

新形势下社会力量参与博物馆管理的重要性及路径

黄林

(来凤县文物事业管理局 湖北 恩施 445700)

[摘要]博物馆作为重要的物质、非物质文化保存场所,有独特的功能和历史意义,但博物馆同时也是一种旅游资源,如何在历史地位和现实中把握博物馆的平衡,是目前所需要探讨的主要问题。目前国内大多数人流量较多的博物馆依旧属于传统国营式,没有足够的盈利手段,影响力也不足。本文就新形势下社会力量参与博物馆管理的重要性以及相关方式进行分析,以供参考与借鉴。

[关键词]社会力量;博物馆管理

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.03.083

博物馆内藏有各种历史文化遗产,对人类来说都是宝贵的仓库,用于旅游资源上更是现代绝大多数地区采取的开发模式。在众多历史旅游名城,博物馆已经成了地标性的建筑物,有句谚语说,西方人去哪个城市旅游,首先要去那个城市的博物馆。博物馆可以使城市的形象更加饱满丰富,但要如何促使博物馆在不损害文化遗产安全的前提下,利用市场经济规律,在可持续的前提下引入社会力量进行运作。作为不可复制的旅游资源,利用博物馆自身独特的优势,为地方创造经济优势。

一、新形势下社会力量参与博物馆管理的重要性

在近代物质文明高度发展的条件下,人民的精神富足还有待实现,此时正是博物馆发展的大好机遇。将博物馆与社会力量相融合,能够更好的为人民提供精神娱乐活动。博物馆的非盈利性质使得国家财政每年要大量的拨款,进行日常营运的补贴。但现代博物馆大量出现,除了门票的收入能轻微缓解财政局压力,其余进行的文化产品出售也依旧不能很好的缓解财政压力。让社会力量进行参与明显可以改善目前资金来源单一的状况,为博物馆的经营注入新的动力。

文化遗产的维修和维护、设施的运营维护、编制者的工资支付等需要很大的费用。国内由于市场、资金、技术等原因,大部分博物馆还处于无序的状态下,引进民间资本可以充分的使博物馆在市场竞争的环境下寻找最适合自己的运作方式。不仅可以减少政府对博物馆的财政支出,还能使博物馆的经营更加有序^[1]。

二、新形势下社会力量参与博物馆管理的困境

自20世纪末开始,旅游业就呈现发展蓬勃的态势,激烈的市场竞争要求博物馆必须进入市场当中才能存活,研究如何创新才能吸引更多的游客。但是,博物馆与普通旅游区不同,博物馆在进行经营权及运营模式的变换时,必须考虑多种因素,在符合法律法规的前提下进行操作。

从文化遗产保护的角度来看,大型博物馆内部藏有极高价值的文物藏品,在转交运营时必须考虑到是否会对文物本身产生不利后果,如果要以民营者偷偷展示博物馆藏品、损坏博物馆贵重物品、监守自盗为代价,那么就不能放开社会力量进入。另一方面,社会力量一定程度上还是以盈利为最终目的,在改变博物馆的经营性质上可能会带来一定的“苦难”,包括提高门票价格、追加附加费、进行虚假宣传等。

再次,博物馆私有化将对监管和监督机制造成制度不便,博物馆和一般旅游区具有同质性,但其特性也很明显,其作为旅游资源,同时承担着文化遗产收集、知识传递、科研的综合功能。正是因为博物馆还承担着其他职能,社会力量的介入可能损害其原应有作用,其结果不仅会造成博物馆文化遗产的损失,还会破坏博物馆的精神形象,给社会留下不好的影响^[2]。

三、新形势下社会力量参与博物馆管理的路径

对于博物馆社会力量参与方式的选择,我们可以从国内成功转型的优秀例子上进行取经,例如故宫博物院、兵马俑艺术馆等场所。目前,已经有大量的社会力量进入博物馆,在经营方式和营销手段上进行了努力,在股份制改革后,民营力量能以正当方式进行对博物馆经营的干涉。

就如同四川碧峰峡的经营模式转变来看,将经营权进行转让及进行模式变更时,必须进行仔细地审核,才能保证景区性质基本不变。以接受社会捐赠和广告回馈的经营模式下,博物馆能很好的保持公益的性质,经营模式也能尽可能的保持原有的水平,景区、博物馆能在保留原有职能的情况下开展正常工作,但是这种参与运营的缺点也很明显,只有极少数的企业愿意接受这类合作模式。在目前国内博物馆普遍经营不利的情况下,只有已经具备良好经营管理模式的博物馆,并且在资金上、影响力上有富余的馆才能采用该种办法,这是无法回避的问题^[3]。

目前,国内在博物馆的捐赠及反馈政策上还处于基本空白的状态,在经营权的转让方面,也没有具体的规章制度来约束社会力量。即便如此,在现代,赋予社会力量参与博物馆的经营依然很有必要,其能在广泛的社会领域带动社会大众增加对文物的了解,并借此科普文化知识。要赋予民营者充分的经营权,防止博物馆形象和文化遗产的损失,并充分体现文化的包容性,扩大传统文化的影响力。根据分割经营方式博物馆收藏文化遗产的基本类型、重要性及保存情况,对博物馆进行分割经营一般可分为重点保护区、协调保护区、经营开发区^[4]。

对重点保护区内的文化遗产,禁止任何形式的经营,只用于科学研究和社会教育,协调保护区的文物可以适当有分时条件地经营,经营开发区允许经营者充分行使权利。博物馆所有者和经营者按规定的比例分配利益。博物馆具有文化教育产品和旅游产品的双重属性,社会公益性获得大众满意的同时,其旅游产品的属性也逐渐凸显。博物馆经营的社会力量参与在我国仍处于探索阶段,总体上符合我国博物馆经营状况。同时,在政府主管部门的有力监督下,要慎重吸引外部资金,引进先进的经营和管理方式,为博物馆的经营发展找到合适的道路。

结语

综上所述,社会力量在参与到实际博物馆运营中有可行性,但在经营限制条件上还有待解决。实际运营中博物馆不能像一般的文化娱乐场所一样经营,必须充分的考虑到自身无法逾越的局限性。因此,博物馆在邀请社会力量进入的同时不能过于简单的将复杂问题轻视,必须要慎重细致的考虑到自身特点,才能保证博物馆在引入社会力量后能不丧失原有功能。一般来说,大部分博物馆能通过社会力量的进入改变经营不善的现状,但是必须要对经营范围作出细致的划分,防止损害国家文物财产,经营方式的选择、权利活动的明确定义、合作期间收藏文化遗产的保护职务是博物馆要考虑的重点。

参考文献

- [1] 肖仁杰. 文物博物馆管理中的问题及措施研究[J]. 大众文艺, 2019, 10: 54-55.
- [2] 林娟. 试论如何创新文物博物馆陈列的设计方法[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2019, 23: 142-143.
- [3] 刘丹. 关于山西省文物博物馆信息化工作的几点思考[J]. 文物世界, 2020, 02: 71-73.
- [4] 刘艳锋. 文物博物馆数字化建设现状及发展趋势探讨[J]. 文化产业, 2020, 05: 107-108.