



【热帖】

动画《笔墨行旅》带网友“跋山涉水” “台北故宫”特制视频生动展现“镇院之宝”

近日,一部定格“台北故宫博物院”的动画片《笔墨行旅》在网上热传,令网友惊艳。点开该片如同展开画轴,可将轻易不得见的“镇院之宝”尽收眼底,令人感叹。



元代《鹊华秋色图》的原版和动画版。

【微观】

家里多了“一口人” 叫机器人

陪孩子讲故事、唱歌、猜谜语、讲知识……这些不是由父母完成,而是由机器人代劳。你能想象吗?实际上,这种具备人工智能的陪伴机器人已经走上市场,走入家庭,从幻想变成了现实。家里多了这样“一口人”,成为孩子的家教、伙伴,你能接受吗?

随着智能化浪潮的来袭,智能化教育也成了新的“风口”,在过去几年里,家庭陪伴机器人实现了从无到有和爆发式增长,截至去年年底,具有一定市场知名度的品牌已有十余个,功能涵盖自然语言聊天、早教学习、人脸识别、远程通话等。当父母外出工作时,机器人就成了孩子的小伙伴。

除了面向低龄儿童的陪伴机器人外,面向“大孩子”的人工智能也成了新的热点。目前,尽管智能教育已经步入成熟,但陪伴机器人还处于早期阶段,会讲课的“机器人老师”要大规模走入家庭,仍需要技术的不断完善。

网友“伊妮”表示,目前没有考虑过购买此类机器人:“感觉有些产品并没有宣传的那么智能,有些产品就是高端点的讲故事机、读书机,有多个语音识别功能;有些则更类似远程摄像头。而且孩子还小,白天必须由老人照顾,机器人不算刚需。”

有业内人士认为,机器人能顺畅地与人类交流,并不是一件易事,尤其是与儿童交流,更需要让机器人带入一些“情感”,儿童发音和成人也有所不同,还会有口齿不清的情况。做陪伴机器人不难,但做好不容易。

移动智能便利店来了 你怎么看

近日,一种智能式的无人便利店出现在上海。这个便利店有点像一辆汽车,它可以自己移动,顾客还可以用手机随时将它召唤到身边,利用信用卡购物。便利店是无人管理的,利用电动机和太阳能提供动力,还可自动补货。对此,你怎么看?

@半亩禾苗:怎一个酷字了得!

@陈洁欢1986:方便是方便,但对交通有影响,还是要多方面考虑周全。

@地球还有其他花:会不会进去买完东西,出来就不知道在哪儿了……

@薛大侠:再加个功能,想去哪儿,进店之后按个按钮,直接给你送到目的地,顺便购个物。

@adalajey:感觉只能在校园、住宅小区里应用。

@就是剧迷:高科技,感觉以后真的不需要人类工作了。

@写假期啊:多个人同时在不同的地点召唤它,它会先去哪儿?后面的人要等多久?它跑得也不快啊。

□张楠

逐格拍摄的动画 令人如在画中游

《笔墨行旅》动画叙述了一个现代男子进入画中世界展开旅程的故事,他在此过程中变成动物或植物,与自然合二为一。视频开始,但见画卷展开,飞翔的小鸟口中所衔果实落地,发芽成了一棵树,随即周围山石叠起,秋树掩映。红衣主人公出场了,小鸟飞回来,他追逐小鸟成了一匹红鬃蓝马,穿行于林间,再幻化为鸟形,穿越回环,最后回归少年,来到山前,云雾氤氲,最后化为山间的一棵松树……

据了解,作为“台北故宫博物院”2016年度典藏展的开幕片,动画中的四个场景分别为四幅历史上重要的中国山水画,画中景色被制作成真实模型场景,人物和动植物在其中全是逐格拍摄。该片由赵安玲导演,陈普任艺术指导,邱比编剧,《笔墨行旅》在2017休斯敦国际影展上斩获最佳动画奖。

视频的最后,创作者揭秘了创作的过程。原来动画中出现的场景和景物都是一制作出来的实物,然后进行拍摄。何谓逐格动画?其一

般指定格动画,是通过逐格地拍摄对象然后使之连续放映,从而产生仿佛活了一般的人物或你能想象到的任何奇异角色。通常所指的定格动画一般都是由黏土偶、木偶或混合材料的角色来演出的。

定格动画与“台北故宫博物院”藏品相结合,还是令网友眼前一亮。“喜欢,太有创意了!”还有网友@故宫博物院也“来一个”。

“台北故宫”镇院之宝玩“穿越”

该片以唐代《明皇幸蜀图》、北宋《溪山行旅图》、南宋《岩关古寺图》及元代《鹊华秋色图》四幅画作来呈现中国山水画讲求可行、可望、可游、可居之意境。视频中,《鹊华秋色图》里的一叶扁舟,一尾红鱼;《溪山行旅图》里巨峰壁立;《岩关古寺图》里山端耸有一棵罗汉青松,森严气氛中有点媚柔态;《明皇幸蜀图》中,云雾缭绕,山水一色……

“台北故宫”的翠玉白菜、肉形石、毛公鼎三件藏品一直令游客趋之若鹜。其实,从绘画层面而言,宋代名作的范宽《溪山行旅图》实乃镇院之宝之一。《溪山行旅图》是现存于世的范宽名下的山水画中最受肯定的真迹,被

誉为“宋代绘画第一神品”,是中国古代山水画的巅峰之作,自诞生以来影响了古今众多画家。

《溪山行旅图》造型峻巍,笔墨酣畅厚重,而《明皇幸蜀图》描绘的是唐代安史之乱时,唐玄宗丢了首都长安,逃亡四川避难,在深山中行旅的情景。但画中人物个个衣冠楚楚,置身青山绿水之中,竟如同“游春”。《岩关古寺图》中夜幕将降,夕辉犹存,而赵孟頫《鹊华秋色图》向来被认定为画史上文人画风式的青绿山水设色,红树芦荻,渔舟出没,绿荫丛中,两山突起。

现象级纪录片《我在故宫修文物》之前在“二次元”社交平台火了;这次,“台北故宫”的藏品也化成动画在网上能看了……有网友感叹道,是创意点亮了传统文化。

近年来,两岸故宫的数字化尝试不断惊艳咱们的眼球。一些“黑科技”穿越时空和历史文物、书画相融合,碰撞出全新的博物馆体验。由于宋代书画脆弱,常数年才一展,因此想看并不容易,而以水墨动画的形式,却可以令爱好者随时亲近中国传统文化。近年来“台北故宫博物院”的尝试,也不断令年轻人爱上博物馆,也借此呈现中国台湾地区的动漫制作产业。

10分钟让孩子认识36个汉字

一部33年前的动画片火了

这几天,多个微博大V发布的一个帖子很火。细看发现,帖子里的这部“神剧”居然是1984年上映的,这部仅仅10分钟的经典动画片《三十六个字》,将36个象形字,串成了一个好看又好听又好玩的小故事。不少网友惊叹,“看完发现,一个字也能构建一部文化史”。

这部短片是一位慈祥的父亲在教儿子识字,通过讲解象形文字来说明中国文字的起源。动画片是1984年上海美术电影制片厂出品的,于1986年获南斯拉夫第七届萨格勒布国际动画电影节大奖。虽然画面和配音等有些拙朴,但是动画片中父亲每个象形字都画得非常灵动,

孩子看的时候也特别能代入。

动画片中父亲用毛笔字画出了三十六个“活动着的象形文字”,连贯起来就讲述了一个有趣的故事。

在短片中可以看出,这位父亲的画画技能高超,比如“马”,一个繁体的马字,看起来就像一匹灵性十足的马,而“夫”这位男子看起来好像头戴斗笠,一跃上马,嘴里喊着“驾”,马儿飞快地越过了大大的“田”字格的土地,而“夫”的身体也弓了起来,显示马的速度,随着马进入了“森”和“林”,顺带又复习了开头父亲教的这两个字。

虽然画质等都很质朴,但获得了网友一边倒的好

评,很多网友说,“以前动画片都有大量中国元素,尤其是传统文化的体现,而现在很多动画片越来越成人化,而且没有实质性的内容,非常不容易留在脑子里,好怀念这种质朴的工匠精神。”

更多的成年网友则表示,想起了曾经看过的“两只小老虎”这种动画片,是讲形声字的,也特别好看。这种经典动画片不仅寓教于乐,里面还蕴含了很多文化审美,让观者也能看出制作者的认真和细致,希望能有类似的好作品再出现。更有趣的是,有一位做教师的网友说,自己给孩子们上书法课,用这个视频用了一百多遍了。

(三七整理)

在这个看看看、买买买的时代,我们缺的是信息、物品,还是归属感?

本周,一条质疑“所罗门矩阵”创客组织的稿件,至少引起了我的注意。因为,最近我也接到过它以及数家类似组织的邀请。

“你有创业项目但是缺少资金对吧?所罗门有100万企业家,不仅可以给你投资,而且每个人都可以帮助你的创业项目实现落地,你有机会成为马云,成为雷军。”

“你有钱但是没什么好项目对吧?所罗门有100万企

【日志】

互联网拜物教

□亚树直

业家,好项目遍地都是,而且在100万企业家的帮助下项目一定都会成,投资回报率绝对高,你有机会成为马云或者雷军的投资人。”

雷同的句式,相同的愿景,却无一不在夸大同一个惶恐:你得有所归依,在群体中获得力量,获得成功。

哪怕,这是一个所言所行漏洞百出,实力业绩经不起一点深究的类传销组织,但身在群体之中的归属感,一样让这个群体展现出巨大的执行力。

就像引发这次调查的火线,就是去年年底一场发生上海八万人体育场的怪异演唱会,4.2万人涌入观看的这场演出,除了汪峰和李宇春的短暂出场,其余怎么看都是一场业余性质的自娱自乐。

但对花花轿子人抬人的信服,让所罗门组织的参与者,不仅心甘情愿投身其中,甚至能乐在其中。

拜物教成了一种路标,标记出时代的变迁,从商品拜物教、资本拜物教,到时尚拜物教,无一不是对有形物品的强烈占有欲望。

而到了互联网时代,当我们不再缺乏物质,被过多的信息环绕,精神的匮乏反而成了新的精神。

无论是打着创业、创新的类传销,还是以网红爆款为卖点的新品,都以各种方式给人以归属感。

这是一种物质满足后的精神满足。2014年,索尼CEO平井一夫提出了感动(kando)的概念,希望其产品能为消费者带来情感上的共鸣,让消费者感到激动和惊喜。有点熟悉是也,也是那个时候,雷军开始推出小米手机,提出参与感,超预期的体验。

也就是从这个阶段开始,进入消费升级时代的我们,开始进入一种新的拜物教阶段:一方面,我们无比自由,可以像U盘一样,不依附于任何组织,基于兴趣,与其他人进行协作。而另一方面,我们又无比孤独空虚,在人群中无所依附,迫切需要加入一个组织,找到一个信仰,获得内心的安稳。

于是,我们迎来一个又一个拜物教,发现一个又一个千奇百怪的归属感。所以说,拜物教是人类进步的阶梯,成全了一代又一代的野心与欲望。