



钟玲参加川博中国古代体育文化特展国庆活动。

10月1日晚，四川博物院在一楼中庭开展了“川博之夜·竞出东方——中国古代体育文化特展”国庆专场活动。观众夜游博物馆，不仅观看到中国古代体育文化特展，欣赏到传统乐器演绎的现代歌曲《孤勇者》，以及体验投壶、木射等跨越千年的运动乐趣，还有机会获赠精美的文创及书籍。

据四川省文旅厅统计，全省图书馆、文化馆、博物馆国庆期间累计接待群众超过200万人次，老少皆宜的“文博游”已经深入人心。除此之外，各大博物馆策划的探展、社教活动直播，也吸引了网络上数以万计的观众云游博物馆。

无论是国宝云集的新展，还是层出不穷的社教，十年前对观众来说都有些稀缺。过去每逢国庆长假，市民外出游山玩水；而今，越来越多的观众选择走进博物馆寻找诗与远方。十年之间，四川博物院副院长钟玲深切感受到博物馆行业发生了翻天覆地的变化——博物馆的数量明显增加，公共文化服务的功能显著增强，从业人员的能力大大提升。值得一提的是，川博还在搭建全省馆校合作新平台，推出流动博物馆、智慧课堂、虚拟展览等便民服务，让偏远地区的民众也能享受公共文化的成果。

## 举办展览、开办讲座、组织沙龙……

# 川博副院长钟玲：让更多人爱上博物馆



钟玲为观众讲解川博的展览。

### 从外交官到文博工作者

“我觉得去博物馆挺好玩的，可以看到很多不一样的东西，不管是自然、历史、文化，或者是来自世界其他地区的文明，包罗万象，可以为你打开另一扇窗。”今年和入职川博的新员工见面时，钟玲分享了自己当年选择这份工作的初衷，她特别提到，在博物馆工作能为公众提供更多的文化产品，那种获得感和成就感溢于言表。

2005年刚来到川博时恰逢筹建新馆，她先到四川省文化厅外联处工作了几年，顺利通过了外交官选拔考试，担任中国驻美国洛杉矶总领馆文化副领事，其间，为促进中、美两国在文化、艺术、体育、影视等方面加强交流，开展了100多个项目的合作。

当时，在美国洛杉矶工作，钟玲接触了很多当地的博物馆、图书馆等文化场馆，学习了他们运行开放，提供展览、教育、艺术等服务的模式。让她深受感触的是国外对于博物馆的定位，是一个集展览展示、学习交流、文化体验、文化消费于一馆的文化综合体，而不仅仅是征集藏品、对外展示。

这段外交官的工作经历让她受益匪浅，回到川博之后，她在公众教育方面进行大胆探索，用一系列的举措去延伸公共文化服务的半径。



四川博物院“竞出东方——中国古代体育文化特展”。



市民在川博看展览。

### 延伸公共文化服务半径

“可能在十几年前，大多数观众认为博物馆很闲，对吧？只要把文物摆出来，把门打开就够了，甚至就连有的从业者也认为，只要办好展览就一劳永逸。”谈及文博行业十年来的变化，钟玲笑了笑，坦诚地描述了自己的观察。

如今，文博行业日新月异，一成不变的展览显然无法满足观众的需求。以川博为例，每年最基本的要求是举办3场至4场临展，基本陈列展几年一小动、十年一大改，此外还要定期举办讲座、研发课程、组织沙龙等等，满足人民群众日益增长的美好生活需要。

从川博每年统计的数据中可以清晰地发现，博物馆行业正在发生着变革：2010年，川博接待观众102万人次，提供各类讲解服务1000余次，吸纳100名小小讲解员，川博文化讲坛开展了10余场高水平讲座；2019年，川博接待观众110万人次，提供各类讲解和



小朋友在川博体验社教活动。

社教服务6000余次，拥有400多名小小讲解员，“蜀绣亲子班”“巴蜀书画兴趣班”备受喜爱，每年举办30多场学术讲座，吸引了不少“铁粉”。

钟玲还记得，今年，川博的流动博物馆大篷车第一次驶入凉山州越西县、普格县，当地的孩子们欢呼雀跃，因为他们几乎没听过、没去过博物馆，容量有限的车厢内陈列的那些文物，让他们好奇不已。

如何让更多的孩子享受逛博物馆的乐趣？2015年，川博与四川省教育科学研究所合作成立了四川省博物馆教育研究所，根据馆藏的文物开发设计了44个主题课程，让博物馆的文博资源惠及全省960多万中小学生。随后几年，博教所研发的课程与时俱进，“国家宝藏”“走近张大千”系列课程和省内外、境外研学课程让孩子们欣喜不已，来自全国10余个省（自治区、直辖市）和美国、南非、塞尔维亚、巴基斯坦等近10个国家的孩子在课程中了解了文化遗产。

2017年，川博与四川省电化教育馆签署了合作协议，在四川省教育资源公共服务平台上建立了“文博教育”专区，专供全省师生在线利用文博教育资源，同时促进从文博教育资源到中小学生课程资源的转化。例如，川博邀请成都七中育才历史老师等名师开展“博物馆里的历史课”远程课堂，让远在阿坝州马尔康中心校的孩子与成都的孩子一起知历史、学文物、赏艺术。

### 期待博物馆资源更均衡

十几年的博物馆工作经历，让钟玲养成了一个习惯，无论繁忙与否，她总要抽出时间去馆里转一圈，看看展柜、导引牌等设施是否有故障，听听讲解员或者志愿者的精彩讲解，围观社教活动，“只要是面向公众的细节，我都会去关注”。

让她记忆犹新的是，一个全职妈妈陪伴五年级的孩子在川博体验精品课程“一字一课”，全程记录了社教老师讲课的重点，还与其他培训班的课程进行了对比分析。课后，她在家长群里分享了自己的收获，还透露孩子回家之后主动翻阅了历史文化方面的书籍，在这种探索性的学习模式中培养了学习的兴趣。

逛博物馆究竟能对孩子带来多大的影响呢？钟玲记得第一批小小讲解员中的胡好玥，每周到川博从事志愿讲解工作，坚持了5年之久。2017年，胡好玥被北京大学考古学专业录取，她曾告诉记者：“博物馆让我对周围的一切有了更多的好奇，也让我在历史长河中找到了自己的坐标。”

回望过去十年博物馆行业的变化，钟玲作为亲历者和见证者，激动不已。她的心态也悄然转变，不只是觉得博物馆“好玩”，更明白公众对博物馆的要求越来越高，这是一份沉甸甸的责任。未来还要提供更多、更优质的公共文化产品，走过“最后一公里”，抵达更多用户的家门口。

下一个十年，她期待博物馆资源更加均衡，期待博物馆成为展示文物、满足社交与文化消费、艺术欣赏的综合体，也期待更多的师生、家长通过线上线下走进博物馆，与历史对话，享受公共文化的硕果。

封面新闻记者 曾洁