
加强“四位一体”的博物馆 传播利用体系建设

陆建松¹

（复旦大学 文物与博物馆学系 上海 200433）

【摘要】：从收藏、研究、阐释到传播利用，四者构成了博物馆文物传播利用的完整体系，即“四位一体”。其中，收藏、研究和阐释是传播利用的基础，而传播利用则是收藏、研究和阐释的目的，即“前后贯通”。我国博物馆文物合理利用不足、文物不能“活起来”，究其原因是收藏、研究和阐释的基础薄弱，收藏、研究、阐释与传播利用结合度不够，未能对传播利用构成强有力的支撑。因此，想要文物真正“活起来”，不能仅仅依靠传播利用端，而必须依靠整个体系的力量，加强博物馆传播利用体系建设，即以传播利用这一“结果”为导向，加强从收藏、研究、阐释到传播利用这一“过程”的建设，构建“四位一体、前后贯通”的博物馆传播利用体系。这既是一个认识问题，更是一个实践问题。

【关键词】：博物馆 传播利用体系 四位一体 收藏 研究 阐释 传播利用

【中图分类号】：G260 **【文献标识码】**：A

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视文物“见证历史、以史鉴今、启迪后人”的重要作用，多次强调要大力推进文物合理利用，创新文物价值传播推广体系，让文物“活起来”，广泛传播文物蕴含的文化精髓和时代价值，更好构筑中国精神、中国价值、中国力量^[1]。

博物馆不仅承担文物保管和研究的责任，更负有让文物“活起来”的重要使命。在过去的七八年里，我国博物馆在让文物“活起来”方面作了大量积极探索和大胆实践，但毋庸讳言，我国大多数博物馆仍然存在文物合理利用不足、文物不能“活起来”的问题，究其原因我国博物馆缺乏文物价值传播利用体系的有力支撑。收藏、研究和阐释是博物馆文物传播利用的基础，因此，想要让文物真正“活起来”，不能仅仅依靠“传播利用”端，而必须依靠整个体系的力量，即形成收藏、研究、阐释和传播利用“四位一体、前后贯通”的文物价值传播利用体系。

一、博物馆收藏、研究、阐释和传播利用四者关系

一般来说，博物馆具有收藏、研究、阐释和传播利用等基本职能。要厘清四者的相互关系，首先要了解博物馆是一个怎样的机构。对博物馆机构性质与使命的认识，是认识和处理四者相互关系的前提。

2007 年国际博物馆协会（ICOM）全体代表大会将博物馆定义修改为：“博物馆是一个为社会及其发展服务的、向公众开放的非营利性常设机构，为教育、研究、欣赏的目的征集、保护、研究、传播并展出人类及人类环境的物质及非物质遗产”。其中，将“教育”作为博物馆的重要功能^[2]。这表明博物馆虽然具有收藏和研究的功能，但它归根结底是一个社会教育机构，其首要使

作者简介：陆建松（1962—），男，复旦大学文物与博物馆学系主任、教授、博士研究生导师，主要研究方向：博物馆学。

命是知识传播和公共教育。从这一意义上讲，现代博物馆是一个出于公共教育和利用的目的，通过对人类及其环境的物质遗产和非物质文化遗产进行搜集、整理、保管、研究和展示，最终实现知识传播的非正规教育机构。

对博物馆内在工作规律的进一步分析结果表明：博物馆的收藏和研究围绕文物标本展开，对文物标本的收藏及其内涵与价值的研究，实质上是一个组织、加工和生产公共知识的过程；阐释和传播利用面向“人”展开，这个过程实质上是传播公共知识的过程。也正因如此，全球最大的博物馆群——美国史密森尼研究院（Smithsonian Institution）的使命是“增长知识，传播知识”^[3]。

博物馆要实现“知识传播和公共教育”的使命，仅仅做好文物标本的收藏和研究是不够的，应进一步将其成果转化为传播利用。知识传播和公共教育才是博物馆经营的主要目标。这就如同企业经营，研发、采购、生产都不是企业经营的最终目的，其最终目的是销售并获得利润。一个博物馆即使收藏丰富、研究水平很高，若不能将收藏和研究成果进一步转化为传播利用，就不能充分实现博物馆知识传播和公共教育的使命，就不是一个真正的博物馆，至少不是一个合格的博物馆。

上述对博物馆性质和使命的理解有助于我们厘清收藏、研究、阐释和传播利用四者的相互关系：四者是一体的，都是博物馆传播利用体系链上的四个链键，缺一不可；收藏、研究和阐释是传播利用的前提和基础，传播利用则是收藏、研究和阐释的目的；文物标本的收藏、研究和阐释要以传播利用为导向，服从和服务于传播利用的需要。

第一，收藏是博物馆业务活动的物质基础。博物馆是国家法定的文物标本收藏机构，根据博物馆的性质与使命，收藏具有历史、艺术和科学价值的文物标本，是博物馆的基本功能。博物馆文物标本的收藏，无论是来自考古发掘和社会征集，还是民族学调查征集和自然标本采集，首先是为了满足研究和传播利用的需要，其次是为了尽可能永续保存。收藏是博物馆一切业务活动的物质基础，没有文物标本的收藏，博物馆的研究、阐释和传播利用都无法开展；收藏越丰富完整，就越能为博物馆传播利用提供强大的展品支撑。

第二，研究是博物馆传播利用的前提。作为知识文化形态的社会教育机构，研究贯穿于博物馆业务工作的全过程，包括文物标本的搜集研究、保护研究、价值研究和传播利用研究等，其中，文物标本的内涵和价值研究是博物馆研究的主要内容。文物标本的研究旨在揭示其蕴含的历史、艺术和科学价值，进而为博物馆传播利用——展教项目、图书出版、影视动画、文化产品等奠定学术研究基础，最终服务于博物馆知识传播和公共教育的使命。没有扎实的文物研究成果支撑，博物馆就难以做好文物内涵与价值的传播利用。

第三，阐释是博物馆传播利用的关键。如果说文物研究是以物为中心的基础研究，那么阐释则是以故事为核心、面向传播利用的策划研究。美国国家阐释协会（National Association of Interpretation）将“阐释”（interpretation）定义为“一种既能激发观众兴趣又能解释资源意义的情感与思想的交流过程”^[4]。这里所谓的“阐释”，是指博物馆出于知识传播和公共教育的目的，将文物标本内涵和价值研究成果通俗化、科普化和大众化，转化为公众看得懂、喜欢看的文化产品和服务，即博物馆各种文物传播利用方式的内容策划与演绎，例如展览、教育项目、纪录片、动画、图书等的内容策划与编剧。阐释是文物研究成果与博物馆传播利用手段之间的重要衔接，涉及专业化向大众化的转化，“内容为王”。从中国博物馆的现实情况看，做好文物故事的内容阐释是解决文物传播利用的核心问题，是发挥博物馆传播利用的关键所在。

第四，传播利用是博物馆经营的目的。对文物标本的收藏、研究和阐释，归根结底是为了传播利用，旨在对观众进行知识传播和公共教育，发挥文物“以史育人”的作用，这是博物馆经营的目的。博物馆传播利用的传统手段主要有陈列展览、教育项目、纪录片和图书等。随着信息技术和数字媒体技术的兴起和日益普及，网络平台与数字媒体，例如微信、微博、网站以及动画游戏、虚拟现实（virtual reality, VR）、增强现实（augmented reality, AR）、幻象成像数、情景交互数字媒体等，已被广泛地运用于历史博物馆、科技馆、自然历史馆、纪念馆等主题内容阐释机构的传播中，成为文博机构传播利用不可缺少的组成部分。传播利用是博物馆经营的出口，能否利用合适的传播方式做好文物内涵与价值的传播，事关博物馆使命的达成与经营目标的实

现。

从以上博物馆收藏、研究、阐释和传播利用四者的相互关系看，博物馆要推进文物价值的传播利用，不能仅仅依靠传播利用这一个环节，而应发挥收藏、研究、阐释和传播利用四者的合力，并形成“四位一体、前后贯通”的文物传播利用体系：首先要加强博物馆藏品科学体系建设，为文物传播利用奠定坚实的物质基础；其次要提高博物馆学术研究水平，为文物的传播利用提供扎实的学术支撑；再次要加强博物馆阐释能力建设，为研究成果转化为传播利用提供有力保障；最后要开拓和创新文物传播利用的平台和方式，广泛传播文物的内涵与价值。

二、博物馆收藏、研究、阐释和传播利用存在的问题

我国博物馆文物合理利用不足、文物不能“活起来”，追根溯源是因为目前我国博物馆收藏、研究和阐释的基础薄弱，而且收藏、研究、阐释与传播利用结合度不够，未能对传播利用构成强有力的支撑。

（一）博物馆收藏存在的问题

长期以来，由于我国博物馆普遍不重视收藏体系建设，更未能有意识地根据传播利用的需求开展收藏，导致我国博物馆藏品体系普遍薄弱，不系统、不完整和不丰富，难以有效支撑其研究和传播利用功能。以地方历史博物馆为例，其收藏存在的问题包括四方面：

一是藏品数量少，县级博物馆平均只有几千件文物，地市级博物馆平均只有几万件文物。

二是藏品品类单调、同质化严重，多为青铜器、陶瓷器、铜器、钱币、玉器和书画等。

三是藏品体系不科学、不完整，或与地域历史文化关联度不够，或不成体系。

四是考古发掘重器物、轻遗迹，考古信息采集不完整、不系统，地层、器物残片、建筑遗址、动物和人类遗骸等往往被忽视。藏品是博物馆研究和传播利用的物质基础，没有完整、系统和丰富的藏品体系，必然严重影响博物馆的传播利用。

（二）博物馆研究存在的问题

文物研究旨在以物释史、证史和说史。但一直以来，我国博物馆的文物研究往往与传播利用脱节，多停留在传统器物学和考古学范畴，远未达到透物见人、见事、见生活的高度，难以对传播利用构成强有力的学术支撑^[5]。

以历史类博物馆为例，一是文物研究多为对时代、名称、尺寸、分类、造型、工艺等的简单描述和阐释，而对文物反映的历史文化现象的揭示尚不充分。如此，只能向观众呈现一种器物形态，而无法生动地讲述文物反映的历史文化故事。

二是考古研究普遍薄弱，多数只是“用类型学和地层学方法对出土材料进行时空安排”^[6]，仅对考古遗址及其出土物的区系、类型、分期等作初步研究，未能透物见史，对考古遗址的人地关系、生产方式和经济形态、社会结构和社会关系以及人类意识形态、宗教信仰等进行系统深入的研究。如此，只能向观众呈现考古遗址的时空框架以及出土物的分期、分类，无法生动地讲述这一遗址的人地关系和人的活动，导致观众看不懂、不喜欢看。

（三）博物馆阐释存在的问题

虽然我国历史悠久、文化博大精深、文物积淀丰厚，不缺乏精美的文物和生动的文物故事，但我国博物馆普遍缺乏讲好文物故事的能力，不擅长对文物进行人文阐释，不善于利用文物串联大背景和故事，未能将文物资源成功转化为人民群众喜欢的精神文化产品，所策划的展教项目难以激发观众的兴趣。

不论是博物馆展览及其教育活动，还是图书、文创、影视、动漫、纪录片以及其他媒体，其内容策划与编剧大多学究气重、通俗性不足，观众看不懂或看得很累；或平铺直叙，缺乏故事性和情节性，难以吸引和感动观众；或观赏性、趣味性和体验性不强，难以激发或保持观众的兴趣；或知识性和思想性不足，观众觉得没有收获或留不下深刻印象。究其原因，是我国博物馆一直不重视文物研究成果的阐释转化，也普遍缺乏内容策划与编剧的能力。

（四）博物馆传播利用存在的问题

近年来，我国博物馆在创新和开拓传播利用的手段和方式方面作了大量积极的探索，传播利用手段和表现形式日趋多样，如探索综艺节目和纪录片，开设微信、微博、网站等社交传播平台，运用数字化技术融合线上线下传播方式，广泛应用舞美、声光电、新媒体等新技术、新工艺等。但无论是传统媒体还是新兴媒体的运用，依然缺乏创新，未有重大突破，难以吸引和感动观众。

展览和教育项目等传统传播利用方式虽有数量、观众量等量的增长，但无质的显著提高，多为形式大于内容的无效传播或低能传播。展览追求声、光、电和新媒体等技术秀，或只关注文物的造型、装饰、色彩等美不美观，未能有效传播文物蕴含的文化精髓和时代价值。微信、微博、网站等社交传播平台虽有一定的访问量，但缺乏观众喜闻乐见的文化产品和服务。动画、游戏、视频等新媒体传播利用方式多为自娱自乐的技术秀或一厢情愿的自说自话，未能提供融知识性、趣味性、观赏性和体验性于一体的文化产品。

综上所述，目前我国博物馆传播利用体系各个环节都存在问题：收藏对研究和传播利用支撑不力，研究与传播利用脱节，研究成果又难以有效转化为传播利用，而传播利用方式又没有重大突破。在这种情况下，想要让文物“活起来”并有效传播文物蕴含的价值，显然是不可能的。

三、加强“四位一体”的博物馆传播利用体系建设

要让文物“活起来”，广泛传播文物蕴含的价值，不能单单依赖博物馆传播利用这一环节，必须以传播利用这一“结果”为导向，强化从收藏、研究、阐释到传播利用这一“过程”建设，加强收藏、研究、阐释和传播利用“四位一体、前后贯通”的博物馆传播利用体系建设。

（一）以传播利用为导向强化博物馆收藏体系建设

要强化收藏体系对传播利用的支撑，关键是要以使命和传播利用为导向构建完整、系统和科学的藏品体系。

一要以本馆使命为导向构建完整、系统的藏品体系。“使命”是指一个博物馆存在的目的和理由。使命是博物馆运营的最高宪章，它不仅规定了一个博物馆不同于其他馆的社会责任和办馆宗旨，也规定了该博物馆的经营目标和收藏边界。对于某个博物馆来说，其收藏不可能包罗万象，什么该收藏、什么不该收藏，必须从本馆使命出发。

如浙江绍兴博物馆、湖州市博物馆和江苏淮安市博物馆这类地方历史博物馆，其主要使命是展示和反映本地域的人地关系及其自古以来人类的生产和生活和文化创造。因此，此类博物馆的收藏对象和范围应该是那些反映本地域范围内与自然环境、传统经济、生产方式、生活方式、历史事件、历史人物、科教文化、风土民俗、宗教活动、民间艺术等有关的文物标本，例如自然标本、生产工具、生活用具、民间工艺品、宗教物品、方志谱牒、碑文题词、匾额楹联、诗词歌赋等，形成与本馆使命相适应

的、不同于其他馆的藏品体系，如此才能对本馆的传播利用构成强有力的支撑，讲好地方历史文化的生动故事。

二是要以传播利用为导向构建科学的藏品体系。收藏不是最终目的，而是为了传播利用。我们今天收藏文物，绝不仅仅是为了保护和研究，而是古为今用，即要透过文物揭示其背后的历史文化，发挥教化和启示作用。为了服务和服从传播利用的需要，博物馆必须构建科学的藏品体系。从宏观来说，是指博物馆要强化藏品科学体系建设，例如地方历史博物馆应全面、系统地收藏反映本地自然环境、历代政治经济和文化等方面的文物标本，而不仅仅是青铜器、陶瓷器、铜器、钱币、玉器和书画等。

从微观来说，是指博物馆要收藏完整科学的藏品，不能只收藏文物标本本体，还应包括其背景或环境资料。为了说明问题，以蝴蝶标本收藏为例，不仅要收藏蝴蝶的成虫，也要收藏蝴蝶生命形态的另外三个阶段——受精卵、幼虫和蛹。

再如浙江桐乡良渚文化晚期新地里遗址和姚家山遗址的考古文物的采集与收藏，这两个遗址同属一个时空环境，前者发现140座平民墓，后者发现7座高等级墓，其完整科学的收藏除了出土器物外，还应包括贵族墓和平民墓（含尺寸大小）、贵族墓二层台信息（平民墓无）、贵族墓棺椁痕迹（平民墓无）、贵族墓和平民墓随葬品（多少、优劣）等^[7]，这样才能直观生动地讲述文物背后的故事：良渚文化晚期低等级墓地和高等级墓地并存，说明良渚文化晚期社会阶层已经分化。总之，藏品收藏体系越完整和系统，就越能对博物馆传播利用构成有力的支撑。

（二）以传播利用为导向强化博物馆的学术研究

博物馆学术研究的首要目的是服务传播利用的需要。为了强化学术研究对传播利用的支撑，博物馆必须打通学术研究与传播利用的隔阂，以传播利用为导向，一方面要强化自身对文物内涵和价值的挖掘研究，另一方面要加强对其他研究机构相关学术成果的搜集与梳理。

一要强化对文物内涵与价值挖掘研究。针对我国博物馆文物内涵与价值挖掘研究普遍不足的现状，文物研究要跳出传统器物学、文物学和考古学的窠臼，深入挖掘文物蕴含的丰富历史文化信息，揭示其反映的历史文化现象，达到透物见人、见事、见生活、见智慧和见精神。例如对商周青铜器的研究，不能停留在分期、分类的研究，不能只是时代、名称、尺寸、分类、造型和工艺等的描述研究，而要透物见史，通过对商周青铜器的人文解读，揭示其反映的商周王朝礼仪等级制度。

再如对良渚玉器的研究，良渚玉器不仅体现了鲜明的艺术水准，更与原始宗教、礼乐文明、国家文明有关，象征神权、王权和军权。因此，研究不能停留在玉器艺术的层面，更要揭示其反映的核心思想——“权力与信仰”。

对考古遗址的发掘研究，不能停留在分期、分类或时空框架层面的研究，更要通过对遗址古地理、地层、器物及其残片、建筑遗迹、动物和人类遗骸、农作物颗粒和淀粉等完整信息的采集和多学科融合研究，揭示遗址的自然条件、人的生产和生活、社会关系和宗教信仰等。

二要加强对其他研究机构相关学术成果的搜集与梳理。与其他科研机构不同，博物馆研究的主要任务是通过考古研究所、高校等相关研究学术成果的搜集和梳理，将其转化为展教等传播利用的需要，这类似于图书情报机构的梳理性研究。

以地方历史博物馆为例，其主要任务是全面系统搜集和梳理有关本地自然环境、历史文化等方面的研究成果，包括：自然类，如矿产资源、动植物资源、物产、生态资源等；历史类，如地方历史沿革、政治变革、历史事件、历史人物等；经济类，如地方农业、水利、手工业、生产活动、商品经济等；文教类，如宗教、民间文化、民间艺术、民间文学、工艺、戏曲、教育等；风俗类，如饮食、丧葬、节庆、时令、信仰、服饰、游艺等，并结合博物馆自身的文物收藏和研究，将其转化为传播利用的有力支撑。

（三）以传播利用为导向强化研究成果向传播利用转化

文物考古和历史学研究属于专业范畴，其采用的学术话语体系——概念、术语、理论、方法和表述，对普通观众来说往往深奥难懂，这也正是观众认为我国博物馆大部分展教项目看不懂、不好看和无趣味的重要原因。为了让观众看懂、感兴趣，博物馆需要把学术的话语体系转化为大众的话语体系，即通过通俗化、简明化、知识化和趣味化的转换，将文物考古研究成果转化为科普知识。

这是一项基于传播学和教育学意义的二度改编和创作，其关键是文物故事内容的策划与编剧。例如 2010 年英国大英博物馆（The British Museum）与英国广播公司（BBC）合作策划的广播项目——用 100 件文物讲述从两百万年前到今天的世界历史，集中体现了博物馆希望传达的“透物见史”理念^[8]。

由于这个项目及其内容策划编剧的优秀与用心，创下 1100 万人同时收听的记录；大英博物馆还与企鹅出版社合作出版了《大英博物馆世界简史》（A History of the World in 100 Objects）一书，掀起了一阵狂热。近年我国博物馆与传媒界和艺术界共同策划的《国家宝藏》《唐宫夜宴》和《只此青绿》等综艺和舞蹈节目，之所以能“破圈”受到观众追捧，关键是巧妙的策划与编剧^[9]。

文物故事的内容策划与编剧是促使研究成果成功转化为传播利用的关键。针对我国博物馆内容策划与编剧普遍薄弱的短板，必须大量提高内容策划与编剧水平。

一要加强内容策划与编剧的组织和人才保障。设置专门的研究成果转化部或内容策划与编剧部，并建立一支擅长适应全媒体传播时代的文物传播利用的内容策划与编剧队伍。

二要构建全馆共同参与内容生产的新模式。通过建立以传播利用为导向的激励机制，鼓励收藏人员、研究人员、展教人员和公共服务人员共同参与各种博物馆传播利用方式的内容生产。

三要将博物馆单一生产内容的模式转化为社会参与共同生产内容的模式。树立开放、合作和共享意识，基于博物馆资源，借助社会相关机构和企业的生产优势，例如教育机构、电视台、出版社、文化传播公司、数字媒体公司、社交平台等，共同策划、开发各种原创性传播利用项目。

（四）以文物价值传播为导向创新博物馆传播利用方式

传播利用不仅是“四位一体”博物馆价值传播利用体系的“出口”，也是关键的、困难的“最后一公里”。为了打通这“最后一公里”，博物馆必须针对目前传播利用手段存在的不足，努力开拓和创新传播利用的方式，推行全媒体推广传播，既要用好传统媒体，更要用好新媒体。

一要用好传统媒体。陈列展览、拓展性教育项目、广播电视和图书出版等传统传播媒介，是博物馆发挥传播教育作用的主要手段，是满足公众精神文化需求的重要途径。

首先要不断创新常设展览的形式和手段。通过合理和巧妙地运用新技术、新工艺和新载体，将展览主题和内容的丰富性与展示方式的多样化、现代化有机结合起来，将展览主题和内容的厚重写实与展示艺术的轻灵活泼有机结合起来，做到内容与形式完美统一，实现知识性、时代性与趣味性、观赏性的有机统一，使展览更具吸引力和感染力。

其次要举办丰富多彩的特展。通过充分挖掘馆藏资源和利用馆际资源，主动结合时政、社会热点、学术研究前沿等，多举办

丰富多彩的特展，不断吸引公众更频繁地参观博物馆，满足公众不断增长的多样化和多层次的需求。例如由广西民族大学、中国民族博物馆和广西中华民族共同体意识研究院共同举办的“何以中华：一百件文物中的中华民族共同体历史记忆”展^[1]以及各地博物馆举办的建党百年展、抗疫展等。

再次要围绕展览、收藏和研究开展丰富多彩的拓展性教育活动。通过策划和实施一系列延伸教育活动，例如示范表演、探索活动、动手做、专题讲座、视听欣赏、研习活动、知识竞赛、文化旅游、学术讨论会、图书出版、纪录片等，让博物馆热闹起来、活跃起来，使博物馆真正成为观众热爱的文化休闲中心和学习中心。

二要用好新媒体。随着物联网、大数据、云计算、人工智能等信息技术的日益普及，各种新媒体已被广泛地运用到博物馆、科技馆、遗址公园以及游客中心等主题内容传播机构，以营造全新的观众参观体验。如今，新媒体已成为博物馆传播利用中不可缺少的组成部分，而且发挥越来越强大的作用。

因此，博物馆要适应新媒体时代公众学习习惯和文化消费方式的变化，探索利用虚拟现实、增强现实、三维全景和数字导览等新媒体技术的优势，促进文物传播利用方式的融合创新，推动文物内涵与价值传播的知识化、通俗化、趣味化、体验化、文娛化、网感化和视频化，给观众丰富多彩的沉浸式互动体验，激发观众的参观兴趣和主动探索学习。

同时，要探索利用 5G 数据通信、三维全景等技术，强化博物馆网站、微博和微信社交平台的宣传推广和传播利用。一方面为观众持续不断地推送和更新博物馆的服务信息，提供实时探索的全景 360° 图像博物馆虚拟旅行，增强这些博物馆社交平台的关注度、点击量和粉丝量，扩大博物馆的知晓度和知名度，吸引更多观众走进博物馆。

另一方面为观众提供丰富多彩的融知识性、趣味性、观赏性、体验性和交互性于一体的文化产品和服务。例如云展览、云教育项目、数字文创产品以及可供大众检索、下载和使用的各类藏品资源等，让博物馆传播利用和远程教育从馆内延伸至馆外，扩大博物馆的使用对象，培养博物馆的忠实拥趸，使这些资源真正成为博物馆广泛传播文物文化精髓和时代价值的重要科普平台。

此外，在创新传播利用的方式方面，博物馆还可以利用文物资源推动文教合作和文旅融合，打造青少年教育实践基地，开展研学旅行，让文物融入民众生活等。

四、结论

从收藏、研究、阐释到传播利用，四者构成了博物馆传播利用一个完整体系，它们都是博物馆传播利用体系中的重要环节，缺一不可，即“四位一体”。收藏、研究和阐释是传播利用的前提和基础，而传播利用则是收藏、研究和阐释的目的，即“前后贯通”。

我国博物馆文物合理利用不足，文物不能“活起来”，不单纯是传播利用端的问题，更是整个文物传播利用体系的问题。因此，要让文物“活起来”，广泛传播文物蕴含的内涵与价值，我国博物馆必须以传播利用这一“结果”为导向，加强从收藏、研究、阐释到传播利用这一“过程”的建设，加强收藏、研究、阐释和传播利用“四位一体、前后贯通”的博物馆传播利用体系建设。

参考文献:

[1]例如，2013 年 12 月 30 日，习近平总书记在主持中共中央政治局第十二次集体学习时提出：“要系统梳理传统文化资源，让收藏在故宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。”2014 年 2 月 25 日，习近平总书记在首都博物馆参观北京历史文化展览时强调：“搞历史博物展览，为的是见证历史、以史鉴今、启迪后人；要在展览的同时高度重

视修史修志，让文物说话、把历史智慧告诉人们，激发我们的民族自豪感和自信心，坚定全体人民振兴中华、实现中国梦的信心和决心。”2014年3月27日，习近平总书记在联合国教科文组织（UNESCO）总部演讲时说：“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，让中华文明同世界各国人民创造的丰富多彩的文明一道，为人类提供正确的精神指引和强大的精神动力。”2021年11月24日，中央全面深化改革委员会第二十二次会议审议通过了《关于让文物活起来、扩大中华文化国际影响力的实施意见》：“要加强文物保护利用和文化遗产保护传承，提高文物研究阐释和展示传播水平，让文物真正活起来，成为加强社会主义精神文明建设的深厚滋养，成为扩大中华文化国际影响力的重要名片。”

[2]2007年国际博物馆协会（ICOM）通过的英文版博物馆定义为：A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment. [EB/OL] [2022-04-08] <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>

[3]Mission: The Increase and Diffusion of Knowledge. [EB/OL] [2022-04-08] https://www.si.edu/search?edan_q=Smithsonian%2Bmission&

[4]Lisa Brochu. Interpretative Planning: The 5-M Model for Successful Planning Projects. Interp Press, 2003: 2.

[5]陆建松：《如何讲好中国文物的故事——论中国文物故事传播体系建设》，《东南文化》2018年第6期。

[6]陈淳：《范式变化与考古学文化概念的发展》，《中国社会科学》2021年第9期。

[7]同[5]。

[8]杨春：《“大英博物馆100件文物中的世界史”：一场“全球化”展览》，[EB/OL] [2017-03-23] [2022-04-08] <http://www.rmzxb.com.cn/c/2017-03-23/1434117.shtml>.

[9]a. 《国家宝藏》是由中央广播电视总台、央视纪录国际传媒有限公司与全国主要博物馆合作制作的文博探索节目，通过对一件件文物的梳理与总结，演绎文物背后的故事与历史，让更多观众走进博物馆，在懂得如何欣赏文物之美的同时，也了解文物所承载的文明和中华文化延续的精神内核，唤起大众对文物保护、文明守护的重视。《央视联手九大博物馆〈国家宝藏〉要让国宝文物“活起来”》，[EB/OL] [2017-08-23] [2022-04-08] http://news.cyol.com/content/2017-08/23/content_16422538.htm. b. 《唐宫夜宴》是郑州歌舞剧院创作的舞蹈作品，创作灵感来自1959年河南安阳张盛墓出土的“隋代乐舞俑”。作品讲述唐高宗李治和武后在洛阳上阳宫设宴，一群体态丰腴的乐伎在赴宴表演的途中发生的趣事。《〈唐宫夜宴〉舞翩跹从传统画卷中奏出的文化强音》，[EB/OL] [2021-02-16] [2022-04-08] <http://ent.people.com.cn/GB/n1/2021/0216/c1012-32029947.html>. c. 《只此青绿》是由故宫博物院、中国东方演艺集团有限公司、人民网股份有限公司共同出品的舞蹈诗剧，通过“展卷”“问篆”“唱丝”“寻石”“习笔”“淬墨”“入画”七个篇章，讲述了一位青年研究员“穿越”回北宋，以“展卷人”视角“窥”见画家王希孟创作《千里江山图》的故事，是“一次文博与艺术的连线、一次艺术与传媒的互鉴”。《“只此青绿”写入〈新时代的中国青年〉白皮书》，[EB/OL] [2022-04-21] [2022-04-22] <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1730703883597519130&wfr=spider&ffo=pc>.

[10]“何以中华：一百件文物中的中华民族共同体历史记忆”特展由中国民族博物馆、广西民族大学和广西中华民族共同体意识研究院共同策划，从博物馆传播角度构筑了一个关于中华民族形成发展史较为完整且系统的展示性文本，揭示了中华民族孕育和起源、中华民族的自在发展、中华民族自觉实体形成的完整历史过程。《“何以中华——一百件文物中的中华民族共同

体历史记忆”开展》，[EB/OL][2022-04-08]https://www.cnmuseum.com/page_show.aspx?id=2324.