

《博物馆说》——

# 推动文化资源融合共享

本报记者 徐红梅 马苏薇

如果博物馆会说话,将为人们讲述怎样的中国故事?近期,《博物馆说》网络短视频推广活动正式上线。143期短视频,可谓是全国143家顶级博物馆、美术馆方阵的首次集体亮相。各馆精心选择1件(组)馆藏经典文物,讲述文物蕴含的历史内涵、文化精神、当代价值,并通过主流媒体形成传播矩阵,让博物馆之声深入人心。

## 同“屏”共振 文物“活”起来的新窗口

近些年,让文物“活”起来,成为文博界乃至社会的热点话题,以文物为主角的荧屏视听节目层出不穷。《我在故宫修文物》《国家宝藏》《如果国宝会说话》等,以各具特色的内容和形式,引来网友点赞,让传承弘扬中华优秀传统文化蔚然成风。《博物馆说》栏目的重磅上线,无疑让更多的国家一级博物馆、全国重点美术馆和重要文物走到大众面前,为“文博热”再添一把火。

与其他文博类节目相比,《博物馆说》阵容空前强大。该活动由中央宣传部文艺局、文化和旅游部艺术司、国家文物局博物馆与社会文物司主办,“学习强国”学习平台、中央广播电视总台社教节目中心、人民出版社承办。前三批全部130家国家一级博物馆与13家全国重点美术馆,作为参与单位,积极响应。各馆所选文物绝大多数为一级文物,具有较高历史、艺术和科学价值,如故宫博物院藏《石鼓》、秦始皇陵博物院藏《高级军吏俑》、河北博物院藏《长信宫灯》(见图③)等,星光璀璨。

从品鉴重要馆藏文物、导览博物馆两个维度,《博物馆说》与观众一同潜入中华文明历史长河,步入博物馆长廊,聆听博物馆发展及馆藏文物背后的故事,感受蕴含其中的文化精神和新时代中国的发展成就。正如主办单位有关负责人所言,让文物说话;让博物馆说话;通过博物馆馆长、专家等人讲述文物,让博物馆的研究者、守护人说话,是《博物馆说》这一栏目名称的三重内涵。

因此,与其他文博类节目不同的是,为让各大博物馆、美术馆可以在多种多样的“说话”方式之间自由选择,《博物馆说》没有对各馆所选文物进行统一拍摄,也没有设置参考样本,而是由各馆根据具体需要自主完成短视频录制工作。“在主办方的具体指导下,在各地相关部门和各个博物馆的共同努力下,《博物馆说》网络短视频整体质量较高,呈现出百花齐放的特征”,此次活动的评审、中国人民革命军事博物馆原副馆长余志宏这样评价。

通过屏幕,观众不仅可以了解各地珍贵文物,更可以由此见人、见馆、见中华文明、见中国精神。中国人民革命军事博物馆藏《中国人民志愿军二级战斗英雄郑起的军号》(见图①),作为战争年代的珍贵见证,蕴含着人民军队发展壮大的精神密码;中国美术馆藏方增先中国画《粒粒皆辛苦》,表现出中华民族艰苦奋斗、勤俭节约的传统美德……一部部短视频,打开了一个个新空间,将人们拉回历史现场,让文物走入当代生活,不仅为观众带来艺术与审美享受,更引发共鸣与共情。

## 文博IP 短视频创作的新风口

当下,文博行业呈现蓬勃发展态势。“博物馆+互联网”,让传统文化更具魅力,促进了文旅融合,也让文博IP得到有力开发。短视频,作为如今信息传播的重要方式之一,进一步拓宽了博物馆的公共文化服务渠道。不少博物馆、美术馆都开始在短视频平台开设账号,用生动活泼的方式讲述历史文化,吸引了许多年轻人的目光。博物馆、美术馆的加入,也让短视频的短时长,不再意味着短文化。《博物馆说》便是一个有力的证明。

《博物馆说》以5分钟左右的短视频形式,将丰厚的文物与历史信息浓缩于方寸屏幕之间,让文化之美沁入观众心田。每件文物都蕴含丰富的文化信息。如何在短短5分钟的视频里做好信息



①



②



③



④



⑤

一些博物馆、美术馆与专业视频制作团队合作,或聚焦文物本身,或关注情景设置,以多元手段增强文物的表现力、传播力和感染力。如中国人民抗日战争纪念馆与北京广播电视台合作推出的短视频,围绕在战火硝烟中创作的木刻组画《一二〇师在华北》,配以人物演出、历史资料、相关文物等,真实再现了英雄浴血奋战的历史和艺术场景。再如辽宁省博物馆与辽宁卫视合作的《簪花仕女图》短视频,创新讲述方式,巧妙开篇。“我们通过后期制作,让5位唐代女子在开篇时有声有色地‘走’入画卷,配以声音、背景等,这样静态人物的气韵风度便扑面而来,二维静态画卷更富吸引力”。辽宁卫视制作团队总导演关昕介绍。

还有一些地方组建了专门的制作团队,以确保视频的整体制作水平。例如浙江省委宣传部委托浙江卫视,统一负责浙江省6家博物馆、2家美术馆的视频拍摄与后期制作。制作团队在短视频的视听效果和表现手法上精雕细琢。“我们对8部短视频的影像风格做了统一规划,全部采用电影级的灯光和摄影设备进行拍摄。对其中的7件藏品,团队采用专业探针镜头拍摄,尽可能展现那些连肉眼都难以观察到的藏品细节。各馆的拍摄方案都是量身打造的,内容体现出差异性和多样化”。制作团队总导演吴雨杭说。

借助匠心独运、精心打磨的短视频,博物馆、美术馆跨越时空,与不同年龄、文化背景的观众在云端邂逅,进一步融入当代生活,传承文化血脉,坚定文化自信。

## 立体化传播 全媒体时代的新格局

为让更多人听见博物馆的声音,此次活动还通过多个渠道、多种形式展开立体化传播。

线上,2月8日起,“学习强国”学习平台在推荐频道和中华文博频道上线“博物馆说”专题,让网友足不出户便能打卡全国博物馆、美术馆。同时,在各主要网站和平台,网友均可聆听博物馆之声。3月1日起,中央广播电视总台将推出首批65集《博物馆说》系列短视频,计划每日播出5集。

线下,《博物馆说》一书,也将于3月末由人民出版社出版。据本书责任编辑介绍,与其他同类图书不同的是,书中不仅有镇馆之宝的详细介绍和高清图档,还有同样作为重点推荐内容的全国143家博物馆、美术馆的信息与图文资料,因此,此书既是文化读物,也可用作工具书。

从应用新技术、开展跨界合作,到构建立体化传播格局,《博物馆说》不仅让博物馆成为一本更加生动的故事书,以通俗易懂、引人入胜的方式,让文物“活”起来;更为博物馆工作者、新闻媒体工作者,提供了思考新媒体环境中博物馆发展和融媒体建设的新契机。

数字化传播,对于美术馆而言意义重大。中央美术学院美术馆馆长张子康表示,《博物馆说》为美术馆利用学术研究做好艺术推广,将有价值的内容推送给大众提供了绝佳路径。它不仅吸引了更多的人走进美术馆,也将影响美术馆未来建设的走向。

短视频怎样做才能让老百姓喜闻乐见,是一个值得研究的课题。当下,一些文博类短视频存在同质化、碎片化现象。依托文物知识,创新讲述方式,进一步增强文化传播力,以促进文物研究、展示、教育和保护;用好新技术,呈现更生动、深邃的历史内涵,为观众带来全新的文化体验,是需要社会各方通力合作回答的时代课题。这也正是此次活动带来的启示。

文脉传承,前路正长。可以预见,互联网和数字技术的大规模应用,将不断打破博物馆的围墙,转变博物馆的沟通方式,推动文化资源的融合共享。

图④:中国国家博物馆外景。  
图⑤:中国美术馆外景。

版式设计:赵偲汝

“减法”,抓住观众的注意力?博物馆、美术馆各出奇招。

一些博物馆、美术馆加强数字和网络技术应用,挖掘文物细节信息,还原历史时空,极大增强了审美体验。比如,河南博物院运用文物3D扫描技术,全方位展现《莲鹤方壶》(见图②)的纹饰、工艺和构造,让观众能够360度欣赏文物。

## 脱贫故事绘 心声篇



# 幸福路上满春光

李晨



(一)我叫同春光,是一名“八〇后”。我的家乡在河南兰考县张庄村。因为父母去世早,我家曾是村里出名的贫困户。为了致富,我尝试过借钱建鸡棚养蛋鸡,却因为一场禽流感赔了个精光。



(二)多亏好政策,我申请到五万元无息贷款,又在畜牧局专家指导下学习了蛋鸡养殖技术,重新建起现代化养鸡场,养鸡规模逐步扩大到上万只,收入也连番上涨。



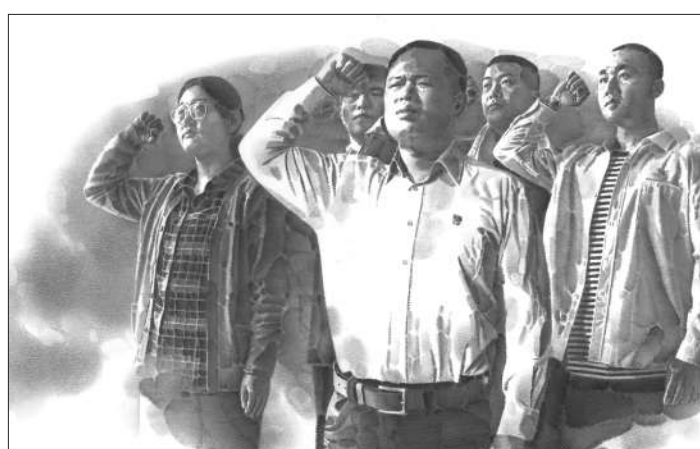
(三)近些年,我们村开始发展乡村旅游,大家纷纷改造院子做民宿。我在村里的芝麻油都是纯手工石磨制作,特别受欢迎。



(四)如今,民宿和特产销售成了张庄人的致富路,村子的环境也变好了。主干道幸福路两侧,各类特产店林立,彩旗迎风招展。街道干净,小院整洁,村里环境好了,不仅人气旺,咱住着心情也舒畅。



(五)村里还把闲置农房改造成了“桐花书馆”。院落式的书馆古朴雅致,别具一格。乡亲们有空时会来这里读书,孩子们经常在这里学习,就连省城的作家也常到这里体验生活。



(六)从“大风口”到“明星村”,张庄村华丽转身。我的生活富裕了,思想觉悟也有了提升。前年,我成为一名光荣的共产党员。我将发挥好先锋模范作用,带动更多村民一起致富!

## 名家新作

# 美術



落霞(油画)

王力克

忆起旧时槐花开(中国画)

贾广健

