

## “中国的声音——聂耳和国歌的故事”策展思路解析

白岚

讲好聂耳和国歌的故事,是聂耳纪念馆的首要任务和重要职责。多年来,我们聚焦如何“讲好故事”,结合博物馆、纪念馆自身特点优势,深入调研思考,积极探索实践,不断创新内容形式,以可移动展览的方式突破地域局限,将尘封于库房、禁锢于展厅的文物藏品、史实资料价值最大化,以移动展览作为传播手段,让聂耳和国歌的故事广为传承、润泽初心。

由玉溪市博物馆(聂耳纪念馆)制作的“中国的声音——聂耳和国歌的故事”展,荣获2023年度“弘扬中华优秀传统文化”展,荣获社会主义核心价值观主题展览推介项目,本文从策展人视角从展览立意、表现形式、外延设计等方面系统解析“聂耳和国歌的故事”展所要表达的思想主题及所具有的研究、教育、社会价值,最终达到让观众见人、见事、见精神的目的。

## 策展立意多元

“中国的声音——聂耳和国歌的故事”展属于革命历史题材范畴,具有鲜明的政治性、历史性,要求展览内容的表达必须真实、严谨、客观。在展览实践中,我们将藏品的实物展示与现代审美的创意设计有机融合,既弥补了藏品审美功能的不足,同时辅以后现代设计和创意元素有效提升传播流量和影响力。

“聂耳和国歌的故事”展是叙事型展览,展览分三重立意构思:聂耳故事、国歌故事、聂耳和国歌的故事。第一重“聂耳故事”是基础,是创作国家第一首歌的前提,为国歌的诞生起决定性作用;第二重“国歌故事”是结果,是聂耳将人生理想与时代需求相统一所进行艺术创造,具有重大的社会及时代价值;第三重“聂耳和国歌的故事”是升华,前两者相辅相成、相互促进、辩证统一,第三维度是文化凝练、精神升华、价值延伸,使“聂耳和国歌”经受住时代发展、环境变迁、社会主要矛盾转化的考验,成为全体人民共同的价值追求,成为中国人独特的精神标识。

## 故事呈现多维

展览内容采用分一分一总结结构,从三个维度诠释何为国歌,为何而歌,透过珍贵图片和展品呈现国歌由诞生、传颂到弘扬传承的动态发展过程。

“聂耳故事”采用编年体,以时间轴为主线讲述人民音乐家聂耳出生—成长—奋斗路上



的动人故事。“国歌故事”采用纪事本末体,将国歌故事分为三个单元“国歌溯源—国歌诞生—国歌嘹亮”,各自独立又相互关联,层层递进;普及知识—历史陈述—激发情绪—引发思考。“聂耳和国歌的故事”将历史性和时代性相统一,展示新时代的“我们”如何传唱、传播、传承、传习聂耳故事和国歌精神,在新的历史起点上如何将自己的“小我”融入时代洪流中的“大我”之中。

此外,展览采用大量数字符号化表达,用简洁明快的数字语言,提升说服力,增强辨识度。“聂耳故事”采用阿拉伯数字“23”贯穿故事始末,其表达内涵为主人翁“聂耳”23年短暂的生命时光,形式设计上采用字号大小、颜色明暗、字体反差等手段突出数字符号;在内容上或明示、或隐喻,以图文结合的方式将聂耳故事与数字符号“23”融合,便于受众理解、记忆。“国歌故事”采用阿拉伯数字“46”贯穿始末,表达内涵为“国歌—义勇军进行曲”奏唱时长;形式上除采用字号大小、颜色明暗、线条粗细等对比的方式外还采用图压字或字压图的设计来加深观展印象,成为受众记忆点,使其展开丰富联想,帮助深刻理解展览主题思想。

## 展览语境多样

“中国的声音——聂耳和国歌的故事”展定位于可移动展览,发挥国际交流、知识普及、信息提炼、藏品挖掘和文物观赏作用。展览以图、文、物三元一体共同叙事,互为补充,相互佐证,同时兼顾展览环境的不确定性和叙事完整性,力求在内容上高度浓缩凝练,在叙事结构层次上简洁清晰。

文字“语言”:文字在展览中能有帮助受众理解展品,文字表述和文体形式的有效运用

使其成为受众思考点。展览中的文字编排大多以说明+记叙为主,本套展览的重点在每篇文章起始运用具有“韵律”的、强烈情感的,同时能准确阐释本章主旨大意的文体来区别于展览正文中的说明文和记叙文形式,如:第三章“聂耳和国歌的故事—新时代的使命”中“传唱”“传播”“传承”“传习”四组词语从横向、纵向两个纬度概括本章主旨,分别是:“传唱让聂耳和国歌的故事广为流传”“传播让聂耳和国歌的故事广为人知”两段文字横向概括“聂耳故事”“国歌之声”外在的、广泛的传播形式、渠道,扩大辐射范围,全面提升“聂耳和国歌故事”的知名度,是外在的推广、宣传形式;“传承让聂耳和国歌的文化延续辉煌”“传习让聂耳和国歌的精神凝心聚力”则纵向概括“聂耳和国歌的故事”作为一种文化、一种精神力量自上而下的、内在的有序流传,它是系统的、全面的、深邃的。

物的“语言”:“物”(展品)是展览的主体、展览的灵魂,是历史的见证和社会记忆的载体,通过实物展示,对记忆载体进行深度阐释,让历史文化更有传播力。“物”的价值通过“展”的形式得以充分发挥,其内蕴的信息与知识含量成为关注的核心,是受众驻足点。“中国的声音——聂耳和国歌的故事”展所展出的213件藏品,均是策展人根据展览立意、故事叙述严格挑选,能够更加准确佐证相关人物、事件、情节。

图的“语言”:图片兼具“文”和“物”的特点,它既是客观世界的记录,也能辅助受众直观理解展览和文物,并能有效提高展览的可看性,是陈展空间构成的重要组成部分。在展览中,它可作为单独叙事出现,也时常作为背景来建构展品与展览主题之间的关系。作为可移动展览,图片相较于“物”来说更具流动便携性,不受环境限制,相较于“文字”而言,它更直观、易于理解,受众接受度更高。在“中国的声音——聂耳和国歌的故事”展所展出的图片中,利用视觉传达、阐释、叙述的重要功能,我们可直观感受主人翁聂耳的生活环境变迁、人物关系变化、思想成长历程及其社会、时代的发展。

弘扬聂耳精神,奏响时代强音。我们将持续深入探索展览形式,丰富展览内容,讲好聂耳和国歌的故事,让广大观众更加深刻了解国歌歌曲作品的成长经历,传承红色基因,厚植中华民族音乐之魂。

弘扬中华优秀传统文化 培育社会主义核心价值观  
主题展览推介项目策展手记

晋祠古典园林主题展览  
创新探索策展实践

田瑞媛



晋祠小木作·北宋原物

晋祠,位于山西省太原市西南25公里的悬瓮山麓、晋水源头,是祭祀西周初年晋国第一任诸侯姬虞的祠堂。这里人文荟萃,山水相依,自然景观与文化遗存完美相融,1961年被国务院公布为全国重点文物保护单位。

晋祠博物馆馆区面积178亩,文物类型丰富、数量众多。完整保存了北宋以来历代殿、堂、楼、阁、亭、台、桥、榭等各类古建筑100余座,造像100余尊,铸造艺术品30余件,北齐以来碑刻400余通,诗文匾联200余块(对)。为了更好地传播、展示晋祠深厚的历史文化,打造展览品牌,在不断提升展览内容和设计理念的基础上,“晋祠——中国祠庙园林之典范”展通过每次展览实践的检验,已成为晋祠对外宣传的重点展项。

晋祠,位于山西省太原市西南25公里的悬瓮山麓、晋水源头,是祭祀西周初年晋国第一任诸侯姬虞的祠堂。这里人文荟萃,山水相依,自然景观与文化遗存完美相融,1961年被国务院公布为全国重点文物保护单位。

晋祠博物馆馆区面积178亩,文物类型丰富、数量众多。完整保存了北宋以来历代殿、堂、楼、阁、亭、台、桥、榭等各类古建筑100余座,造像100余尊,铸造艺术品30余件,北齐以来碑刻400余通,诗文匾联200余块(对)。为了更好地传播、展示晋祠深厚的历史文化,打造展览品牌,在不断提升展览内容和设计理念的基础上,“晋祠——中国祠庙园林之典范”展通过每次展览实践的检验,已成为晋祠对外宣传的重点展项。

数量众多、类型齐全、历史悠久、价值珍贵的不可移动文物是晋祠博物馆的核心资源。1990年晋祠的保护机构由文物保管所变更为博物馆,随着学术研究的不断深入,发挥博物馆的职能越来越受到重视。2015年,晋祠博物馆与中国园林博物馆达成合作意向,开始筹备反映晋祠园林古建的专题展览。这个命题立意鲜明,构思新颖,但是如何展现这些珍贵的文化遗产,具有极大的挑战性。通过与中国园林博物馆及天津大学的专家学者合作对晋祠博物馆文物资源进行系统梳理,最终确定了新时代文物与园林、传统与未来的关系等展示方向,搭建了陈展框架体系,从晋祠历史溯源、人物、神明、建筑、古树名木、传统晋祠的未来等方面,以105件(组)文物,述说晋祠这座祠堂园林的历史、文化、艺术、科学和鉴赏价值,向观众展示晋祠文化对后人和城市发展的积极影响。2019年5月30日,“晋祠——中国祠庙园林之典范”展在中国园林博物馆展出,引起了广大群众、文化学者和新闻媒体的广泛关注,受到一致好评。

2019年9月,山西省文物局启动“山西文物巡展工程”,选拔优秀展览列入项目储备库,拨出专项资金予以支持。“晋祠——中国祠庙园林之典范”展成功入选首批项目储备库,并被列入2020年度支持清单。馆方高度重视巡展合作单位的遴选,通过展厅空间、展示环境、安全保障等方面考量,最终选定临汾博物馆为首展地点。为了更全面地展示晋祠的悠久历史和深厚底蕴,在中国园林博物馆展览的基础上,依托晋祠博物馆丰富的文化资源,深度梳理展品,从晋祠历史着眼,深化展览大纲,重点突出了晋祠古建、园林、人文特色。

展览定位解读晋祠千年历史,是弘扬传播中华优秀传统文化,让文物“活”起来的生动实践。通过前期的梳理,将展览分为三单元,第一单元“古建瑰宝”,突出表现晋祠古建筑精华和造像艺术,以圣母殿出土钱币、建筑构件为支撑,结合建筑模型等展示手段,展现晋祠古建筑的独特价值;第二单元“园林杰作”,以图版再现晋祠的古树名木、内外八景等自然景观,通过傅山、杨二西、郭沫若等名家盛赞晋祠的书画作品,表现晋祠作为中国古典园林典范的地位;第三单元“人文渊薮”,以晋祠碑刻、楹联匾额、古籍等为载体,表现了历代帝王将相、文人墨客对晋祠的敬仰与守护。展品共114件(组),集中反映了晋祠古建、园林、人文三方面内容,突出了晋祠作为中国祠庙园林典范的展览主题。

形式设计的总体风格是以浓缩精华、突出晋祠祠庙园林建筑特点为主,适当融入现代设计元素。在色调上,以红色为基调,设计手法明快简洁,主题鲜明;空间规划上按照合理布局、疏密结合、突出重点的原则,将各类展品分门别类纳入不同的展览环境中,做到主题突出,类别齐全。

“晋祠——中国祠庙园林之典范”展通过临汾巡展,打开了知名度,受到了业内的的好评和重视。2021年,展览再次被山西省文物局列入年度重点支持巡展项目,得以向省外输出,经多方选择、协商,最终落地陕西历史博物馆,巡展受到两馆高度重视。晋祠博物馆对展览组织形式和展品再度进行了优化提升,确定展览框架不变的基础上以时间轴的形式表现晋祠历史溯源,以近百件珍贵文物展品辅以多媒体、交互展示、互动体验、图版等多种形式,全面展示晋祠厚重历史文化内涵。形式设计上突破了传统展陈参观者和展品看与被看的模式,对展览空间进行立体建构,通过声音与影像营造情境氛围,形成从“看展”到“体验展”的转变。

展览以古建、山水、人文三位一体模式,辅以现代虚拟技术进行全方位展示。展览内容上结合展品以及学术研究成果,增加了晋祠纪事,从西周(公元前1046年至前771年)至1961年,使得晋祠的历史脉络更加清晰;增加了晋祠之最新内容展示,让观众能更加深刻了



“晋祠——中国祠庙园林之典范”展在中国园林博物馆一号临展厅展出



“晋祠——中国祠庙园林之典范”展在陕西历史博物馆展出

解晋祠的唯一性;此外,还用图文版块展现了被誉为“中国古建筑的宝库”的山西古建筑之美。展览中最为引人注目的是宋代晋祠小木作,该展品千年来首次离开晋祠对外展示。小木作是北宋原物,为一座二层楼阁式建筑小样,平面呈“凸”字形,面宽、进深均为五间,通体以本地柳木制成。檐下斗拱为《营造法式》中的“五彩遍装”样式。据不完全统计,山西现存宋、辽、金时期木构建筑中,目前保留早期小木作建筑38座。晋祠宋代小木作在目前尚存的建筑小样中,年代最久远,保存最完好,是国内古建筑小样中极为罕见的精品。

在形式设计理念上,围绕“晋祠是一册历史深处走来的优美画卷,是一篇历久弥新的不朽文章”,以“书”的形式呈现。设计艺术风格上,沿用红色基调。展览以时间轴的形式表现晋祠历史溯源,系统地阐释了晋祠的建筑艺术、历史传承、人文景观与文脉积淀,打造传统文化与现代技术相结合的视觉盛宴。纵观历史千年的晋祠古迹,它的历史、文化、艺术积累堪比一本底蕴深厚的古书,而此次展览便是这本大书中的几页精彩片段,让观众管窥一二,继而对中国祠庙文化产生浓厚兴趣。

围绕“书”的主题,策展团队在每个展览单元、组都以“书”的一种形象来诠释。“开篇”:晋祠之书翻开,圣母殿、铁人、盘龙柱等晋祠的标志性文物飞出书外,主题鲜明,视觉冲击先声夺人。“古建瑰宝”:以晋祠纪事轴线为背板,对实物模型的展陈方式进行了创新。以一个从天而降的画卷作为模型布置的背景,同时加入声光效果,将建筑白描线条稿和晋祠春夏秋冬不同美景融为一体,物换星移,时光流逝,晋祠在四季中沉淀,在时光中积累。通过四季演变,讲述了晋祠3000年的历史。实物模型不再是静止的单一表情,而是时间与自然互相作用的多重情境。“晋祠彩塑”:整体营造的情境是横置的一本书,书页如波浪翻卷,从波浪中出现六尊侍女像,整体画面充满动感。“人文渊薮”:意向为展开的折页书,上书《晋祠之铭并序》,它的徐徐展开,串联起了本展区全部的铭文碑碣。

为了以文增信,以物彰史,进一步提升文物活化利用效能,做好文物展览的历史文化知识普及,发挥博物馆的社会教育职能,使观众充分领略中华优秀传统文化的无穷魅力,将展览打造为推动山西文化强省建设的历史文化品牌,我们围绕“晋祠——中国祠庙园林之典范”展的展示内容,开展了丰富多彩的配套活动,例如在展览期间开展学术交流流动,举办由馆内专家和举办地的相关学者主讲的“晋祠古典园林”“古建营造与装饰:梁枋、斗拱”等专题讲座,探讨、学习历史、人文、建筑相关知识,共同进步,共同进步。我们还积极开展青少年教育活动,主要有“拓碑赏史,传承文艺”“认识古建构造”等。通过多样的社教活动,与观众拉近了距离,共同学习、欣赏晋祠园林之美,在体验中感受厚重历史和人文精神。

“晋祠——中国祠庙园林之典范”展经过三次展出,虽然在展品的选择、展览大纲和形式设计上均有所突破和升华,但也留下一些遗憾。祠庙本身是祭祀之所,是祭拜宗族先辈和历代贤良的场所。晋祠作为晋国宗祠,奉祀西周初年首任诸侯姬虞,滋养了三晋文化,守护了历史文明。展览中,晋祠的祭祀文化并没有得到充分体现。

今年下半年,晋祠博物馆将与淄博齐文化博物院合作,在原有基础上对展览再进行梳理和补充,于9月“孔子文化节”期间推出。展览在补充齐文化博物院文物藏品的同时,还将新增曲阜市文物保护单位(孔府、孔庙、孔林)和邹城市文物保护单位(孟府、孟庙、孟林和邹城博物馆)相关藏品,提炼齐晋的文化符号、思想理念和文化情怀,补强展览中关于传统礼仪与祭祀文化的内容,保护好、传承好、利用好珍贵的文化遗产,弘扬中华优秀传统文化。

## 穿梭在海上丝绸之路的文化精灵“南溟子”

——海南省博物馆的一次文创突围

侯雪梅

2019年5月18日,第43个国际博物馆日之际,海南省博物馆推出了自主文化IP品牌“南溟子”。

“小生名唤南溟子,家住琼岛海博中。这里,见证了琼州大地亿万年的沧海桑田,承载着珠崖先民千年的历史人文。为了与您相遇,这一天,我已等待太久太久……”随着品牌发布会上舞台情景剧的开场,一个头戴道士髻,插扎黎族骨髻,身着黎锦,脚穿蕉叶履的可爱小童子登台亮相。“南溟子”的出现,让所有观者眼前一亮,不仅得到了当地媒体的争相报道,还收获了海南师范大学、海口美兰国际机场、海南航空股份有限公司等11家单位与海南省博共同打造“南溟子”IP品牌的合作意向。

在当下的博物馆参观热潮中,博物馆文创是吸引观众的热点之一,有的博物馆推出的文创举措不时引发公众关注。可以说,博物馆热之持续发展,与文创的推动助澜不无关系。海南省博物馆是我国最年轻的省级博物馆,在全国知名度不高,馆藏文物相对单薄,文创资源相对匮乏,不能照搬大馆与老馆的文创之路。

海南省博物馆是国家公布的文化文物单位文化创意产品开发试点单位之一。2019年及之前,海南省博物馆内设机构并无专门的文创部门,为加大文创力度,特别成立了工作专班——海南省博物馆文创中心。当时博物馆刚刚完成二期改陈,改陈之后的基本陈列是全新的“南溟奇闻”展系列,由“南溟泛舟——海南海洋文明陈列”“方外封疆——海南历史陈列”和“仙凡之间——海南风情陈列”三大基本陈列与“木中皇后——海南花梨文化陈列”“香中魁首——海南沉香文化陈列”两个专题馆,还有“琼工坊——海南传统技艺陈列”“琼肴街——海南饮食文化陈列”“琼崖村——海南少数民族非遗陈列”和“琼戏台——海南表演艺术陈列”非遗四个共同组成。展览从诠释海南文化、南海文明、海南风情、风物及非遗传承的角度出发,全新展示了海南的历史文化、南海海洋文化、民族民俗、风情风物与非物质文化遗产,不仅化展陈为旅游攻略,且将非遗展示、文创活动融入展览,广受欢迎。初期,文创中心以配合展览开展文创工作为主,一方面加强非遗“四个一”的演示活动,另一方面加强与各主要非遗传承项目之



南溟子在线上讲述海南故事;举办“南溟”动漫节、开发“南溟子”系列文创产品等等。归纳起来,大致有三个方向。

其一,用南溟子文化IP讲述海南故事,创立海博堂文创品牌,打造“博物馆的最后一个展厅”

2020年10月1日特设文创商店——海博堂。这是海南省博物馆的最后一个展厅,当观众看完展览来到这里时,馆内所有文创产品,尤其是“南溟子”的衍生文化产品,观众都可以择喜带走。此外,除了销售文创,还可举办以“南溟子”为主题的文化沙龙、雅集、市集、文创课堂等相关活动。

其二,以南溟子为IP,开发具有海南地域特色的文创产品,满足观众多样化消费需求

文创中心依据海南地域特色,结合馆藏文物元素先后设计开发了特色文创产品117款,其中有“南溟奇闻——可以吃的文物”系列文创产品23款、南溟子矿泉水、纪念章文创产品8款、三羊开泰系列文创产品7款、黎锦系列文创产品7款、沉香产品32款、黄花梨产品约40款。为不同观众群提供更多消费选择。

其三,结合展陈策划主题,创意南溟子文化小剧场,丰富观众精神文化生活

在馆内“琼戏台——海南地方表演艺术”展厅中,设有专门的戏台,用于不定期举办各种海南地方戏。文创中心巧用此戏台,办起“南溟子文化小剧场”,以表演、活态演示等形式向观众展示了另一面的海南非物质文化遗产。仅2020年就举办文化小剧场17场。

历经数年的运营与开发,“南溟子”渐成博物馆业内及IP研究领域的典型案例。国内外知名企业也乐于与馆方合作,如海南的椰树牌矿泉水专门开发了“南溟子”文化品牌、德国宝马集团的海南中国文化之旅,也打起了“南溟子”之牌,共青团海南省委的“筑梦大道”推广与宣传也借助了“南溟子”……

应该说,海南省博物馆推出的“南溟子”IP,既回避了馆藏开发文创资源之不足的劣势,又大大提高了博物馆的知名度,是边陲年轻博物馆一次比较成功的文创突围。下一步,馆方将在原有基础上持续加大,让文创讲好博物馆故事。