

门口排起长队,展厅人头攒动,线上线下同频共振,丰富的“体验感”…… 郑州“文博热”何以一燃再燃?

国庆假期,郑州各大文博场馆“人从众”的火热景象令人记忆深刻:博物馆门口排起等候入馆的长队、各个展厅内观众人头攒动;全国首座“城市考古体验课堂”将商代历史生动化鲜活化展示,公益考古讲座引来“铁粉”络绎不绝;夜爬嵩山与登封“天地之中”古建筑相得益彰……遍地开花的文博热潮,共同描绘出郑州文博持续升温、“热”起来的喜人画卷。

郑州文博为何越来越“热”?记者进行了相关走访调查。

博物馆“菜品”丰富是基础

作为重要城市文化空间,博物馆在当今社会生活中发挥着越来越重要的作用。郑州文博场馆的持续火爆,离不开各大场馆精心制作的丰富“菜品”。

“假期我陪同学逛了几天,发现郑州的‘好地方’真不少。”大学生小杨告诉记者,除了打卡二七塔,在“商城之心”郑州商代都城遗址博物院探寻商文明,在城隍庙、文庙欣赏历史古建,到商都书院街城市考古体验课堂“考古”,都是令人惊喜的文博体验,“这些场馆相隔不远,活动各有特色,太赞了!”

记者了解到,今年国庆假期郑州文博推出了116项包括精品展览、文化展演、社教活动、专家讲座等在内的互动活动421场,除了精彩纷呈的互动体验,《商都翼翼 金玉华章》《巍巍亳都 王都典范——郑州商代都城文明展》《王之重器 赫赫其华——馆藏商代青铜方鼎展》重磅展览也是吸引观众的“宝藏”。而《“文艺郑州·山青花燃”2024首届“龙门对”书法大展》《“国社之镜·世纪光影”新华社新闻摄影展》等专题展览,让观众看到了文物之外的书法、摄影等艺术作品;博物馆里的舞台剧《汤颂》、舌尖上的文创“商小鲜”等新颖的文博产品,更是极大地刷新了市民群众对博物馆的认知,丰富了广大群众的节日文化生活。

除了国有博物馆的重磅活动,非国有博物馆的“助攻”也成为观众走进博物馆的强大吸引力。如郑州大象陶瓷博物馆开展的“鱼心奇遇”“文物走上明信片”“鱼心·我爱你中国打卡墙”“国庆告白墙”等文化活动,使观众从陶瓷的角度了解中华文明;郑州城外城陶瓷艺术博物馆、郑州大信博物馆聚落、郑州山海磅礴博物馆、郑州市天中艺术博物馆、郑州仁清金石传拓博物馆等也相继开展了国庆祝福打卡、文创集市、喜迎国庆社教活动等各种活动,为市民群众节假日提供更加丰富的体验。

此外,围绕重要节点开展“时令”性活动策划,进一步提升了文博场馆与公众之间的情感共鸣。10月1日上午,二七广场举行的升旗仪式吸引数万市民游客观看,二七广场上的巨幅国旗、中国红大屏、向祖国告白、“我和国旗合个影”等主题点位迎来万人拍照打卡。仅十一当天就接待市民游客55万余人,带动消费1926万元。

博物馆是快速了解一座城市的窗口。今年国庆假期,郑州博物馆接待观众10万余人次,与去年同期相比增加75.3%。其中省外观众占比达39%,越来越多的外地游客喜欢到郑州博物馆打卡。



郑州博物馆新馆门前排起了数百米的长队 记者 马健 图

“活化历史”提升核心吸引力

作为中国八大古都、国家历史文化名城,古老与厚重是郑州引以为傲的“标签”,但一度也是“难题”——时代久远的遗址、缺乏记载的史实,必须转化为观众尤其是年轻观众看得懂的“活”历史、喜欢参与的沉浸式文化体验。

国庆假期,商都书院街“城市考古体验课堂”引来人潮如织。游客在3000多年前的商代遗址现场跟随考古专家的讲解,观看出土文物、动手体验考古发掘、在互动游戏中了解商代历史……历史课本里的“商王朝”就这样生动地呈现在观众的眼前、手中、心里。

“郑州交通区位优势突出,文旅文化资源丰富,可谓资源禀赋独特,这就要求我们的文博活动既有历史文化、文物元素的‘知识含量’,又有观众易于接受的方式。”郑州市文物局有关负责人告诉记者,今年国庆到来之前,市

文物局就多次组织文博单位进行活动策划的“头脑风暴”,一次次讨论活动主题、形式、落地执行等,倾力把郑州地区深厚的历史文化,转化为大众愿意参与的活动、看得懂的内容,从而内化于心,成为精神与血脉的组成部分,持续擦亮“天地之中、黄帝故里、功夫郑州”城市品牌,“这也是让公众共享文物考古发掘、研究成果,实现‘文物惠民’的体现。”

“去年以来,我感觉咱们郑州文博场馆都‘卷’起来了。”喜爱历史文化的市民李先生高兴地看到,丰富的“体验感”成为郑州各大文博场馆特色活动的关键词,博物馆里体验非遗手工制作、绘制彩陶,甚至唱红歌等,五湖四海的观众围坐在博物馆,享受着历史文化与现代生活交融的乐趣。



动手体验考古发掘



在京剧脸谱上画画太好玩了

乘“网”拓展文博影响力

“人人都是麦克风”的时代,互联网无疑是提升文博影响力的重要“战场”。除了在朋友圈晒一晒自己的出行美景、衣食住行,越来越多的观众开始在网络分享自己“二刷”博物馆、参与的

话题讨论、逛展攻略,文博活动逐步成为网络分享的主角。

“在京剧脸谱上画画太好玩了,这是我的第一次脸谱作画体验,一定要在朋友圈‘秀’一下。”10月5日,走进博物馆参与活动的孙雨萱告诉记者,没想到博物馆这么“好玩”。活动进行中,不时有新来的参与者将现场热闹的动手环节拍摄成短视频,发布在互联网平台上……在“无体验、不分享”的当下,线上线下文博活动同频共振,吸引了众多网民的关注。

“国庆期间,国庆‘穿越游’系列直播活动累计观看人数超300万余人,《欢歌迎国庆 文博放光彩》专题阅读量达8000万人次……”郑州市文物局工作人员介绍,“经典红歌大家唱”活动线下在郑州博物馆、商都遗址博物院、二七纪念塔、大河村遗址公园、双槐树遗址、书院街遗址等现场与游客观众共唱,线上以短视

频快闪活动形式推广,游客群众纷纷通过网络进行分享。

“吸引观众参与,一定要了解、使用当下大众最喜欢的社交方式和平台。”谈到近年来文博影响力提升的思考,郑州市文物局工作人员提出了自己的思考:文博活动不能一办了之,还要注意活动的影响、传播的效果,以及与观众之间的互动等方面。

越来越多的市民游客在节假日选择到博物馆、文化遗产地,这对文博事业的发展带来了动力与挑战。郑州市文物局有关负责人介绍,今年国庆假期全市文博单位共接待观众140.66万人次,较2023年同期增长98%。“为游客提供全方位、沉浸式文化体验将是今后文博场馆的重要方向,也是实现文博场馆‘破圈’的主要路径。”下一步,市文物局将持续打造具有郑州特色的文博优质品牌,不断增强郑州的活力、魅力和竞争力,以高水平文博活动提升城市形象、助推高质量发展。

记者 左丽慧 李居正文/图



博物馆里体验非遗手工制作