

## “故宫跑”再成热词 人民日报：井喷的文化热情如何安放



人民群众高涨的精神文化需求，也让我们思考，如何让游客“有尊严地享受游览的过程”

“起大早，排长队，大门一开冲前位。”这样的景象，最近发生在故宫(微博)。9月15日，故宫年度大展《千里江山——历代青绿山水画特展》拉开帷幕，诸多传世名作亮相，而堪比《清明上河图》的北宋名画《千里江山图》，更是备受关注。几天来，“冲刺”看名画的“故宫跑”，再次成为热词。

上一次的“故宫跑”，是两年前的“石渠宝笈特展”，彼时的《清明上河图》，同样观者如云。从海昏侯墓文物展到大英博物馆100件文物展，近年来火爆的展览不断出现，都是游人摩肩接踵、展区日日爆满的场景。这样的情况或能说明，对传统的兴趣、对文化的热爱，对精神生活的关注和重视，正成为一种新的社会风尚。从这个角度看，“故宫跑”可谓当前国人文化诉求的自然流露。

数据显示，我国博物馆总数超过4000家，仅2016年一年接待观众数量就达8.5亿人次，增长8.9%。与此同时，公众的欣赏水平、文化需求都在水涨船高，“供给侧”的发力同样需要跟上。以故宫为例，这些年为应对群众的传统文化激情想了很多招，“萌萌哒”的文化创意产品，火爆一时的《我在故宫修文物》纪录片，与时俱进的《韩熙载夜宴图》APP，直至定格成“故宫跑”的大型专题展览……相比于那些门可罗雀的博物馆，故宫的人潮汹涌，确乎是一幅更让人欣喜的文化图景。

不过，空前的观展热情，伴随的是前所未有的接待压力。“石渠宝笈特展”时，已有不少人吐槽；再次如此，难免让人嘀咕：公众都在跑了，管理和服还停在原处吗？人们固然知道，那些有着“超级价值”的展览和演出，永远是稀缺资源，卢浮宫的“蒙娜丽莎”前面也总是人潮涌动，这种供需不平衡是长期的。诚然，故宫这样的古建作为展览场馆有着先天不足，但还是可以把预案准备得更充分细致些，应对措施更人性化些。面对“故宫跑”，一位老故宫人慨叹，“人民群众高涨的精神文化需求，在不断冲破我们的预期”。这种“不断冲破”，也让我们思考，如何更好地总结经验、创新方法，让游客与文化的亲密接触，一如故宫掌门人所言，“有尊严地享受游览的过程”？

有人分析，“石渠宝笈特展”时，《清明上河图》“神作”的光芒，让很多同样有价值的作品，未能更好地走进公众的视野。此次展览中的《千里江山图》，同样如此。如果能将这样的“明星展品”单独陈列，同时引导公众更好地欣赏其他展品，形成“对读”“互文”关系，是不是能更好地体现展览的目的，不至于只是匆匆忙忙地在一幅画里管中窥豹？

详细分析的话，观众的层次、诉求也有不同，有专家学者，有发烧票友，也有普通观众。如果能更科学地细分受众，也能让一次展览的价值最大化。在首都博物馆的海昏侯墓文物展中，就曾区分专业团体场和社会大众场，预约制度也让入场观众有更好的观展体验。再开个“脑洞”，如果能同时做一个复制品专场，让小朋友们能现场临摹，感受色彩的青绿之韵、摹写线条的笔触之美，教育功能也可能会更强吧。

再比如，灵活设计开放时间。很多国外博物馆，都有开放至凌晨的经验。德国柏林的近百家博物馆，每年都有两次“博物馆长夜”活动，一直开放到凌晨两点。有记者曾拍下观众坐在沙发上与美术名作默然“目谈”的场景，让人感动。作为公共文化产品的提供者、管理者，在制度和实体空间建设上不断完善，用以人为本的思维去满足受众的需求，也是保证文博展览又好又快发展的重要基础。

“让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。”活起来的背后，是服务的意识跟上来，是创新脚步动起来。相信，故宫博物院作为中国的文化重镇、作为备受喜爱的文化“网红”，也一定能在展览理念上引领方向，让井喷的文化热情妥善安放，让更多观众更从容、更优雅地欣赏文物、走进文化。

这就需要有关部门一点一滴的引导，引领社会向善。

截至目前，全省扶贫龙头企业有79家，带动贫困户就业超过10万户。

当前文章: <http://www.nxein.com/article/85231786.pdf>

发布时间: 2017-10-17 04:36:18

[死神逃学日记](#) [百炼成仙](#) [中二病](#) [科技](#) [斩龙](#) [媳妇的美好时代](#) [假如生活欺骗了你](#)  
[王思聪前女友怀孕](#) [萨摩耶](#) [科技](#)