



市民在中国港口博物馆参观“出走与归来——潘玉良的绘画艺术”展

◎从以“文物”中心转向以“观众”中心,博物馆从关注历史中的“物”的稀缺和价值,转到重视当下生活中“人”的感受与需求。

◎新时代的博物馆可以打开生活的另一扇窗户或开启一个崭新的频道,成为人们放松享受、亲子活动、社交交流、思考提升等多种功能的场所。

◎博物馆不在大小,而在于有特色和灵魂。

开启一个崭新的频道:探索博物馆发展之路

■黄隽(中国人民大学应用经济学院副院长、中国人民大学文化经济研究所所长)

/ 经济发展与博物馆建设 /

经济发展是博物馆繁荣的前提。2019年,中国人均GDP突破一万美元,人民生活水平显著提高,文化消费逐渐成为居民生活的必需品。从需求来说,经济发展和收入积累提高了人们受教育的程度,对外开放开阔了人们的视野,消费主体的文化素养和艺术鉴赏力的提升,政策支持、城市化生活品质提升等多方面因素推动了文化艺术精神需求上涨。马斯洛需求层次理论适用于文化艺术消费需求的分析。首先,收入水平和财富积累直接影响到消费水平和结构升级。文化艺术消费属于在基本生活满足之后、非刚需的发展和享受型的精神需求。其次,常去博物馆具有社会认同下的文化素养、生活品位、情感溢价的社交炫耀效应。艺术对生活工作品质的提升作用是显而易见,艺术素养是人们感知生活和体验幸福的上佳途径,走进和参观博物馆是美好生活的重要组成部分。再次,参观博物馆本身就是文化历史和专业学习积累的过程,可以潜移默化地促进自身素养和人力资本的积累。

数字技术降低了艺术消费的教育程度、收入财富等门槛,人们每天可以免费或者以很低费用,通过视频、音频欣赏到全世界高清晰的、丰富多彩的文物艺术品遗珍。数字技术帮助人们跨越时空限制,扩展选择空间和视野,大数据精准搜索可以快速满足个性化、多元化的消费需求,降低成本,提升效率,大幅提升了消费者福利。数字技术的新颖呈现、沉浸体验与时尚潮流气质契合,增加了博物馆的亲近感和吸引力,极大地拓展了博物馆传播的广度和深度,给文物艺术品行业带来了更多的年轻人和活力,看展经济蓬勃发展。

经济发展水平不仅影响着博物馆的供给数量,而且还决定着博物馆的学术品位和持续发展。伴随着中国进入中等收入国

家,博物馆作为一个地域的文化标志,已经成为旅游的重要组成部分。

美术馆属于博物馆的范畴。伴随着时代的发展,美术馆的定义不断演化,不少美术馆以展示现当代艺术为主。经济发展与美术馆及非营利机构建设呈现出较强的相关关系。最近几年,中国经济的南强北弱格局越来越明显,南北经济实力差距的实质上是市场化程度的差异。发展水平和对未来的预期直接影响到美术馆的发展,活跃的美术馆和非营利机构在南北方城市的数量分布呈现出进一步分化的趋势。

/ 拓展边界与以人为本 /

博物馆边界和作用不断拓展从空间上来说,博物馆已经从一个固定的建筑空间拓展到线状、面状和空间的全方位博物立体视野。生态博物馆的出现以及在多个国家的良好实践,就是很好的例证。博物馆及其藏品的社会功能与角色不断被重新审视和讨论,平等、多元、开放、创新和包容,为个人和社群赋能,这些成为博物馆的发展方向 and 重要职能。

博物馆是衡量文化软实力和综合竞争力的重要指标。有厚度、有故事和有特质的城市充满着魅力。每一个地域都是有自己独特的文化,文化是最能感染和触动心灵的持久记忆,更是人们精神世界的写照和寄托。博物馆与在地气质和特征相伴而生,不仅仅是城市的精神标志和心灵栖息地,更是城市文化品位的象征。博物馆建筑作为区域地标性建筑,通过其本身和环艺设计营造公共活动的空间和柔性氛围,提升文化气质和独特价值。

从以“文物”中心转向以“观众”中心博物馆从关注历史中的“物”的稀缺和价值,转到重视当下生活中“人”的感受与需求。博物馆需要为公众访问、享受和使用文化产品和服务提供便捷通道和均等机会,传达真善美,建立物与人的良性和谐互动关系。

博物馆外观设计很重要,高颜值建筑容易成为网红打卡地。博物馆需要让艺术品的价值得以充分体现,让观展者得到很好的感官体验和精神收获。精神产品需要与内心产生对话和共鸣,直抵人心的感染力才是博物馆最高境界。这些软性指标比博物馆数量、规模等硬指标更为重要和宝贵。

教育是博物馆的重要功能,教育的目的是为了开拓视野,培养创新能力。但是不分观众特征、不顾观众感受居高临下式的灌输会降低人们参访博物馆的内在动力。新时代的博物馆可以打开生活的另一扇窗户或开启一个崭新的频道,成为人们放松享受、亲子活动、社交交流、思考提升等多种功能的场所。

最近10年,博物馆行业发展很快。尤其是非国有美术馆在运营理念上更趋国际性、多元化和创新化,无论是数量还是质量都上了一个台阶,在运营模式、公教活动、收藏体系等方面可圈可点,跨界、时尚、科技、先锋项目和展陈受到年轻人的青睐,观展人数增长,影响力持续扩大。这些创新创意给博物馆行业的发展带来了更多可能性和新的思考。

博物馆和美术馆最大困难是缺乏稳定的资金来源,不少机构在筹集资金方面做了大量的探索和尝试:(1)理事会成员及企业的赞助。(2)基金会支持。(3)企业、个人等社会力量捐赠和赞助。(4)项目运营。(5)门票、文创产品、咖啡厅收入等经营性收入。

/ 政策建议 /

在文化大繁荣和大发展的背景下,无论是中央政府还是地方政府,都非常重视文博行业,也为此做了大量的工作。基于以上分析,提出以下政策建议:

建立体制机制盘活藏品收藏再多的藏品,不使用和展示,永远放在仓库里睡觉,如果再保管不当,就失去了收藏的意义。

藏品只有使用才会得到真正地重视和保护,博物馆需要提高藏品的利用率和利用率,解决藏品不平衡、利用不充分的问题。

需要建立藏品出借良性循环的约束激励体制和机制,进一步整合和激发文博资源,让文物真正动起来、活起来,发挥作用。同时,知名博物馆的IP授权也是降低文物艺术品损坏风险和展览成本、扩大影响的较好选项。

博物馆建设对于优质文化传承、提升城市人文气质、赋能产业和带动经济增长等诸多方面具有动能支撑和溢出效应。博物馆不在大小,而在于有特色和灵魂。只有博物馆强身健体,提质增效,才能吸引社会更多的关注和得到更多的支持。

博物馆的建设光靠政府是不够的,需要动员社会力量和资源参与。推动公共服务市场化改革,引入竞争机制,推进博物馆内部治理体系和治理能力现代化,建立约束激励机制,以博物馆的活力和动力吸引社会力量参与。

鼓励社会力量与博物馆跨界融合,探索新文博、新文旅、新文教等社会优质资源合作共赢之路。引入国内外资金和资源,共同举办形式多样的优质展览、论坛或者体验活动,聚集人气,给博物馆带来更多的人流和现金流。

一些国家采用税收制度,通过企业、高净值人群、基金会等机制安排,支持博物馆和美术馆的公益事业,其成功经验可以借鉴。

最近10年,博物馆和美术馆的数量快速增长,很多城市非国有机构的增速超过国有机构。依法设立博物馆和美术馆或者向其提供捐赠的,按照国家有关规定享受税收优惠。但是在实践中,具体落地的细则存在着不少盲点。政府需要在博物馆和美术馆、国有和非国有机构的支持政策方面享受同等待遇,在文物艺术品的鉴定、估值等方面需要坚持公平、公开和公正,推动“私人收藏”走向“社会共享”。