



艺术青岛

YISHU QINGDAO

青岛市文化和旅游局 协办



责编 张华 李魏 美编 金琳 审读 基胜保 排版 韩婷

博物馆何以“青风”徐来

假期里,博物馆可谓“火力”全开,热度不亚于热门景点。社交媒体上,越来越多年轻人分享打卡博物馆的体验,并延展为一种休闲、社交的生活方式

□青岛日报/观海新闻记者 崔燕



■“十一”假期中的青岛德国总督楼旧址博物馆。

刚刚过去的国庆长假,全国各地的博物馆可谓“火力”全开,多地博物馆迎来客流高峰,博物馆客流量不断挑战可参观人数的上限,热度不亚于热门景点。不少博物馆甚至推出“限流”举措,以期提供相对良好的“逛馆”体验。

国家文物局发布的中国博物馆发展数据显示,2022年,全国博物馆总数达6565家,排名全球前列。全年举办线下展览3.4万个,接待观众5.78亿人次,推出线上展览近万个,网络浏览量近10亿人次,新媒体浏览量超过100亿人次。

在“博物馆热”持续升温中,年轻人占据主流。据抖音发布的《2023博物馆数据报告》显示,“00后”中爱看博物馆相关视频的人,相较于其他年龄占比更大。有关平台统计,关注博物馆信息人群中,18岁至30岁占比近50%。而在年轻人经常使用的社交媒体上,越来越多年轻人分享打卡博物馆的体验,并延展为一种休闲、社交的生活方式。



■青岛啤酒博物馆。



■青岛海关博物馆。



■胶州市大沽河博物馆门口标志物。

本版摄影 王雷

此“显眼包”爱上彼“显眼包”

“该把这东西送到博物馆了。”日常生活中,人们在形容某一物件的老旧时,通常会有这样的表述。一直以来,在很多人的惯常思维中,博物馆属于古早的、老派的文化场所,那些严肃高冷的文物,很难与年轻人所喜好的事物契合在一起。

实际上,现在越来越多的博物馆将馆藏文物活化、策划为有意思的“显眼包”。作为“显眼包”群体的年轻人,也在深度“刷”博物馆的过程中,发现并发掘了更多的“显眼包”文物,成为年轻人在社交平台上分享的热“梗”。此“显眼包”爱上彼“显眼包”,不如说是一种好玩的双向奔赴,不如说是博物馆与年轻人的一“件”倾心。

作为国内首家陶瓷专题博物馆,景德镇中国陶瓷博物馆的镇馆之宝为元青花缠枝牡丹纹梅瓶、天蓝釉云耳梅瓶、粉彩兽耳百鹿尊等。毫不夸张地说,如果一个博物馆有一件完整的元青花瓷器,基本上都是“王者”的存在。如湖北省博物馆、武汉博物馆的镇馆之宝中都有元青花梅瓶。但是,近期,景德镇中国陶瓷博物馆内的一件展品毫无预兆地火出圈。尤其在刚过去的国庆假期,更是一跃成为博物馆界的网红表情包,吸引了无数游客前来排队打卡。这件展品就是被网友称作“无语菩萨”的罗汉陶瓷雕塑。这件雕塑虽不是镇馆之宝,但人气之旺远远超于博物馆内的其他文物,许多年轻人来到这里只为看一眼“无语菩萨”,并与之合影,作出同样的无语表情。

除了年轻人自发创作的表情包,各大博物馆也不再“端着”,下场“玩梗”,利用社交媒体作为宣传展示的窗口,积极“圈粉”,与年轻人的意趣不谋而合,看似不经意“出圈”,实则走心又“走新”。西安半坡博物馆展示了形象逼真的单体鱼纹,“瞧这瞪圆的大眼睛,好像在说‘不好,我被发现了!’”;安徽博物馆派出了“摸着良心说话”的守门将盾武士陶俑,“不论动作还是神情,都非常符合‘显眼包’的特征”;广东省博物馆分享了连颜色、毛孔都十分逼真的“白切鸡”玉雕,令网友直呼“看饿了”“一看就很有人味”;山东博物馆十大镇馆之宝之一的“亚丑钺”,以“傻傻的微笑”让人忍俊不禁。

很多年轻网友在博物馆中发现了与自己,或与家人“同款”神情的“古人”,还有的艺术家将古画中的人物或者陶俑做成了可爱的表情包,并配上了贴切的文字。静默的文物在“假如文物会说话”中,被安放上了具有时代感的有趣灵魂,契合了年轻人活跃的思维方式和传播路径。

2020年,年轻的文物摄影师赵震在给兵马俑拍照时,突然发现“在一尊俑的嘴唇上有一处指纹”。“那一瞬间,我仿佛被击中了,激动到鼻子发酸。”对于像赵震这样的年轻人而言,“每去一次博物馆,都是一次与前人的超时空对话”。当年轻人看到这些精美到令人无语的古人的作品,会在无限遐思中遥想当年,引发对历史的追索与热爱。

中国文物学会会长单霁翔表示,博物馆不仅是收藏、保护、展示文物的场馆,更是连接历史与当下生活、连接公众与多元文化的纽带。那么,此“显眼包”爱上彼“显眼包”,何尝不是一种美好的“惺惺相惜”,体现了博物馆的时代变量升值呢?!

记者手记

激发年轻人心底的文化“澎湃力”

每个时代的年轻人,都是踩在时代风口浪尖的那群人。逛博物馆,亦然。几天前,景德镇陶瓷博物馆的“无语菩萨”被年轻网友们“玩”成国庆长假表情包。以这件罗汉陶瓷为引力,这家专业博物馆一跃成为网友们追捧的“热”馆。

其实,近年来,几乎所有与博物馆有关的热度、热词都是年轻人最先发起的。比如,敦煌博物馆联名服饰被年轻人穿“出圈”,给博物馆文创大行其道提供了一条更大众、更实用的路径。

目前,大部分公立博物馆都是免费开放。对于年轻人而言,逛博物馆不仅可以获得大量知识,而且也是一种“物美价廉”的“看展式社交”。

资料显示,视频平台上,过去一年,博物馆相关话题分享量同比增长165.97%,博物馆相关话题播放量同比增长558.52%,共有196万用户发布446万个视频打卡博物馆。发布与博物馆相关的视频,俨然成为新的流量密码。

越来越多的年轻人涌入博物馆,感受中华优秀传统文化魅力,同时,也有部分年轻人“打卡式观展”,让原本非常有深度的文化体验,变成一场“短平快”的娱乐秀。尤其后者,单纯沉浸于“自我展演式”,参观博物馆真的成了“拍照即走”的浮光掠影,浅尝辄止的体验只为了满足社交平台的流量变现,完全忽略了文物背后的深厚历史和文化内涵。

年轻人热衷打卡博物馆,是短暂的“一阵风”,还是引导新人文潮流的“青风”徐来,或许给博物馆今后的发展提出了一种思索的路径和探索的意趣。

文物才是博物馆的“灵魂”。随着越来越多的年轻人涌入博物馆,虽然得到了一定“流量”,但是,真正讲好文物的每个故事,创新博物馆的展陈形式以及在文创延展方面无限创意,才能打动年轻参观者的“澎湃”。让年轻人成为传播与热爱历史文化的“留量”,才是博物馆的开宗明义之举。

年轻人如此爱“玩”博物馆

国庆期间,青岛的王先生一家三口驱车去往河南省安阳市,目的只有一个,就是为了打卡殷墟博物馆。知名博物馆作为一个地域的文化名片,正在成为所在城市的文旅软实力。

年轻人在当下的旅行中,愈发重视文化含量和深度体验。以前是“了解一座城市,从当地博物馆开始”。而现在,则是“为了一座博物馆,而爱上一座城市”。

年轻人爱“玩”博物馆,除了有热爱游玩博物馆之意,更多的还是来源于掌握新数字技术的年轻人将博物馆“玩”出新意、玩出创意,以新鲜的叙事方式,让博物馆的文物“活起来”,与潮流无缝隙对接,使古物得到无限延展与发展。

在青岛市博物馆,16万件馆藏文物制作而成的“数字文博互动魔墙”,在9月中旬的第四届中国国际文化旅游博览会上大放异彩。通过这面“墙”,不仅可以查看文物高精度三维质感形态,还能梳理文化脉络、还原历史场景、查看知识图谱、讲述文物故事,全方位感受数字文化带来的新场景、新魅力。如今,在各大博物馆,带来交互体验的数字化展览不断涌现,成为一种常态。

在线上打开敦煌“数字藏经洞”,可以毫米级高精度地观察敦煌藏经洞文物;在北京故宫博物院2000多公里之外的深圳海上世界文化艺术中心,高达5.3米的裸眼3D故宫藏品以“数字文物”形式与观众互动;在洛阳龙门石窟沉浸式体验馆,鱼跃龙门、飞天牡丹等龙门文化符号通过全息投影呈现于人们面前……

2022年,全球首个基于区块链的数字文化遗产开放共享平台“数字敦煌·开放素材库”上线,6500余份高清数字资源档案向全球开放。2023年4月,敦煌“数字藏经洞”上线,以4K影视级画质、中国风现代工笔画美术场景

与交互模式,让公众穿越晚唐、北宋、清末等历史时期,在关键场景变幻中直观感受和了解敦煌文化的价值与魅力。

国学大师钱穆在《国史大纲》中曾谈道:“历史知识,贵能鉴古而知今”。打卡博物馆变成一种时尚与潮流,也少不了《我在故宫修文物》《国家宝藏》《如果国宝会说话》等文博纪录片的火热“出圈”。在这些纪录片里出现的年轻人,虽然以一种轻松愉悦的“玩”姿态出镜,但是他们对传统文化的情感共鸣,深深感染了更多的年轻人。越来越多的年轻人体现出对古典文化传承的迷恋,他们从旁观者到参与者,折射出对“华夏文明,灿若银汉。国风之美,美在器物”的高度文化认同。

只有民族的,才是世界的。敦煌不仅是一个国宝级的珍贵遗址,而且近年来以独特而深远的历史内涵,成为一个天花板级的“文化IP”。无论是敦煌游,还是以敦煌为主题的沉浸式文旅体验,以及与敦煌联名的各种文创以及服饰,都成为年轻人追捧的网红符号。比如,李宁品牌将敦煌的壁画、九色鹿等图案应用于卫衣的装饰。最传统的文化符号成为最“潮”的国风元素,这些时尚的运动休闲服饰,也成为一座座“流动”的博物馆。

继《唐宫夜宴》实力出圈后,河南博物院的文创也不断迎来新的热度。与《唐宫夜宴》一同出圈的“莲鹤方壶”“簪花仕女图”等尤其吸引游客。天外飞仙、黑白牦牛、红陶人面像……在甘肃省博物馆文创商店,除了去年爆火的以镇馆之宝“铜奔马”为原型的毛绒玩偶“马踏飞燕”之外,各种新款毛绒文创玩偶也吸引了众多游客驻足购买。这些备受关注的文创产品都出自一个以“90后”为主力成员的年轻团队。

据了解,目前活跃于各地博物馆的文创设计师团队,多以“80后”“90后”甚至“00后”为主要班底,他们的灵感来源于馆藏文物,并将纹样、造型、历史背景等多重文化元素综合考量,再将人文美学的设计理念注入文化内核,创造出兼具深厚文化内涵和实用创意的生活

好物。

博物馆要“网红”更要“长红”

“不热爱,何以谈创意。”“博物馆热”成为一种文化现象,也成为年轻人重新审视与发现传统审美的潜力。这种源于历史文化的魅力,成为年轻人文化价值观的“共情”,被他们“玩”出了无限的溢出效应。

在这种与年轻人喜好对标的进程中,文物在寓教于乐中变身携带着烟火气的文化力量,从古代穿越到当下,给年轻人带来古典而澎湃的艺术感染力。

一些前往博物馆“惊鸿一瞥”的年轻人表示,他们除了想在博物馆热闹地打卡,单纯拍照“炫酷”,其实更想深度了解文物背后的故事。但现实情况往往即使提前做了很多功课,到了现场,也很难达成这样的愿望。

作为一个门槛颇低的公共文化场所,这正是博物馆火爆后,暴露出的文旅服务供给的一大短板——人工讲解,尤其是业务精干的讲解员几乎是“一人难求”。

很多有名的博物院和升级博物院,节假日的付费讲解需提前一周才能预订到,现场志愿讲解员提供的3个小时段6至8场免费讲解,远远不能满足海量游客需求。虽然目前电子导览器已经成为博物馆的标配,但是引导效果和讲解品质往往不尽如人意。

在某美术学院上大一的陈同学说,她是一个地道的“博物馆迷”,假期最大的爱好就是跟随父母打卡国内外有名的博物馆。“我希望利用节假日到博物馆做志愿者,为自己喜欢的事情做义工,非常有意义。”小陈表示,目前一些博物馆除了在寒暑假招收少量的志愿者,平时并无这样的需求。其实,一些年轻人参与博物馆的讲解工作,除了可以填补目前“讲好文物故事”的人员缺口,也能多一个让年轻人参与博物馆活动的生动通道。

更多博物馆在吸引年轻人方面,正在做出更多的尝试与探究。除了常规展览外,一些博物馆还开展了年轻人喜闻乐见的互动工作坊、讲座、展演等活动。北京宣南文化博物馆以沉浸式导览剧《宣南往士》,带给年轻人“展览+戏剧体验”的新模式,观众在沉浸式演出中,可以身临其境地感受公祭杨椒山、公车上书、戊戌变法、宣南报业等历史事件。天津博物馆在馆内上演以《雪景寒林图》为创作蓝本的实验戏剧《进入雪景寒林之境》。更有博物馆结合年轻人中热门的“剧本杀”形式,推出“剧本游”,如金沙遗址博物馆开发的《金沙之夜·回望长安》剧本游、云南省博物馆的《古滇寻迹》实景剧本杀、广州博物馆的《决战观音山》沉浸式游戏……

还有一些博物馆延长开放时间至夜间,年轻人夜间休闲多了逛博物馆的选项。更有博物馆借此东风,开展“夜宿博物馆”“博物馆奇妙夜”等主题活动。比如,今年洛阳多家博物馆举办的历人文化博物馆夜宿项目“博物馆奇妙夜”,将时下年轻人间流行的“沉浸式戏剧”“剧本杀”“露营”等元素糅合,引得各地博物馆爱好者奔赴洛阳打卡。

一个博物馆就是一座大课堂,每个博物馆也有各自的特色。打卡博物馆,不是娱乐,而是学习,这正是博物馆文化的迷人之处。在公众与博物馆的“双向奔赴”中,博物馆应该营造一个更博大、更个性的文化语境,打通博物馆与更多人群的壁垒,让民众获得来自历史深处的文化幸福感。