

《中国考古大会》要让陈列在广阔大地上的遗产活起来——诚意+综艺+技术 “土土的”考古破圈了



1921年,安特生、袁复礼等发掘河南省渑池县仰韶村新石器时代遗址,被学术界公认为中国考古学发展的起点。

2021年,正值中国考古百年。中央广播电视总台在2021年年底推出一档考古节目《中国考古大会》,收视不俗。

如何让散落在中华大地上的遗址和文物“活”起来?考古工作枯燥严肃的刻板印象是怎样形成的,要如何去打破?通过虚实结合的舞台形式,让厚重的历史变得鲜活,观众能接受吗?致敬中国考古百年,是怎么想到与综艺元素结合的?带着诸多问题,羊城晚报记者独家专访了《中国考古大会》执行总导演高大山、钟宝华。

海选:106个候选遗址中仅12个“出道”

说到“考古”,你会想到什么?是浩如烟海的历史文献资料,是纪录片里考古工作者艰苦的发掘工作,还是紧张刺激的大墓探险影片?不论是在现实世界还是虚拟空间,考古这一工作都披着一层神秘的面纱。《中国考古大会》决定要为观众揭开这层面纱——节目聚焦良渚、贾湖、周口店等12个遗址,集合30余位考古专家、文化学者,以及12位考古推广人,带领观众走进演播室打造的遗址“探秘空间”,体验发掘文物、保护文化遗产的全过程。执行总导演钟宝华介绍:“我们策划、制作《中国考古大会》,就是希望让陈列在广阔大地上的遗产活起来。”

谈及节目命名,执行总导演高大山说:“此前,从来没有一档呈现考古工作的综艺节目,再加上央视有《中国诗词大会》《中国成语大会》《中国地名大会》等节目打造的‘大会’系列品牌,便将这档新节目命名为《中国考古大会》。”

节目组最开始的想法是延续“大会”系列的经典答题模式,但在同中国社科院和国家文物局专家开完会后,放弃了这一想法。高大山说:“考古性质特殊,我们不确定究竟要考选手哪方面的知识,总不能考选手不同墓葬该如何发掘吧?”

2020年11月,《中国考古大会》策划工作开始。高大山提到,专家团最初从全国范围内挑选了106个考古遗址,计划用12期节目,介绍其中60个遗址,每期讲解5个。随着策划推进,备选遗址数量不断减少,专家投票决定将106个遗址缩减为60个,最后改为36个,“我们决定每期节目用90分钟左右的时长,把一个遗址讲透彻就行”。经过层层筛选,最终留下12个遗址,平衡了中国历史的时间与空间。钟宝华解读道:“时间选择上,按照整个考古断代的时间脉络,也兼顾了中华文明的主根脉;地域选择上,有黄河流域,也有长江流域。”

钟宝华透露,12期遗址虽然有中国历史的大模式框定脉络,但每一期遗址背后的故事内核不同,“第一期‘良渚’展现了中华五千多年的文明史,第二期‘贾湖’展示了万年的文化史,第三期‘周口店’展示了百万年的人类史”。此外,虽然主题为12大遗址,但内容上有很多横向关联,“讲周口店遗址,也会讲到元谋人等其他古人类遗址;讲到贾湖遗址的水稻,也会串联到浙江上山遗址”。

创新:沉浸式考古体验 密室逃脱的氛围

有《国家宝藏》《典籍里的中国》等文物类、典籍类节目珠玉在前,《中国考古大会》要如何独辟蹊径,做出自己的特色?

钟宝华表示,遗址类节目比文物类、典籍类节目更难做。“经过发现、发掘、提取文物后,大部分遗址都回填了。我们想要把遗址考古变成一种电视化的综艺表达,需要采取很多新方式。”



大刘记印
回避了刘贺的真实姓名,反映他的“刘”和一般平民的“刘”的区别,他是当过昌邑王和皇帝的“刘”,这个大刘记印反映了他身为平民阶段的时期。

观众对考古感兴趣吗?一期介绍一个遗址的节奏能否吸引观众?在执行阶段,导演组面临了巨大压力。

高大山坦言,没录完第一期节目前心里没谱:“最初两期节目的录制时间很长,每期达到13个小时,方案有70页纸左右。我们摸索着推进节目制作,一边录制一边改良,逐渐清楚了真正应该要的是什么。第三期开始,方案‘瘦身’至28页以内。”

遗址选择的尘埃落定只是庞大工作量的起点,后面还有一系列工作:节目分解、书面材料整理、实地调研、与专家沟通……钟宝华表示,节目组把12个遗址都调研遍了,他自己也参与了良渚、贾湖和云冈石窟的调研。高大山指出,考古工作的流程就是每期节目的暗线——每个遗址如何被发现、被发掘,出土文物如何进行辨别、清理和保护,文物背后的价值意义,都浓缩在90分钟里,“每期节目就是一次遗址揭秘,我们就是根据整个考古的发现、发掘、整理、阐释、保护、传承,这六个工序去做的”。

节目中,探秘空间是节目最大的创新点:考古推广人走进XR技术(扩展现实)以及逼真道具营造的沉浸式环境中,体验遗址发掘的全过程。高大山说:“考古推广人以观众视角出发进入探秘空间,回溯遗址发现、发掘的过程,体验发掘时遇到的难题。‘殷墟’一期的甲骨文识别,‘良渚’一期的悬空操作法……每个遗址中最独特的元素,都被设计到探秘空间的任務里,更加形象可感。”

探秘空间的文物既要做得逼真,又不能使用真文物,怎么办?高大山说:“节目组来到博物馆,在不接触文物的前提下,做了三维扫描建模,1:1制作文物复制品。”他指出,导演组打造探秘空间时,有意营造了密室逃脱式的紧迫感增加综艺效果,但也会防止过度娱乐化。“探秘空间类似于真人秀,这种类型的节目在央视很少,我们也是摸着石头过河。”

顶洞人生活的实景舞蹈;“良渚”一期展示了古玉的雕琢工艺;“海昏侯”一期根据海昏侯博物馆里复现的场景,借助舞蹈呈现了宫女准备夜宴的场景。舞毕,两位主人同宾客入场席地而坐,相视对饮,拉开西汉生活场景介绍的序幕。钟宝华解释,这对应的是考古的整理、阐释环节,将遗址对应的生活化场景带到节目中,增强考古可视化。“把表演、舞蹈等形式加入节目,就是为了科普相对冷门的考古,让晦涩的知识更通俗、更有趣。”

致敬:一代代考古人 寻找终极答案

钟宝华表示,《中国考古大会》包含了三层含义:“这是考古成果和历史研究成果集中展示的大会;全国考古工作者汇聚一堂,共襄盛举的大会;全民共享考古成果,了解考古文化的大会。”这三层含义,更是指向对考古工作的致敬。

每期节目都设置了“致敬考古人”环节。良渚遗址的第一发现人施昕更,良渚贵族大墓发掘者王明达,周口店发掘工作者贾兰坡、裴文中,一生奉献给贾湖遗址的张居中……每次致敬,都给节目添上一份庄重感和厚重感。

回顾节目调研和策划过程中那些考古工作者的身影,钟宝华记忆犹新:“考古人长期与遗址为伴,面朝黄土背朝天。他们可能从高校毕业后就扎根某个考古遗址,一辈子只做这一件事。一件文物能在整洁明亮的博物馆展出,它经历过怎样的命运和坎坷?有多少人能为它重见天日辛勤付出?我们希望通过《中国考古大会》让观众了解这群默默无闻的奉献者。”钟宝华也希望,每一位观众在欣赏文物的同时,不要忘记背后基层工作者的付出,“传统文化不仅在文物上、典籍里,还在考古工作者风餐露宿、默默无闻的付出中”。

“做这档节目的意义,是要致敬中国考古百年,但又不止于致敬考古百年。”钟宝华提到,在文明溯源中让国人找寻文化自信,是节目最核心的意义,“虽然中国现代考古学只有

一百年的历史,但我们背后探寻的是近百万年的人类史、一万年文化史,还有五千多年文明史”。

“周口店”一期,考古推广人郑晓宁问出了很多中国人的心声:“我们爷爷的爷爷是从哪儿来的?”高大山认为,对民族祖先和文化起源的探寻,是国人的诉求,“文明探源不仅是考古人的话题,也是每位中国人的终极话题。我们在节目中也在尝试寻找答案:我们的祖先是谁?我们的文化起源于哪里?我们的文明往前溯源到哪里?为什么是这样?”

高大山认为,将抽象概念具象化是考古与遗址承载的重要意义。中华五千年文明不是概念口号,是实打实存在的。比如良渚遗址,正好符合世界公认的文明标准。“在良渚遗址,我们可以看到原始文字符号、玉雕工艺、水利系统,也看到高等级的社会分工。它的发掘就证明了五千年前,中华大地已经有相当了得的文明高度。”

“从汉代的耳杯到今天的酒杯,从青铜雁鱼灯到各类台灯……走进每处遗址、每个朝代,我们都能梳理出很多与当下有关联的东西,且不止于器物、生存方式。”高大山举例,一如文字和典籍,文明与文化的变迁往往一脉相承,“中国人今天使用的方块字,可以在‘贾湖’一期的原始符号,‘殷墟’一期的甲骨文中找到缩影。”

传播:有烟火气的专业考古 成功“出圈”了

“我们想通过这档节目,向观众传递到底考古‘考’的是什么?去考古遗址和博物馆看什么文物?这些文物背后,我们能得到什么?每一期节目的脉络如同讲给孩子听的故事,简单但不失完整——哪年哪日,谁发现了一个什么样的东西,这是什么,发掘之后能够发现什么,原主人是谁……”在高大山看来,《中国考古大会》需要起到引领观众认识考古、鉴赏文物的作用,循序渐进、抽丝剥茧的方式才能引导观众获取有关信息,让专业性很强的考古附上烟火气。

如何让考古走进公众视野?为了让观众收看节目的同时,有参与感和互动感,《中国考古大会》在宣发层面也下了功夫。正片中弃用的答题模式,被央视融媒体端采用。钟宝华介绍,配合每一期节目播出,在央视频《中国考古大会》账号开展同步答题也是创新之举:“每期节目在央视频平台相应会有10至20道题目供网友在线回答,还有幕后花絮。不过,要把观众从大屏吸引到小屏,也对激励机制、互动方式等方面提出更高的要求。”每期节目的故事点、知识点、专家的金句等,也会以推文、海报等形式在融媒体端进行传播。

高大山坦言,一开始做节目的时候对收视率的期望并不高。但是几期节目下来,收到的收视率和观众反馈信息大大超过预期。钟宝华也透露,截至第七期,电视端触达人次数达3.76亿,融媒体端触达人次数高达62亿。其中,“电视端的收视数据显示,节目不少粉丝是年轻观众,15至20岁的年轻观众增幅很大,也有不少中小学生在观看节目”。

“我们让考古知识性、科普性的内容,打破了受众年龄相对固定的概念,成功实现了出圈。”导演组在节目播出阶段不断收集反馈信息,不少反馈给钟宝华留下深刻印象,“有一家三代守在电视机前看节目;有家长化身带教老师,指点萌娃做笔记;有一年级学生告诉妈妈,这比网课有意思多了;还有家长问‘会不会出配套的书籍,这样我们就不用记笔记了’。”除了学生群体和普通观众,节目也吸引了不少从事文博工作的专业人士,他们也对节目评价不俗。

做完《中国考古大会》,给钟宝华带来的最大感触就是扎实做好内容是最重要的事。“虽说考古工作相对小众冷门,但我们在做项目的时候,并没有刻意讨好特定年龄层观众或人群。扎实做好节目内容,依靠考古本身的文化气质,再加上新颖形式的辅助,它就能出圈。”

据《羊城晚报》