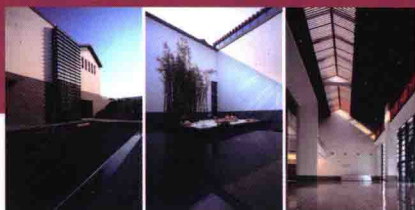




数字文化馆： 网络平台与实体空间

李国新 曹俊 ◎ 主编



國家圖書館出版社
National Library of China Publishing House

数字文化馆:网络平台与实体空间

李国新 曹 俊 主编

 國家圖書館出版社

图书在版编目(CIP)数据

数字文化馆：网络平台与实体空间/李国新，曹俊主编.--北京：国家图书馆出版社，2016.6

ISBN 978 - 7 - 5013 - 5830 - 4

I. ①数… II. ①李… ②曹… III. ①文化馆—数字化 IV. ①G242

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 107651 号

书 名 数字文化馆：网络平台与实体空间

著 者 李国新 曹 俊 主编

责任编辑 金丽萍

出 版 国家图书馆出版社(100034 北京市西城区文津街7号)
(原书目文献出版社 北京图书馆出版社)

发 行 010 - 66114536 66126153 66151313 66175620
66121706(传真) 66126156(门市部)

E-mail nlcpress@nlc.cn(邮购)

Website www.nlcpress.com ——>投稿中心

经 销 新华书店

印 装 北京信彩瑞禾印刷厂

版 次 2016年6月第1版 2016年6月第1次印刷

开 本 880毫米×1230毫米 1/32

印 张 6.625

字 数 150千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 5013 - 5830 - 4

定 价 48.00元

目 录

推动数字文化馆理论研究和建设实践走向深入

——写在《数字文化馆：网络平台与实体空间》出版之际·····	1
--------------------------------	---

上篇 数字文化馆网络平台与实体空间建设

第一章 数字文化馆建设现状	3
第一节 数字文化馆网络平台建设现状	3
第二节 数字文化馆实体空间建设现状	16
第二章 数字文化馆网络平台建设	34
第一节 服务预约	34
第二节 网上展厅	38
第三节 网上活动	42
第四节 微应用：微信、微博、APP	46
第五节 慕课辅导	54
第六节 评价反馈	61
第七节 业务培训	65
第八节 志愿者管理	71
第九节 积分激励管理	75
第十节 特色资源建设	81
第三章 数字文化馆实体空间建设	84
第一节 数字互动墙	85
第二节 电子阅览室升级	89

第三节	数字创客空间	91
第四节	虚拟现实空间	96
第五节	数字休闲空间	98
第六节	少儿数字乐园	100
第七节	数字课堂	101
第八节	非遗活态展示空间	104
第九节	群文创作空间	107
第十节	流动数字空间	109

下篇 国外公共文化机构数字实体空间

第四章 国外美术馆创新互动空间

——以克利夫兰美术博物馆“一号画室”为例	115
第一节 互动体验	116
第二节 移动应用程序和手持移动设备	126
第三节 经验借鉴	128

第五章 国外博物馆、科技馆等数字实体空间

第一节 美国犹太人历史博物馆数字实体空间	133
第二节 法国卢浮宫 DNP 博物馆实验室数字实体空间	144
第三节 美国“9·11”国家纪念馆数字实体空间	155
第四节 美国库珀·休伊特史密森设计博物馆数字实体空间	167
第五节 美国圣地亚哥海洋馆数字实体空间	174
第六节 美国加州科学馆数字实体空间	176

附录:苏州市公共文化中心数字文化馆规划建设方案	178
-------------------------------	-----

后 记	201
-----------	-----

上 篇

数字文化馆网络平台与实体空间建设

第一章 数字文化馆建设现状

第一节 数字文化馆网络平台建设现状

2015年8月16日—10月20日,北京大学国家现代公共文化研究中心课题组对全国文化馆开设的网站、微信公众号、微博进行了摸底调查。范围涵盖我国大陆地区22个省、5个自治区、4个直辖市、新疆生产建设兵团等32个省级行政区,对全部32个省(区)级文化馆和426个地(市)级文化馆的网站、微信公众号、微博状况进行了调研。县(区)级文化馆方面,课题组从东、中、西部地区各选择2个省,即辽宁、江苏、湖北、山西、陕西、贵州6个省,对6省全部625个县(区)级文化馆进行了调研。

一、省(区)级、地(市)级文化馆网络平台建设现状

表1-1 省(区)级、地(市)级文化馆网站、微信、微博开通情况^①

馆级别(数量)	省(区)级(32)		地(市)级(426)	
开通项目	开通数量	占比(%)	开通数量	占比(%)
网站	30	93.4	272	63.8
微信	12	37.5	107	23.8
微博	8	25.0	52	12.2

^① 数据统计截至2015年10月20日。下同。

总体来看,省(区)级、地(市)级文化馆的网站开通率高于微信,微信开通率高于微博。省(区)级文化馆的网站、微信、微博开通率高于全国地(市)级的开通率。

省(区)级文化馆中,30 个文化馆开通了网站,只有西藏自治区、新疆生产建设兵团两省级文化馆未开通网站。省(区)级文化馆开通微信的不足二分之一,开通微博的则只占四分之一。

地(市)级文化馆中,网站的开通率为 63.8%。地(市)级文化馆开通微信的不足四分之一,开通微博的不足五分之一。

表 1-2 各省(区)地(市)级文化馆网站、微信、微博开通情况

序号	省 (地级市数)	网站 开通数	比例 (%)	微信 开通数	比例 (%)	微博 开通数	比例 (%)
1	江苏(13)	13	100	5	38.5	3	23.1
2	河北(11)	10	90.9	0	0	0	0
3	浙江(11)	10	90.9	9	81.8	8	72.7
4	广东(21)	19	90.5	12	57.1	8	38.1
5	福建(9)	8	88.9	6	66.7	3	33.3
6	上海(17)	15	88.2	11	64.7	4	23.5
7	安徽(16)	14	87.5	2	12.5	0	0
8	四川(22)	19	86.4	7	31.8	3	13.6
9	重庆(19)	16	84.2	8	42.1	5	26.3
10	江西(11)	9	81.8	3	27.3	0	0
11	河南(18)	14	77.8	7	38.9	3	16.7
12	山东(17)	13	76.5	9	52.9	1	5.9
13	宁夏(7)	5	71.4	1	14.3	1	14.3
14	陕西(10)	7	70	1	10	3	30
15	湖北(13)	9	69.2	4	30.8	1	7.7

续表

序号	省 (地级市数)	网站 开通数	比例 (%)	微信 开通数	比例 (%)	微博 开通数	比例 (%)
16	辽宁(14)	9	64.3	1	7.1	0	0
17	广西(14)	9	64.3	2	14.3	1	7.1
18	北京(16)	10	62.5	4	25	0	0
19	云南(16)	10	62.5	1	6.3	1	6.3
20	湖南(13)	8	61.5	4	30.8	3	23.1
21	吉林(10)	6	60	2	20	0	0
22	贵州(9)	5	55.6	1	11.1	1	11.1
23	天津(16)	8	50	0	0	0	0
24	山西(11)	5	45.5	1	9.1	0	0
25	海南(9)	4	44.4	0	0	0	0
26	新疆(14)	6	42.9	0	0	0	0
27	甘肃(14)	5	35.7	0	0	2	14.3
28	内蒙古(12)	3	25	0	0	0	0
29	黑龙江(13)	3	23.1	0	0	0	0
30	青海(8)	1	12.5	0	0	0	0
31	西藏(8)	0	0	2	25	0	0
32	新疆生产 建设兵团(14)	0	0	0	0	0	0

32个省(区)中,17个省的地(市)级文化馆网站开通率超过了平均开通率(63.8%),14个省的地(市)级文化馆微信开通率超过了平均开通率(23.8%),8个省的地(市)级文化文化馆微博开通率超过了平均开通率(12.2%),区域不均衡现象突出。17个地(市)级文化馆网站开通率较高的省份中,有9个集中在沿海地区,占了一半以上,4个位于中部,4个位于西部。

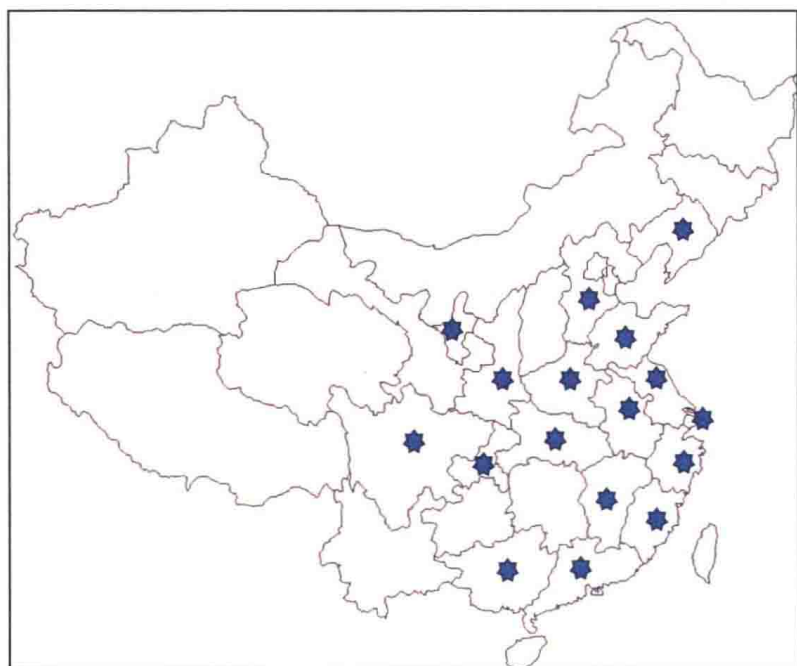


图 1-1 地市级文化馆网站开通率较高的省份示意图^①

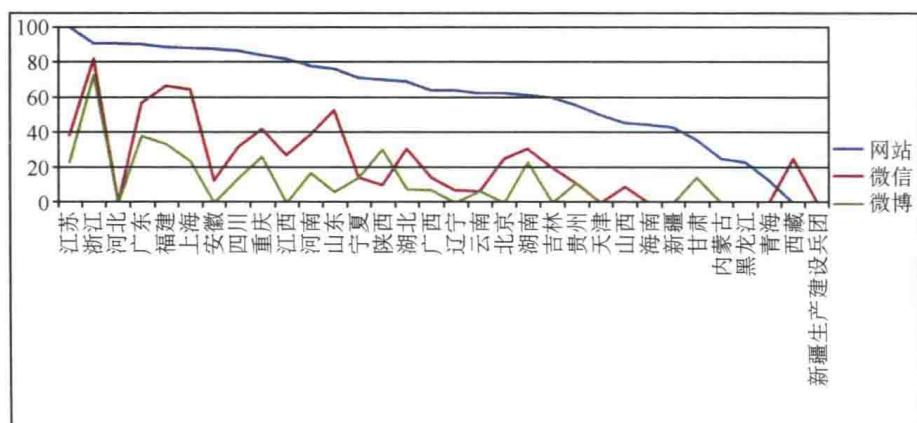


图 1-2 各省(区)地(市)级文化馆网站、微信、微博开通率(%)示意图

① 开通率较高指高于全国地(市)级文化馆网站平均开通率。

将各省地(市)级文化馆网站开通率从高到低排列时,相应省份地(市)级文化馆微信、微博开通率与网站开通率有一定的趋同性,尤其是微信与微博开通率的趋势呈现趋同性。除西藏自治区地(市)级文化馆的微信开通率高于网站外,其他省地(市)级文化馆的微信开通率均低于网站开通率。

二、县(区)级文化馆网络平台建设现状

表 1-3 县(区)级文化馆网站、微信、微博开通情况

地区	省 (县的数量)	网站		微信		微博	
		数量	比例(%)	数量	比例(%)	数量	比例(%)
东部	江苏(103)	68	66.0	15	14.6	4	3.9
	辽宁(100)	17	17	4	4	0	0
中部	湖北(102)	29	28.4	2	2.0	3	2.9
	山西(121)	27	22.3	8	6.6	1	0.8
西部	陕西(108)	54	50	9	8.3	6	5.6
	贵州(91)	35	38.5	1	1.0	0	0

按地区比较,西部、东部地区县(区)级文化馆网站开通率高于中部。县(区)级文化馆网站开通率最高的省份出现在东部,最低也在东部,表明县(区)级文化馆网站建设在东部地区各省之间也存在着显著差异。

与省(区)级、地(市)级文化馆相比较,除江苏省、陕西省县(区)级文化馆网站开通率接近地(市)级文化馆网站平均开通率外,其他各省县(区)级文化馆网站开通率均较低。六省县(区)级文化馆网站平均开通率也只有 36.8%。

相对于网站开通率,县(区)级文化馆微信、微博开通率普遍较低。江苏省县(区)级文化馆微信开通率最高,也不足 15%,陕西省县(区)级文化馆微博开通率最高,仅为 5.6%。其中微信开通率整体上高于微博。

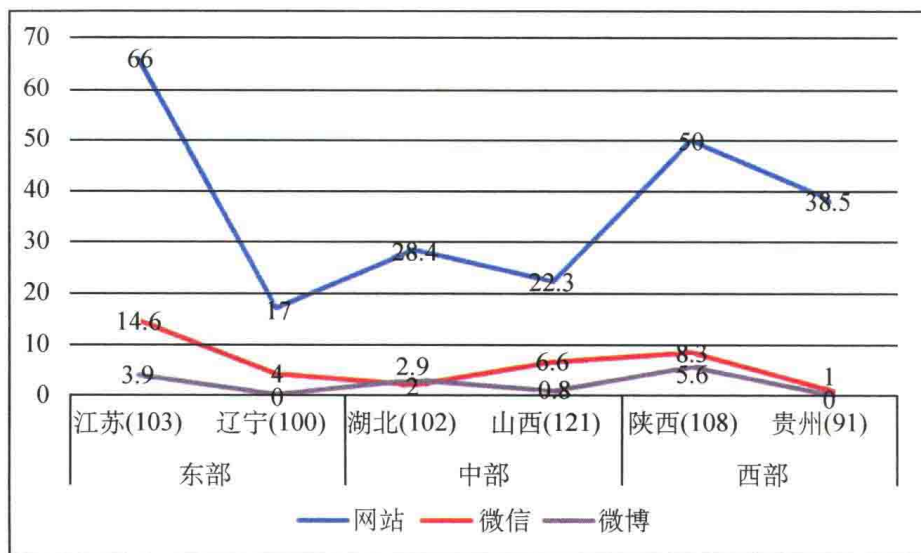


图 1-3 县(区)级文化馆网站、微信、微博开通率(%)示意图

与省(区)级、地(市)级文化馆相比较,县(区)级文化馆微信、微博开通率差距显著。

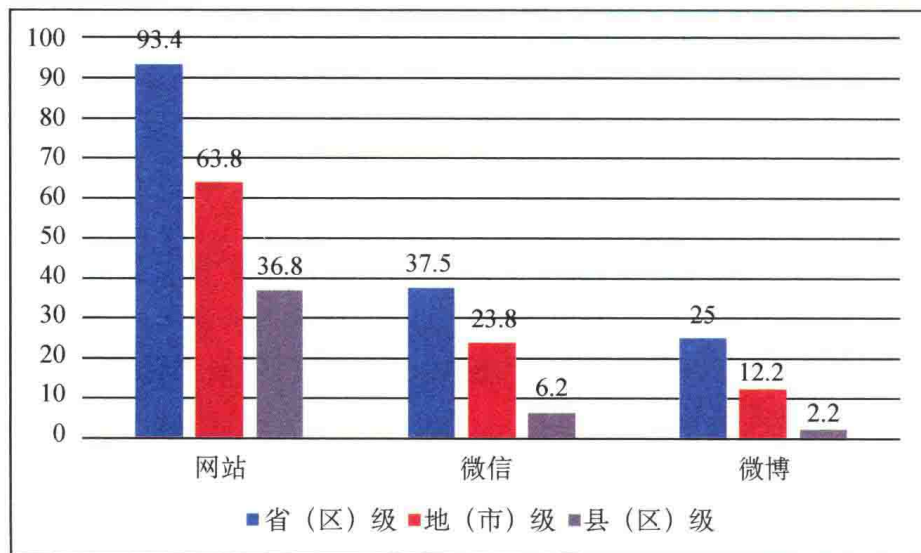


图 1-4 各级文化馆网站、微信、微博开通率(%)比较

三、数字文化馆网络平台的功能分析

1. 文化馆网站的一般功能

文化馆网站是文化馆信息门户,是文化馆各项信息传播、数字资源利用、创新服务开展的主要渠道。根据在调研过程中的了解,目前文化馆网站普遍具备的功能主要有文化馆基本信息、文化馆服务内容介绍、文化馆数字化资源提供、非遗信息提供与项目展示、意见征询与需求反馈等。

(1)文化馆基本信息。文化馆基本信息是用户了解文化馆乃至公共文化服务的重要窗口,主要是对文化馆基本情况的介绍。一般来说,包括文化馆历史沿革、组织架构、现任领导、地址、场馆布局、功能职责、主要成就、重点和特色服务项目简介等。

(2)文化馆服务内容介绍。主要包括服务宗旨、服务项目、服务时间、文化艺术活动通告等四项。文化馆服务内容的网站公告,是公众便捷了解文化馆各项服务和活动的重要途径,也是文化馆宣传和推广服务、扩大活动参与的重要渠道。

(3)数字资源提供。目前,文化馆数字资源从形式上来说主要有图片、音频、视频。从来源看,主要有三种:一是文化馆各类文化艺术活动中产生的各种作品,二是公众上传的各类文艺作品,三是文化共享工程提供的数字资源。公众可通过网站在线浏览、观看、欣赏甚至下载。从调研结果来看,各级文化馆网站普遍提供数字资源的比例均达75%以上,其中地(市)级文化馆提供数字资源网站的比例(83.4%)略高于县(区)级、省(区)级文化馆。

表 1-4 提供数字资源的文化馆网站数量和比例

省(区)级(30)		地(市)级(272)		县(区)级(230)	
数量	占比(%)	数量	占比(%)	开通	占比(%)
23	76.7	227	83.4	179	77.8



图 1-5 重庆北碚区文化馆网站服务内容介绍

西城区第一文化馆

西城区第一文化馆2015“欢聚艺堂”公益培训系列活动

- 我与舞蹈零距离
- 乘着歌声的翅膀
- 摄影书法
- 戏剧曲艺—百姓乐园
- 聆听音乐

开课时间: 2015年6月-11月
开课地点: 西城区第一文化馆

www.xchwhg.com

“我与舞蹈零距离”舞蹈公益培训招生简

一、课程安排

课程名称	学习地点	授课教师	招生人数	报名对象	课程时间
古典舞考级基础班	西城区第一文化馆	陈红	60	零基础 (无舞蹈基础)	6月22日 (一) 13:00-16:00 6月29日 (一) 13:00-16:00 7月6日 (一) 13:00-16:00 7月13日 (一) 13:00-16:00 7月20日 (一) 13:00-16:00 7月27日 (一) 13:00-16:00 8月3日 (一) 13:00-16:00 8月10日 (一) 13:00-16:00 8月17日 (一) 13:00-16:00
中国民族民间舞	西城区第一文化馆	陈红	40	零基础 (无舞蹈基础)	6月22日 (一) 14:00-17:00 6月29日 (一) 14:00-17:00 7月6日 (一) 14:00-17:00 7月13日 (一) 14:00-17:00 7月20日 (一) 14:00-17:00 7月27日 (一) 14:00-17:00 8月3日 (一) 14:00-17:00 8月10日 (一) 14:00-17:00 8月17日 (一) 14:00-17:00
中国民族民间舞	西城区第一文化馆	陈红	30	零基础 (无舞蹈基础)	7月6日 (一) 14:00-17:00 7月13日 (一) 14:00-17:00 7月20日 (一) 14:00-17:00 7月27日 (一) 14:00-17:00 8月3日 (一) 14:00-17:00 8月10日 (一) 14:00-17:00 8月17日 (一) 14:00-17:00 8月24日 (一) 14:00-17:00 8月31日 (一) 14:00-17:00
中国民族民间舞	西城区第一文化馆	陈红	40	零基础 (无舞蹈基础)	6月22日 (一) 14:00-17:00 6月29日 (一) 14:00-17:00 7月6日 (一) 14:00-17:00 7月13日 (一) 14:00-17:00 7月20日 (一) 14:00-17:00 7月27日 (一) 14:00-17:00 8月3日 (一) 14:00-17:00 8月10日 (一) 14:00-17:00 8月17日 (一) 14:00-17:00

图 1-6 西城区第一文化馆培训活动公告

文化馆各类文化活动中产生的资源:视频资源主要是各类文艺活动的视频、教学视频、培训视频、讲座视频,照片主要是摄影、美术、书法等作品的数字化。文艺活动的视频中,有些是整个晚会、演出的录像,有些是某个表演作品的录像,有些将整个晚会、演出切分成了多个小视频。教学、培训视频主要是文化馆所聘请的专职人员对某一方面的文化艺术内容进行培训的录像。讲座视频是文化馆邀请专家、学者进行专题演讲,并将演讲过程进行录像,上传到网站。照片展示的作品主要是文化馆曾经举办的展览中的一些精品、民众上传的作品,文化馆会对这些作品进行介绍,提供作者、鉴赏信息。

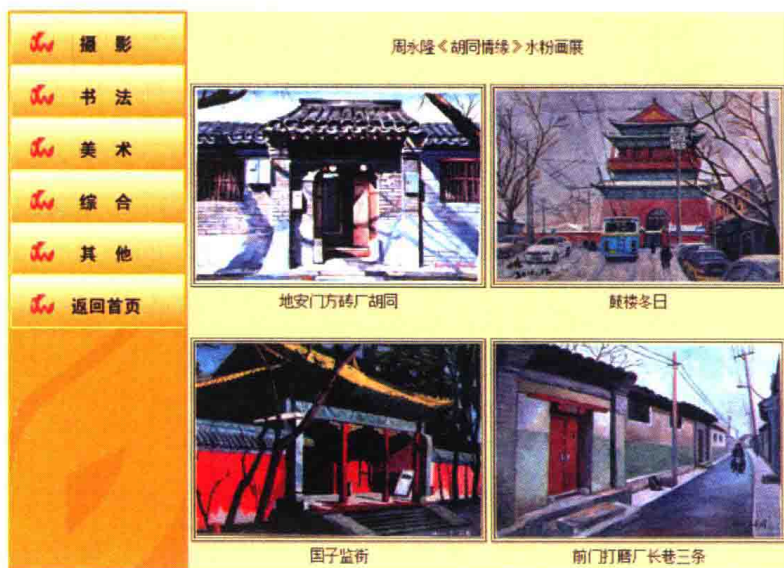


图 1-7 北京市西城区文化馆网站数字资源



图 1-8 浙江省文化馆用户“作品上传”网页

公众上传作品是文化馆设置了公众可以上传个人作品的栏目,上传后经过文化馆审核后,公布在文化馆网站上,供所有人欣赏,为公众提供了自我表现的平台。

文化共享工程的数字资源也是文化馆数字资源的重要来源之一。有些文化馆链接了文化共享工程提供的数字资源,向公众介绍和推荐。

(4)非遗信息提供与项目展示。非物质文化遗产保护和传承作为文化馆的一项职能,也受到了文化馆的重视。通过调研课题组发现,部分文化馆网站建立了专门的非遗栏目,栏目内容以非遗法规、非遗项目介绍、传承人信息、非遗动态为主。非遗法规主要列举了国家、省、市、县的非遗法律法规或政策;非遗项目介绍一般按国家级、省级、地(市)级、县级项目进行分别列举,有些还详细介绍了非遗项目的制作过程,拍摄了视频;传承人栏目的介绍以文字或视频的形式介绍传承人;非遗动态一般是非遗活动的消息和新闻报道。

表 1-5 开设非遗栏目的文化馆网站数量和比例(%)

省(区)级(30)		地(市)级(272)		县(区)级(230)	
数量	占比(%)	数量	占比(%)	数量	占比(%)
17	56.7	187	68.8	154	67.0

从表 1-5 可以看出,非遗传承与保护受到了各级文化馆的重视,各级文化馆网站中,开设专门非遗栏目的均占 55% 以上。

(5)意见征询与需求反馈。文化馆网站为用户提供意见、需求反馈的方式有多种,如 QQ、在线留言、问卷调查、论坛等。其中使用在线留言方式的文化馆较多,一般需要填写的信息就是名字、邮箱、建议内容,在线提交即可。