



找记者上壹点

A13-14

齐鲁晚报

2020年7月24日 星期五

思 / 想 / 光 / 华文 / 字 / 魅 / 力

□□编辑：徐静红

“因为博物馆，爱上一座城，爱上齐鲁大地。这是我们博物馆人应该努力的方向。”山东博物馆党委书记、馆长郑同修说。从考古界大咖到博物馆“新锐”，郑同修跟文物打了几十年交道，尽管工作有调整，心中的那份感情却从未改变。在他看来，一件文物就是一大串故事，博物馆的宣传教育不在于文物的堆砌，而是要发掘每一件文物背后的故事。

## 山东博物馆馆长郑同修： 让文物说话， 是每一个文博人的责任

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 张九龙

### 文物本身不会说话 需要有人讲出故事

“眼前的这个车马坑，来自高青陈庄西周城址，马的摆放姿势特殊，又有牛角，很可能与祭祀有关。”在山东博物馆三楼的考古山东展厅，郑同修如数家珍地介绍着一件文物的来历。

当初为了将车马坑整体起取至济南，考古队采取木板整体套箱、槽钢加固等各种措施，动用了300吨吊车进行吊装，雇用了5辆大平板车运输才顺利完成。当年主持高青陈庄西周城址考古发掘项目的，就是郑同修。

1984年，从山东大学历史系毕业后，郑同修进入山东省文物考古研究所（今山东省文物考古研究院）工作，和山东各地的考古工地打了30多年交道。山东博物馆考古山东展厅里的文物，有许多是他亲手发掘出来的。

2019年8月31日，郑同修履新山东博物馆馆长一职。“考古和博物馆虽然都是跟文物打交道，但是工作上有很大不同，对我来说是个新课题。”

如今的博物馆，早已不是“文物陈列室”的初级阶段。从全球范围看，随着经济的发展和人们对文化生活的追求，“博物馆热”已经成为不可逆的趋势。国家文物局统计数据显示，2019年，全国5354个博物馆全年举办展览2.6万个、教育活动近26万次，参观人次11.3亿。

山东博物馆作为省内文博的领头羊，2019年的参观人次达到200多万，国庆假期时单日参观人次有2万多。郑同修不曾想到，自己研究的冷门学问有朝一日如此火爆。

现在在倒逼着博物馆人与时俱进。郑同修认为，如果考古的任务是调查、发掘与研究，那么博物馆的职能就是宣传、教育，“此外还要加上保护和研究”。

郑同修表示，博物馆办展览只是一种手段，从根本上说，是要讲好文物故事，让普通人能看得懂文物。“博物馆宣传的是中国优秀的传统文化，宣传的是五千年的文明史，要通过老祖宗留下的东西，通过研究和展览让社会看到文物和文物背后的故事，并通过这些文物增强文化自信和民族自信，达到公共教育的目的。”

然而，讲好故事并不容易。绝大多数博物馆，玻璃柜的文物面前，只有一枚简单的铭牌，上面寥寥几笔，写着文物的名称、年代、出土地。对观众来说，如此参观博物馆，只是走马观花，一头雾水。

这一点，郑同修格外有感触。几十年的考古经历，让他对文物有着别样的感情，作为馆长，他经常会亲自为前来参观的嘉宾讲解。“许多发掘和保护工作我都曾参与其中，相比馆内的讲解员，更了解文物背后那些不为人知的故事。”

“像高青陈庄的车马坑，如果没有人去讲解，那么观众看到的可能就是一堆骨头架子，一晃而过。”郑同修说，实际上，每件文物背后，都藏着无数考古人的汗水和先民的智慧，博物馆缺少的并不是故事，而是

缺少讲故事的人。

正因为如此，他特别提出山东博物馆要加强保护和研究的职能，培养科研梯队。在他看来，博物馆的宣传、教育职能，需要通过文物的收藏和展览来实现，而学术研究则是办好展览的前提。

“展览不是摆上文物就行，要研究文物的历史价值、艺术价值，挖掘文物背后的故事，文物本身不会说话，得有专家通过深入的研究来让文物说话，让文物活起来。”郑同修说。

### 科技打开新的天地 文创不是赚钱工具

2019年11月，山东博物馆联合湖北省博物馆，共同举办“5G重构想象 跨时空协奏”活动，这是在全国博物馆中首次探索利用5G技术。

当时，山东博物馆所藏“天风海涛琴”，与湖北省博物馆所藏“曾侯乙编钟”相结合，在千里之遥，两地不同的乐器一同演奏同一首音乐，为

了观众呈现了一场跨时空的音乐盛典。这次尝试，是山东博物馆教育活动向社会公众展示的新突破。

“借助科技的力量打开博物馆的边界和场景，是博物馆必然面对的挑战和机遇。”新冠肺炎疫情以来山东博物馆的一些新变化，让郑同修更坚定了这点。

3月31日，山东博物馆恢复开放。为防控疫情，博物馆采取网上实名预约、总量控制、分时分流等措施，同时安排智能语音讲解、数字导览等方式，避免人员瞬间聚集。

郑同修介绍，现在山东博物馆每天观众限流3000人，遇到节假日高峰期，接待压力还是比较大的。为此，该馆在线上服务方面采取了许多新措施，尽量满足广大观众的需求。

如今，山东博物馆官方网站的“数字展厅”专栏，利用展厅360°全景扫描、VR虚拟现实、文物3D扫描等技术，结合数字文物展品库，再现了包括常设展览、专题临展在内的13个实体展览，让全国观众足不出户，便可欣赏展览。

同时，山东博物馆微信公众号推出了十多期“海岱微讲堂”，通过线上

图文展示的方式，重点介绍了熹平石经、红陶兽形壶、珐琅金亭式六角熏炉等文物，为观众讲述“齐鲁瑰宝”的那些事儿。

说起2020年“文博圈”最火的技术，当然要数视频直播。疫情期间，为满足观众的文化需求，山东博物馆讲解员化身网络主播，带领观众领略文物的风采。为做好直播，讲解员和工作人员多次演练，并在直播流程中设置了很多互动环节，用以提高观众参与度。

3月25日到29日，山东博物馆连续举办5场“云博物馆”直播，涉及非洲动物大迁徙、古代“黑科技”、明代王爷的日常生活等主题，引发广泛关注。仅在一个直播平台上，观众就达到48万到50万人次，单场全平台观看量突破1000万人次。山东博物馆交出的直播答卷，让“掌门人”郑同修直呼“没想到”。

最近，在“文博圈”另一个热门词“文创”领域，山东博物馆也在大胆开疆拓土。

2019年11月，在2019山东国际文物保护装备博览会现场，近千人共同

见证了山东博物馆文创智造云平台“鲁博手礼”正式上线。

稀世珍品商代甲骨文、西周金文青铜器领篮、殷商青铜亚丑钺、失传1700年的《孙子兵法》……这些鲁博文化元素，通过手机一扫便可定制上百款产品，冰箱贴、国潮鞋、餐桌布、抱枕都被赋予了文化内涵。

今年5月18日国际博物馆日，“山东博物馆文化创意设计活动”正式启动，旨在以数字创意为切入，塑造“山东文博”“齐鲁文创”品牌形象，整合山东省内各博物馆丰厚馆藏资源，助力山东文化创意产业高质量发展。

不过，面对博物馆文创热潮，郑同修保持着理性和克制。“文创产品的社会效益要高于经济效益，文创是宣传的工具，是文物走出博物馆、走进群众生活的一种形式，但绝不是赚钱的工具。”

在他看来，文创产品不必过于高大上，而是应该贴近人们的生活，突出性价比和实用性。“之前在一次文创大赛中，一件以大汶口陶壶为元素设计的加湿器就吸引了我。文创产品只有融入生活，才能持久。”

### 千馆一面现象突出 博物馆要抱团图强

2019年11月，“香光馨远——董其昌书画展”于山东博物馆开展，在书画艺术界引起了热议。

董其昌是中国书画史上的大家，工诗文，善书画，精鉴藏，艺术成就极高。然而，由于董其昌书画作品流传分散，专题展览并不容易办起来。这次展览共展出展品76件（套），除了山东博物馆的馆藏以外，天津博物馆和济南市博物馆也给予了展品支持。

加强博物馆合作，已经成为一种趋势。7月3日，山东省博物馆联盟筹备会召开，山东博物馆联合济南市博物馆等省内16市博物馆以及孔子博物馆、山东大学博物馆、中国甲午战争博物馆、青州博物馆作为发起单位，共同倡议成立“山东省博物馆联盟”。

目前，各地博物馆的陈列以“通史+专题展”的格局为主，由于文物藏品有限、展陈策划缺少新意，许多博物馆展览单调，缺少吸引力，“千馆一面”现象突出。

山东是博物馆资源大省。根据国家文物局公布的全国博物馆名录，截至2019年底，我国共有5535家博物馆，其中山东省各级、各类、各所有制博物馆567家，总量居全国第一，占全国博物馆总数的10.24%。

山东各博物馆拥有丰富的馆藏文物资源，然而，受场馆和安保条件等限制，许多珍贵文物常年被存放在库房之中，无缘与观众见面，造成资源浪费。与此同时，策展力量参差不齐，也制约了精品展览的发展。在国外，策展人制度已成为主导博物馆发展的动力之一。策展人负责对展览的主题策划、环境设计、展品筹措、时间规划及宣传策划等进行全面统筹，有的大型展览，策展周期甚至长达3到5年。

如今，包括山东博物馆在内的国内一些大型博物馆，已经有自己专业的策展人队伍，而绝大多数中小博物馆，尚不具备这方面的实力，加强馆际交流势在必行。

郑同修认为，好的博物馆需要有好的展览，而好的展览需要有好的文物和好的策展创意。目前，山东的文物资源和策展资源分散，而“山东省博物馆联盟”可以抱团取暖、形成合力，盘活全省的文物、人力以及财力等相关资源。

根据计划，“山东省博物馆联盟”将遴选各地珍贵文物，共同打造精品展览，同时在人员培训、展览交流等方面加大合作力度，做大做强山东的文博事业。“讲好文物故事，要让文物资源转起来、动起来。”

郑同修还希望通过举办全省博物馆馆长座谈会、联合考古机构等方式，汇聚更多力量，共同促进博物馆事业发展，促进文博事业发展。

文旅融合的大环境之下，越来越多的出游人群把博物馆列入游览计划。伴随着文博类综艺节目的热播，“跟着博物馆去旅行”“为一座馆，赴一座城”正成为受更多游客青睐的旅游方式，他希望山东博物馆在这方面能更有作为。

“因为博物馆，爱上一座城，爱上齐鲁大地。这是我们博物馆人应该努力的方向。”郑同修说。



见证了山东博物馆文创智造云平台“鲁博手礼”正式上线。



扫码  
看视频