

# 浅谈县级博物馆的发展

□ 全明珍

江泽民同志在十六大报告中指出：“全面建设小康社会，必须大力发展社会主义文化，建设社会主义精神文明。当今世界文化与经济和政治相互交融在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出，文化的力量深深熔铸在民族的生命力和凝聚力之中。”这充分说明文化工作已经越来越受到党和政府部门的重视。博物馆是社会主义文化的一个重要组成部分，在现有文化体制下，发挥着其它文化部门无法替代的作用，因而一直受到社会和人民群众的广泛关注。尤其是随着改革开放的深入，人们的文化生活需求日益增长。博物馆在一个地方社区文化中扮演着十分重要的角色，具有巨大的潜力和广阔的前景。但由于受诸多因素的制约，县级博物馆发展受到严重的束缚。怎样才能充分发挥县级博物馆在经济建设中的作用，结合自己多年工作经验谈几点看法。

## 一、提高认识，改变观念

时代变了，社会进步了，作为历史发展产物和上层建筑一部分的博物馆不可能置身于时代、社会之外，它必须随着时代的发展而发展，随社会的变革而变革。时代的巨变，既给博物馆事业的发展提供了广阔的空间，又改变了博物馆传统的外部生存环境。因此，我们几十年遗留下来的工作理念、方式不得不进行调整、变革和创新。如果说更新观念是博物馆事业顺应时代潮流、与时俱进的重要途径的话，那么提高各级领导对博物馆事业在经济发展中重要位置的认识，便是博物馆事业发展、繁荣的关键。

目前，我国博物馆事业特别是县级博物馆存在的问题和矛盾是“人民群众日益增长的精神文化的

需求与博物馆质量不高、设施简陋、陈列展览陈旧、服务功能不完善的矛盾；博物馆在计划经济体制下形成的矛盾、发展模式与社会主义市场经济体制不相适应的矛盾；博物馆提高自身水平与经济短缺的矛盾；与经济领域和其它行业相比，博物馆管理体制和运行机制、经费的筹措和使用、用人制度和分配制度、专业队伍建设和高新技术的应用等方面的改革步伐相对滞后。”这些问题和矛盾在一定程度上制约和阻碍着博物馆事业的发展。要解决问题、消除矛盾，唯有提高认识、改革创新。只有创新，才能突破旧观念、旧体制的束缚，才能形成新认识，寻找新对策，采取新措施，才能充分调动博物馆工作人员的积极性、主动性和创造性。

要实现观念创新，就必须以“三个代表”重要思想为指针，做先进文化的创造者、传播者和维护者。弘扬民族文化，凝聚民族力量，为社会发展和全面进步提供精神动力和智力支持。博物馆事业创新是一项系统工程，涉及到方方面面，不是一蹴而就的事情，需要我们一步一个脚印，在实践中去探索。

## 二、发挥优势，突出特色

一个地方有一个地方的风俗与文化，各具特色的风土民情是县级博物馆的优势。根据本地的实际情况及特点，认真分析，确定目标，抓住能代表一方特色的展品，制定有特色的陈列规划。而不要一味向大馆、名馆看齐，走千篇一律的路子，做到品位高雅，特色鲜明。因此，只有积极挖掘地方特色，建立本区域独有的特色展品博物馆，在同中求异，在异中求特才是发展县级博物馆的生存途径。（下转75页）

服务客体所体现出的修养素质和精神气质。

品牌的塑造是一个系统工程,需要精心积累与呵护,而塑造成功的品牌的每一次运用都会带来轰动。

#### 四、关于博物馆的营销理念

在市场经济条件下,企业追求的是经济运行的质量和效益,从而实现“以生产为中心”向“以市场为中心”的转变,并通过市场营销行为,研究如何通过企业整体活动满足顾客的需要,实现经营目的。

市场营销包括市场调研、市场需求预测、选择目标市场、产品开发、定价、分销、促销及售后服务等一系列行为。是买方与卖方、生产者与消费者沟通的桥梁,是现代企业经营管理的重要环节。

当然,博物馆的文化产品不可能完全以市场为导向,因为人的精神生活在某些方面和某种程度上应该排斥市场化。因此,博物馆必须要与主流宣传媒体保持一致,而且也不排除要举办一些不符合大众消费倾向的“难懂的”“曲高和寡的”展览。但是,从某种意义上说,博物馆也确实应该改变以往“以生产为中心”的方式,那种几十年不改陈,内容陈旧、手段落后、“以不变应万变”“以一味调众口”的展览确实是对受众的漠视和对文化资源的浪费。

市场化的严厉和规范迫使博物馆不得不重视对人的关怀。国内很多博物馆开始进行市场调研,并对举办的展览和生产的其它文化产品进行包装宣传。

有的引进较为先进科学的陈展设施;有的注重对不同受众的分类别分层次讲解;有的在博物馆内配套休闲娱乐设施,尽量打造宽松舒畅的环境;有的特别注重宣传效应,展览广告声势浩大;很多博物馆流动展览也日渐频繁,以适应人们日益多元的文化消费倾向。总之,博物馆需要的是“综合服务意识”和“综合服务能力”。

博物馆在某些方面的市场化探索仍然是浅层次的,它与市场的结合仍有很大的空间。比如,博物馆是否可以打破门票一贯制,实行每个展览单独定价。更重要的,随着市场化的深入,博物馆能否拥有自己相对固定的目标市场。在市场化的要求下,各个博物馆都渴望实现现代化,于是一涌而起,一个馆稍有改观,其它的纷纷仿效,如何在市场的引导下对此类行为纠偏,从而使每个博物馆都形成个性化产品。相信这些问题在博物馆与市场的逐渐磨合中会有合理的答案。

博物馆是不以营利为目的的文化场所,博物馆与市场的结合度确实难以掌握,以前走过弯路,以后会不会呢?目前,博物馆出售展厅冠名权渐趋成势,精神的神圣与世俗的魅力共济一堂,这实在是博物馆发展中一个耐人寻味的现象。

(作者工作单位:山西省云冈石窟文物研究所)

栏目主持/米武军

(上接76页)

#### 三、横向联合,资源共享

博物馆的资源是丰富多样的,诸如文化艺术、乡土风情、民间工艺、民俗宗教、土特产品以及自然资源等都可进行开发和利用。县级博物馆应该积极采取“走出去,请进来”的方式,加强与社会各界以及博物馆间的横向联合,各尽其才,互相交流,互动双赢,充分调动社会各方面力量共同兴办博物馆,促进县级博物馆的发展。

#### 四、抓好讲解队伍,提高展览档次

目前,很多县级博物馆由于受经费、人员编制的制约,往往忽略了对讲解员的培养。实践说明,一个博物馆无论展品档次有多高,如果没有一个好的解说员,只由观众自己观看、欣赏、理解,不可能达到

预期效果。讲解员作为展览与观众之间的桥梁,有着无法替代的作用。讲解宣传是准确、生动地展示藏品特色和内涵的不可或缺的重要措施,可以通过最直接的方式,把每项展品转化为观众容易理解的知识,具有画龙点睛的作用。尤其是作为县级博物馆的观众,大部分来源于农村,对他们来说,听讲解要比看陈列说明文字有耐心和兴趣,所以把讲解员的讲解水平艺术化、情感化,尽可能地把观众的观赏与展品内容融于一体,准确理解本馆陈列内容,紧抓本馆特点,利用特殊的民俗、民风 and 当地的优美传说、典故,以及观众感兴趣的话题,增强讲解的趣味性和生动性,分析观众的心理,灵活机动地讲解宣传、渲染气氛,可以达到事半功倍的效果。

(作者工作单位:山西省屯留县文博馆)

栏目主持/梁育军