

德国腊肠犬,首个奥运官方吉祥物

“奥运吉祥物”是奥林匹克运动会独特的文化符号,通常以卡通化的人物或动物形象呈现,它们承载着主办国的地域特征与人文特色,在传递体育精神的同时也创造着巨大的经济效益。在即将举办的2024年巴黎奥运会中,法国以传统的弗里吉亚帽为灵感设计了吉祥物“弗里吉”,传递该国崇尚的自由精神。据奥林匹克专题新闻网“赛事内幕”报道,奥运会首个官方吉祥物“瓦尔迪”诞生于1972年的联邦德国慕尼黑奥运会,它是一只“多彩的”腊肠犬,距今已经有50多年的历史。



1972年奥运吉祥物“瓦尔迪”

外表“呆萌”的正经猎犬

1970年7月,时任慕尼黑奥组委主席威利·道梅在奥运赛事主场馆封顶仪式上向时任国际体育新闻协会主席费利克斯·列维坦赠送了一只憨态可掬的腊肠幼犬。道梅表示,这只小狗名叫“奥林匹亚-瓦尔迪”,腊肠犬将成为1972年慕尼黑奥运会吉祥物的原型。在不少媒体看来,道梅赠犬一事相当于奥运历史上首个吉祥物的非正式“官宣”。

这场表面轻松愉快的“官宣”背后,是慕尼黑奥组委的周密考量——1972年夏季奥运会是德国承办的第二届奥运会,该国

1936年首次当东道主时还处于纳粹统治时期。为扭转国际形象,西德政府努力向全球呈现国家民主、人民乐观的一面,将1972年奥运会办成一场“欢乐的赛事”是官方定下的基调。

其实在“瓦尔迪”定稿之前,奥组委推出过多种吉祥物设计方案,譬如雄狮、猛禽、多位身着民族传统服饰的人物形象,以及巴伐利亚传说中的神兽、带有尖牙利齿的鹿角翼兔“沃尔珀丁格”。这些方案都被道梅一一否决,主要是认为这些形象压迫感太强、不具亲和力,很容易让人联想到二

战对人类文明造成的破坏。

经协商,组委会一致同意选择德国本土生长的腊肠犬作为慕尼黑奥运会的吉祥物原型。腊肠犬又名猪獾犬,它们虽然外表“呆萌”,但是正经猎犬,其耐力、敏捷和韧性也是体育健儿的必备特质。另一方面,腊肠犬又是出名的忠犬,对人类非常友好,深受人们喜爱,道梅本人就是腊肠犬爱好者。更重要的是,该犬种的形象与雄狮、猛禽等恰成鲜明对比,十分符合官方基调。媒体先前展开的民调也显示,读者群体对腊肠犬当“吉祥物”反馈积极。

在开幕前就“火”了起来

在“瓦尔迪”的绘制过程中,德国设计师奥托·艾舍团队选取一只名为“勃肯霍夫”的纯种腊肠犬为原型。为了与市面上大量的腊肠犬玩具区别,设计团队在色彩上做了功夫——“瓦尔迪”的头部和尾部为蓝色,其躯干部分加入了黄、绿、橙等多种颜色,以映衬奥运五环旗,不过,“瓦尔迪”的身上并没有奥运五环中的黑、红两色,据称这是有意“避嫌”——黑色和红色是纳粹党党徽的主色。

“瓦尔迪周边”产品面市后取得巨大

成功,在奥运会开幕前就“火”了起来。1971年纽伦堡国际玩具展上,德国厂商陆续推出“瓦尔迪”塑料玩具、毛绒玩具、木制工艺品,有些玩具还可以活动头部和尾部;之后,“瓦尔迪”又被制成钥匙扣、纽扣,被印在海报和贴纸上远销海外……据媒体估算,该吉祥物的各类周边产品共计卖出200万件,整个奥运会期间,奥组委为厂商签发了50份特许经营许可。时至今日,国内外一些电商平台仍在販售“瓦尔迪”周边产品,且售价不菲。

马拉松路线跑出小狗形状

在奥运赛事进行期间,“瓦尔迪”也保持着极高的出镜率。慕尼黑当年甚至把马拉松赛事的赛道规划成腊肠犬的形状,别出心裁地将慕尼黑各个城市地标融入其中。参赛选手从它的“脖颈”起跑,逆时针绕过“头部”、经过“狗嘴”(宁芬堡宫公园)、穿过“前足”(鹿园公园),其“腹部”区域是慕尼黑市中心的主要街道,而“后脚”和“尾部”则是风景秀丽的英式花园。最后,选手会沿着吉祥物的“背部”一路向前,冲刺位于奥林匹克体育场的终点。

吉祥物“瓦尔迪”在市场营销、文化推广等方面起到重要作用,它拉近了体育赛事与社会生活的距离,尤其吸引了青少年对奥林匹克运动的关注。其成功为之后的奥运赛事创下积极案例,此后,吉祥物的设计成为奥运会不可或缺的传统。不少经典吉祥物形象令人们印象深刻,在国外媒体各类“最佳奥运吉祥物”评选中,北京2008年奥运会推出的“福娃”系列、2022年冬奥会吉祥物“冰墩墩”经常榜上有名。

本报综合消息



运动员手拿“瓦尔迪”亮相

相关链接

“奥运吉祥物始祖”,由法国人设计

其实在“瓦尔迪”之前,法国人在1968年的格勒诺布尔冬奥会期间就已经萌生“代言”意识,创造了“奥运吉祥物始祖”——“滑雪者舒斯”。遗憾的是,“舒斯”生不逢时,一直未能获得官方认证,至今仅被国际媒体追授为“奥运历史上首个非官方吉祥物”。

据英国《每日邮报》报道,“舒斯”的命名源于德语单词“Schuss”,其字面意思为“高速直线滑雪”。“舒斯”这一人物形象非常简明,其主色调为蓝色,拥有乒乓球一样的头部,上面是一张笑脸,躯干和腿部呈现“闪电”线条,整体立在滑雪板上,以凸显冬奥会赛事主题。

“舒斯”为设计师阿琳·拉法格设计,其灵感来自法国滑雪国家队,试图通过一个具有“空气动力美感”的形象映衬法国人充满活力的性格、运动员对力量与速度的追求,以及冬季运动的魅力。美国有线

电视新闻网(CNN)披露,“舒斯”的设计工作极其仓促,拉法格只用了一个晚上定稿、出图。

法国人的意识过于超前,“舒斯”诞生之时,“吉祥物”的概念并不存在,国际奥委会也没有相应的规章条文来认可它的位置,为此“舒斯”一直被称作“奥运人物”而非“奥运吉祥物”,时至今日也未被官方“收编”。

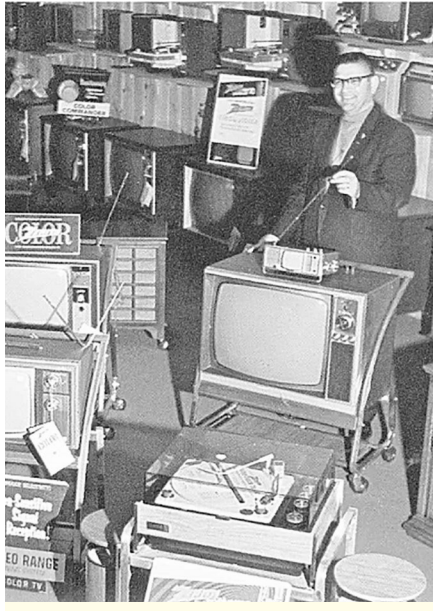
不过,“舒斯”在文化宣传和商业推广层面取得了良好效果,它的出现为奥运吉祥物的引入提供了重要参考。法国市面上曾涌现手表、钥匙扣、别针以及充气玩具等一系列的“舒斯周边”。虽然国际名气远不及后辈“瓦尔迪”,但“舒斯”在法国人气颇高,经常在文化传媒领域现身,如“出演”动画电影、音乐剧等,甚至有法国水果甜点专门被命名为“水果舒斯”。

本报综合消息



“奥运吉祥物始祖”舒斯

1951年 彩色电视节目世界首播



20世纪60年代初的彩色电视

今天,彩色电视节目早已普及,成为寻常百姓家的日常,陪伴人们度过许多难忘的时光,它真实传达了世界的模样,受到人们的喜爱。而世界上第一个彩色电视节目播出是73年前的事。

1951年6月25日,美国哥伦比亚广播公司播放了世界上第一个商业彩色电视节目。节目时长约1小时,是一档综艺节目,简称为“首映”,邀请了埃德·沙利文、加里·穆尔、法耶·爱默生、阿瑟·戈弗雷等名人参加。“首映”从当天下午4时35分到5时34分播出,虽然只播送到了波士顿、费城、巴尔的摩和华盛顿4个城市,颜色还原也不太生动,但仍是成功的。

两天后,哥伦比亚广播公司开始定期播出彩色电视连续剧《世界是你的!》,主要内容为苏格兰博物学家伊万·T·桑德森在旅行中见到的历史文物和动物,桑德森一生大部分时间都在环游世界,收集动物。节目于每周工作日下午定时播出。

在《世界是你的!》播出一个半月之后,哥伦比亚广播公司开始尝试新的节目类别——播出第一场彩色棒球比赛,布鲁克林道奇队和波士顿勇士队在纽约布鲁克林埃贝茨球场进行对决,最终勇士队以8:4获胜。

虽然哥伦比亚广播公司成功推出诸多彩色电视节目,但并没有在美国公众的日常生活中引发很大火花,甚至第一个彩色电视节目播出时,几乎没有人收看。这是因为当时绝大多数人只有黑白电视机,没有彩色电视机,哥伦比亚广播公司自己也仅拥有30余台彩色电视机。

彩电普及的背后是一段激烈的竞争故事。早在1950年的时候,美国两家公司:哥伦比亚广播公司和美国无线电公司竞相研制彩色电视节目系统,哥伦比亚广播公司的系统于1950年10月首先获批,美国无线电公司的系统则因为低画质未获通过。这让哥伦比亚广播公司在彩色电视节目的推出上略胜一筹,然而该公司并未成为最后的赢家。

节目成功播出后,哥伦比亚广播公司希望让制造商用他们的系统生产彩电,却因为制造成本太高、图像闪烁、与黑白电视机不兼容等问题受到多数制造商抵制。

另一方面,美国无线电公司一边积极开发兼容黑白电视机的系统,一边向电视机经销商去信,希望他们不要出售哥伦比亚广播公司的“不兼容、将使现有黑白电视机淘汰”的产品,阻碍哥伦比亚广播公司在彩电销售方面的进展。

1953年12月,美国无线电公司改进的系统获得了官方批准。该系统解决了与黑白电视机兼容的问题,让美国绝大多数人的黑白电视机“不被淘汰”。显然,美国无线电公司最终赢得了彩电大战。

本报综合消息