

# Discussion on the Role of Cultural and Creative Activities in Museums

Le Zhao

Henan Museum, Zhengzhou, Henan, 450000, China

## Abstract

All cultural and creative activities in museums serve the public. Just as museums have unique creative and promotional exhibition forms, they provide a public display space for the public to learn history and traditional culture. Similarly, the purpose of museums carrying out cultural and creative activities is to better serve the public. Firstly, the purpose is to promote the civilization process of human social development; secondly, the promotion effect of cultural and creative activities directly reflects the development level of museum research and cultural and creative activity project research. The functions of museums play a crucial role in protecting and showcasing human culture and natural heritage, conducting social education, and providing leisure and entertainment venues. They are an indispensable and important part of the daily spiritual and cultural life of the general public and museum audiences. The 2020s was a hopeful and bright era of development. Faced with the requirements of the times, looking forward to the important issue in front of museum people in the new era is bound to seek a path for the healthy development of the museum industry.

## Keywords

museum; collection; cultural creativity

## 浅谈博物馆文化创意活动发挥的作用

赵乐

河南博物院, 中国·河南 郑州 450000

## 摘要

博物馆的一切文化创意活动研究都是为社会大众服务的。正如博物馆具有的独特创意宣传的展览形式, 是为社会大众提供学习历史传统文化的公共展示空间。同样, 博物馆开展文化创意活动项目的目的是更好为社会大众服务的。其一, 宗旨就是宣传人类社会发展的文明历程; 其二, 文化创意活动的宣传效果直接体现出博物馆科研与文化创意活动项目研究的发展水平。博物馆的职能发挥着保护和展示人类文化与自然遗产、开展社会教育、提供休闲娱乐场所的功能作用, 是社会大众和博物馆观众日常精神文化生活中不可缺少的重要组成部分。21世纪20年代是充满希望和光明的发展时代, 面对时代的要求, 展望新时期摆在博物馆人面前的重要课题, 就是势必寻求博物馆事业健康发展的道路。

## 关键词

博物馆; 藏品; 文化创意

## 1 认知博物馆独特的创意陈列展览的宣传形式

在通常意义上内容和形式两个方面构成一个展览的基础和框架, 是构成展览完整统一的两个重要元素。内容即是陈列展览的文字内容, 形式则是陈列展览的展出效果所运用的陈展方式手法。内容和形式需要强调的是做好内容的筹划是首要的任务。所以说陈列内容是陈列形式设计的基础, 形式艺术设计是陈列内容的展示方式。在一个完整、美观的陈列展览里内容和形式是合二为一的完美统一, 其效应是陈列内容研究的展示创造与延伸创造的文化创意活动的一种形式, 也是博物馆宣传藏品文化的独特形式。

【作者简介】赵乐(1968-), 女, 中国河南郑州人, 本科, 从事博物馆学研究。

博物馆创意研究陈列形式着重研究在一定空间里, 以藏品为基础, 就是研究以藏品为时代背景, 体现出博物馆学概念化的藏品科学、文化、艺术的价值。进而将藏品合理转型为展品, 再将展品搭配适宜的辅助展具, 并且遵循创意陈列内容的主题大纲, 追求和使用近乎完美的陈列艺术形式创意构想, 通过思维想象力, 切合实际情况创意出的展览蓝图。这种独特的展览创意有机结合实践法则在展示设计手法中使其展现出来, 并且遵循藏品文化的概念, 准确打造一个直观的、生动的视觉传达空间, 用来准确地传达藏品的科学、文化、艺术信息, 较全面地提供给大众对藏品进行观赏, 博物馆展览是拥有高度陈列主题的藏品陈列空间, 其独特的形式能够达到博物馆宣传历史文化信息的目的。

探讨陈列展览的研究就一定要从概念上分清各种类型的陈列。当今, 从中国的博物馆学理论概念中看, 按照博

博物馆通常的陈列策划内容和宣传创意形式来划分陈列展览的类型,常见的有以下几种。

### 1.1 历史文化性质的陈列展览

历史文化类陈列展览通常被分为基本通史、断代史、革命史、专题史、地方史、民族史陈列展览等。民族史陈列和民俗史陈列展览,属于社会学性质的陈列展览。考古学、文物学陈列归属于历史类性质的陈列。其特点是系统地展示全国或一个区域历史发展的主要过程和基本线索,就是说某一历史时期某一地区的历史发展概貌。这就是通史陈列,或断代史、地方史陈列的基本内容,是博物馆独特的创意宣传形式。

### 1.2 自然界生物标本类型的陈列展览

自然界生物标本类陈列,包括自然史陈列,其特点是多运用现代科技设计手法展示自然界某一科目的基本内容,揭示其发展变化规律的。陈列内容包括人类、动物、植物、古生物、地质、土壤、地矿等的形态,包括生态、分类、遗传、进化等等内容。展品的布置主要依据自然学科各专门学科的体系依次陈列展现,运用大量的科学展示手段,再现自然环境和生物群的生活动态,揭示出自然的多姿多态和生物对自然的适应性,从而给人以身临其境的真实体验感受。

### 1.3 艺术作品类型陈列展览

包括艺术史陈列,各种造型艺术和各种流派的陈列。其特点是通过展示相关的造型艺术作品,反映人类的艺术实践和审美意识的发展历程,揭示美的本质,给人以美的享受和教育,从而提高现实生活中的审美情趣。艺术陈列展览的内容可以是综合性的,陈列品的实物范围也很广泛,包括绘画、雕刻、版画、广告插图等,以及其他艺术品种。这些艺术实物中又包括了古代、现代、外国的作品。艺术陈列的内容可以是综合性的,也可以是反映某一时期或某一流派、某一位艺术家的。通常展品要求用原件而不用复制品,对展出空间的分割、光线、温度、湿度要求也比较高。

### 1.4 科研成果类型陈列展览

科研成果类型陈列展览的特点是具有多种学科的综合性,能够及时传播科学技术发展成果和发展史的信息,是极具展示演示性和互动性的科学技术动态类型的陈列。从陈列效果上实现了静动结合,运用多种现代高科技技术在陈展中,给我们博物馆陈列展览开创了展览与观众互动的先河。科学合理的筹备好陈列展览内容是每个所从事陈列展览研究人员义不容辞的责任和最终追求研究目标的核心。只有在今后的陈列研究的工作中,很好的结合实际情况,认真调查研究、仔细分析,相信一定会有更多更好的陈展筹备方案出台。

## 2 博物馆开发的文化创意产品的价值分析

### 2.1 文旅事业发展下的博物馆文化创意产品

文化创意活动适应文旅事业发展新模式,这种新模式

就是文化产业的新业态。可见,传统的文化创意的产业状态在不断转型升级。文旅的新融合形式,注入了文化的灵魂,赋予旅游业更加具有诗意的人文情怀。在不断创新文旅业态结构的情况下,经济模式与市场需求紧密相连,构建出丰富多彩的文化创意产品体系,并且在运营方法上一直不断提升改善着文化创意产品的盈利模式。区域发展的产业结构不断被优化,文化创意资源已经逐步实现区域联动发展的空间结构形式。文旅文化资源结合自身特性,不断打造创意产品的款式组合形式和拓展营销渠道。制订可行性产品研发流程,及时有效的提高了文化创意产品的优良品质和吸引力。不管是产品自身功能化设计服务,还是给消费者提供旅游途中的服务项目,都体现出文旅业态的社会服务及其智慧化水平。总而言之,提升综合性社会服务水平是构建文旅产业的目的。

### 2.2 依据文物研发的创意产品市场结构分析

文物蕴含着深厚的人文情怀与精神底蕴,广泛传播优秀的民族文化,让大众在行为空间中游走于文化底蕴中,从其文化创意产品中感受文化的博大精深,感知人间烟火;让文物文化创意产品通过广域的市场带给人们无限的惊喜。文创产品客源的研究是市场结构的核心问题,传统的市场结构通常固化了消费人群且较为定向。进行优化市场结构,首先就要分析基础的市场客源,扩大视野,加大对产品的市场推广宣传的力量和角度。纵观产品市场实例,往往锁定客源目标靠的是主打产品。文旅市场融合已逐步成为一体化市场,更加精准的提高了文化创意产品的知名度和占据社会市场的占有比率。

### 2.3 博物馆文化创意产品的个别价值与社会价值

产品的个别价值是指与博物馆合作的个别产品生产方在生产该产品时的人力劳动的耗费,这种劳动耗费通常是以人的生产劳动时间来计算的,劳动生产过程中所用的耗费多少取决于这种合作的个别产品生产方的基础条件,如他们的生产条件,就是指劳动人员的技术水平和所做工作的劳动强度等因素,所以说产品生产方的劳动耗费与生产率有密切的关联,在研发和生产文化创意产品初期做到充分的社会市场调查和分析。

文化创意产品的社会价值是指产品的价值,这种产品价值是由产品研发者、生产者与使用者经过一段时间共同创造出来的,所以说产品价值是社会必要劳动时间决定的。这种劳动时间也可以被认为是相关产品的研发者、生产者在现有的正常的生产条件下,通过平均的技术应用、劳动熟练的程度下,制造创造文创产品所需要的时间。就是说博物馆文创产品的价值不是由其合作的产品生产方在某个劳动时间段所形成的产品个别价值决定的,而是由生产这种产品所要耗用的必要劳动时间和社会市场的消费环境所形成的社会价值决定的。在博物馆文创产品的市场交易中,单个文创产品是等量人类劳动的实物的表现,无论文创产品个别的价

值如何,质量相同的同一种文创产品总是按照销售计划进行统一的运营管理,再由运营者按照市场规律和社会必要劳动时间过程内,决定的文创产品的经济价值和数量的出售。

纵观现状,博物馆文化创意产品的个别价值与社会价值水平的运行同样有着三种不同体现:其一,文创产品个别价值水平高于它的社会价值水平,是因为这种价值由于高出的部分得不到社会市场的认可,所以就会导致具有个别价值的文创产品生产者亏损。其二,文化创意产品的个别价值水平等于社会价值的水平,就是说这种产品由于社会价值本身,侥幸包含了一般水平的盈利率,此时可见,产品生产方是能够获得一般水平的盈利,就是说生产方能够收回或保住成本投入利率。其三,文化创意产品所表现出的个别价值水平低于所创造的社会价值水平,就是说由于社会市场认可的是文化创意产品的社会价值,因此文创产品的生产者除了获得一定的基本价值水平的盈利外,还能够获得超额的剩余价值。

显而易见,马克思政治经济学中指出所谓超额剩余价值就是个别价值与社会价值的差额,作为资本的本性最大限度的价值增值。这句话同样验证了博物馆文化创意产品开发的现状,就是说文创产品的研发者、生产者在这种最大化能够增殖利润目标的吸引下,产品开发、生产者一定会想尽方法使其产品的个别价值等于或者低于社会价值。正如前面所陈述的博物馆文化创意产品的个别价值等于社会价值,进而文创产品的生产者能够从中获得相应一般水平的剩余价值,就是说要求产品个别价值高于社会价值的产品生产方努力改进文化创意产品的生产技术,运用更加科学的技术和劳动时间提高产品的劳动生产率。只有充分了解社会市场的需求,与博物馆合作的文创产品生产方在生产过程中的个别劳动时间才能接近或等于其所投入的成本耗费和劳动时间即社会必要劳动时间。

### 3 博物馆藏品文化信息的基础意义和作用

#### 3.1 研究博物馆藏品的属性和概念

在博物馆工作的人普遍会认同学习博物馆学理论的重要性。自20世纪80年代初,博物馆人就致力于博物馆学的研究,几十年来的实践总结出了丰富的经验与方法。经验得出,只有不断地实践,即将理论附注于实践中,博物馆学研究的成果才能得到验证和升华。所以,一些相关重要的博物馆文化创意活动的研究项目就应运而生了。

博物馆藏品具有历史、科学、艺术的价值,具有高度的被收藏价值,它们是古代历史文化遗存。“人类社会历代遗存很多,特别是距今年代愈近,遗存愈丰富。这些遗存

是否都是文物,是我们首先要弄清楚的。要确定它是不是文物,首先就要对它进行调查研究,根据已掌握的材料,分析它是否具有历史、艺术和科学价值,有则是文物,无则不是文物<sup>[1]</sup>。”那么,从文化创意产品研发的角度分析,考量一件博物馆藏品的总体结构可先分为三个层面,其一是文物的形制和材质,其二是文物的社会功用,其三是文物的不同价值。在研究的前提下,研发文化创意产品需要深度认知文物的基本属性和功能作用。从而进一步阐明文物的特有属性。文物学明确指出“其研究的对象和范围极其广阔,不仅有与之相关的学科,而且还有与之交叉的学科,从这个意义上说,文物学也可称为一门综合性学科。”文物学的概念说明了文物自身具有艺术的文化属性,这种艺术属性是应用于研发文化创意产品的基因。所以说,博物馆藏品与其的文化创意活动项目和文创产品是密切相连的。

#### 3.2 博物馆藏品的历史价值是作用于产品研发的基础

博物馆藏品是历史遗留下来的“文化遗存”。每一件不同时期被遗存下来的藏品都承载着其同时代的文化信息,其中包括当时的社会背景、年代事件和人们的生活习惯、场景特征的等等信息。考古学称藏品是历史留给后人考证历史的物证,其类型能够分列出不同历史时期社会发展的科学技术水平、人们的审美情趣,以及故事情节等涵盖社会生活状态面貌因素的珍贵物品。博物馆藏品的分类研究是开展文化创意活动的首要,

其体系分类与研究非常庞大和繁杂,其中藏品具有时间和物质两大属性,研究者通过系统分类原则的科学办法,确定出文物的基本属性,从研究发现有文物的价值作为文化研究的基础信息。“文物是历史文化的物质基础遗存,具有物质属性。”就是说,文物的研究成果能够发挥出博物馆文化创意活动和产品研发的根本作用。

科学技术随着时代的进程不断发展,在博物馆学众多的学科中,文化创意活动研究已经逐渐占有重要的比重地位。其效果的分量从直观层面更加直接地影响着博物馆的外在的、面对公众的整体形象。博物馆的创意活动项目能够充分呈现出从古至今社会背景、科学文化成果活动的发达程度和发展过程,从而担负起引导大众对认识社会新旧文化的宣传责任,搭建起一座更具广深文化含义的学习交流平台和营造出更具有高雅氛围的视觉享受的艺术殿堂。广义的范畴是时代的发展对博物馆学研究的科学性、艺术性有了更高的要求。

#### 参考文献

- [1] 李晓东.中国文物学概论[M].石家庄:河北人民出版社,1990.