



今年的初雪在立春之后飘落,而最热的一个现象级文化也伴着大雪而来——博物馆热。其实,从春节假期里全国各地大大小小的博物馆不断爆满的信息可以感受到其火爆程度,元宵节故宫夜游又因一票难求,使其骤然升温,成为人们春节期间关注的一大焦点。几年间,人们不经意间发现,博物馆的脸悄悄地在改变,从昔日的高冷到现在的亲民、人气火爆。

的确,为了让文物活起来,走近大众生活,各家博物馆不断创新求变出新招,展览质量不断提升,再加上《国家宝藏》《如果国宝会说话》等文博类电视综艺节目的不断热播,大众对博物馆产生了浓厚的兴趣,带着好奇心纷纷走进博物馆,使得博物馆里过大年,成为2019年的一个新风尚。然而,我们也发现,随着博物馆人流量的激增,参观者对博物馆的展览、服务、设施、环境等也抱着越来越高的期许。无疑,这个春天博物馆确实很火,但是作为公共文化服务场所,博物馆热如何理性升温,仍值得我们深深思考。



博物馆火了

今年元宵节前夕,网上一条关于故宫的消息,点燃了大众热情:故宫博物院将在农历正月十五、十六免费开放夜场,举办紫禁城上元之夜文化夜场活动,用灯光点亮紫禁城。这是故宫博物院建院94年来,首次接受公众预约在晚间开放。

观众高涨的参观热情让故宫始料不及,故宫门票预约网站因访问量巨大而崩溃,门票在大家的翘首以盼中瞬间被抢空。这场让全国沸腾的紫禁城元宵节活动足以证明人们对故宫、对博物馆的痴迷。

这样的痴迷,并非个例。农历大年初一,上海博物馆开馆前,门口的观展队伍已经排了百余米,馆长杨志刚早早来到大厅,迎接首批参观者。

近年来,大众走进博物馆体验、学习、传承传统文化的兴趣日渐浓厚,今年更可谓爆棚。杨志刚发现,在除夕、大年初一这样人们习惯阖家团圆的日子,博物馆门口却排起了长龙。春节期间,上海博物馆每天都接待超过8000人次观众。

这个春节,河北的近邻山西,同样被博物馆热席卷着。

2月8日,农历正月初四下午,山西博物院门口人工取票处和自助取票处人头攒动,偌大的停车场里基本上看不见空车位,几位保安忙着转来转去帮车主找车位。春节期间,山西博物院副院长张慧国一直关注着入馆的人流量,每天都在11000人次以上。

2月23日,博物馆老石家庄市民裴爱红来到河北博物院,准备观看心仪已久的《敦煌不再遥远》数字敦煌展走进河北。此时,门口几台自助售票机前排满了人,等待经过安检进入的游客拐了好几个弯儿,排了上百米。

听说春节放假那阵儿人更多,还专门错峰来看展,没想到人气依旧这么高。略感意外的裴爱红随着缓缓向前移动的隊伍进入馆内。用摩肩接踵形容展厅里的参观者一点也不为过。光是围在讲解员周围的人就有一百多。走过全国多家博物馆的裴爱红说,这几年博物馆圈粉越来越多。

从南到北,从东到西,博物馆火了,但是博物馆圈粉到底有多少?据中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)测算,2019年春节假期,全国旅游接待总人数4.15亿人次,同比增长7.6%。其中,参观博物馆、美术馆、图书馆和科技馆、历史文化街区的游客比例高达40.5%。

据河北博物院统计数据,2018年该院日均接待量约为3800人次;2019年春节期间日均接待量约为1.28万人次,比日常增长了约237%。今年春节期间日均接待量较去年同比增长10.3%。

单从数字解读,略显干瘪。换个视角,从博物馆有多挤来感受,或许能够更直观地了解博物馆圈粉数量之众。

这几年走进博物馆的人数越来越多,是有目共睹的事实。河北博物院院长罗向军坦言,节假日排队长队已是常事,每年的总客流也是稳中持续上涨,明显感觉市民对博物馆的热情高了。

事实上,早在2008年,中宣部、财政部、原文化部、国家文物局联合下发的《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》,已经无声地点燃了星星之火,当这个火种突破燎原的临界点,必然催生出新的文化现象——博物馆热。

博物馆热所反映出的正是随着经济条件不断优化,大众对精神文化追求的逐步提升,也是公共文化服务水平不断提高、文化改革发展成果更多惠及大众的具体体现。

博物馆



2月19日晚,故宫博物院举办紫禁城上元之夜文化夜场活动,首次于夜间面向预约公众免费开放。图为游客在故宫城墙上参观。 新华社发

初春里的火与冰

屡破纪录的观展人数也在不断印证着博物馆热的持续。2月17日当天,河北博物院观众人数突破了2万人次,创下历史新高。

博物馆要发挥文化服务职能,首先要让公众对博物馆有兴趣,让之前不感兴趣的人也能进到里面来。杨志刚认为,发生在河北和上海等地的博物馆热,印证着大众文化品位的提升和文化消费的升级。

毫无疑问,博物馆正在迎来属于自己的春天。据文化和旅游部统计数据,我国博物馆数量从1978年349家增长到现在5000多家,年举办展览2万余个。一方面,博物馆在展示城市历史、满足大众文化需求等方面的作用日益彰显;另一方面,大众亲近博物馆的意愿愈发迫切。在博物馆与大众的联系越发紧密的当下,社会关注和影响力空前提升。

只有先让博物馆热起来,才能让文物活起来。如今,已经大热的博物馆让文博人欣喜的同时也沉下心来深思,博物馆为什么突然就火了,接下来该怎么办?

热的原因是多方面的,从业内角度看,博物馆作为提供文化服务的机构,这几年我们看到各地博物馆不断创新,提供了很多教育性强的活动和让观众感兴趣的展览,互动式的观展体验更是层出不穷且形式多样。罗向军介绍,无论形式如何变化,博物馆对文物所蕴含的历史信息和文化价值的诠释与解读,通过文物将优秀传统文化和美好生活相融相通,提升人民生活品质的目的始终如一。

细心的业界人士从博物馆功能次序的调整,预见到了如今的博物馆热。2015年3月20日开始实施的《博物馆条例》将博物馆的三大

功能做了次序调整,从过去的研究、教育和欣赏,调整成了现在的教育、研究和欣赏,将教育功能提到首位。此后,如何不断创新形式讲述文物背后的故事,吸引公众走进博物馆,成为博物馆的一个工作重心。

博物馆参观人数的攀升,必然带来新问题,在火热的温度下隐藏着薄冰。罗向军基本每天都要到河北博物院各展厅走走转转,调节攀升的人流量让她深切感受到公众对公共文化服务需求的持续高涨,但是人声嘈杂等不文明现象频出却让她日渐感受到人气旺所带来的压力。

与此同时,春节期间博物馆骤增的参观人流,也让多家博物馆感到了压力,纷纷推出了限客令,许多博物馆被无奈地挡在了博物馆大门外。即便是有幸走进博物馆的参观者,也感到些许失落,观展体验变差,成为普遍存在的实际问题。

要解决观展高峰期人流激增的问题,不仅要在削峰、限流上下功夫,还得进行有序疏导,提升服务质量。面对还在持续增长的观展人流,罗向军一直关注着大众的观展体验。

她认为,在提升服务质量方面,博物馆还需要不断努力。比如,观众排队时间长、进馆难的问题,关键在于观众和博物馆所获得的信息不对等,人们事先无法获知当天参观人数情况,只能

通过现场排队进馆。为了解决这个问题,今年,河北博物院将引进更加先进的网上预约设备,限定每日参观人数上限,避免人多超出博物院承载能力,保证参观体验和质量。同时,让观众可提前多日在网上进行观展预约,以便更好地疏解观展高峰人流。

增加有效供给,也是平衡博物院供需关系的重要手段。2017年2月,国家文物局发布《国家文物事业发展“十三五”规划》,对博物馆事业做出明确规划。根据规划,到2020年,全国博物馆公共文化服务人群覆盖率将达到每25万人拥有1家博物馆,观众人数达到8亿人次/年。

到今年底,河北各市都将拥有或开工建设市级博物馆。在省文物局博物馆处处长李宝才看来,博物馆要有量的扩张,更要讲究质的提升。博物馆需要在人性化、合理化上进行深耕细作。毕竟,公众需求是多元的,公众走进博物馆,在欣赏文物藏品的时候,还应能够聆听论坛讲座、分享学习体验、共享数字化文化信息资源等。

此外,张慧国观察发现,在节节攀升的参观客流中,有相当一部分走进山西博物院的群体是猎奇式观展,进馆后直奔镇馆之宝,拍照打卡快速离开。极少部分观众是把文物当成艺术品来欣赏,提升自己的人文修养。张慧国赞同博物馆参观者要以陶冶情操、提升艺术修养为最终目的。目前,虽然博物馆很热,人流量也十分可观,但是公众对博物馆还没有形成较理性、客观的认识,这一点在大众的观展目的上体现得最明显。对于观众来讲,学会欣赏文物展览也需要一个过程。因此,博物馆热要想持续下去,在如何理性利用博物馆方面,广大民众还需要做更多功课。



观众在故宫博物院参观,贺岁迎春,紫禁城里过大年展览。 新华社发

从火起来到活起来

无疑,当下博物馆已是大热,但是博物馆热之后,下一步该如何走?

杨志刚认为,当下的博物馆热现象说明了大众精神文化方面的需求,博物馆作为公共文化服务场所应该有回应,那么博物馆热之后,要求博物馆为大众供给更多优质的文化产品,探究出参观者真正的需求。

首先,要进一步调整博物馆与大众的关系。随着我国文博事业快速发展,博物馆的展览早已不再是简单地把文物摆出来,挂上去就万事大吉了。博物馆不再是高高在上,让人望而生畏的教育者形象,而应让人觉得既是一个艺术的殿堂,同时又是一个生动活泼有趣味的教育场所。在博物馆业界人士心里,博物馆和公众要建立一种互动的新型社会关系。

随着时代的发展,博物馆要为大众提供更多与时俱进的产品。源于此,河北博物院通过科技创新,引进许多黑科技,比如3D裸眼技术、VR技术和人工智能技术等,为博物院发展带来了新的可能,也给观众带来了

新的体验。罗向军认为,创新是让博物馆热可持续发展的动力,可以让博物馆火起来之后再活起来。

而对于创新,观众的感受则更加敏锐和直观。用手机拍个照片,就能收到文物的文字和语音介绍,还能进行评论分享,没想到现在博物馆还能这样逛。三个小时的观展留给博物馆铁粉裴爱红最深刻的印象是黑科技新型智能导览服务微信小程序,博物馆,它可以依托图像智能识别技术,无须消耗流量下载,直接扫码获得,观众可以拍照识别文物,获取有趣的语音解读、多角度高清图等数字信息。

创新之外,公众对于博物馆需求的多元化在当下越来越明晰。不同学历背景、不同年龄层次、不同性别的观众对于博物馆的需求各不相同。博物馆在为观众提供多元化的服务内容方面,还有更多提升空间。张慧国认为,只有满足公众的多元需求,才会增加参观者再次进馆的热情和黏度,持续享受博物馆文化带来的乐趣。

博物馆是时间和空间的凝结

点。从时间线上看,博物馆承接过去,展望未来。当下博物馆热现象的出现是好事。在中国社会科学院社会学研究所学者林红看来,博物馆热既反映了大众节日休闲理念和方式转变,也体现出博物馆日益走入百姓日常生活,成为公众文化生活必需品的新常态,这种热度的持续,需要与时俱进地更新博物馆的发展规划和法律法规,使其健康有序地发展。

从火起来到活起来,看似简单的一句话,要实现却需要不懈努力。对此,故宫博物院掌门人院长单霁翔最有发言权。

博物馆怎样才能让观众真正喜欢上呢?我想,最重要的是要将博物馆的文化资源尽可能地转化为人们的知识财富,让文化遗产资源活起来,融入百姓生活。让文物活起来就表明它们应该还活在当下人们的生活里,活在现实的社会生活中,这就需要系统地挖掘文物文化遗产内涵,以多种方式展示出来。在解读活起来三个字时,单霁翔的话意味深长。

影视

旅游

打造文旅市场

今年,《流浪地球》和《疯狂的外星人》两部登顶贺岁电影票房榜的现象级国产科幻电影横空出世,它们共同的置景拍摄地——青岛成为焦点。站在中国科幻电影元年的历史性起点,位于电影之都青岛的这座刚刚崛起的影视基地,迎来新技术带动下的产业发展新方向。中国科幻与青岛的相遇绝非偶然,而是这座城市发展活力和契机的某种表征,预示一场新的城市文化脉动的到来(2月21日中国网)。

什么是影视旅游?所有因影视活动的开展并引致的旅游成果皆为影视旅游。包括影视拍摄地旅游、影视主题公园、影视旅游等,统称为影视旅游。如电影《少林寺》曾让中国的少林寺走向世界,电影《魔戒》让新西兰小镇名扬海内外,这种影视+旅游的模式,正在越来越多的国家和地区升温发酵。同样,当年一部韩剧《蓝色生死恋》在台湾播出后大受欢迎,韩国旅游部门就和当地旅行社合作开发一系列产品,电影拍摄地在后来成为知名观光地。之后的韩国电影《我的野蛮女友》则让韩流从影视界走向旅游观光领域,后来影视+旅游的模式进一步成熟和规模化。

影视+旅游体现了影视产业与旅游产业之间互相需求、互相满足的互动关系。影视与旅游深度融合,体现精神与物质的结合,产生的立体辐射效果显而易见。一方面,旅游景点天生具有丰富的品牌文化内涵,影视剧情一旦与拍摄地旅游资源嫁接,就会将影视剧创新的文化元素注入原旅游风景之中,这样一来旅游地提高了知名度,也增添了文化内涵;另一方面,好的电影必须是以市场为导向,抓住消费者需求特点,追求票房口碑双丰收,才能为之后的影视文化旅游产品开发打好基础。当年电影《泰囧》带火了国内的泰国旅游线路,这是拓宽影视产业外延的经典案例。事实上,往往一部成功的电影或者一本畅销书就可以衍生出无数相关产品,带动整条产业链的良性运行。

影视+旅游带来的产业延伸和创意体验应当融影视、产业、文化于一体。据全国旅游项目管理系统的数据显示,目前全国在建的旅游综合体项目2027个,占全部在建旅游项目数量的19.2%。在文化产业成为国民经济支柱产业的今天,影视文化主题成为发展各地文化旅游产业的一个强有力引擎。要让人造主题景区有生命力,必须为之注入灵魂,即文化内涵。缺乏历史文化内涵的影视基地,其旅游经济缺乏可持续发展的内在动力。因此,应充分结合市场需求,对不同层次、不同群体的文化消费有较为清醒的认识和定位,保持投资文化的长远眼光和对文化的持久热情。不可否认,旅游+影视基地已经成为影视文化趋势。未来,文化+影视基地+旅游的模式还将继续在文化旅游商业地产的市场上占据一席之地。

世说新语

