

博物馆的社会责任与社会发展

单霁翔 (国家文物局)

摘要: 对于博物馆而言, 其责任就是“为社会及其发展服务”, 使博物馆与观众之间和谐; 使博物馆文化与民众文化需求相协调; 使博物馆事业与社会进步相统一; 使博物馆社会效益最大化。同时, 博物馆应积极与其他组织机构开展合作, 博物馆之间的合作应向深度发展; 要积极争取全社会支持与参与, 彼此形成良好的互动态势, 让更多的民众分享博物馆文化。

关键词: 博物馆; 社会责任; 社会发展; 博物馆文化

中图分类号: K87 文献标识码: A 文章编号: 1003-6962(2011)01-0003-16

伴随着博物馆定义确立以“为社会及其发展服务”为宗旨, 国际博物馆界日益关注将“有助于人的发展与愉悦”作为博物馆的任务。博物馆服务社会的理念无论是体现在以专业化为基础的博物馆功能方面, 还是体现在以社会化为基础的博物馆职能方面, 都逐步拉近了博物馆与广大民众的距离, 从而改善了博物馆的公共形象。目前, 博物馆自身虽然存在一些亟待解决的问题, 但是更为关键的是博物馆如何更多地参与到社会发展的进程之中, 对于全球的博物馆来说, 这都是现实的和永恒的挑战。

一、博物馆职能与社会服务

博物馆的建立与发展已经有了很长的历史。从根本上讲, 博物馆是人类尊重历史、珍视艺术和崇尚科学的产物。但是, 博物馆作为人类社会的一种文化现象, 从诞生伊始就被打上了贵族文化、精英文化的标签, 在发展的初期缺少社会服务意识。早期的博物馆多是以古物收藏宝库的形式存在, 即使是被称为“全世界第一个对公众开放的大型博物馆”大英博物馆, 在最初阶段由于开放时间的限制、申请程序的繁琐, 普通社会民众难以利用, 未能融入社会生活之中。整个 19 世纪, 博物馆对于社会民众来讲是冷漠的, 没有

或仅有少量博物馆作为公众服务设施对外开放。直到 1945 年以后, 随着社会环境和公众要求的变化, 博物馆的社会角色也开始发生变化, 逐渐产生社会服务意识, 博物馆文化开始与“贵族文化”拉开了距离, 知识传播逐步代替“宝物收藏”成为博物馆更重要的主题, 但是变革的步伐依然缓慢。20 世纪 60 年代以来, 真正的公众博物馆的概念才逐渐明朗, 博物馆的工作重心也逐步向社会服务倾斜。20 世纪 80 年代, 世界进入“博物馆繁荣”的时代, 国际博物馆领域也确立了社会服务的宗旨。与此同时, 博物馆的功能不断拓展。在延续文化遗产征集、保护、诠释等功能的同时, 对当地经济社会发展也起到重要推动作用。

30 多年来, 全世界博物馆的数量不断增长。博物馆在社会文化教育中的作用日益凸显, 博物馆为社会服务的理念日益深化, 博物馆的文化力量得以空前释放, 越来越深入地融入社会。今天, 博物馆早已不再是当年“贵族的客厅”, 也早已摘下了“高雅的殿堂”的神秘面纱。博物馆改革的重要目标是实践真正的社会服务。作为一个国家、一个民族或一个地区、一个城市的形象, 博物馆所展示的是文明历史的缩影。博物馆是当代民众与历史、与文化对话的空间, 是提高

公民素质和培养文明市民的第二课堂,是提高城市品位和塑造文化城市的标志设施。正如 F. 恩格斯 (F. Engels) 所说 “博物馆是一座城市的眼睛”^[1]。博物馆在社会服务的道路上不断探索,越来越深刻地融入到社会生活之中,以更加积极的姿态关注社会、服务社会。博物馆不应该仅仅是收集记忆的地方。然而,在相当长的时期内,博物馆在办馆宗旨上还存在“以物至上”的倾向。文物藏品固然是博物馆事业发展的基石,然而保存研究博物馆文物藏品的主要目的,终究还是为了文明的传播与传承,即在妥善保护好、研究好文物藏品的前提下,根据现实发展需要,合理释放博物馆藏品所包含的文化内涵,使更多的人感受到人类文明成果的丰富、灿烂和辉煌,使广大民众得以借鉴、吸纳、继承前人的生存智慧和经验。

真正现代意义的博物馆,在我国仅有百余年的历史。但是,博物馆在各个历史时期都毅然选择了先进、积极的文化方向。博物馆在保藏中华文明物证,弘扬中华传统文化,启迪各族民众智慧,培育地域文化认同,构建世代爱国情怀等方面,发挥了巨大作用。在此背景下,博物馆如何改变原有的封闭式管理与运营模式,如何更好地为社会及其发展服务,成为博物馆面临的新课题。事实上,我国的博物馆有联系社会、融入社会、服务社会的传统。例如当年东北博物馆^[2]自建立之初,就筹办了“伟大祖国历代文物展览”、“生产工作演进史”等陈列展览,并于1954年起组织流动展览小组,赴长春、大连、抚顺等25个城市和地区进行巡回展出,在全国首创了流动展览这一服务社会的展览形式,受到博物馆界的重视和社会民众的欢迎^[3]。在国际社会,20世纪60年代以来,一些国家推行“把博物馆送到民众中间”的理念,“巡回展览”的模式在瑞典和前苏联十分流行,经过数十年的努力,在许多国家都取得了不同程度的成功,其中主要的成功模式之一是“流动博物馆”,例如法国的林德博物馆汽车,印度的加尔各答博物馆汽车、班加罗尔的工业技术博物馆流动科学展览,坦桑尼亚的国家博物馆流动展览车,美国和加拿大更有各具特色的流动展览车。

博物馆是推动社会变革与发展的文化力量。

在我国,博物馆的教育功能,博物馆的社会效益,博物馆的公益性质,都是为了满足社会大众的需求。博物馆作为公益性社会文化服务机构,其使命就是“为社会及其发展服务”,不断满足广大民众日益增长的精神文化需要,促进人的全面发展。这也是公共文化机构的本质特征,是实现公民文化权利和文化福利的重要内容。博物馆拥有大量珍贵的文化资源,是别的文化机构难以提供的特殊的知识源泉,人们在博物馆中可以使文化得到满足,精神得到愉悦。同时,博物馆所积累起来的巨大的丰富经验性资源,使其在区域性、全球化的世界里实现独特的社会作用。随着科技革命的迅猛发展和全球化浪潮所导致的生产方式和社会结构的变革,博物馆工作的性质和特征不断发生新的变化,博物馆工作的组织结构及运作机制也出现了新的特点,需要新的创意与之对应。现代意义的博物馆不再仅仅是保护物质及非物质文化遗产的场所,还应该是一个底蕴深厚的社会文化机构,担负着传承文明传统的社会责任,而社会责任是博物馆的生命价值所在。今天,博物馆文化对社会责任的关注是文明进步的标志,彰显出人们的人文追求和精神品位。正是在这一背景下,要求对博物馆的功能与职能有新的定位。

目前,博物馆联系社会、融入社会、服务社会的基本功能定位问题并未解决,在传统观念影响下,一些博物馆和管理部门仍将博物馆仅仅看作是文物藏品保护和研究机构,将博物馆工作看作是部门性、行业性、专业性的工作,认为自身是国家文化遗产的守护人,只对政府管理负责,对学者研究负责。在这种认识影响下,一些博物馆知识垄断的观念根深蒂固,往往仅从学术角度、用专业语言来阐释文物藏品内涵,指导陈列布展,开展各项活动;一些博物馆习惯于坐等参观者上门,对自己的陈列展览宣传不够,社会民众对于各类展览信息和博物馆举办的各类活动了解甚少;一些博物馆仅根据文物藏品特点来确定所传播的知识与信息,而对广大民众需求与关注热点反应迟缓,甚至予以忽视,从而在公众心目中形成博物馆“保守、刻板、迟钝”的印象。由于理论与社会生活实践的脱节,严重影响博物馆的社会形象,与广大民众之间存在距离感。“在

建立公共形象方面,博物馆已落后于社会发展的需要,并进而影响到博物馆服务社会的效率与质量”^[4]。英国广播公司的一篇文章中曾指出,“中国的博物馆往往是高高在上而板着脸的教官”,博物馆缺乏必要的亲和力以及凝聚力,没有将博物馆文化融入社会经济文化发展大潮之中,也没有使博物馆真正成为“产生意义”,体验快乐的地方^[5]。

当前情况出现了转机,随着博物馆努力纳入国民教育体系的尝试,博物馆事业与国计民生的联系日益紧密,而通过实施全国博物馆向全社会免费开放,博物馆正在成为文化遗产事业中与公众接触最频繁、联系最紧密、影响最广泛的平台。时代需要博物馆的社会责任从保护文化遗产,延伸到服务社会并促进社会和谐发展。如今,国际博物馆界已经明显地感觉到,博物馆的公共形象越来越影响到博物馆吸引观众的数量以及社会支持的力度,对于博物馆的生存和发展越来越具有实际意义。尤其是近年来快速发展的资讯业已经成为一个放大器,任何人对博物馆的建议和评价,都可以随着媒体、网络的传播被无限放大,进而在很短的时间内影响更多民众对于博物馆的印象。因此,顺应社会发展趋势,构建博物馆的公共形象,作为一个亟待展开的新课题,已经引起博物馆界的关注。一方面,在博物馆工作中不能仅仅“以物为中心”,而应该同时“以人为中心”,以“为社会及其发展服务”为中心。另一方面,博物馆通过建立亲切的公共形象,引导市民将博物馆视为良师益友,将博物馆作为终身教育的课堂、文化休闲的场所,使博物馆从市民生活的旁观者变成参与者。同时,博物馆担负起主动关注社会诉求、预测社会热点的责任,通过专题展览、咨询服务、互动活动等各种手段对社会舆论予以正确引导。

以往,我国的博物馆基本上是以收费参观的形式服务社会,博物馆免费开放之后,最显著的变化就是观众数量剧增。以河南博物院为例,自2008年3月下旬正式实施免费开放,至同年7月底,累计参观人数53.6万人次,这一数字甚至超过了2007年全年的参观人次,体现出广大民众对于博物馆免费开放举措的认可和响应,也是博物馆社会地位和影响力提升的重要标志。事实

证明,免费开放为博物馆事业的发展营造了良好的社会氛围,注入了新的活力。博物馆界应以此为契机,提高社会服务水平,加大宣传引导力度,逐渐使参观博物馆成为社会公众的一种生活方式,一种文化习俗,一种休闲习惯,使博物馆成为培养公民文化素养的沃土。但是,博物馆免费开放之后,也暴露出一系列问题,例如一些博物馆基础设施相对薄弱,难以适应免费开放后各项工作的正常进行;一些博物馆安全设施相对简陋,难以适应观众、文物和博物馆本身的安全要求;一些博物馆服务设施相对缺乏,难以适应一般观众、特别是特殊群体的服务需要等。种种新问题的出现,说明目前博物馆的发展滞后于服务主体的变化。面对新的形势,博物馆的社会教育工作需要加快转换角色,社会服务理念需要进一步提升,避免由于参观人数的增加,导致忽视观众的需求,社会服务水平的下降。

对于博物馆而言,“为社会及其发展服务”就是努力使博物馆与观众之间相和谐,就是努力使博物馆文化与民众文化需求相协调,就是努力使博物馆事业与社会进步相统一,就是使博物馆的社会效益最大化。服务民众是博物馆的天职,如果不主动融入社会、拉近与公众的距离、增强博物馆文化亲和力,博物馆就难以成为社会公众精神文化生活中不可或缺的组成部分,博物馆自身也不可能获得生存和发展的广阔空间。“以人为本”的理念打破了身份、地位、收入、文化水平等方面的差别,消除了可能引发分享博物馆价值方面的障碍,使博物馆成为所有民众文化生活的一部分,增强观众参观的知识性和参与性,提高观众对服务的满意度,已经成为“为社会及其发展服务”的最好诠释。为了更好的贯彻“以人为本”的理念,博物馆在发展过程中越来越注重针对性、多样性、新颖性、参与性和自主性,以此来增强观众的满意度,满足不同观众的求知欲望和好奇心理,以贴近生活来体现生活的现实意义,以丰富多彩满足观众的多方面需求。要由“以物为中心”,转向同时要“以人为中心”,关键是树立人性化的服务理念,举办与广大民众日常生活密切相关的陈列展览,使丰富多彩的博物馆文化进入社区生活、联系学校教学,吸引更多的公众走进博物馆和参与博物馆的相关活动。

从博物馆的发展趋势来看,“以人为本”、“为社会及其发展服务”已经成为博物馆实现硬件与软件合理配置的主要依据。面向社会、面向观众的办馆理念和以观众为中心的服务宗旨,不是抽象的概念,而应该实实在在地落在博物馆工作的各个方面。博物馆的社会价值虽然客观存在,但是不可能自动体现出来,即使博物馆有丰富的文物收藏、漂亮的馆舍建筑、优秀的研究人员,也只有当它以“为社会及其发展服务”时,博物馆文化价值才能得以实现。如果明确博物馆的所有工作岗位都要以服务观众为核心,博物馆的所有工作人员角色就有了明确的方向。不论是收藏、研究、陈列、教育、讲解或其它岗位,都是为公众服务的具体环节。因此,博物馆要加强对不同岗位员工进行服务意识教育和服务质量培训,使每一个环节都能为观众提供优质服务,使每一位走进博物馆的观众,都能感受到风景如画的室外环境、整洁明亮的室内展厅、精美绝伦的文物展品、图文并茂的陈列展览、通俗易懂的文字说明、深入浅出的现场讲解、操作简单的导览设备、生动有趣的互动方式、标识清楚的参观线路、方便舒适的服务设施、独具特色的纪念礼品、热情主动的工作人员。如此,观众在博物馆内就会流连忘返,就会乐于把博物馆文化带回家,就会再次甚至经常走进博物馆,就会把更多的朋友带到博物馆来。

二、博物馆职能与社会合作

在博物馆与其他组织机构相互合作方面,包括科研部门、教育设施、文化机构、社会组织、企业单位、新闻媒体、民间团体、社会公众等,都拥有可以为博物馆所用的资源。为了使这些资源能够成为博物馆发展的积极力量,博物馆应与这些组织机构建立合作共享机制,使合作双方能够取长补短、各取所需,实现双赢。博物馆与科研部门,诸如社会科学、自然科学等研究部门之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以实现博物馆研究水平的提升;博物馆与教育设施,诸如高等院校、中小学校等之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以实现博物馆后续人才的培养;博物馆与文化机构,诸如图书馆、青少年宫等之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以

实现博物馆文化的社会传播;博物馆与社会组织,诸如妇联、青联、残联等之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以提升博物馆文化活动的社会影响;博物馆与企业单位,诸如国有企业、民营企业等之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以实现博物馆强有力的社会支撑;博物馆与新闻媒体,诸如新闻出版、广播电视等传播机构之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以实现博物馆文化的广泛宣传;博物馆与民间团体之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以在博物馆建设及运营方面不断得到支持;博物馆与社会公众之间建立长期稳定的战略合作伙伴关系,可以增加博物馆的社会吸引力。

建立博物馆馆际之间合作共享机制,是指博物馆与其他博物馆相互合作,实现彼此资源共享的机制。任何一座博物馆都保存着独有的文化资源,例如独有的文物藏品、独有的研究力量、独有的展示场所、独有的宣传方式等。但是,对任何博物馆而言,所拥有的文化资源又相对有限,其事业发展都会受到自身资源的局限。博物馆之间只有加强合作,才能取长补短,才能打破自身资源的局限,促进博物馆文化的共同繁荣,推动博物馆事业更好更快地发展。因此,每一座博物馆均应建立与其他博物馆之间的合作共享机制,以自己的独有资源与其他博物馆的优势资源相互支撑,为观众提供更加优质的博物馆文化,从而实现馆际之间的资源共享。今天,博物馆建立与其他博物馆之间的合作共享机制,可以从多方面探索,例如建立藏品资源的合作共享机制,即通过博物馆之间的藏品交流,实现博物馆之间藏品资源的合作共享;建立人力资源的合作共享机制,即通过博物馆之间的人才交流,实现博物馆之间人力资源的合作共享;建立管理经验的合作共享机制,即通过博物馆之间的管理经验交流,实现博物馆之间管理模式的合作共享。但是,目前博物馆之间的交流合作机制尚不健全,博物馆之间的资源共享机制尚未真正建立,博物馆之间的藏品资源配置还不能发挥最佳效用。

博物馆馆际之间合作共享机制的现实意义,在于博物馆文物资源短缺的实际。虽然国家和省级博物馆,以及一些城市的博物馆文物藏品资源丰富,但是从观众的需求和展览的需要出发,任

何博物馆的文物藏品资源都显得十分有限。“一个博物馆的藏品再丰,品类再多,体系再全,不可能囊括全球之文物,穷尽人间之遗珍,总揽古今之瑰宝,涵盖地区之特色”。“正是面对有限的文物资源,博物馆更应以共享求持续,以智慧对‘短缺’”^[6]。只有实现博物馆之间的合作与共享,才可能全面揭示人类的漫长发展足迹,全面展现人类文明的多样性特征。巴黎是著名的国际旅游城市,巴黎的博物馆占法国博物馆总数的5%,接待观众数量却占到总量的1/3,特别是外国参观者络绎不绝。为了使法国其他地区,特别是地理位置偏僻、藏品类型单一的博物馆,走出被人们遗忘的窘境,法国政府推动将邻近的博物馆组成网络,统一管理,例如斯特拉斯堡就把其周围的8个博物馆合并起来,并指定专人整体协调这些博物馆的工作。博物馆网络的成立把临近博物馆的竞争关系转变为合作关系,让这些博物馆能够资源共享。同时,相关部门还制定了一些辅助措施,例如设定博物馆参观路线、发行博物馆通行证等,在一定程度上扩大了单个博物馆的影响力,使博物馆以较低的成本更加贴近民众,从而体现其公益性。

2008年北京奥运会期间,国家文物局主办的“奇迹天工——中国古代发明创造文物展”取得圆满成功。可以说,没有博物馆之间的资源共享,就不会有这次大型文物展览的成功举办。在博物馆与其他博物馆相互合作方面,首都博物馆取得了成功的经验。近年来,首都博物馆所举办的一系列展览活动,许多都是与国内外博物馆合作与资源共享的成果。例如2008年北京奥运会期间,在首都博物馆举办的《北京文物精品展》、《长江文明展》、《中国记忆——中国古代文明瑰宝展》、《紫禁城内外的竞技游戏展》和《公平的竞争——古希腊竞技精神展》等5项展览集体亮相,就有来自全国27个省市的70余家博物馆的文物精品,吸引大批国内外来宾前往参观,在博物馆界和社会上产生了广泛的影响。辽宁省博物馆与沈阳故宫博物院实现人力资源合作、文物资源共享,充分发挥各自博物馆的优势,共同举办讲座,共同开展考察,共同攻关课题,利用辽宁省博物馆的场地优势,沈阳故宫博物院的研究力量和资金的优势,共同举办文物资源更丰富、地

域特点更鲜明、课题研究更深入、社会影响更广泛的展览和活动^[7]。对于大量的中小博物馆来说,往往资源和影响均十分有限,通过地域相近或者内涵相通的博物馆之间馆际合作,联合开展博物馆展览和活动,可以形成合力,增强社会影响。

在促进博物馆之间合作方面,各级政府和文物部门应给予关注和支持,通过制定博物馆发展总体规划,建立博物馆资源共享体系,鼓励不同类型的博物馆在藏品、资料、技术、设施和人才方面实现合作,使不同类型的博物馆在相互学习与交流中共同得到发展,从而提高博物馆的整体发展水平。通过制定相关政策法规,推动博物馆的馆藏目录向其他博物馆开放,为使博物馆之间藏品资源实现共享创造条件。例如推动拥有较多文物藏品,但长期无法陈列展出的大型博物馆与其他博物馆的合作,使适宜陈列展出的文物藏品在不同的博物馆之间流动起来,以实现博物馆之间藏品资源的共享,充分发挥博物馆文物藏品社会效益,提高陈列展览的更新频率,吸引观众经常走进博物馆。推动博物馆之间合作举办具有思想性和震撼力的陈列展览,设立国家支持的专项经费,支持各地博物馆,特别是中小型博物馆的陈列展览更新和服务水平提升,发挥博物馆群体优势和整体效益。推动考古研究单位在考古发掘工作结束之后,依法及时将发掘出土文物移交博物馆,既使珍贵文物得以妥善保存,又使博物馆文物藏品得以补充。此外,各级政府和文物部门还应出台相关政策,推动博物馆之间的人才交流,实现大型博物馆对邻近地区中小博物馆的支持指导。有条件的地区还可以推动大型博物馆对中小博物馆的托管,以实现博物馆之间管理经验及人才资源的共享。

英国学者K.赫德森(K. Hudson)指出“有必要破除博物馆与研究机构之间的旧障碍,有必要破除博物馆与博物馆之间的心理上的和等级上的障碍。必须要做的是在各级博物馆组织系统的协作”。博物馆馆际之间的合作,将有限的资源集中在一起,增加了举办陈列展览的可行性。多家博物馆的联合,既分享文物藏品,保障展览质量,有利于为观众推出完美的展览,又分担运营风险,为每个博物馆提供展示自己的空间,为观

众提供多层次的服务。博物馆馆际之间的合作,往往是在不打破相关博物馆的藏品所有权与管理制度的前提下,通过简化手续,实现文物藏品和人才资源更自由、更通畅地交流。博物馆之间互相借势、取长补短是较为常见,也是具有可操作性的合作形式。例如在本馆的文物藏品保护中引进合作博物馆的设备和技术,在本馆销售或宣传合作博物馆的纪念品或出版物,在本馆的宣传广告上刊登合作博物馆的展览信息,在本馆的网站上设立合作博物馆网站的链接等,这些都是双赢的合作模式。博物馆之间交流与合作的方式多种多样,仅就陈列展览方面的交流与合作就可以包括联展、巡展、互展、借展等方式。联展,即两家或多家博物馆就某一内容共同举办展览;巡展,即一家或多家举办的展览,在不同的博物馆之间巡回展出;互展,即两家或多家博物馆相互交换同一类型或不同类型的展览;借展,即引进其他博物馆的展览,进行短期或长期的展出。

各国博物馆界的交流与合作有着悠久的历史,建立了友好的合作基础与交流机制,应在此基础上进一步扩大博物馆的开放幅度,从而提高博物馆服务社会的广度与水平。英国东北部地区的泰恩和威尔博物馆组织,是一个区域性的博物馆联合体,由12家博物馆、画廊和档案馆共同组成,藏品内容包括考古、艺术、历史、自然科学等多个方面,涉及地区、国家甚至世界上的重要历史事件。该组织由统一的机构和人员进行管理,在馆长之下分别设置分管不同区域的高级监理,并拥有统一的博物馆标志设计和统一的博物馆门户网站,这个博物馆联合体的资源共享不仅仅指展品资源的合作共享,还包括人力资源、管理经验与模式等的合作共享。所有加盟博物馆都可以方便快捷地了解到其他加盟馆的资源状况,并由泰恩和威尔博物馆组织统一调配资源。这一联合体目前已接待来自世界各地的观众约1600万人次,有效地促进了英国东北部地区博物馆的繁荣发展,成为英国博物馆群资源共享的最佳案例^[8]。日本江户东京博物馆通过巡回东京以外城市的其它博物馆,将展品借用费、输送费、布展费、印刷费、展览图录等经费由相关博物馆分别负担,从而减少博物馆经费。该博物馆还通过与新闻媒体共同筹资举办展览,共享分配收益。例

如该馆与朝日新闻社、TBS(东京广播)共同举办《世界遗产庞培展》,参观人数38万人左右,取得良好的综合效益。

博物馆与其他社会成员的合作,是自身社会职能完善与发展的需要。博物馆作为实物资料的收藏、研究、展示机构,自身的特色和优势为其他机构所无法取代,但是在发挥其职能的过程中,却可能受到各种自身难以克服的困难,例如资金不足、相关资源的匮乏等,限制了博物馆活动的广度和深度,此时与其他机构进行合作、寻求帮助是理智的选择。博物馆的社会合作应该是多元的,可以是一个复杂而多层次的社会合作体系。博物馆的合作伙伴既可以是考古研究部门、文物修复机构、民间收藏团体、展览策划单位等,也可以是新闻媒体,还可以是资助社会公益事业的企事业单位。博物馆应当有意识地使自身成为合作的受益者。博物馆与其他社会团体机构建立平等的、互利互惠的合作伙伴关系,是维系其社会合作体系的保障。建立合作关系,既源于博物馆自身功能不健全,也源于需要不断拓展自身影响力,以及充分发挥社会作用的目的。具有开放形象的博物馆能够更广泛、更快捷地吸纳社会资源,并在开放中扩展社会服务。因此,博物馆要主动探索与其他社会成员合作的路径,通过自身的行动和努力,改变长期以来自视清高的形象,重新塑造具有亲和力的社会形象,现实与社会各界更好地交流与合作。同时,博物馆在合作中应考虑其他社会成员正当利益的实现,以增加互信感和增强吸引力。

目前,人类文化在其物质层面和结构层面上,由于跨国跨地区的经济贸易合作、社会交流已经达成了不少共识。但是在人类文化的精神层面上,由于各个利益群体的文化传统与社会发展进程的不同,以及社会制度与意识形态的差异,更由于旧的国际文化秩序的存在,话语权掌握在少数发达国家手中,使得现实的文化交流具有极大的不平衡性和不对等性。虽然人类社会的发展实践已经证明,西方社会的发展模式和行为规范,并非是全世界所有国家实现社会发展的唯一道路和模式,西方社会的价值观念也绝非就是唯一的真理性判断,然而,现在一些发展中国家为了在西方文化中占有一席之地,取得对方的认

同与对话资格,自觉不自觉地放弃了自己的价值体系,转而以西方文化和体制为楷模,努力在文化的理念与实践等诸多方面进行重新整合,其结果是民族文化个性的丧失,人类多样性的破坏。这已成为一些发展中国家普遍面临的问题。在这样一种世界格局下,我国博物馆界如何珍爱中华民族的优秀文化传统,抢救、发掘、整理最具民族特征的文化遗产,并将其溶入现代生活之中,使其在世界舞台发出自己的声音,具有非常重要的意义。只有每一个民族的文化特征得到充分发展和展示,整个世界才会更加丰富多彩,才会形成相互影响、相互映衬的世界文化的和谐局面^[9]。

三、博物馆职能与社会支持

“社会支持”这一概念最早出现于20世纪70年代,属于心理学理论体系范畴,指个体所接收到的各种积极的社会作用,它们能增强个体的归属感、安全感和自尊。今天,社会各部门之间的联系日益紧密,综合性问题不断出现,涉及的领域更加复杂,需要各方面协同解决,不能仅凭一己之力得以实现。良好的社会支持有利于个体的健康,而恶性社会关系则会损害个体的健康。而随着这一概念逐渐为其他学科所借鉴,它也已经由一个学科的专业概念向通用概念转变。将“社会支持”概念引入博物馆研究和工作中,即是从关注个体的身心健康,转变为关注一座博物馆机构的健康和良性发展,也是从生存的角度考虑哪些社会关系和资源有利于博物馆的发展,以及如何更有效地获取这种支持^[10]。长期以来,博物馆的社会职能定位是文物收藏、研究与展示,各项业务活动主要围绕这些内容展开,在其他社会活动方面则显得力不从心。博物馆不能独立地成功实现其目标,是博物馆需要广泛社会支持的根本原因。同时,博物馆在寻求和获取社会支持方面的意识比较薄弱,往往将视野主要局限于争取政府的资金投入和政策支持。这种状况说明博物馆潜在的社会支持,尚未得到充分认识和有效拓展。为了博物馆更加健康全面地发展,有必要积极构建博物馆的社会支持体系。

在当今社会中,任何机构都不可能处于自我封闭的生存状态,必然要与社会各界发生各种各

样的关联。博物馆作为向公众开放的社会性公益机构,在满足社会公众教育、审美、感情以及认同等方面需求的同时,自身的健康发展也离不开社会其他成员的关注与支持。今天是一个开放与交流的时代,是一个资源共享、互利共赢的时代,加强交流与合作的观念逐渐深入人心。事实证明,博物馆是一个资源高度依赖于外部环境的组织,博物馆的生存与发展离不开外部力量的支持与协作,既需要来自政府的支持,更需要来自社会各界的支持。任何一座博物馆都不应将自身封闭起来,都不可能独善其身,关门办馆没有出路,只有加强交流与合作,才能实现博物馆的可持续发展。同时,随着信息化时代的到来,为实现交流与合作的深度和广度发展,提供了前所未有的条件,无论是博物馆与其他社会成员的合作,还是博物馆之间的合作,都有利于优势互补,有利于在整体上提高效率,有利于实现“为社会及其发展服务”目标结果的优化,对博物馆的可持续发展有着极为现实的意义。因此,博物馆自身不能解决的问题应积极争取来自外界的支持,不但要分析哪些社会资源有利于博物馆的可持续发展,还要总结如何成功获取这些资源以建立稳固的联系。

今天,为所在城市的各类文化活动提供专项策划服务、信息咨询服务以及专业技术支持,已经成为博物馆扩大对外开放与服务的重要途径。著名博物馆学家G. H. 李威斯(G. H. Lewis)在其为达喀尔黑人文化博物馆的设计规划中,曾经设想把7个学科即人类学、生态学、技术经济学、社会学、意识形态学、美学和史学的方法融为一体。英国奇切斯特市的菲什伯恩博物馆的陈列是由一名新闻工作者、一名考古学教授和一名设计师共同努力,发挥各自的职业专长而实现的,并取得了极大的成功。历史已经并将继续证明“不从尽可能广泛的学科中吸取养料的博物馆学将会很快地枯萎而死”。时至今日,越来越多的博物馆人认识到,博物馆事业不仅仅是博物馆人、博物馆学专家的事业,更需要社会学家、心理学家、教育学家以及众多社会科学、自然科学方面专家的支持和参与,否则博物馆就只能游离于社会发展的轨道之外,并将永远处于科学世界的边缘地带。例如博物馆的陈列展览设计是艺

术、学术与技术的结合,需要陈列设计人员、学术研究人员和藏品保管人员的充分合作对话,因为每一件文物藏品在生命延续历程中,不仅积淀了不同历史记忆,承载了不同文化内涵,见证了不同环境变迁,要实现科学展示,不可能由单方面独立完成,而多学科的密切合作,能够更加有效地解决问题。

博物馆的社会支持,按不同角度可以划分成不同的结构,“从范围上划分,包括国家支持、地方支持、社区支持等;从性质划分包括经济支持、实物支持、智力支持、情感支持等;从主体划分包括:政府支持、社会团体机构支持、个体支持等”。各级政府对博物馆的支持,是最根本而最稳定的支持,体现在财政拨款和政策扶植两个方面,公立博物馆对国家财政的依赖性大,拨款的力度直接关系着一座博物馆生存与发展的质量,政策扶植在于各级政府在文化政策中对博物馆的定位和对其重要性的认识,以及相关文化政策、财政政策等方面对博物馆的具体优惠和倾斜,例如博物馆在文物艺术品竞拍中有优先取得权、博物馆商店免税等。社会团体和机构对博物馆的支持,不仅仅是一种单向的关怀或帮助,在多数情况下,更体现在通过合作方式来实现博物馆社会功能的发挥,或是无偿地向博物馆提供其自身所不具备的资源 and 手段。当前,各类社会团体和机构的支持,是博物馆需要关注的重点。个体支持是指社会中的个体对博物馆的支持,这不仅体现在最基本的博物馆参观活动中,而且涉及更为深广的方面,例如作为博物馆志愿者、文物标本捐赠者等,来实现对博物馆的具体支持。个体支持虽然作为单体力量较小,但是,作为整体具有庞大的潜在基数和巨大的社会能量。

今天,博物馆正在发展成为与社会生活息息相关的现代文化设施,是吸纳知识、体验文明的地方,是陶冶情操、升华气质的地方,是了解社会、思考人生的地方,是舒适优雅、充满乐趣的地方。博物馆应努力摒弃行业神秘感,增进社会亲和力。应将社会公众作为重要的合作者,更多地考虑人们的多样化需求,考虑人们在博物馆中的行为方式与心理需求,扩大博物馆服务社会的范围与质量,开展丰富多彩的博物馆活动。同时,应努力增进社会公众对博物馆的认知,构建

博物馆与社会公众的联系纽带。使人们每一次走进博物馆,都成为一次真正的文化体验,引导社会公众文明、有序和理性地参观博物馆,逐步树立“感受博物馆”、“尊重博物馆”的理念。博物馆有着丰富的实物资源,有着雄厚的学术力量,因此,社会公众对博物馆的需求必然多种多样。根据首都博物馆对观众的采访与调查发现,市民对博物馆的期望与需求已经远远超出博物馆藏品与展览所能满足的范围。博物馆教育与传播的职能并非仅仅依靠自身的文物藏品能实现,也并非仅仅在博物馆的展厅内能实现,也并非仅仅依靠陈列展览活动能实现。从博物馆的生存与发展角度看,只有经常开展具有社会影响的文化活动,才能够凸显博物馆的价值与实力,从而更多地争取社会公众的支持。

台湾学者邵仙韵认为“21世纪的博物馆应该是多元化的,应该走出静态展览的金字塔,通过开展多层次,多形式的活动,主动走进民众,形成富有活力、灵活多样的开放式博物馆体系”。今天,博物馆需要加强与社会各类机构的合作与资源共享,发挥博物馆的平台优势。例如湖南省博物馆与湖南卫视、湖南经视等媒体合作,推出博物馆教育专题节目,其中《博物馆翻箱底》、《天天向上》等电视名牌栏目,将该馆的社会影响扩大到更广泛的领域。事实上,不同地区、不同类型的博物馆,以及社会上的其他组织机构往往都拥有能为本博物馆所用的资源,包括资金、场地、设施、人员、网络渠道、营销模式等。为了使这些资源能够为博物馆所用,英国博物馆大多致力于探索建立与这些组织机构的合作共享机制,使合作双方能够各取所需,实现双赢。例如与媒体和学校建立长期固定的战略合作伙伴关系,借用合作伙伴的资源优势。布赖顿和霍夫博物馆为奥运会举办的“1650年至1930年英国具有中国艺术风格的物品展”,汇聚了来自英国50多家博物馆和科研机构的展品,其中包括皇家收藏和大英博物馆、国家美术馆、威尔士国家博物馆、苏格兰国家博物馆的文物藏品,开创了跨地区多家博物馆合作的成功尝试。

一座博物馆应该通过丰富的文物藏品,开阔人们的文化视野,满足人们的知识渴求,丰富人们的生活体验,发挥启迪智慧、开阔思维的作

用。英国的博物馆将管理的根本目标定位为“让民众成为博物馆的核心，让博物馆成为社会的核心”。为此，英国的博物馆在发展过程中高度重视融入社会，强调博物馆信息传播活动的“双向性”，着力改变以往博物馆“高高在上”的姿态，充分注重博物馆与社会公众的紧密联系与交流^[11]。博物馆作为向公众开放的非营利性社会服务机构，要在当今激烈的社会竞争中生存与发展，不可能以一种封闭的状态存在，而是需要来自社会各界的支持与协助。在满足社会公众教育、审美、感情以及认同等方面需求的同时，离不开社会各界对自身健康发展的关注与支持。今天，社会公众的文化需求应作为博物馆举办展览的根本目的；社会公众的喜闻乐见应作为博物馆开展活动的基本标准；社会公众的满意与否应作为博物馆自我实现的正确途径；社会公众的积极参与应作为博物馆各项工作的基本保证。因此，博物馆在吸引观众接受博物馆文化的同时，应该注重观众调查，做好展前、展中和展后的效果评估，经常征求社会公众的中肯意见，尊重广大民众的普遍要求，虚心听取观众的价值评判。

近年来，博物馆越来越重视与学校、社区的互动，鼓励当地民众参与陈列展览的策划，文化活动的交流，在博物馆馆舍内外，开展各类颇具特色的活动。例如有的博物馆组织艺术节庆，既展出本馆的特色文物藏品，又允许公众提供展品，提高社会公众的参与性，使人们在博物馆既获得知识，又可以实现个人收藏展示；有的博物馆组织动手活动，配合主题展览开展科技实验，或手工艺品制作，为观众提供参观之外获得技能的机会；有的博物馆组织冬夏令营，在寒暑假期间为学生提供有趣的实践和实习机会；有的博物馆组织主题旅行，结合博物馆的展览陈列内容，组织观众到考古遗址现场或文物景点参观，使观众获得更为直接的体验；有的博物馆组织电影鉴赏活动，结合陈列展览内容，播放相关主题电影或录像资料，并有偿提供观众在馆内使用或向馆外出租；有的博物馆组织艺术创作活动，创办或与艺术家合办工艺制作工作室，指导观众自己进行艺术创作。例如美国的大都会美术馆设有纺织品研究室，成为时装设计人员梦寐以求的研究园地。该馆还设有版画素描研究室、青少年美术馆

等，举办艺术讲座、研讨会、电影放映与音乐会，定期出版《大都会美术馆馆刊》等数十种期刊读物。

随着时代的进步，博物馆的社会功能与价值体现越来越充分，积极探讨博物馆与社会发展的关系，建立充分发挥博物馆服务社会职能的有效机制，成为各国博物馆共同面临的重要课题。为此，欧美国家提出了一个新的理念，即享受博物馆。博物馆是人们娱乐休闲的理想去处，是自主学习的优雅课堂，让观众在愉快的心情中更新文化知识，享用品质空间，接受优质服务，体会快乐人生。目前国际博物馆界正在探索一些新的方法，让观众感觉到博物馆来是一种享受，使观众参与到陈列展览和各项活动中来。不论是自然科学还是人文科学，在博物馆的氛围里，人们都可以得到在其他场所难以获得的享受^[12]。社会公众希望在博物馆能够满足自身对获取知识与娱乐休闲并重的需求；能够舒缓现代社会越来越快的生活节奏；能够减轻现代社会越来越大的工作压力，在增长知识的同时，使人们感受到参观博物馆充满乐趣。因此，越来越多的博物馆努力打破传统的封闭模式，加强与社会的联系，提高社会化程度，注重广泛的参与，向社会扩大开放，走出博物馆的大门，走进社区民众中间，实现博物馆和社会的互动与交流。一方面，可以从社会需求方面，调整博物馆自身的工作，适应社会的发展；另一方面，从社会当中吸收有利于博物馆发展的资源。

可喜的是，目前本地观众越来越多地走进博物馆，这是公众主动认知博物馆的积极表现，也为博物馆融入社区、社会创造了契机。社会责任是博物馆的生命价值所在。博物馆应强调为社会及其发展服务，体现外向的、多维的、以公众需求为中心的文化精神。博物馆展览走出馆舍，走进社区，不仅宣传了博物馆，更重要的是密切了博物馆与社区的关系，是当代各国博物馆的共识。美国克利夫兰艺术博物馆教育部有专职岗位负责社区活动，每年都要与附近社区合作组织若干次主题鲜明的博物馆活动。2002年，克利夫兰艺术博物馆曾在狂欢节期间组织了题为“灯笼”的主题活动，吸引了2000多名当地社区居民参加，他们还亲自制作了600多个各式的灯

笼参展,吸引了国内外5万多人参观。自1967年开始,美国史密森尼协会在国家大草坪举办每年的民俗生活节,以此展示美国文化的多样性。这一活动在每年7月4日前后举办,每次为期两个星期以上时间,此时国家大草坪就会变成音乐演出、互动节目、视觉艺术、制作工艺、文化讲座、民族舞蹈和烹饪表演等活动的临时场所,每次活动都能吸引100万左右观众参加。在这一活动举办期间,附近的其它博物馆也开放场地,提供特殊节目、活动和展览^[13]。

四、博物馆职能与社会参与

“参与”是相关利益群体影响和共同管理与他们相关的发展活动和决策以及资源的过程。对于我国来说,“公众参与权利”是指公民依法通过各种途径和形式,参与管理公共资源、社会事务的权利。博物馆的诞生与发展根植于社会,对博物馆本质的研究必须与社会公众互动。公众参与是促进博物馆事业发展的有效途径和工具。博物馆所涉及的知识、意识、技能、情感等都属于社会公众参与的内容。博物馆事业的社会公众参与强调,博物馆事业不是各级政府部门和博物馆工作者的专利,而是广大民众的共同事业,每个人都有参与博物馆建设、管理、发展的权力和义务。社会公众参与表明了一种全新的公民责任、权利以及治理观念,体现了社会公众能够实现自我管理理念,即社会公众通过影响那些涉及他们生活、就业、社区、环境等社会事务的决策过程实现自我管理。目前,虽然博物馆工作仍然要以政府管理为主,但是政府管理主要体现于法律规范和政策支持,不可能事无巨细。博物馆事业涉及的范围广泛、情况复杂,如果仅凭博物馆自身的力量,不足以推进博物馆工作的良好开展,因此应注重促进社会公众参与进程。但是,社会公众参与博物馆工作需要相应的方法和机制,才能达到促进博物馆可持续发展的目的。

我国绝大多数博物馆是实物遗存的管理者和文化信息的拥有者。长期以来,博物馆凭借着实物、文字、电子媒介,运用陈列展览作为综合传播方式,与观众进行着理智、成熟、有效的沟通和交流。这种传播虽然真实准确、生动直观、广博系统,但是也因时间和地域的局限,影响沟通

和交流的效果。为了吸引更多的社会公众,博物馆需要强化基本陈列的更新机制,有计划地更换展品,使一成不变的静态知识变得生动有趣起来。例如台北故宫博物馆每3个月就要全面更新一次展品。定期更换展览,是吸引所在社区居民走进博物馆的有效办法。发挥文物资源优势,举办临时展览,也是满足社会公众求新求变心理的有效措施。临时展览以其选题新、时效性强、内容丰富多彩,以及常办常新的特点而深受广大民众的喜爱。如今社会公众对博物馆的需求已经不局限于某次特定的展览,对博物馆展览不断产生新的期待,因此博物馆需要策划一系列展览活动,以满足观众的需求。例如国家博物馆从2000年起推出《边疆古代文明系列展》,内容包括西藏、内蒙古、新疆、云南等一系列展览,集中展示了我国作为多民族国家的整体风貌。每个展览期限一般为三个月,每个展览的观众量均高达10万人以上。据国家博物馆的统计,观众中80%以上是北京当地观众,观众在展厅内的停留时间大都在两个小时左右,说明人们对这些陈列展览抱以极大兴趣。

2009年4月,成都金沙遗址博物馆与四川航空公司联合举办的“金沙文化月—四川航空梦回金沙之旅”文化推广活动,在北京飞往成都的航班上拉开了序幕。中国文化遗产标志“太阳神鸟”,继2005年10月17日搭载神舟六号飞船遨游太空后,此次再次携带着远古先民的美丽梦想,飞上蓝天,开展了一次与南来北往乘客的直接对话,也开创了空中探秘博物馆的先河。在30天的活动中,由北京、上海、太原等城市飞往成都的4条航线120个航班上,金沙遗址博物馆的优秀讲解员和经过专门培训的各航班乘务员担任起了金沙文化的解说员,直接面对来自四面八方的约24000名乘客详细介绍金沙遗址博物馆及出土的精美文物;各航班的电视屏幕循环播放金沙遗址的宣传片。活动期间,累计发放有关博物馆的各种宣传折页上万份,并以互动的方式向乘客赠送了中国文化遗产标志“太阳神鸟”纪念徽章,以及金沙遗址博物馆的特色旅游纪念品360件,赠送金沙遗址博物馆的门票240张。此次活动得到了广大乘客的普遍好评。当中国国民党荣誉主席连战先生和夫人乘坐航班时,对金沙遗址

博物馆这种活动的新颖性与独创性加以赞赏。此次活动的开展是博物馆文化推广的有益探索,更是博物馆文化宣传多样化形式的一次全新尝试^[14]。

我国的博物馆事业坚持政府主导、社会支持、公众参与的原则,动员和鼓励广大民众积极参与。在这一情况下,公众对待博物馆的意识和态度,公众对博物馆发展的关注、参与和支持程度,都直接影响博物馆工作的开展和社会环境的改善。今天,博物馆应该成为广大民众生活中不可或缺的朋友,保障公众文化权益应该成为博物馆不可推卸的责任,走进博物馆应该成为人们喜爱的公共生活方式。因此,博物馆事业不仅是一项专业性、学术性、部门性、行业性的工作,更需要广大公众的积极参与。根据2008年相关调查资料显示,广大民众关注博物馆陈列展览信息的仅为54.9%。还有不少社会公众虽然关心博物馆陈列展览信息,但是却没有走进博物馆参观展览。其中25.4%的观众只去过一次博物馆,只有4%的观众在过去的一年内去过5次以上博物馆,这说明大多数民众缺乏体验博物馆文化的经历。现阶段博物馆事业的重要任务,一方面需要通过宣传教育提高社会公众关于博物馆文化的知识,另一方面需要组织丰富多彩的博物馆文化活动,调动社会公众参与的意愿,最终转化为支持博物馆发展的实际行动。必须承认,目前广大民众对于博物馆文化还缺乏理性的认知和发自内心的认同,还未形成全民参与的模式,公众参与博物馆事业尚处于起步阶段。

人们往往把参观过博物馆陈列展览或巡回展览、参加过博物馆各种教育服务活动的社会公众称之为“博物馆观众”。但是,在当今高速发展的信息时代,“博物馆观众”显然已经超出了原有概念上的局限,特别是在博物馆免费开放之后,博物馆观众进一步扩大为整个社会公众,而“博物馆观众”构成的多样性势必促使博物馆在原有收藏、研究和教育的基本功能上发生新的变化,进一步融入社会,走进生活,其观光、休闲和娱乐的职能也愈加明显。2009年5月18日国家文物行政部门为首批国家一级博物馆举行了授牌仪式。83家单位荣获此称号。在《博物馆评估定级标准及评分细则》中,观众一级指标项目

中“社会认同感”的总分为22%,从中可以看出,博物馆存在的意义和价值依赖于广大民众,只有观众认可满意,最终才能释放博物馆的生命力,发挥博物馆的作用,不断地扩大其社会影响力。公众参与博物馆事业,需要从内因和外因两方面进行考虑,内因是公众对博物馆发展的意识和期望,是公众参与博物馆事业的先决条件和潜在动力,公众参与的愿望为博物馆工作开辟了新的途径;外因是指社会、政府、舆论的力量为公众参与提供的环境因素,社会公众对博物馆工作的认可、社会上支持博物馆发展的热情、媒体对博物馆文化的宣传等,都是推动公众主动参与博物馆事业的积极因素。

目前,从社会参与博物馆工作的方式来看,参与模式途径单一,组织形式覆盖面窄,活动缺乏必要策划。一些博物馆所组织的活动参与者少,活动的效果也不尽如人意。不少博物馆的陈列展览,采用形式雷同的昏暗氛围,常年不变的陈列内容,难辨方向的参观路线,难以读懂的说明标志和喧宾夺主的室内装饰,再加上与博物馆文化毫无关联的纪念礼品,缺乏缓解观众饥渴劳累的服务设施,使观众在博物馆感受不到温馨典雅,享受不到舒适快乐。同时,我国公众参与博物馆事业的时间不长,对博物馆文化认知的广度和深度都存在欠缺,需要建立长期有效的公众参与博物馆事业的机制,将博物馆公众参与长期化,制度化,这样才能保证参与博物馆事业的社会公众数量和质量,实现可持续发展。随着社会需求的增加,博物馆信息传播的内涵也在不断扩大,博物馆参与市民生活的范围扩展迅速,经济、政治、文化、社会等与民生息息相关的内容,都可以进入博物馆所关注或传播的领域,从而使博物馆的服务范围与社会影响力不断扩大。从博物馆宣传活动的途径来看,电视、网络等现代化的传播途径可以有效的让更多社会公众参与进来,因此博物馆传播活动可以采取信息获取和实际参与相结合的方式,增加博物馆活动宣传的覆盖面,使博物馆公众参与成为常态。

实现社会公众参与程度的不断扩大,就要求博物馆合理确定相关活动目标,通过科学方法组织策划推广活动,把握每次活动的内容形式、受众范围、预期目标、宣传方式等方面内容,提供

有效的公众参与方案,有针对性地提高群体意识和参与热情,推动公众参与博物馆工作的实际效果。在实际工作中,社会公众参与的效果评定和经验交流,也是博物馆活动的重要环节,以期在更大程度上达到全民参与的效果。因此,要建立以展示教育、开放服务为核心的博物馆质量评价体系,建立社会、政府、媒体、公众代表相结合的对博物馆展示与社会服务的监管制度与监督体系,定期对博物馆展览和服务水平进行检查、抽查、监督评估,开展博物馆评估定级和分类指导。法国博物馆界每年都由博物馆的主管管理部门组织专家、市民、学生和议员等社会力量,对博物馆进行评估考核,不仅博物馆面向社会的展览和服务等工作包括在内,一个很重要的指标就是社会公众对博物馆的满意度。管理部门可以将评估结果作为对博物馆资格认定年检和对博物馆评估定级工作的重要依据,作为一种综合管理的手段。只要博物馆细心倾听社会各界的意见,时刻把观众的需求放在首位,一切以观众的需要为根本,举办更多更好的展览和活动,就一定能够吸引越来越多的观众走进博物馆。

广泛的社会参与有利于提升博物馆的社会影响力,形成良性的循环互动,吸引更广泛的社会支持。我国博物馆界于每年5月18日“国际博物馆日”期间,都根据国际博物馆协会确定的主题,开展形式多样的纪念活动,产生良好的社会影响,增进全社会对博物馆事业的了解和支持。2007年,南京博物院举办评选“南京博物院镇院之宝”活动,事先对42件候选“镇院之宝”以专家和记者合作的形式,每天一篇,介绍一件宝物,连续一个多月发表于当地晚报,引起市民朋友的广泛关注,并踊跃投票评选,再结合专家评选,最后评出18件镇院之宝,又隆重举行“镇院之宝”特展,每个环节都有媒体作深入报道。此次活动及宣传工作,对提升博物馆的美誉度和吸引力,形成南京博物院品牌,无疑起到了积极作用^[15]。近年来,中国人民军事博物馆连续举办了一系列具有社会影响的大型主题展览,例如2006年的《伟大壮举光辉历程——纪念中国工农红军长征胜利70周年》展览历时56天,接待观众201万人次;2007年的《复兴之路》和《我们的队伍向太阳——新中国成立以来国防

和军队建设成就展》两个大型主题展览,观众总数也分别突破了200万人和达到248万人,创造了国内临时性主题展览观众总数和日平均数的最高纪录。

以往,博物馆习惯于只扮演“行业角色”,其工作节点、思维视野往往只专注于馆舍内的各项工作,很少深入思考如何为城市文化建设和社会和谐稳定服务。但是,今天任何一座博物馆,不论规模大小,不论是国际性的还是地区性的,都必须拓展博物馆的功能和职能,不仅如此,社会、环境和文化方面的挑战也要求现代博物馆积极的参与,通过恪守互利互惠和彼此尊重的原则,在当代动态多变的社会环境下充分发挥地区文化的潜能,在不同文化背景的民族之间建立彼此理解和相互欣赏的牢固关系,为创造全球性的文化空间做出贡献^[16]。海伦娜·弗里曼认为,“对未来的欧洲博物馆来说,一个最重要的问题是它们与公众的关系。要吸引人们的关注已经成为一个突出问题”^[17]。我国博物馆实行向全社会免费开放,堪称共享多元文化、促进社会和谐的一大举措。免费开放使博物馆能够更好地融入社会生活,在与社会的互动中提升自身水平和服务能力,更好地实现自我价值。在此背景下,博物馆的角色要转型,思维要转变,不仅要做好馆舍内的各项工作,还要担当起城市对外交流的“文化大使”重任,策划有利提升城市影响力和美誉度的文化活动。如今博物馆走出自我的小圈子,融入与公众联系度更强的社会大循环中,广大民众的认识、感悟、参与等现实需求,都应该成为博物馆改进服务工作的指向。

博物馆通过多样性与公众参与性的实现,可以建构起面向未来的公共文化服务机制,形成符合时代发展趋势的新型博物馆文化生态。自贡地区恐龙化石埋藏丰富并易于发现。自贡恐龙博物馆是建立在恐龙化石遗址上的一座遗址类自然博物馆,除了在馆内布置有特色鲜明的展厅外,每年暑假都带着展板、展品、影像资料,走出馆舍,走进周围社区。在社区,由专家向放假在家的中小学生和社区居民讲述博物馆和恐龙古生物知识,开展趣味恐龙知识竞赛、恐龙画和恐龙模型制作有奖比赛,并在此基础上开展“恐龙就在你脚下”的野外化石寻宝活动。中小学生和社区

居民对寻找身边的恐龙活动热情高涨,他们根据专家的提示,对身边有可能埋藏化石的地方进行调查分析,并将有关线索及时联系报告,博物馆方面适时进行辅导,协助或带领大家实地调查或试探性发掘。这一活动成效显著。近年来,自贡恐龙博物馆的“杨土蟆门溪龙”“合川马门溪龙”“汇东四川鳄”以及贡井地区的大量恐龙脚印化石等,都是由社区居民发现并及时报告后,得以由博物馆组织发掘保护。近年来,长沙简牍博物馆立足湖南,开办市民文化遗产讲堂,主要讲解长沙历史风土人情、湖湘文化、简牍历史、艺术书法等,为民众提供了走进博物馆、参与博物馆的机会。

五、博物馆职能与社会共享

城市不仅是物质资源、精神资源、人力资源和智能资源的集萃地,而且也是生产与消费、交换与交通、变革与发展的最前沿,其对实现社会全面、健康、快速、持续发展,具有既极为重要,又无可替代的拉动力量、提升功能和示范作用。博物馆文化高度自觉地运用文化的效能和力量,不断地给予经济以推动、精神以鼓励、生活以愉悦、社会以和谐,积极营造浓厚的文化氛围和良好的人文环境。今天,要占据文化发展的制高点,就必须从所追求的目标和所特有的基础出发,真正利用现有文化优势来实现文化目标。为了实现这一目标,就必须深刻认识和充分发挥博物馆文化特色与文化优势,并不断通过文化创造,使特色更明显、优势更强大。如今,博物馆能够为人们提供多种精神文化需求,例如科学知识、人文精神、艺术鉴赏、美的享受^[18]。博物馆的这一特性决定了它是公共文化的积极参与者和推动者,其作用也不仅仅表现在文物的收藏、研究和陈列,还表现在为引领公共文化建设和弘扬文化精神、搭建多元文化交流平台等方面所承担的特殊作用,以其独有的文化资源和文化方式为社会发展服务。博物馆不但要继承传统,同时也要适应时代的发展和社区的需要不断地创造和更新。成功的博物馆必定在保持自己文化传统基础上进行再创新。坚守历史传统、适应时代需要的文化创新是博物馆发展的灵魂和活力。

当前在我国,保持经济的较快增长速度十分

必要,因为我国仍然是一个绝对收入水平较低的国家,只有保持经济的较快增长速度,才能积极创造就业岗位,提高人们的收入水平,增加人们的快乐和幸福。但是,西方国家过去的经济增长方式不适合今天我国的经济增长需求。经济增长方式的转变不应只是一个经济问题,而应该与文化、社会、环境等方面发展协调起来,以促进整体协调发展。这样的经济增长方式才能增加人们的快乐和幸福。“从这一点出发,中国经济增长方式应实现四个方面的重大转变:一是从粗放型向集约型转变;二是从数量型向质量型转变;三是从物质型向知识型转变;四是从资源型向生态型转变”^[19]。在我国经济增长方式得以转变,集约型、质量型、知识型和生态型增长方式得以实现时,人们的生活水平和质量就会得到较大提高,人们的快乐和幸福就会得以增长。随着我国经济社会进入新的发展阶段,广大民众的家庭支出结构也进入新的阶段,生活消费水平将跨上新的台阶。文化性消费、休闲性消费、保健性消费和生态环境需求的满足,在人们的家庭支出结构中所占比重越来越大,其中文化消费将成为重要的组成部分。人们的消费不能以物为中心,而是应该以人自身为中心,实现人的自由全面发展。要想在经济社会发展的同时,极大地提高人们的快乐和幸福,就必须关注和实现人的自由全面发展。

进入新世纪以来,人们见证着博物馆发展繁荣时期的来临。博物馆是现代社会发展的产物,在社会生活中所扮演的角色随着社会变革而转变。随着博物馆所处外部环境的改变,博物馆与社会公众的关系也在发生着巨大的变化,博物馆不再单纯是文物收藏机构和陈列展览场所,而更关注社会公众对于博物馆的期望、理解和认同。“我们为什么去博物馆?”2005年,著名作家和新闻记者C.道格拉斯(C. Douglas)在一篇获得年度最佳论文奖的文章中,曾严肃地提出这个问题^[20]。社会公众是博物馆的“根”,如果社会不需要,公众不欣赏,博物馆就会失去存在与发展的前提。“我们说博物馆要融入社会的发展,考虑公众的需要,这个‘融入’、‘考虑’并不是简单的迎合,而是一种积极的嵌入,与社会发展的需求相协调”^[21]。一方面,博物馆应积极引导

社会公众走进博物馆,并逐渐养成经常参观博物馆的良好生活习惯;另一方面,博物馆必须调整工作思路,对社会公众产生更大的感召力和吸引力。例如在博物馆内,除了展览大厅外,还应根据社会公众的需求,增加开展学术交流、展示民间收藏、购买特色礼品等附属设施,以及快餐、茶座等休闲场所,只有多功能、立体化的博物馆,才能满足社会公众多方面的需求,使博物馆具有更多的文化功能。

今天,博物馆不但应允许社会公众积极参与博物馆事务,而且博物馆自身亦应积极参与社会变革与发展。当前,我国经济发展迅速,科技进步日新月异,民众的物质生活水平大幅度提高,人们的思想观念、生活方式等不断发生变化,社会正朝着现代化不断迈进。全面意义上的社会现代化,不仅包括物质和技术,更重要的是文化和精神,是人们更为合理的生存和生活方式,是更为完美的人格和人生,这些意味着一种理想的生活状态。随着人们生活水平的改善和闲暇时间的增多,人们有更多的机会参与文化活动,参观博物馆成为越来越多的社会公众享受文化熏陶、获得艺术启迪的高雅文化活动。而且随着人们对文化的关注,对知识更新的需要,社会公众对博物馆提出了更多的期望与要求。不同时代塑造着不同的博物馆,人们需不需要博物馆,需要什么样的博物馆,这些都有着深刻的时代烙印。“在美国早期博物馆事业的发展中,博物馆在某种程度上甚至有可能取代宗教机构,成为帮助新移民建立家庭与社会的价值的重要纽带”^[22]。所以博物馆在一个国家可以成为文化成就的象征,成为精神价值的象征。今天博物馆正在从更多的角度介入当代人类的生活。“正如一位博物馆界人士所说‘2000年以前,是专家办博物馆,博物馆办给专家看。但进入21世纪以来,这种现象有了质的变化,这是一个中国博物馆走向寻常百姓的世纪’”^[23]。

从“公众参与”进一步走向“社会共享”是时代的呼唤。2008年我国“文化遗产日”,从保障公民文化权益的角度出发,将主题定位为“文化遗产人人保护,保护成果人人共享”,以“共享”来满足广大民众日益增长的精神文化需要,以“共享”来激发全民共同保护文化遗产的

热情,以“共享”来平衡社会各方面的文化遗产权益。文化遗产的多样性以及时代需要的变化,也为博物馆提出了保护与传承方法多样性的要求,尤其许多社会乃至全球问题的出现,更为完善博物馆功能与职能提供了多维思考的基础,也是有效解决博物馆结构失衡状态的重要依据,从而使博物馆更加充满活力,使博物馆的影响辐射到社会每个角落。今天国际社会强调博物馆的可进入性,例如主动为贫困和远离博物馆的观众提供交通或子女托管服务,使其能够享有同等的参观权利。一些博物馆以完善先进的设备设施为基础,以人性化服务理念为原则,增加多语种导览图、多语种讲解服务、触摸屏查询电脑、智能化语言导览机、休息座椅、红十字药箱、自助购物机等设施,方便社会公众参观,并为残障人士准备了轮椅、可移动式坡道板。英国博物馆针对残障人士、老年人、未成年观众等有特殊需要的参观群体量身定做不同的服务设施,在展览中采用盲文的展示说明牌,允许盲人观众携带导盲犬进入展厅,并为导盲犬提供饮用水等。

当今社会,博物馆的观众更加广泛,要求更加多样。针对个性化要求、差别化要求,需要博物馆提供更加细致周到的服务。2007年,卢浮宫博物馆接待游客数量高达830万人次,连续5年打破纪录,每天都面临着人满为患带来的种种问题,参观者与保安人员之间的冲突不断发生。为解决这一难题,卢浮宫博物馆2008年启动了一项文明礼貌活动,要求公众尊重展品。卢浮宫博物馆认为,不应该因为人多而变得不再好客,恰恰相反,应该更多地关注那些由于社会、经济、文化和身体原因没有机会进入博物馆的弱势群体。卢浮宫博物馆建设了一个提供大量的文物藏品介绍和互动短片的网站,让艺术爱好者足不出户就能大饱眼福。此外,他们开始培训大批教师、导游成为“参观推荐人”,并且开发了一种多媒体语音导游器,可以为孩子、盲人和聋哑人等提供各种主题的参观讲解^[24]。同时,卢浮宫博物馆在每周五开办包含舞蹈艺术表演等活动内容的夜场,免费招待普通市民;在画廊为青年人提供素描、临摹的条件;对残障人士开辟触摸式展厅;与较为“贫困”的学校建立联系,命名该校的班级为“卢浮宫班”,定期组织学生们参

观^[25]。在卢浮宫的大厅里，还为观众提供了各个语种的免费导览图。这些导览图不仅简单地介绍了卢浮宫的历史和主要藏品，还设计了合理的参观路线，参观者依据导览图，可以选择个性化的最佳参观路线，使用起来十分方便。

在今天科技日新月异、新思维和新观念层出不穷的时代，人们的生存环境、思维方式乃至生活方式正在以始料不及的速度发生着深刻的变化，只有善于学习、吸收和创新才能发展和进步。从实际出发，在了解观众的基础上，注重人性化设施的增设和陈列展览水平的提升，才能营造出安全、和谐、崭新的参观环境，以符合社会公众的需求和时代的快速发展。在埃及，“博物馆的服务工作应该深入到乡村去”的口号已被广泛采纳，开罗科技博物馆为此组织了专门的乡村展览，并在举办展览之前，先在乡村里成立科学俱乐部，挑选1-2名能干的青年男女进行专门训练，“以便他们能以博物馆工作人员和名义去进行工作，因为这些人更能用他们的朋友和亲戚所能理解的语言去讲解展览”。今天博物馆应当基于社会的纷繁复杂，对博物馆未来发展有多方面的思考，并为此采取积极有效的行动。反映主流文化的博物馆必不可少，但是关注社会问题，体现弱势群体呼声的博物馆更是现实的需求，博物馆之所以冠之于“博物”就在于力图使其从多个角度反映社会及其文化的多样性。在墨西哥，国家历史博物馆原本是一座专门陈列贵族生活和爱好的专题博物馆，而目前已经着手以不同的历史观点对其进行改陈，使其能够面对广大民众，同时展现墨西哥的社会、农业、工业和技术等方面的发展情况。

《关于博物馆向公众开放最有效方法的建议》强调，“博物馆应易于进入并应以舒适的措施使之尽可能具有吸引力。在尊重博物馆特性及不妨碍参观藏品的前提下，最好应于博物馆范围内（在庭园、平台、适宜的地下室等）或在其周围附近，为观众提供休息厅、餐馆、咖啡厅及类似设施”。在日本，65岁以上的老年人口约占总人口的20%，即已经进入超高龄社会，面对越来越多走进博物馆的老年观众，日本的博物馆为高龄者提供各种各样的特殊服务，例如原本展厅内的文字较小不易阅读，就为高龄者准备大文字的展

示说明；原本展厅内光线较暗，就为高龄者适当调整灯光亮度。同时，在博物馆内设立更多的休息场所，添置更多的休息座椅。以及为高龄者准备专用轮椅，加宽无障碍通道，设置轮椅用的卫生间，为视听障碍者准备更多的声音解说和文字解说，增加盲文触摸式展示说明，再加上多语种的语音导览机、具有亲和力的游客服务中心等，都使人们感受到“以观众为中心”的服务宗旨^[26]。2009年清明节的清晨，中国人民抗日战争纪念馆接待管理中心张玉平主任就站在了博物馆的门口。在这个特殊的日子，纪念馆要将1000朵淡雅的菊花分批免费送给观众，供他们寄托对先烈的哀思。家住丰台82岁的张俊堂老人接过鲜花，感动地说“送人鲜花手留香，一朵免费的菊花表达了对革命先烈的崇敬，更是温暖了自己，感谢抗战馆想得如此周到”^[27]。

博物馆不仅是历史的积淀，更是现实的呈现，健康的博物馆事业必须具有科学、完善的结构，而不是单一区域、单一领域、单一行业的博物馆文化再现。贫困、疾病等社会问题，同样可以成为展示主体。巴西里约热内卢的印第安人博物馆是一座规模虽小，但是颇具特色的博物馆。该博物馆有非常明确的办馆方针，即用印第安人过去制作的和他们现在正在制作的物品样品，使人们对印第安人及其所处的社会困境有全方位的了解，并使观众在离开博物馆时下决心为改善这种局面去做力所能及的事。印第安人博物馆的展览在告诉观众，印第安人是他们的朋友，应该受到关心和保护，不应该被消灭或受到剥削，他们同其他任何人一样，本身就是值得注意的族群。建立于同一座城市的精神病人博物馆也取得了同样的成功，该馆是一座精神病院的组成部分，20多年来医院一直把鼓励病人绘画和雕刻作为一种治疗方法，并把每一件作品都写上时间和病人的姓名，精心归档保管并陈列展示，展品的选择和布置均有博物馆学专家提供意见，从而使得该馆无论对病人及其家属，还是对附近地区的民众都产生了积极的影响，而其藏品无需任何外援也会不断地稳步增加和更新，院方也在同时把同一个病人在今天所做的作品与其以前作品进行比较，作为观察病人精神状态变化的依据^[28]。

近年来，世界各国在发展建设中特别重视博

物馆文化的力量。博物馆具有特殊的功能,具有其他文化设施无法取代的力量,可以起到整合观念,规范行为,激励奋进的作用。2007年3月,欧盟在柏林隆重庆祝象征欧盟诞生的《罗马条约》签署50周年,并发表了《柏林宣言》。柏林的各大博物馆开放,人们纷纷走进博物馆,欣赏来自欧洲各个历史时期的艺术精品。当欧盟已经拥有4.5亿人口,边界自由出入,建成大部分国家使用同一种货币的内部大市场时,欧洲公民们忽然发现,他们的生活水平及所享受的种种社会福利,与他们的父辈相比有所下降,与众多新兴发展中国家蒸蒸日上的态势相比,欧洲的经济停滞不前,失业率居高不下,物价持续上涨。于是,人们认识到,必须利用欧洲的文化潜力,让欧洲的文化成为一体化建设新的推动力,影响欧洲的发展进程。此时,人们不约而同地将目光投向博物馆。欧洲各大博物馆的展览,让人们深刻感受到欧洲的文化精髓。在具有历史意义的博物馆举办各类重大活动,意在表明对欧洲文化和历史的尊重与认同。欧盟50周年庆典中最重要的一场活动,签署《柏林宣言》仪式,在德国历史博物馆举行,表达了对博物馆文化的尊重。“如果把欧盟宪法比作欧洲的‘有形灵魂’,那么,欧洲文化则是欧洲更具深层意义的‘无形灵魂’”^[29]。

注释:

[1] 徐宁 《关于博物馆在城市文明建设中发挥作用的几点思考》,《携手2010:宁波国际博物馆高峰论坛论文选辑》,第89页。

[2] 注:今辽宁省博物馆

[3] 刘社刚、崔波、长韦 《博物馆事业60年》,《中国文物报》,2009年9月30日,第4版。

[4] 冯好 《浅谈博物馆的公共形象》,《沈阳故宫博物院院刊》,2008年,第6辑,第27页。

[5] 孙媛 《新时期博物馆的选择——以杭州南宋官窑博物馆为例》,《携手2010:国际宁波博物馆高峰论坛论文选辑》,第115页。

[6] 陈燮君 《新的价值体系中的博物馆文化的力量与智慧》,《浙东文化》,2008年创刊号,第11页。

[7] 郭富纯 《博物馆与城市文明》,《携手2010:宁波国际博物馆高峰论坛论文选辑》,第104页。

[8] 焦丽丹 《英国博物馆群落实共享体系》,《中国文化报》,2010年1月13日,第6版。

[9] 钟淑洁 《文明对话与世界文化的和谐发展》,《人民

日报》,2005年12月22日,第9版。

[10] 刘迪 《博物馆社会支持体系刍议》,《博物馆研究》,2009年第1期,第20页。

[11] 焦丽丹 《免费开放下的英国博物馆(上)》,《中国文物报》,2009年12月16日,第7版。

[12] 李承森 《博物馆的教育功能亟待开发》,《光明日报》,2005年9月28日,第5版。

[13] D. 弗伦奇曼 《北美的节庆活动一场所:城市的内涵和形象塑造》,《国外城市规划》,2006年第6期,第13页。

[14] 金沙宣 《金沙遗址博物馆开启“空中展厅”》,《中国文物报》,2009年12月2日,第7版。

[15] 邓健 《论博物馆如何通过陈列展览吸引观众》,《东南文化》,2010年第1期,第100页。

[16] 谢尔盖·Y. 格里申、谢尔曼诺夫斯基雅马尔 《涅涅茨博物馆:前景和挑战》,《国际博物馆》,2006年第2辑,第100页。

[17] 海伦娜·弗里曼 《没有围墙的博物馆》,《国际博物馆》,2006年第2辑,第55页。

[18] 武斌 《论博物馆的社会责任》,《沈阳故宫博物院院刊》,2008年第6辑,第1页。

[19] 曹新 《经济增长与快乐和幸福》,《光明日报》,2007年1月16日,第10版。

[20] 刘克成 《到博物馆去》,《建筑与文化》,2007年第2期,第10页。

[21] 白黎璠 《省级博物馆的社会价值、责任及发展方略》,《携手2010:宁波国际博物馆高峰论坛论文选辑》,第24页。

[22] 郑勤砚 《迈向真正的公共性》,《中国文化报》,2009年2月5日,第3版。

[23] 李玫 《博物馆走进社区的意义及途经》,《博物苑》,2008年第1期,第25页。

[24] 孙丽 《卢浮宫用艺术教育解决人满之患》,《中国文化报》,2008年3月23日,第1版。

[25] 宋敏 《免费开放给宣教工作带来机遇》,《中国文物报》,2009年7月31日,第6版。

[26] 行吉正一著,崔岩译 《着眼现代课题的日本博物馆》,《沈阳故宫博物院院刊》,2008年第6辑,第14页。

[27] 刘冕 《博物馆“买单”:有多少考验在等待》,《北京日报》,2009年7月6日,第3版。

[28] 王运良、赵宗强 《完整型博物馆的回溯与思考》,《中国文物科学研究》,2009年第2期,第39页。

[29] 吕鸿 《给欧洲一个“灵魂”》,《人民日报》,2007年4月29日,第8版。