

公众对文物保护修复的认知情况调查

刘逸堃

(北京大学考古文博学院, 北京, 100871)

摘要 以公众为主要研究对象, 整体探究了公众对于文物保护修复的认知情况, 对比了公众和文博行业从业者之间的认知差异。针对文物保护理念中几个关键点设计案例题, 利用问卷法进行研究。通过对问卷结果的统计分析发现: 公众基本认可延长文物寿命的保护工作, 但对保护修复理念存在误解, 且不能很好地识别各类破坏性修复; 相较于商业修复, 公众更倾向于考古修复和博物馆修复; 对于文物的重建与复制, 公众具有很高的接纳度; 从业者和公众在保护修复理念上有明显差异, 主要体现在修复尺度的倾向和对创造性修复的态度有所不同; 各从业者之间在理念的各个层面仍有分歧。研究结果弥补了文物保护修复工作中面向公众层面研究的缺失, 为文物保护修复的宣传和推广工作提供了指引, 也为后续的相关研究提供了重要的参考资料。

关键词 文物保护 文物修复 理念 公众 问卷调查 统计

引言

近年来, 在“让文物活起来”的号召下, 全国文博行业均不断努力“让文物资源更好地传承文明、服务社会”。在文物保护修复领域, 各地的文物工作者在保护修复技术研究上已经获得了大量杰出的成就, 使得更多文物得以完整、长久地保存并呈现给公众。然而, 在公众这一遗产的权益主体^[1]面前, 文物是否较好地发挥了其蕴含的价值, 现有的保护修复工作是否被认可, 我们却不甚了解。近几年公众对于保护修复工程存在误解和批评的新闻事件也屡屡发生。这种双向的不了解既反映了文物从业者与公众之间理念的差异, 也是二者之间缺乏沟通和互动的表现, 最终成为文物价值广泛传播的严重阻碍。因此, 研究公众对文物保护修复的认知情况, 再据此有的放矢地进行传播和推广, 可以拉近双方距离, 建立连接文物从业者与公众的桥梁, 从而同时达到创新文物价值传播体系与推进文物合理利用的目的^[2]。

以公众为研究对象, 利用问卷进行定量研究的方法, 在社会学、传播学、管理学等各领域早已十分成熟^[3-5]; 在博物馆领域, 王玲^[6]和徐婧^[7]等部分学者也曾针对博物馆游客进行了问卷调查, 分析了游客的参观需求以及评价和建议; 极少数学者对于公众的文物保护需求进行过探索: 项瑛^[8]通过问卷初步调查了青岛市博物馆游客关于文物保护意识和需求的自我认知情况。而对于公众认知情况的客观评定, 以及对问卷数据的深入挖掘和分析, 尚待大量更深入的研究。

本文进行了一次关于公众对于文物保护修复认知情况的问卷调查，挑选了现有文物保护修复理念中几个与公众认知关系密切的要点，设计了生动易懂的案例题，同时向公众和文博行业从业者提问，并对结果进行了统计分析，从中初步挖掘了公众的认知倾向，弥补了面向公众层面研究的缺失，为文物保护修复的传播和推广提供指引。

1 研究方法

1.1 问卷设计

1.1.1 问卷概述



本次问卷设计包含了三部分内容：社会人口特征、自我认知综合题和理念案例题。其中，社会人口特征将在1.3节介绍；自我认知综合题部分将在未来的研究中介绍并作深入分析；本次研究主要利用7道理念案例题的答案进行分析。本小节主要介绍题目内容和设计思路。

1.1.2 设计思路

文物保护修复理念指导着保护修复工作尺度的把握^[9]。工作不够可能危及文物的安全，过度则又可能破坏文物原真性。一个合适的尺度可以权衡利弊，使文物价值得以最大限度地保存。对于公众而言，虽然没有保护修复理念的知识背景，但对于一项具体保护修复工作的好坏，仍有其主观的判断——“这件文物修得好不好”“文物价值有没有受损”，公众也有自己的尺度。那些公众对于保护修复工作存在误解的新闻事件，也体现了公众与文物工作者之间价值判断的差异。因此，要探究公众的认知，应选择具体的保护修复案例，并用通俗的语言进行描述，让公众站在其个人角度对这些案例进行评价，而后从大量答案中统计分析出公众认知的倾向，从而得到较为准确客观的分析结果。

又因为不同类型文物在保护修复理念上有着不同的展现方式（许多学者也曾分别针对不同类型文物的保护修复理念进行了探讨^[9-12]），故本次研究选取了7种不同类型文物的具体保护修复案例，围绕“完整性和原真性”“创造性修复”“重建”等文物保护修复的理念要点，设计了7道单项选择题，并配以图片及简要文字对案例进行描述。部分题目的选项设计方式参考李克特五级量表，即设计“非常好”“比较好”“无所谓”“比较糟”“非常糟”5个选项；其余题目的选项则根据案例的具体情况而设计；为避免过多专业词汇可能导致理解困难，题目中对于保护修复方法等描述均替换为对应的通俗语言。各案例题目详见表1。


表1 理念案例题目

	题目	选项	图片	
陶瓷题	对于图中陶瓷的残损碎片，您觉得以下哪种保护及修复方式是最好的？	A. 原样保存就好，不做任何拼接、填补等工作 B. 将碎片拼接完整，将空缺的地方用其他材料简单填补起来		
			(A)	(B)

续表

	题目	选项	图片	
陶瓷题	对于图中陶器的残损碎片,您觉得以下哪种保护及修复方式是最好的?	<p>C. 在填补处参照其他区域的特点适当美化,但近看依然可以分辨出哪里是填补的</p> <p>D. 将碎片拼接填补完整后,参照其他区域的特点,对缺失部分进行再创作。最终将其恢复成一个完整的香炉,看不出任何损坏过的痕迹</p>		
青铜题	图为一青铜鼎修复前和修复后,这次修复去除了青铜鼎上大部分锈迹,使其很大程度上恢复了崭新的状态。您如何评价这次修复?	<p>A. 正确的修复,青铜鼎展现了当年的风采</p> <p>B. 采取延长寿命的保护就好了,不应清除所有铜锈</p> <p>C. 不对青铜鼎做任何处理</p>		
佛像题	图为一尊佛像,因为历史的原因,它失去了头部和右臂,右图是修复后的形态。您如何评价这次重建头部和右臂的修复?	<p>A. 非常好,完整的佛像比之前好看了许多</p> <p>B. 比较好,外观有了一定程度的改善</p> <p>C. 无所谓,修复与不修复都可以</p> <p>D. 比较糟,这些填补不太和谐</p> <p>E. 非常糟,肆意创作几乎毁了这件文物</p>		
肖像题	图为一幅肖像油画修复前和修复后,您如何评价这次修复?	<p>A. 正确的修复,画像恢复了其应有的艺术价值</p> <p>B. 清除表面污渍灰尘是合理的,但不应该补画头部缺失的部分</p> <p>C. 不好,不应该对这幅油画做任何的处理</p>		
壁画题	左图为某寺内的一处壁画,近年该壁画被补画和重描(右图),您如何评价此次壁画重绘?	<p>A. 非常好,壁画重现往日风采</p> <p>B. 比较好,画面有所改善</p> <p>C. 无所谓,重绘与否皆可</p> <p>D. 比较糟,壁画价值有些受损</p> <p>E. 非常糟,壁画价值遭到严重破坏</p>		

续表

	题目	选项	图片
重建题	“欲穷千里目，更上一层楼。”——2002年，山西永济鹳雀楼完成了复建。出于对这句唐诗的热爱及对文化的传承，这座元代就已毁坏的名楼，在没有留下任何建筑图纸的情况下重现于世。您如何评价鹳雀楼的重建？	A. 完全支持，重建能让人有机会感受鹳雀楼过去的风韵 B. 比较支持，依然愿意到此处游玩，感受诗中意境 C. 无所谓，说不清楚 D. 比较反对，新的鹳雀楼使诗意大打折扣 E. 完全反对，全新的鹳雀楼没有任何意义和价值	
复制品题	当某个文物的真品不再存在或不宜展出时，为了展陈需要，博物馆会展出其复制品。您如何评价参观博物馆时看到文物的复制品？	A. 完全接受，只要它能看起来和真品一样 B. 比较接受，不是特别影响我参观该文物 C. 说不清楚，要看情况 D. 不太能接受，知道是复制品后就不那么有热情了 E. 完全不能接受，复制品没有任何意义，我只愿意看到文物的真品	

1.1.3 题目设计

(1) 陶瓷题。古陶瓷修复中，依需求的不同，修复尺度可大致分为考古修复、博物馆修复和商业修复。三种修复手段在陶瓷的原真性和完整性上有着不同的取舍，这与公众在博物馆观赏文物时“更在意文物的观赏性还是历史原真性”这样的问题相呼应。因此，本题挑选了一件破损陶器经三种不同修复手段后的照片（分别对应选项B、C、D），让公众选择其中最认可的一种，从而探究公众对于三种经典陶瓷修复方式的认知倾向。

(2) 青铜题。青铜器上的无害锈被视为承载其历史价值的关键^[13]，给人带来古朴的视觉美感的同时，也是文物“原状”的一部分。通过让公众对一个完全清除了无害锈的保护案例进行评价，可以探究公众对这一层历史价值的重视度，进而一定程度上反映公众潜在的对文物“原状”的认知倾向。

(3) 佛像题。布兰迪^[14]和尤基莱托^[15]均在他们各自的著作中指出：保护修复工作不应対文物进行再创作。布兰迪称其为“历史的造假和审美的侵犯”^[14]。本题通过向公众展现一个重建佛像头部和右臂的修复案例，探究公众对于创造性修复的认知态度。

(4) 肖像题。本题所列的肖像画修复案例为一次常规的修复案例，通过对头部破损的补绘使画像恢复了完整性，且将引入的干预降到了最小。该题用于与其他题目进行对比研究。

(5) 壁画题。与“青铜题”相似，本题是破坏文物“原状”的修复行为在壁画类文物上的一种体现。本题用于探究公众是否对于“引入现代颜料带来历史信息的破坏”有所认知，亦即历史价值的重视度。

(6) 重建题。重建是一种特别的建筑保护工程。重建工作需要考虑是否有遗址残留, 是否有文字史料、图纸等诸多条件后再决定是否进行以及如何进行^[16]。本题着重关注其中“没有足够史料而重建的仿古建筑”, 以鹤雀楼为例, 通过询问公众的评价来整体把握公众对此类重建的接纳度。

(7) 复制品题。文物复制品是博物馆以保护文物本体为目的, 用于展陈、科研而制的一种特殊物品^[17]。文物复制工作不仅历史悠久, 也是各地博物馆工作内容之一。而对于作为博物馆游客的公众, 用以代替真实文物的复制品是否影响了参观, 我们也应予以了解。由于此问题具有一般普遍性, 故不设计案例而直接提问。

1.2 问卷发放、回收与预处理

本次问卷调查使用互联网问卷在线填写的方式进行。通过网络问卷平台进行编辑, 并通过微信好友及朋友圈分享、二维码扫描的方式进行传播。问卷开放填写时间为2017年3月12日至2017年3月19日, 并最终收回2302份问卷。

随后对问卷数据进行了预处理: 所收回问卷中无填写或不完整问卷, 不作清理; 按问卷总量的5%清理填写时间过短的问卷127份, 以减小随意填写行为对问卷有效性造成的影响; 清除填写逻辑有误的问卷8份, 如在社会人口特征题中同时选择“未受过任何教育”和“学生”的问卷; 依照设置的问题“是否属于文博从业者”和“亲属中是否有文博从业者”, 将具有行业背景知识者的问卷从公众中分离, 以保证问卷对于公众的代表性不受过多干扰, 也为对比分析公众与从业者认知差异做准备。最终用于分析的公众问卷为1056份。

1.3 社会人口特征

问卷收集了性别、年龄、受教育程度、职业四项社会人口特征信息, 其中: 男性占42.6%, 女性占57.4%; 年龄上18~25岁居多, 占32.9%, 26~30岁、31~40岁、41~50岁相近, 各占17.0%、20.3%、16.0%, 18岁以下及60岁以上较少, 均不足2.0%; 职业分布上, 学生最多, 占23.0%, “教师、工程师、医生、律师”类占17.6%, 国家机关事业, 单位领导与工作人员及企业公司中高级管理人员相当, 分别占14.5%、11.6%, 商业与服务业一般职工占9.1%, 其余职业类型为1.0%~7.6%不等; 受教育程度上, 以大学本科为主, 占50.9%, 硕士研究生及以上占21.1%, 大学专科、高中(中专/技校)分别占17.3%、8.4%, 初中及以下占2.2%。四项社会人口特征的具体数据如表2所示。

表2 社会人口特征数据

基本特征	类别	样本数量/人	比例/%
性别	女	606	57.4
	男	450	42.6
年龄	18岁以下	9	0.9
	18~25岁	347	32.9
	26~30岁	180	17.0
	31~40岁	214	20.3
	41~50岁	169	16.0
	51~60岁	117	11.1
	60岁以上	20	1.9

续表

基本特征	类别	样本数量/人	比例/%
受教育程度	初中及以下	23	2.2
	高中(中专/技校)	89	8.4
	大学专科	183	17.3
	大学本科	538	50.9
	硕士研究生及以上	223	21.1
职业	学生	243	23.0
	国家机关/事业单位领导与工作人员	153	14.5
	企业/公司中高级管理人员	122	11.6
	教师、工程师、医生、律师	186	17.6
	技术工人(包括司机)	26	2.5
	生产与制造业一般职工	45	4.3
	商业与服务业一般职工	96	9.1
	个体户	42	4.0
	农民	11	1.0
	无业、失业、下岗	52	4.9
	其他	80	7.6

2 结果与分析

通过对公众的理念案例题答案进行统计分析,并将其与从业者答案通过交叉分析进行比较,得出各题的分析结果如下,详细的统计数据如图1所示。

(1) 陶瓷题。公众的选择集中在B、C两种修复方式,分别占31.5%和31.3%;A、D选项较少,占14.8%和22.3%。可以看出,公众在古陶瓷修复尺度上更倾向于考古修复和博物馆修复,而对商业修复的需求不高,且认为不应做任何修复的公众很少。从业者的选择以C为主,占53.6%;较公众而言,A、D的选择都更少(分别为4.6%、12.3%)。由此得知,此题上从业者答案与公众有较大的差异:从业者明显倾向于博物馆修复,而公众的选择更加多样化。

(2) 青铜题。选择“保护但不清除铜锈”的公众较多,占54.0%;选择“正确的修复”的公众占38.1%;仅有7.9%的公众认为“不应做任何处理”。这说明公众整体上更倾向于保留锈迹,即对青铜锈的价值有一定的认同,但仍有一定数量公众认可这次“修旧如新”的修复。从业者的选择明显更集中于

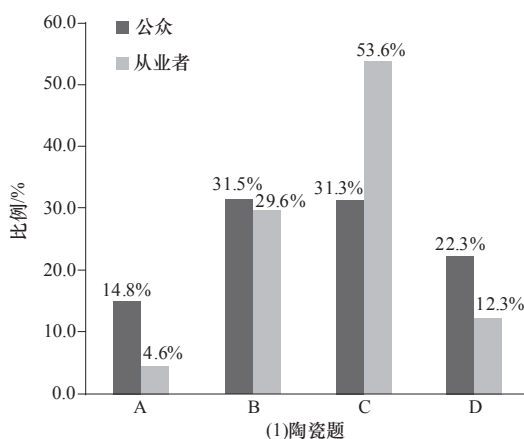


图1 公众与从业者案例题数据统计

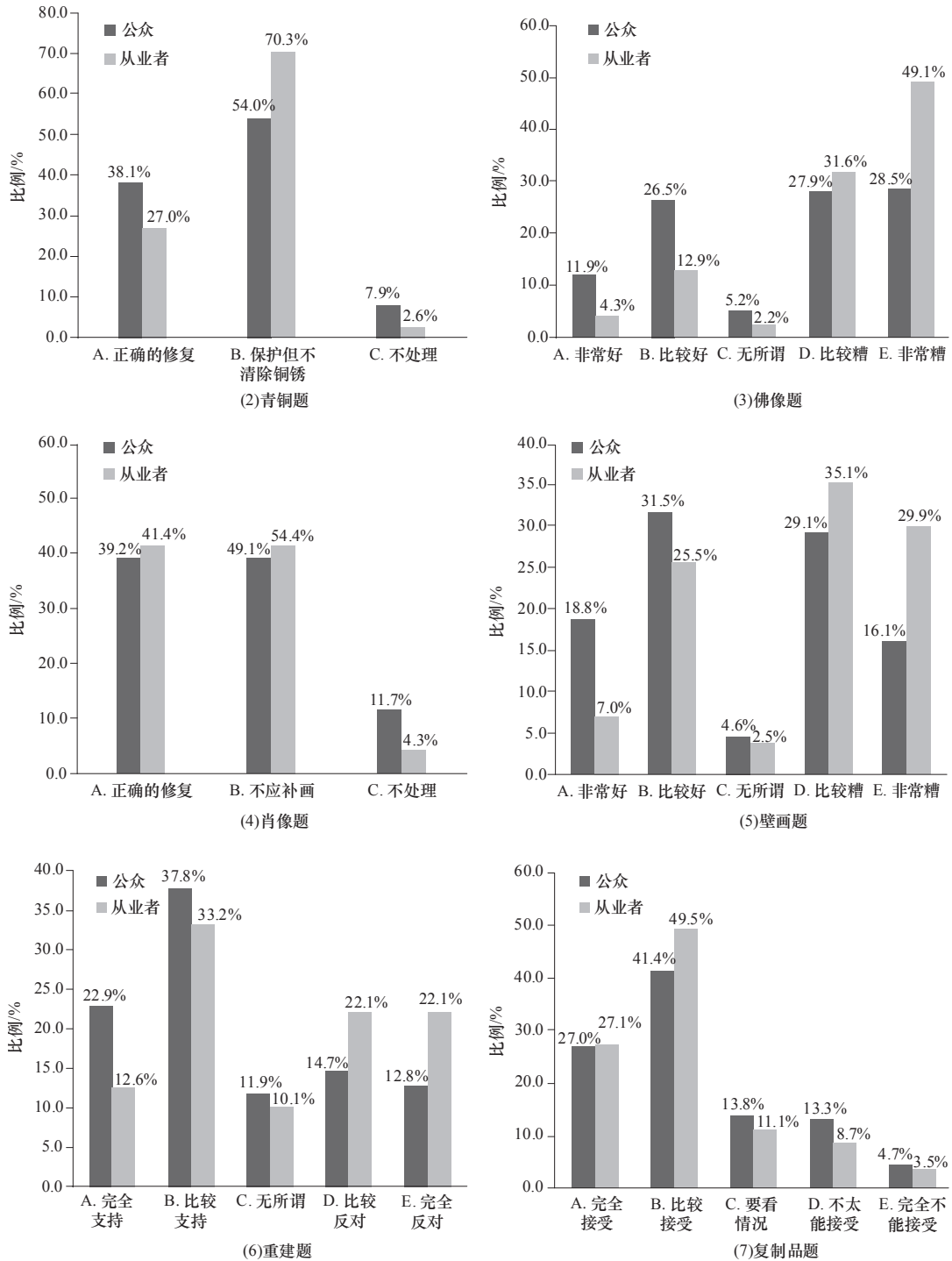


图1 (续)

“保护但不清除铜锈”，占70.3%；较公众而言，“正确的修复”“不处理”的选择都很少（分别占27.0%、2.6%）。可以看出公众与从业者认知倾向较一致，从业者对青铜锈的价值有更高的认可度。然而仍有一部分从业者认可清除全部铜锈的修复。

（3）佛像题。反对此佛像修复的公众较多，占56.4%（非常糟占28.5%，比较糟占27.9%），认可的公众占38.4%（非常好占11.9%，比较好占26.5%）。可以看出在重建佛头和右臂的“创造性修复”上，公众的认知有所分歧，反对者稍多。从业者则非常不认可该修复（非常糟占49.1%，比较糟占31.6%），这与公众有较大差异。然而仍有少量从业者表示了认可，占17.27%。

（4）肖像题。选择“不应补画”的公众较多，占49.1%，选择“正确的修复”公众的占39.2%。可以看出公众的认知有一定的分歧，反对补画头部区域的公众略多。从业者的选择与公众答案非常相似，仅在“不做任何处理”上，从业者的选择少于公众。可以看出，对于这样一个没有再创作且恢复了作品完整性的常规修复，从业者仍持有不同观点。

该题公众的答案分布与“青铜题”非常相似，然而实际上两个修复案例是截然不同的：一则为清除了有价值的历史信息“修旧如新”；二则在没有进行任何再创作的情况下做到了恢复画面完整性。随后对公众两题答案进行了双变量相关性分析，得到相关系数为0.319，存在一定相关性。这说明公众对于这两道题的选择具有一定程度的一致性。由此可推测，公众在认知上可能存在某种盲目性：即在面对相似题目时出于习惯而做出相似的答案选择，而非真正出于自己对文物价值的判断做出的选择。此推论仍需要进一步数据分析予以验证。

（5）壁画题。认可这次壁画补绘和重描的公众居多，占50.3%（非常好占18.8%，比较好占31.5%），反对的略少，占45.2%（非常糟占16.1%，比较糟占29.1%）。可以看出在这次壁画的补绘重描上，公众的认知有较大分歧，且认可的略多。而从业者则明显更反对此修复（非常糟占29.9%，比较糟占35.1%）。但仍有32.5%从业者认可这次修复（非常好占7.0%，比较好占25.5%）。这说明对于壁画重描可能带来的文物原材料的破坏和历史信息的丢失，部分从业者与公众没有足够认识。或者相比于历史信息，公众更在意画面的完整性。

（6）重建题。公众对于此类重建行为具有非常高的接纳度，60.7%的公众选择支持（完全支持占22.9%，比较支持占37.8%），仅27.5%的公众选择反对。而从业者的分歧较大：支持与反对分别占45.8%和44.2%，且反对的态度较支持的更强烈（完全反对比完全支持多9.5%）。可以推测，公众对于此类没有遵照图纸及足够史料记载而重建的“历史建筑”所带来的观光游览价值及文化价值更为认可，而对其原真性并没有很高的要求；相比之下，许多从业者更看重其原真性及历史价值。

（7）复制品题。公众对于文物复制具有非常高的接纳度，68.4%的公众选择接受（完全接受占27.0%，比较接受占41.4%），仅有18.0%的公众选择不接受。从业者与公众的认知一致，且具有更高的接纳度：接受占76.6%，不接受仅占12.2%。可以推测，公众与从业者都能接受博物馆展陈时复制品对于文物原真性的影响；由于从业者相较公众更加了解文物复制对于文物保护的意义，故对其具有更高的接纳度。

3 结 论

综合分析各案例题答案，可初步得出如下结论：

（1）绝大部分公众认可延长文物寿命的保护工作。在陶瓷题、青铜题、肖像题中，关于“不应做任何处理”的选项的被选频次均非常少（分别占14.8%、7.9%、11.7%），而这些选项与其他

选项的主要区别就在于是否进行了“延长寿命的保护工作”。因此可以看出，公众比较在意文物的安全，且片面追求不干预文物以及不在意文物安全的观点很少。

(2) 公众对于保护理念存在误解，不能很好地识别出破坏文物价值的修复。各题目中涉及“修旧如新”“创造性修复”等的修复行为，均有大量公众表示了认同。通过对比肖像题和青铜题的答案，发现这两种尺度截然不同的修复案例具有十分相似的答案分布和一定的相关性（相关系数0.319）。推测公众可能在答案选择上存在着盲目性：即相似的题目做出相似选择，对于文物价值并没有明确的认知。

(3) 对于修复尺度，公众更倾向于考古修复和博物馆修复，对商业修复的需求不高。该结论主要由陶瓷题的答案得出：公众的选择以考古修复和博物馆修复两个选项最多。公众这种对于陶瓷修复尺度的选择，也可以看作对文物修复尺度的整体认知倾向。同样，在青铜题和肖像题中，公众的选择也更倾向于“尺度适中的修复”（两题的B选项分别占54.0%、49.1%），而对“尺度较大的修复”倾向不高（两题的A选项分别占38.1%、39.2%），这也一定程度上支持了该论点。

(4) 对于文物的重建和复制，公众持有非常高的接纳和认可度。两题中“支持”的选项上，公众的选择非常集中，分别为60.7%和68.4%，明显比其余案例题中答案的集中度更高，说明重建和复制已经被公众广泛接受，这对于文物工作方向具有很强的指导意义。

(5) 公众和从业者之间存在诸多保护修复理念上的差异。例如，修复尺度上，公众的倾向较多样化，而从业者明显倾向于博物馆修复；佛像的再创作上，公众的观点分歧较大，而从业者大多表示反对等。理念认知的差异是误解产生的根源，只有针对公众与从业者认知差异较大的点进行宣传和普及，才能消除障碍，使二者之间有充分的沟通，并最终有益于文物价值的传递。

(6) 各从业者之间对文物保护理念的认知仍具有分歧，且有一定数量的从业者在理念层面仍存在错误的认知。除复制品题以外，各题从业者的答案均展现出一定程度的多样化——即使在明显对文物价值有损的修复案例面前，表示认同的从业者仍不在少数。这既说明在保护修复理念上，不同学者之间观念仍有较大分歧，又说明许多从业者对于文物价值和理念仍缺乏正确的认识。因此在这种现状之下，我们不仅需要向公众宣传和普及保护修复理念，公众对于保护修复理念的认知也可以作为我们文物工作方向的参考。

本次调查研究仍有一定的局限性，这有待于进一步深入的研究和分析：本次问卷的受试者年龄集中于18~25岁，职业上则学生占大多数，这是问卷的发放方式导致的抽样不均匀。然而这种抽样的不均匀很难在实际地问卷调查工作中很好地解决。因此这种不均匀是否对问卷答案产生了较大的影响，亟待进一步的数据分析；在题目的设计上，不同文物及对应的不同修复方式之间较大的差异，每一项具体的保护修复案例也都有其独特性，故案例题的答案对于公众真实的认知情况的反映必然有限，这有待于更科学的问卷设计以及引入访谈的研究方式予以优化和补充。

参 考 文 献

- [1] 孙华,王思渝,魏子元,等.关于遗产保护主体的思考[J].遗产与保护研究,2016,(2):27-32.
- [2] 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》[EB/OL].新华网,2018-10-08.
- [3] 金磊,李钢.企业社会责任公众调查的初步报告[J].经济管理,2006,(3):13-16.
- [4] 佟新,刘爱玉.城镇双职工家庭夫妻合作型家务劳动模式——基于2010年中国第三期妇女地位调查[J].中国社会科学,2015,(6):96-111.
- [5] 征鹏,浦颖娟,孙艳.网络青年亚文化传播路径研究报告——基于江苏21所高校的调查[J].中国青年研究,2013,(9):18-24.

- [6] 王玲. 基于公共文化空间视角的上海市博物馆旅游发展研究 [D]. 上海: 复旦大学, 2010.
- [7] 徐婧. 基于考古遗址保护与展示的国内遗址博物馆案例调查研究 [D]. 西安: 西安建筑科技大学, 2014.
- [8] 项项. 青岛市博物馆公众文物保护需求调查统计分析 [J]. 遗产与保护研究, 2016, 1 (3): 73-77.
- [9] 陈仲陶. 对青铜器保护修复理念、原则的探讨 [J]. 文物保护与考古科学, 2010, 22 (3): 87-91.
- [10] 仝艳锋, 王晶. 济南华阳宫古建筑群壁画保护修复理念研究 [J]. 中国名城, 2011, (10): 38-41.
- [11] 骆琳. 概述古陶器的考古修复 [J]. 中国文物科学研究, 2008, (1): 23-26.
- [12] 曹怀义. 浅谈古代建筑彩画保护修复理念 [J]. 文物世界, 2013, (1): 58-60.
- [13] 郭宏. 论“不改变原状原则”的本质意义——兼论文物保护科学的文理交叉性 [J]. 文物保护与考古科学, 2004, 16 (1): 60-64.
- [14] 布兰迪. 文物修复理论 [M]. 意大利非洲与东方研究院, 2006.
- [15] 尤基莱托. 建筑保护史 [M]. 北京: 中华书局, 2011.
- [16] 郭黛姮. 关于文物建筑遗迹保护与重建的思考 [J]. 建筑学报, 2006, (6): 21-24.
- [17] 成仲旭, 吴海涛. 博物馆的文物复制 [J]. 中国博物馆, 1993, (2): 59-62.