

博物馆成网红之后,该往何处走

□星耀

前段时间,央视先后播出的《国家宝藏》《如果国宝会说话》这两档文博节目不仅带动了历史文物热,也使博物馆成为热议的文化话题,“《国家宝藏》带来‘博物馆热’”“博物馆游受市民热捧”“博物馆IP成为旅游新热”……看展去,正在成为文化时尚热潮,“正经到骨子里”的博物馆成了“网红”。

博物馆,是一种精神文化的物质外化,也是一种历史和文化的符号。了解历史上的人,追忆历史事件,解读历史文献,探微过去某一个时代人们生活的历史情景,这就是博物馆的历史文化价值。

截至2016年底,全国登记注册的博物馆已达到4873家,举办的展览数量也为数不少,2016年全国举办展览达3.08万次。一些展览的火爆程度更是有目共睹,观众们争睹文物风采的情景甚至催生了“故宫跑”这样的文化热词。2018年元旦,位于故宫文华殿内的清朝各种釉彩大瓶前人满为患,很多中小小学生拉着家长的手,指名要看被戏称为乾隆皇帝“农家乐审美象征的瓷母”;同样,在湖北省博物馆,慕名前来看越王勾践剑的观众也是络绎不绝……据不完全统计,《国家宝藏》播出后,故宫博物院以及八家国家级博物馆(院),参观量平均增加50%。“为一座博物馆赴一座城”也成为旅游新卖点。

读《李敖自传》 聆听他对这个世界想说的话

□雪樱

前段时间,我一直在品读人民文学出版社最新出版的《李敖自传》,沉浸在他的精神世界中久久徘徊。没想到,3月18日传来消息,李敖先生因病去世。他走得很安详平和,就像他在早已准备的亲笔信中所写,“邀请你来台北,来我书房,我们可以一起吃一顿饭,合一张影,我会带你去看你可爱的猫……告别大陆媒体近10年了,我想通过这些影片,让大家再一次见到我,再一次认识不一样的我,见证我人生的谢幕。”

《李敖自传》是一部尽得文采风流的浮生杂忆,以不常见的瓜蔓式、跳跃式、花絮体,用五百多个小节将他一生的读书心得、嬉笑怒骂、点滴记忆串联起来,“随时插播吹擂自己”,呈现出一个立体而丰富的李敖。我从中读懂了他的大人格和“风流”底色,即“在暗室里,我要自造光芒”。

上学时就读过李敖的书,如今再读,是在积蓄三十载人生经验之后再次闯入他的精神世界,恍然间获得另一种视野、另一种认知。有两件小事令我印象深刻。章孝慈病倒前,曾一再约李敖参加东吴音乐会,他拒绝了。“我不参加音乐会的真正理由是我不去中正纪念馆,但我不愿伤他心,故不说理由。”没想到一向剽悍的李敖如此细心。最叫人感动的是,章孝慈自幼失去母亲,有一天他到李敖家,李敖事先让母亲去街上玩一会儿,“我不愿他看到我

但另一方面,面对人们对优质文化产品的需求,在大多数博物馆,尤其是在一些地方博物馆,展览千年不变,展陈手段单一,有的将文物、展品简单地按年代、主题一放,不考虑观众的接受和需求;有的粗浅地做标识,观众无法充分了解文物背后的信息,更不用说让观众体会其中的故事了。

这其实暴露了策展意识的薄弱和策展能力的欠缺。我国的国有博物馆、美术馆已免费开放多年,但免费开放只是第一步,还需要有效地吸引观众更好地亲近展品。这就需要博物馆、美术馆运用多种手段展示展品的内涵,激发观众的兴趣。故宫博物院之所以如此火爆,展览水平是重要原因。近年来,故宫博物院不断增加开放面积,提升展览质量。每一件文物、每一个展厅,都在默默又传神地传递着信息,温情又不煽情地讲述着故事,让观众感受传统文化的博大精深。除了高质量的常设展览,故宫博物院还经常推出高水准的临时展览。2018年,故宫博物院就将对珍宝馆、钟表馆内的多个常设展览升级调整,策划中的卡塔尔王室艺术展、清初“四王”书画展、摩纳哥王室展等临时展览,十分令人期待。

展品不是冰冷的,它有着前人的技巧和智慧,也蕴涵着今生的内涵和价值。只有找到和当下的契合点,找到与观众情感的共鸣之处,并通过现代

化的手段,精心设计呈现,才能成就好的展览。无论是爆款展览“千里江山图”特展还是火爆一时的“美在新时代”展览,都围绕主题用心策划,大到主题的设定、元素的体现,小到每一件展品的摆放、灯光的布置,甚至是互动体验、讲解服务,都要面面俱到。

可以说,尽管“看展去”已成为一种文化热潮,但文博事业还是未开发的蓝海。这就是为什么平时不怎么在电视上抛头露面的博物馆长们组成了一支“国宝守护天团”,为博物馆摇旗呐喊。他们的目标明确——登上电视节目的九大博物馆每家三件文物只是沧海一粟,而许许多多等待被大众认知的宝贝,才是赓续起泱泱中华的文脉。

上海博物馆在“纪传·史记”展中,以符合青少年认知的场景再现,让孩子在玩中学习《史记》中英豪的大智大勇;湖北省博物馆请国宝讲解机器人上岗,服务于该馆四大镇馆之宝之一的“元青花四爱瓶梅瓶”,单日互动量超过7000次;浙江省博物馆借VR技术,展现文物的历史文化内涵;陕西历史博物馆的基本陈列《陕西古代文明》正筹划将“复原者联盟”从幕后搬入馆内,让文物的修复和保养直陈于观众眼皮底下……这些有关文物的“摩登”瞬间,期待能激发人们的兴趣,去走近文物,触摸历史,感受传统文化的魅力。

在本书中,我注意到,他先后两次提及三十年前翻译的劳伦斯《查泰莱夫人的情人》中的一段话,这也是他当年处境的真实写照。“苦难当前,我们正置身废墟之中,在废墟中,我们开始盖一些小建筑,寄一些小希望,这当然是一件困难的工作,但已没有更好的路通向未来了。我们要迂回前进,要爬过层层障碍,不管天翻也好,地覆也好,我们还是要活。”在废墟上盖起精神大厦,正是支撑他走过来的心灵密码。

法国哲学家德勒兹曾说过,“人生就是十几个褶皱打开的过程。”搞辩论、开微博、做节目、写文章、打官司、鉴定艺术品,这些都可视作李敖的“盖建筑”,为他原本多舛而起伏的生活镶了一道金边。文学则是他的精神谱系,“只有用文学笔法,才能把浩瀚的人间血泪凝聚起来、抽离出来、合并出来,写出人间的地狱。”因此,李敖的风流本色也好,剽悍自大也好,都是构成大人格的保护色,抑或称为“隐身衣”,用来保全自己,亦能成全他人。没有淬火历练的人很难理解,没有人生积淀的人甚至无法平视。

当然,自幼嗜读和孜孜学问的精神,又为李敖的精神底子注入钙质。因此,80岁生日前40天他完成了这本书,其意义不只是80岁感言,更多的是“生命不息,战斗不止”的人生启示录,供现代人用心体味和汲取营养,就像他所说,“我要把我的余生主力,用在永恒的、世界的文学作品上。”

【观影笔记】

《三块广告牌》： 怒与善能多大程度重合

□顿河

好的电影通常都有一个好故事,观众会随矛盾的激化和解决,全程保持流畅的观影感受。而一些更好的电影,则会悄悄把人物放在故事的前面,到最后你关心人物命运远多于事件的解决。与人物建立起的深刻共鸣,是故事走进观众内心的真正体现。美国影片《三块广告牌》就是这样的一部电影。

半年前深夜外出的女儿被奸杀,半年后案件仍旧毫无进展,愤怒的海耶斯决定租下高速公路旁的三

块广告牌,展开一个人的战斗。这样一个经典的戏剧化开头,导演马丁·麦克唐纳其实有一万种套路来推进故事,然而他每一步都选择逆着套路前进:比如说,作为最大反派登场的威洛比,在电影还没推进到一半的时候,看似毫无征兆地自杀了。

对于习惯快速抓住主题、寻求“正义必胜”快感的观众而言,观看《三块广告牌》的过程,是在一次又一次“欣喜的失落”中度过的。马丁·麦克唐纳成功地给一个悬疑惊悚故事裹上了黑色幽默外衣,在螺旋重复式的剧情推进中,案件侦破没有丝毫进展,一群人物的外相和内心被抽丝剥茧地呈现出来,进而勾勒出美国小镇社会的微观生态。导演的目标原本就不在侦破一个案件、抓到一个凶手,而是上升到文学层面去探究生活的真相:愤怒与善良重合的维度有多大?戾气到底能让我们走多远?

影片的案情始终没有突破,支撑《三个广告牌》故事推进强度的,是女主角海耶斯的一股强大怨气。在故事最开始,观众看到的是为女复仇的母性力量,通过前夫的登场,我们知道了海耶斯之前的生活有着家庭暴力的阴影,再往后,编剧才解释这位孤傲的母亲无法释怀的原因,是在女儿外出被害之前她曾随口诅咒女儿“希望你被奸杀”。对包括自己在内的世界充满着满腹的怨恨,海耶斯必须找到一个戾气的出口,小镇“无能”的警察局不幸成为她偏执报复的合理目标。

电影剧情的推进宛如剥洋葱般呈现了海耶斯的悲情人设,剧情并不纵向指向案件的解决,而是由她横向带出了一群充满戾气的底层人物。与之最对应的角色是警探迪克森,满嘴脏话的迪克森表面上看就是恶的代言,无所事事又爱惹是生非,然而随着情节推进,观众逐步感受到的是他的脆弱,他曾经也有单纯梦想,他的戾气是一层虚张声势掩饰自己的伪装。

对海耶斯,是站在道德的制高点一点一点去揭开她内心的暗色;对迪克森,编剧则是一点一点让他从道德洼地里爬起来。这样两个人物从完全相反的境地出发,都杂糅了外表的愤怒和底色的善良。一场浪漫化处理的火灾戏完成了两个人的身份交换,偏执让海耶斯的正义复仇指向失控的暴力,而迪克森却展露出道德感的善意温柔。创作者也不动声色地提出电影设置的问题:暴力真的是合理而有用的吗?

就像在剧情上反复挑战观众的观影习惯一样,身兼编剧、导演的马丁·麦克唐纳并不急于给出套路的答案。观众和片中角色一样,有着自己开放式思考的空间。马丁·麦克唐纳是什么态度呢?也许有一句台词给出了答案:“不要愤怒啊,愤怒只会催生更大的愤怒。”这句话是海耶斯前夫的傻白甜女朋友说的,这大概是全片最黑色幽默的一笔吧。

