

景观记忆认同：博物馆人物雕塑的美育向度

——以北京鲁迅博物馆为例

高薇

雕塑是历史记忆和文化传承的物质载体，它在博物馆、纪念馆中以其独特的语义提升公众的审美能力，强化他们的历史认知，从而实现文化认同。雕塑作为博物馆、纪念馆美育的多元途径之一，其美育向度主要集中在景观审美、记忆建构、认同塑造三方面。

作为景观的人物雕塑

走进北京鲁迅博物馆，院内五组人物雕塑作为馆内的纪念性景观，给观众留下深刻的印象。这五组人物雕塑不是一般意义上的客观存在，而是博物馆叙事的参与者，它们作为无声的历史叙述者向观众传达相关信息。正如美国学者马修·波格和杰米·普灵顿所认为的“景观不但确定故事或作用于故事的背景，而且本身也是一种多变而重要的形象和产生故事的过程”，上述五组人物雕塑通过“鲁迅生平”这么一个叙事性题材进行空间编排组合，从而形成具有内在张力和逻辑的叙事空间。

汉白玉鲁迅半身像(图1) 此雕塑位于庭院正中央，为著名雕塑大师张松鹤于1979年创作的作品，名为《寒风傲骨》。鲁迅一生留下的照片很多，但并没有他佩戴围巾的照片。但这尊半身像展现的是“鲁迅身着棉袍，颈系围巾，在北方冬季凛冽的寒风中倚石而立的坚毅、冷峻、深沉的形象”。有学者推测，创作者应该是以著名版画家赵延年创作的版画《鲁迅像》为原型，以表达鲁迅硬骨头的精神。

裴多菲·山多尔半身铜像(图2) 此雕塑位于庭院西侧最南边，为匈牙利雕塑家维格·陶马什的作品。2003年8月27日，在裴多菲诞辰100周年之际，匈牙利共和国总理麦杰希·彼得博士为雕像揭幕。鲁迅是最早介绍裴多菲的中国人，称赞他是“为爱而歌、为国而死”的民族诗人。他的经典名篇“生命诚可贵，爱情价更高。若为自由



图1



图2



图3



图4



图5

故，两者皆可抛”因鲁迅先生的推介而在中国家喻户晓，他曾鼓舞我们的先辈抛头颅洒热血，为建立新中国而奋斗。

艾格尼丝·史沫特莱半身铜像(图3) 此雕塑位于裴多菲铜像的北边，为雕塑家葛承兴的作品，于2010年11月30日，在史沫特莱逝世60周年之际落成揭幕。据全国人大常委会原副秘书长、中国国际友人研究会名誉会长黄华同志生前提议而树立的。史沫特莱1928年作为记者来华，1929年结识鲁迅并结下深厚友谊，称鲁迅“是我在中国若干岁月中对我影响最深的人物之一”。

藤野严九郎半身铜像(图4) 此雕塑位于庭院西侧最北边，为日本雕塑家(日展作家)田佃功的作品。这尊雕像是由藤野的故乡——日本福井县芦原市政府赠送，以其在仙台医学专门学校任教时的照片为原型。藤野是鲁迅在仙台求医时的解剖学教授，他抛开狭隘的民族偏见，对鲁迅关照有加，这让鲁迅格外感动。鲁迅称“在我所认为我师的之中，他是最使我感激，给我鼓励的一个”。

《鲁迅与青年》群雕(图5) 此组雕塑位于庭院东侧，为我国雕塑家田世信的作品，为1996年《鲁迅生平展》中的展品。鲁迅认为青年的未来的希望，“只要能培一朵花，就不妨做做会朽的腐

草”，对青年的培养不遗余力。这组雕像以沙飞拍摄的《鲁迅与木刻青年》组照为原型，重现了鲁迅和青年们在一起的真实情景。

建构记忆的视觉图像

雕塑，是社会图景的映射，是艺术家对社会、文化以及人类命运的思考和表达。北京鲁迅博物馆院内的这五组人物雕塑，作为博物馆纪念性景观的一部分，为博物馆的公共空间增添了艺术气息的同时物化了博物馆对记忆的建构。哈拉德·韦尔策(Harald Welzer)在《社会记忆：历史、回忆、传承》中提到“社会记忆是一个大我群体的全体成员的社会经验的总和。互动、文字记载、图片和空间是社会记忆的四大媒介，它们传承历史，在社会应用中构成过去”，从这一层面去看待作为纪念性景观的人物雕塑，它对记忆的建构不同于普通的史料记载，它是将平面化的信息解码转向在场性的空间营造。

北京鲁迅博物馆院内的五组人物雕塑，都是依附馆内人文历史背景而树立的，展现“俯首甘为孺子牛”“渡尽劫波兄弟在”的鲁迅精神，是博物馆基本展览“鲁迅的道路”的视觉延伸和记忆补

充，给予观众情感上强烈的共鸣。以《鲁迅与青年》群雕为例，这组人物雕塑以沙飞在1936年10月8日拍摄的《鲁迅与木刻青年》组照为原型，展现鲁迅对青年的关爱及“将血一滴一滴地滴过去，以饲别人”的奉献精神。1936年10月2日到8日，“全国木刻第二回流动展览会”在上海八仙桥基督教青年会举办。鲁迅不顾家人的劝阻，在10月8日即展览的最后一天，抱病前往参观，并与木刻青年们促膝长谈，支持新兴木刻运动，而这距离鲁迅逝世仅有11天。作为中国新兴木刻之父，鲁迅不遗余力地举办木刻讲习会、木刻展览、编辑推介外国优秀版画，给在黑暗中摸索的木刻青年提供宝贵的学习机会，使其中大部分青年成长为中国新兴木刻运动的中坚力量。这组群雕以《鲁迅与木刻青年》为原型，却又命名为《鲁迅与青年》，是因为鲁迅不仅在木刻领域给予青年们帮助与指导，还在文学领域为青年改稿、作序、介绍书目，而且当青年们同黑暗势力作斗争时，他总是坚定地同青年们站在一起，为他们奔走、呐喊，“鲁迅与青年”这个命名更具全面性，更能展现鲁迅是“青年的良师益友”的形象。学者王冬冬曾指出：“逻辑清晰的记忆往往具有典型性，它们是在事实系统中抽离出的代表性片段……雕塑对于主题中记忆片段的放大

和重现，进而影射事件的整体内容，引导受众对作品进行回顾、思考和评判，并逐渐沉浸其中”。《鲁迅与青年》这组群雕便是将“鲁迅在距其离世仅有11天却仍抱病支持木刻青年”这一代表性记忆抽离出来，对这段记忆进行放大重现，为北京鲁迅博物馆这一纪念性地注入历史情境，同时激发观众的记忆体验。

塑造认同的社会美育

雕塑作为博物馆美育的一种呈现方式，其在呈现过程中，表面上是对社会、文化以及人类命运的描述，但其深层意图则是创作者或场馆管理者对社会记忆的建构和社会认同的塑造。

作为一家人物传记性博物馆，北京鲁迅博物馆主要的展现内容，是围绕着鲁迅和新文化运动时期著名人物展开。因此不少观众一进校园就看到庭院西边的裴多菲、史沫特莱、藤野严九郎的人物雕塑时，会带着“为何这里会树立这几尊外国人的雕塑”的疑惑去关注欣赏它们，进而去寻求答案。观众在关注欣赏、寻求答案的过程中，不自觉地完成了一次自我审美教育，从这些“凝固的记忆”中去透视历史。法国历史学家皮埃尔·诺拉曾提出“记忆之场”的概念，即场所与记忆组合在一起，以记忆的场景表现历史，例如旧址参观、纪念仪式，能够重塑群体、民族和国家的认同感和归属感。博物馆的人物雕塑便是这记忆场域中的标志性符号，承载着传承记忆和塑造认同的作用。鲁迅、裴多菲、史沫特莱、藤野严九郎，在博物馆的内陆时空相遇，是中外文化交流的最佳体现。同时，这些人物雕塑超越民族性，成为人类思想巅峰上的符号和象征。

在新时代背景下，美育从“软任务”变成了“硬指标”，愈发成为时代的刚需，博物馆、纪念馆应该积极意识到雕塑作为美育资源的重要性，并利用这一资源开展具有主体意识的美育活动，全面提升观众的审美素养、艺术素养、文化素养。

文化和旅游的融合是博物馆面临的重大机遇与挑战。随着我国文旅融合的不断推进，“博物馆+旅游”已经成为当下社会的时尚新玩法。在这文旅融合热浪之间，如何准确把握发展契机，在迎合群众偏好的同时，维持好博物馆社会教育、文明传播的本心，是目前研究的热点问题。南通作为“文博之乡”和国家历史文化名城，同时具备丰富的博物馆资源和旅游资源。在进一步明确自身价值和角色定位的基础上，对标我国博物馆旅游的成功实践，构建博物馆旅游开发和历史文化保护传承之间的良性互动，探索南通地区博物馆旅游高质量发展的新路径，是真正办好博物馆这所“大学校”的必由之路。

文旅融合背景下南通博物馆旅游高质量发展路径初探



南通市博物馆联盟成立

二是平台优势。2022年，南通地区联合35家单位组成了南通市博物馆联盟，重点打造工作交流合作、藏品互通共享、故事共创传播、活动联动互动、文创开发联销、人才共建联动等“六个平台”。这使南通得以集聚力量，资源整合、协同发展，为博物馆旅游开发提供了极其广阔的平台。此外，南通地区多品类的专题博物馆以及南通各界社会力量对博物馆发展的关注，也给南通地区博物馆旅游项目的研发带来了全新的视角，激发了灵感。值得一提的是，博物馆的公益属性使自身拥有极强的公信力和良好社会形象，足以从市面上一众研学旅游产品中脱颖而出。

三是配套加持。在南通市政府的支持下，南通地区很多博物馆都在增加旅游配套产业，如文创商店、咖啡馆、餐饮等。此外还打造了讲座、课堂、文化体验服务等多层次的活动，为公众提供了高质量的文化旅游活动，增强了群众体验感。以南通博物院为例，近年来一直在为公众提供优质的服务，如结合苑内自然资源，开展“爱鸟护鸟”巡展活动。举办富有当地特色的“翻开记忆”民俗展，贴近群众；利用苑内建筑打造咖啡馆等休憩空间等。这些服务能力的提升迎合了文化旅游融合新形势的发展，也赢得了观众的青睐，为进一步开发博物馆旅游项目打下了基础。

面临的困境与挑战 一是地理区位上，南通地区大多博物馆并非位于热门旅游景点，地理位置较偏僻，且文物资源较少，藏品质量不高，布置的基本陈列展览往往得不到及时的更新，故而逐渐形成了“门前冷落鞍马稀”的景象。二是资金使用上，南通地区的博物馆大多为国有博物馆，为保证“非营利性”的公益属性，往往会在旅游娱乐属性上有所受限，致使博物馆旅游产品的市场占有率较低。三是硬件设施上，南通地区大多博物馆的展馆空间较局促，设施较老旧，难以形成合适的公共文化空间。四是运营管理上，博物馆的安保和物业大多是外包给劳务公司，缺少必要的培训，缺乏人性化服务。五是宣传营销上，南通地区博物馆宣发方式仍处于最初级阶段，发布内容缺乏吸引力，与观者互动交流较少，没有达到很好的营销效果。六是在创新研发上，虽然各馆拥有的文化资源不相同，但是开发的产品大多同质化，没有开发出自身独有的“美”。七是博物馆旅游的竞争也日趋激烈。北京、上海、广州等地依托丰富的文物资源、庞大的人口红利及雄厚的资金支持，已经形成了独特的自身品牌，给旅游者们留下了深刻的文化记忆。如上海市虹口区在一定范围内集中分布了包括郭沫若故居、茅盾故居、中共四大史料陈列馆等诸多历史革命相关的遗址，这些与上海近代历史建筑巧妙结合在一起，并配套

了钱币馆、古钱收藏馆等小型专题博物馆，形成了近代历史文化博览等集聚效应，丰富了博物馆旅游的内容，更是加强了游览者的记忆点，打造了上海博物馆旅游的独特名片等。在这样激烈的市场竞争中，南通地区博物馆尚未明确抓住自身的角色定位和独特优势，对自身旅游资源挖掘不够深入，故而很难跟上发展的脚步。

南通地区博物馆旅游开发探索

基于上述分析不难得出，博物馆旅游产品的核心吸引力在于同时具备文化体验和知识教育的两种功能。作为城市旅游文化资源的重要组成部分，博物馆旅游需要紧抓品牌度、可玩性、影响力等多个关键点研发旅游产品，因地制宜，找到合适自身发展的路径。同时也应认识到，发展博物馆旅游是为了更好地发挥博物馆的社会效益，必须坚持“博物馆是一所大学校”的理念。在提升旅游产品供给质量的同时，讲好中国故事。

研发以博物馆文化资源为核心的旅游产品，提高品牌度 博物馆旅游的核心在于优质的产品。其关键就在于找到有记忆点的IP，并将其经营起来，需要深入挖掘馆藏资源，根据地方史料、城市记忆等找到能激发群众认同感、有记忆点、辨识度的元素，并梳理其中的知识产权、使用权等相关的权利信息，充分利用新媒体、互联网，乃至已经有一定观众基础的大平台，做好精品内容，使之兼具欣赏和教育价值，打磨出自身特色。

保持博物馆教育功能初心同时，增强可玩性 要想充分发挥博物馆的社会教育功能，在保护和传承人类文明的同时，也要用更具吸引力的方式讲好中国故事。而提升博物馆的社会吸引力可以从以下两方面入手。一是借助先进的科技手段，例如VR、AR等高新技术手段辅助，设计出具有沉浸感的项目，充分发挥社教活动的趣味性和联动性，带给人们新奇感和体验感。二是与其他社会力量合作，构建“博物馆+”模式。目前常见的主要是馆校合作、科研机构合作、文化企业合作等形式，例如天津博物馆(李叔同故居纪念馆)推出的“叔同之夜”，就是与南开大学天津校友会联合推出的沉浸式解密夜游活动。西安影视副馆长安十二时辰合作，依托古城西安，复刻了唐代的市井生活空间，也是实现了文旅项目新的提升。

拓宽博物馆旅游营销渠道，扩大影响力 在增强优质文化服务供给的同时，也需要主动出击，扩大博物馆旅游的影响力。不仅要主动将自身优异的展览推广出去，开展异地办展，更需要整理可用的资源，形成联动机制，与其他文化机构加强合作，共建共赢。同时也要充分利用互联网成成本低受众广的优势，创建智慧博物馆，探索更具吸引力和话题度的议题。

在文旅深度融合发展的当下，发展博物馆旅游，完全可以赋能城市旅游发展，实现博物馆价值提升，也可以为博物馆社会效益的发挥添砖加瓦。博物馆旅游不仅可以作为一座城市旅游的核心，还能够深化城市旅游资源的文化属性和内涵，从而形成独特的文化交流对话空间，展示城市所凝结的历史文化魅力，提升城市文化软实力，实现文化和经济的双发展。

《博物馆文物布展及固定指导原则》是中国博物馆协会陈列艺术委员会联合北京博物馆学会陈列设计委员会申报的中国博物馆协会的研究课题，2024年初获得中国科协的正式批复，课题组成员来自中国妇女儿童博物馆、中国人民革命军事博物馆、广东省博物馆、南京博物院、成都博物馆和湖北省博物馆具有多年陈列布展经验的一线陈列人员组成。课题的目的是建立一个科学、完整、规范的行业指导参考手册，以此来作为各博物馆、陈设施工单位的工作指南，规范文物展示形式，提升文物展示效果，规范博物馆文物布展及加固工作流程，提高文物陈设环境安全性，并为相关行业标准的出台奠定基础。

为摸清全国博物馆文物展示及布展工作流的实际情况，分析和总结博物馆在文物布展及固定方面的实践和需求，课题组于4月23日启动《国有博物馆文物布展及固定现状》线上调查，公开向国内各类博物馆陈设工作者发放网络调研问卷。截至5月15日，共收到480份有效问卷反馈，覆盖了中国31个省市区自治区及港澳台地区，参与的博物馆总数超过了350家，其中一级博物馆占比24.94%，二级博物馆占比21.73%，三级博物馆占比12.59%，另有40.74%的尚未定级博物馆，比较全面地反映了中国博物馆在文物展示布展设计方面的实际情况。

文物布展展具使用材质多元，支架卡件应用场景广泛 调查结果显示，博物馆的文物类型主要由立体类文物、平面类文物及超重大类文物构成。用来展示文物的展具包括各类展架、展托、支架、卡件等，材质包括各类木材、包木、金属、石质、玻璃、亚克力等，材质较为多元。

立体类文物中，金属器和陶瓷、玻璃类文物的比例最高，分别为85.01%、84.31%，其次是玉石珠宝类、漆木牙竹骨角类与佛像类，比例分别为57.85%、56.91%和56.21%。对于此类文物的展示，展架是使用频次最高的文物展具类型，其中又以积木包布(81.73%)和亚克力(69.32%)最为常见，广泛应用于各类展览陈列中。在固定文物时，为了更好的展示效果和保护性能，还常常搭配使用定制的支架卡件，仅有不到17%的受访者不使用支架卡件。

平面类文物以纸质书画及书刊文献为主，文物展具通常使用展架与展托，支架卡件应用较少。材质方面则以积木包布(77.13%)、亚克力(68.33%)及实木、复合木(51.61%)居多。

本次调查中，还有超过39%的博物馆拥有超重大类文物。对于此类文物的展示，以实木和金属材质的展具为主，石质展架也有使用，但占比相对较低(30.32%)。另外，超过80%的受访者会根据实际情况使用定制或非定制支架卡件，可见支架卡件广泛应用于这一类型的文物展示，是必要的辅助展具。

文物固定方式较为灵活多样，无统一标准，防震措施不到位 各类型文物的固定方式有较大差别。平面类文物以水平(68.54%)或有轻微角度(67.92%)放置为主，垂直角度展示的情况也较常见(36.88%)。比较常用的固定方式包括亚克力压条(66.28%)、防滑垫

调研

博物馆文物布展及固定现状网络调研报告

王瑞于晖

片(54.55%)、尼龙线捆绑(41.64%)等，显示出一定的多样性和灵活性。立体类文物大多选择水平放置(77.71%)，并根据展品形状及展出空间微调，符合文物的审美和展示需求。防滑垫片(59.72%)是此类文物最常用的固定方式，其次是尼龙线捆绑(56.21%)、金属托架(51.99%)。

在防震措施方面，各馆对立体类文物的展示都比较重视，但仍有超过四分之一的受访者坦言防震或者防震措施不到位，这一点是必须着重关注的。一方面需要加强对文物防震的常识普及，增强展陈工作者的防震意识；另一方面要对展陈工作者开展相应的防震措施与技能培训，确保他们能够熟练掌握文物防震的相关知识和操作技巧，以应对可能发生的地震等自然灾害和外力碰撞等人为伤害，确保上展文物的安全。

布展工作流程不明确，文物部门在布展过程中未起到主导作用 此次调查还着重关注博物馆布展流程的工作规范，包括布展方案的制定与审核、展陈文物实施成果验收、对文物展出现状的日常巡查等内容。可以看到，这些工作由博物馆展览部(陈列部)主导是最为普遍的情况，如方案制定(85.21%)、方案审核(77.5%)、成果验收(72.71%)、日常巡查(81.04%)。相较之下，文物保管/保护部介入较少，均未超过45%。该结果在一定程度上反映出当前中国博物馆内部职能分工特点：展览部(陈列部)更专注于展览实施流程的各个环节，文物保管/保护部则更多关注馆藏文物的管理和长期性保护，同时也暴露出博物馆业务部门之间存在的协作问题，如工作职责不明确、信息传递不及时等等，这些问题会在实际工作中削弱上展文物安全措施的执行力度，应当予以高度重视。

此外，在对本馆文物布展及固定方式的整体评价方面，尽管数据显示无论“美观性”还是“安全稳固性”评价“优”或者“良”的已达到了98%以上，但从“优化建议”的文本结果来看，不少受访者填写了“经费投入不足”“缺乏专业技术人员”“缺少行之有效的管理机制”“文物固定方式单一”等内容，指出本馆在资源配置、人才培养、制度建设和技术创新等方面需要进一步改进和加强，间接反映出大多数博物馆尤其是中小博物馆的受访者迫切希望能够通过具体的改进措施来提升本馆文物安全及展陈质量。

作为《博物馆文物布展及固定指导原则》项目的一环，此次网络调研结果为课题组带来了诸多启发，包括对现有布展实践的深入理解、对行业需求的准确把握以及对国内中小博物馆存在的普遍问题和改进方向有了进一步的清晰认识。课题组将在后续研究中继续深入了解各博物馆尤其是中小博物馆在实际布展工作的具体要求，力争在制定指导原则时更加贴近实际，确保原则的普适性、实用性和指导性，为博物馆在文物展示、布展和固定方面等工作提供宝贵的参考和指导。

推进文化和旅游深度融合发展