

# 博物馆的政治传播功能释读

刘 燕

(八路军西安办事处纪念馆 陕西西安 710004)

**内容提要:**博物馆作为一种大众媒介,是意识形态国家机器展示政治意图、传播政治信息的文化教育机构,是维系和支撑权力运作的空间载体。从政治传播的视角来看,博物馆以藏品为基础,通过内容设计、陈列展示、构建有效的政治符号等“再生产—解码”的方式来展示政治意图,当观众与现代语境下的展品价值发生接触时,展品就完成了政治文化信息的更新发展,从过去时变成现在进行时,成为观众学习的介质,从而实现政治传播的政治意义。

**关键词:**博物馆 政治传播 政治合法性 符号

**中图分类号:**G260

**文献标识码:**A

政治传播是由政治学与传播学组成的交叉学科,西方对此的研究从20世纪50年代开始逐渐兴起。在国内,自20世纪80年代引入“政治传播”的概念以来,从最初的译介理论发展到试图构建具有中国特色的政治传播理论,取得了丰富的研究成果。20世纪80年代中后期,在新社会运动风起云涌的大背景下,意识形态国家机器的社会功能被重新识别,西方博物馆学认识到博物馆展示总是卷入文化的、政治的、社会的协商和价值判断,并不是毫无争议的事实,而是具有“文化的、社会的和政治的含义”<sup>[1]</sup>。近年来,国内也开始尝试从政治传播视角探讨博物馆传播<sup>[2]</sup>,或分析红色旅游的政治传播价值,或具体分析博物馆叙事的政治话语。本文在政治传播的相关理论指导下,试图对博物馆的政治传播功能进行整体性的、尝试性的解读。

## 一、政治传播相关概念释义

西方的 political communication 概念,从字面上看可汉译为“政治传播”“政治沟通”“政治交往”等。国内引入这个概念时,通常译作“政治传播”。目前,“政治传播”的定义还未统一,归根结底在于学者的研究切入角度不同。总的来说,存在两种视角:一是政治本位,可以理解为国家有目的地或者有意识地应用传播手段以博取公众同意与确保政治秩序正常运行的行为;二是传播本位,关注的是传播过程及传播在政治活动中的

作用。当前,国内学术界比较权威的定义是“政治传播是指政治传播者通过多通道、多媒体、多符号传播政治信息,以推动政治活动过程、影响受传者的态度与行为的一种对策”<sup>[3]</sup>。

政治是指“在共同体中并为共同体的利益而做出决策和将其付诸实施的活动”<sup>[4]</sup>,其中,公共决策的制作及其实施必然涉及公共权力与权威。因而,政治传播的传播主体为掌握着筛选、加工社会信息权力的国家、政府、政党等既定的政治体系。我国的博物馆从属于国家的公有传播媒介和传播资源,必须接受党和政府的领导,必须维护党和政府统治的合法性。因此,我国历史博物馆在组织陈列时,通常“从政治观念、学术体系和政治任务出发,基于博物馆的学术研究成果,达到使观众接受特定观念和知识的目的”<sup>[5]</sup>。

政治传播的政治信息可以表现为三个递进的层次:一是表达现实政治生活诉求的政治价值,二是指导、约束现实生活的意识形态,三是宣扬社会公认的政治文明。博物馆作为公共文化教育机构,通过传递公民权利、公共关怀等政治信息,致力于将“平民”转变为“公民”,吸引其自主、理性地参与政治。

关于政治传播的功能有“三功能”<sup>[6]</sup>、“八功能”<sup>[7]</sup>和“社会、组织两层次说”<sup>[8]</sup>等。无论哪种观点,都认识到政治传播的功能包括影响舆论、政治社会化、政治控制三个方面。博物馆作为物质文明、精

收稿日期 2017-05-09

作者简介 刘燕(1985—),女,八路军西安办事处纪念馆馆员,主要研究方向:中国抗日战争史、博物馆学。

神文明财富和人类文化的展示、收藏、研究、宣传基地,具有“把观众引导向正确的结论”<sup>[9]</sup>的政治使命和责任。因此,博物馆通过政治传播,可以树立政府在意识形态领域中的合法性,并不断巩固政府的优势地位。

综合政治传播的定义和功能,要将博物馆纳入政治传播的研究范围,还需要厘清三个问题:一是博物馆的政治合法性,二是博物馆的媒介化,三是博物馆的政治传播路径。

## 二、博物馆的政治合法性

在论述博物馆与政治的关系时,如果仅仅将博物馆视为一个政治场所是远远不够的,博物馆的政治合法性应该得到更深入的追溯。米歇尔·福柯(Michel Foucault)在论述中世纪末和“旧制度”时期的王权维系武器——作为公共景观的酷刑时,描绘了18世纪弑君者的受刑场面,“用烧红的铁钳撕开他的胸膛和四肢上的肉,用硫磺烧焦他持着弑君凶器的右手,再将融化的铅汁、沸滚的松香、蜡和硫磺浇入撕裂的伤口,然后四马分肢,最后分尸扬灰”<sup>[10]</sup>。19世纪以来,这种野蛮的肉体酷刑饱受诟病,逐渐式微。肉体节制的时代开始,一种劝恶从善的技术压倒了纯粹的赎罪。现代化进程以来,社会领域(如社会政治、大众教育、传播媒介等)的界定和组织不再仅仅凭借武装暴力手段,而是更倚重一系列非人格化的管理规范机制。与强制性国家机器公开、直接统治的方式不同,还存在着隐蔽、间接支持政治权力的组织和控制模式,尤其是那些以特定手段再生产和传播制度规范的、貌似与政治权力没有关系的文化机构。

早在福柯之前,安东尼奥·葛兰西(Gramsci·Antonio)在创造性提出“市民社会”的概念时就已明确指出,当代社会由强制性国家机器(包括军队、法庭、监狱)和市民社会(包括政党、学校、各种新闻媒介等)两部分组成,后者通过意识形态或舆论方式行使文化霸权。路易·阿尔都塞(Louis Althusser)以市民社会概念为基础,系统化总结出意识形态国家机器理论。他认为意识形态发挥功能的方式是“通过我称之为询唤或呼唤的那种非常明确的作用”<sup>[11]</sup>,换言之,意识形态国家机器将统治阶级的意识形态进行包装,通过教育、宣传媒介传递到个人,使个人形成一定的知识体系和意义系统。

通过上述几种结构性因素的分析可知,在当代社会政治语境下,文化机构与权力关系相互纠

缠,形成一种制度性语境渗透到社会各个领域,越来越广泛、明显地影响着当代社会生活。其中,教育机构又在各类意识形态国家机器中占据主导地位。博物馆作为文化教育机构的重要组成部分,是维系和支撑政治权力的重要空间载体。为了适应政治语境的变化,西方博物馆学也从以前的博物馆内部静态分析(即技术层面)转换为外部关注(即与社会、权力、意识形态之间的关系),其中影响较大的是托尼·贝内特(Tony Bennett)提出的现代博物馆是“治理装置”<sup>[12]</sup>的博物馆思想,他认为博物馆把知识、权力铭刻在个体中,通过改造和规训个体,使其成为符合某种统治秩序和利益要求的特定社会主体,最终起到治理人民的目的。

对我国而言,由于政治体制和传播体制与西方有所区别,有学者提出用“中国语境”<sup>[13]</sup>来分析社会主义制度下的政治传播的公共性。在社会主义社会的传播制度下,通过博物馆进行政治方面的宣传教育一直是我国博物馆社会教育工作的基本内容。首先,从博物馆的管理体系来看,无论是馆长的选拔,还是专业技术队伍和管理干部队伍建设,前提条件是个人的政治觉悟要高。其次,博物馆的表达主体虽然呈多元化发展,但仍以政府为主导。如以政府为主导举办的“全国博物馆十大陈列展览精品”推介活动,其推介活动方案中明确规定要体现党和政府对博物馆事业的导向。再次,党和政府在顶层设计层面引导博物馆合理定位,充分发挥资源配置的作用。如《爱国主义教育实施纲要》《公民道德建设实施纲要》《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》的实施,以及爱国主义教育基地的建立,都强调要充分发挥博物馆的社会教育功能。2008年,中宣部、财政部、文化部、国家文物局联合下发《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》后,博物馆、纪念馆相继免费开放,塑造了服务型政府的政治形象;2012年,习近平同志率先在中国国家博物馆提出“中国梦”的执政理念;尤其是2015年颁布的《博物馆条例》,将博物馆传统的三大目的做了序次调整,把教育提到了首位。由此可见,我国博物馆作为中国历史的保存者和记录者,在今后促进社会发展、实现中国梦的历史进程中具有无可替代的中介作用。

## 三、博物馆的媒介化

表面上看,特点迥异的博物馆与大众传播媒体属于两个不同领域的概念,相去甚远。但在社

会转型时期,文化需求呈多样性发展,这就要求博物馆逐渐走向大众、迎合大众、引导大众。博物馆的发展经历了逐渐公共化的过程。在欧洲,19世纪中期以前,能接近博物馆的是“穿着干净鞋子的人,那些乘着四轮马车而来的人,能够出示证件以备检查的人”<sup>[14]</sup>;到19世纪中期,这种限制被取消了,博物馆逐渐从私人的、排外的领域转变成公众领域。在我国,博物馆也经历了由私家保藏到博物馆保护的观念转型。在葛兰西看来,这种转移将博物馆指挥和安排对象的展示权力从权力内部展示中分离出来,从而为将群众转化成合乎秩序的、理想的、自我规范的公众提供了一种机制。随着大众文化的繁荣,博物馆也从最初强调“物”转向重视“人”在信息交流中的地位。1974年,《国际博物馆协会章程》首次提出博物馆具有传播功能,即“为研究、教育欣赏之目的征集、保护、研究、传播并展出人类及人类环境的物证”<sup>[15]</sup>。

大众媒介自产生以后就在社会生活和政治生活中发挥了不可替代的中介作用,1948年哈罗德·拉斯韦尔(Harold Dwight Lasswell)在《传播在社会中的结构与功能》一书中将传播过程总结为“5W”模式,即传者、受者、信息、媒介、效果<sup>[16]</sup>。博物馆的传者是博物馆组织者及工作人员,受者是博物馆观众,信息是藏品等实物资料,媒介是陈列展览、主题活动等展示形式,效果是观众的互动和反馈。截至2016年底,我国共有4873家登记注册的博物馆,其中免费开放的有4246家,每年参观人数约9亿人次<sup>[17]</sup>。博物馆公共文化服务人群覆盖面的扩大,为博物馆媒介化功能的实现提供了可能性。

与一般大众传媒不同,博物馆在特定的组织目标和方针指导下进行传播活动,以藏品等实物资料为传播基础,更具权威性和真理话语权。藏品本身存储大量基础文化信息,通过对这些基础信息的编排、解码,实现信息的增值和传播。当观众理解展品的意义后,展品就成为观众学习的介质,从而实现博物馆信息的社会化。作为中国文明象征的故宫文物曾遭到帝国主义掠夺,中华人民共和国成立后,政府花费巨资进行回收、保护,恢复了民族尊严,巩固了新生政权。同样,故宫所承载的历史文化内涵也赋予新政权政治合法性。2017年香港回归20周年之际,习近平同志在香港出席《兴建香港故宫文化博物馆合作协议》签署仪式,其中的政治意味不言而喻。

近年来,新媒体的发展突飞猛进,人类开始进入咨询社会。博物馆的展示空间已突破时间和空间的限制,从传统的博物馆场所扩展到新媒体空间。由于新媒体平台主体与内容是分权的、多元的,这就要求传统的政治传播模式从中心—边缘型的传播模式转向咨询模式。博物馆的展览更要注重对资讯的收集、转化与传播的全过程,数字博物馆和虚拟博物馆的蓬勃兴起,可以视为对博物馆传播方式的扩充。

#### 四、博物馆的政治传播路径

不可否认,传播效果受多重因素影响,其中传播者本身的表达艺术合适与否显得尤为重要。在政治传播中,人们对空洞的说教往往会有本能的反感,因而成效甚微。针对这类政治传播的风格,马克思和恩格斯批评其为“沙漠中的布道者”。语言学家罗曼·雅克布森(Roman Jakobson)把传播的内容性语言划分为指称语言、元语言与诗语言,三者分别对应“语境/背景”(Context)、“符码”(Code)和“信息”(Message)<sup>[18]</sup>。也就是说,博物馆的政治传播可以通过内容设计、政治话语、政治符号等润物细无声的形式潜移默化地影响教育对象,从而解决意识形态始终飘浮的尴尬。

##### (一)内容设计

博物馆展览都必须明确自己的传播目的,即通过展览和活动要告诉观众什么,这也是博物馆展览内容设计的出发点和归宿。一般而言,传播效果分为认知、态度和行动三个层面。展览内容设计即着眼于传播效果形成过程中最初的认知层面,这与传播学中的议程设置理论有共通之处,“在许多场合,媒介在告诉人们‘怎么想’时不成功,但在告诉人们‘想什么’时却惊人地成功”<sup>[19]</sup>。博物馆展览通过内容设计选择性展示某一个主题或者一件展品,告诉观众应该关注什么,从而影响公众对展览或展品的判断,加强公众对特定价值的认同,以至影响公众对现实政治的理解。我国博物馆事业自中华人民共和国成立以来发展迅速,但是在不同的语境下,博物馆的宣传内容也呈现显著的阶段性特点。如20世纪六七十年代的历史陈列突出阶级斗争和人民是历史的创造者;20世纪80年代末则弱化政治倾向性,强调博物馆的“三性两务”;近年来,博物馆被纳入国家公共文化服务体系建设的重要环节。尤其是《2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要》的颁布实施,将红色旅游作为一项政治性工程大力发展,这无疑是党和政府通过纪念馆开展政治传



播活动的新尝试。

在设计陈列内容时,博物馆传播者决定着什么样的信息可以被传播,主动承担着为观众“挑选信息、过滤信息、放大信息”<sup>[20]</sup>的引导作用。如2017年5月14—15日,“一带一路”国际合作高峰论坛在北京召开,而在5月13日,中国国家博物馆推出了“归来·丝路瓷典”展。不能不说,“归来·丝路瓷典”展是“一带一路”国际合作高峰论坛的预告片和解说篇。博物馆利用专题展览配合时政热点对历史进行阐释,先吸引大众的注意力,再通过叙事来引导观众,从而加深观众对现实的理解,引导观众更加认同主流价值。

伴随着新媒体的迅猛扩张,研究“如何选择一种最佳媒介,用哪种传播方法可以达到最好的传播效果”<sup>[21]</sup>,对博物馆的发展至关重要。传统的政治传播主体已经有意识地运用新媒体技术来传播政治信息;博物馆也迅速作出回应,纷纷构建官方微信、微博等自媒体平台,来完成信息的传播过程和与观众的互动。由于博物馆通过自媒体发布的信息往往会构成观众对博物馆的第一印象,因此博物馆要加强对信息的筛选和解读,从而提高其引导能力和政治传播的效能。

## (二)陈列展示

陈列展示是博物馆文化教育工作的基础。博物馆藏品的信息(Message)包括本体信息、功能性信息、历史或者社会性信息、博物馆化信息<sup>[22]</sup>四大层面。其中博物馆化信息也就是福柯所说的博物馆为“物”建立的新解读。这种解读,主要以陈列的形式展示出来。斯图尔特·霍尔(Stuart Hall)将这种解读视为“展览政治”<sup>[23]</sup>,认为博物馆展览是选出具有特定的政治考量的展品,并在当下政治语境下进行结合与组构,从而展示特定的文化。因此,博物馆的陈列在一定程度上,反映了国家和政府的某种政治立场。

博物馆文化陈列展示包含着塑造集体价值、社会认知的政治运作过程。一般而言,博物馆陈列存在民族国家线性叙事与地方复线叙事两种。线性历史叙事把经过筛选的文物“嵌入时间的流动过程之中,根据进化论系列中授予它们的位置而区分开来”<sup>[24]</sup>,表述民族国家产生的演进路径,从而强调政治权力的合法性生产。公众参观展览后,可以将零散的、感性的认知整合为整体的历史观。而复线历史叙事突出地区文化的独特性、多样性与文化细节,有意识地发掘主流线性历史忽略的细节。

我国传统的博物馆学研究中形成了以物(藏品)为核心的运作模式。随着博物馆免费开放带来的体制机制改革和运营方式的转变,人们开始关注博物馆的社会服务功能,以人为本的新博物馆学兴起,展示研究也随之逐渐转向了对空间、物、人等多种交织因素的整体研究。也就是说,博物馆陈列是“在博物馆环境中,通过展品、空间和设计,表达信息和情感,影响观众的态度和行为”<sup>[25]</sup>。如1985年侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆建成时,以“生与死”“痛与恨”为展示主题;扩建后,又通过“战争”“杀戮”“和平”的三个空间意境表达了“承载悲愤、祈求和平”的展示主题,理性地引导、提升了观众的认知。

中国文化从本质上而言是一种情本体文化,因此,抒情也可视为“政教论述、知识方法、感官符号、生存情境的编码方式”<sup>[26]</sup>。纪念馆表达的是宏观层面上的国家和民族情感,近几年已逐渐摒弃说教式的语言设计,通过讲故事的方式在潜移默化中牵引观众的情绪与思想。这种转变其实也为历史博物馆的叙事方式提供了新思路,对历史博物馆而言,观众对教材教学式展示及年谱式展示的叙事方式并不热衷,甚至有学者批评这种叙事态度是在给观众限定自由,忽视观众的感受。通过深入研究物与人之间的关系演变,探讨展品在当代语境下的意义,设定展品关联和观众路线,以讲故事的形式来增强各展品展项之间、单元之间的互动联系,实现人和展品的交互,从而“认可观众具有赋予展览意义的更大自由”<sup>[27]</sup>。由于不同类型博物馆的故事题材不同,因而需要不同的讲故事方式来展现其个性。如自然科技类博物馆要偏重于陈述说明,历史博物馆可以直接叙述故事,艺术类博物馆则要多一些独白。

当前,新博物馆学必须正视的本质问题之一就是博物馆“是讲坛还是论坛”<sup>[28]</sup>的问题,也就是说,观众是来接受教育,还是参与表达和共建知识体系与社会价值观。从信息视角来看,应当选择后者。这就要求博物馆展览本身从单纯的陈列变成体验空间,才能有效实现博物馆政治叙事的优化与组合。近年来,博物馆的公共教育职能日益强化,只有抓住了“人”本身,其理论才能说服人。也就是说,针对传播客体不同的特点和需求,开展有针对性的传播,博物馆叙事才能为大众所真正接受。博物馆开展的青少年体验项目、党员干部现场教学等特色形式就是承认传播客体的差别,从粗放式传播形式向精细化传播形式过渡

的有益探索。

### (三)建构有效的政治符号

展示政治是选择性的传递和灌输政治理念,是一种暗含特定政治目的的符码(Code)。从传播学层面上来说,符码是具有意义的各种系统,是人们用来“交流或试图交流的手段”<sup>[29]</sup>。因此,人类构建的政治符号的集合即为政治文化。政治传播的基本要点之一就是“具有特定政治意图的价值、话语、符号的传播过程”<sup>[30]</sup>,也就是说,除了政治语言,任何一种政治符号都会同社会权力关系联系在一起,那么,建构有效的政治符号就成为优化政治传播的基础性环节。政治符号具有通俗、隐蔽的特点,因此,政治符号的建构要尽量通俗生动,符合大众的逻辑,并要尽可能淡化泛政治色彩,破除用“鼓动方式向未受过教育的大众进行感性号召”<sup>[31]</sup>的守旧认识,贴近现实,巧妙地嵌入社会主义核心价值观,才会强有力地影响受众。

受历史条件的制约,博物馆的展示元素主要是物,而纪念馆却拥有照片、音频、雕塑等庞杂的政治元素符号。但是,纪念馆的多元素展示也存在雷同性强的弊端,如在某著名红色城市,两家不同主题的大型纪念馆竟然出现了批量生产的雕塑和油画作品。与纪念馆直接、常态化的政治展示相比,综合类博物馆、艺术馆、科技馆等类型的博物馆,其政治色彩偏中性一些,政治符号自然要隐蔽得多。但在整个博物馆空间内,也兼具明显的政治元素,比如政要题字,悬挂的政治宣传口号等。尤其是在重大节点,如建党节、国庆节、建军节、春节、元宵节、端午节、中秋节、腊八节等时间节点,博物馆都会根据自身藏品特点以及资源优势,通过推出专题展览、举办纪念仪式、策划传统教育活动等来强化集体记忆,周期性地更新群体和国家的情感,从而集中展现一种象征涵义。目前,博物馆政治符号的构建大致分为以下三类:一是博物馆因其重要性及历史地位得到党和政府的直接关注。如2016年习近平同志致信祝贺中国地质博物馆建馆100周年,并鼓励其更好地发挥地学研究基地、科普殿堂的作用。二是博物馆利用馆藏资源在重大节点举办专题展览或者主题活动。如中国美术馆举办“铸魂鉴史 珍爱和平——纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年美术作品展”,中国人民抗日战争纪念馆举办“勿忘七七重走抗战路——纪念全民族抗战爆发80周年”徒步活动启动仪式

暨首场徒步行活动。三是博物馆与政府部门合作举办活动或者提供活动场所。如北京市禁毒教育基地管理中心和北京自然博物馆共同主办“禁毒小卫士之利剑斩毒魔”科普体验展。由于受众的知识、地位、背景存在个体差异,对符号解码的认识和理解也会存在差异,这就形成解码后展示效果的不确定性。所以,博物馆在展示政治意图的过程中,需要根据受众的实际需求制定针对性的策略,不能一刀切、一把抓,唯有如此,才能减少解码后展示政治中的非控制因素。

### 五、余论

作为非营利的文化机构,博物馆的生存发展还有赖于政府为其提供政策、资金、资源配置等多面的支持和扶持。在全球化及互联网新媒体快速发展的大背景下,任何国家、政党都不会放弃对主流意识形态的控制和引导。博物馆作为意识形态机器的组成部分,应在主流意识形态的指导下,从宏观层面高度把握社会整体,通过议程设置、陈列展示、专题活动等多种形式传递政治信息,维系社会成员的价值观念,构建文化认同,从而维护政党的合法性。当然,政治传播的目的是要树立平等、理性说服的理念,博物馆的政治传播功能也并不是要将公众培养成顺民、愚民,而是要吸引广大社会公民参与自我管理,从而维护社会的秩序、安全和理性。现阶段,博物馆要运用话语的回旋力来传播社会主义核心价值观,从而争取广大社会成员的理解与认同。

作为公益性社会文化机构,博物馆也决不可受资本逻辑的支配,要自觉担负起保障公众基本文化需求的社会责任,以社会需求为导向,积极主动地融入社会,增强自身亲和力,拉近与观众的距离,关注社会诉求,树立人性化服务理念,为社会服务。更为重要的是,博物馆应通过在公共领域展示大众经过反思而达成的共识,启迪观众的创造力,促进社会和谐发展,从而推动民族一国家的现代化进程。

[1] Sharon Macdonald. *The Politics of Display: Museums, Science, Culture*. London and New York: Routledge, 1998: 1.

[2] 目前仅见蒋睿:《红色旅游的政治传播意义》,《新闻世界》2013年第1期;蒋睿:《红色旅游活动的政治传播价值研究》,湘潭大学硕士学位论文,2013年;梁来成:《历史博物馆陈列叙事中的政治话语整合分析》,华中师范大学硕士学位论文,2016年。

- [3] 邵培仁:《政治传播学》,江苏人民出版社1990年,第25页。
- [4] [英]戴维·米勒、韦农·波格丹诺著,邓正来译:《布莱克维尔政治学百科全书》,中国政法大学出版社1992年,第583页。
- [5] 宋向光著:《物与识:当代中国博物馆理论与实践辨析》,科学出版社2009年,第263页。
- [6] 即影响公共舆论、对公民的政治社会化、实现政治统治三种功能。《布莱克维尔政治学百科全书》,第548页。
- [7] 即传播政治信息、设置政治议题、影响舆论、促进民主、政治社会化、塑造政府形象、监督政府、政府控制与稳定等。李元书:《政治体系中的信息沟通:政治传播学的分析视角》,河南人民出版社2005年,第51页。
- [8] 邵培仁从社会、组织两大层次进行分析,其中社会层次的功能包括报道、表达、解释、教育和控制等五种,组织层次的功能包括塑造形象、提高声望、培养角色、优化品格、弘扬理想、激发斗志、促进团结、争取谅解、动员支持、发展经济、实施控制、稳定秩序等多种。邵培仁:《政治传播学》,江苏人民出版社1990年。
- [9] 傅振伦:《博物馆学概论》,商务印书馆1957年,第90页。
- [10] [法]米歇尔·福柯著,刘北成、杨远婴译:《规训与惩罚》,三联书店1999年,第1页。
- [11] [法]阿尔都塞著、陈越编译:《意识形态和意识形态国家机器》,《哲学与政治:阿尔都塞读本》,吉林人民出版社2003年,第364页。
- [12] 徐小霞:《作为治理技术的博物馆——托尼·贝内特的博物馆政治思想》,《上海大学学报》2016年第1期。
- [13] 荆学民、苏颖:《论政治传播的公共性》,《天津社会科学》2014年第4期。
- [14] [英]托尼·本内特著,赵子昂、强东红译,柏敬泽译:《博物馆的政治合理性》,《马克思主义美学研究》2007年第1期。
- [15] 王宏钧:《中国博物馆学基础》,上海古籍出版社2001年,第37—38页。
- [16] [美]哈罗德·拉斯韦尔著、何道宽译:《传播在社会中的结构与功能》,中国传媒大学出版社2013年,第2—3页。
- [17] 新华社:《国家文物局:我国博物馆每年接待约9亿人次参观者》, [EB/OL] [2017-05-18] [http://www.gov.cn/xinwen/2017-05/18/content\\_5195010.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2017-05/18/content_5195010.htm)
- [18] [美]罗曼·雅克布森著,钱军、王力译:《雅克布森文集》,湖南教育出版社2001,第52页。
- [19] 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社1999年,第215页。
- [20] 孙春英:《大众文化:全球传播的范式》,中国传媒大学出版社2005年,第150页。
- [21] 高晓芳:《信息全球化下的博物馆传播研究》,《东南文化》2012年第2期。
- [22] 曹兵武:《作为媒介的博物馆:一个后新博物馆学的初步框架》,《中国博物馆》2016年第1期。
- [23] [英]斯图尔特·霍尔著,徐亮、陆兴华译:《表征:文化表征与意指实践》,商务印书馆2013年,第291页。
- [24] [英]托尼·本内特著、王杰译:《文化与社会》,广西师范大学出版社2007年,第225页。
- [25] 同[5]。
- [26] 王德威:《抒情历史——抒情传统与中国文学现代性》,《中国文哲研究集刊》2008年第33期。
- [27] 张婉真:《当代博物馆展览的叙事转向》,台湾远流出版事业股份有限公司2014年,第189页。
- [28] 严建强:《信息定位型展览:提升中国博物馆品质的契机》,《东南文化》2011年第2期。
- [29] [英]多米尼克·斯特里纳蒂著、阎嘉译:《通俗文化理论导论》,商务印书馆2001年,第99页。
- [30] [美]戴维·伊斯顿著、王浦劬译:《政治生活的系统分析》,北京人民出版社2012年,第20页。
- [31] 同[4],第538页。

## The Political Communication Function of the Museum

LIU Yan

(The Memorial Museum of the Eighth Route Army Xi'an Office, Xi'an, Shanxi, 710004)

Abstract: As a form of mass media, the museum is a cultural and educational institution that expresses the political intention of the ideological state apparatus and disseminates its political information, and a carrier that maintains and supports the operation of power. From the perspective of political communication, the museum, based on its collection, represents politics through content designing, exhibiting, and means of "reproduction-decoding" such as constructing effective political symbols. When the audience makes contacts with the exhibit in a modernist context, the political and cultural information that the exhibit carries is updated; a past tense becomes a present one. The exhibit then becomes a medium of learning for the audience and the meaning of the political communication is therefore made.

Key words: museum; political communication; political legitimacy; code