
如何让文物真正“活起来”：问题与建议

How to Bring Cultural Relics to Life: Questions and Solutions

陆建松 Lu Jiansong

复旦大学文物与博物馆学系，上海，200433

内容提要： “让文物活起来”是新时代文物工作遵循的基本理念和主要使命。这不仅是一个理论问题，也是一个实践问题。本文分析了中国文博工作在如何“让文物活起来”方面存在的问题，并在此基础上提出了解决对策和建议：必须坚持正确的文物利用目标导向和价值导向，强化对文物资源价值内涵的挖掘阐释，做好各种文物利用方式的内容编剧，创新文物故事传播的平台和方式。

关键词： 文物 让文物活起来 博物馆

Abstract: "Bring cultural relics to life" is the basic concept and principal mission of the cultural relic work in the new era, which is a practical issue as well as a theoretical one. This article analyzes the problems during the realization of the mission in China's cultural relic and museum cause and puts up with solutions and advice. It is necessary to adhere to the proper target-oriented and value-oriented use of cultural relics, and to strengthen the exploration and interpretation of the value connotation of cultural relic resources. Meanwhile, it is important to design the style of culture relic utilization, and innovate the platforms and methods for the spread of cultural relic stories.

Key Words: Cultural relic; bring culture relics to life; museum

一 “让文物活起来”： 新时期文物工作的主要使命

党的十八大以来，习近平总书记高度重视文物“见证历史、以史鉴今、启迪后人”的重要作用，多次强调“让文物活起来”“让文物说话”。

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，让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里

的文字都活起来^[1]。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^[2]。2014年3月27日，习近平总书记在联合国教科文组织总部演讲时说：“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。”^[3]

为了激活文物的时代价值和当代生命力，充分发挥文物的作用，增强文化自信，必须让各种文物资源活起来。习近平总书记关于“让文物活起来”的讲话，为新时期如何开展文物工作提供了基本遵循。

近些年来，中国文物事业积极响应习近平总书记的号召，在“让文物活起来”方面积极探索，大胆实践，取得了可喜的成绩，突出表现在如下几个方面：

一是各地博物馆积极举办陈列展览活动。陈列展览的题材和内容更加丰富多彩，手段和表现形式日趋多样。2011-2016年，全国文博单位每年举办的展览数量从1.9万个上涨到近2.5万个，增长28.3%^[4]。

二是重展也重教。围绕陈列展览、藏品和研究积极开展拓展性教育活动。2018年全国博物馆举办展览2.6万个，教育活动近26万次，观众达11.26亿人次，分别比上年增长30%、30%和16%^[5]。

三是创新文物传播方式。综艺节目、纪录片、数字动漫、微信、微博、网站、手机App、在线视频等等，例如《国家宝藏》《我在故宫修文物》《如果文物会说话》和网络版《清明上河图》等，受到了观众的欢迎。

四是推进智慧博物馆建设。适应大数据、云计算、人工智能等技术的发展，各地博物馆积极推进智慧博物馆建设，推动文物与观众、展览与教育的结合，为观众创造多层次、多种类的文物体验。

五是全国博物馆积极开发文创产品。通过提炼文物蕴含的中华优秀传统文化基因，积极开发文化创意产品。例如故宫博物院文创产品种类突破1万种，深受民众的喜爱，不仅拉近了与民众的距离，而且传播了文化，满足了民

众的精神文化需求^[6]。

二 “让文物活起来”存在的主要问题

尽管中国文物工作取得了可喜的成绩，但与新时代国家文化发展战略需求相比，与国家文物工作的使命要求相比，与人民群众的精神文化需求相比，中国文物资源的利用效率还比较低，还未达到全面盘活的状态，突出表现在如下几个方面：

（一）文物利用的目标导向还不明确

为什么要让文物活起来，或文物利用要服务和服从什么样的目标？按习近平总书记的说法，为的是“见证历史、以史鉴今、启迪后人”，“把历史智慧告诉人们”，“为人类提供正确的精神指引和强大的精神动力”，“实现‘两个一百年’奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦，需要充分运用中华民族数千年来积累下的伟大智慧”，“中国传统文化博大精深，学习和掌握其中的各种思想精华，对树立正确的世界观、人生观、价值观很有益处”^[7]。按照2017年1月中共中央办公厅、国务院办公厅《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》的要求，就是“迫切需要深化对中华优秀传统文化重要性的认识，进一步增强文化自信和文化自信；迫切需要深入挖掘中华优秀传统文化价值内涵，进一步激发中华优秀传统文化的生机与活力”^[8]。按2018年中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强文物保护利用改革的若干意见》要求，就是要“充分认识利用文物资源对提高国民素质和社会文明程度、推动经济社会发展的重要作用”，“坚持创造性转化、创新性发展。强化国家站位、主动服务大局，加强文物价值的挖掘阐释和传播

利用，让文物活起来，发挥文物资源独特优势，为推动实现中华民族伟大复兴中国梦提供精神力量”^[9]。

显然，今天保护和利用文物，绝不只是为了研究、审美或经济价值，更重要的是为了发挥文物“见证历史、以史鉴今、启迪后人”的作用。透过文物蕴含的中国智慧、中国精神、中国价值和力量，把历史智慧告诉人们，为人们提供正确的精神指引和强大的精神动力，起到教化和启示作用；为治国理政和促进文明交流互鉴服务；为丰富人民群众精神文化生活服务。这就是文物工作的“初心”和使命。

但长期以来，中国文物工作似乎偏离了自己的“初心”和使命，尽管考古发掘和博物馆收藏积累了大量反映中华文明的物证资料，但一直以来，重保护、轻利用，重器物现象描述、轻价值内涵阐释，重学术研究、轻成果转化和文化传播，导致庞大的中华文明物证史料得不到有效传播利用。不论是陈列展览还是其他利用方式，都尚处在低层次利用状态，未能充分发挥文物的教化和启示作用，未能充分起到丰富人民精神文化生活的的作用。大部分博物馆陈列展览只让观众看文物，只讲文物造型、材质、纹饰、工艺、分类和分期等，不讲文物蕴含的历史文化，不透物见人、见事、见生活、见精神，导致观众看不懂，没兴趣看，留不下记忆印象。一言以蔽之，文物利用的目标导向尚不明确、不自觉。

（二）文物研究和利用的核心价值导向不清晰

文物利用旨在传播什么样的核心价值？目标导向决定价值导向，显然文物利用不仅仅为了实现其研究价值、审美价值或经济价值，更重要的是要弘扬中华优秀传统文化，传播中国

智慧、中国精神、中国价值和力量。

众所周知，所谓文物，就是承载于实物之上的文化。郑振铎先生曾指出：“每一个民族文化的特征，最好的表现，便是在各个时代遗留下的古文物、古文书上。”^[10]文物的核心价值不是器物本身，而是文化。

文以载道。文物承载灿烂文明，传承历史文化，维系民族精神。作为人类社会实践活动的遗存，中国五千年文明留下来的任何一件文物或一处遗址，其背后都有丰富的历史文化故事，都承载着中华民族的生存智慧、思想精华、道德精髓和情感价值。例如：“天人合一”的宇宙观；“天下大同”“和而不同”的世界情怀；“以和为贵”“亲仁善邻”“四海之内皆兄弟”“协和万邦”的和平思想；“大国者下流”“大者宜为下”的胸怀；“计利当计天下利”“穷则独善其身，达则兼济天下”的价值观；“天下兴亡，匹夫有责”“精忠报国”“振兴中华”的爱国情怀；以及讲仁爱、守诚信、崇正义、见贤思齐的社会风尚和自强不息、见义勇为、孝老爱亲等中华传统美德。文物是中华民族生生不息、发展壮大的丰厚滋养和文化沃土。

文物研究和利用的目的就是要深入挖掘和阐释文物蕴含的上述内涵与价值，古为今用。但长期以来，我国的文物研究和利用大多停留在传统考古学和器物学的层面，远未做到透物见人、见史、见生活、见精神。

考古发掘研究，普遍重器物、轻遗迹，考古信息采集不完整、不系统；不重视对考古遗址人地关系及其内涵价值的挖掘和阐释，或只有一个资料整理性的考古发掘报告，或研究局限在区系、分期、类型、器物上，较少对考古遗址上人与环境、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、宗教信仰等进行多维的整合研究和系统研究。如此，导致考古发掘研究无法生动地讲述这片遗址上的

人地关系及其中华民族的生存智慧，只是见物不见人。

各地博物馆收藏研究，普遍存在的问题是：藏品量少、品类不丰富、同质化高，多为铜、瓷、陶、玉、书画等，与地方历史文化关联度不大，难以反映地域历史文化发展；文物研究多停留在时代、名称、尺寸、分类、用途、造型、工艺等传统考古学和器物学的研究范畴，缺乏对文物反映的历史文化现象的挖掘、揭示与阐释。由此，导致各地博物馆的文物收藏和研究难以对地方历史文化展示和传播构成有力的支撑，无法生动地讲述这片土地特定的人地关系的故事，只能向观众呈现一种器物形态。

总之，由于文物研究和利用的核心价值导向还不清晰，导致我国文物考古、收藏和研究体系普遍缺乏对文物核心价值的挖掘阐释，难以支撑讲好中国文物故事，难以支撑中华优秀传统文化核心价值的传播。

（三）文物利用的有效办法和手段不多，成效不显著

《关于加强文物保护利用改革的若干意见》指出：“文物合理利用不足、传播传承不够，让文物活起来的方法途径亟需创新；依托文物资源讲好中国故事办法不多，中华文化国际传播能力亟待增强。”“创新文物价值传播推广体系。将文物保护利用常识纳入中小学教育体系和干部教育体系，完善中小学生学习博物馆学习长效机制。实施中华文物全媒体传播计划，发挥政府和市场作用，用好传统媒体和新兴媒体，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。”^[11]

尽管近年来，文博机构积极探索让文物活起来的方式和手段，例如综艺节目、纪录片、

数字动漫、AR和VR技术、微信、微博、网站、手机App、在线视频等，并取得了明显的进步，但无论是内容还是形式，都缺乏创新，特别表现在两个方面：

一是技术和方法应用缺乏创新融合。大多生搬硬套，或简单模仿，或技术做秀，技术与内容融合度不够，成效还不够显著。以数字媒体为例，内容策划和演绎平庸，缺乏故事性、情节性和知识性；互动软件设计和制作粗糙，参与性、体验性、趣味性不强；美术设计和表现形式不够感性，达不到引人入胜的境界；画质不清晰、播放不流畅、音效不自然，缺乏观赏性等。

二是普遍不重视文物故事的策划与编剧。讲好文物的故事是文物“活起来”的关键，而要讲好文物故事，首先要做好文物故事的编剧。博物馆的陈列展览、教育活动、文创、图书、纪录片、综艺、动画游戏、新媒体等无不如此。虽然我们有丰富的文物资源，但我们一直讲不好文物的故事。究其原因，是我们不重视也不擅长文物故事内容的策划与编剧。

总之，依托文物资源讲好中国故事手段还不多，让文物活起来的技术和方法的成效还不够显著。

三 “让文物活起来”的对策建议

为了激活文物的时代价值，让文物真正“活起来”，充分发挥文物的教化和启示作用，发挥文物促进文明交流互鉴以及丰富人民群众精神文化生活服务的作用，文物工作必须明确目标，把准方向，开拓前行。

（一）必须坚持正确的文物利用目标导向

要改变目前文物利用目标导向不清晰的状态

态，按照习近平总书记和党中央的要求，坚持正确的文物利用目标导向，即“文物活起来”为的是“见证历史、以史鉴今、启迪后人”，激发中华优秀传统文化的生机与活力，把历史智慧和启示告诉人们，为我们提供正确的精神指引和强大的精神动力，为治国理政和促进文明交流互鉴服务，起到教化和启示作用。一切文物的利用，无论是陈列展览、教育活动，还是其他的文物利用方式，都必须服务和服从于上述目标导向。

只有当文物的利用遵循了上述目标导向，文物的利用才会脱离目前低层次、低水平的利用状态，才会发挥更大的社会效应和经济效益。例如在世界遗产大运河的展示传播上，我们不能仅仅停留在对大运河历史和概况的简单描述上，而要通过大运河历史之悠久、开凿之艰难、规模之庞大、跨度之宽广、作用和影响力之巨大等角度去反映中国智慧、中国力量、中国精神和中国价值。

（二）必须坚持正确的文物利用的价值导向

要改变目前文物利用价值导向不明确的情况，明确和坚持文物利用的核心价值导向。文物的核心价值不是器物本身，而是文化。文物利用不是仅仅为了实现其研究价值、审美价值或经济价值，更重要的是要透物见人、见史、见精神，传播中国智慧、中国精神和中国价值，特别是中华优秀传统文化的核心思想理念、传统美德和人文精神。因此，一切文物的利用，无论是陈列展览、教育活动，还是其他的文物利用方式，都必须服务和服从于上述核心价值导向。

只有当文物利用遵循了上述价值导向，文物才能真正“见证历史、以史鉴今、启迪后人”，发挥教化和启示作用，发挥促进文明交流互鉴

作用，以及丰富人民群众精神文化生活服务的作用。例如在对外文物展览方面，就不能停留在外方点单、仅仅是器物类的文物展览上，而要从服从和服务于增强国家软实力以及国家外交大局的需要出发，重点策划和组织一批反映中华民族和平和谐的文化理念、辉煌灿烂的文明成就、中华文化多样性、近百年悲壮的近代史、中国基本国情等为传播目的的对外展览，以增强中华文化在世界上的感召力、亲和力和影响力，增进世界人民对中华民族及其文化的了解和认同。

（三）强化对文物资源价值内涵的挖掘阐释

为了让文物“活起来”，讲好文物故事，文物研究必须转变观念，必须跳出传统考古学、器物学和文物学研究的窠臼，以文化传播为导向，加强考古信息采集和多学科阐释研究，加强博物馆藏品科学体系建设及其藏品内涵价值的挖掘和阐释，揭示文物蕴含的中国智慧、中国力量、中国精神和中国价值，达到透物、见人、见事和见精神，为讲好中国文物故事、为各种



图1 青铜礼器



图2 竹木简牍



图3 钱塘江海塘遗址

文物利用方式提供强大的学术支撑。

例如：对商周青铜器的研究和展示（图1），可以从商周王朝礼仪制度（“藏礼于器”）的角度进行解读：

三四千年以前的青铜器，反映商周王朝的礼仪制度。为了维护奴隶制统治秩序，商周统治者制定出一整套完整的礼制，对等级差别做了严格的规定。一些用于祭祀和宴饮的器物，被赋予特殊的意义，成为礼制的体现，这就是所谓“藏礼于器”。

对古代竹木简牍文书的研究和展示（图2），可以从反映古代的典章制度和政府行为规范及操作方式的角度进行解读：

竹木简牍文书反映了古代的典章制度。从很早开始，我国历代统治者就十分重视典章制度的建设。除了《史记》中的“书”和后来各朝正史中的“志”“录”留下了丰富的有关典制的记载外，还有不少典制方面的专书，如《文献通考》《通典》《通志》，以及各种法令、律则、典章、会要、会典等等。

对钱塘江海塘遗址的考古研究和展示（图3），可以从土塘、竹笼木桩塘、柴塘、斜坡式石塘、直立石塘到鱼鳞石塘的演变中去揭示人类的生存智慧，反映人类与水抗争的不屈精神：

钱塘江海塘遗址，从土塘、竹笼木桩塘、柴塘，到斜坡式石塘、直立石塘，再到鱼鳞石塘，不仅体现了人类的生存智慧，也反映了与水抗争的不屈精神。

对中国大运河的考古研究，要从它是人类历史上超大规模水利水运工程的杰作，从它维护国家大一统、维系帝国经济命脉以及促进南北经济文化交流等角度进行解读和阐释。

（四）“内容为王”，做好各种文物利用的内容编剧

如果说挖掘文物背后的文化价值是文物利用的基础，那么做好文物故事的策划与编剧则

是讲好文物故事的关键。成功的文物传播利用方式，不论是陈列展览、教育活动、综艺、纪录片，还是游戏动画、导览讲解、图书和文创产品，都离不开优秀的策划与编剧。只有具备一个好的策划与编剧，才能把学术性、知识性、教育性、趣味性、观赏性有机结合起来，才能将文物学术研究成果成功转化为观众看得懂、喜欢看、留得下印象的文化传播的东西。

陈列展览是文物故事讲述的主要方式。一个成功的陈列展览必定首先有一个优秀的展览内容文本。例如中国国家博物馆的“复兴之路”、邓小平故居的“我是中国人民的儿子”、西柏坡纪念馆的“新中国从这里走来”、温州博物馆的“温州人和温州精神：一个生存与开拓的故事”、武汉市博物馆的“武汉古代历史陈列”、无锡博物院的“肩负民族复兴期望的无锡人”和山西博物馆的“晋魂”等。它们在展览选题、主题提炼、传播目的和内容主题结构演绎方面都有精妙的策划。

文物故事也需要好的编剧。例如：北宋定窑白釉孩儿枕（图4），可以跳出器物学的解读，以“古时候的妇女想生男孩子，就会睡在这样的瓷枕头上，希望心愿成真”这样来编剧。

对汉玉辟邪（图5），可以这样编剧：“它是一种想象中的神话动物，基本造型是一只只有翅膀的狮子，但是头部又有点像传说中的龙，或是麒麟。其集合了狮子和龙的威猛、庄严，有超越一切的神力，所以可以避邪除恶。”

对台北故宫博物院收藏的翠玉白菜（图6），可以这样编剧：“这件由翠玉雕成的白菜，是父母精心准备并送给女儿的一件嫁妆，‘青’‘白’两种颜色，是父母想借此告诉女儿，到婆家要清清白白做人；菜叶上两只多产的昆虫，是父母借此给女儿讨吉利，希望女儿以后多子多福。”

此外，教育活动、文物数字导览、纪录片、电视综艺、动漫、图书、文创产品等都需要巧



图4 北宋定窑白釉孩儿枕，故宫博物院藏



图5 汉玉辟邪，台北故宫博物院藏



图6 翠玉白菜，台北故宫博物院藏

妙的策划编剧。

为了做好文物故事的编剧，一要重视文物故事的编剧，二要加强编剧人才队伍建设，培养更多擅长讲述文物故事的人才。

（五）创新文物故事传播的平台和方式

《关于加强文物保护利用改革的若干意见》强调要“创新文物价值传播推广体系”。面对日新月异的大众传媒和新媒体，以及日臻成熟的大数据、云计算、人工智能等信息技术的发展，一方面为文物故事的讲述和传播拓宽和丰富了平台和方式，另一方面也要求我们适应技术和公众文化消费的习惯，不断创新文物故事传播的手段和方式，实施文物全媒体传播计划，用好传统媒体和新兴媒体。除了陈列展览、教育活动、讲座论坛、图书、电影、电视、综艺节目、纪录片外，还要广泛利用新媒体，例如动漫、AR和VR技术、微信、微博、网站、手机App、在线视频等，持续推动文物故事传播的知识化、通俗化、趣味化、体验化、文娱化、网络化、网感化、视频化。关键是要强化技术与内容的融合发展。如此，方能突破文物故事的传播方式，不断吸引和抓住观众的眼球，讲好文物的故事，传播中国智慧、中国力量、中国精神和中国价值。为此，一方面要加强技术合理转化和创新，提升文物故事的传播效应；另一方面要加强与社会各界的合作。

总之，“让文物活起来”是新时代文物工作的基本遵循和主要使命。这个问题不仅是一个理论问题，也是一个实践问题；不仅是某个

具体文博单位的使命和任务，也是整个文博界新时代的使命与任务。

注释：

- [1] 文建：《把握国际话语权 有效传播中国声音——习近平外宣工作思路理念探析》，http://www.xinhuanet.com/politics/2016-04/06/c_1118542256.htm，2016年4月6日。
- [2][3] 吴海波：《习近平谈文物保护的三句箴言》，http://m.cnr.cn/news/20160414/t20160414_521869374.html，2016年4月14日。
- [4] 中华人民共和国文化部编《中国文化文物统计年鉴2017》，国家图书馆出版社，2017年。
- [5] 《2019年“5·18国际博物馆日”中国主会场活动开幕式在湘博举行》，<https://www.icswb.com/h/102574/20190518/602791.html>，2019年5月18日。
- [6] 《故宫文创一年销售额超10亿 营销收入去了哪？》，http://news.ifeng.com/a/20180327/57080776_0.shtml，2018年3月27日。
- [7] 《十八大以来，习近平这样为传统文化“代言”》，https://www.guancha.cn/politics/2017_05_29_410669.shtml，2017年5月29日。
- [8] 《中共中央办公厅 国务院办公厅印发〈关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见〉》，http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm，2017年1月25日。
- [9][11] 《中共中央办公厅 国务院办公厅印发〈关于加强文物保护利用改革的若干意见〉》，http://www.gov.cn/zhengce/2018-10/08/content_5328558.htm，2018年10月8日。
- [10] 郑振铎：《保存古物刍议》，《大学》1947年第6卷第3、4期合刊。

（责任编辑 刘建美）