



新时代，博物馆让文物活起来

New Era, Museum Making Cultural Relics Revive

龚 良

Gong Liang

(南京博物院, 南京, 210016)

(Nanjing Museum, Nanjing, 210016)

内容提要：中国博物馆的发展，已经出现了从量变到质变的飞跃。在对象上，从服务文物到服务公众；在场所上，从“馆舍天地”到“大千世界”；在内容上，从以展示文物为主到博物馆及藏品的多样性发展；在传播方式上，从初始的藏品陈列，发展到媒体时代的讲好故事，再到今天“互联网+”时代呈几何级增长的传播方式出现。本文以南京博物院为例，论述了在新的历史条件下，如何通过展览、教育、演出等公共服务，让文物活起来；以及如何通过互联网传播，扩大博物馆的影响力。

关键词：博物馆 让文物活起来 服务公众 博物馆传播

Abstract: Museums in China are developing at a fantastic speed. So many changes take place, from serving relics turning to public, from indoor museum to exploring the world, from presenting relics to diversity exhibitions, from original exhibits series to media telling story. Now, the trend turns into “Internet Plus” time. This article takes Nanjing Museum as an example, argues two questions: how to revive cultural relics by exhibition, education, presentation and other public services in the new time; how to expand museum’s influence through the Internet.

Key Words: Museum; let the cultural relics revive; serve the public; museum propaganda

中国进入了新时代，博物馆也进入了新的发展阶段。

面对新时代新阶段，博物馆迎来了新挑战。博

物馆要努力让公众更加喜爱，并且能使其受到更多潜移默化的教育；博物馆要扩大传播体验，让文物在博物馆内“活起来”。



一、博物馆进入新的发展阶段

中国博物馆进入新的发展阶段，是因为面临着四个新的变化。

1. 博物馆定义的变化

2001年7月，国际博物馆协会在巴塞罗那通过的《国际博物馆协会章程》中明确规定：“博物馆是一个以研究、教育、欣赏为目的而征集、保护、研究、传播和展出人类及人类环境的物证的、为社会及其发展服务的、向大众开放的、非营利的永久性（固定性）机构。”^[1]这一定义强调了博物馆收藏展示的是“人类及人类环境的物证”，而不仅是过去普遍认可的“可移动文物”，它在时间上更多地延续到了今天以前的所有人类发展的历史，在内涵范畴上强调了所有人类发展的“见证物”，强调了博物馆收藏展示的是“人类发展的过去和今天”。2007年8月，《国际博物馆协会章程》又明确调整了博物馆定义。新定义的三处调整，一是明确博物馆以“为社会及其发展服务”为宗旨，二是将教育功能放在第一位加以强调，三是申明非物质文化遗产是重要的工作对象。对博物馆的认识出现这样的转变，是博物馆界适应社会需要、适应发展需要、适应公众需要而做出的重要调整，它使博物馆及其藏品的多样性成为必要和可能，也使博物馆更明确以服务“人”为第一要求，以满足人们的文化需求为第一要求。从此，博物馆需要主动担负起服务社会公众、传播科学知识、传承优秀文化，甚至关注社会诉求、引导社会舆论的责任。需要以“人”为中心，放大服务意识，重视社会效益；需要拓宽工作领域，改变以往博物馆只搜集和珍藏可移动文物的观念，使标本、科技成果、当代艺术品也能够成为博物馆藏品，活态的非物质文化遗产也应成为博物馆展示、研究、保护的對象。在特定的语境下，不可移动文物及其衍生物，也可以成为博物馆收藏和展示的对象。

2. 博物馆服务对象的变化

博物馆从20世纪的以文物为主要服务对象，成

为收藏、研究、展示文物的公益性机构，到21世纪初人们普遍认可的以观众为主要服务对象，服务社会发展和社会公众，并以公众为中心，开展展览展示、教育服务、典藏研究、征集保护、考古探索等。从此，博物馆学的服务和研究对象，也从“物”转向了“人”。

3. 中国小康社会的发展目标，使得公众对博物馆及其文化产品的要求出现变化

更好的展览、更美的环境、更多的服务、更舒适的空间、更多样便捷的教育，让公众对博物馆提出了提高品质和扩大传播的要求，以满足对美好生活的需要。于是，实现博物馆的高品质发展成为当前主要的工作任务。高品质发展一是需要准确的定位，要依据所在地的财政状况、人文内涵、拥有资源和群众需求确定是建成综合地方文化内涵的区域博物馆，还是体现某方面历史文化艺术的专题博物馆。二是需要个性化的建筑，要做到建筑与景观、自然与人、技术与艺术的和谐统一。好的建筑并不意味着名家设计或高额投入，而一定是契合地域文化特色和氛围。三是创造吸引人的文化产品，如策划能够体现创造性劳动的原创性展览，既要主题鲜明，又要艺术感染力强。四是提供高质量的社会服务，使观众在一个贴心的环境中得到文化享受，同时要有精美的文创产品让参观者购买。五是提升优雅的文化环境，用以影响、约束人们的不文明行为，潜移默化地引导他们提升个人修养和文化素养。

4. 互联网时代的出现和飞跃发展，让博物馆的传播能力呈几何级扩大成为可能

博物馆的作用和影响力，是靠传播实现的。“互联网+”时代，能让公众更快捷、更直观、更智慧、更喜闻乐见地走近博物馆，更好地了解、理解博物馆内展示传播的传统文化和地域文明。更为重要的是，博物馆与互联网的交融，是实现博物馆传播无限扩大的重要手段^[2]。

在发展的新阶段，博物馆要扩大藏品对象，让博物馆及其藏品的多样性得以体现；博物馆要创造



优质的文化产品，包括展览展示、教育服务、文创商品，让博物馆不仅有良好的公共文化服务设施，更有从供给侧提供高品质的文化产品，以满足公众的需要；博物馆要插上互联网的翅膀，高效、快捷、全面地实现传播目的。

二、博物馆服务公众，让文物“活起来”

博物馆在新的发展阶段要更好地服务公众，就必须运用创新思维，在实现藏品多样性的基础上，多维度地应用各种手段，实现包括展览、展示、展演在内的博物馆文化产品的有效供给，实现博物馆文化产品和文化服务的快捷、高效、全面的传播，让文物及其他藏品在博物馆内外真正地“活起来”。

1. 让可移动文物讲好中华传统和地域文明的故事

对博物馆而言，应努力尽可能多地利用博物馆可移动文物，把沉睡在库房中的文物用起来，打造出好的文化产品（展览、展示、展演）和好的文化创意衍生商品。要按一定的主题，寻找文物组合的相互关系和背后故事，让可移动文物讲好中华传统和地域文明的故事。博物馆策展人要做的不仅是把文物的美介绍给观众，更要去寻找文物和文物之间、文物和地域之间、文物和人之间的关系，并把这个关系告诉公众。文物的组合不能是随意的，因为同样的展品可以做成思想内涵不一样的展览，博物馆必须有话语权和自己的设计思想。某种程度上，文物之间关系的重要性和价值可能远远大于文物的本身，即格式塔原理中“通体相关的有机整体大于局部之和”，也即展览的策划要达到“1+1>2”的整体效果。近年来南京博物院策划的“法老·王——古埃及文明和汉代文明的故事”“呼吸——中国传统文化的当代形塑”“缀白裘——南京博物院藏品征集十年”“温·婉——中国古代女性文物大展”“纸载千秋——传统记忆与保护技艺”等展览，完全贯彻了这一理念。

2. 让非物质文化遗产在博物馆内活起来、美起来

南京博物院专设有活态展示展演的非物质文化遗产馆。除了“江苏省非物质文化遗产”专题展厅外，活态的展示展演主要有三部分：一是展示热闹民俗活动的“民俗艺苑”；二是展厅内的现场技艺表演和展示传统手工艺的“如意工坊”；三是展演口头表演类非物质文化遗产项目的“小剧场”和“老茶馆”。通过多功能舞台及茶馆传统戏台的形式表演传统艺术，以作坊式的动态生产来展示传统技艺和有技艺的人，以民俗、节庆等直观的、公众参与式的活动，生动再现中国特别是江苏的传统，让人们体味“从容的、娓娓道来的、过去的生活”^[1]。它既体现了传统技艺和表演艺术的“活”，又体现了传统文化和精神的“美”。其中老茶馆传统戏台，每天下午的折子戏和曲艺表演，观众爆满，上面有人在唱戏，下面有人在喝茶喝彩，喝茶的观众最后也成了被参观的茶客。小剧场是非物质文化遗产馆的一个部分，主要演出整台大戏和民族音乐会，昆曲之婉转，锡剧之高亢，丝竹之悠扬，这些有着独特魅力的传统文化艺术深受观众喜爱，已经培育了不少年轻人成为忠实观众。

3. 让不可移动文物成为博物馆的重要资源和可能藏品

在文化遗产保护的观念 and 实践中，不可移动文物必须原地保护是一条铁律。但博物馆收藏展示的又是体现人类发展的“物质和非物质遗产”，似乎又少不了面广量大、内涵丰富的不可移动文物。因此，在现实的条件下、在多样性发展的要求下，将不可移动文物资源纳入到博物馆展览展示过程，显得尤为重要。我们可充分利用不可移动文物的模型、构件、照片、影像，来完善博物馆的展览；可运用虚拟现实技术，将不可移动文物数字化，成为展览的组成部分或独立的数字化展览，如网上大运河（江苏段）虚拟展示；可用建设遗址博物馆、社区博物馆、生态博物馆等方式，让不可移动文物成



为博物馆内特殊的不可替代的展品；还可利用互联网技术，真实、直观地在博物馆内直播不可移动文物，这样能够让观众更好地理解中华文化的发展传承，也能让不可移动文物成为博物馆的重要资源和藏品。

4. 让文创产品丰富人们的美好生活

为充分发挥文化文物单位在全面建成小康社会进程中的重要作用，让优秀文化文物资源“活起来”，国务院办公厅于2016年5月转发了文化部等部门《关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见》的通知，明确了在博物馆开发文化创意产品，对推动优秀传统文化与当代文化相适应、与现代社会相协调，具有重要意义。希望博物馆利用馆藏优势，把中国传统文化的精髓设计到文创产品当中，并让它融入人们的生活。我们把文化创意产品开发，理解为博物馆展览和服务的延伸，理解为满足公众对传统的美好生活的需求，理解为博物馆目标宗旨的更好实现，也理解为扩大传播的努力。对文化文物资源的创造性发掘，既能够激发人们追溯历史、品味艺术、探索知识的兴趣，同时也能够通过创意产品融入百姓家庭、提升生活品质。我们要通过发掘博物馆的藏品所蕴含的传统文化底蕴，通过传承传统和创意设计，最后做出让中国人用起来舒服，让外国人觉得惊艳的产品，让我们的生活“越中国、越高贵”。希望通过文化创意产品开发，不断推进包括江苏地域特色文化在内的中华文化创造性转化和创新性发展，推动中华优秀传统文化融入当代社会、融入人民生活，让丰厚的文化文物资源成为激发江苏人民智慧创造的源泉！

三、插上互联网翅膀，扩大传播能力

博物馆作用的发挥，其实主要是靠传播实现的。从功能角度思考，博物馆最重要的社会责任之一，就是通过教育功能实现文化的传播与推广。在互联网迅猛发展的时代，博物馆要让文物活起来，要让公众喜爱博物馆，扩大传播能力是最紧要的问

题。数字技术和互联网新媒体在博物馆内的广泛应用，让博物馆展览展示呈几何级增长。插上互联网的翅膀，能让博物馆具备更高的知识传播、素质教育和艺术分享的能力。

近年来，南京博物院深入挖掘博物馆内涵，缜密规划布局，完善功能设施，创新服务方式，致力于建设展览特色强、科研能力强、文化氛围强、服务功能强的综合性博物馆，在传承中谋求新变革^[4]。同时，通过专题展览中的数字化技术应用、数字化虚拟展览、数字博物馆、网上虚拟展厅，以及社会服务中的远程教育等，让“互联网+中华文明”在博物馆内得到更大范围和更远距离的传播。在博物馆内，我们看到的将不再是单一的文物造型或艺术品，不再是简单的文物组合或者相关故事，而是泱泱五千年中华文明不同视角的最直观的呈现。

2013年11月，南京博物院建成了国内第一个完整意义上的数字馆，将中华文化（以江苏为例）的28段视频做成数字虚拟展览，包括虚拟的网络数字展览和博物院内的落地数字展示。我们通过数字馆做了一个名为“生命因你而永恒”的展览，里面的传统文化都是片段，不是长篇大论，这个片段可能是一个动感的景、一张动态的画、一段有故事的视频，也可能是一个耳熟能详的经典。比如要讲爱情，就讲述项王和虞姬的故事。另外还有一些互动项目，比如数字拼图、文物修复、文物制作等。数字馆除了这个实体馆以外还在网上建立了一个虚拟博物馆，如果你愿意参与，就可以在互联网的世界里建立一个联通南京博物院数字馆的私人博物馆，然后通过客户端走进这个数字馆，并开展相应的项目互动。运营四年来，数字馆内的展示取得了良好的效果，不仅受到青少年欢迎，也受到家长们的好评，扩大了南京博物院的社会影响力。

在博物馆内数字技术应用和数字博物馆建设的基础上，由于博物馆扩大传播能力的现实需要和对智慧博物馆认识的模糊性，南京博物院组织开展了关于智慧博物馆的讨论，探索智慧博物馆发展的正确方向。我们充分地认识到，博物馆要“智慧”，必须有智慧的内容创造、智慧的形式表现、智慧的



互动手段、智慧的传播方式；要让博物馆在实体发展的基础上，再创造出一个与观众更紧密联系的虚拟空间，在网络上与公众有更多的直接交流；要让博物馆不仅是一个固定的殿堂和场所，更是一个在你身边无处不在随时可得的课堂和乐园。从“数字”到“智慧”，博物院的传播能力获得了有益的提升。

四、结语

互联网时代，博物馆要用新的传播手段，去阐

释藏品之间的相互关系：过去生活的故事、乡镇发展的故事、地域文化的故事、中华文明的故事。

南京博物院通过多年的实践，在新时代，将插上互联网的翅膀，创造更多公众认可并喜欢的文创产品和服务，更好地实现与公众的互联互动，开展更多贴心便捷的公众服务，完成更广泛的大众传播目标，实现弘扬中华优秀传统文化和江苏地域文明的目标^[5]。

注释

- [1] 吕济民：《博物馆国际接轨之我见》，《文物世界》2004年第3期。
- [2] 《“互联网+”让文物活起来》，《中国文物报》2017年12月5日第3版。
- [3] 龚良：《国际博物馆日：晒晒我的“南博梦”》，《中国文物报》2013年5月17日第3版。
- [4] 魏沛娜：《让“躺”在库房里的典藏“活”起来》，《深圳商报》2016年11月10日第3版。
- [5] 《“互联网+”让文物活起来》，《中国文物报》2017年12月5日第3版。