

BOWUGUAN YU
DANGDAISHEHUI
RUOGANWENTI
DE YANJIU
上海辞书出版社

博物馆与当代社会

若干问题的研究

吕建昌 著





ISBN 7-5326-1945-1



9 787532 619450 >

定价: 25元

BOWUGUAN YU
DANGDAISHEHUI
RUOGANWENTI
DE YANJIU
上海辞书出版社

博物馆与当代社会 若干问题的研究

吕建昌 著



图书在版编目(CIP)数据

博物馆与当代社会若干问题的研究/吕建昌编著. —上海:上海辞书出版社, 2005. 12
ISBN 7-5326-1945-1

I. 博... II. 吕... III. 博物馆学 IV. G260

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 137703 号

责任编辑 陈翔燕
装帧设计 杨钟玮

博物馆与当代社会若干问题的研究

世纪出版集团 出版、发行
上海辞书出版社

(上海陕西北路 457 号 邮政编码 200040)

www.ewen.cc www.cihai.com.cn

上海长阳印刷厂印刷

开本 890 × 1240 1/32 印张 10.25 插页 2 字数 251 000

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 7-5326-1945-1/G · 610

定价: 25.00 元

如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换。

联系电话: 021—35104888



PDG



吕建昌，男，浙江余姚人，1980年入上海复旦大学分校（现为上海大学文学院）考古学与博物馆学专业学习，获学士学位。1986年入复旦大学文博专业学习，获硕士学位。现为上海大学历史系副教授，硕士生导师。出版专著《初识古玩》、《竹木雕》、《象牙犀角》，主编珍藏赏玩丛书《古镜》、《银锭》、《古笔》、《金银器》、《版画》、《瓷器》、《纸币》、《古家具》等多种，参编《中华文化读本》。在国内学术刊物上发表文物与博物馆学专业论文30余篇。

新学知
PDG

前言

20 世纪 70 年代以来,世界的政治、经济、文化等各领域都发生了巨大变化,博物馆界深感对社会承担的责任日益重大,在 1974 年国际博协第 11 届会议制定的博物馆章程中,写入了博物馆“为社会与社会发展服务”的宗旨,标志“博物馆由自在服务于社会进入自觉服务社会”(苏东海先生语)的阶段。80 年代,美国博物馆界展开的博物馆“以教育为重,还是以收藏为重”的大讨论,正是博物馆关注社会、参与社会、服务社会意识增强的一种反映。在国际博物馆界,研究视野已从馆内的日常工作规律拓展到馆外的广阔领域,由注重博物馆藏品的保护、研究等,扩展到博物馆怎样促进社会发展的方面,体现了当代博物馆参与为社会发展服务的积极姿态。

作为社会公益性机构的博物馆,其存在的价值是通过为社会服务而体现的。博物馆作为社会历史发展的产物,其发展必须与社会同步,博物馆的发展历史证明,从古典形态历经近代形态到现代形态,博物馆的每一步演进都是在不断适应社会需求中改变自身而实现的,博物馆的未来发展也必然遵循这一规律。社会总是在向前发展,而社会的发展又总是会对博物馆不断提出新的要求,博物馆既要收藏和保护文物标本,又要适应社会发展的变化,不断扩展自己的服务功能,开拓新的领域服务于社会。因此,博物馆如何适应当代社会不断发展变化的新的环境,如何更好地为当代社会服务,如何融入到社会发展的实践中去,如何拓展新的服务功能等等,这些都是当代博物馆所必须研究的问题。

博物馆作为文化事业的一部分,属于上层建筑领域,上层建筑必须适合于经济基础,这是马克思主义政治经济学的基本原理。改革

开放以来,我国从计划经济体制转向市场经济体制,这必然对包括博物馆在内的所有文化机构都带来重大的影响。博物馆在社会主义市场经济条件下怎样生存和发展?在我国加快城市化建设步伐的形势下,博物馆怎样自觉深入社会,为城市社区建设做出积极的贡献,这也是我国博物馆所面临的新问题。

这里,奉献给读者的,是笔者近年来对博物馆与当代社会若干问题研究的结果。应该说,目前我国的博物馆学研究专著还不多,尤其是专门研究博物馆与当代社会关系的专著更少,笔者对我国博物馆发展中所面临的一些新问题,作了较为深入而系统的研究,大胆地提出了自己的一些观点,这对博物馆同行们可能会有所启发。即使本书中有些观点还不成熟,有的甚至可以商榷,但它的问世无疑将推进博物馆学的争鸣与发展。

本书共分五章,每一章讨论一个大问题,其中又包含着若干小问题。每一章的内容都是独立的,章与章之间,前后不存在必然的逻辑关系。即使如此,笔者以为把“博物馆与市场经济”放在第一章是必要的,因为很多问题都是由经济体制的改变所引起的(有些虽与体制关系不大,但须在新的经济体制环境下加以解决)。

我国自从改革开放以来,社会面貌已经发生了巨大的变化,经济体制的转型,使包括博物馆在内的各种文化事业的运行环境发生了重大的改变。在社会主义市场经济体制下,博物馆怎样处理与市场的关系,怎样处理与文化产业的关系,都是博物馆面临的新问题,需要正确理解和认识。第一章中分析了博物馆走向市场的原因,从理论层面上阐述了博物馆走向市场的原因和依据,博物馆市场的基本特征和运行机制的特点,进而研究博物馆业与文化产业的关系。笔者认为在市场经济条件下,博物馆固守原来的传统,一切都要依靠国家政府拨款的观点是不现实的,博物馆整体不能市场化、产业化,这是其社会公益性质所决定的,但是博物馆内的某些部门、某些业务是

可以进行市场化运作的。事实上,无论从国外还是从国内,我们都能找到博物馆市场运作成功的典范。

由信息技术革命引发的全球经济一体化对文化造成了巨大冲击,形成强势文化对弱势文化的侵蚀,保护世界文化的多样性成为世界遗产界的一项重大而紧迫的任务。几年前,国内由文化部牵头,国家多个部委参与的“中国民族民间文化抢救工程”的启动,使一向以保护文化遗产基地自居的博物馆明显感到被动。文化遗产包括“物质”的和“非物质”的两个部分,博物馆应当参与到保护非物质文化遗产的行动中去,但是对于习惯于保护物质文化遗产的博物馆来说,保护非物质文化遗产是个新课题,必然要涉及工作观念的改变,工作方法和手段的创新等。第二章讨论了非物质文化遗产的概念,研究了传统博物馆保护非物质文化遗产的方法和手段,尤其对新的博物馆类型——生态博物馆及其在保护非物质文化遗产方面的特点做了较为全面的阐述,还就我国贵州、广西地区几座生态博物馆的实践与未来发展进行了评析。

第三章讨论博物馆与旅游业。博物馆属于旅游业资源之一,是旅游业中不可缺少的人文景观,而旅游业又为博物馆带来观众,博物馆与旅游业之间存在共生互利的关系。但两者由于所属的行业性质不同,为不同的利益所驱动,在发展中相互存在着一些矛盾。怎样化解矛盾,寻找双方共同繁荣的平衡点,促进协调发展,这是双方努力的目标。这一章节中分析了博物馆业与旅游业之间的共性与差异性、互利性与矛盾性,探讨了博物馆与旅游业合作的途径,明确指出,那种通过以文博单位“经营权转移”的方式与旅游业合作是不可取的。

第四章研究博物馆与社区建设。这是国家文物局 2001 年度全国文博系统人文社会科学资助的重点课题之一,也是笔者研究着力最多的部分。博物馆服务社区在西方虽然已经有了近半个世纪的实践,但在中国则是刚刚起步,党的十六大提出的建设小康社会和学习型社区的目标,为中国博物馆投身社区服务,促进社区发展提供了难

得的机遇。21 世纪,博物馆服务社区将成为中国博物馆事业发展的一个重大主题。本章节首先从社会学以及博物馆的角度讨论了“社区”的基本概念,接着探讨了社区建设与博物馆使命的关系,阐述了博物馆服务社区思想的由来与发展,以及新博物馆学的社区意识;其次,从博物馆服务社区的角色定位、博物馆教育与社区教育的异同、博物馆与社区其他文化机构的区别等方面,论证了博物馆与社区文化建设的内在联系;第三,探讨了博物馆与社区经济的发展关系,涉及社区经济的概念以及博物馆与农村社区经济等问题;第四,讨论了博物馆与社区的资源共享问题;第五,在归纳国外博物馆服务社区的实践经验的基础上,提出外国博物馆服务社区的几种基本模式,这对我们有一定的借鉴意义。本章节的最后,笔者提出了对推进和深化中国博物馆服务社区建设的个人思考。

第五章讨论博物馆的信息化建设。在信息化时代,博物馆的信息化建设不仅仅是博物馆自身发展的需要,还关系到使中华传统文化通过互联网走向世界,全面提升中华文化对世界文明的影响力的问题,博物馆要充分利用现代新兴的科学技术条件,加快博物馆事业的发展。在本章节中,对博物馆信息化的一些概念,如数字化博物馆、文物藏品数据库、网上博物馆等,展开了讨论,并就中国博物馆信息化建设中存在的一些带有普遍性的困难和问题,提出了笔者自己的看法。

本书在撰写过程中,曾参阅了许多文章,吸收了同行的研究成果,其中引证的观点都在文中注明了出处。可以肯定,没有这些同行们的既有成果,本书的一些见解是很难立论的。由于笔者水平所限,存在的不足之处肯定不少,欢迎专家、读者提出批评意见,同时也企望通过本书,能够引出更多更好研究这方面的专著和文章来。

吕建昌

2005 年 11 月于上海

目录

目
录

前言	1
第一章 博物馆与市场经济	1
第一节 博物馆与市场	1
一、博物馆走向市场	1
二、博物馆走向市场的理论依据	10
三、博物馆的市场运作	18
第二节 博物馆经济学	32
一、博物馆经济学的目的	33
二、博物馆经济学的特征	35
三、博物馆经济学的内容	37
第三节 博物馆与文化产业	40
一、文化产业的概念	41
二、博物馆业的归属	44
三、博物馆与一般文化产业的差异	54
四、博物馆的产业运作原则	56
五、目前博物馆引进产业运作机制存在的主要问题	61
第二章 博物馆与无形文化遗产	65
第一节 博物馆涉足无形文化遗产	

保护的时代背景	66
一、博物馆涉入无形文化遗产保护的过程	66
二、博物馆介入保护无形文化遗产的原因	73
第二节 无形文化遗产的概念	75
一、日本的“无形文化财”	75
二、“无形文化遗产”与“非物质文化遗产”	76
三、无形文化遗产的概念	78
第三节 博物馆怎样保护无形文化	
遗产	88
一、保护无形文化遗产的方法和手段	88
二、博物馆自身的三个改变	90
第四节 生态博物馆	92
一、生态博物馆的概念	92
二、生态博物馆的方法	104
三、对中国生态博物馆实践的评析	113
第三章 博物馆与旅游	128
第一节 博物馆业与旅游业	128
一、问题的提出	128
二、共性与差异	130
三、互利与矛盾	134
第二节 生态博物馆与旅游	138
一、作为一种新型旅游资源的生态博物馆	138
二、旅游带来的消极因素	139
第三节 关于文博单位“经营	
权转移”的讨论	141
一、两种对立的观点	141

二、坚持“保护为主”、“合理利用”的原则	·····143
第四节 博物馆与旅游部门的合作	·····146
第四章 博物馆与社区建设	·····150
第一节 关于社区与社区建设	·····152
一、关于社区的概念	·····152
二、关于社区建设	·····159
第二节 社区建设与博物馆的使命	·····162
一、博物馆功能的演进	·····162
二、博物馆服务社区思想的由来与发展	·····166
三、新博物馆学的社区意识	·····170
第三节 博物馆与社区文化建设	·····175
一、博物馆服务社区建设的基本角色定位	·····175
二、博物馆教育与社区教育	·····178
三、博物馆与社区其他文化机构	·····182
第四节 博物馆与社区经济的发展	·····184
一、社区经济的概念	·····184
二、博物馆资源与社区经济	·····188
三、博物馆的旅游效应与社区经济	·····192
四、博物馆与农村社区经济	·····196
第五节 博物馆与社区的资源共享	·····199
一、博物馆与社区资源共享的必要性	·····199
二、博物馆资源与社区资源	·····201
三、博物馆与社区资源共享 优势互补	·····202
四、博物馆与社区资源共享存在的 主要问题	·····204
第六节 国外博物馆服务社区	

的实践	·····205
一、国外博物馆服务社区的主要实践活动	·····205
二、博物馆服务社区的主要运作模式	·····213
第七节 推进和深化博物馆服务	
社区建设的思考	·····218
一、目前我国博物馆参与社区建设的	
基本情况	·····219
二、目前我国博物馆服务社区存在	
的主要问题	·····226
三、进一步开展博物馆服务社区	
建设的思考	·····228
 第五章 博物馆与信息时代	·····233
第一节 社会已步入信息时代	·····233
第二节 博物馆的信息化建设	·····235
一、博物馆信息化	·····235
二、关于数字化博物馆	·····236
三、关于数字博物馆	·····240
四、文物藏品数据库	·····242
五、博物馆局域网	·····246
六、网上博物馆	·····248
第三节 国内外博物馆信息化	
建设概况	·····252
一、国外博物馆信息化发展	·····252
二、国内博物馆的信息化建设	·····255
三、目前我国博物馆信息化建设所要	
重视的问题	·····257

附录	·····263
一、博物馆社区服务全国问卷调查 统计分析报告	·····263
二、以普及收藏和文物知识为抓手 提升社区居民的文化素养	
——上海博物馆开展为社区建设服务考察报告	·····274
三、构建条块结合的社教网络为社区 提供多方面服务	
——浙江省博物馆服务社区建设考察报告	·····292
四、利用博物馆品牌资源营造社区 文化氛围	
——上海鲁迅纪念馆服务社区建设考察报告	·····305
主要参考文献	·····314

博物馆与市场经济

随着我国经济体制改革的进一步深入,计划经济体制向市场经济体制转型,一向靠吃皇粮而生存的博物馆面临着一个经营机制转型的问题。在市场经济条件下,博物馆怎样生存发展?对于这一问题,不管你愿意还是不愿意,准备好了还是没有准备好,都将身不由己地被推入市场经济的浪潮中。国际博物馆界早在 20 多年之前就已开始了博物馆走市场化经营之路的探索和实践,今天,对于发达国家的博物馆同行来说,博物馆的市场化运作的理念已经被普遍接受,发达国家博物馆的实践日益证明,只有那些解放思想、改变观念、锐意进取、创新改革、勇于在市场经济浪潮中奋力搏击的博物馆,才能抓住市场机遇,稳步发展。而那些不思进取、墨守成规、继续幻想着依靠政府财政来养活的博物馆终将逃脱不了被淘汰的命运。

第一节 博物馆与市场

一、博物馆走向市场

1. 博物馆走向市场的原因

目前,国内的许多博物馆正经历着一个财政经费困难时期。如果从世界范围的视野来进行考察,可以清楚地看到,目前我国财政对博物馆拨款数额的逐步削减,并由此而给博物馆发展带来的困境,正是西方发达国家 20—30 年前所曾经历过的。博物馆作为一种社会

文化机构和设施,其发展规模和速度是受社会经济发展制约的,无论规模如何庞大,藏品如何有名气,只要主要是依靠国家财政拨款维持生存的博物馆,无一例外都将受到国家经济及发展状况的制约,发达国家如此,发展中国家也不例外。20世纪70年代,西方国家普遍遭遇了一个经济萧条时期,许多国家的政府改变了对博物馆的政策,大幅削减了对博物馆的拨款,导致博物馆的发展面临困境。政府政策的改变迫使一向自命清高、孤芳自赏的博物馆走向市场,通过市场化运作,增加博物馆的经济收入,以维持博物馆的生存与发展。因此,可以这么说,博物馆被迫走向市场的直接因素是政府对博物馆经费的削减。

20世纪70年代后期,西方国家博物馆的生存环境发生了重大改变,经历了从未遇到过的强大压力和挑战。以博物馆事业发达的英、美两国为例,1979年,英国保守党政府削减了包括博物馆在内的公共开支中的一些可察觉的浪费,此前,由于英国的大多数博物馆都直接或间接地依靠政府的财政支持,政府对博物馆经费的减少,使向来对政府依赖性很强的博物馆的运行受到重大影响。20世纪80年代初,财政预算被削减30%的不列颠大英博物馆在下雨天不得不用馆藏的金盆来盛接屋顶渗漏下的雨水,此事被新闻媒介一报道,引起人们的一片唏嘘声。至于后来博物馆将陈列展厅出租用作歌舞厅之类的报道,人们已是习以为常。

经费的减少,迫使博物馆进行改革,开始注重管理效益问题,向市场化运作方向转化。如许多博物馆的服务项目都给私营公司承包,以追求效率和效益。伦敦的科学博物馆率先在其管理机构中专门设立了行销部,以主管统筹博物馆的行销业务,这种方法很快为英国各博物馆所效仿。^[1]博物馆人员的裁减是节省开支的有效方法,许多博物馆将此提到议事日程,英国格拉斯哥(Glasgow)博物馆在三年内裁减了约28%的员工。^[2]

美国从1980年开始,政府对于博物馆的财政拨款逐渐减少,博物馆馆长们感受到了经费不足的压力,开始尝试走博物馆市场化经营之路,在一些博物馆组织机构中纷纷设立企业、营运、行销等职能部门,并主动参加由美国博物馆管理学会与高等院校合作举办的研习班,学习组织管理、财务管理、市场营销和公共关系等课程,用经营管理的理论来指导博物馆经营实践。为了生存和发展,博物馆放下了向来自认为是高雅的文化遗产收藏机构架子,也学起了曾经视之为是粗俗的、不屑一顾的销售技巧等市场学手段。1982年9月27日,美国的《广告时代》杂志登载了一篇题为《博物馆跳进市场经济大潮——经济现状、竞争的诱惑驱赶着它们》的文章,对博物馆逐渐接受市场学的现象进行了透析,反映出许多博物馆馆长们的观念正在改变,博物馆进入市场已成为趋势。进入20世纪90年代以来,美国博物馆的运作,已普遍采取市场化方法。

在西方国家中,英国向来以保守稳重著称,而美国则以善于创新闻名。不论保守稳重,还是善于创新,在政府削减博物馆财政拨款的政策面前,博物馆只有实行改革,走市场化经营之路。这一点两国的博物馆在认识和实践上是一致的,毕竟这是生存和发展的需要。除了英、美之外,法国、荷兰以及在其他更广泛的世界范围内,类似的政府削减对博物馆财政拨款数额的情况也在发生,其直接后果就是把博物馆推入市场,逼迫博物馆

[1] 闵泉《市场环境下的博物馆经营管理》,《中国博物馆》2001年第2期

[2] 欧艳《英国格拉斯哥博物馆的改革及其启迪》,《中国博物馆通讯》2001年第4期