

今年春节，“博物馆里过大年”成为新年俗。在文物部门组织下，全国数千家博物馆推出上万场精彩活动。据中国旅游研究院统计，游客在春节期间参观博物馆的比例高达40.5%。

“博物馆热”的背后有何深层次原因？如何推动博物馆实现从“火起来”到“活起来”转变？国家文物局博物馆与社会文物司相关负责人26日就这些问题接受了新华社记者专访。

这位负责人说,“博物馆里过大年”成为老百姓欢度新春的重要选择,这既反映了广大人民群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。“博物馆热”的背后,既体现了人民群众对高品质精神文化产品的需求日益旺盛,也得益于博物馆展览教育水平和管理服务意识的不断提升。

举一个例子,大年初一,由于观众自发热情地在门口排起长队,已经

博物馆是为社会及社会发展服务的公共机构,在经济社会发展中具有独特地位和作用。党的十八大以来,我国博物馆体系建设更加完备,全国博物馆总数已达5136家,博物馆免费开放深入推进,公共服务效能显著提升。“博物馆热”,既是中国博物馆人期盼已久的梦想,也是全社会文明进步的共同成果。

这位负责人介绍,近年来,我国博物馆积极回应社会需求和期待,努力优化和拓展服务新模式,如启动网上预约,简化入馆程序,尝试错峰甚至夜间开放,由公众“下订单”决定博物馆举办的部分展览,通过流动展览、数字化展览扩大服务覆盖范围,积极开展文化扶贫、乡村振兴等惠民工程。

我们鼓励博物馆开展各种探索和创新,推动中华优秀传统文化创造

安排闭馆的成都博物馆临时决定开馆，工作人员迅速集结到岗，重新开馆并延时至晚上8点。“当然，我们也注意到，春节期间一些博物馆因为观众爆满，保障服务措施没有及时跟上，观众参观体验变差，文物部门和博物馆还需要进一步总结经验，不断调整完善。”

这位负责人表示,我们欢迎更多的观众朋友到博物馆里感受传统文化的魅力,也支持鼓励更多的博物馆大胆探索实践,不断丰富节日文化内涵。

性转化和创新性发展,讲好“中国故事”,提升服务效能,满足人民群众对美好生活的需要。

这位负责人说,对于在探索过程中出现的一些苗头和倾向,要冷静思考 and 对待。在开放管理方面,观众超出博物馆承载能力、影响文物和观众安全的问题,各级文物部门要根据不同情况进行分类施策、加强管理和指导。在文化创意产品开发方面,要认识到这既是博物馆积极创新,融入经济社会发展的重要途径,更是博物馆研究、收藏、保护、展览、教育和文化传播功能的延伸。博物馆开展文化创意产品开发和举办大型活动,要坚持社会效益第一原则,围绕博物馆的基本职能,结合博物馆的藏品资源,坚守博物馆的边界和底线,避免过度商业化、泛娱乐化倾向。



这位负责人说,要做到“活起来”,就要让文物的价值内涵“活起来”,成为国与国相通、民与民相亲的“通用语”;让文物的思想文化“活起来”,成为世界认知中国、中国交往世界的“解码器”;让文物的多元之美“活起来”,成为文化再创造、艺术再发展的“营养源”。

对于博物馆来说,必须紧扣机构定位和功能,在提供高质量的文化供给上下功夫,不断增强人民群众的幸福感和获得感。

要强化保护职能。博物馆首先是文化遗产的保存机构,保护是利用的基础和前提,绝对不能弱化或淡化文物保护之责。尤其是遗址类、古建筑类博物馆,本身是文保单位,在组织重大活动或搭建临时性设施设备时,应符合文物保护的相关规定和要求。

要夯实研究基础。博物馆应加强对文物所蕴含的历史信息和文化价值的诠释与解读,以物证史、让文物说话,通过文物来传递核心价值观、弘扬正能量,通过创意来挖掘和展示文物历史、科学和艺术价值,将优秀传统文化和美好生活时代相通相通,提升人民生活品质。

要优化服务供给。观众参观博物馆的目的不只是文化休闲娱乐,更重要的是获取知识、了解历史、实现自我增值。展览和教育活动是博物馆文化供给的主要方式,博物馆应当积极探索用文物讲好“中国故事”的有效方式,策划让老百姓愿意看、看得懂的展览项目,举办针对不同年龄、不同群体的教育活动,使更多公众在博物馆获得教益,成为社会文明进步的参与者和推动者。

要拓展传播渠道。依托互联网、大数据、人工智能等技术,加强博物馆网上展览、网络课堂建设,扩大博物馆文化供给的辐射范围;加强媒体合作,推出更多像《国家宝藏》《如果国宝会说话》的优秀节目,增强博物馆文化影响力,让更多公众了解、走进博物馆。

目前,国家文物局正在研究制定相关文件,从立足职能定位、加强分类指导、优化教育保护职能、拓展利用途径、创新体制机制等方面,谋划新时代博物馆事业发展路径,努力促进博物馆实现高质量发展,更好满足人民对美好生活的需要。

据新华社电

[illegible]