

# 陈列展览与雷锋精神 传承弘扬的历史回顾

史勇

六十年来,学雷锋活动业已成为一代国人的集体记忆。陈列展览不仅是学雷锋活动的重要组成部分,而且对于学雷锋活动的发动、兴起与常态化、长效化发挥了不可替代的推动作用。简要回顾陈列展览与雷锋精神传承弘扬的历程,对于深刻把握雷锋精神的时代内涵,让雷锋精神在新时代绽放更加璀璨的光芒,具有一定参考价值。

在毛泽东等老一辈革命家为雷锋题词之前,雷锋生前所在部队于1962年10月即设立了雷锋烈士事迹展览馆。据常家树《六十年代共青团与学雷锋活动钩沉》一文引述的档案史料,在抚顺团市委号召下,展览开展仅一个月就接待观众12.38万人次;与此同时,全市有102个单位设立了小型雷锋纪念馆。随后,共青团辽宁省委组织报告团携带雷锋事迹流动展览馆赴全省各地巡展,并协调辽宁图片社洗印了供基层办小型雷锋事迹展览馆用的照片800套。

在毛泽东等老一辈革命家为雷锋题词之后,经过突击筹备,1963年3月19日至6月12日,“雷锋同志模范事迹展览”在中国人民革命军事博物馆展出。据军博专家马沈、黄敏《雷锋主题展览:“军博”的一座标志性地标》一文记载,展览开幕首月接待观众近40万人次,每天提前开馆1小时、推迟闭馆半小时、增加16个晚场;为满足观众参观需求,自4月23日起,同名展览增设一套在中国革命博物馆展出;两个展览累计接待观众近百万人次,其中外宾六百余人次。从当年新闻报道里可见展览盛况:“来自首都的各部队、机关、学校、工厂、人民公社以及归国华侨、少数民族和全国各地的参观人群,从早到晚,川流不息。他们一致认为在参观中受到了一个最丰富的、最生动的共产主义思想品德的教育……参观者都表示要响应毛主席的‘向雷锋同志学习’的号召,做‘雷锋式的工人’‘雷锋式的农民’‘雷锋式的战士’‘雷锋式的学生’”。六十年前的“雷锋同志模范事迹展览”还发挥了“母版”或“孵化器”功能,军博以此为蓝本,向各地举办雷锋主题展览提供了大量文物复制品和资料,编印《雷锋同志模范事迹挂图》10万套、《向雷锋同志学习》小册子近20万册。可以说,该展览以其巨大感染力和影响力,成为全国学雷锋高潮的时代象征之一。

20世纪60年代中后期,抚顺雷锋纪念馆、湖南雷锋纪念馆先后于1965年和1968年落成开馆;1987年,鞍钢雷锋纪念馆开馆;1991年,沈阳军区雷锋纪念馆开馆;雷锋主题陈列展览逐步有了固定宣教阵地。20世纪70年代末至90年代初,军博先后于1977、1981、1990、1992、1993年五次举办雷锋主题展览。为满足各地学雷锋活动中的陈列展览需要,新华出版社曾于1990年3月出版发行十六开彩色展览图片《学习雷锋精神》一套24幅,内容包

括党和国家领导人为雷锋题词影印件、雷锋事迹照片等。随着学雷锋活动的深入持续开展,自80年代开始,雷锋精神传人的典型事迹也以陈列展览形式被推向社会、广为人知。除了国有博物馆和纪念馆的雷锋主题常设陈列展览,各地常年举办的雷锋主题流动图片展览外,军队和教育系统基层单位亦不乏自办之雷锋事迹展览馆,如武警8674部队一连学雷锋展览馆、长春市雷锋小学雷锋事迹展览馆等。值得一提的是,以雷锋生前所在团为主组建的中国赴利比亚维和工程兵大队在维和行动间隙,曾在营区设立雷锋事迹展览馆,展出配有中英双语说明的图片150余幅,并向利比亚19所学校和4个城市赠送中英文版《雷锋故事》和雷锋铜版像。

“逢五逢十”举办周年纪念活动的传统,也体现在雷锋主题陈列展览方面。1998年,为纪念毛泽东等老一辈革命家为雷锋题词35周年,中国革命博物馆举办“雷锋精神永恒”展。2012年,为纪念雷锋逝世50周年,湖北省档案馆举办“永远的雷锋:纪念雷锋逝世50周年专题收藏展”,展品主要由民间收藏家提供;同年,平津战役纪念馆举办“踏寻雷锋足迹”展。2013年,为纪念毛泽东等老一辈革命家为雷锋题词50周年,在中华世纪坛展览馆举办“永远的雷锋”主题展;同年,湖南省档案馆举办“雷锋家乡学雷锋:湖南省学雷锋活动50周年档案展”,展出包括雷锋在校期间用过的红领巾、少先队鼓号等78件珍贵实物,除了线下实体展览外,各地雷锋纪念馆相继开通在线展览。例如沈阳军区数字雷锋纪念馆、抚顺雷锋纪念馆网上展馆先后于2012年和2017年上线。其实,早在2003年,共青团中央、中央党史研究室、国家档案局主办的“网上雷锋纪念馆”已在雷锋主题在线陈列展览方面先行一步,通过文字、照片和视频生动全面再现雷锋平凡而伟大的一生,展示全民学雷锋和志愿服务的成绩。据当年新闻报道,网上雷锋纪念馆开通仅9天,已有23万网民点击访问,逾4000人在线参观后为雷锋献花和留言。

六十年来,逐步形成了以各地雷锋纪念馆专题展览、国家博物馆和军事博物馆雷锋主题展览为骨干,军队、教育、档案、文博系统雷锋事迹展览馆、雷锋文献档案展览、流动图片展及民办雷锋纪念馆为基础和补充的雷锋主题陈列展览体系。陈列展览成为重要的雷锋精神传承弘扬平台,相关陈列展览的特点是:主题与时俱进常办常新、雷锋事迹和学雷锋典型相辅相成、官方和民间藏品资源互补互鉴、陈展“上线”“入云”“接地气”。雷锋主题陈列展览的延续性、常态化 and 影响力,在新中国博物馆史上是少有的。在新征程上,如何更好地发挥陈列展览作用,使学雷锋活动永葆生机,对于文博工作者来说,既是“老生常谈”抑或“常规操作”,更是一个历久弥新的时代命题。

## 传播是博物馆的生命力

——东莞市博物馆展览传播实践分享

李历松 杨钰

2022年东莞市博物馆推出“莞见中国”系列展览,其中“华彩宫瓷——沈阳故宫博物院藏清宫瓷器展”“大唐宝藏——法门寺地宫文物精粹特展”入选2022年春节和15月“中国十大热搜展览”(据中博热搜榜),东莞市博物馆全年四个季度均入选全国热搜博物馆百强榜单。短短一年,东莞市博物馆被关注度的飞速提升让我们深有感触:传播是博物馆的生命力。本文尝试通过梳理展览传播的实践经验,探究如何带着新思维和好产品,实现展览传播“多快好省”的工作流程和策略。

我们改变博物馆传统的藏品鉴赏、展览预告、活动报名等单点宣传方式,将博物馆视作一个文化媒介,紧密围绕展览、文物、文化内涵、延伸活动等信息传播而高速运转,与社会密切互动,激活博物馆的生命力和张力。

**策展团队展前下足功夫。**把自带顶级流量的文物搬过来并不能成就一个精品临展,文物本身既有的历史IP存量表达,并非博物馆传播效应。展览大纲求创新,展陈设计重细节,将原有的展览重新解构、重新传播赋能,文化产品进行重新淬炼,方称为“策展”。创新的展览大纲能较为成功地转化为展览中的阐释性材料,使观众顺利地与展览背景沟通和对话。开展前三个月,结合创新的展览大纲精确定位设计展览的美学观,准备丰富的传播源素材和图文并茂的内容端:展陈基础文字、重点文物推文、研发编辑的展览导览读本、活动手册,以及展陈设计图、展览海报、教育及宣传册等展览产品。此外,还需结合展览亮点筹划丰富的分众式展教项目,有计划有节奏地延伸展览内容,使展览中的文物“活”在观众的认知和记忆里。以“大唐宝藏”展览为例,策展团队在开展前除完成展陈相关工作之外,就已规划好自营媒体36

条主要推文,编写了3本宣传教育读物,设计了7个系列128张展览主题海报,筹备好开幕式和展期中15项教育活动,以保证展览开放后,传播热点此起彼伏,呈波浪式递进。

**媒体策略融入传播计划。**博物馆和主流媒体紧密合作是获取社会关注最有效的方式,其中,博物馆行业媒体和自营媒体,可让展览精准地投放博物馆受众,使传播效率倍增。我们邀请展览主办媒体、合作媒体、网红大V及社会力量共同制定传播计划,组成策展传播联合会,以实现展前预热、开幕破圈、展期深入、展后回顾几个传播阶段的流量数值。此外,鼓励全民自媒体传播各种参观和学习收获。如果说博物馆行业大V为一个展览带来千万级的传播流量属于计划内的话,那由观众自媒体发布的两天破亿流量的博物馆参观小视频,则实属意外之喜。主流媒体、行业媒体、全民自媒体三个层次的媒体以不同策略相融合,达到博物馆传播全覆盖的媒体作用,也实现区域性、广泛性和行业性的传播。2022全年,东莞市博物馆自营媒体发布推文及视频传播源素材578条,阅读量249.3万,联合各媒体制作并发布大咖导赏、娱乐综艺、知识科普、VR展览、VLOG、PLOG、创意长图等各类宣传产品4866条,观众获取信息平台为微博、小红书、抖音、官方自营媒体、其他新闻网络、新闻报刊,共计10亿多阅读量。

**互动活动引发观众共情。**从观众的角度出发,参观博物馆应该是一种相对粗放、自由选择度高的学习类别,除了为保证量身定制经典的教育项目,更多的是要给观众提供可选择的多感官现场体验活动,满足沉浸式观展的乐趣,突显实体博物馆在数字时代的优势和魅力。展览开放后,我们结合场馆实际有计划有节奏地推出展览延伸活动,尽量覆盖全年龄段和不同文化层次人

# 一份报纸回顾中国第一次纪念国际劳动妇女节

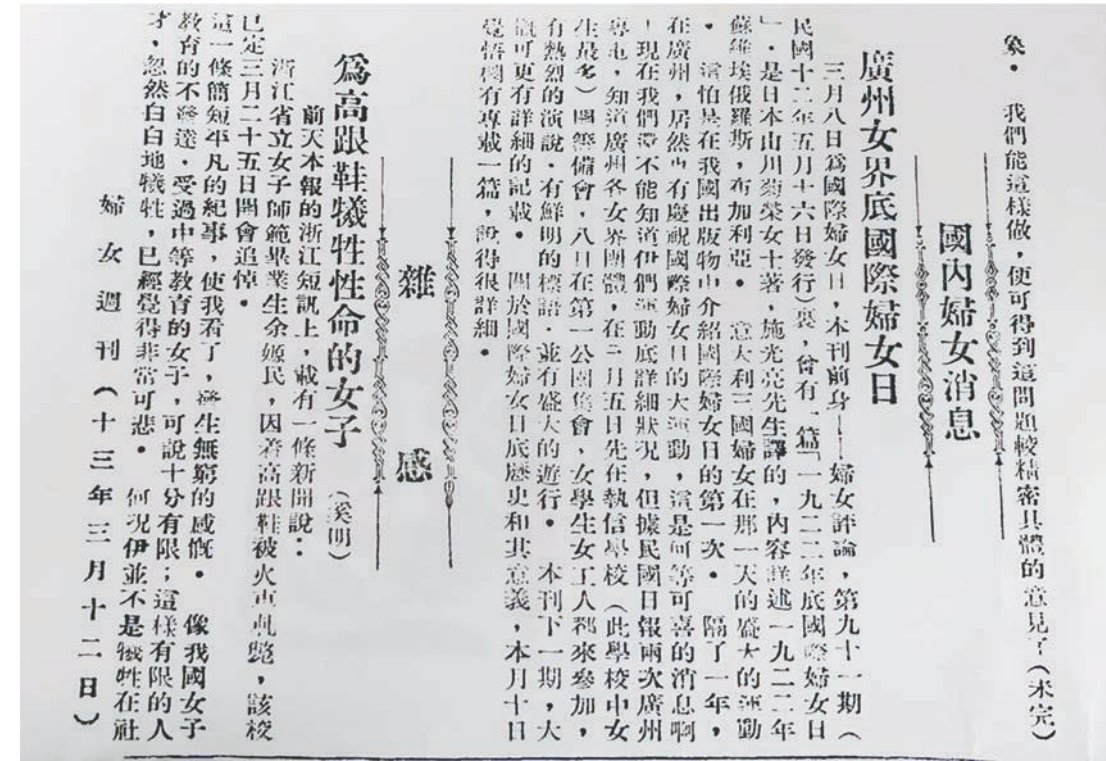
何妍

国际劳动妇女节,起源于西方劳动妇女争取权利的运动中,全称“联合国妇女权益和国际和平日”或“联合国女权和国际和平日”。1910年8月,第二届国际社会主义妇女大会确定每年3月8日为国际劳动妇女节。1924年3月8日,中国首次国际劳动妇女节纪念活动在广州举行。1924年3月12日第29期《民国日报·妇女周报》,国内妇女消息栏刊载:“广州女界底国际妇女节:三月八日为中国国际妇女节,本刊前身——妇女评论,第九十一期(民国十二年五月十六日发行)里,曾有一篇《一九二二年底国际妇女节》。是日本山田菊荣女士著,施光亮先生译的,内容详述一九二二年苏维埃俄罗斯、布加利亚、意大利三国妇女在那一天的盛大的运动。这怕是在我国出版物中介绍国际妇女节的第一次。隔了一年,在广州,居然也有庆祝国际妇女节的大运动,这是何等可喜的消息啊!”

1924年1月,国民党第一次全国代表大会确定了“联俄、联共、扶助农工”三大政策,同意共产党以个人身份加入国民党,这标志着第一次国共合作的建立。1月31日,国民党一届一中全会决定成立中央党部妇女部,一大批优秀女共产党员、女共青团员如蔡畅、邓颖超、向警予、杨之华等以个人身份加入国民党并到各級妇女部工作,成为妇女运动的领导者和骨干力量。2月下旬,在国民党中央妇女部干部会议上,何香凝提议在广州举行庆祝“三八”国际妇女节大会,由中央妇女部负责出面发起集会和游行示威,会后进入了积极筹备阶段。3月3日,何香凝特别邀请其丈夫廖仲恺在广州执信学校举办演讲会,演讲主题为《国际妇女节之性质》,强调中国妇女要向苏联欧洲各国妇女学习,努力争取参政权和妇女平等工作权。他的演讲使各界妇女很受教育和启发,实际上是纪念国际劳动妇女节的一次动员大会,起到了动员劳动妇女群众积极参加庆祝妇女节的作用。3月4日,国民党中央妇女部以部长曾醒名义发出通告,呼吁广州地区各妇女团体于3月8日举行游行示威,响应全世界妇女的“大团结示威运动”。3月5日,广州各界妇女代表数百人在执信学校大礼堂举行筹备委员会。何香凝主持了这次会议,会议议定了纪念活动的宣传办法、会议程序和大会议口号等。当时议定的口号有“解放中国半殖民地之地位”“解放妇女所受资本制度的压迫”“要求妇女劳动权、平等教育权、平等工价权、女子参政权及一切妇女应得之权”“排除纳妾一夫多妻制度”,等等。3月7日,电话局女工与执信女师等校学生乘坐30余辆汽车,高呼“打倒帝国主义”“解放妇女所受资本制度的压迫”“要求妇女劳动权”“要求平等教育权”“要求平等工价权”“要求女子参政权”“要求女工保护、生育保护、儿童保护立法”“要求八小时工作”等一丈长的标语,高呼“女同胞醒醒”“女权运动万岁”“争取妇女解放”等口号,由公园正门

出发,转过吉祥路,经省署财政厅前,转惠爱东路,由大东门直出越秀路,至东堤,转向西行至西濠口,折入太平路,丰宁路,转惠爱西路返第一公园散。活动还组织了10余人散发会议口号和传单,派出27个演讲队,分赴工厂、剧院等处演讲,宣传会议精神,启发妇女群众觉悟。当晚,由女界联合会职员在高师大礼堂排演《妇女运动之经过》白话剧,将女子受压迫与痛苦,及应如何警醒女同胞团结起来一致奋斗,以话剧形式表现出来。这次活动,由各界妇女组织实施,有条不紊,第一次将中国妇女的要求全面提出来了。

这次纪念活动正值国共第一次合作时期,是国共两党合作领导中国妇女运动的成果。中国共产党自成立之日起,就把妇女运动作为党的事业的重要组成部分来推动。党在初期就制定了妇女运动方针,为中国妇女运动指明了方向。1921年9月,中国共产党领导的中华女界联合会在《新青年》刊发“改造宣言”,明确提出:“要求女子得入一切学校上学,与男子受同等教育,要求女子有选举权、被选举权及从事其他一切政治活动的权利,男女同工同酬等,其次是帮助女女子一切言论行为概不受父母、翁姑或夫的干涉。”1922年7月,中国共产党第二次全国代表大会通过了《关于妇女运动的决议》。根据《决议》要求,中华女界联合会创办了第一份机关报《妇女声》。不久,北京、上海、天津等城市的党组织也相继创办《妇女周报》《妇女之友》《女星》等报刊。这些报刊导向明确,立场坚定地宣传党的政治主张与妇女运动,在唤起妇女觉醒,促进妇女解放进程中发挥了巨大作用。1923年6月,中国共产党第三次全国代表大会制定了建国国共合作统一战线的方针,决定共产党员以个人身份加入国民党,以实现国共合作;通过了向警予同志起草的《妇女运动决议案》。《决议案》明确提出要在妇女运动中建立统一战线思想,指出“一般的妇女运动如女权运动、参政运动、废娼运动等,本党党员应随时随地指导并联合这种种运动”。为促进国共两党合作,1923年9月,共产国际派鲍罗廷和夫人来到中国,鲍罗廷以共产国际代表名义在孙中山领导的国民党中央担



图片来源:重庆数字图书馆

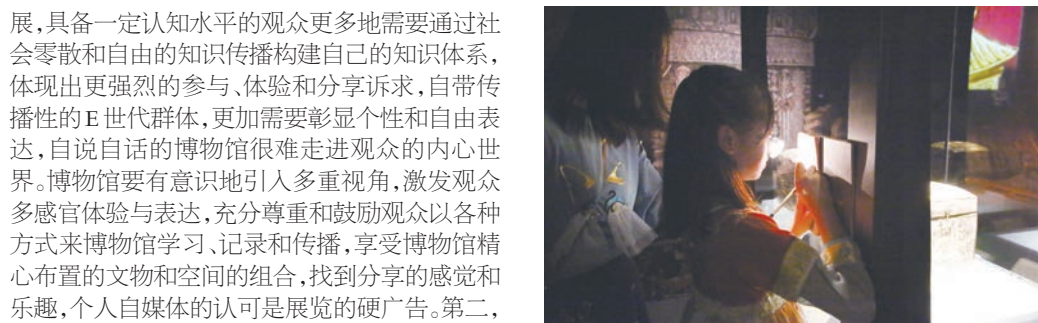
任政治委员会顾问。期间鲍罗廷夫人与宋庆龄相识,并且通过宋庆龄认识了国民党中央妇女部何香凝。在一次谈话中,鲍罗廷夫人向何香凝谈到了妇女运动老前辈蔡特金和“三八”妇女节的事,间接地促成了1924年3月8日的广州纪念三八国际劳动妇女节活动。这一时期妇女运动通过和运用统一战线的组织形式,以国民党的名义,广泛发展和团结各阶层妇女,参加反帝反封建的国民革命运动。

中国妇女第一次公开庆祝“三八”国际妇女节的活动,虽然规模不大,但却在妇女界和社会上产生了较大的反响。这次活动是我国妇女公开庆祝“三八”国际劳动妇女节的开端,对我国妇女的觉醒、增强她们进行革命斗争的信心起到了动员作用。这次活动表明,中国妇女解放运动已经成为中国革命的一个重要组成部分,中国妇女已勇敢地举起了“三八”这面反压迫反歧视争取平等的旗帜,开始把争取自身解放的斗争与整个民族解放的斗争结合起来,在中国妇女运动史上开创了一个新纪元。以此为契,中国妇女运动逐渐开展起来,越来越多的妇女投身到妇女解放和国民革命的洪流中。当时最重要的妇女刊物——《妇女杂志》在1924年广州“三八”国际劳动妇女节游行后,对这一节日寄予厚望:“我国妇女,对于这令节素不甚注意,广州女界独于今年举行庆祝,这不但是中国妇女觉醒的表示,更可视之为与世界妇女携手的先声,实是很可庆幸的事情……希望今后全国的女子,都不要忘却这国际妇女节,以后年年在这一天共同举行国际妇女节的示威运动。”

从1924年广州的“三八”国际劳动妇女节庆祝活动开始,每年的“三八”国际劳动妇女节及围绕节日的活动成了中国妇女运动的重要舞台,强化认同的纽带和构建妇女解放集体记忆的载体。“三八”国际劳动妇女节起到了类似于“精神中心”的作用,激励着中国妇女矢志不渝追求自身解放和男女平等,意气风发投身革命、建设、改革的伟大事业,用热血和汗水为中国革命胜利建立不可磨灭的历史功勋,用激情和奋斗在国家建设和民族发展中发挥不可替代的作用,用智慧和力量为我国改革开放和新时代中国特色社会主义事业作出突出贡献。



“大唐之夜”群舞《敦煌》



《玄宫新纪》考古剧本游

展,具备一定认知水平的观众更多地需要通过社会零散和更自由的知识传播构建自己的知识体系,体现出更强烈的参与、体验和分享诉求,自带传播性的E世代群体,更加需要彰显个性和自由表达,自说自话的博物馆很难走进观众的内心世界。博物馆要有意识地引入多重视角,激发观众多感官体验与表达,充分尊重和鼓励观众以各种方式来博物馆学习、记录和传播,享受博物馆精心布置的文物和空间的组合,找到分享的感觉和乐趣,个人自媒体的认可是展览的硬广告。第二,展览的文化传播需要协作和创新。博物馆展示是一个用立体经验来表达的媒介,需要用立体的方式来进行传达和解释。优质的展览是一个特色文化IP,打造IP需要能支撑全展期的内容输出和不断优化的运营加持,围绕展览新闻事件,不断挖掘新的热点塑造和加固IP形象,从创造热点到引领特色文化风潮,引领连续几个月的热点话题的跨越,建立博物馆特展传播阵地。在这个过程中,博物馆业务部门之间、宣传部门与媒体平台之间、博物馆与社会各界之间,均需要通力合作,一道道参与展览传播,博物馆文化传播效果方可呈几何式放大。

东莞市博物馆2022年因精品展览多次破圈,其展览传播工作的成效反映了东莞所在的粤

港澳大湾区观众日益增长的精神文化需求。策展注入传播观,展前夯实传播内容,展览开幕一鸣惊人,展览期间深度推广、展览内容充满仪式感……我们通过展览传播实践总结出一些经验,期望能激发同行朋友们对于传播工作的重视和探索。传播是构建博物馆与公众亲密度的主要方式,通过文化互动增强观众对地域和城市文明的归属感,找到文明休闲的趣味和美好,进而感受生活的美好,凸显博物馆的生命力和所蕴含的力量。“只有博物馆文化大众化,才能成为真正的主流文化,才能成为历史的庄严、世界的光明和温暖的源泉。”