

# 南昌新四军军部旧址陈列馆临时展览的策划和实践

李卫玉 熊河水

南昌新四军军部旧址陈列馆(以下简称新四军馆)坐落在南昌市西湖区,是国家二级博物馆,以南昌新四军军部旧址为依托,讲述了根据毛泽东“军部第一步设南昌”的指示,1938年1月6日至4月4日,新四军军部到达南昌在此正式对外办公,组织指挥南方八省红军游击队下山改编为新四军、开赴抗日前线;建立和巩固抗日民族统一战线;推动轰轰烈烈的抗日救亡运动的历史。如何依据现有条件,更好活化利用革命文物,提炼革命文物的精神内核,将其运用到临时展览中并扩大受众,更好地发挥红色场馆的教育功用,是新四军馆探索奋斗的方向。多年来,新四军馆十分注重原创临时展览的策划和实施,进行了一些有益探索和实践。



南昌新四军军部旧址陈列馆



江西(南昌)人民抗日战争史迹展



“新四军统战工作图片展”开展仪式上小学生为新四军老战士系上红领巾



百年征途铸忠魂——新四军革命英烈专题展



飞行员团体参观“新四军党建工作图片展”



战地放歌——新四军文化工作专题展

## 实施临时展览的思路和举措

红色场馆性质十分鲜明、功能亦非常明确,多以旧址故居、不同阶段的革命历史、英烈人物为依托,通过基本陈列和临时展览来阐述伟大精神,从而感染人、教育人。而原创临时展览的策划、实施、宣发能力是红色场馆综合能力的直接指标,也是与观众对话的有效窗口。红色场馆临时展览的数量和水平直接影响着观众的参观体验和场馆教育功能的发挥。

新四军馆是南昌市唯一一家抗战主题陈列馆,是抗战精神的重要展示地,主要反映新四军诞生、成长、壮大的发展历程。新四军馆根据自身定位,从红色馆、军事馆、抗战馆这几个角度展开策划临时展览,并以临时展览为中心展开全面工作,发挥全国爱国主义教育示范基地的作用。

**清晰自身定位、展现历史特色。**新四军馆扎根于新四军早期历史和江西地区抗战历史两方面,多年来兢兢业业,依据可使用资金规模和文物数量,来策划出符合自身特点和地区特色的展览,做到“小而精”“小而美”。新四军馆的资金规模决定了每个临时展览的经费约为10万至15万元,规模和体量上无法与头部场馆媲美,因此开办的临时展览更注重本馆文物的有效利用,多方位展示开发,使馆藏文物“活”起来,充分发挥文物的历史价值和教育作用。临时展览多选取南昌本地或江西地区内新四军的活动历史和抗战历史,并选取相关文物配合临时展览。

2015年,为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年,新四军馆征集的抗战文物配合“江西(南昌)人民抗日战争史迹展”,以实物的形式让广大观众了解历史,起到了良好

的教育效果。展览分为江西抗战局面的形成、江西正面战场主要战役、中国共产党领导的敌后抗日、日寇在江西的侵略罪行、江西人民的杰出贡献、江西人民欢庆抗战胜利六个部分,展出历史照片200余幅、抗战文物300余件,全景式反映在中国共产党领导下江西人民抗击日寇、保家卫国的历史史实、不朽功勋和民族气节。该展览展出后,南昌市各级党政机关、事业单位和广大群众纷纷前来参观,新四军馆人流如织,中央电视台、人民日报、新华社、解放军报等主流媒体及省、市各媒体多次关注报道。展览主题明确、史料翔实、文物丰富,获得社会各界高度赞扬,成为中小红色场馆依据自身特色,“花小钱办大事”的典型范例。多年来,该展览持续在全国范围内巡展,成为新四军馆的文化IP。

**分门别类、自成体系。**新四军馆近年来纵向挖掘本场馆对应的革命史料,将史实摸清摸透,策划成自成体系的临时展览,为观众呈现更多更饱满的历史视角。新四军馆在常年的策划工作中,已经不再满足于大水漫灌式的临时展览,而是将新四军的历史分门别类,走深走实,按照不同主题策划系列展览。在展现新四军的工作内容和历史贡献方面,陆续策划推出“新四军统战工作专题展”“新四军党建工作专题展”“‘战地放歌’——新四军文化工作专题展”等专题展览。在新四军人物系列方面,将新四军历史与人物研究相结合,推出“张云逸大将专题图片展”“毛泽东与新四军图片展”“百年征途铸忠魂——新四军革命英烈专题展”等优质原创展览。不同的专题吸引了不同的观展人群,如“新四军统战工作专题展”分为国共合作、铁军诞

生,众志成城、团结抗战,又统战、联合斗争,海外侨胞、倾力支持,铁军功绩、彪炳史册五个部分。展览以独特的视角、丰富的图片、珍贵的文物全面地反映了新四军创造性地开展统一战线工作,为巩固和扩大抗日民族统一战线所做出的巨大成绩,总结了新四军在统战工作上宝贵的工作经验和精神财富,历久弥新,对新形势下如何做好统战工作具有重要的借鉴意义。展览体现了我们党一路走来的艰苦奋斗历程和机动灵活的工作方式方法,获得南昌市广大干部和群众热烈的反响。该展览已成为南昌市统战工作的“活”教材,多次被省内外不同的单位引进展出,经受住了观众和社会的考验。

在临时展览的设计和制作上,新四军馆因地和经费限制,通常在设计上多用巧思,避免陷入空讲规模、数量、高科技应用等无解陷阱。设计之初,反复论证,充分考虑当下观众的审美和参观喜好,对展线和空间布局进行设计,确保展览基本格调清晰明了,主线陈列与辅助陈列相融合、相辅相成。色彩构成要紧扣主题,灯光照明突出展品,有效利用自然光源,色彩、光源相互协调,注重运用灯光、场景等营造沉浸式和氛围感,让观众更加接近历史真实,以一两个亮眼的创新布展形式来调动观众情绪,增强记忆感。如“‘战地放歌’——新四军文化工作专题展”的场景设计中,在不足2平方米的空间内,借用展览的角落位置做了新四军所属的报社印刷版的场景搭建。背景用3D油画凸显延伸效果,一台印刷机,两个硅胶人像,通过物品摆放和人物表情、肢体动作的配合,生动地还原了当时报社工作人员挑灯赶工、认真负责的工作场景。

## 提升临时展览面临的现实困境

虽然新四军馆有余力在基本陈列之外,策划举办原创临时展览,但与达到一流工作水平尚有一定距离。随着时代发展、人们对精神生活的不断追求,如何在新时代做出更有深度、更受观众喜欢、宣发效果更好的临时展览,尚需进一步探索和破局。

**临时展览展示手段有限、引发观众审美疲劳。**近几年,各头部场馆和商业会展中对高科技炫酷视觉的运用呈现,使观众对临时展览的视觉要求越来越高,“历史图片+文物陈列+小场景”的展示手段已经满足不了年轻观众,尤其是青少年群体的参观需求,被认为呈现方式老套、平淡、无新意。而新四军馆在革命文物数量和类型有限的情况下,短期

内无法进行有效提升。

**展览辐射范围有限、新媒体宣发能力不足。**随着短视频的兴起,观众的参观偏好也有了新的改变、口味更加多元化,而新媒体的技术手段升级和对观众心理的精准揣摩,使得它擅长使用观众喜闻乐见的手段来宣发推广并取得良好效果。传统的宣发手段无法与之竞争,大大缩小了展览的辐射范围,造成了“酒香也怕巷子深”的现象,耗费了大量心血和精力的原创展览在传播力影响力方面薄弱,不能更好发挥其教育功用。但新媒体的运用有较高的技术门槛,宣发创新需要借助专业的新媒体运营团队,且运用次数越多范围越广,所需资金就越多,这让本就并不充裕的场馆,极

易出现赤字。而在新媒体的运用上,更多是对头部场馆亦步亦趋的模仿,无法获得观众的真心认可,有待进一步突破。

**人才储备不足、观念和技术运用落后。**新时代的临时展览,已成为一个周密的系统工程,策划、实施、宣发等环节无一不需要丰富的知识储备、先进的技术展示和新奇的创意。种种优势结合之下,才能打造一个内容翔实、设计新颖、社会评价高、受众范围广泛的优质展览,这对馆方的人才储备带来了很大的压力,展览大纲文本撰写人员的培养是一个长期的过程,要在专业的基础上加以实践,展览形式设计上也同样如此。这些人员往往很难配齐,或面临青黄不接的断代困境。

## 探索实施临时展览的新路径

每一个红色场馆背后都拥有一段可歌可泣的革命历史,为更好发挥新四军馆在普及历史知识、弘扬红色文化、发挥爱国主义教育中的重要作用,新四军馆尝试打破困境,探索一条破局新路径。

**清晰自身定位。**寻求破局的当务之急,就是要有清晰的自我认知,找准与头部场馆的差距,包括与头部场馆在政策倾斜、人力物力、技术支持上的差距,对自身特色、优劣势进行列表盘点。制定好长期稳定可实施的发展策略,持之以恒地努力,争取在某方面以多年工作的历史积累打上场馆自身的文化烙印,获得社会认同感。杜绝攀比跟风式的工作,如一味复刻头部场馆的成功案例,会导致自身压力过大,并且同质化、高仿化,甚至因为种种限制东施效颦,白白损耗精力却达不到理想社会效果。因此,对头部场馆的成功案例,要“活学活用”,精准掌握其得到社会高度评价的核心逻辑,再结合自身优势,形成适合自己的全新模式。在清晰认知的基础上,兢兢业业,攻己之所长,形成在自己历史领域内的绝对优势。近年来,新四军馆注重新四军早期历史和组建史的钻研,争取在未来将新四军组建史打上南昌的文化烙印,形成自己的特色。

**加强人才培养。**积极调动员工学习的积极性,形成行之有效的人才培养机制,既为员工成长提供平台,也能提升馆内工作水平。新四军馆

结合实际情况,积极加强人才培养:一是充分利用上级组织的培训学习,如国家文物局组织的研修班、交流会等;二是组织员工在网络平台学习最新的技术理念和头部场馆的优秀案例,并开展讨论会加深理解;三是挑好苗子,到头部场馆跟班学习,提升业务交流能力;四是引入竞争机制,让“能者”多劳多得,激发员工自驱力。

**向“社区博物馆”靠拢。**新四军馆立足本地,在研究好革命史和地域特色的同时,利用临时展览予以呈现,提升本地区或革命史辐射范围内群众的参观满意度、亲和力。如老街区、有记忆点的商铺、山水景物、本地的革命志士等,让本地民众看了有亲切感,有兴趣去追溯寻访相关的人物,无形中调动观众的情感和好奇心,增加群众互动的积极性。

**提高社会公众的参与度。**目前,临时展览的策划都局限在专业人员的范围内,直到完成才与观众见面。这样,公众始终处于被动接受的位置,与临时展览有心理上的距离和隔阂。新四军馆尝试建立与观众无距离的红色场馆,在选题、策划早期,利用网站、微信公众号等渠道发布信息,招募社会公众全程参与临时展览的制作,还可以提出自己的理解和建议,馆内根据现实情况予以反馈。目睹体验展览从无到有,可以增强观众参与的真实感和成就感,并拉近观众与展览的情感,使双方的关系充满活力与张力,激起观众

强烈的情感共鸣。同时,观众也可成为展览自发的宣传者。

**创新宣传推广模式。**紧跟时代潮流,将以往的“等人来”改变为“走出去”,把握社会心理,揣摩全年龄段的观众心态,吸引游客主动关注红色场馆,了解红色历史,以此更好地弘扬革命文化、传承红色基因。在临时展览制作完成后,宣发就要以灵活的方式和手段来造势,不能只待展览开展,机械式地用新闻稿来宣传。新四军馆在展览确定主题,到初具雏形,再到完成面世,不同阶段都有不同的新闻物料来吸引观众,新闻的标题也契合不同观众的审美偏好,且新闻发布的形式多样,合理运用文字、图片、漫画、视频等宣传方式。在展览正式开展后,根据需要及时配置线上3D展览,打破时空限制,让展览内容得到最大程度的扩展,使观众足不出户也能参观,同时还可激发潜在受众的参观热情。

红色场馆承担着传承红色基因、弘扬革命精神的使命,是爱国主义教育的主阵地。身在文化事业蓬勃发展的新时代,新四军馆将以更崇高的追求、更敬业的精神、更专业的能力、更创新的思维来破解难题,守正创新、主动识变、应变求变,在弘扬红色文化的道路上肩负起使命与责任,行稳致远、奋发有为。