



短视频、全景图片、虚拟现实……
越来越多的博物馆通过科技手段激活馆藏资源

数字博物馆 渐成标配

2 互动体验不足,阻碍数字博物馆吸引更多受众

虽然发展迅猛,但当前的数字博物馆还不能完全满足人们的需求。以敦煌研究院推出的“数字敦煌”为例,该网站2016年上线,包含30个敦煌石窟的高精度数字图像和虚拟漫游节目,2017年访问量达到347万次,数量看起来不小,但与敦煌市2017年全年接待游客超过900万人次相比,仍有不小的潜力可挖。数字博物馆展示信息的手段有限,互动不足、技术有待进一步完善,如何更好地运用新技术推广文化,并使观众理解文化魅力仍是当前数字博物馆建设面临的重要问题之一。

数字博物馆的建设,首先需要全面、简洁地提取各大博物馆的展品。相对于浩如烟海的文化遗产宝库,数字博物馆在选择时应该取其精华,寻找最能体现文化特征的展品。

相关专家也指出,目前很多数字博物馆中的藏

品多是孤立展示,没有和相应的历史背景结合。只有深入呈现传统文化背景,才能使人们更好地对数字博物馆展览陈列的展品有更深层次的感受,因此,除展现每个展品的细节外,其文化背景、思想理念都需要和作品做一些深度结合,这样才能更好地体现出展品的价值。

而技术手段的不足、互动体验的缺乏,也阻碍数字博物馆吸引更多观众,尤其是年轻观众。通过短视频,可以进一步了解展品的背景;使用导读,可以进一步明确展品由来;使用高清图,可以更清晰地看到更多细节。但如何增加互动和推广,就需要综合这些手段,结合当下人们易于接受的方式,通过数字技术给人们提供更丰富的体验。

3 新技术、多元文化,将激活更多发展路径

尽管数字博物馆发展还处于粗放阶段,但其前景值得期待。数字博物馆作为博物馆发展的重要部分,为当前文化传播带来了新的动力。百度百科数字博物馆负责人金夏萍说,目前,超过7300万网友通过“百科数字博物馆”观赏到了各地的珍贵展品。科技助力文化传播是目前文化传播的主流趋势,人们已习惯通过互联网满足自己的文化需求。

随着数字技术覆盖更多国内外博物馆,运用新技术、新媒体去了解多元文化,也将激活更多发展路径,帮助数字博物馆发展走上新阶段。

百度公司副总裁沈抖提到,2018年,他们将上线包括总体覆盖400多家西班牙博物馆的大型数字博物馆项目——百度百科圣地亚哥之路数字博物馆。该项目通过超高清图、虚拟现实等技术

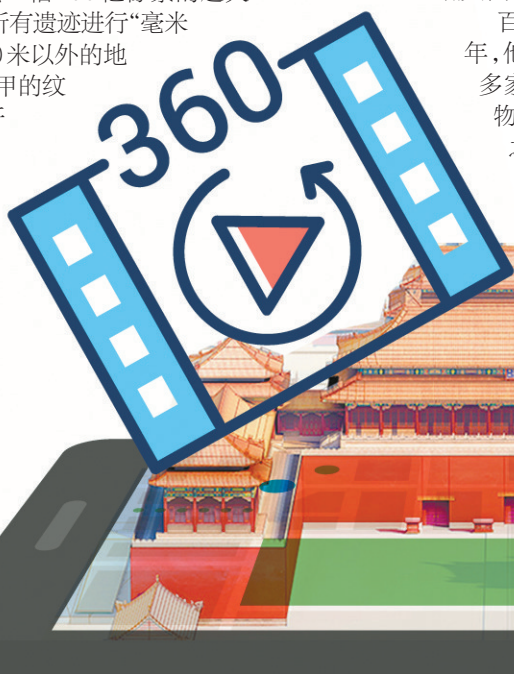
展示圣地亚哥之路途经的250余座城镇、200多间教堂、200多座城堡及400余家博物馆。人们可以足不出户,体验当年朝圣者们从法国出发,一路经过多地,最终到达西班牙圣地亚哥大教堂的全程。

故宫博物院在端门推出的“发现,养心殿——主题数字体验馆”也值得关注。与以往单向被动式参观的展览不同,此展览更加注重探索和体验,开放性、多样性、体验性和互动性,成为最大亮点。除设置了多种有趣的真人闯关模式,展览更与人们手中的移动智能设备建立关联,让线上与线下的联动变得妙趣横生。这对于广大年轻观众来说,不仅增长了历史文化知识,同时具有很强的参与性和时尚感。

“我们希望将传统文化与现代科技相融合,进行又一次创新呈现,利用数字技术,让年轻人更多地走近传统文化。”故宫博物院院长单霁翔说。

(据《人民日报》作者:王珏 魏骏骏)

本版转载文章作者,请联系编辑(电子邮箱:lyrbshb@163.com)告知地址,以奉稿酬。



近日,高迪数字博物馆在百度百科上线,作为中国和西班牙合作项目,高迪数字博物馆通过短视频、全景图片、虚拟现实等技术,立体直观地向用户展现西班牙著名建筑师安东尼·高迪的重要作品及生平。

近年,越来越多的博物馆采用数字化手段以激活馆藏资源。数据显示,仅在“百科数字博物馆”这一个平台上,就有235家数字博物馆上线,并且收录了1625家博物馆的文图资料,线上浏览人次已超过7300万。

1 采用多种数字化手段 创新传播形式

从1998年开始,故宫博物院就着手建设自己的数字博物馆项目“数字故宫”。经过多年的发展和建设,“数字故宫”的内容不断扩展。如今,在此前“数字故宫”的基础上开发出来的“故宫社区”平台,通过线上和线下的活动,整合故宫资讯、导览、建筑、藏品、展览、学术、文创等10余类相关文化资源与服务形态,探索数字文化服务的创新模式,让观众成为博物馆的参与者和建设者。

除了故宫,国内很多博物馆都在利用各种技术及合作方式进行数字博物馆建设。

秦始皇帝陵博物院的“秦始皇兵马俑数字博物馆”采用了矩阵全景技术,收录了兵马俑的1号坑和3号坑的高精度全景图资料。矩阵全景技术是在兵马俑二层平台,使用200毫米焦距的镜头拍摄不低于1000张,每张达到3500万像素的图片,后期再通过计算机处理,将这些图片拼接起来,形成一幅200亿像素的超大图片,将兵马俑1号坑内的所有遗迹进行“毫米级”重现,相当于在距离100米以外的地方,就可看清兵马俑身上盔甲的纹路。画面所到之处,细节纤毫毕现。

天津博物馆与科技公司、网络直播平台、南开大学文学院传播学专业进行了合作,将馆内一些临时展览推进中小学校,并将相关的社教活动以直播的形式上传到网络平台,打造了“天津博物馆公众教育平台”。

文体速览

中原大舞台武术展演活动落幕



活动现场 孟山摄

本报讯(记者 孟山 通讯员 王辉)24日至25日,体彩杯2018年河南省第十四届中原大舞台武术展演洛阳分会场的活动在市体育中心广场举行。

中原大舞台武术展演活动由省体育局等部门主办,省武术协会、洛阳市体育局等承办。洛阳分会场与全省20个分会场同步举行。此次活动设个人拳比赛、个人器械比赛、集体拳比赛、集体器械比赛等内容,来自全市各县(市)区的37支代表队540多名运动员竞相登台,一展风采。经过两天的比赛,武术太极拳、市府太极拳分会、洛铜太极拳分会等8支代表队获得集体器械比赛一等奖,洛龙武术一队、陈家沟太极拳会、机车太极拳分会等8支代表队获得集体拳比赛一等奖。

武术健身在我市有着广泛的群众基础,常年从事太极拳等武术健身活动的市民有近3万人。作为全民武术健身的重要平台,中原大舞台武术展演活动已成功举办了十三届,我市的众多武术爱好者在这里切磋技艺、展示交流,享受武术运动带来的健康与快乐。

关林街道办事处 迎新春书画展开展

本报讯 从即日起至3月3日,洛龙关林街道办事处举办2018年迎新春书画展。

中国梦、新征程、国泰民安、阖家幸福……120幅反映习近平新时代中国特色社会主义思想的书画作品在办事处办公楼4楼集中展出,作者既有年过八旬的书画家,也有10岁学童。爱好书画的市民可前往参观、交流。(朱艳艳 王乐德)

中国杯足球赛 “牵手”体育旅游精品线路

2018格力·中国杯足球锦标赛主办方日前宣布,携手广西南宁环球国际旅行社有限公司,联合推出多条中国杯体育旅游精品线路。

此次推出的体育+旅游产品库,线路覆盖南宁周边的扬美古镇、国家5A级景区青秀山、大新影视拍摄地明仕田园、安平仙河路越野自驾营地等。

体育元素的融入,为传统旅游注入了新的活力与内涵。2018年是中国杯足球锦标赛落地广西的第二年,乌拉圭、威尔士和捷克三支球队将来到南宁与中国队展开较量。本次中国杯精品旅游线路的推出,有机会让原本只是观光的旅游变成以运动体验为主的活动,将给广大旅游爱好者带来不一样的体验。

今年的中国杯将于3月22日展开,揭幕战在中国队和威尔士队之间进行。(据新华社)

体育时评

为什么我们没有体育“春节大战”?

中国的电影票房在狗年春节迎来了异常火爆的局面。根据相关机构的统计,正月初一至初五,国内电影票房累计突破46亿元人民币,刷新了中国电影市场春节档的新纪录。仅仅大年初一天,就创造了近13亿元的票房,打破了全球单一市场单日票房纪录。

电影市场的火爆是春节期间文化、娱乐消费需求旺盛的一个例证。但中国的体育产业在这个“黄金档”难以找到存在感——除了平昌冬奥会和亚冠联赛这些恰巧安排在春节的国际赛事,中国本土的“春节大战”难觅踪影。

从足球来看,今年亚冠联赛首轮比赛广州恒大主场迎战泰国武里南联队的比赛时间被安排在除夕的前一天,球票销售一空,现场气氛相当火爆,球迷在春节的观赛需求可见一斑。

不过,由于中超联赛在每年11月收官,新赛季开始要等到来年的3月前后。除了亚足联组织的亚冠联赛,基本没有比赛安排。其实早在几年前,许多业内人士就曾呼吁将超级杯的比赛放在春节期间举行,但由于种种原因始终未能成行。

篮球方面,去年7月,中国篮协主席姚明曾表示,CBA可以安排春节大战,篮协甚至在酝酿一台“篮球春晚”。

但当CBA还在“筹谋”之时,“外来和尚”的美职篮已经开始全面布局。美职篮的“圣诞大战”已经成为美国篮球迷的年夜饭,他们开始抓住春节时段在中国篮球迷身上做文章。据统计,今年春节期间,美职篮有12支球队的主场安排了新春贺岁活动。此外,美职篮还在社交媒体策划了一系列活动,并举办线下训练营等活动。

中国体育的“春节档”仍然是一片“蓝海”,而体育的“春节大战”与电影的春节档一样,本质上都是一个IP研发、培育和变现的过程。一场“春节大战”的打造,是政府、协会、联赛运营方、球队、媒体、赞助商等方面共同搭建的系统工程,每一个环节都很关键,考验的是相关机构的服务意识、策划团队的创意、整体的操盘能力和细节的执行能力。在这方面,中国的体育产业还处在“从零到一”的初级阶段。

从某种意义上来说,我们的体育“春节大战”不能搞红火,可能是体育产业进阶与否的一个标志。(据新华社)

2017年相关数据发布

中国电影市场走向稳健

1 在世界电影市场地位更加稳固

国家新闻出版广电总局电影局艺术处处长陆亮认为,2017年中国电影市场票房和观影人次再创新高,标志着我国电影产业实力更加壮大,电影促进居民消费的重要性进一步提升,我国作为世界第二大电影市场的地位更加稳固。

2017年票房成绩的取得,首先有赖于国产现实题材影片的成功。博纳影业集团总裁于冬指出,2017年上半年,国产电影迎来了倒春寒,电影界为之担忧。近年,博纳影业用《智取威虎山》《湄公河行动》《建军大业》等影片探索出了具有市场竞争力的中国故事加上对观众有吸引力的制作推广方式来打造一部影片

的模式,给了电影行业启示:我们不能还沉迷在大IP(知识产权)+流量明星+粉丝效应的模式下,沉迷在古装、玄幻、盗墓甚至草根喜剧等题材上。所以,现实题材在2017年有了集中表现并取得了好成绩。

中国电影家协会秘书长饶曙光说,2017年票房成绩的取得,主要还是依靠电影院及其银幕数的增长及部分三、四、五线城市的增量。此外,国产电影的档期意识有所增强。更重要的是,电影的口碑在电影的票房增长当中发挥着越来越大的作用,观众的市场关注度在提高,非理性和粉丝消费在减退。

2 改变世界电影文化版图

2017年,中国电影市场持续快速健康发展,已经成为全球电影市场发展的重要动力源和稳定器。

饶曙光认为,中国电影市场规模的迅速增长,在一定程度上改变了世界电影的地理版图和文化版图。我们的增长动力和前景依然是强劲的,对世界电影的吸引力也在不断增强,比如印度的《摔跤吧!爸爸》、西班牙的《看不见的客人》、泰国的《天才枪手》等影片,都在中国取得了超过

本土市场的票房成绩。

陆亮指出,国产电影在2017年充分发挥电影作为文化大使的特殊功能,不断拓展中国电影的国际发展空间。2017年金砖国家首部合拍影片《时间去哪儿了》成功拍摄,有关部门着力打造海外十大中国品牌电影节,持续办好上海、北京和丝绸之路国际电影节,精心举办各类境外影展活动,加大海外推广力度。2017年中国电影海外销售收入达到42.53亿元,是2012年的4倍。

3 国际影响力亟待提升

业内人士认为,经历连续多年高速发展后,中国电影也面临着一些新的矛盾与挑战,突出表现为:质量水平亟待提升,电影市场发展不均衡、分配不合理,对电影新业态的规范引导相对滞后,电影拔尖人才稀缺,国际影响与我国综合国力不相称等。

饶曙光说,尽管2017年是质量提升年,但是我们还没有找到有效提升电影质量的途径和方法,弥补国产电影在人才、技术、文化准备、美学准备方面的不足,还缺少重量级的、有影响力的产品,可以有效地跟好莱坞电影正面抗衡。

于冬指出,中国电影的海外输出能力尚存在欠缺。他认为,中国要实现从电影大国向电影强国的转变,必须具备两个条件:一是国产电影在本国市场占有绝对优势,这一点我们做到了;二是中国电影强大的海外输出能力、辐射能力和国际影响力。目前中国电影还在华人市场有优势,在欧美市场还处在劣势。未来10年,中国和美国这两个并驾齐驱的电影市场将产生怎样的化学反应,正引发世人极大关注,两国应该有合作、有包容、有共赢。这是中国这一代电影人的机会,也是幸运之处。

(据《人民日报》(海外版)作者:苗春



日报云阅读

扫二维码,进行延伸阅读,关注春节档影片营销大战
短网址: http://shouji.lyd.com.cn/n/853629