

暑假是许多学生朋友“行万里路”的大好机会。走出国门,怎么能错过赫赫有名的博物馆?比如伦敦的大英博物馆,巴黎的卢浮宫,还有纽约的大都会博物馆等。不过,如果你以为这些博物馆都身段高高,那你就错了。这不,我们伦敦、纽约、巴黎的特约评论员不约而同发来这几家博物馆大走亲民路线的见闻。

大英博物馆：卖萌新花样

◆ 单靓瑜(伦敦特约评论员)

大家都知道大英博物馆的主体建筑在伦敦的布隆斯伯里区,核心建筑占地约 56000 平方米,风格是高洁典雅的罗马式。亮眼的当然是 2000 年建成开放的大中庭(Great Court),它位于博物馆的中心,是欧洲最大的有顶广场。广场的顶部是用 1656 块形状奇特的玻璃片组成的,看上去极为现代化。

大英博物馆是目前世界上数量最多、人类代表性艺术精品最齐全的博物馆,怎么看得过来?所以,馆方制作了 app 版的 The British Museum,分为免费版和收费版,网上有。比如前不久办的“古埃及文物展”,你就可以看到 600 多件展品的图片和文字介绍。

当然,大英博物馆让人亮煞眼的是今年初成为电影《博物馆奇妙夜 3》的拍摄地,馆藏文物齐动员,来了一场浪漫、卖萌又搞怪的逆袭。电影里,大英博物馆卸下“一本正经”,来了场“奇妙夜”。噱头是“黄金碑”即将失效,必须到大英博物馆里求助法老王阿卡曼拉的父亲,因为他知道如何拯救黄金碑。于是,保安赖瑞和《唐顿庄园》中的“大表哥”丹·史蒂文斯扮演的兰斯洛特爵士,还与中国传说中的九头妖蛇

“相柳”展开了一场生死激战,惊心动魄。

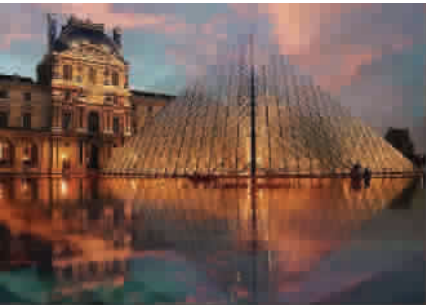
影片中,无论是本·斯蒂勒扮演的博物馆守卫赖瑞,还是博物馆老古董伙计们,都是笑份天成,一路笑到爆。博物馆中,许多藏品也神奇地复活了,包括三角恐龙、蜡像、雕塑、木乃伊法老王等。虽然故事发生在室内和夜晚,但电影画面清晰明亮,丝毫没有“夜游”感。影片开头金光闪耀的法老墓葬、纽约博物馆夜宴中如梦如幻的星座表演、亚洲馆内细致而含蓄的东方设计都绚丽清晰,观众大呼过瘾:“我就在想,现在再去博物馆,那个展品会不会动一下?”影片也成功入围今年奥斯卡视觉效果奖。

卖萌的还不止奇妙夜,还有小黄鸭。小黄鸭在英国文化中,承载的是童年的记忆,他们的浴缸里,常常都是要漂着几只橡皮小黄鸭,孩子从此爱洗澡。最近,大英博物馆纪念品商店推出了小黄鸭系列,它们有的扮成古埃及狮身人面像斯芬克司的样子,黄黄的鸭子脑袋变成了斯芬克斯,胡子头发变成了蔚蓝的条纹,煞是可爱;有的披上了古罗马战士的铠甲,黑色的帽子绕着卷草的边,黑色的上衣系

着白色的排扣,战士显然营养不错下半身啤酒肚很是圆鼓;维京海盗鸭一看就不是干正经活计的,那眼神、那表情仿佛在说“金银细软银行卡校园一卡通统统拿出来!”还有武士鸭,那铠甲那装束一看就知道“虽武士亦有道”的江湖套路。店家告诉我:“小黄鸭推出以来,萌翻了游客”,“不断补货,还是供不应求”,“中国人一来,货架很快就空了”。摊手搞怪的表情,让我觉得只有幸福时刻的英国人才这样。

还有,大英博物馆推出了木乃伊 U 盘,青春靓丽、头扎花环的埃及少女像,下半 U 盘花草纹、粉色底,网友说:“做 presentation(介绍)时拿出这个 U 盘,瞬间 hold 住全场!”还有拉丁文领带、浮世绘指甲钳、中国蟋蟀笼。领带上写着“Omnia vincit amor(爱能战胜一切)”,“Semper paratus(时刻准备着)”等,都是拉丁系文物上的文字;蟋蟀笼则为全牛骨手工制作,附有介绍中国斗蟋蟀传统的说明卡片。

看到这里,你还认为大英博物馆身段高高,不肯亲民?我是已经被萌翻了。



卢浮宫：蒙娜丽莎当导游

◆ 平一亮(巴黎特约评论员)

法国人,天生浪漫、自由,喜欢天马行空。比如卢浮宫推出的 app“卢浮宫 HD”,把馆内 1200 多张作品高清扫描后搬到了手机屏幕上,人们可以按照年代、风格、作者等分类进行浏览。更有趣的是,还有艺术家们的八卦趣闻和馆藏位置说明。点击后画作可以放大,欣赏油画的细节。不过,巴黎人把这款应用分为收费版和收费升级版,基础的收费版 18 欧元,可以看到 1200 幅作品,幸运的话,在 app store 搞活动时或许能免费下载。卢浮貌似没有大英和大都会那样大方会算大账,而且这款 app 没有中文解说,颇不便国人。

当然,人家这里名画家多、名画多,像《蒙娜丽莎》就是其中一件。不过,最近蒙娜丽莎改行了,改行当起导游了。到过卢浮宫的人都知道,蒙娜丽莎在该馆随处可见,出镜率极高、人气极旺,于是在卢浮宫的纪念品商店里,蒙娜丽莎也屡屡“变身”,融入到各种纪念品中,魔方、七巧板、马克杯等等都能见到蒙娜丽莎的影子。而其中最“萌”的就是面向儿童观众的一本《卢浮宫导览》了。封面上,蒙娜丽莎怀抱着一只蓝色的考拉,这只考拉正准备畅游卢浮宫,蒙娜丽莎将当小考拉的向导。

卢浮宫充满喜感的还不止这些,最近一位年轻的法国摄影师还给卢浮宫里的裸体雕像穿上了衣服。于是,这些雕像一个个都变成了很潮很酷的现代人,让人眼前一亮,充满喜感:那位拎着猎物、肩扛砍刀的小伙子,上身穿蓝色牛仔衫、下身着浅橙色休闲短裤,网友惊呼“神果然是神,穿上现代人的服装也如模特般有型,绝不流于平庸。”还有健美的大叔、漂亮的姑娘,赞词潮水般:“衣服掩盖了健美的身材,可是掩饰不了充满仙气的内在。”“这绿色的裤子太扎眼了,不过竟然毫无违和感。”“T 恤很普通,亮点在墨镜上,一戴墨镜,方显江湖地位。”有位还仔细介绍如何为雕像们穿上衣服的:“因为有雕像禁止令,摄影师人只好用人体模特穿着衣服摆着和雕塑一样的姿势和形态,然后用万能的 PS 将雕像取代人体模特。”

法国卢浮宫的创意别具特色,得益于其专业化的培训机构——法国文化遗产学院。该学院培养的策展人、创意人遍及卢浮宫的东方文物部、埃及文物部、希腊文物部、伊斯兰艺术部、艺术作品部等 8 个部门。是他们策划了蒙娜丽莎出境当导游、掌上 app 开发等创意活动。



大都会：APP大玩家

◆ 寿达林(纽约特约评论员)

美国纽约大都会博物馆,不用说了,全球最大的私人博物馆,世界三大博物馆之一,名头响当当。作为一个由私人创办的非营利组织,大都会每年都会在全球范围内征集藏品,观众几乎可以欣赏到地球仪上每个标识地的代表性艺术品。

但现在,大都会博物馆是业内首屈一指的 app 大玩家。《Faking It》是大都会博物馆最近推出的一款 iPad 游戏,这款游戏要求玩家在两张照片中找出伪造的一张。其照片素材都是馆藏珍贵的影像资料,让你看到历史的“本来面目”,游戏选定了超过 40 组照片配合猜谜游戏,告诉玩家为何这些历史照片被“动力”了,其中就包括美国第 18 任总统格兰特、艺术大师达利和摇滚歌手猫王的照片。

该馆馆长兼 CEO 托马斯·P·坎贝尔直

言:“掌上互动让大都会博物馆人气越来越旺。”他告诉我,去年博物馆旗舰智能手机应用——名为“The Met”的 app 成功上线。这一免费的电子资源成为了世界各地的观众了解大都会博物馆每日动态的最便捷途径。用户可以通过“The Met”应用探索展厅、艺术品,了解最感兴趣的新闻、活动、设施和资源;还提供所有展览信息、活动清单及参观路线。如果你是会员,你的专区还提供各种活动和优惠预告。浏览馆藏精华,保存喜爱的艺术品,在线购票,查询家庭及儿童活动,那都是必须的,关键是还可通过社交媒体账号实现无缝分享。正因为好处多多、方便多多,这款应用一出就广受好评,《赫芬顿邮报》称:“令人啧啧称奇、爱不释手。”《纽约时报》:“精巧的设计……丰富而便捷的体验。”

坎贝尔直言:“这些 app 在朋友圈的分享让博物馆变得更友好。”他说,过去 3 年,大都会年接待观众量超过 600 万人次,其中 35% 是国外观众。很多年轻人在博物馆里拍下那些他们感到好奇、感兴趣的藏品,然后在社交网络上与朋友分享,“这些分享会让博物馆变得更友好、更有吸引力,所以我们要抓住观众的这种好奇心,引导他们发现藏品新奇有趣的一面。”

现在,大都会已经推出 20 余款 app,同时邀请人气明星如 NBA 球星卡梅罗·安东尼、好莱坞影星休·杰克曼等人,很卡通、很喜庆地介绍馆中藏品,朋友圈中竞相转发自然情在理中了。坎贝尔馆长介绍,最近他们刚到过南京,推广博物馆、推广 app,收获了更旺的中国人气。