

对博物馆陈列观念转变的一些认识

张沛心

陈列是博物馆与外界沟通的“桥梁”，外界主要通过陈列了解博物馆的馆藏特点、科研实力和管理水平等方面。陈列质量的高低直接影响观众的参观兴趣，并最终影响博物馆教育职能的发挥。博物馆最常见的陈列模式是以一个基本陈列为主，并辅以专题陈列或经常更换的临时陈列，基本陈列的展览周期长相对稳定；专题陈列则是根据馆藏优势举办，其展期长短不一；临时陈列的展期都不长，博物馆也是通过常换常新的临时陈列，让观众心中对其保持新鲜感。三者相互独立，在内容上又相互补充。人们对上世纪九十年代以前中国博物馆陈列的普遍印象是：基本陈列内容上是千篇一律的通史陈列，专题和临时陈列在形式上缺乏新颖特色，而且一个陈列可以举办很多年。在当时的观念中通史陈列要追求教科书式的完整，结果却忽略了展品个体的突出展示，虽然有专题陈列补充其缺憾，毕竟泛泛以实物陈述历史，又囿于文字数量的限制，观众自然很难理解所陈列的内容；对于临时陈列他们往往会等待上级的安排，缺乏长期规划、准备周期短，缺乏可行性论证，展品拘泥于本馆、本地区所藏，陈列形式上也与基本陈列雷同，自己都难以出彩，更无法给基本陈列锦上添花。造成这种现象的主要原因在于陈列观念的落后，而这种观念落后则更多的是时代大环境造成的。但是，上世纪九十年代以来随着中国改革开放的深入，国家经济实力的增长和博物馆事业蓬勃发展以及对外交流的增多，陈列观念已经有了明显的转变，以一些大馆为龙头，调整了陈列模式，基本陈列不再是统一的通史陈列，在陈列手段上利用自然科学的成果加强陈列效果；在举办临时陈列过程中借鉴国外的经验，有系统的规划和长时间的准备，展品的来源更加丰富，观众甚至可以看到精美的海内外珍品，在陈列形式上更为新颖，更加富有个性。这些特色陈列也通过丰富的宣传渠道，让更多的人了解博物馆及其活动。上述博物馆界出现的巨大变化无疑也是观念转变的结果。这些转变主要表现在陈列的规划意识、观众意识和宣传意识、引进意识的增强等几个方面。

一、规划意识的增强

近年来如何根据自身特色和条件举办观众感兴趣的系列展览，已经变成了博物馆首先要考虑的任务，陈列规范性操作程序的第一步是由专业人员提供的陈列规划书，其中有详实的可行性分析，决策部门可以依据分析结果，结合博物馆的具体情况取舍这些陈列，被选取的陈列可以排上时间，提前做好陈列的先期准备工作。虽然目前并未看到国内博物馆非常规范的展览规划书的样本，却已经看到不少博物馆都有自己的展览日程表，有的博物馆的展览日程表已经规划到了三年后甚至更远，这正说明我国博物馆对陈列展览的规划意识有所增强。正因为有了长远规划，才能保证博物馆的陈列准备工作井然有序。这是因为，首先展览经费有较长的运作过程，对大多数博物馆而言，展览的经费都是不小的开支，需要寻求外界的支援，随着整个社会对资金管理的规范运作，没有详实计划和可行性研究的项目可能得到资金的难度会增加。其次也让展览的业务准备工作更细致。一个好的展览从内容上要深入浅出，文字上要简练、通俗并能具有一定的文学美感，如果只是干巴巴的词条，观众就产生乏味之感，而缺乏规划，匆匆完成的展览，几乎无法给展览文字的润色推敲留出时间。当然除了文字要求外，对展品的熟悉程度也会直接影响到展览的主题准确性和单元划分的合理性。所有这些都要求参与展览制作人员，要早做准备，避免为了某个固定的开展日期而匆匆应付，使展览粗浅而浮躁。第三，可以有较长的周期完成展览的配套工作，例如展览宣传、相关纪念品的开发等，满足观众的购买需求，并而获得了一定的经济效益。

二、观众意识的增强

博物馆的观众可以“包括只到博物馆来一次的人和一年来十二次的人，可以包括来此进行学习的人和只是来消磨一个上午的人，也可以包括八十岁的人和只有十岁的人”，如何去满足不同年龄、不同需求的观众，是博物馆面临的难题之一，要解决这个难题首先必须要真正了解观众，对观众进行调查；其次必须在各项工作，特别是陈列中考虑到观众的需求，这种观众意识在我国博物馆目前的陈列中有所增强，主要表现为：1. 注重提炼陈列名称。过去很多博物馆举办陈列时，一般不在陈列名称上下工夫，不讲究从文物展品的内涵提炼通俗而又富有文化特色的名称，很多展览的名称过于呆板，无法吸引观众，有着很浓的历史教科书的的味道。例如：基本陈列多见“某某省古代史（地方史）”字眼，几乎各地都办过“考古成就展”，只是将前面加上所在省的名字就可以了，这种不讲究的陈列名称似乎也成了习惯。近年来随着博物馆观众意识的增强，对陈列名称也开始讲究了，河南博物院的基本陈列就命名为“河南古代物质文明之光”，四川省博物馆被评为全国十大精品陈列的考古成就展则以“巴蜀寻根”为名，此名称就是从展品内涵中提炼出来的，要比“四川省建国来考古发现成就展”这个传统名称更引人注目。要为观众着想的陈列名称不能一味追求花哨，不讲究内容提炼，或提炼不够准确，如果出现名称与内容不符的现象，还不如“国宝展”“精华展”“珍品展”更让人容易理解。2. 陈列形式追求现代化和特色。博物馆的陈列不仅有好的展品和主题，它的组织形式也很重要，将一些现代化的陈列手法引入博物馆，不仅增强了观赏性、也大大提高了文物和观众之间的交互性，如南京古代艺术陈列馆就运用声、光、电技术让“死”的文物“活”起来，例如观众只要站到“竹林七贤画像砖”前的某个位置，就可以聆听到阮咸的演奏，虽然乐曲是现代的，但这种现代化的陈列形式可以让观众在参观博物馆中获取更多的乐趣，并成为个人难忘的经历，使博物馆真正实现寓教于乐。而陈列形式追求特色则可以让观众对博物馆陈列产生极为深刻的印象，历年全国十大精品陈列大多以形式特色取胜。但是应当指出的是，有不少博物馆对“现代化”与“特色”理解偏颇，虽然设计有令人眼前一亮的感觉，但毕竟各种装饰与陈列内容严重脱节，观众的视线被做出来的各种辅助展品和鲜艳的色彩所吸引，反而往往忽视了文物展品，这样的设计不免有些“喧宾夺主”；另外在展览中制作过多的辅助展品和场景，也让陈列的经费过高，博物馆由于承担过大的经济压力，就无法做到不断推出新陈列，观众因为难以经常观看到高质量的展览，也就失去了参观博物馆的兴趣。3. 以观众需求爱好选择展览内容，让更多的观众进入博物馆，并利用博物馆陈列提供的实物，有效学习。例如故宫博物院曾举办过一个关于瓷器真假对照的临时陈列，就是针对目前不少有文物收藏爱好的观众，观众可以通过这些实物学习提高。随着观众意识的进一步增强，博物馆在观众心目中不再是一座庄严的建筑，而是可以得到身心陶冶的场所。

三、宣传意识的增强

过去办展览由于缺乏宣传，有时连很多市民都不清楚博物馆的展览活动，很多都是恰好碰上了就去看看，看过了以后还觉得不错，难怪有人提出博物馆是“知名度低，美誉度高”（美誉度就是指外界评论）。博物馆对陈列的重视似乎是近十年的事情，如越来越多的博物馆都会以不同的宣传途径对外发布展览的信息，最常见的是报刊等大众媒体开始报道展览开幕的消息，带有商业运作性质的展览会在报纸上刊登广告，如陕西历史博物馆曾举办的历代钱币展等都在报纸上发过展览广告。近年来设计别致讲究的展览海报渐渐出现在公众场所，如北京、上海、广州等地客流量极大的地铁站都能发现博物馆的展览招贴画，而四川、陕西等内地省份的博物馆，展览招贴画也可以在客流量较大的地方看到，如四川省博物馆的“巴蜀寻根”展，秦俑博物馆举办的“玛雅文化”展，都有海报张贴于市内的交通要道，特别是前者更是将海报寄往了海外，来扩大展览的影响，而陕西历史博物馆举办的“古罗马文明展”还将展览海报贴到了大专院校，更有宣传针对性。随着互联网在中国的普及，上海博物馆、河南博物院、辽宁博物馆、中国历史博物馆、陕西历史博物馆等都设立自己的网站，在网上公布展览信息，既扩大影响，又是一种快捷的宣传途径。特别是一些商业性质的展览，采取赠票形式对中小学校进行宣传，几乎产生了轰动的效应。陕西历史博物馆东展厅曾举办过一个为期两天的商业性质的展览——“海底总动员”，这个以海洋生物标本为展品的展览吸引了大量的本地观众，购票队伍长达数百米，展厅内观众数量也大大超过了接待能力。看过这个展览的观众对其褒贬不一，但是为什么一个小小的商业展览就带来如此大的轰动，则是值得我们反思的，如果我们也能象商业展览一样去与观众面对面，直接沟通宣传，可能效果不会比电视媒体播出的差。

四、引进意识增强

陈列展览的引进往往被认为是一个地区人们饱眼福的事情，它对开阔视野，拓展知识面都能起到积极的作用。过去我们一般独立办展览，即使合作办展览，规模也不大，在对外交流方面主要是向其他国家和地区输出展览。现在这种局面正在发生变化，首先是展出场地和设施优良的大馆，开始举办大型的合作展览，这些展览的突出特点是参展单位多，高等级的文物展品多，能收到很好的社会效益。如上海博物馆和故宫博物院、辽宁省博物馆，均是中国古代书画作品收藏的大馆，上海博物馆又具有很好的展出场地，合作在上博举办“晋唐宋元书画国宝展”大获成功；另上博还同陕西省文物局合作，有全省多家文博单位参展的《周秦汉唐文明展》，也出现了排队购票的火热场面。其次，是有展览运作经验的大馆也开始有选择地引进国外的文物展览，比如上海博物馆举办的大英博物馆所藏“古埃及艺术珍品展”、“玛雅文明珍品展”，国家博物馆还引进了“古罗马文明展”、“古希腊文明展”等大展，值得注意的是，陕西历史博物馆是“古罗马文明展”国内巡展的第三站，主办者利用自身优势，结合收藏特色同时举办了“汉长安文物精华展”，让观众在参观中将两个相同时代雄居东西方古代文明进行比较，了解两种文明的异同，给观众留下了深刻印象。这些从国内外引进展览的做法，既加强了馆际间的合作，一些先进的博物馆理念也得到了传播。

可以看出，这些观念上的转变，大大提高了陈列水平，并吸引越来越多的人走进博物馆，使博物馆真正成为了我国国民素质教育的重要场所。但是也有博物馆在陈列观念的更新中出现了偏差，将盲目攀比视作学习借鉴心得，笔者以为要转变落后的陈列观念，虽然离不开借鉴、学习，但更要结合博物馆的具体情况。

（此文为2005年“陕西省第二届博物馆理论与实践研讨会”参会论文）

技术支持:陕西省文物信息咨询中心 版权所有: 汉阳陵博物馆: 2011年-2015年

地址: 西安咸阳国际机场专线公路东段 传真: 029-86030492 电话: 029-86031470 邮编: 712038

当前访问人数:

(浏览本网主页, 最佳分辨率为1024*768) 版权与免责声明 留言信箱 hy1ae2008@163.com

