和有关加拿大广阔荒原的神秘故事。作为会飞翔的动物守护神,苏米是天生的领袖,对保护环境充满热情。

在我国,也有非动物原型的体育赛事吉祥物,比如2014年南京青奥会吉祥物砵砵。这个一度被网友群嘲“名字太生僻,形象丑哭了”的设计,灵感来源于南京雨花石。随着青奥会宣传的深入,砵砵人偶的扮演者为了它设计了許多可爱的动作,加之这款人偶容易摔倒的特性,更一度获封“花样摔跤冠军”。五彩粽子、变异豌豆、袜子精等戏称接踵而至,这款吉祥物渐渐生动起来,让网友“黑转粉”,认可了它“丑萌”的特质。

看来,竞选体育赛事吉祥物,在动物界“出身不凡”固然能享有竞争优势,但民间传说里活跃着的、神话故事里流传着的、甚至是山石水滴,保不齐都可能成为黑马。2022年北京冬奥会吉祥物花落谁家,我们不妨拭目以待。

文化动态

“纪录片+”模式助推流域文旅发展

《嘉陵江》全景展示沿线人文风貌

本报记者文雯北京报道 大型纪录片《嘉陵江》及系列跨媒体行动日前在京举行启动仪式。《嘉陵江》系列计划拍摄10集超高清纪录片,30~50集微纪录片以及一部3D纪录电影,以立体式构架,全景展现嘉陵江的历史、文化、地理、自然、生态、人文、风俗、旅游、产业以及经济社会发展。

据介绍,10集超高清纪录片计划展示嘉陵江沿线各地风情风貌,将在国内主流电视台和主流网络媒体播出。30~50集微纪录片短片则适应互联网、移动新媒体的发展趋势,贴合观众碎片化、即时性的收视特性。3D纪录电影将以国际大片为打造标准,并参照《大峡谷》《黄石公园》和《新三峡》模式,在院线和电视台播出后,在嘉陵江代表性旅游景区落地建设旅游影院,进行循环播映,使其成为一个文化旅游产品。

系列跨媒体行动,则以纪录片《嘉陵江》为载体,从旅游概念策划、资源转化、空间规划到产业孵化全方位立体地为嘉陵江沿线的旅游产业服务,以全媒体、融媒体、跨媒体思维模式,探索文旅融合创新的突破和发展。

亚洲纪录片联盟秘书长、著名纪录片导演杨书华将担任该片总导演,《话说长江》《再说长江》部分主创精英也将参与其中。据了解,此次活动由中国生产力学会策划专家委员会、中国国际经济技术合作促进会、中央新影国际传媒、亚洲阳光国际传媒、亚洲纪录片网共同发起。创作团队还将与陕西、甘肃、四川、重庆4省市、30个区县,联合开展一系列文旅融合主题活动,以“纪录片+”的全新模式,助推嘉陵江流域“生态发展、绿色崛起”和沿江各地区的文旅融合、联动发展。

国宝卖萌亦有道

◆本报记者王琳琳

■专访

《如果国宝会说话》宣传总策划李艳峰

中国环境报:《如果国宝会说话》的宣传推广方式十分多元,效果良好,请问背后有怎样的策划理念?

李艳峰:从宣传团队来说,我们深刻领会解读“文化自信”的内在含义,“文化自信”不只是一句口号、一个理论名词,它有着深厚的根基,有可操作的实践手段。

具体来说,我们利用大数据分析,精准定位节目的属性和目标受众,运用领先的科技呈现和设计手法,量身定制了一系列融媒体产品,以实现“让文物活起来”的最终目的。

比如,我们设计了H5看正片、视频动态海报等产品,引发用户互动评论,量身定制了古今对话场景下的中国戏曲与当代音乐曲风融合的融媒体产品,也定制了“满天星斗看国宝”的3D全息星空,并直连正片,寓意“中华文明如满天星斗般散布在璀璨的星空”。通过这些手段,实现精准传播,并体现多样性、及时性和互动性。

中国环境报:在传播渠道上,《如果国宝会说话》第二季有哪些特别之处?

李艳峰:从整体层面,我们与央视网、央视新闻客户端密切合作,同时,设置了纪录片频道、新浪微博、百度百科、哔哩哔哩、意外艺术等多个播出平台,吸引年轻观众。

在新浪微博上,我们建立了国宝拟人账号,与文博类大号(博物馆官微、文博大V)互动并发起话题;与百度百科合作,建立了“中华文明视频索引”库;与哔哩哔哩、意外艺术等多个播出平台,吸引年轻观众。

在新浪微博上,我们建立了国宝拟人账号,与文博类大号(博物馆官微、文博大V)互动并发起话题;与百度百科合作,建立了“中华文明视频索引”库;与哔哩哔哩、意外艺术等多个播出平台,吸引年轻观众。

基于《如果国宝会说话》五分钟短纪录片的呈现形式,我们还凝练出“给我五分钟,向你呈现全新的国宝;大家一起,向全世界打招呼”的主题活动。发起后,各大社交平台纷纷响应。头条、抖音上发起了“Give me five”大众UGC活动。百度百科数字博物馆发起了“最可爱的国宝”评选活动,同时通过VR等技术进行互联网化展示,让用户身临其境观赏藏品,倾听故事。

形象便从历史的烟尘中清晰地浮现出来:“他叫吴骚,皮肤有些发黄,椭圆的面,身高一米七左右。”

选取里耶书简作为讲述对象,凸显了节目组拍摄之初“探求历史中人的生命状态”的拍摄理念。

此外,节目组也注意将拍摄的文物与现代人的生活进行勾连。第二季第17集讲述了西汉长沙丞相利苍的妻子——辛追夫人生前所穿的素纱单衣。这件衣服即使算上纹锦镶边的衣领、衣袖口和衣襟边缘,整件衣服一共只有49克。在镜头下,素纱单衣在黄色光晕的笼罩下,轻薄、通透、柔软、神秘。可以想象,当辛追夫人在华服的外面套上这件单衣,是怎样的绝代芳华。

在节目中,分集导演祝捷找来设计师李薇以此为灵感设计的衣服,还跟访了南京云锦研究所复制素纱单衣的过程。观众们这才知道,两千年的中国人创造了这样的朦胧之美,今天的世人要想复制同样的奇迹,亦十分不易。素纱单衣的蚕丝纤维只有11.2旦,也就是说,制作素纱单衣的丝,每9000米只有11.2克,而今天,最高级丝织物的纤度也要14旦左右。原来,经过千年进化,现代的蚕越发达越肥胖,即使专门找寻“老弱病残”,再也找不回当年细弱游丝的效果了。

尽管素纱单衣是属于那个时代的生活,也是节目组的初衷之一。第二季所拍摄的文物中,就对准了春秋战国以及秦汉时期老百姓的生活,比如一升量天下的商鞅方升、“古代身份证”里耶秦简。

在考古专家圈,流传一个说法——“南有里耶,北有兵马俑”。能够与伟大的兵马俑相提并论,里耶书简的特别之处可见一斑。2002年,里耶书简出土于湖南湘西里耶古城一座古井中,数量多达3.7万多枚。它作为秦代迁陵县县廷所藏文书档案,近乎全景式地呈现了一个秦代县城的机构设置和运行状况。书简中,有类似今人身份证的记录:“故都邯郸韩里/大男子吴骛/为人黄皙色/隋面/长七尺三寸”。短短23字,一位秦朝时期男子的

的“战国时期,北方游牧民族的鹰顶金冠饰,代表着草原的荣光,以草原之王的威严,俯视着世间一切弱肉强食。”但紧接着,背景音乐响起了《动物世界》的常见配乐,分画面还出现了非洲大草原上豹子猎食动物。好多网友直呼一下子想起来动物交配。好不容易从刚刚的画面脑补里挣扎出来,旁白又乱入了沈腾浑厚的男中音“你过来啊”。弹幕里,网友们都乐疯了。有的写“一贯正经的央视爸爸硬是要皮一下,很开心”,有的写“官方鬼畜卖萌,最为致命”。

没有人统计过网络平台播出时,共出现了多少条弹幕。但是,看片的过程中,屏幕上始终密密麻麻,受欢迎程度可见一斑。

匠心孕精品,掀起国宝热

无论是卖萌式的宣传,还是拟人化的表现方式,都是拉近文物与观众距离的手段。徐欢和团队更深层思考的是,如何让年轻人接纳源远流长的中华文化。“我们并不会刻意去讨好观众,即使‘卖萌’也会有一个度在那里。”徐欢说。

徐欢介绍,拍摄的每一件文物都经历了剧本设计、形象设计、动作设计、人偶制作、背景制作、拍摄、剪辑调色合成几个阶段。在拍摄阶段,节目组坚持到各地博物馆、遗址等地进行实物实拍。而为更清晰地展示文物细节,节目组后期则借助了高精三维数字扫描、高清平面信息采集、多光影采集等诸多新技术,对拍摄的文物进行二次加工。

比如鹰顶金冠饰那一集,节目用了一小段可爱的黏土动画,清晰地展现了草原游牧民族竞争的生存意识。在商鞅方升那一集,则用纪实的方式,展示了天下的“标准”如何诞生。而在第一季里,这样的手法就已经有所体现,比如第一季第九集,节目组利用特效让殷墟嵌绿松石甲骨上的文字“跑”了出来,成了栩栩如生的会说话的动画小人,演示了古代商人一天的生活劳作画面。

为了进一步拉近观众与文物之间的距离,把国宝更多的故事分享给青少年,节目组还和全国多家博物馆联合推出“青少年走近国宝”活动。节目组主创、文博专家现场和青少年与国宝“面对面”,近距离观察国宝,看一线文物工作者实地进行文物发掘、修复工作,听节目组导演解锁“如何让国宝说话”拍摄幕后。这不仅提升了节目的影响力,也激发了更多青少年走近国宝、了解国王的兴趣,感受美好中华。

史被情景再现:铜奔马一脚踏进宇宙,势如疾风灵动飘逸……透过这些文物,节目组希望带领观众了解背后造物的人,理解器物与时代的关联。

拍摄“长信宫灯”的分集导演潘懿说:“我们这集片子以长信宫灯为主要文物,附带去了全国各地的缸灯,很有趣的是,这些缸灯有些长得都是一样的,像山西和陕西都有鱼灯,这边有缸灯,说明汉代的生活非常丰富,汉代疆域非常辽阔,大家的交流非常频繁。通过这样一些文物,我们可以看到一种汉代的气象,这也是《如果国宝会说话》希望大家呈现出的文明物证”。

探求历史中人的生命状态

帮助观众从国宝了解古人的生活,也是节目组的初衷之一。第二季所拍摄的文物中,就对准了春秋战国以及秦汉时期老百姓的生活,比如一升量天下的商鞅方升、“古代身份证”里耶秦简。

在考古专家圈,流传一个说法——“南有里耶,北有兵马俑”。能够与伟大的兵马俑相提并论,里耶书简的特别之处可见一斑。2002年,里耶书简出土于湖南湘西里耶古城一座古井中,数量多达3.7万多枚。它作为秦代迁陵县县廷所藏文书档案,近乎全景式地呈现了一个秦代县城的机构设置和运行状况。书简中,有类似今人身份证的记录:“故都邯郸韩里/大男子吴骛/为人黄皙色/隋面/长七尺三寸”。短短23字,一位秦朝时期男子的

帮助观众从国宝了解古人的生活,也是节目组的初衷之一。第二季所拍摄的文物中,就对准了春秋战国以及秦汉时期老百姓的生活,比如一升量天下的商鞅方升、“古代身份证”里耶秦简。

在考古专家圈,流传一个说法——“南有里耶,北有兵马俑”。能够与伟大的兵马俑相提并论,里耶书简的特别之处可见一斑。2002年,里耶书简出土于湖南湘西里耶古城一座古井中,数量多达3.7万多枚。它作为秦代迁陵县县廷所藏文书档案,近乎全景式地呈现了一个秦代县城的机构设置和运行状况。书简中,有类似今人身份证的记录:“故都邯郸韩里/大男子吴骛/为人黄皙色/隋面/长七尺三寸”。短短23字,一位秦朝时期男子的

帮助观众从国宝了解古人的生活,也是节目组的初衷之一。第二季所拍摄的文物中,就对准了春秋战国以及秦汉时期老百姓的生活,比如一升量天下的商鞅方升、“古代身份证”里耶秦简。

帮助观众从国宝了解古人的生活,也是节目组的初衷之一。第二季所拍摄的文物中,就对准了春秋战国以及秦汉时期老百姓的生活,比如一升量天下的商鞅方升、“古代身份证”里耶秦简。

“叮~,您有一封来自国宝的留言,请注意查收。”

2008年初,《如果国宝会说话》第一季刚一上线,就凭借又皮又萌的文案、脑洞大开的画风、精美走心的制作,圈粉无数。这部由央视纪录频道打造的百集纪录片,每集5分钟,每季25集。用短小精悍的篇幅铺开了一个个尘封的历史空间,用轻盈的方式讲述了一段段沉淀的历史故事。

有网友评价说,《如果国宝会说话》将小而美做到了极致,适应了现代快节奏的传播方式和碎片化的阅读习惯,而国宝们也找到了最现代的表达方式。

刚刚收官的第二季,延续了第一季的风格。总导演徐欢表示,“聚焦文物、传播文物内涵、让文物说话,构建中华文明视频索引的主旨,在第二季中依然延续。多样化叙事、微纪录的表现形式,这些都没有变。”

变化的是,第二季文案更皮,反差萌更明显,新技术的引用让特效的呈现更加丰富。这让一贯在各大博物馆里“寂寞无人知”的国宝,焕发出鲜活的文化能量,成功吸引年轻观众的注意,掀起一波持久的文化热潮。

化身“小可爱”,吸引注意力

反差萌海报再次给观众带来惊喜。你以为我是鹰顶金冠饰,但其实我“好想飞”;

你以为我是击鼓说唱俑,但我一直在“C位”;你说我是曾侯乙编钟,那我就“Duang”一下给你听;

你说我是跪射俑,没错,我一直在“放低自己”……

还有“照着你”的长信宫灯,“确认过眼神”的四神纹玉铺首,“头上有犄角”的木雕双头镇墓兽,各种日常用语和网络热词,配合着文物一同出现在了第二季的海报上,妙趣横生,萌翻了无数网友。

在徐欢看来,选择用什么样的语言与表现方式,关乎人们如何理解古代文物。而让一贯端庄的国宝化身“小可爱”,用拟人化的方式,给自己代言,则代表了节目组的态度,那就是以“年轻化表达”吸引年轻人的注意力,让看似冷冰冰的文物国宝,变得有热血与人性。

为此,除了官方宣传海报外,正片解说的语言风格上,也选择了用年轻人的方式聊天。比方说第一集《鹰顶金冠饰》。解说一开始,是十分正经

的“战国时期,北方游牧民族的鹰顶金冠饰,代表着草原的荣光,以草原之王的威严,俯视着世间一切弱肉强食。”但紧接着,背景音乐响起了《动物世界》的常见配乐,分画面还出现了非洲大草原上豹子猎食动物。好多网友直呼一下子想起来动物交配。好不容易从刚刚的画面脑补里挣扎出来,旁白又乱入了沈腾浑厚的男中音“你过来啊”。弹幕里,网友们都乐疯了。有的写“一贯正经的央视爸爸硬是要皮一下,很开心”,有的写“官方鬼畜卖萌,最为致命”。

没有人统计过网络平台播出时,共出现了多少条弹幕。但是,看片的过程中,屏幕上始终密密麻麻,受欢迎程度可见一斑。

文明的物证

相较于第一季,《如果国宝会说话》第二季依旧是25件文物,每件文物的讲述时长只有5分钟。但第二季的选取范围更加广泛,类型也更加丰富,不仅聚焦陶器、玉器、青铜器、石刻等,还新增了漆器、简牍、织锦等类型,反映了战国至秦汉时期生产力的发展变化。

从相关研究来看,战国秦汉时期的文物比第一季上古时代的国宝研究更为成熟。但要想从大量珍贵的文物中选取其中代表,也并非易事。

总导演徐欢告诉记者,做这100集节目,一直想有一个抓手,能把这些文物串联起来。后来边做边想,定位为影像与文明物证的索引——出现在节目中的文物,被定义为文明的物证,以文明为坐标轴,纵向是对中华文明的传承与影响,横向则是对世界文明的贡献。

为此,节目组历时数年走访全国100多座博物馆和考古研究所,考察50多处考古遗址,拍摄了千余件文物。从搜集到筛选,团队经过学习、研究、走访、勘察后,从全国登记在册的380多万件文物中遴选出100件文物国宝。它们是中华文明各个时代的坐标。

为了呈现不同类型的文物,节目组对其进行了“量身定做”,各集之间的影像风格都截然不同:博山炉上竖起袅袅青烟,像一座微缩的海上仙山;长信宫灯被透明化解构,灯光的走势一览无余;商鞅方升上记载的那段历

帮助观众从国宝了解古人的生活,也是节目组的初衷之一。第二季所拍摄的文物中,就对准了春秋战国以及秦汉时期老百姓的生活,比如一升量天下的商鞅方升、“古代身份证”里耶秦简。

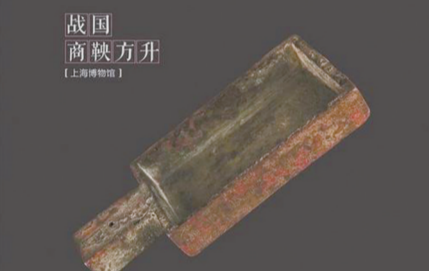


战国水陆攻战纹铜壶
【四川博物院/故宫博物院】



丝缕玉衣
【西汉南越王博物馆】

随“玉”而安

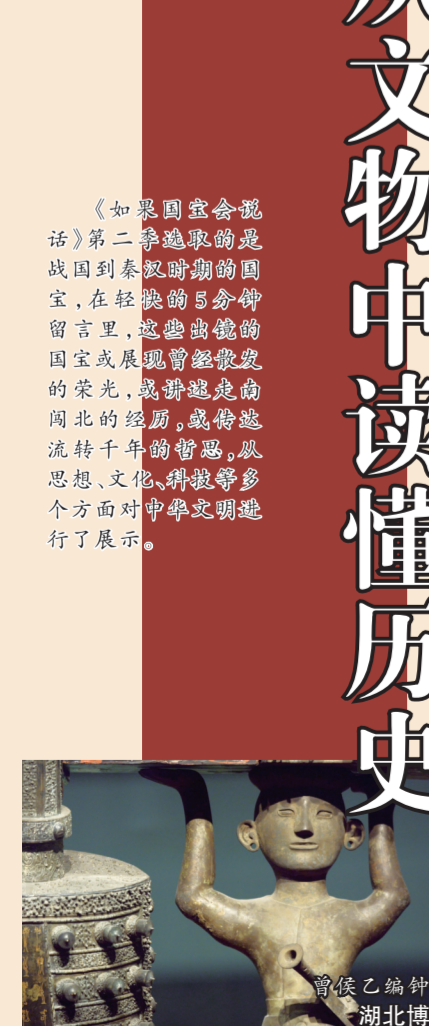


战国商鞅方升
【上海博物馆】

我就是标准



说唱俑 国家博物馆藏



曾侯乙编钟(局部)
湖北博物馆藏