

“文博热”语境下博物馆的守正与破圈

■耿樱玮

近年来,全民“文博热”持续升温,越来越多的年轻人走进博物馆,这既折射出文化自信的不断增强,也是全民文化素养提升的直观写照,然而,热潮之下亦有隐忧:消费主义过度裹挟、浅表化网红行为、饭圈化侵入等乱象,扰乱了文博领域的专业秩序,博物馆的公共性与严肃性被稀释,其原本承载的历史厚度与教育功能面临被边缘化的风险。由此我们不得不深思:博物馆该如何在拥抱大众、实现传播破圈的同时,牢牢守住文化根脉,恪守自身本职与初心,在“流量”与“留量”、“热度”与“深度”之间找到平衡?

从“文物仓库”到“公共美育场”

博物馆作为承载历史文脉的核心公益机构,其功能定位已从单一的“文物收藏所”向多元的“公共美育场域”深刻转型。如今,博物馆不仅是国家文化体系的基石,更肩负着提供优质公共文化服务与赓续中华文脉的双重使命,面对公众日益增长的精神需求,文博界正积极拥抱变革,从《我在故宫修文物》到《国家宝藏》等节目的“破圈”,再到新媒体的传播助力,不仅加速了“文博热”的浪潮,更推动其社会影响力攀升至历史新高。

“文博热”折射出公众对中华优秀传统文化的强烈渴望。数据显示,截至2023年底,全国备案博物馆达6833家,全年接

待观众12.9亿人次,举办展览4万余个、教育活动38万余场。中国国家博物馆等7家场馆跻身全球前20名,标志着中国博物馆国际影响力的显著提升。从观展数量的井喷到办馆质量的跃升,是博物馆主动“破壁”、公众热情回馈的“双向奔赴”,当代博物馆已不再仅仅是静态的文物保管机构,而真正实现了从“以物为中心”向“以人为中心”的功能升华,为国家文化软实力的提升提供了坚实支撑。

流量裹挟下的价值迷失

在“文博热”持续升温的背景下,全民走近历史、触摸文脉的文化氛围日益浓厚。然而,热潮之下,浮躁功利的风气悄然蔓延,流量思维已然扭曲了部分观众的观展初衷,原本纯粹的文化探访行为逐渐变味,不再是怀揣对话历史的赤诚之心。展厅内,部分观者扎堆抢占展柜机位,对于眼前文物的历史渊源、文化价值漠不关心,仅仅是为了收获社交平台上的点赞与关注,完成一场流于表面的形式化打卡。历史被简化为短视频里的段子,文物沦为拍照的“网红道具”,这种浮躁、喧嚣的娱乐化倾向,不仅严重干扰了正常的观展秩序,更让真正渴望与历史对话的观众被迫“退场”,一点点消解着博物馆应有的庄重与沉寂。

同时,文创产品本是博物馆活化文化资源、延伸教育价值、贴近大众的优质路

径,能让文化符号走进日常生活,实现长效传播。但部分文博机构却在商业化浪潮中迷失方向,一味围着营收和流量打转,推出的文创产品千篇一律、同质化严重,既无馆藏特色,也无文化创意,部分产品甚至漫天定价、背离文创初衷,让原本神圣的文化殿堂,异化为单纯的消费场所,不仅稀释了博物馆的专业属性,更持续透支其公共文化公信力。

除此之外,文博领域还出现了明显的饭圈化倾向,进一步放大浮躁乱象。观众机械复制网红攻略,“别人拍、我也拍”“别人买、我也买”,盲目跟风与群体狂欢取代了独立的审美与思考,将追星式的饭圈逻辑带入严肃的文博场景,这种“打卡式参观”与“跟风式消费”,让观展行为失去原本的文化意义,若不及时纠偏,文博热带来的将不是文化复兴,而是集体性的文化浮躁与审美降级。

以守正创新的公共美育为锚

博物馆不应拒绝流量,亦不盲从潮流,当以守正创新为要,聚焦提升全民审美素养与历史文化认知,在破圈传播与守正育人之间找准平衡。

守正创新应深挖在地文化,回归生活美学,如苏州博物馆的“吴门书画特展”,通过“文人的下午茶”“古人的旅行装备”等生活化场景,将古代雅趣立体呈现。这

种“古代生活Vlog”般的叙事,让观者在身临其境中加深记忆,使观展从浮光掠影的打卡变为深度共鸣的文化认同。

公共美育的生命力在于让文物以鲜活的态度走入人心,如南京博物院的“小粉炉”,以清乾隆芙蓉石螭螭耳盖炉为原型,通过编舞、绘画、讲故事趣味化传播,这种拟人化互动让原本静默的文物拥有了生命,让观众从被触动的“文化DNA”出发,在日用而不觉中坚定文化自信,真正实现了用青春叙事为古老博物馆注入活力。

此外,博物馆可以引导观众从“被动围观”转向“主动参与”,如中国邮政邮票博物馆的“邮票找家”互动游戏,观众需在地球上寻找邮票发行国并粘贴,这种寓教于乐的方式,不仅增加了趣味,更促使观众主动思考历史与地理的联系,改变了“走马观花”式的浅层浏览,实现了知识获取与审美提升的统一。

面向新时代,文博机构唯有以守正创新的公共美育为锚,才能跨越“流量”泡沫。让博物馆真正融入百姓日常,吸引人们为休闲而来,因文化而留,在美育实践中深耕细作,使博物馆从网红打卡地蜕变为公众的精神栖息地与文化传播窗口,实现守正传承与破圈传播的良性循环。

(作者系山东理工大学美术与设计学院硕士研究生在读)

从书画丹青到心灵良药 江苏模式如何打通艺术疗愈的“任督二脉”

■高木

艺术疗愈的兴起,并非凭空而来,而是社会心理刚需的产物。当下,我国老龄化程度持续加深,老年认知功能下降与心理健康问题凸显;青少年抑郁检出率居高不下,校园心理疏导需求激增;职场高压、生活焦虑让中青年群体成为情绪疏导的核心受众。艺术疗愈作为非药物干预手段,其社会价值被广泛认可。从专业角度看,艺术疗愈通过创作过程实现情绪宣泄与心灵修复,无需专业艺术基础的特性,让其比传统心理咨询更易被大众接受,这也是其能快速普及的核心原因。

但真实需求催生的赛道,却在资本涌入与行业标准缺失中逐渐走偏,诸多乱象让艺术疗愈陷入“名不副实”的争议:一是资质认定空白,从业者鱼龙混杂。目前我国尚无国家级艺术疗愈师职业资格认证,行业门槛模糊不清,出现“谁都可以做疗愈”的混乱局面。二是过度商业化,疗愈沦为消费符号。资本将艺术疗愈塑造成“中产刚需”,一场两小时的无专业引导绘画体验收费千元,颂钵、水晶等普通商品被包装成“天价疗愈神器”,却无任何学术研究数据支撑。三是艺术审美工具化,文化内涵被掏空。一些非遗技艺被批量套用为“东方疗愈”标签,却被剥离背后的文化语境,其审美价值、文化价值被彻底忽视,艺术疗愈也失去了精神滋养的核心意义。四是西方范式水土不服,疗愈效果大打折扣。国

内多数艺术疗愈实践沿用西方理论体系,以油画、律动、心理剧为主要载体,而这种以“情绪宣泄”为主导的范式,与我国民众含蓄内敛、重意境体悟的心理认知特征存在天然隔阂。无法引发国人的文化共鸣,难以实现真正的心灵修复。

艺术疗愈的乱象,表面是行业标准缺失与商业化过度,深层则是本土化理论与实践的严重缺位。此时提及推动艺术疗愈本土化建设与研究,并非强调简单的“文化回归”,亦非将传统艺术简单等同于“疗愈工具”,而是要深度挖掘中华文化“身心合一、天人合一、情志相胜”的深刻内涵,让疗愈体验成为参与者与传统文化精神对话的过程,有效提升心理健康服务的覆盖面与适配性,助力健康中国建设与积极老龄化战略。最终从学科层面,实现中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展,构建中国特色艺术疗愈体系,打破西方学科话语垄断,提升我国在全球艺术疗愈领域的学科话语权,为世界疗愈事业贡献东方智慧。

放眼当下,在相关的全国探索实践中,江苏立足本土文化资源,紧扣社会需求,开展形成了“人才培养—学科建设—场景落地”的一体化发展模式,为全国本土化建设提供了可借鉴的样本。江苏省中国画学会作为核心学术支撑机构,全程参与其中,在理论挖掘、课程设计、学术指

导等方面发挥了关键作用,成为江苏艺术疗愈本土化发展的“学术引擎”。

2025年底,江苏艺术基金立项实施2025年度艺术人才培养资助项目“博爱大美,艺愈有为——艺术治疗创新人才培养”,由南京特殊教育师范学院牵头实施,江苏省中国画学会担任学术指导单位。项目提出“传统文化+艺术创作+疗愈理论”的三位一体培养体系,重点面向高校、美术馆、社区服务机构的骨干人员,着力传统书画疗愈功能挖掘、本土化疗愈方案设计等核心课程教学。江苏省中国画学会组织专家团队参与课程设计与教学,将国画、书法的创作技法与疗愈机理深度融合。通过系统化培养,该项目已形成一批兼具传统文化素养、艺术创作能力与疗愈实践水平的复合型人才,填补了江苏艺术疗愈人才培养的空白,也为全国本土化人才培养体系构建提供了实践参考。

在人才培养的同时,江苏省同步推进艺术疗愈学科建设,两大高校研创平台相继落地。其一为2025年12月31日在江苏艺术基金人才培养项目启动仪式上揭牌成立的南京特殊教育师范学院美术治疗研究中心,该中心聚焦传统艺术疗愈的临床应用研究,依托南特师在特殊教育、心理学领域的优势,探索国画、书法在特殊儿童、老年群体中的疗愈路径,成为江苏省内艺术治疗领域的第一个产学研平

台。其二为南京师范大学艺术与科学中心的艺术疗愈研究所,该研究所立足艺术与心理学的跨学科研究,重点挖掘中华传统艺术的疗愈基因,开展传统艺术疗愈机理的实证研究,同时开发针对青少年、职场人群的本土化疗愈课程,为江苏艺术疗愈本土化提供理论研究支撑,推动本土化理论体系的构建。

在社会层面的应用上,结合人口老龄化背景下老龄人群心理健康与认知健康的核心需求,江苏省中国画学会还面向老龄人群心理健康及认知健康,为其提供传统书画艺术的学术指导与技术支持。创新性地传统绘画艺术融入公共卫生干预体系,形成了“本土艺术+公共卫生”的跨界融合实践样本。

艺术疗愈的本土化建设,并非一蹴而就的工程,而是一场需要学界、业界、社会各界协同发力的长期实践,任重而道远。

(作者系江苏省中国画学会副秘书长)

