



中国博物馆协会 中国文物报社 编

回眸·创新

全国博物馆陈列展览学术研讨会论文集

15年博物馆陈列展览发展经验回顾
全国博物馆十大陈列展览精品评选活动小结
几代博物馆陈列展览工作者心血和汗水的结晶
中国博物馆陈列展览未来发展的思考



译林出版社



博书堂文化



中国博物馆协会 中国文物报社编

回眸·创新

全国博物馆陈列展览学术研讨会论文集

25年博物馆陈列展览发展经验回顾
全国博物馆十大陈列展览精品评选活动小结
几代博物馆陈列展览工作者心血和汗水的结晶
中国博物馆陈列展览未来发展的思考



译林出版社



博书堂文化

回眸·创新： 全国博物馆陈列展览学术研讨会论文集

主 编 李耀申 安来顺

中国博物馆协会 中国文物报社 编



译林出版社



博书堂文化

图书在版编目 (C I P) 数据

回眸·创新：全国博物馆陈列展览学术研讨会论文集/李耀申，安来顺主编：中国博物馆协会，中国文物报社编.——南京：译林出版社，2014.5
ISBN 978-7-5447-3695-4

I. ①回… ②II. 安… ③中… ④中… III.
①博物馆—陈列—工作—学术会议—文集 IV.
①G265-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第064339号

书 名 回眸·创新：全国博物馆陈列展览学术研讨会论文集
主 编 李耀申 安来顺
编 者 中国博物馆协会 中国文物报社
责任编辑 张 遇
特约编辑 张 冲
整体设计 邱雪峰
封面设计 韦 枫
出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司 译林出版社
出版社地址 南京市湖南路1号A楼，邮编：210009
出版社网址 yilin@yilin.com http://www.yilin.com
经 销 凤凰出版传媒股份有限公司
印 刷 南京精艺印刷有限公司
开 本 889毫米×1194毫米 1/16
版 次 2014年5月第1版 2014年5月第1次印刷
印 张 14.25
书 号 978-7-5447-3695-4
定 价 168.00元

译林版图书若有印装错误可向出版社调换
(电话：025-83658316)

《回眸·创新：全国博物馆陈列展览学术研讨会论文集》
编委会

主任委员 宋新潮

委员 (以姓氏笔画为序)

王勇强 安来顺 李金光 李耀申 李 让 李学良

段 勇 曹兵武 郭长虹

主 编 李耀申 安来顺

编 辑 李文昌 崔 波 王 超 张 冲 徐秀丽 高 游

张 晨

序

今天的博物馆已不再是封闭的、曲高和寡的，而是更加开放、包容和富有活力的，是一个服务于人、全面发展的公共文化教育机构。陈列展览作为博物馆奉献给社会的最有特色和最具竞争力的文化产品，是博物馆开展社会服务和教育的直接载体和最佳切入点，也是博物馆履行职责、实现使命的最主要形式。

随着社会的不断进步，对博物馆的渴求也就愈加的强烈，特别是进入新世纪以来，中国的博物馆事业发展十分迅速。至2012年底，全国博物馆总数已达3866家，并继续以每年100家的速度递增；博物馆质量评估体系已基本建立。经过两次定级评估，当前国家一、二、三级博物馆已达730家，占博物馆总数的1/5，日益成为博物馆行业发展的中坚力量。2012年全国博物馆举办的陈列展览20115个，参观人数5.6亿人次，相比2008年免费开放前的8364个、2.8亿人次，数量在成倍增长。

中国博物馆事业发展的大环境、大趋势，为包括博物馆陈列展览工作人员在内的广大博物馆工作者、文博相关行业的从业者提供了崭新的历史舞台，提供了发展的空间，同时也对博物馆举办更多更好的陈列展览，实现与人民群众文化需求有效对接提出了更高的要求。首先是公益性文化事业单位改革，对陈列展览工作提出了新要求，公益性文化事业单位的改革要突出公益属性、强化服务功能、增强发展活力，我们就要对陈列展览的使命有更明确、更深入的思考，让群众愿意来、愿意看、愿意将进博物馆作为自己的文化消费对象。其次是提高文化开放水平，对陈列展览工作提出了新要求，陈列展览是对中华民族文化思想价值挖掘和阐发的形象表达，是国家文化软实力的物化体现，也是文化传播交流的重要载体。因此，我们必须不断提升陈列展览的传播能力以适应这种趋势和发展需要。第再次是免费开放的不断深化，对陈列展览工作提出了新要求，博物馆免费开放工作的深入实施，既为陈列展览工作带来了前所未有的、越来越好的发展条件，同时也使博物馆陈列展览面临新的挑战。

为了满足社会对博物馆的更高要求，博物馆必须为所在地区经济社会发展提供动力，成为社区和大众文化体系的有机组成部分；同时，博物馆应当始终以密切合作者的姿态参与相关社会发展计划的实施，通过利用其独特的资源和潜力，为多元文化的平等交流与对话提供平台。在这一大背景下，博物馆的展览不应该是简单的陈列，而应该能有效传播信息，能体现出研究水平，能形成对社会和社会发展的文化关怀，要将提升水平和质量作为首要任务，坚持专业化、规范化和普及化并重的原则，还要更加重视新技术、新媒体的运用与共赢，结合陈列展览的特性，有机融合新技术新媒体，优化知识性、突出观赏性、强调体验性、注重传播性、坚持共享性，总之是要做出博物馆陈列展览独特的“博物馆性”，为广大观众提供不可替代的独特文化体验。

2013年是由国家文物局发起并指导、中国文物报社和中国博物馆协会主办的“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”创办15周年。在这15年中，中国博物馆以“服务社会、促进发展、惠及民生”为己任，以陈列展览为核心手段，推动人类文明的传承和科学知识的传播，着力探索、创新中国博物馆事业发展的模式和体系，社会作用逐步扩大，并正在日益影响城市文化消费模式。本书可以看作是对这15年来博物馆展览发展经验的回顾与总结，是几代博物馆陈列展览工作者心血和汗水的结晶。让我们以此为契机，祝愿博物馆陈列展览在未来的日子里走向一个新的高度，为构建社会和谐、推动社会发展做出应有的贡献！

国家文物局副局长
中国博物馆协会理事长

宋新潮

目 录

序/宋新潮

一、综论

- 003 精品工程的缘起及评选制度的建立/苏东海
- 004 推出展览精品 满足公众需求/张文彬
- 006 关于“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”的反思/李文儒
- 010 继续推进博物馆陈列展览精品工程之我见/李耀申
- 013 “十大精品”陈列展览内容设计述评/黄春雨
- 017 第9届(2009—2010年度)全国博物馆十大陈列展览精品评选
综述/黄春雨 李 让
- 023 陈列展览:实现博物馆学习的核心媒介/安来顺
- 025 博物馆陈列展览几个关键问题再思考/陈建明
- 028 “以人为本”是博物馆陈列展览的核心/韩 永
- 032 精美陈列 品韵酌音——放眼全国博物馆十大陈列展览精品评选历程的
感悟/李跃进
- 036 与博物馆同行——“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”回顾/李文昌
- 040 回眸·创新——十大精品评选以来全国博物馆展陈的变化与趋势/崔 波
- 043 新形势下博物馆陈列展览策划工作探析/陈 卓
- 046 实现专家评估和观众评估的平衡——关于“十大精品”陈列评估要素的
分析/江 琳
- 049 浅议政府采购对博物馆陈列展览的促进与扶持/邢致远
- 052 县级博物馆陈列展览面临的困难与出路/李宝奎
- 054 博物馆精品陈列的实践与思考——以天津市获得全国博物馆十大陈列展览精
品奖项目为例/张 宁

- 059 关于陈列展览精品评价标准的思考/程武彦
- 062 关于博物馆陈列同质化现象的分析与思考/黄亦兵
- 065 略论“陈列精品”与免费开放时代的博物馆发展/刘庆平

二、内容与形式研究

- 071 博物馆陈列设计之道/费钦生
- 073 加强内容创新 提高展览水平/杭 侃
- 075 展陈规范的实践与思考/赵春贵
- 082 为历史科学与艺术塑像——博物馆空间及展览论/曹兵武
- 086 上海博物馆展览理念的创新与实践/陈克伦
- 091 回到原点——探寻中国式的博物馆陈列艺术观念/陈同乐
- 098 论中华文化对外交流与传播——以“湖北出土商周青铜器特展”
为例/万全文 杨理胜
- 102 试谈中国国家博物馆“古代中国”基本陈列着重处理的几个
关系/陈成军
- 105 展览内容的研究和策划是成就陈列展览精品的重要支撑/郭青岭
- 108 一艘小船的大历史：“大海的方向——华光礁 I 号沉船特展”
解读/杨 玲
- 110 博物馆陈展说明文字的撰写与创新/胡 琼 邓杉杉
- 114 讲述博物馆自己的故事/韩晓玲
- 117 映日荷花别样红——谈博物馆陈列设计的个性化/李玉棠
- 120 遗址博物馆多元化展陈形式的探索与实践——以金沙遗址博物馆
为例/王 方 黄玉洁
- 123 人物类博物馆陈列设计若干问题思考与实践——以上海鲁迅纪念馆陈
列改建为例/王锡荣
- 126 从同质化到个性化的道路——论人物纪念馆序厅设计理念的发展
趋势/俞乐滨
- 129 陈列艺术寻芳之路——对中国国家博物馆获“十大精品”奖陈列展览
的回眸与思索/艾 晶
- 132 个性化的陈展设计与地域文化的传承和融合/俄 军

- 135 关于原创展览策展实践的思考——以深圳博物馆临展为例/李维学
- 138 明孝陵博物馆文化遗产传播的若干尝试/向阳鸣 张鹏斗

三、传播与技术研究

- 143 博物馆策划展览应对观众负责/马自树
- 145 围绕观众学习体验的展览设计——以南越王博物馆陈列提升项目中教育诠释为例/王 芳
- 151 从策展的角度谈博物馆教育的整体性——以构思中的“清代广府女性服饰文化展”为例/薛 燕
- 155 以人为本重维护 服务观众崇研发——从讲解员和观众的角度回顾精品展览/马率磊
- 158 论如何在陈列设计中实现博物馆的公众教育职能/孙 珂
- 161 博物馆展览传播隔阂探讨/王文彬 王 倩
- 165 让展览旅行起来——“兰亭的故事”巡展的启示/沈一萍
- 169 照明设计：博物馆陈列的新语言/余文扬
- 173 博物馆微展示刍议/金 艳 陈 曦

四、附录

- 179 附录一 历届全国博物馆十大陈列展览精品评选获奖项目（总249项）
- 189 附录二 榜样的力量——全国博物馆陈列展览精品工程回顾
- 218 后记

回眸·创新

综 论

精品工程的缘起及评选制度的建立

中国国家博物馆 苏东海

文博界1997年创建的陈列展览精品工程和评选制度至今已经15周年了。15年来连续不断而且越办越好，这在文化界并不多见。我作为第一届评委感慨良多，略微谈一谈精品工程的缘起和评选制度的建立。

创作文化精品是党中央提出的。1996年10月中共中央十四届六中全会《中共中央关于加强社会主义精神文明建设若干重要问题的建议》中，号召文化领域树立精品意识、实施精品战略，努力创作作为广大群众欢迎的优秀作品。江泽民总书记在多处讲话中推动精品工程的开展。我记得1996年10月他在视察八一电影制片厂讲话中说：“以饱满的热情，努力创作出更多思想精深、艺术精湛、制作精致，具有强烈吸引力的优秀作品。”这对我们理解精品工程的意义是有帮助的。

从当时博物馆的状况和发展来看，实施精品工程也具有迫切的现实意义。改革开放后，拨乱反正发展了一大批速成的博物馆，其质量是亟待提高。20世纪90年代我国加快了现代化建设的步伐，博物馆现代化发展的专业水平也亟待提高，实施精品战略是非常符合现实发展的需要，是博物馆管理的一项创举。

精品意识是逐步培养起来的，认识也是逐步提高的。开始时只有少数博物馆参加活动。第一年也就是评1997年十大精品时，只带动了少数博物馆参展，到1998年、1999年时，各地参评的动静就越来越大了。不但博物馆在拼搏，而且领导部门、甚至地方政府主管领导也动了起来，上下形成合力。把竞争机制引入精品工程，上上下下的积极性调动起来了，从而普及了精品意识。从1998年开始评选十大精品，形成制度、连续不断、激励着创作陈列展览精品的活动不断前进。

在实践中精品意识不断加强，对精品内涵的认识不断加深。根据前三年的实践，当时我总结了几点认识：首先要看社会效果。一个陈列展览的选题与立意就是检验社会

效果的第一关。没有社会价值、没有社会效益的陈列展览是不可能成为精品的。“红岩魂”展览轰动京城，其原因就在于社会出现了对理想信念的追求。传达古代文明信息的那些陈列展览适应了社会对中华五千年文明的寻根热。故宫的包装艺术展虽然主题不大，但从包装这个小角度上满足了一定的审美需求。社会价值并不一定取决于社会轰动，更重要的在于“思想精深”。

其次，光有好的思想还不够，还必须有博物馆的科学内容和艺术形式来实现。博物馆的陈列展览是一种特有的文化表达方式，如果一个陈列展览像教科书或像连环画式的展示内容，那无论如何不能成为精品。“内蒙古古代岩画陈列”将大块岩画与其原生地巍巍阴山、草原大漠的这幅背景照片组合起来，不仅自身临其境之感而且更具震撼力。

第三，作为精品还必须有与之相应的制作，要“制作精致”。制作并不在花钱多少，精品并不是用钱堆起来的，主要是精心制作。精深的思想、精湛的艺术，最终还要有精致的制作，陈列展览才能立体地站立起来。

第四，陈列展览的推介也是精品工程不可缺少的环节。陈列展览的社会效果有赖于自我推介和媒体推介，逐渐为社会认识，从而不断扩大社会影响。这就是我对精品工程早期的几点认识、也可以说是基本认识。我的这个三年小结为国家文物局《文物工作》全文刊登。

精品工程和十大精品评选，随着博物馆的发展而不断发展，从典型带路到专业导向，从一般资料评比到现场实地考察，越做越好，影响越来越大，我很宽慰也很钦佩。

推出展览精品 满足公众需求

国家文物局 张文彬

国家文物局自1997年在全国博物馆界实施陈列展览精品工程以来,各地文物主管部门和各级政府对这项工作十分重视,很多省市把博物馆创办展览精品看作当地精神文明建设的一项大事,投入了极大的人力物力。一年一度的“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”,在国家文物局、中国文物报社、中国博物馆学会的共同主办下,产生了越来越大的影响。参加评选的陈列展览一年比一年多,水平一年比一年高,评选工作一年比一年深入,效果一年比一年好。从这几年各地推荐参评和获奖情况看,既有系统反映本地区历史文化概貌的大型基本陈列,有从一个侧面或新的视角展示优秀文化传统和灿烂文明的专题陈列,有近年来考古重大发现和出土文物精品陈列,也有旨在普及科学知识、乡土知识和促进环境保护意识、促进人与自然和谐发展的自然历史陈列,还有纪念近现代中华民族伟大人物的伟人生平陈列和展现当代社会发展繁荣风貌的大型陈列。从获得精品奖和提名奖单位看,既有来自文物资源丰富、专业力量较强、基础设施较好的区域的,也有来自经济相对发达的沿海地区的,更难能可贵的是地处西部地区、条件较差的西藏、内蒙、宁夏等地的博物馆,也办出了一个又一个的展览精品。配合十大陈列展览精品评选举办的表彰及展览精品学术研讨会、展览项目交流洽谈会,则进一步从专业学术研究和展览市场开拓的层面,推动着精品工程向深度和广度发展。

经过数年努力,全国博物馆“十大陈列展览精品”已经迅速成为受到社会和公众关注的中国博物馆界的著名“品牌”,吸引了越来越多的海内外观众走进博物馆。事实说明,陈列展览精品工程的实施,提高了文物、博物馆工作者的精品意识,推动了博物馆事业的建设和发展,取得了良好的社会效益。事实也说明,社会和公众需要陈列展览精品,博物馆、纪念馆应当提供这样的精品,文物、博物馆工作者能够创造出越来越多的精品。

江泽民总书记指出:“宣传思想工作和精神文明建设,事关建设有中国特色社会主义事业的大局。越是深化改革、扩大开放,越是发展社会主义市场经济,越要重视和加强这方面的工作。”文物、博物馆事业是国家、社会的公益性事业。以保护祖国文化遗产,弘扬民族优秀传统文化,提高全民思想道德和文化素质为己任的文博工作,在宣传思想工作和精神文明建设中,在代表先进文化前进方向的中国文化事业的建设中,发挥着无可替代的独特作用。各级各类博物馆、纪念馆收藏的各种珍贵文物,是对广大人民群众进行历史知识教育、爱国主义教育、革命传统教育的生动教材,博物馆、纪念馆因此成为公民终身教育的课堂。而发挥教育作用的最直接最有效的方式,把公民吸引到博物馆、纪念馆的,是以文物为主体的陈列展览。观众正是通过这些可见可感的具有丰富信息的历史见证物,通过它们的科学组合和艺术展示,接受文化陶冶,学习各种知识,感受和认识民族的、人类的创造力,从中汲取创造新生活的力量。随着经济、社会的协调发展,随着人民群众物质生活水平和文化素质的提高,公众对生活质量的需求也越来越高,公众的博物馆意识也会越来越强,可以相信,用不了太久的时间,越来越多的人将会把走进博物馆作为增长知识以至文化休闲的最佳选择。博物馆、纪念馆高雅的文化环境,浓郁的文化氛围,精美的陈列展览,必将在丰富人们的文化生活,提升和引导人们的文化消费和审美追求方面,发挥更为重要更为广泛的作用。

时代需要陈列展览精品,公众需要陈列展览精品。适应建设有中国特色社会主义政治、经济、文化的要求,满足人民群众日益增长的物质和精神文明需求,努力提供优秀的陈列展览,是博物馆、纪念馆的光荣任务和神圣职责。一年一度的精品评选,对陈列展览的选题策划,思想内容,形式设计,制作布展,学术研讨,宣传介绍,组织

服务，观众人数，社会反响等，都有明确的要求。用评选评奖的方式，用学术研讨的方式，交流洽谈的方式，激发、鼓励、引导各级各类博物馆、纪念馆发挥自己的特色和优势，努力创造陈列展览精品，是行之有效的。把陈列展览精品的创办过程，心得体会，经验总结，把陈列展览精品学术研讨的成果集中起来，用图文并茂的方式编辑出版，精编精印，供创办新的展览精品参考、借鉴，无疑又是一件有意义的事情，也可以说是陈列展览精品工程的延伸。因为这部书既是我国博物馆界这些年来陈列展览精品的集成，也是与展览精品相称的图书精品。可以相信，随着评选评奖工作的进一步完善和深入开展，以及本书的出版发行，必将有力地促使全国两千多座博物馆、纪念馆为公众和社会提供更多更好的陈列展览。

（本文系作者2000年为《中国博物馆陈列展览精品图解》所作前言）

关于“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”的反思

故宫博物院 李文儒

如果一个博物馆没有展览，还能不能称之为博物馆？展览在博物馆中的重要地位不言而喻。博物馆的展览，是博物馆文化价值最直接的体现，是博物馆与社会公众建立最密切关系、最有效地服务于社会公众的主要方式。

正是在这个意义上，千方百计地办好每一个展览，吸引更多的观众参观博物馆的展览，成为所有博物馆人的专业追求和行业职责。

正是在这个意义上，中国博物馆界在20世纪末开始的、一直持续至今的“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”及其产生的广泛深入的影响，已经被评价为中国博物馆历史上的一项伟大创举。

一、精品品牌创造与精品品牌效应

“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”创办于1997年，最初为每年评选一次。第一次评选活动就引起很大的反响，受到博物馆界的热烈欢迎和高度重视。从1998年开始，活动主办者在评选的基础上选择获奖博物馆，举办隆重的获奖精品颁奖、现场观摩、学术研讨活动。1998年，在彭德怀纪念馆举办的获奖展览颁奖、现场观摩、学术研讨会上，我就展览精品的创造和质量的提升发言，强调精品的学术研究基础和艺术创造基础。1999年在孙中山纪念馆举办的获奖展览颁奖、现场观摩、学术研讨会上，我讲的是展览精品的市场意识和宣传营销。结合获奖精品的现场观摩，开展有针对性的主题明确的学术研讨，有助于在较深层面提升博物馆展览精品的创造水平和精品评选活动质量的不断提高。

2000年，受国家文物局委托，我所在的中国文物报社承担了将1997年度、1998年度、1999年度获奖的30个展览精品，编辑成《中国博物馆陈列精品图解》正式出版的任务。我在《编后记》中说明了编辑的基本想法，即“尽可能

能展示每一个精品的创造过程及其特色”。为此，组织力量对30个获奖精品的参评材料进行认真的整理加工，“尽可能做到图文互动、图文并茂”，从而起到总结推广展览精品的创造性经验，为继续“创新精品”提供“借鉴参考作用”。

展览精品评选活动影响越大，越受各方面重视，越需要评选的科学、合理、公正。从2001年第4届评选活动起，评选范围扩大，奖项增加，除精品奖，增加了单项奖、提名奖。为了使评选活动更加公开、公正、透明，建立起评选专家库，创新了随机抽选评委的评委产生方式。开始尝试现场报告、现场评议、现场揭晓的评选程序与评选方式。

从2002年第5届起，精品评选由一年一届，改为两年一届。评选活动分为初评与终评两个阶段。增加了特别奖。

从2013年第10届开始，评选活动又回归到一年一届。在评估体系中，增加了博物馆行业外的专家、学者、艺术家的参与，特别是增加了观众的参与。

全国博物馆十大陈列展览精品评选自1997年首创以来，历经十几年的发展、壮大、积累，已经成为博物馆界影响最大的专业评选活动。十几年连续不断的评选活动，至少在以下几个方面效果显著：

一是极大地调动起各级各类博物馆的精品意识，自觉地、主动积极地努力创造展览精品，成为博物馆界的共识和风尚，博物馆展览水平得到快速明显的跨越式提高。

二是在学术层面推动了对陈列展览的研究，促使陈列展览很快成为博物馆学术研究中的重要内容，并使对展览的研究，逐步提升到与对文物藏品研究同等重要甚至更为重要的地位，为博物馆展览水平的持续提高，奠定了扎实的学术基础。

三是各级各类博物馆创造展览精品的努力与要求得到各级政府和各行业主管部门的理解、重视与支持，各级政府、主管部门不断加大建设博物馆的力度，加大扶持创造

展览精品的力度。

四是全国性的博物馆十大陈列展览精品评选产生了广泛的社会影响,博物馆十大陈列展览精品不仅成为博物馆界的金字品牌,也成为社会文化活动、公众文化生活中的响亮品牌,从而极大地提升了博物馆的社会形象,提升了公众的博物馆意识。

二、展览精品评选中的几个问题

1997年我已在国家文物局博物馆司工作,后来又在中国文物报社工作,由于工作的原因,在较长一段时间里较多地参与过十大陈列展览精品的评选活动,现在回想起来,有几个问题值得反思和讨论。

第一个问题是名称问题。我们把评选的对象,评选出来的获奖展览,叫作“十大陈列展览精品”。当时参展的作品,有的叫作“展览”,有的叫作“陈列”,有的叫作“陈列展览”。那时就提出过这个问题,是否应该有一个统一的界定?记得有一种说法,是博物馆界已经形成一个约定俗成的理解,博物馆的基本展、相对固定展叫陈列,临时展、时间短一些的专题展叫展览。既然是约定俗成,也就没有深入讨论下去。把陈列展览作为一个名称并列在一起,对博物馆人来说,或许可以理解,而对于社会公众,则会提出疑问。事实上也有提出这样问题的。我个人认为,单就展览与陈列这两个词而言,“展览”是一个兼含“展”的主体和“览”的主体,亦即博物馆展示与参观者观看的相互关系,而“陈列”则表示的只是“展”的主体(博物馆)的单方面行为,亦即我把展示品摆在那儿。从有利于公众的理解出发,也更符合表达博物馆的展览与社会公众的关系,表达博物馆人的愿望,可以将“全国博物馆十大陈列展览精品”精简为“全国博物馆十大展览精品”。

第二个问题,是展览精品还是精品展览?也就是说,把一个展览做成精品,还是一个精品的展览,即这个展览的展品都是精品?这个问题一直有争议。具体来说就是我们到底是做一个好的展览,还是把一些好的东西摆在那儿?好展览是以物为中心,以观众为中心,表达一个好的主题、好的思想、丰富的知识或很有趣的一个故事。这样的展览,不是由展品的等级来决定展览水平的高低。不仅不能认同那种一个好的展览一定要有高等级的展品构成的说法,而且一定要走出以展品等级来定义展览等级的误区。好展览的决定因素是处理好展示的“物”与参观的“人”的关系,是以“物”证史、说史、说事、说人的观念、技巧、艺术,而不是展品的等级。一味以高等级文物

为优势的展览往往会忽视内容的提炼与表达,造成对核心内容重视不够甚至严重缺失的流弊。

第三个问题是内容的形式化和形式的内容化问题。在南京博物院主持召开的一次关于展览形式设计的讨论会上,我提出过一个比较极端的观点,我认为展览是视觉艺术,对于展览这样的视觉艺术来说,形式即内容,形式大于内容,形式决定内容。我这个极端的观点在当时是有明显的针对性的,即针对我认为是博物馆展览设计中形式艺术严重缺位的现状。形式与内容的关系,一直是博物馆展览中的一个突出问题。从十大精品奖项设置的变化可见,最早的精品评选奖项,就是十个精品奖,也就是评出十个好展览。后来增加了特别奖、最佳创意奖、最佳内容设计奖、最佳形式设计奖、最佳制作奖、最佳新技术和新材料应用奖、最佳安全奖、最佳宣传奖、最佳服务奖、最受观众欢迎奖、最佳综合效益奖等等,从这些奖项名称内容来看,至少有4至5项属于纯形式、纯技术方面的,显然是为了引起对展览形式的注重。这样有没有什么问题?是否会矫枉过正?会不会导向另一个极端?强调形式的重要固然必要,如果造成内容与形式分离,造成单纯形式化倾向,展览内容与形式失衡甚至倒置,重视了形式忽视了内容,则会对展览的核心价值形成意想不到的伤害。这种状况不是没有发生。重点、要点的偏离,导致过分关注和着力于形式与制作的铺排张扬,以硬体远胜于软体的投入遮蔽展览内涵的虚空与苍白,用形式的奢华掩盖内容的不足,特别是在文物资源、展品资源不多的情况下,用这种讨巧的手段替代在展览内涵上下大功夫,下苦功夫,最终的结果,不是提高而是降低了展览的质量。由此看来,展览内容的形式化与展览形式的内容化仍然是展览精品评选中需要继续关注的问题。

第四个问题是如何解决内与外的关系。虽然我们认同博物馆展览的外向性、公众性,但在实际的评选过程中,基本上的操作仍然封闭在行业内的自我评价之中。既然博物馆的展览是外向型的,是面向社会面向公众的,而不是博物馆人的自娱自乐,自我欣赏,那么和在展览精品的创作中,社会和公众的影响到底有多大?在展览精品的评选中,社会公众的意见到底起到多大的作用?是应该由我们服务者自己说了算,还是由被服务的观众说了算?是由创作精品的人说了算,还是由分享精品的人说了算?2013年的第10届评选,虽然增加了行业外专家、学者、艺术家的参与,增加了观众的参与,但由于操作层面的问题,由于科学的评估体系建立的复杂性和对建立这一评估体系的研究的缺失,要想解决这一问题依然困难重重。

第五个问题是专家库的建立和评委的产生问题。建

立评选专家库的出发点是为了在操作层面保证评选工作的公正,现在看来,表面上的公开公正却往往造成评价体系的残缺和专业水准的损失。专家库没有准入标准,准入制度,随便什么专家都可以进专家库,评比时抽到谁,就赋予谁决定是否精品的权力,这肯定有问题。这还是行业内部的问题。行业外部的的问题更严重,与前一个问题相联系,表现在专业门类的缺失和服务对象的集体失语。我们是为博物馆外部观众和外部社会服务的,但没有有效地赋予观众,亦即赋予服务对象评选的资格与机会,只能由我们自己来评价。这一问题在展览精品评选开展这么多年来一直是比较突出的。虽然我们在努力寻找解决这一问题的突破口,但收效并不理想。

三、展览精品评选的进一步完善与再创新

“全国博物馆十大陈列展览精品评选活动”的创立和不断发展,正值中国博物馆事业发展鼎盛的时期,虽然存在值得探讨的种种问题,但毫无疑问,这一历史性的创举、这一早已成为博物馆著名品牌的展览精品评选,在博物馆事业发展中,在中国文化建设中的地位和作用已经载入历史史册。

随着博物馆公益性、公共性、公众性核心价值的深入人心,随着博物馆免费开放政策的全面实施,全体公民的博物馆意识迅速提升,精神文化需求迅速增强,面向公众的博物馆展览,以提高展览水平为目标的博物馆展览精品评选活动,自当与时俱进,进一步完善,继续创新发展。

就展览精品评选活动自身而言,无论已经做出多大的贡献,无论怎样行之有效,无论怎样广受好评和欢迎,因其已经实施十几年,也会自觉不自觉地形成某种思维定势、运作模式、程序套路,也会因此而产生操作、参与厌烦,评价、审美疲倦,甚至可能由促进转化为促退,所以,非常有必要通过总结和反思,进一步完善评选活动,甚至需要做出较大的调整,形成新的评选方案与章程。

我以为如下几点尤其值得重视:

第一,更新观念,转移立场,改变角度,坚定地站在全心全意为社会为公众服务的立场上,站在繁荣文化建设,提高公民文化素养的立场上,重新认识和重塑博物馆展览的价值、形象及意义,重新认识评选活动的价值、形象及意义。

第二,继续扩大博物馆文化视野,吸收世界范围内的展览研究的一切成果,结合我国博物馆资源特色和观众现状,强化对博物馆展览的学术研究,在研究基础上,完善和重建十大展览精品评选的价值评估体系,适当调整奖

项,细化奖项标准、申报要求、评选规则、评选程序,分类分层,清晰导向。与重新确立的评价体系相一致、相配套,改进评委选择方式,改进评选活动内容与评选活动流程。

第三,使展览评选与展览学术研讨更加紧密地结合起来,依靠博物馆学学者,展览研究学者,配合评选活动,组织更加有效的学术研讨。并将其列入评选活动章程,使其成为评选活动不可或缺的组成部分。

第四,在评选活动中鼓励“策展人”体制的运作,逐步打破馆领导就是重要展览自然策展人的惯性模式,探索、推进并最终确立博物馆“策展人”机制,真正实现以学术研究为基础的学术成果的展览转化。尽快突破博物馆展览人力资源配置错位、配置缺位的制约性瓶颈,把最有创造力的专业人员配置到策划组织展览的岗位上。我在这里特别强调和呼吁创造条件,尽快建立策展人制度。我坚信,一个博物馆的馆长,如果能为自己管理的博物馆选择或培养出几个在行业内外颇具影响力的策展人,他这个博物馆的展览,连同整个博物馆的工作,一定会风生水起,活力迸发。

第五,在展览精品评选活动中鼓励和推动博物馆展览与企业、企业家、多种传媒建立密切合作关系。把有经济实力,热心于公益文化事业的企业、企业家吸引到博物馆展览的创造团队中。推动与大型媒体企业合作举办各种展览。这些对于我国博物馆界来说还是创新性的举措,主要不是为了解决展览经费的问题,更为重要的是营造和强化博物馆展览的社会氛围、社会活力、社会影响力、社会导向。大的经济实体,特别是社会影响力大的企业和企业家,能够投入文化事业和博物馆的展览,本身就具有很强大的文化价值导向。尤其是与多种媒体建立密切联系,必然会极大地改善博物馆展览的宣传营销理念,创新展览的宣传内容与宣传方法,取得最为有效的展览传播效果,使各级各类博物馆精心创造的各种展览精品、展览活动社会化和大众化。

第六,具体到一个展览上,有必要强调以下几点:一是在评选中要重视展览的原创性。新的发现、新的研究、新的成果是原创,把原创成果综合转化为展览同样是展览的原创。创造性的展示理念和方式,展示过程的创新,更是展览原创。二是重视展览的整体性和完整性。要把宏大的视野和精致的筹划有机和谐地组织为一个完整的整体。三是要尽可能地量化知识点。如果一个展览不能量化出数十个、上百个知识点,我认为是不成功的。怎么挖掘、呈现和表达知识点?这些知识点有显性的和隐性的,有直接的呈现,还有间接的提供,面对不同层面的观众,知识点