这届年轻人为何掀起了“博物馆热”

□重庆瞭望

一个博物院就是一所大学校。

前不久，国家主席习近平向首届“良渚论坛”致贺信。他指出，在悠远的历史长河中，中华文明以独树一帜的创新创造、一脉相承的坚持坚守，树立起一座座文明高峰。

作为文明交流的载体，博物馆是一座城市、一个国家的重要窗口。如今，越来越多的年轻人愿意主动走进这所“大学校”，打卡博物馆已经成为时下青年中最热门的娱乐方式之一。

相信在每个年轻人的血脉里，都激荡着黄河与长江的回响；每个年轻人的胸腔中，都跳动着一颗联通上下五千年文明的心脏。

今天的博物馆究竟对年轻人有何吸引力？在奋力谱写新时代文化强市建设新篇章的背景下，重庆可以“烹饪”出怎样的文博盛宴？

重庆中国三峡博物馆，巴蜀汉代雕塑艺术展厅里游人如织。 记者 尹诗语 摄/视觉重庆

年轻人已成为参观博物馆的主力军

冷门、乏味、无人问津——你是否也对博物馆存在着这些刻板印象？

数据会给出最直观的答案。今年5月，抖音发布的《2023博物馆数据报告》显示，关注博物馆信息人群中，18至30岁的总占比近50%；“00后”中爱看博物馆相关视频的人，相较于其他年龄占比更大。

除了线上关注，线下实地打卡博物馆也在年轻人中渐成风尚。国家文物局发布的中国博物馆发展数据显示，2022年全国博物馆举办线下展览3.4万个，接待观众5.78亿人次。以年轻人为代表的群体，已成为参观博物馆的主力军。

以重庆为例，今年中秋、国庆假期中，重庆中国三峡博物馆、重庆宋庆龄纪念馆、重庆白鹤梁水下博物馆、三峡文物科技保护基地，累计接待观众13余万人次。值得一提的是，从年龄上看，20至29岁的青年观众占比最多。

让更多的年轻人走进博物馆，以文化为内核的“营养餐”正在做得既“丰盛”，又“好吃”。

萌起来，文物表情包在“Z世代”中广泛圈粉。近年来，一些出圈的文物表情包收获了不少好评：“很有亲和力”“戳中笑点了”“换个角度看，文物也可以很可爱”。借由表情包这一形式，文物不再是展柜里冰冷的物件，而是能与年轻人产生情感共鸣的萌物，打破了他们与传统文化间的“次元壁”。

比如2019年，甘肃省博物馆以馆藏文物为基础，制作了一系列“戏精”表情包——吐舌头的人头形器口彩陶瓶，小拳拳捶你胸口的唐代三彩天王俑……表情包通过博物馆微信公众号、微博，“掌上兰州”APP等渠道发布后，热度一路狂飙，成了甘肃省首个浏览量过亿的文化类融媒体产品。

活起来，花式“整活”的文创产品更懂年轻一代的“打开方式”。谁能俘获年轻人的内心，谁就能抓住文创产业发展的消费主力。不断“整活”的文创产品，让素日里看似高冷的文物有了更接地气的传播方式，也在潜移默化中持续为文博IP孵化、地方文旅发展加码助力。

从依靠手账、彩妆等引爆网络热度的故宫淘宝，到与影视、服装等多个品牌跨界合作的敦煌文创；从河南博物院推出的“考古盲盒”，让普通人体验了一把拿起洛阳铲就能挖到“武则天金简”等宝物，到甘肃省博物馆凭借一匹蠢萌的“绿马”成为顶流……文创产品在年轻群体中，释放出惊人的消费活力。

归根结底，没有年轻人对中华优秀传统文化的深度认同，就不可能有今天的“博物馆热”。年轻人为打卡博物馆，收集专属印章，邂逅展厅里的“显眼包”而奔赴一座城市，可以成就一段完美的“多巴胺”旅行。深层次地看，这就是当代年轻人在寻找文化认同。

“文化自信”并不是一个高高在上的词语。博物馆为年轻人提供了一个接受知识、找寻自我的公共文化空间，在这里，年轻人获得了穿越时空的文化体验和情感共鸣。强烈的文化归属感，正在成为年轻人身上最显眼的标签之一。

一些新问题需要博物馆“冷思考”

客观地看待“博物馆热”，不妨再来一点冷思考。

当越来越多的年轻人涌入博物馆，一些新问题也随之出现：年轻人是否只是为了单纯地凑热闹，而走马观花地参观博物馆？博物馆在迎合年轻人口味的同时，如何在守正与创新之间取得精妙平衡……

自嗨还是媚俗：博物馆怎样作答年轻一代的文化需求？参观博物馆的年轻人越来越多，他们也对展陈内容、展览讲解等提出了更高的要求。面对受教育程度普遍较高的年轻人，博物馆是继续“正襟危坐”？还是放下身段，一味迎合？

重庆市博物馆协会秘书长雷学刚等专家，就曾指出当前博物馆展陈上存在的问题。比如，展览内容趋于同质化，一些博物馆缺少分众化、定制化、特色化展览；展陈设计平庸化，一些策展人没有准确把握展览主题，挖掘文物背后的故事不够，内容与形式割裂，缺少精品展览。

复制还是拼贴：文创产品何时才能走出现有的舒适圈？眼下，文创几乎成了各大博物馆的标配，但仔细观察后可发现，做文创的多，真正出圈的少。

有些博物馆的文创思路仍是“一招鲜吃遍天”，将文物图像简单套印在T恤、文具、箱包上，与十几年前无异，未能体现文化创意的时代内涵；有的则是盲目跟风、抄袭拼贴，导致性价比偏低，受众的消费黏性不高。

一家独大还是百花齐放：“养在深闺”的中小博物馆如何出头？与门庭若市的大型博物馆形成鲜明对比的是，一些地市级、县级的中小型博物馆仍处在年轻群体的“视线盲区”。即使免费开放，年轻观众也屈指可数，场馆依然门可罗雀。

有业内专家指出，一方面，对于中小博物馆而言，运营经费不足、场馆设施陈旧、专业人才短缺等现实困境亟待解决；另一方面，不少中小博物馆沿用旧有的展览模式，缺乏生动性和吸引力，年轻人难以从中获得参与感和趣味性。

以数字化赋能推出更多产品和服务

中华民族具有百万年的人类史、一万年的文化史、五千多年的文明史。借由博物馆，今天的年轻人依然能够与宏大的历史脉络同频共振。

习近平总书记一直高度重视博物馆工作。总书记多次强调“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”，指出“要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，以时代精神激活中华优秀传统文化的生命力”。

从爱国实业家卢作孚主持创办的重庆第一座博物馆——峡区博物馆（后更名为中国西部科学院），到新中国成立后，在主政西南的邓小平同志亲自关心下成立的西南博物院，再到为三峡文物保护工程而设立的重庆中国三峡博物馆，博物馆之于重庆的重要性不言而喻。

数据显示，2022年，重庆的博物馆总数达到130家。去年全市博物馆新推出临时展览445个，开展社教活动7370场次，共接待观众1783.38万人次，博物馆在助力重庆文化强市建设中扮演的角色日益凸显。

要实现年轻人与博物馆的双向奔赴，重庆如何拿“新意”换“心意”？

变的是形式，不变的是红色重庆“声入人心”的底色。博物馆里的思政课让历史更生动，使青少年心灵受到的震撼与洗礼更强烈。重庆不少的博物馆都有着红色背景，如何用好红色资源，创新传播体系，更好地教育年轻一代，重庆交出了成色十足的答卷。

比如最近，重庆红岩革命历史博物馆打造的“传承红色基因 争做时代新人——红岩革命故事展演”，就入选全国仅10席的“大思政课”优质资源示范项目之一。

重庆红岩革命历史博物馆党委书记、重庆红岩干部学院院长朱军在分析红岩革命故事展演成功的秘诀时，提到其中一个特点：“真实性和艺术性相结合。展演中演绎的人物、使用的文物、讲述的故事，都是真实存在、发生过的。真实的东西能够直击人心，让青少年产生情感共鸣。”

摒弃“大而空”，鲜活的“小切口”更能撬动年轻人的兴趣点。与某些片面追求宏大叙事、话术晦涩难懂的展览相比，当前的年轻观众反而更愿意为一些“小而美”的展览买单。博物馆理应做成特色、做成精品，既吸引年轻观众，又忠于博物馆“文化殿堂”的特质。

位于涪陵区的重庆白鹤梁水下博物馆，是世界首座遗址类水下博物馆。2021年，博物馆联手腾讯《王者荣耀》手游，推出“大乔·白鹤梁神女”文创主题皮肤。亮相以来，深受年轻人追捧，项目累计曝光量超过7亿次，白鹤梁微信指数环比增加65倍。

“主流”之外，民办博物馆也要善于发出自己的声音。数据显示，2022年，重庆博物馆非国有博物馆（即民办博物馆）26家。受限于资金、人才等因素，长期以来，一些民办博物馆在文博竞技场上的“音量”偏小。讲好重庆故事、中国故事，民办博物馆要为自己装上“加压泵”、安上“扩音器”。

收藏有10余万件木雕、石雕等藏品的璧山区大圆祥博物馆，是重庆很具代表性的民办博物馆之一。该博物馆不仅开发出门神鼠标垫、吞口车挂等特色文创产品，也打造了拓印体验、榫卯拼接等趣味课程，并通过与高校合作，为博物馆注入新鲜血液。

更应看到，在数字重庆建设的时代背景下，以数字化赋能文博行业高质量发展，是趋势所向，蕴含有无限潜力。用好数字化这个助推器，推出更多符合年轻人期待的文博产品和服务，一定能够实现年轻人与博物馆的双向奔赴。

“对历史最好的继承就是创造新的历史，对人类文明最大的礼敬就是创造人类文明新形态。”

于重庆而言，要推动巴渝文化、三峡文化、抗战文化、革命文化、统战文化、移民文化等创造性转化、创新性发展，博物馆无疑是一座重要的桥梁。它让年轻人更好地拥抱文化，更真切地感受文明的心跳。