

“建筑可阅读”3.0 让人全方位感受上海温度

□ 倪怡雯

城市由一栋栋建筑组成，一栋栋建筑蕴含着丰富的人文历史。经典建筑“开口”讲故事，不仅可以让外来游客了解城市的历史文化，也可以让本地市民享受沉浸式文化体验。为此，上海文化和旅游部门牵头，推出了一场“建筑可阅读”活动，并取得了阶段性成果。

资源变资产 建筑可阅读

上海素有“万国建筑博览会”之称。不同时期、不同风格的建筑，是上海都市旅游的宝贵资源，彰显着这座城市“海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和”的城市精神，体现出红色文化、海派文化、江南文化相互交融的文化特质。

2017年，上海明确提出要打造卓越的全球城市，建设令人向往的创新之城、人文之城、生态之城。其中，在建设人文之城首次提出“建筑是可以阅读的，街区是可以漫步的，公园是可以休憩的，城市是有温度的”。

上海市文化和旅游局局长方世忠认为：“上海的历史建筑应该被更多人读到、听到、看到、体验到。阅读建筑不仅是阅读一栋一栋的建筑，更是阅读我们的城市、城市的文化以及生活在城市中的人。”

从2018年开始，上海市委、市政府大力推动“建筑可阅读”工作，着力提升开放的广度、阅读的深度和服务的力度，渐次经历了三个阶段。“建筑可阅读”1.0版，通过扫描建筑外墙上的二维码，市民游客可了解建筑的历史人文故事。“建筑可阅读”2.0版，更多原来不开放的建筑向公众“张开怀抱”，让“有故事”的建筑走入大众生活。2021年早春，上海把“建筑可阅读”升级到3.0版——体验数字化和服务体系化，在市民满意度、社会参与

度、跨界融合度上实现新突破。

“目前，‘建筑可阅读’范围已拓展至全市16个区，开放建筑1037处，设置二维码2437处。”上海市文化和旅游局相关负责人介绍。

不少上海旅游企业也看准这一机遇，依托上海优质的都市旅游资源，开发推出了各式城市微游产品，共同推动“建筑可阅读”迭代更新，让更多市民游客体验家门口的“城市温度”。

春秋旅游今年特别设计了30条城市微游产品，甫一推出，大受欢迎。春秋旅游副总经理周卫红说：“建筑是上海都市旅游最独特的资源。接下来，我们还将进一步和各区文化和旅游局沟通，陆续增加古建筑旅游产品，通过徒步、骑行、主题摄影等多种形式，真切地讲好上海的红色文化、海派文化和江南文化。”

科技助力 优化体验

如果说建筑开放和扫码阅读让沪上的古建筑焕发了新活力，那么数字化技术则让市民游客在“阅读建筑”时有了更多的科技感和智慧化的体验。

位于上海市徐汇区的武康大楼是游客争相打卡的一个网红地标。最近路过武康大楼的游客发现，这座位于30°锐角街口的建筑对面，新增了一个0°的“源点”，徐汇区政府以此“源点”为中心，对武康大楼进行了330°的周边设计提升，脚下360°的旅游指引信息，配合新增的方便行人通行或驻足拍照的530多平方米“对焦”空间，以及更加立体和多维度的业态，在为市民游客带来更多看点信息的同时，形成了720°全感官的“建筑可阅读”趣味体验。

徐汇区文化和旅游局局长伍彦心说，当武康大楼成为众人打卡的网红地时，徐汇区就在思考如何推动公众走进大楼周边以及武康路所在的衡复

地区的历史建筑。“为此，我们提出‘重塑武康大楼720度’，让人们可以从不同视角感受武康路，细细品味海派文化的魅力，共享城市发展成果。同时，我们还围绕历史建筑升级推出了智慧导览、点位热力指数、实时画面直播等数字化服务。”

武康大楼无疑是上海推动“建筑可阅读”活动进入数字化时代的一个缩影。近年来，上海大力推动文化、旅游与数字科技深度融合，“升维”旅游体验，提升市民游客参与城市微游的交互体验和场景体验。

方世忠表示，要通过“建筑可阅读”的全新数字化转型，着力在体验数字化和服务体系化上取得新成果，在市民满意度、社会参与度、跨界融合度上实现新突破，让越来越多的市民和游客高质量体验上海这座城市的温暖和美好。

据介绍，未来，上海还将与数字媒体合作开发小程序，在网上建立“建筑可阅读”的统一入口，以移动互联产品整合地理空间上的分散旅游吸引物，让人们一站式了解上海有哪些历史建筑、近期有什么相关活动，不受地域限制、足不出户“阅读”建筑。

文旅融合 各方参与

顶层设计、各方推动、数字转型，归根结底还是要增强广大人民群众参与感、获得感和幸福感。上海自2018年起系统推进“建筑可阅读”工作以来，全民参与、主客共享是一大亮点。

“我叫吴雄平，我老早以前就搬到四达里这边住了，一街之隔、一墙之隔就是豫园，应该说我住的地方是离豫园最近的。这么多年，豫园就像自己的老邻居一样，住出感情了……”在上海市“建筑可阅读”全民讲故事大赛上，“老上海”吴雄平化身“讲解员”，向大家深情讲述江南古典文化园林——

豫园的故事。

吴老伯参与的全民讲故事大赛，是上海“建筑可阅读”的全民系列活动之一，邀请市民游客以上海建筑为载体，通过音频创作与演绎的方式，讲述建筑的故事、人与建筑的故事。除了“全民讲”，还有“全民评”“全民拍”“全民游”“全民创”活动。这些系列活动与各类数字新媒体合作，构建数字全媒体运作矩阵，广泛动员社会力量参与，吸引更多市民游客走进建筑，主客共享“人民城市”发展成果，为“建筑可阅读”进一步延伸服务提供了坚实基础。

上海各区“建筑可阅读”也是精彩纷呈。徐汇区不断纵向掘进“建筑可阅读”的深度，如围绕武康大楼推出“定制”式文创产品；普陀区文化和旅游局则在广度上做起文章，如根据全区“建筑可阅读”的点位，创新推出各种微旅行线路，并广泛发动市民参与活动，发现“家门口的好去处”；今年，静安区将创新思路，精心布局，办好第三届“建筑可阅读”文创市集。

静安区文化和旅游局局长陈宏表示，希望今年文创市集活动能进一步突破传统市集的模式与局限，变“市集”为“平台”，把“建筑可阅读”文创市集打造升级为商文旅深度融合、展示展销集合、线上线下互补、公共服务与产业发展联动、文化和旅游消费赋能的复合平台，成为海派文化和上海城市精神“最生动的表达”。

在全市层面，“建筑可阅读”正在成为上海文化和旅游业高质量发展的一个指数。方世忠表示，全市文化和旅游系统要上下左右形成合力，把“建筑可阅读”作为上海文旅深度融合和文旅服务联动的重要抓手，着力推动“建筑可阅读”迈向数字时代，真正将其打造成“国际文化大都市”和“世界著名旅游城市”的城市名片和“家门口”的文化旅游好去处。



回归“佛首”展持续火热

“咸同斯福——天龙山石窟国宝回归暨数字复原特展”在北京鲁迅博物馆展出以来，人气持续火爆。据了解，在此次展览中，游客除了观赏曾在央视春晚亮相的“天龙山石窟第8窟北壁主尊佛首”，还可以近距离观看包括27件北朝时期造像拓片在内的众多文献资料，以及天龙山石窟文物流失与数字复原成果等内容。此次展览是对近年来我国追回流失文物成果的一次重要展示，吸引了众多以“文物保护”为主题的研学旅游团前来参观、游览。图为参加研学旅游团的小朋友们在观看展览。

本报记者 陈晨 摄影报道

的体现，在中国装束复原团队创始人刘帅看来，中国古人的审美以及他们对美的追求，令人感动。当代人生活焦虑浮躁，缺乏仪式感，而在了解汉服并爱上汉服的过程中，很多汉服爱好者也得到了一种文化滋养。

传统文化的创新性发展

2003年，当一位汉服爱好者首次身着汉服出现在郑州市区的时候，受到了大量嘲讽；2012年，方文山发布《致汉服同胞千言书》；2015年，中国汉服博物馆在青岛开馆，传统服饰逐渐被重视；2018年，共青团中央正式将每年的农历三月初三设定为中国汉服日。中国汉服日的活动标识被设计为“交领右衽”，它是华服的重要象征。最近，一位00后女孩穿汉服，装扮成四大名著中的美女，被人民网点赞。正如全国人大代表成新湘所说，汉服是中国传统文化最重要的载体之一，因它而起的“汉服文化复兴运动”是当代文化全球化背景下，中华民族的文化溯源活动，最终目的是为了复兴中国传统文化。

“汉服热”也在越来越多的旅游场景中出現，已连续举办八届的中国西塘汉服文化周、春节期间南京夫子庙的汉服巡游、河南云台山的汉服花朝节、桂林两江四湖在春天推出的汉服主题活动都在召唤人们穿越千山万水，共赴霓裳之约。

美景与汉服相得益彰，具有人气传播效果。“美景+汉服”，不仅是景区的营销手段，也是在现代社会中传统文化创造性转化、创新性发展的有益探索。

中国美术馆：张开双臂欢迎“爱美”的人

□ 本报记者 张玫

全国两会期间，全国政协常委、中国美术馆馆长吴为山关于“建设世界一流美术馆，彰显文化强国新形象”的建议，以及他在人民日报微博中表达的对“博物馆和美术馆逐渐成为网红打卡地、小朋友在博物馆和美术馆吵吵闹闹”等现象的观点，都让人们感受到美术馆人欢迎普通大众走进博物馆、美术馆的积极态度。作为以艺术化育大众的公共文化场所，中国美术馆向“爱美”的人张开了欢迎的双臂。

小观众成为常客

“以前我们出国的时候到一些博物馆，特别是一些著名的博物馆去，经常看到家长带着孩子在看那些画。当时我们很奇怪，这些小孩子看不懂什么怎么还到这里来呢？有的博物馆把小孩子的区域围起来，怕大人干扰他们，专门给他们留出一个空间欣赏，我就在拉斐尔的画前面看到围着区域，里面有许多小朋友，有的趴在地上玩，有的在那里看画。要说让他们看得懂，这是不大可能的，但是他们在这样的氛围当中。”国外博物馆中看画的孩子给吴为山留下了深刻的印象。

令吴为山感到欣慰的是，现在中国美术馆每天都迎来许多的小朋友。他们中，既有学龄前儿童，也有小学、初中的孩子。“有的甚至是躺在车里的婴儿，我问家长为什么带婴儿过来？他们说，孩子来到了这个世界上，就要让他看到这个世界上最美的东西。我觉得很有道理。”

对于美术馆为何越来越受到大众的青睐，吴为山认为，社会发展了，人们对艺术的认识越来越深，家长们年少时没有享受到的美、没有实现的从小就可以在博物馆看展品，在美术馆临摹作品的愿望，他们希望下一代人能够享受到、能够实现，所以愿意带孩子到博物馆和美术馆。

当文化场馆成为“网红”

不过，越来越多的人走进博物馆和美术馆，也带来了一些问题。

“去年夏天，在北京今日美术馆看鲍勃·迪伦视觉艺术作品回顾展时，有两个‘网红’在一幅鲍勃·迪伦的画前摆各种造型拍照。那幅画很美很壮观，可她们根本没有欣赏那幅画，而是把画当做了她们的陪衬。她们一点都不顾及其他观众，在那里拍了好久，我几次绕回来想近一点欣赏那幅画，她们都挡在那里。”说起当时的观展遭遇，95后女孩阿栗至今还有些耿耿于怀，“‘网红展览’会吸引不少‘网红’，他们拍了美照发在小红书、朋友圈，会吸引更多人来打卡，这对展览本身而言，是扩大传播和影响力的好事。只是‘网红’既然到了展览现场，还是应该花些时间去关注展品，而且在公众场合要照顾到周围的人。”

阿栗遇到的“网红”应该还是少数。对于一些观众到美术馆可能不是为了欣赏展品，只是想拍美照发朋友圈这种现象，吴为山肯定了“来美术馆”这一行为背后的积极意义。“一些人来了之后不认真真地看作品，只是拍照片，这个现象是有的，但是不普遍。我认为能到这里拍张照片本身就是好事情，当然不能影响其他观众。对美的欣赏需要一个时间，需要一种认识，也需要一种境界。第一步，要让老百姓到馆里来。第二步，要想办法让到馆里来的人看展览，还要看得进去、要读得懂，要真正让好作品的精神和美走进所有观众的心里去，这样才能起到以艺术化育大众的作用。”

克拉玛依科技馆里研学热

□ 王思超

展历史及辉煌的科技成就。

据了解，此次共有80名该校学生参加了主题研学活动。活动旨在让学生在探究中学习，在体验中成长，提升科学素质 and 创新能力。

在创意编程体验活动中，四年级4班学生王君浩运用平时玩游戏的经验，轻松地完成了一个小程序，让小游戏变得生动有趣，大家都玩得津津有味。

“自2019年至今，市科技馆已接待近500名学生参加了‘科学伴我游丝路’活动，今天是2021年的首期。”克拉玛依市科技馆文化活动策划人陈凯说，活动现场设置了“拓印”和“造纸术”等体验活动，让学生体验古法拓印和亲手制作纸张，感受其中奇妙的科学原理，了解中华民族科技发

在汉服中得到传统文化的滋养

□ 曹燕

在今年的全国两会上，全国人大代表、湘绣非遗传承人成新湘提交了《关于设立国家“汉服日”的建议》。一时间，#建议设立国家汉服日#冲上微博热搜榜。成新湘建议每年三月初三为中国汉服日，这一天是中华民族始祖之一黄帝的诞辰，也是古代节日上巳。

如今，汉服越来越受到国人，尤其是年轻人的青睐。初春，在国家博物馆“中国古代服饰文化展”上，众多汉服爱好者身着汉服前来观展，令人眼前一亮，赏心悦目。不同时期的汉服融入了当时的价值观和文化底蕴，反映了民族性格和审美情趣，承载着中国人的生活美学。“汉服热”传递出当代年轻人兼容并蓄的时代审美，也在推崇传统文化中体现出文化自觉和文化自信。

汉服融入现代生活

“服装只有穿在身上，才能焕发它的生命力。如果将一件衣服束之高阁，那它就只是一件‘藏品’。”汉服爱好者小葵特地穿着汉服来参观国家博物馆“中国古代服饰文化展”。初春季节乍暖还寒，她穿的是明制汉服，外边搭配紫色加绒罩袍，下身的马面褶皱裙也是同色系，两条飘带增添了几分灵动，整体搭配很有层次感。

当代汉服既有古典韵味，也融入了现代审美。如果将小葵上身的罩袍

换成大衣，上班工作也毫不违和。她用心拍摄记录，既学习了汉服知识，也为日后创作画稿积累了素材。

汉代服饰的端庄朴实、唐代服饰的艳丽浪漫、宋代服饰的简约雅致、明代服饰的尊贵华美、清代服饰的满汉交融……“中国古代服饰文化展”按历史时期分为“先秦服饰”“秦汉魏晋南北朝服饰”“隋唐五代服饰”“宋辽金西夏元服饰”“明代服饰”“清代服饰”6个部分，展出文物近130件(套)。

“以前看展览，服饰是作为文物摆放在橱窗里，这个展览呈现的是古人的立体形象。”观众刘女士说，展览除了大量直接表现古代服饰形制的实物，还绘制了大量线图，制作了15尊不同时代的复原人像，栩栩如生，立体展示了中国古代服饰演变。

“中国古代服饰文化展”还增加了很多互动环节，将传统文化与现代科技有机结合，带给人独特的体验。比如多媒体一秒“换衣”，只要站在智能电子屏前面，从头到脚给你全都换上汉服和配饰。此外，在多媒体互动空间，展览设计者从宋锦中撷取下如意纹图案，在整个空间中进行放大处理，形成一个柱状结构的闭合式沉浸空间，用多媒体手段以万花筒形式展现，梦幻华丽，观众纷纷打卡拍照。

感动于古人对美的追求

在汉服圈子里，人们经常互称“同袍”，取自“岂曰无衣，与子同袍”，他们