

Research on the Main Content and Basic Path of the Museum Research and Development of Cultural and Creative Products

Le Zhao

Henan Museum, Zhengzhou, Henan, 450002, China

Abstract

Every piece of collection information in the museum has special cultural attributes, which plays a very important conceptual role in enabling the cultural elements of the collection in the design of cultural and creative products. The museum collection has rich historical and cultural information, which is not only the scientific and cultural remains of the ancient society, and plays an important role of “historical evidence”, but also plays an important role in the public space of the museum.

Keywords

collection transformation; creative activation; product research and development

博物馆研发文创产品的主要内容与基本路径研究

赵乐

河南博物院, 中国·河南 郑州 450002

摘要

博物馆中每一件藏品信息都具有特殊的文化属性,在将藏品的文化元素赋能于文创产品设计中起到了非常重要的概念性作用。博物馆藏品具有丰富的历史文化信息,不仅是古代社会的科学文化遗存,起着重要的“史证”的作用,同样还具有在博物馆里的公共空间进行陈列展出的重要作用。

关键词

藏品转化; 创意活化; 产品研发

1 博物馆藏品属性活化的适宜性应用

1.1 认知藏品文化元素的基础作用

藏品是博物馆开展科学研究、文化创意活动的基础核心,同时博物馆在宣传与传播藏品价值的形式上不断开拓进取,最常见的社会服务及其宣传、传播形式主要有展览、文创产品、媒介等。不同的藏品文物承载着时代风貌、地域特色的历史文化信息。一方面,研发文化产品要研究藏品的科学价值、了解藏品的年代与社会背景,考究藏品的艺术风格与实用价值,梳理清晰藏品的种类、数量,最重要的是发掘与藏品相关的文化知识信息,这些都是藏品承载的重要元素。另一方面,掌握相关博物馆职能的业务知识,包括社会服务功能、文化传播功能、宣传展示功能,为藏品进行活化应用工作做好基础铺垫。

博物馆文化创意产品的开发在认知藏品情况的基础上,研究藏品承载的历史文化信息,进行创意主题的主旨定位,工业设计、生产技术、产品管理的专业知识。所以,博物馆

文化产品不仅具备藏品属性,还具备工业设计的科学艺术属性、社会市场的属性。藏品的活化应用离不开文化创意活动的科学打造,其最终目的是让藏品在艺术氛围中,展现在社会大众面前,让博物馆藏品在特定的环境空间中,被特定的文化创意效果所打动,被广大观众所认知和接收。藏品文化元素所产生的效应发挥着至关重要的作用。如图1所示。

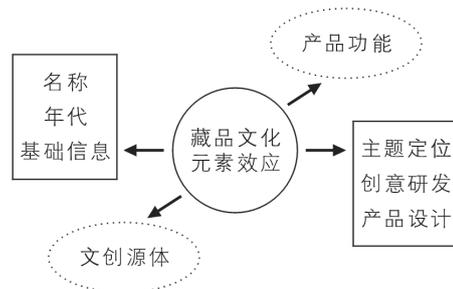


图1 藏品文化元素的基础效应示意图

1.2 藏品元素的价值传播方向研究

1.2.1 藏品属性承载的创意要素

博物馆藏品具有丰富的历史文化信息,不仅是古代社会的科学文化遗存,起着重要的“史证”的作用,同样还具

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

有在博物馆里的公共空间进行陈列展出的重要作用。随着经济社会发展,文化起着决定性因素,文化对经济的发展起到推动作用。在这样的作用关系的发展中,藏品成为博物馆进行研发文化创意产品的重要文化元素。“文物作为实物史料,并不是它的最终目的,证史、正史、补史,是开展科学研究,发挥文物作用的第一步”。^[1]藏品是古代社会的产物或艺术品,其艺术价值作用能够传播文明和进行社会教育,这种艺术价值还包含着重要的美学因素。藏品具备文博专业基础研究的作用,能够反映出不同时期人们的审美水平、生活情趣和风俗习惯。藏品属性的历史价值研究中包括了人文价值的研究,可以说明博物馆藏品具有史证、美育的重要作用。从文化创意研发的角度分析,产品是研究使用功能和艺术设计性能的设计学科,产品的实用性与生产技术有着密不可分的联系。“确定历史遗迹遗物有无用途或积极作用,需要从事文物研究的人们去研究确定,首先要确定它有无价值,其次要研究它价值高低和作用大小。”^[1]同样,在创意研发文创产品的过程中,考量能否应用于产品研发的一件藏品也是如此。不同历史时期的藏品,是不同历史时期科学技术和文化艺术的结晶,后者总要借鉴前者,并在前者的基础上向前发展^[1]。具有藏品属性特色的文化创意产品,能够直接、准确传递出研发的主题信息,能够让使用者零距离充分接收到藏品所承载的文化艺术和科技的信息,感知藏品曾经承载存在和被延伸复活的趣味性,从而激活陈列在展柜中呈静置状态的藏品,增强博物馆观众与博物馆社会服务的互动性,从产品设计的款式和使用功能中体验到博物馆动态宣传形式发挥出的优势。研发工作的目的就是最终使藏品承载的文化元素,通过创意文创产品的形式传递出藏品专属的历史文化信息,使其准确地发挥出博物馆宣传阵地的优越性和社会教育、服务的作用,这种宣传作用可以使得大众筑牢文化自信和凝聚强国之魂。

1.2.2 研发文创产品走艺术途径的重要意义

文化创意产品的研发是在藏品蕴涵的美术元素中寻找设计灵感的。从宏观上讲,准确传递藏品所属的时代、文化背景、艺术风格的信息,所应用创意艺术设计的手段,形成特定的一个国度即一个时代的传统风格,以文化元素为语言,以文创产品为载体,这种特定的传统风格和艺术风格被界定为“国潮风”。简而言之,文创产品是紧跟时代发展的潮流的产物。“在形成的过程中,各个民族的人们逐渐意识到他们都属于中华民族,这种自我意识具有很强的生命力和很大的稳定性,成为凝聚中华民族的重要因素,也是文物所具有的凝聚力。”^[1]走研发的艺术途径,以开发具有博物馆历史文化信息、国潮风格的文创产品为出发点,旨在用“国潮风”的文创产品更加广泛地弘扬中华民族优秀的传统文化。如果说博物馆的藏品涵盖了一种特定器型、一件艺术品、一段传奇故事、一种流行文化,那么其延伸出来的文化创意产品同样具备这种意义。研发人员秉承博物馆学的创意指导

理念即准确传递历史文化信息,使得藏品从藏品转型为展品再被研发创意成产品后,更加具有知识性、趣味性、艺术精美性和实用功能。文创产品的研发旨在通过消费和使用的过程,证明其是兼具艺术、宣传、审美的功能用品与创造活动;是一种通过科学的创意和推宣方法,让使用者从产品中产生对创意主题的“认知反思”“加深记忆”的活动。所以说博物馆文创产品的研发是一种创新性、艺术性思维模式,这种模式具备思辨、实践的理性。

1.3 藏品文化价值的创意转化定位研究

博物馆文创产品的开发是建立在文博宣传专业研究基础上的文化创意活动,即构建博物馆文化产业范畴。博物馆收藏着诸多的古代遗物,它们被称为历史文化遗存、文物和藏品,是博物馆对其进行历史文化属性研究和宣传展示的重要物质基础。博物馆藏品的历史文化属性更是博物馆开展文化创意活动项目独具的资源,在宣传历史文化方面更加具有权威性和优势性。博物馆开发文化创意产品是将其科研成果转化进可行性应用领域中的创意活动。在文旅融合的大好形势进程中,打造好博物馆文化产业具有特殊的价值与意义,其产业开发具备得天独厚的优势。博物馆文化创意产品的研发能够拓展宣传藏品历史信息的渠道。通过采用学科跨界研究的方法,能够将藏品的历史文化、科学艺术等信息精准提炼后,应用活化的艺术创意手段,创造出以藏品为基本调性的文化创意产品,即博物馆特色和专业属性强烈的文化创意产品。

其一,出土文物被收藏进博物馆藏品库房成为真正意义上的“藏品”,然后由专业技术人员对其进行专业的保护和科学文化研究。其二,藏品通过陈列艺术设计手段,被创意转化成为真正意义上的“展品”,在公共空间里进行开放式展出,这是一段陈列展览的艺术创意过程,具备当代科学技术性。由此可见,博物馆拥有大量的研究成果资料,从职能流程形式上可以看到“藏品”“展品”这两个基础职能环节给文化创意产品研发提供了大量的可依据和应用的原始资料,奠定了文化创意产品研发的基础和方向。博物馆致力于研究打破藏品平铺直叙的创意宣传模式,不断寻找灵活的宣传形式营造出文化氛围强烈的传播空间和传播方式,让观众零距离感受到博物馆藏品的文化知识 with 艺术魅力,不断总结出了丰富的实践经验,为博物馆开发特色文化创意产品创造了依据的基础条件。

2 博物馆文化创意产品艺术风格的重要性

2.1 博物馆藏品中美学元素作用

博物馆研发文创产品致力于拓展宣传历史文化信息的发展道路。明确创意研发的方向和目的,定位产品设计主题,选出具有代表性藏品和基础信息后,首先侧重藏品的艺术价值即工艺美术元素的研究,包括其造型、纹饰为创意设计提供基础素材。注重美术元素提炼的再应用,艺术化

创意延伸可触及的文化信息即知识点。旨在准确体现藏品（源体）装饰纹样的美感，产品设计中精致设计到每个细节的每一根点线面上传递出的文化信息。艺术作品不是自然的产品，而是由人的活动所造成的，它基本是人为而作的，而且是诉之于人的感官的，多少是从感性世界吸取源泉的，它本身有一个目的^[1]。举例说明，如以“藏品”为主题的创意系列产品，首先选出最具代表性的藏品为设计源体，然后进行创意研发和设计出同元素不同风格的主题系列产品。将藏品美好的寓意贯穿于产品造型设计中，体现出藏品承载的文化信息，创意设计生产出符合潮流的文化创意产品的款式。这种文创产品从研发的角度分析，具有抽象、写实的艺术风格。

通过一系列文创产品研发、出品的实践案例证明，文化创意产品能够为博物馆传播人类文明、历史文化起到延伸的效果和激活的作用，以及助力提高博物馆社会服务职能的作用，在满足博物馆观众参观展览的同时，通过选择具有独特文化信息的文创产品产生获得感、愉悦感和满足感。总之，博物馆文创产品具有传递、延伸其宣传主旨的功用，能够进一步激发观众对历史文化的热爱和加深对藏品信息记忆的作用。

2.2 藏品文化元素中的风格与特质

让藏品元素成为引爆文化创意产品的炸点：

①博物馆藏品布阵。藏品定位分类大致包括镇馆之宝、明星藏品、考古价值、历史价值、基本陈列、临时展览、媒体出镜率偏高等。

②引爆产品：此类产品市场需求量特别大，蕴含了文化元素与产品载体的高契合度，形成产品独树一帜的使用功能。其一，邀请博物馆专家推荐价值高的藏品，再对其历史、考古、工艺美术的研究成果及相关文化信息，进行研发的可行性评估确定，然后整理推荐资料，形成产品研发的基础资料。按照藏品的基本属性，将其分成系列，包括镇院之宝系列、明星藏品、媒体出镜率高的藏品，其中美术元素含量高的更易于产品的开发。其二，针对藏品基础资料进行反复梳理，从美学和产品设计的角度研究，拣选出可应用于产品设计的元素，即研发文创产品的准确定位，确保藏品元素较强的装饰性能。其三，在梳理藏品元素的同时，我们会非常关注可合作企业的设计能力和生产落地能力，确保对藏品元素的认知度及合作调性的高度一致。

博物馆文化创意产品的研发势必走艺术开发的途径，在不断满足大众精神与物质需求的同时，还要更加满足消费者的审美情趣，以美化生活、愉悦大众心情为己任。任何一件具有博物馆主题寓意的文创产品，都包含着藏品属性、科学艺术的研究；任何一件具有博物馆超美育功能的文创产品，都可以让使用者心情与视觉倍感愉悦，能够感知共识并产生共鸣，最终构成爆款文创产品。这种超美育功能是指产品（爆款）具有一定的超越性使用功能，超出人们期待值和

需求度所形成的审美意趣和理想的境界。所以，博物馆创意研发文创产品的艺术风格和时尚特质，能够彰显出博物馆学术研究与社会服务职能的重要意义。

3 博物馆文化创意产品开发路径

3.1 藏品文化元素的真实性和客观性

揭开藏品元素的神秘面纱，博物馆的藏品是宝贵的历史文化遗产。通过考古发现了藏品类型和发挥着史证的作用。通常藏品是指具体的物质遗存，它具有人类创造的基本特征，并且与人类的社会活动、生活习惯息息相关。藏品元素是指器物的造型艺术及表面的装饰纹样，也叫藏品的美术元素，呈现出古人的美学意识与审美情趣。我们可以把藏品理解成历史长河中产生的古代文创产品，具有现实生活的实用性、时尚性，时代特征，其美术价值奠定了遗存于世的物质基础，即考古美术范畴的价值作用。

藏品的价值是其文化属性的基础部分，包括历史、考古、科学、艺术的价值。历史研究的价值发挥着揭示历史事件的作用，能够为文创产品的研发提供丰富的文化元素；考古研究的价值发挥着以物证史的作用，能够为文创产品的研发提供创意主题的准确定位；科学研究的价值发挥着策划陈列展览的基础宣传作用，同样具有社会服务特性，能够为文创产品的研发提供对博物馆科研成果的感性认识即展览的艺术风格，从而做好观众与文创产品审美关系的研究。

3.2 文创产品研发实践中产生的重要因素

通过对藏品属性的深度研究，如何探索出藏品作用于文化创意产品研发的途径成为研发人员的首要任务。

①遵守政策法规：学习国家出台的关于文化产业的各种政策。

②温故而知新：藏品是历史发展的见证物，记录着与人类发展息息相关的历史信息。藏品是人类智慧进步的标志。

③返璞归真：将藏品元素赋能文创产品之中，传递优秀传统文化，传递藏品的社会价值。元素赋能产品，让观众切实地把博物馆记忆带回家。

通常藏品的基本属性普遍是按照其所处年代的历史价值和使用功能而定，根据其属性的不同用途，划分出不同的种类和器型。“从整体来讲，文物必须具有历史、艺术和科学价值的遗迹、遗物，否则不称其为文物。”^[1]文物即博物馆藏品，藏品的基本属性，同时也是文创产品研发的基本要素。要求以科学文化属性为标准，对博物馆藏品进行系统分类。

藏品的艺术价值发挥着能够直接传播历史文明和社会服务的作用，这种艺术价值的作用能够传递出藏品的人文性、情感性，是文化创意产品设计所依据的源体艺术特色，也可以说在研发文化创意产品的艺术途径中藏品与文创产品一脉相通，使得文创产品发挥出重要的传承作用。藏品的

价值发挥着作用，又在实施的过程中形成了自然合理的发展途径。如图2所示，博物馆文化创意产品研发的定位和出发点依次为研究历史文化信息、依据藏品属性进行主题定位和创意研发，在源体和科研成果的美学元素中汲取文创产品研发

发的灵感和力量，运用艺术的设计手段和科学的生产技术创造出具有博物馆藏品属性的文化创意产品。显而易见，博物馆文创产品的研发势必走艺术途径是符合博物馆事业发展客观规律的。

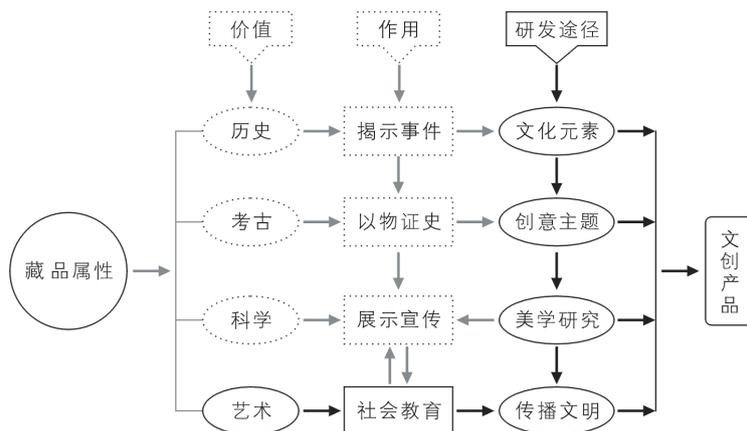


图2 藏品属性作用于文创产品研发途径示意图

藏品承载的历史文化信息是创意研发文创产品的基本文化元素。研发人员需要准确定位创意主题和研究对象，科学合理规划出开发文化创意产品的研发步骤，准确提炼出可应用于文创产品的设计元素，必须深入研究藏品属性。藏品不仅是博物馆科研成果，也是文化创意产品的物质基础和实

物依据，更是产品能够呈现出历史文化价值的关键要素，也是具备博物馆专业特色的宣传物品，创造出博物馆的社会服务价值和经济价值双重性能。

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.