

博物馆发力转型 文博游趋向既“鲜”又“活”

■中国城市报记者 张亚欣

在过去不久的国际博物馆日(5月18日)中,我国多地博物馆通过线上线下结合的方式,为广大游客奉献了内容丰富、形式多样的展览和活动,文博游的热度再次提升。

从《我在故宫修文物》《国家宝藏》到《唐宫夜宴》《只此青绿》,近年来,一系列“爆款”文博节目在荧屏上呈现,让各色文化遗产变得愈发鲜活。这不仅激发了人们对我国博物馆和悠久历史文化的兴趣,也让文博游真正火了起来。

如今,不少网红博物馆凭借高质量的创意节目、亮眼的文创产品、沉浸式的多媒体互动和场景体验成功出圈,吸粉无数。在数字化技术和元宇宙概念的加持下,文博游或将呈现出哪些新的发展趋势?未来,文博游如何走出一条长红之路?

博物馆带火文博游 亲子游群体成主力军

1977年,国际博物馆协会为促进全球博物馆事业的健康发展,吸引全社会公众了解、参与、关注博物馆事业,向全世界宣告当年的5月18日为第一个国际博物馆日,并在每年为国际博物馆日确定活动主题。后来,每年的这一天,世界各地博物馆都积极举办各种宣传、纪念活动,庆祝自己的节日,也让更多的人了解博物馆,更好地发挥博物馆的社会功能。

中国博物馆协会(原名中国博物馆学会)早在1983年就加入了国际博物馆协会,并成立了国际博物馆协会中国国家

委员会,每年5月18日在全国各省区市举办形式多样的纪念活动。

今年国际博物馆日中国主会场活动在湖北省博物馆举办。武汉市借此举行了包括“博物馆的力量:潜力与能力”主题论坛、“稣:音乐的力量——中国早期乐器文化”主题展览、“漫步江城——开启长江文明之旅”长江灯光秀等在内的几十项精彩纷呈的文博活动。

同时,全国多地博物馆也纷纷参与到国际博物馆日中,通过线上线下相结合的方式推出了各种各样的展览和活动。5月18日当天,北京正式开放“北京博物馆云”服务平台,北京居民只需打开小程序,即可了解和“一键预约”北京各博物馆举办的展览和活动;江苏全省博物馆围绕“博物馆的力量”主题,推出154个新展特展、158项教育活动、160多项文创大赛和公益鉴定等活动;“川渝博物馆联盟”在四川省宜宾市博物院启动川渝博物馆联盟成立暨“百馆百物——川渝宝藏”主题宣推活动,以及文博专家讲座、川渝公益文物鉴定等一系列配套活动。

国家文物局数据显示,截至2021年底,我国备案博物馆总数达6183家,藏品达6777万件(套);其中,5605家博物馆实现免费开放,占比90%以上。到博物馆看展览,来一场精神上与历史文化的对话、致敬,逐渐成为国人的一种生活、学习日常。

同时,新冠肺炎疫情防控常态化下,随着游客活动方式从跨省游转变为本地游、周边游,打卡地区博物馆也成为了大众青

睐的出游方式。同程旅行数据显示,亲子游群体正成为博物馆游的主力军,以90后、00后为代表的年轻游客数量也有明显增长。从年龄段分析,80后、90后用户文博消费占比最高,分别为39.7%和35.8%;70后和00后分别占比11.1%和11.3%。在性别分布上,男性比女性更爱逛博物馆,其占比相较女性多出9%。

文化体验场馆 向城市文化综合体转变

文博游市场火热也倒逼旅游产品在游客体验方面不断进行服务升级。

游客对历史文化了解得越深入,越是考验讲解人员的专业能力。途牛“牛人专线”导游马英结合自己的从业经历表示:“对博物馆‘入门级’的游客来说,自顾自地参观博物馆可能就像是在看一堆历史的‘砖头’,而专业的讲解则能够引导游客将这堆‘砖头’塑造成一幢幢精神上的‘建筑’。当游客观察和探索的眼界开阔了,他们才会对历史文化形成更加独立的判断与思考。”

“每一座博物馆都是一本百科全书,多数游客可能并没有办法自行消化灌输式的讲解。”马英告诉中国城市报记者,作为一名导游,如果只能带游客走马观花式地参观博物馆,便无法满足游客的新需求。因此,在文博游愈发深入发展的今天,更需要博物馆讲解员、专业导游等众多从业者创新讲解模式,让游客在吸纳文博知识的同时有体验感、参与感和收获感。

此外,不少博物馆凭借高

质量的创意节目、亮眼的文创产品、沉浸式的多媒体互动和场景体验成功出圈。以河南博物院的当家网红盲盒为例,从2020年开始,河南博物院接连推出了以考古和文物修复为主题的系列盲盒。只要戴上白手套、拿起洛阳铲,每个人都能成为“考古官”。以时下流行的盲盒为切入点,河南博物院为广大消费者复刻并打造了文物挖掘、修复、还原一条龙式的考古体验。如此一来,孩子和家长共同参与开盒、挖土、寻宝、修复等一系列仿真考古过程,既能加强亲子之间的互动,又能加深孩子对馆藏文物的印象,培养其对历史文化的兴趣。

不仅是河南博物院,不少博物馆也陆续推出了博物馆盲盒、雪糕、环保袋等文创产品。可见,博物馆为了吸引年轻人做出了各种各样的尝试和突破。相关业内人士分析称,在不脱离文化内核的前提下,创新内容表达和传播方式、开发设计创意衍生品、强化互动体验等系统化的举措,不断提高着博物馆本身的综合吸引力,促使博物馆从单一文化体验场馆逐步成为城市文化综合体。

用户体验持续创新 紧抓数字经济发展机遇

疫情防控常态化下,博物馆成了文旅创新的重要阵地。

去年5月,中宣部、国家发改委等9部委联合印发的《关于推进博物馆改革发展的指导意见》明确提出,优化传播服务,推进博物馆大数据体系建设,大力发展博物馆云展览、云教育,构建线上线下相融合的

博物馆传播体系。

今年国际博物馆日,全国多地博物馆都上线了博物馆云直播活动,让喜爱历史文化的游客足不出户就能畅游博物馆。对此,河南省博物馆学会会长、河南博物院院长马萧林坦言,网上展览与直播活动取得的良好社会效果和反响,在博物馆与公众之间搭建了一座高效便捷的沟通桥梁,让人们更直观、近距离地接触到深藏于博物馆的文物。在线展览,特别是直播活动,为博物馆开辟了新的展示方式,为公众提供了一种新的观展体验,同时也催生出博物馆展示的新形态。

那么,如何利用技术手段让文物真正“活”起来?

“新一代数字技术特别是元宇宙相关技术起到了关键的推动作用。”北京大学博士后研究员张磊在接受中国城市报记者采访时表示,以近来爆火的数字藏品为例,其通过区块链技术将藏品通过数字化手段进行展示,还能作为纪念品向广大受众分发,且唯一性特征使得其更具收藏价值。“通过数字技术让藏品能够被更多人感知,从而强化文化的体验性,促进文化广域传播,让欣赏艺术品不再是高难度和小众的行为。”张磊预测,与盲盒经济一样,数字藏品或将成为年轻一代新的文化生活体验方式。

此外,文博游火热的背后,也展现了年轻一代对优秀传统文化的高度认同和自信,同时也反映出大众文博类旅游极具发展潜能。如何让文博游走出一条长红之路也成为眼下业内关注的焦点。

在中国社科院财经战略研究院副研究员马聪玲看来,未来的文博游需要满足两大方面:一方面是用户体验的创新,从考古到展品、演艺、文创的一个文化旅游产业链条正在形成,这既有公益的部分,也有产业的内容;另一方面是博物馆的数字化管理,渗透到每个环节,比如对文物的保护修复、监测评估、体验利用等多个环节。

关于文博游的可持续发展,张磊建议,首先要建立行业合规标准,避免不正当竞争和泛金融化问题,从而减低行业信誉受损风险;其次,要进一步挖掘多元化场景应用以实现商业价值;最后,应充分赋能实体经济和社会发展,通过元宇宙相关技术来促进实体文博经济,把握未来数字经济赋能各业态发展的全新机遇。

山东省青岛市即墨区: 口袋公园 便民惠民

近年来,山东省青岛市即墨区因地制宜将城市中的一些闲置空间打造成了40余处功能多样化的口袋公园。这些口袋公园通过景观绿化设计、配备健身器材等便民服务设施,打造出“人在城市中,城在公园里”的全域健身生态环境,提升了居民的获得感和幸福感。

中国城市报记者 全亚军
通讯员 张进刚撰

