

# 文物直播何以深入人心

“蹲”文物直播间,看三星堆文物在半掩半埋中被挖掘,听2500年前的青铜乐器演奏《茉莉花》,“触摸”《千里江山图》的细节之处……文物直播让作为历史文化宝库的博物馆焕发出时尚魅力,让原本束之高阁的文物火爆“出圈”。某短视频平台数据显示,2022年5月以来,仅自家平台上各类博物馆相关直播就有11.6万场,同比增长60%,观看人次8.2亿,总时长达2300多小时。直播如何将文物观赏方式从“隔窗观物”转变成“视听盛宴”,获得网络用户的青睐?

## 拓宽文物展现的时空维度

直播让文物从静止的实物陈列转向动态的线上“展演”,拓宽文物展现的时空维度,带来更加多样的呈现形式。

展览式文物直播像一堂堂直观、精彩的历史课,重点挖掘文物背后的历史故事,阐释并传递文化内涵。这类直播往往借助专家解说或讲解员的介绍,导航式展示文物的形状特征、细节纹理和历史痕迹,深化网络用户对文物的认识。各地博物馆齐聚线上,立足于各地特色馆藏,从文物的前世今生、外形特征到背后故事,多角度提供了丰富的文化视听内容。

纪实式文物直播像考古探秘之旅,关注文物出土、修复与保存的过程,不仅记录重要的历史时刻,也赋予普通网络用户“围观”历史性场景的机会,使以往由专业人士主导的考古挖掘变成民众共同参与的“探索”过程。央视频对三星堆遗址为期4天的直播报道,直击文物出土时刻,吸引了数千万人观看,直播上线两天,视频播放量累计超4000万次,相关话题总阅读量亦突破两亿人次。

参与式文物直播像充满趣味的文创活动,主打提升用户的文化消费体验。借助直播平台,博物馆工作人员以特色文物馆藏及其相关文创作品吸引用户关注,通过“文化带货”方式与用户深入互动。河南博物馆上线的“豫来遇潮”直播间,用户不仅能够云上逛文物、听解说,还能与在线主播聊国潮,共同设计文创产品,打造出个性化的文化服务体验。

## 以人为中心的“生活化历史故事”

直播改变了文物的数字表达方式,“赏文物”“逛文创”“听解说”成了用户足不出户的个人文化活动。文物直播融入个体性文化参与,推动对历史的诠释从宏大叙事转向个体叙事,成为以人为中心的“生活化历史故事”。

从“描绘物”到“关注人”,直播叙事视角的转换,将文物承载的文化价值具象化为劳动人民的生活故事与实践智慧。这种“由下而上”地探寻文物背后“个体化”生活元素的叙事方式,建构了普通人的叙事视角,增强了历史的亲近感。徐州出土的汉代彩绘陶俑形色各异,直播中主持人抓住男性陶俑色彩艳丽这一特点,以汉代男子也爱美妆、涂红唇的历史故事道出陶俑特点的由来,不仅巧妙地展现了文物厚重的历史价值,还找到联通古今的“话题点”。

文物直播常常以个体的行为活动为叙事线索,完成文物故事的表达,让文物“动起来”,实现直播的动态化叙事。游客打卡式、快闪表演式和合作寻宝式等直播叙事结构的设计,围绕人的行动轨迹勾勒博物馆文物的全貌,通过移步换景、设置悬念、任务驱动,直播故事情节也变得“因人而异”。吐鲁番博物馆采用“讲解员+学生参观”的搭配方式,讲解员在带领学生“寻宝”的过程中完成整个直播叙事,改变了以往仅由讲解员或主持人讲故事的单一模式。青年学子等人物元素的嵌入,将个体化视角融入公共文化议题中,既丰富了文物故事的内涵,也让直播变得更加生动与“接地气”。

节点化、模块化和主题化的直播情景叙事结构,顺应数字传播生态,契合当下用户的文化消费

特点,深度刻画细节,以简洁却不失完整的微故事吸引用户的关注。2022年处暑时节,故宫博物院推出以“故宫处暑时”为主题的专题直播,分别对茶器、宫廷夏季服饰、钟表等文物进行专题片段的解说,再现古代皇官在夏季穿衣饮食、教育学习和工作休闲等各个场景,吸引1.4亿人次观看。

另外,借助5G、12K以及虚拟现实等数字技术,文物直播的叙事更容易呈现文物的价值内核,为用户提供个性化与定制化的专属文化之旅。中央广播电视总台在直播特别节目中推出沉浸式数字交互空间《三星堆奇幻之旅》,利用“大规模即时云渲染技术”,依据用户个人登录答题情况和交互过程的反馈,实现“千人千面”的文化体验。观众可用更为独特的方式走进三星堆,体验文物之美,感受古蜀文明的博大精深。

## 延伸文物与人的关系

直播将文物的“物质性”存在方式变为“非物质性”的数字呈现,改变了其传播与传承的底层逻辑,延伸了文物与人的关系。

长期以来,基于历史保存与安全的考虑,人们难以近距离接触与观赏文物。直播打破了文物与人的物理界限,并基于媒介逻辑建构出新的关系连接。一方面,用户与文物的“相聚”由线下转为线上,重建了物理空间难以实现的连接。另一方面,直播不仅为用户提供身临其境的体验场景,还延伸了人与物的互动方式。数据建模、数字孪生等技术,让文物在虚拟空间拥有了“新的文化生命体”。文物从沉睡到苏醒,从沉默不语到主动表达,与人的“双向沟通”成为可能。

直播技术让不同参与者拥有了新的身份角色,塑造了人与人之间新的文化交流模式与行为规范,文物直播也成为人际交往的仪式性活动。在直播过程中,基于共同兴趣或话题集聚的用户,不仅是点赞、评论与发弹幕的文化体验者,同时也是内容生产者,对文物意义进行创新“转译”,实现二次传播。

另外,文物专家与博物馆讲解员除了充当传统的知识传播者,还以“主播”这一新角色上线。不少博物馆的“网红”讲解员在直播中通过讲故事、说“金句”等方式,将文物直播演成一场脱口秀,平等对话的氛围与趣味故事的表达让文物承载的历史文化更容易触动人心。

直播重构了媒介化的人、文物与场景等传播元素,为用户了解与感知历史提供了多种接入路径。作为技术基础,直播提供便捷的文化接入方式,降低用户的准入与使用门槛,增强其文化获得感。作为艺术表达手段,直播找到了用户的审美需求点,提供了丰富的文化体验模式。总之,文物直播建构出新的知识生产场域,并以别开生面的方式培育用户的历史感知力,引导用户的审美价值取向。

## 还需通过数字化持续“出新”

文物借助直播走进千家万户,但文物直播仍存在数据资源有限、数字内容创意匮乏、数字技术建设不足等影响用户体验的问题。推进文博事业持续创新发展与深入人心,直播还需要运用数字化思维,深化数字技术建设,激活数字文物的文化基因。

文物直播的前提是文物的数字化采集与储存。文物直播看起来是文化消费的数字化,但本



三星堆博物馆新馆展出的青铜鸟足神像 新华社发

质上更是文化资源供给、文化生产和文化传播的数字化。对文物“数字档案”的数据化提取、加工,可丰富内容类型与来源,为直播垂直类文化内容制作提供可能。同时,直播数据可驱动内容创意生产,基于大数据分析并对已有文物数据进行挖掘,可以掌握更多难以察觉的文物数据特征,激发深层次的文化创意。

数字叙事既要运用数字技术让文物被“看见”,也要通过数字化的故事逻辑促进内容增值与价值创造。从数字叙事主体来看,可以进一步释放用户在内容创造中的积极作用,借助用户视角来观察与体验文化,以贴近大众的方式讲述文物故事;在数字叙事方式上,文物直播需要打破传统的线性故事模式,融入跨媒介叙事创作,拓展文物的功能角色,依据不同媒介平台打造文物的多种形态,提升直播故事情节的节奏感与吸引力;就数字叙事功能而言,要打造文物直播的共情叙事,推动个体情感与历史文化同频共振,以文化情感驱动用户参与、共鸣和反馈,并最终反哺文物直播的价值创造。

文物直播是以用户文化体验为中心的文化传播过程,因此进一步增强数字交互设计,激活数字关系潜力,可有效推进文物直播的参与性和互动性。这就既要坚守文物直播交互设计的“起点”,在交互设计中融入时代价值与以人为本精神,制作出喜闻乐见、雅俗共赏的文化视听作品,用优秀历史文化精神激发社会前行的动力;又要延伸文物直播交互设计的“触点”,不断发现与建立新的数字关系连接,将交互设计与用户文化体验相结合,增强个性化关联,并推动交互式文物直播成为用户的“文化日常”;还要找准文物直播交互设计的“焦点”,综合运用人、文物、技术、场景等传播元素进行创新设计与创意叠加,提升数字交互中心的关注度和吸引力,推动文物直播成为传播热点,让文物在不断变化与发展的数字交互中历久弥新、深入人心。