

# 流量狂欢之后， 博物馆如何安放“文化使命”

**编者按：**2026年6月13日是文化和自然遗产日，国家文物局将开展文化和自然遗产日活动，活动主题“文物属于人民 服务人民”。

据国家文物局及文化和旅游部发布的2025年统计数据：2025年全国博物馆共举办各种陈列展览约4.5万场，接待观众约15.6亿人次，备案博物馆达7188家。三项指标均创历史新高，文博和展览业在当下可谓蓬勃发展，持续升温。

无论是年轻人扎堆看展和打卡的新生活方式，还是博物馆、美术馆对观众人数和社交媒体曝光量的渴求，均已成为当下社会关注的话题。在文化消费市场看似一派繁荣的景象下，我们也当反思年轻人的看展态度是否弱化了对艺术的真切体验，美术馆的流量期盼是否遮蔽了严肃的文化使命？面对新形势，博物馆、美术馆如何在保持自身的专业性和社会大众性之间找到平衡？

面向新时代，文博机构、美术馆唯有以守正创新，真正了解观众的需求，从AI和数智的角度来提供公教和服务，才能跨越“流量”泡沫，让博物馆、美术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、美术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，实现双向共赢。

资料图片(展览主办方供图)

## 展览打卡“热”背后的“冷”观察

■刘其让

如今，走进博物馆、美术馆看展，已成为不少人文化生活的新选择，许多场馆不再像以前那样门可罗雀。然而，在这股“打卡热”背后，我们也需要一份冷静的审视与思辨。

在智能终端与社交媒体深度嵌入日常的当下，“打卡”正在成为许多人观展的主要动因。游客手持手机，穿梭展厅，忙于寻找最佳机位，将艺术作品匆匆纳入镜头，却鲜少驻足凝视。

“打卡式”观展的盛行，与互联网社交媒体的推波助澜密不可分。在流量逻辑主导下，展览的“出片率”成为许多年轻人择展的首要标准。某社交平台上，“最出片展览”标签下汇集数十万篇笔记，“展览打卡”话题视频播放量更突破百亿次。为迎合这一风向，不少主办方调整策展策略，将视觉冲击力与沉浸感置于学术价值之上，展览的内容深度被不断稀释。展览本该有的学术性，正在让位于娱乐化，这已是不争的事实。一些展览为博取眼球，过度依赖声光电技术，将本应作为主角的艺术作品淹没在炫目的多媒体堆砌之中。如此本末倒置的策展方式，虽能在短期内聚拢人气，却损害了展览作为文化传播与教育载体的根本功能。

更令人忧虑的是，在商业逻辑的驱动下，一些机构开始批量炮制“网红展览”。这类展览往往主题浅薄、内容空洞，仅凭几个视觉讨巧的场景便吸引观众蜂拥而至。某商业机构在全国多地推出的“印象”“星空”视觉艺术展，内容几乎千篇一律地由镜面空间、LED灯带和标语装置拼凑而成，被业内人士批评为“文化空心化”的典型。

此类展览的泛滥，不仅挤占了严肃艺术展览的资源与空间，也误导了公众对艺术的基本认知，使观展行为沦为消费主义符号下的浅层表演。

面对这些问题，我们有必要重审展览的本质意义。博物馆、美术馆作为公共文化机构，其核心使命在于收藏、研究、展示与教育，而非单纯追逐客流与网络热度。一个真正有价值的展览，应当立足于扎实的学术研究，通过精心的展陈设计，引导观众沉入思考，与历史、文化与艺术建立深层联结。

策展方如何在吸引观众与坚守学术水准之间取得平衡，确为一道现实考题。中国国家博物馆“古代中国”基本陈列，通过增设互动装置与数字导览，在保持学术严谨性的同时提升了观展体验。成功案例表明，学术性与观赏性并非对立，而是可以互为支撑。观众也当反思自身的观展姿态。在按下快门之前，不妨稍作停留，静心阅读展品说明，感知作品背后的艺术张力和思想意涵；在分享照片至社交媒体时，也可多着墨于观展的心得与体悟，而非仅仅呈现个人在场的身影。唯有培养起深度观展的习惯，我们才能真正从展览中获取精神的滋养，而非仅仅积攒一堆影像符号。

与此同时，各级政府与文化管理部门亦应加强引导，健全展览评价体系。不能仅以参观人数、网络热度作为衡量展览成败的标准，而应构建涵盖学术价值、教育功能、社会影响等多维度的综合评估机制。

展览打卡之“热”，亟须精神深度之“冷”来平衡。

## 年轻人何以“爱上县级博物馆”

■赵勃

年轻人逛博物馆，不再只奔“大馆”。山东潍坊青州博物馆、江苏常州武进博物馆、湖北孝感云梦县博物馆……那些藏在区县的博物馆，正成为年轻人竞相奔涌的新打卡地。

如果说，高大上的博物馆一直是广大游客首选的话，那么时至今日，县级博物馆正越来越成为年轻人竞相奔涌的新打卡地。这并非意味着高大上博物馆的式微，而是一些县级博物馆的自身优势正日益发挥出的延伸和补充作用。

年轻人“爱上县级博物馆”，自是有故事、有轨迹、有来由的，它至少表现在以下三个方面：

**接地气，彰特色。**只要充分挖掘县级博物馆的潜力，做到“接地气、彰特色”，县级博物馆照样也能借“低”登“高”、以“小”博“大”、凭“单”胜“全”。如广西北海市合浦汉代文化博物馆，是以汉代海上丝绸之路历史文化展示为主的专题遗址类博物馆，馆藏文物5208件(套)。馆中陈列的合浦汉墓出土的我国古代青铜器、陶器和域外陶器、琥珀、琉璃等文物，展示了汉代北部湾地区对外通商交往史。正是这些在本地出土的文物，以其直接性、关联性、系列性的优势性特点，给参观者以强烈的视觉冲击力，并由此引发其共情共鸣。

**懂心意，有巧思。**而今，博物馆都在纷纷出招而争取、吸引年轻人。对于县级博物馆来说，要争取、吸引年轻人前来打卡，则更须在“懂心意，有巧思”上下功夫。所谓“懂心意，有巧思”，其核心就在于要读懂年轻人，守得住传统，玩得转新潮，让沉睡的文物“活”起来、“潮”起来。如常州武进博物馆其紧贴潮流，良渚玉琮搭配数字化展柜，国宝2800年独木舟成为网红打卡点，乌纱帽、金凤冠衍生的创意文创把千年古

韵变成可带走的日常美好。苏州吴文化博物馆馆长陈曾路说得好，“针对年轻人，我们策展注重提供多元‘可能性’与‘包容性’”。事实上，展览叙事传递知识只有不囿于传统固定的单一模式，只有致力于探索打造丰富的解读手段，才能让不同年龄、兴趣、个性的观众在不同的场景展示中找到各自的共鸣点。

**续“烟火”，铸精神。**县级博物馆是扎根基层的文化毛细血管，一头连着厚重历史，一头连着市井烟火，藏着一方水土的风骨，涵养一方百姓的情怀。要让年轻人走近并走进县级博物馆，就必须依循上述特点，深入挖掘、整理、研究、诠释、展示好那些附着在文物上的诸多讯息，从而让年轻人在熟悉的故土上，读懂家乡过往，读懂中华精神家园。如宜兴素有“院士之乡”美誉，这里走出32位两院院士。宜兴市博物馆推出的《钟秀阳羨 无双国士》宜兴籍两院院士史料展》走红出圈。展览展出珍贵展品200余件，程天民院士亲笔题字、院士书信手札、科研手稿、求学老物件悉数亮相。展期一延再延，吸引万千学子、家长慕名而来，在乡土故事里读懂家国情怀，感受“一方水土养育一代国士”的深层力量。是啊，这种富有“烟火气”的展览，不仅成为年轻人心中最温暖的文化归处，也自拨动了年轻人“青春是用来奋斗的”的心弦，激发起广大年轻人耕读传家、报效祖国的决心和信心。

当然，争取、吸引年轻人爱上县级博物馆，我们绝不能抱着任其自然的态度，尤其不能以守株待兔的心理予以应对，而是要坚持守正创新、以变应变，主动出击、积极作为。还要加强资金投入，加强人才培养，加强上级指导，才能推动基层文博事业高质量发展。