2024年江苏省“博物知旅”主题活动正式启动

5月13日，江苏省文化和旅游厅、江苏省文物局联合江苏省委网信办、江苏省教育厅、共青团江苏省委、江苏省妇女联合会等单位共同主办的2024年江苏省“博物知旅”主题活动在苏州正式启动。本年度“博物知旅”系列活动将推出“我的博物馆足迹——博物知星”评选、“品读博物馆”短视频活动、“强国公益”研学之旅、博物馆“融媒体采风行”等四大重点项目，充分发挥博物馆在满足人民精神文化需求、创造人民美好生活中的重要作用，促进博物馆与社会公众“双向奔赴”。

连接美好生活，记录“出圈”热潮。策划“我的博物馆足迹——博物知星”评选活动，面向观众征集文字、绘画、短视频等多形式的自媒体作品，评选推介一批“博物知星”，吸引广大观众走进博物馆深度体验江苏优秀传统文化，以观众视角展示中华优秀传统文化的当代价值与时代意蕴，并化身博物馆的“宣传员”。

领略历史瑰宝，品读“水韵江苏”。组织“品读博物馆”短视频活动，面向文博专家、文化名人、“强国主播”等专业人士征集短视频，邀请他们选取江苏各地具有代表性的博物馆、重点展览和馆藏珍品进行深入解读，介绍精彩看点与江苏历史故事，带领观众鉴藏识珍，通过博物馆读懂别样江苏。活动将评选出“品读博物馆十佳讲述人”和“百件江苏珍宝”，同时在省级主流门户网站开设专栏长期展播宣传。

深度感悟历史，开启“行走课堂”。将在中国文化遗产日江苏主会场发布暑期“博物知旅”系列活动与江苏博物馆研学游精品线路。依托江苏丰富的文化资源，打造江苏博物馆研学游统一标识，策划形式多样的博物馆研学活动。将邀请青少年参加“强国公益”研学团，通过沉浸体验的教学形式，引导青少年用脚步丈量历史，深入学习和了解江苏文化魅力。

扩大传播效应，讲好文博故事。组织发动央媒、长三角及省级主流媒体记者团开展“博物馆融媒体”采风行活动，从媒体角度带领观众看历史、看文化、看活动、看科技、看创意，持续扩大“博物知旅”品牌知名度和影响力。采风行记者团将深度报道各博物馆重点展览与精彩活动，全面推介“出圈”“出彩”“有看头”的博物馆文旅融合产品。

此外，江苏省文物局将组织全省博物馆在“博物知旅”主题活动框架下，集中策划并推出“乐享博览、体验博学、记录博闻、共享博韵”四大系列千余项特色活动，以333个高品质展览，529项教育课程、志愿服务等社教活动，108项文物展示类活动及93项融媒体传播类活动吸引广大观众走进博物馆观古通今、看展寻知。

“博物知旅”启动仪式是2024年“5·18国际博物馆日”江苏主会场活动的重要组成部分。接下来，江苏省文物局将进一步深化其品牌内涵，探索培育更多“博物馆+”融合项目，引导广大干部群众特别是青少年进一步加深对中华民族现代文明的认知和了解，促进博物馆与社会公众“双向奔赴”。 （苏文）

《国内历史文化游热潮解读报告》发布 打卡博物馆成新风尚

本报记者 肖维波

日前，在2024年“5·19 中国旅游日”浙江省主会场活动暨第二十二届徐霞客开游节上，腾讯位置服务、中国传媒大学文化和旅游部“文化和旅游研究基地”联合发布了《国内历史文化游热潮解读报告》（简称“报告”）。

《报告》显示，过去一年，国内历史文化旅游迎来显著增长。今年的元旦、春节、五一等法定节假日，热门历史文化景区的客流量同比增长超过50%；古城古镇景区的客流热度增长超过30%；值得注意的是，国家一级、二级、三级博物馆作为历史文化传承的重要场所，其客流热度实现70%以上的同比增长。

在众多历史文化景区中，一批独具魅力的目的地，以其深厚的文化底蕴和独特的历史价值成为游客争相探访的热门选择。其中，南京的夫子庙秦淮风光带、杭州的西湖、西安的大唐不夜城、济南的趵突泉等，占据了“顶流”地位。

在古城古镇方面，灌县古城、磁器口古镇、朱家角古镇、塘栖古镇、前童古镇等川渝和长三角地区的古镇，受到游客青睐。在历史文化街区方面，久负盛名的哈尔滨中央大街、天津五大道、宁波老外滩、杭州清河坊、青岛八大关等景区，凭借独特的建筑风格、丰富的历史遗迹和浓厚的文化氛围，成为游客探寻历史、品味文化的重要场所。在历史文化场馆方面，故宫博物院、中国国家博物馆、秦始皇帝陵博物院、南京博物院等深受游客欢迎。由此可以看出，北京、西安、南京等古都城市，既是历史文化重镇，也是旅游发展高地。

从历史朝代的视角看，唐宋、明清以及民国时期的遗迹和风情，尤其吸引游客的目光。以明清为例，颐和园、故宫、十三陵等皇家宫殿、园林、陵寝成为其历史文化游的璀璨代表。这些宏伟的建筑群不仅展现了辉煌的历史，更成为传承和弘扬中华优秀传统文化的重要载体。此外，宁波的天一阁博物院这座明代藏书楼建筑，也以其独特的历史地位和丰富的藏书，受到游客的广泛喜爱。

江南历史文化悠久，流淌数千年的小河，造就了独有的江南文化。除了古镇和老街外，在宁海伍山石窟，游客可以领略与西北不同的江南石窟景观文化。

近年来，年轻人逐渐对历史文化游展现出极大的兴趣。《报告》显示，南京博物院、湖北省博物馆、成都博物馆、宁波博物院等，深受年轻人喜爱，在游客中占比超过50%。

除了游客耳熟能详的历史文化景区外，《报告》显示，侵华日军第七三一部队罪证陈列馆、“九·一八”历史博物馆、辛亥革命纪念馆等吸引众多游客前来参观，客流热度较去年同比增长均超过80%。

探索冬奥遗产利用效益最大化 打造参观学习互动体验新空间

中国电影博物馆积极探索冬奥大屏利用新路径

2022年举世瞩目的北京冬奥会、冬残奥会胜利举办。饱含着意蕴隽永的中国理念和美轮美奂的视觉场景的开闭幕式，不仅为海内外观众留下深刻印象，更蕴含着丰富的文化和科技价值，成为宝贵的奥运遗产。在冬奥组委的倡导推动和市有关部门的大力支持下，2023年2月4日，第24届冬季奥林匹克运动会开幕式大屏幕及影视技术系统落户中国电影博物馆。一年多来，中国电影博物馆以此为抓手，着力打造高品质的硬件设施、突出高水平的内容设计，努力探索冬奥遗产利用效益最大化的新路径。

巨幅大屏落户圆厅，再现冬奥精彩瞬间

作为全国科普教育基地，中国电影博物馆致力于收藏展示国内前沿自主创新影视科技。经过前期酝酿、深入沟通，中国电影博物馆与利亚德光电股份有限公司在传播电影文化、冬奥文化遗产保护展示传承、最新影像技术落地及新视听实验室建设等方面展开深入合作。作为战略合作的一项重要内容，利亚德将其研发生产、曾在北京冬奥会开幕式鸟巢现场投入使用的LED屏幕，作为冬奥遗产捐赠给中国电影博物馆。

中国电影博物馆会同利亚德、北京建筑设计研究院反复踏勘论证，最终选址在馆内中央圆厅呈现，并锚定“北京冬奥会开幕一周年”倒排工期，在77天的时间里完成原装饰构建拆除、悬挂加固、设备安装和调试等工作。大屏幕分为两部分，立面显示屏高25米、宽10米、内倾角8度，地面显示屏为700平方米，总面积近1000平方米。此外，与之配套的长约40米、采用8K画质和裸眼3D技术的曲面卷轴屏也同步竣工。冬奥大屏一经亮相就备受关注，观众扶老携幼在圆厅中感受“黄河之水天上来”的磅礴气势，少年儿童“逐浪”的欢呼声不绝于耳，在沉浸式互动体验中回味冬奥美好记忆、重温冬奥精彩瞬间、感悟北京冬奥精神。

“四屏联动”原创视频，创新“五史”教育形式

围绕观众日益增长的美好精神文化生活需要，努力创新视频展示内容，让观众“常看常新”。大屏投入使用初期，先后播放北京中轴线“申遗”宣传片，营造全社会品味京味文化、关注参与“申遗”的浓郁氛围；挖掘馆藏影片资源，展现《刘三姐》《阿诗玛》《五朵金花》等民族电影的经典唱段，铸牢“像石榴籽一样紧紧抱在一起”的中华民族共同体意识。

冬奥大屏、卷轴屏和环形LED挂屏的总面积超过3000平方米。为了充分发挥这些屏幕集中呈现的技术优势，中国电影博物馆整合三套大屏的播放系统，开通“一键播放”功能，统筹画面播放内容。结合建党、国庆等党和国家重要纪念日，二十四节气和春节、端午、七夕、重阳等传统节日，打造出9个主题、35组画面、140个“四屏联动”原创视频，让观众在绚丽的发展图景中为国家发展成就骄傲、为中华民族自豪、为生逢伟大时代而庆幸。不仅如此，中国电影博物馆还在这里推介《穿越烽火》《申纪兰》《三大队》等多部主旋律影片、举办“国家安全日”“民族电影展”启动仪式等主题活动、邀请高校教师现场讲授“大思政课”，持续打造沉浸式数字艺术文化体验中心。

内部挖潜外部联合，提升观众幸福“质感”

主动发挥国家级博物馆的平台作用，吸引凝聚社会力量共同发挥铸魂育人功能。2024年开年伊始，引进由国家中影数字制作基地为中国电影博物馆量身定制的“四屏联动”高清影片《追梦中国》（影博特别版），全景式展现高铁复兴号、港珠澳大桥等15项新时代重大科技创新成果。影片吸引众多观众驻足欣赏、很多家长俯身为孩子讲解影片内容，成为开展爱国主义教育和国情教育的生动教材。在之后的新春佳节，中国电影博物馆与PNSO啄木鸟科学艺术小组合作，共同举办“中国想象力——中国恐龙”科学艺术视觉展，以诸城暴龙的动态海报、翼龙飞翔的光影变化和我国各省区市发现的代表性恐龙，“复原”中生代的自然环境，吸引观众扶老携幼“龙年赏龙”，成为吸引观众的新亮点。

2023年，中国电影博物馆在落成十余年来首次创造了年入馆观众突破百万人次的新纪录；进入2024年，持续创造着月均入馆10.4万人次、单日最高9026人次等观众接待服务新纪录。冬奥大屏的落户和“四屏联动”原创视频的持续更新，在推动博物馆由“爆红”走向“常红”中发挥了重要的牵引带动作用。下一步，中国电影博物馆锚定“中国特色、世界一流”发展目标，结合“新质生产力”的理念，探索将更多的现代科技应用到博物馆的研究、收藏、保护、阐释、展示等工作当中，让“有意思”的互动体验变得更加“有意义”“有特色”的硬件资源变得更加“有优势”，让观众在体验光影魅力中凝聚奋进力量，为中国式现代化建设做出更多新贡献。 （刘洋）

关于研究成果转化展览、服务公众的感言

张夏

近几年，作为策展人，我完成了一些将博物馆的研究成果转化为文物展览、为公众提供服务的工作。在这一过程中，产生了不少感想和体会，也积累了一些疑难和问题。虽然不成体系，但仍愿分享出来，供方家参考、批评。

感想和体会

研究是展示的基础。如果没有深入、全面、细致的研究，就难以充分认识文物内涵，通过文物讲出“故事”，更别说把众多的“故事”串成展览了。如“殷契重光——纪念甲骨文发现120周年特展”，主要是依托了120年来甲骨学的研究成果。“鸣沙遗墨——天津博物馆藏敦煌文献特展”，则充分利用了敦煌学的研究成果。

研究成果是需要选择的。其一，针对同一件文物、同一个问题，不同学者的观点难免有差异，需要根据实际情况选择最适合的观点，这种观点一定要有理、有据、逻辑自洽，适合展览主题和故事表达的需要。其二，有些研究成果过于艰深，虽然重要但是难以被观众理解和接受，只能割爱。其三，有些研究成果在学术上未必有很高的价值，但是却颇具趣味性，容易引发观众的共鸣，这样的研究成果有时可以保留。其四，再好的研究成果，如果和展览主题无关，也不适宜使用，必须果断舍弃。

研究结果是需要转述的。展览不是学术论文，所以需要使用展览语言对研究成果进行转述，不能原样照搬。展览语言要以形象生动、通俗易懂为佳。展览语言的呈现形式除了文物、文字外，还应有图片、视频甚至互动游戏，虚实应该结合。

问题与疑难

策展人不一定是专家，但一定要懂专业。但是，在策展人对某一个领域懂得稍多之后，往往会有“专家”思维，脱离了普通观众的视角，从而造成展览定位失焦、对象不清，既不能保证其绝对的学术严谨性以服务少数专家，又不能让广大观众充分理解、产生共鸣。这是一个相当矛盾却又相当现实的问题。换言之，同时兼顾严谨性、通俗性和趣味性，做到“雅俗共赏”，是相当重大的挑战。

找到一个研究成果丰富成熟，且又能为广大观众所喜闻乐见的展览选题，是非常困难的。往往是研究成果丰富，但是太过艰深。观众喜闻乐见，但研究粗浅。前者需要强大的科普能力，后者需要大量的补充研究，对策展团队都是挑战。

博物馆自身研究能力有限。如何使用有限的研究能力，最大程度地利用学界现有的研究成果，同时最大程度提高公众的关注度和满意度，是一个巨大的挑战。博物馆的研究似乎应该更像“四两拨千斤”的杠杆，利用一些支点巧妙用力。这对博物馆从业者的要求其实是非常之高的。