

44名来自河北阜平山区的孩子,在冬奥会开幕式上唱响奥林匹克会歌

大山里的童声飞向世界

■ 张志锋

全场起立,全球瞩目,奥林匹克会旗缓缓升起。2分27秒,没有伴奏,纯净的童声让人屏住呼吸。

2月4日22时许,北京冬奥会开幕式上,来自河北阜平县的“马兰花儿童声合唱团”,用希腊语唱响奥林匹克会歌,质朴的歌声从北京飞向世界。

5日,合唱团的孩子们返回家乡,也把这次“冰雪奇缘”带回老家阜平。

大山深处,寻找质朴的童声

“孩子们很努力,都在超越自我!”2月4日晚,盯着学生们在开幕式演唱,一直陪练的阜平县城南庄夏庄学区中心学校校长刘凯感到宽慰。回想3个多月的付出,他说:值!

2021年9月中旬,有关部门到阜平县找喜欢唱歌的农村娃,准备请他们在北京冬奥会开幕式上合唱奥林匹克会歌。

城南庄镇马兰村曾是《人民日报》前身之一《晋察冀日报》驻地。老报人的后代、出生于当地的邓小岚为丰富村里孩子的文化生活,退休后在马兰小学组建了一支山村小乐队,义务教孩子们唱歌、演奏乐器。北京、上海等地留下了孩子们的歌声和足迹,他们对歌唱的热爱引起关注。

9月28日,阜平八一学校等5所学校共推荐了200多名学生,经多次筛选,44名孩子入选,其中8人来自马兰小乐队。带着泥土的芳香,他们组成“马兰花儿童声合唱团”。

10月18日,合唱团到阜平八一学校

集训。除当地学校的5名音乐老师,指导老师还有从北京到阜平支教的老教师付宝环、阜平中学的两位音乐教师以及保定学院音乐舞蹈学院院长张红玉等人。

此时距离开幕式还有不到4个月的时间,一首高难度的希腊语歌曲,纯人声无伴奏合唱的表演形式,业内人士都明白其难度系数。

淳朴就是特色。阜平中学音乐老师苏志艳说:“这些农村孩子天然质朴,潜力很大,这是独特优势。”

“激发孩子的唱歌潜能,以专业标准加以塑造。”张红玉信心满满。

第一关是语言。北京外国语学院两名老师来教希腊语,孩子们学得很快,半个月就掌握了希腊语歌词。

“难的是融合,希腊语老师不善于唱这首歌,而我们不懂希腊语。”张红玉说,于是所有老师先当“学生”,缺什么补什么,“形成合力,逐字逐句地‘凿’”,尽可能完美结合”。

“把用橄榄枝编成的花冠颁赠给优胜者,塑造出钢铁般的躯干(歌词大意)……”孩子们每天分3个时段排练5个多小时,纯真的童音在太行山里回荡。

2021年11月中旬,排练视频第一次送到北京。“我们心里没底,导演们看后却激动得热泪盈眶。孩子们在这么短时间内能做到这一步,很不容易!”刘凯至今忘不了起初的忐忑。

用心点亮,让每个农村孩子都发光

“山里的孩子目光清纯,像天上的星

星一样。他们的声音像天籁,对唱歌的热爱让人感动。”看完开幕式演出,年近八旬的邓小岚老人感慨道。

邓小岚一直惦记着马兰小乐队在合唱团里的孩子们。除夕之夜,她特意到合唱团驻地给孩子们包饺子,一起吃年夜饭。

她最牵挂的孩子叫果果(化名)。当初听说集训时间很长,身患重病的果果妈妈在外地住院,特意跟家人交代,“孩子喜欢,就让她参加吧!”孰料,没过多久,妈妈就因病去世。送走妈妈后,果果一度中断培训。

北京冬奥会有张家口赛区,果果以为合唱团是到那里演出。一天,她跟爸爸说:“张家口离家不远。冬奥会开幕时,您带我去那里,他们在台上唱,我就在台下唱。”

得知此情,合唱团负责人深受感动,跟家长商量后,让果果重回合唱团,抓紧补课,“既是迎接远方客人,也慰藉亲爱的妈妈。”最终小女孩如愿以偿。“唱给妈妈听,也是我去北京唱歌的心愿。”2月5日,回到家的果果变得更懂事了。

合唱团里年龄最小的韩舒心才5周岁,来自石猴小学学前班,萌萌的眼神招人喜欢。她刚进合唱团时不适应,晚上常哭着想回家。

阜平八一学校的老师张曼华曾在石猴小学任教,熟悉小舒心。于是,张曼华等人成了“代理妈妈”,白天照顾吃饭,晚上哄睡觉。小舒心渐渐露出笑容,成了大家的“开心果”。在正式演出中,她站在第一排,“看!右边第二个!”妈妈在电视上一眼就瞅见女儿。

大岸底小学的梁佑麟活泼好动,排

练中有时会做小动作,有时发出怪腔怪调。几个年轻老师每天都“盯”他也束手无策。苏志艳多次找他谈心:能人选不容易,要全身心投入才能唱好。小男孩点头,渐渐明白老师的良苦用心。

梁佑麟的音质好,笑容灿烂,老师有意安排他在“C位”,展示最美的笑容感染大家。“每个孩子都有优点,我们要帮着‘点亮’,让他们发光!”看完直播后,苏志艳长舒一口气。

日子红火,深山小花绽放奥林匹克舞台

2020年2月,曾经的国家级贫困县阜平打赢脱贫攻坚战。乡亲们日子越过越红火,孩子们的歌声越来越响亮。

“这孩子变自信了!”2月4日晚,盯在电视机前的赵国军看到孙女时“巴掌都拍麻了”。合唱团的赵懿萱老家在格拉沟,父母过去在外地打工。2019年,她家告别土坯房,住进100平方米的新楼房,全家脱贫。母亲就近到镇上一家箱包厂打工,有更多时间陪伴女儿。像赵懿萱家一样,阜平县有5.3万多名贫困群众通过易地扶贫搬迁开启新生活。

赵国军记得,孙女刚被合唱团选上时“不敢去”。经过培训,赵懿萱逐渐变得开朗。她笑容甜美,在台上颇有感染力,老师多次让她做示范。

“这次在北京演出紧张吗?”“不紧张,就像在家里对着家人唱歌。”回到家中,聚光灯外的小姑娘依然一脸灿

烂。

“老区脱贫了,要给山区孩子展示的舞台!”刘凯记得,这是导演团队来找山区孩子时常说的话,“农村孩子比较内向,加入合唱团后变化很大。后来听说要到北京冬奥会开幕式上亮相,都很自豪。”

“武大靖叔叔他们拿冠军了,这是中国队在冬奥会的第一块金牌!”来自阜平八一学校的顾站豪喜欢轮滑,2021年10月,河北省“心向冬奥”校园冰雪季在石家庄市启动,他作为学生代表发言。“我喜欢轮滑,爱唱歌,我们在北京展示了最棒的自己!”北京归来,小男孩像个小小人。

当初集训两个月后,孩子们已完全掌握了这首歌曲,还在阜平八一学校内部演练。“排练这首高难度歌曲,我们把压力全部担下来,让孩子只管开心地唱。”张红玉说。

精心浇灌,静待花开。2月4日晚,孩子们穿着印有蔚县剪纸虎头图案的中式上衣,蹬着虎头靴,在冬奥会开幕式上闪亮登场。

2月5日上午,北京冬奥会主媒体中心举行新闻发布会,冬奥会开幕式总导演张艺谋等人介绍相关情况,谈及来自河北阜平山区的孩子们用希腊语演唱奥林匹克会歌时说:“阜平县曾是国家级贫困县。在党的领导下,中国如期打赢脱贫攻坚战,曾经贫困的山区如今旧貌换新颜,孩子们也戴上河北民间艺术家设计的‘虎头帽’,站上奥林匹克大舞台,用质朴歌声诠释‘更快、更高、更强——更团结’的奥林匹克格言。”

(来源:《人民日报》)

媒体之声

女足重回亚洲之巅,我们读懂什么?

■ 梁启东

2月6日,在亚洲杯决赛上,中国女足惊天逆转,在先后两球情况下,最后以3-2的比分击败韩国队,成功夺得亚洲杯!这也是中国女足第九次获得亚洲杯冠军!

这个春节小长假,女足姑娘们用荡气回肠的比赛,为自己、为中国足球赢得了荣誉,中国女足值得一切赞美!

为什么我们为女足姑娘们骄傲、自豪,为什么我们为女足姑娘们热泪盈眶?就是因为在这支球队身上,洋溢着一种久违了的精神。实力可以不如对手,但要顽强拼搏,通过不停奔跑来弥补差距,始终保持足够的拼劲和顽强的意志力;落后没有问题,对手可以暂时领先,但要充满信心,始终不放弃,咬紧牙关,坚持到最后一秒。

我们今天赞美“铿锵玫瑰”、宣传女足精神,关键是要把女足的发展放在国家体育事业的大局、经济社会发展的大局中。赞美、宣传固然重要,更关键的是要有实际的措施支持女足事业。只有女子足球由“小众”成为“大众”,才能让更多的人了解、热爱女子足球,让更多的女足队员获得应有的尊重和肯定,让女子足球的社会价值、文化价值越来越受到社会认可,让女子足球的经济价值、产业价值在中国结构调整和高质量发展中展示价值和魅力。

(来源:人民网)

展现中华文化的底蕴与格局

■ 李拯

北京冬奥会开幕式举世瞩目。从黄河之水天上来迎客松绽放鸟巢,从敞开“中国门”“中国窗”到主火炬“微火”成为奥运史上的经典瞬间,中国与世界同行、传统与现代激荡、科技与文化融合,开幕式匠心独运的创意、直抵人心的情怀、胸怀天下的格局,跨越国界、传遍世界,拨动了无数人的心弦。

越是民族的,就越是世界的。事实上,北京冬奥会筹办从一开始就打上了鲜明的中国印记,体现着独特的中国气派。既有中国文化的恢宏之象,国家跳台滑雪中心外形酷似象征吉祥的摆件“如意”,国家速滑馆的曲面玻璃幕墙环绕成为“冰丝带”;也有中国文字的巧妙之思,北京冬奥会会徽“冬梦”以汉字“冬”为灵感来源,火种灯创意源于西汉长信宫灯;体育图标创作灵感来自于篆刻艺术汉印,将抽象的体育项目演绎为精彩的运动瞬间……透过冬奥盛会这扇窗口,人们既能思接千载,感受中国深厚的文化底蕴,又能视通万里,看见中国的大国风范,见证新时代中国的发展进步和精神风貌。

文明因交流而多彩,文明因互鉴而丰富。开幕式上,从倒计时短片到参赛各代表团引导牌,从和平鸽表演到主题歌演唱的背景,“一朵雪花”贯穿始终。当所有代表团雪花造型引导牌共同构成一朵大雪花,“世界大同,天下一家”的主题跃然眼前,“一起向未来”的共同情感油然而生。从各类其美到美美与共,北京冬奥盛会把“你”“我”汇聚成了“我们”,架起了不同国家和地区运动员和人民联系、沟通的桥梁,为世界多样文明交流互鉴提供了舞台,为推动构建人类命运共同体注入了强大动力。

(来源:《人民日报》)

礼让斑马线 别“见好就收”

■ 郑宇飞

经过半年持续努力,北京市“文明驾车、礼让行人”专项整治行动成效显著——全市路口未礼让行人事故数量下降了45.5%,安全系数稳步提升。

交通安全有序,是城市平稳运行的基础条件,也是广大市民朴素的民生诉求。去年8月以来,市区两级联动推进,将机动车礼让斑马线作为治理突破口,开始了一场全民文明革命。在人力投入上,交警辅警、文明引导员、社会志愿者一起“上岗”,确保重点路口有人管;在技术升级上,近千处路段布设“电子警察”,精准记录、审慎处罚违法违规行为;在宣传引导上,号召公交车、出租车等带头礼让,推广“您先行”“我不过”“谢谢礼让”等沟通手势……多措并举之下,才有了人物共行、车畅其流的新气象。

摒弃不良习惯,意味着要与惰性作斗争,逼着自己走出“舒适区”。这决定了文明新习惯的养成不可能一蹴而就,也容易出现松劲懈怠。我们已经在斑马线上走出了坚实一步,新的一年决不能“见好就收”,还是要继续坚持全面监管、从严执法。相关部门已经明确,将定期开展文明达标示范路口评选,严格落实“验收挂牌、达标巩固、反弹摘牌”考核制度。相信在外力的监督下,治理成果会更加扎实,规范意识会更加深入人心。

当然,让文明成为行为自觉与生活方式,最终还是要依靠每一个人观念上的转变。在日常生活中,我们既可能是司机,也可能是行人,只有全社会形成礼让氛围,才能让所有人都能在“汽车时代”生活得更加从容。

(来源:《北京日报》)

“悦己消费”占比已超6成

■ 王雨箫 严赋斌

半成品变身花式年夜饭,国潮“虎”文化强势“圈粉”,桌游、剧本杀成为热门打卡项目……伴随“Z世代”(1995年至2009年出生人群)逐渐成为新的消费主力军,“后浪”们的消费主张正在深刻影响着消费市场。

这个虎年春节,带着年轻印记的消费方式,闪现出哪些别样精彩?

“悦己消费”崛起,购物车载满“美好生活”

一台三明治早餐机——这是北京“95后”赵晓楠给自己置办的虎年年货。“摆在厨房颜值很高,做出来的食物也精致可口,用起来幸福感满满。”

冲牙器、美容仪、空气炸锅、筋膜枪……各式各样的“网红”小家电,成为年轻人的春节购物车新宠。

京东发布的报告显示,2021年,注重提升生活幸福感、体验感的“悦己消费”占比已超6成,其中,健康服务、旅游出行、珠宝首饰、宠物生活等成为增长最快的“悦己消费”品类。

专家表示,以“Z世代”为代表的年轻一代消费群体正在崛起,他们更关注颜值、品质以及科技感等体验,更看重消

费对生活品质的提升。

在“悦己消费”引领下,“年货清单”也越来越有时代感和新味道。淘宝发布的“虎年春节十大新年货”分别为洗地机、大厨预制年菜、滑雪服、剧本杀、低卡零食、春节智能手机壳、创意春联、年宵花抱抱桶、虎头帽、宠物新年衣

“Z世代”成为消费新主力,催生更加个性化、多元化消费需求,也让更多“小而美”的细分市场迎来广阔空间。

海南人过年总喜欢花式吃鸡,今年我做主,弄些外地菜系换换口味!”来自海南文昌的“95后”小夏说起今年的年夜饭颇为得意,把预制菜买回家,不到半小时就“变”出一桌丰盛的年夜饭。

这个春节,便捷又充满仪式感的预制菜深受年轻人喜爱。盒马预制年菜北京地区销量达到去年同期5倍;大润发预计今年预制年菜总销量同比增长50%;美团平台1月上旬外卖菜品中包含“年夜饭”“新年”字样的订单环比涨幅超1590%……

预制品和外卖年夜饭,让年轻人在便捷与仪式感之间找到精妙平衡。“00后”女生蔡婷说,年夜饭不仅要好吃,还

要好看、好“晒”。

在疫情防控倡导不聚集等情况下,外卖、预制菜、小份菜等新变化,不仅让年夜饭消费更加丰富、多元,也加速推动餐饮企业线上线下融合发展。

“国潮+萌宠”,真香!

“如虎添翼”黄金手链、“鸿运升升”凤羽胸针……将中国传统文化元素融入黄金饰品,古法工艺与现代审美结合,让传统国产珠宝焕发新的生机。

“以前总觉得黄金饰品造型陈旧,不适合年轻人,这两年国产品牌变化很大,很多国潮珠宝既时尚又有文化底蕴。”“95后”消费者李亚楠说。

这个虎年春节,消费市场刮起浓浓“国风”——

苏宁易购依托线下门店推出100家年味宝藏馆,展示奇趣年货、国潮家电,受到年轻消费者欢迎;银泰百货举行“京彩禧乐会”、国潮市集等主题活动,让年轻人近距离体验非遗文化;拼多多开启“多多新国潮”消费季,玉泽面膜、鸿星尔克板鞋等国产年货进入畅销榜;京东国风“iP”礼盒订单量同比增长超300%……

“今年春节,我看到很多国产品牌结合虎年元素推出新品,有些还在海外平台销量很高,作为年轻人,很开心看到国货带着中国文化走向世界。”李亚楠说。



1月24日,在兰州市城关区一家剧本杀店内,年轻人结伴前来游玩。

新华社记者 任延昕摄

剧本杀、冰雪游,年轻人春节娱乐有新招

春节假期,各类密室逃脱、剧本杀游戏,都活跃着年轻人的身影。

“大家聚在一起玩游戏,参与感很强,不仅妙趣横生,也蛮考验智力。”“95后”小赖说,充满社交性和体验感的各类桌游,成为越来越多年轻人过年娱乐的抉择。

这个春节,冬奥会的举办还带动了“Z世代”冰雪消费热。飞猪数据显示,“00后”春节冰雪旅游预订量同比涨超

如何制造一个火到脱销的“冰墩墩”



2月6日,北京王府井商业街,一名男孩在排队等待购买“冰墩墩”“雪容融”等纪念品。

陈剑摄

■ 林洁

近日,北京冬奥会的开幕带动冬奥周边纪念品的热销,“冰墩墩”形象的纪念品在不少网络销售平台售罄,出现“一‘墩’难求”的现象。

“冰墩墩”火了,憨态可掬的它,正向

世界展示着中国人独特的冰雪浪漫。

作为2022年北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”设计团队的负责人,曹雪教授接受记者专访时讲述了“冰墩墩”的出炉过程:历时10个月,修改了1000多次,充满了科技感和未来感的“冰墩墩”才与大家见面。

这几天,这个穿着冰晶外壳的熊猫风靡全球,甚至有网友提出“一户一墩”。曹雪笑称,确实有很多粉丝、亲朋好友都找他要“冰墩墩”,但自己和大家一样,手头也没有“冰墩墩”了。

“熊猫”和“冰糖葫芦”起了化学反应

为什么选择熊猫?曹雪的目的很明确,能跟所有人沟通。这多半是对旧元素的新组合。“冰糖葫芦那层薄薄的糖衣启发了曹雪,“熊猫和冰壳都不是新元素,但是把二者组合在一起,就产生了化学反应”。

2018年8月,北京冬奥会和冬残奥会面向全球征集吉祥物,共收到全球38个国家的5816件设计方案。2019年1月,10余名国内外专家受邀参加吉祥物设计方案初评、复评评审会议,最终评选出10个人选设计方案。

值得一提的是,在这10个方案中,有3个来自曹雪带领的团队。2019年9月,这已从盛夏的广州走进奥林匹克史册的“冰雪熊猫”正式亮相。

曹雪是广州美术学院视觉艺术设计学院教授。后来,他才知道,当北京冬奥组委宣讲团来广州美术学院宣讲吉祥物设计时,距离截稿日只剩下19天。他们迅速组建了一个14人的团队,完成了15套方案送到北京。曹雪很感慨,“冰墩

墩”出炉前,大家几乎没有节假日。每天反复修改讨论,画了上万幅手稿。

一只“冰雪熊猫”为何诞生在南国广州?曹雪表示,广州的孩子没见过冰雪,没有体验,能否胜任冬奥会这样一个主题内容的设计,冬奥组委是要打个问号的。但是,恰巧是没有见过冰雪的孩子,反倒可能对冰雪和冰雪运动有着超乎常人的想象力和创造力,可能会创造奇迹。

“未来感”创造了无限可能性

“对一个设计师而言,眼光、想法、观点和观念,不能因为年龄的增长而变得越来越传统、保守和老套。”曹雪时刻提醒自己,作为这个团队里面最年长的一个,要给自己以“未来感”。设计,只有未来时,没有过去时,“冰墩墩”巧妙构思背后,充满了无限可能性。

谈到可能性,曹雪认为,一个人在生活中要善于用自己的双眼去洞察一切,你所见所闻的一切会作为一个信息点或知识点,让头脑充盈起来。

在“冰墩墩”主形象发布后,广州美术学院迅速成立了冬奥文化视觉中心,围绕着“冰墩墩”继续创作的各种运动姿态,几乎都是在这个中心产出的。

曹雪指出,不是所有的年轻人都叫后浪,成为后浪取决于每一个青年的努力,在这努力的过程中,不要畏惧失败。