

浅析博物馆文创产品中的教育功能体现

范博凯

吉林省松原市博物馆

[摘要]博物馆的教育功能作为博物馆的功能之一,体现在博物馆发展的各个层面。而博物馆文创产品对于社会公众的教育影响力在一定程度上具有直观性、广泛性、实践性等特点。博物馆文创产品的开发与博物馆教育功能的融合,不仅可以寓教于乐的表现方式将博物馆的历史文化内涵传递给社会公众,也对促进博物馆自身发展和提升社会公众的文化自信意识具有促进作用。

[关键词]博物馆教育;文创产品;社会公众

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2020.03.378

引言

近年来,我国社会公众生活水平的提高、物质精神文化的丰富、国家政策支持等多方面因素的发展,皆为博物馆的自身建设奠定了坚实基础,使博物馆和社会公众对于博物馆的教育功能发挥愈加重视。博物馆教育本质上是一种非强制性教育,主要通过陈列展览、社会教育活动和文创产品开发等形式展开,其不仅可以为社会公众提供具有真实性、科学性、直观性的学习资料,同时也可以保障社会公众免受时间、空间、学科等相关条件的限制,是一种社会辐射范围较广,包容性较强的历史文化普及方式。

一、博物馆教育相关概述

(一) 博物馆教育概况

博物馆第一重要的是教育,事实上教育已经成为博物馆服务的基石。现有教育方式常见以学校教育、家庭教育和社区教育为主要类型。博物馆教育作为社会教育的一种形式,在对于社会公众,尤其是青少年儿童群体的思想道德、创新实践、意识形态等素质教育皆具有终身性、独特性和全民性的优势。对社会公众的终身学习和发展具有不可替代的功能和作用。同时,博物馆在贯彻教育功能的过程中,也以强化与其他社会教育设施协作的方式,充分发挥博物馆自身特色优势,促进博物馆教育功能的深度实现。

(二) 博物馆教育功能体现

1. 陈列展览

博物馆陈列展览是以本馆馆藏资源和学术研究成果为基础,以知识传播和教育传授为目的,面向社会公众展示的陈列艺术形象。其核心特征是知识性和教育性、科学性和真实性、观赏性和趣味性^[1]。

2. 社教活动

博物馆教育是我国进行素质教育的途径之一。2020年,教育部、国家文物局联合印发《关于利用博物馆资源开展中小学教育活动的意见》,《意见》中指出:“要着力推动博物馆教育资源开发应用。强调要精心设计博物馆教育内容,经常性组织开展参与面广、实践性强的展示教育活动。要开发博物馆系列活动课程,结合中小学生学习认知规律和学校教育教学需要,充分挖掘博物馆资源,研究开发自然类、历史类、科技类等系列活动课程”。

3. 文创产品

文创产品是文化创意产业在微观层面的一种具体承载形式,是通过创造性思维将文化元素融入产品设计,兼顾实用

功能与审美功能的表达。而博物馆文创产品则是以文化创意产业为组织基础,根据博物馆自身历史背景、文化特征、价值内涵等因素为设计基础,加之现代化创新手段所呈现出的具有本馆特色的创意衍生品。博物馆文创设计将馆藏相关文化内容、文化知识和文化导向,通过消费购买行为转移至消费者,从而成为消费者体验博物馆文化的窗口,也因此成为博物馆教育的重要途径^[2]。

二、博物馆文创产品中的教育体现

(一) 博物馆文创产品发展

博物馆文创产品的发展大致经历了由初级的文化旅游纪念品向具有创新性的文化创意产品转变阶段。

1. 旅游纪念品

博物馆旅游纪念品可视为博物馆进行博物馆文创产品开发的初级发展阶段,表现形式相对单一,多是对本馆馆藏资源形制,即造型、纹饰、色彩等特征的直接应用,通过对馆藏资源形制的等比缩放和馆藏资源形制的整体应用为主要开发模式。虽在一定程度上表现出博物馆历史文化和馆藏资源特性,但缺乏一定的创新性,未能最大化实现对其的创新加工,仅体现出博物馆旅游纪念品的纪念价值,对于博物馆自身文化价值、社会价值和时代价值的发挥作用较小,对于社会公众的吸引力也较弱。

2. 文化创意产品

文化创意产品是指具有文化内涵的创新性的产品,其核心要义是对文化内容进行创新性转化。随着国家政策支持及文化产业的不断发展,博物馆文创产品的设计理念和表现方式也不断进步。出现以台北故宫博物院、北京故宫博物院、中国国家博物馆等为代表的大型综合类博物馆,开始重视文创产品的创意性开发的态势。现阶段的博物馆文创产品多着重体现其所蕴含的文化价值和时代价值。通过对美学理论基础的应用和专业设计团队的选择,开发出具有创新性能、实用性能、美观性能和部分具有教育性能的博物馆文创产品。

(二) 基于教育功能的博物馆文创产品类型

基于博物馆教育功能的博物馆文创产品具有多种类型,大致可分为实物类文创产品和非实物类文创产品两类。

1. 实物文创产品

实物类文创产品包括益智玩具类、出版图书类、生活用品类等多种形式。实物文创产品可视为广义意义上的文创产品,是博物馆文创产品的通用展现形式,我国博物馆推出的文创产品基本以实物文创产品为表现形式。由此,教育功能

下的文创产品也多以实物的形式展现。

2. 虚拟文创产品

虚拟文创产品即非实物类文创产品，非实物类文创产品包括影视影音类、网络游戏类、体验活动类等几种表现形式。虚拟文创产品多为大中型博物馆所开发，同时，随着科学技术的发展及在博物馆发展中的应用，部分博物馆以馆藏文物资源为主体，推出数字藏品，社会公众可依据自身需求至指定平台购买，并拥有终身使用权限。

（三）基于博物馆文创产品的教育功能体现

博物馆的教育功能在文创产品表现形式中的体现可分为两大类，第一类为直观性的博物馆文创产品，另一类为具有潜在意义的文创产品。直观性的文创产品即通过文创产品的外部包装文字、图样、形态等特征直观了解该文创产品开发时所基于的馆藏资源及历史文化背景，以文字的形式直观展现给社会公众，从而实现以博物馆文创产品为介质，对于社会公众进行历史文化知识传播的教育目的，具有内涵性的文创产品。

1. 叙述性

基于教育功能的文创产品叙述性体现于以下几个方面：

第一，博物馆文创产品包装外部或内部说明所印刷的基于博物馆文创产品开发过程中应用的博物馆馆藏资源信息，包括馆藏资源历史年代、形制、纹饰、用途等相关文化知识的简介。是博物馆进行文创产品教育功能发挥时常选用的一种传播形式。

第二，以书籍文字的形式进行展现。为直观叙述历史是博物馆教育功能发挥的最直接方式。

第一类为学术书籍。通常以博物馆所在地区的历史学术研究成果为主要内容。如陕西历史博物馆出版刊物《陕西古代文明》、《陕西历史博物馆十大博物馆精萃丛书》等。

第二类为彩画绘本类书籍。适用于儿童群体的立体绘本图书，如敦煌研究院出品的《九色鹿立体图书》，书中插画采用立体模式进行呈现，图文并茂且具有故事性的特征符合青少年儿童的心理和生理年龄发展特点，充分发挥教育功能。

第三类为实用类书籍。通常采用图片与文字相结合的方式，以日历的形式展现。如北京故宫博物院出品的《故宫日历》、中国国家博物馆出品的《国博日历》等。

叙述性是博物馆教育功能发挥的通用模式，对于后续博物馆文创产品教育功能的发挥具有一定的引导作用和基础性。

2. 实践性

基于教育功能的博物馆文创产品实践性主要是博物馆根据自身文化特色，开发出需要社会公众按照产品说明对该文创产品进行手工实践，从而获得新的产品形态，体验古代文化的过程。实践性在教育功能下的文创产品体现可分以下几类。

第一类为最初应用的产品类型，即以益智拼图、积木等为主要产品。

第二类为盲盒类产品，包括考古发掘盲盒、文物修复盲盒、文物制作工艺体验盲盒等多种类型。

第三类为其他手工制作。

3. 数字化

教育功能体现下的数字化博物馆文创产品属于虚拟类文创产品，多通过互联网信息技术手段，区块链等技术呈现。主要包括影视影音、应用软件、数字藏品等形式。

4. 趣味性

教育功能下的博物馆文创产品趣味性强调社会公众对于博物馆文创产品的娱乐性要求，即在娱乐中感知趣味性，从而获取相关历史文化知识。

三、教育功能在博物馆文创产品中的发挥因素

（一）以学术研究为基础

学术研究成果是教育功能发挥的重要方式和基础。博物馆在文创产品开发过程中所应用的馆藏文物资源并不狭义的指对文物自身的物质存在的应用，博物馆文创产品对于教育功能的发挥，注重教育功能在博物馆文创产品开发中的作用，由此，通过对博物馆馆藏文物资源的制作工艺、材质、纹饰、功能、色彩等历史信息的梳理分析，并结合广大社会公众的审美特点研发的博物馆文创产品既是对博物馆馆藏资源的二次创作，也是将现有学术研究成果和博物馆文创产品开发理念传递给给社会公众的有效途径。

（二）以市场需求为导向

市场需求与消费者需求是互为关联的，因此掌握正确市场价值体系和消费者需求方向是充分发挥博物馆各项功能的基础和前提。精准把握博物馆文创产品市场发展前景，才能获得更为广泛的受众群体，实现教育功能大范围传播的效果。

（三）以最后展厅为目标

“要让博物馆文创商店成为博物馆最后一个展厅，如果说进入展厅观展是在学习，那么之后进入商店看文创产品是在复习”。博物馆就是一所大学，是让文物活起来的重要场所。在现代科学技术不断发展的前提下，陈列展览内容愈加突出特色，陈列展览形式愈加灵动活泼，多类型的互动、高科技的运用丰富了社会公众的观展体验，也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，让更多的社会公众感受历史文化魅力。

（四）以媒体传播为介质

媒体传播具有波及范围广、时效性高、传播速度快等特点，因此新媒体的应用是博物馆文创产品发挥教育功能的有效途径。博物馆文创产品的教育性能发挥多是以媒体传播的形式进行的，如对于博物馆文创产品网络销售渠道、博物馆文创产品上新公告、博物馆文创产品宣传等皆以媒体为基础。

由此，新媒体的应用与传播是扩大博物馆教育功能发挥和传播的重要介质，也是教育功能在博物馆文创产品开发中不可或缺的因素之一。

参考文献

- [1] 陈红京, 秦婷. 论博物馆学教育的名实关系与培养目标[J]. 中国博物馆, 2019(03): 19-23.
- [2] 张尧. 基于博物馆资源的文化创意产品开发设计研究[D]. 苏州大学, 2015.