

《江西明代王墓珍宝特展》的成功原因

李萍 彭舟

2001年12月28日至2002年1月28日,为期一个月的《江西明代王墓珍宝特展》(以下简称《特展》)在南昌展出取得了尽如人意的圆满成功。笔者亲历了整个展览的策划、制作、宣传、运作过程,颇有感触。现将展览成功的原因作一简要归纳。

一、准确果断的决策是《特展》成功举办的良好开端

2001年12月4日,江西省文物考古研究所在南昌市昌北开发区华东交通大学校园内抢救性发掘出一座明代墓葬,出土了大量珍贵随葬物品,更为可贵的是棺内女尸保存基本完好。当日傍晚,考古工作人员将女尸急速运到江西省博物馆内进行基本处理保护。此时大批新闻媒体记者闻讯赶来进行现场采访报道。第二天,广大市民通过新闻报纸了解明代女尸出土一事,一时街头巷尾谈论纷纷。女尸盛装出土一事遂成为社会各界关注的一大热点。

沉寂一时的江西省博物馆顿时热闹起来,全馆上下兴奋地讨论女尸出土事件的同时,不约而同地想到了办展览。馆里立即派出人员与考古所进行协商,谈论联合举办《特展》的有关事项。同时,及时拿出翔实的书面材料向省文化厅和省文物局上报举办《特展》的构思,并寻求到文化主管部门在工作和经费上的大力支持。

我们不难看出:《特展》的举办,因为充分地听取了全馆人员的意见,同时又客观地考虑了市民的参观需求,所以这一决策才得以如此准确、果断。当然,决策的最后实现是与考古所的友好合作和主管部门的大力支持分不开的。由于决策的准确果断,我们

才能牢牢地把握住机会,让女尸盛装出土这一社会热点最终转化为后来《特展》的卖点。

二、把握好《特展》展出时间、内容和票价的准确定位

中国有句古话叫“过而不及”,意思是指做事情要恰到好处。但这首先要明确事物的“度”。换句话说,要成功举办《特展》,得首先必须做到准确定位。我们就从《特展》的展出时间、内容和票价这三个最为关键的因素着手,大做文章。

(一)时间往往关系到事情的成败。《特展》定于2001年12月28日至2002年1月28日,是有三方面考虑的:

一是有利于且能吸引观众参观。女尸是在2001年12月4日出土成为社会热点的。按人类的淡忘规律和好奇心理来说,随着时间的推移人们会对事物淡忘得越多,心理好奇的程度也会慢慢减弱,所以,只有抓住时机,从速从快才能更有利于吸引观众。而且紧接而来的是元旦黄金周,这便于市民出行参观博物馆。所以,《特展》的主体消费时间也就定位在元旦左右。

二是展出时间与成本问题。《特展》展出必须考虑经济成本,遵循价值规律。这其实与博物馆要讲社会效益的宗旨是不矛盾的。如果一个展览展出没有人来参观,产生不了经济效益,抑或展出一定时期后观众明显减少,不能带来经济效益,那么还让其继续展出,其本身就是浪费资源。《特展》为期一个月,就是按成本运算来预测的。如果经济效益开始不行,说明其观众量已接近展览的最大容量,社会效益作用已基本完成。而且我们追求的经济效益的最终目的也是为了更

好地实现社会效益。

三是展览的制作需要时间。从与考古所达成协议举办《特展》开始到展览展出,这期间有一个制作展览的过程,所以,不能盲目急于开展,而必须留足充分的展览制作时间。虽然,展览的制作是全馆通力合作的努力,但主要还是由学术部和展览策划部承担陈列内容、形式的设计和布展。两部门在克服时间紧、任务重、人员少的情况下,经过近半个月加班加点,有时甚至通宵达旦赶工,终于在2001年12月26日新闻发布会的前夜如期完成,12月28日《特展》胜利开幕。

(二)展览的内容是《特展》的生命线,决定着经济效益与社会效益的最终实现。展览既不能太简单,让观众产生乏味;又不能太繁缛,引起观众的困惑。若大的展厅,是《特展》的骨架,文物则是它的血肉。如果仅展出华东交大女尸墓,那么这仅能满足市民的猎奇心理,还不能深层次地满足人们对江西明代藩王系统及其该墓女主人地位的了解。所以,我们尽量突出以华东交大女尸墓出土文物及其女尸和原样复制棺槨为中心的同时,还将馆藏历年来考古发掘的十余座江西明代藩王墓出土文物,按宁王、益王、淮王进行系统展出。这样,观众便能清楚地了解江西明代藩王体系的基本轮廓和来龙去脉。整个展览也能让观众看上去形象生动的同时,更有条理的系统,更具饱满的魅力。

(三)《特展》的票价怎么定,需要考虑的因素很多。票价是成本直接回收渠道,但它必须首先从社会公益事业的角度出发,不能定价太高,同时客观地说,还必须考虑江西经济发展的实际情况和市民的承受能力。正是基于上述考虑,《特展》票价定得相对来说比较合理,成人票10元,学生半价,团体票优惠20%,持老年人证者一律免费。适当的票价,更能促进观众的参观。这正如一位参观者在接受电视台记者采访时所说:“只花10元钱就能看这么丰富的展览,值。”

笔者认为:定位已经成为各个行业发展的首要问题,它直接决定着人们朝着什么方

向努力。我们举办《特展》,就其本身来说,需要定位的方面还有很多,仅谈及时间、内容、票价,是希望能起到抛砖引玉的作用。今后,我们博物馆事业在社会日新月异的剧变发展过程中,如何对博物馆的机构和概念进行重新定位是一个十分值得深思探讨的问题。

三、进行全方位的宣传,大造舆论声势

为做好《特展》的宣传工作,我们制定了周详的宣传计划,与众多单位、公司加强联系与合作,尽量通过多种渠道,从不同的角度、不同的层次对《特展》进行大力宣传。

一是充分借助新闻媒体的舆论宣传促进作用。新闻媒体具有快速传播、对象广泛等特点,是我们宣传《特展》最好的传播媒介。我们主动与在昌的几十家电视台、电台和报社取得联系,邀请它们对《特展》进行展前、展后两阶段各有侧重的宣传报道。展前,主要围绕女尸身份确认展开大谈论,各大报纸纷纷刊登不同人士的解说,特别报道了一些明史专家的评说,形成连续不断的争鸣报道;同时将展览制作的有关场景和进展情况向媒体披露,引起市民的关注。《特展》展出后,则偏重于展览参观情景的跟踪报道。

二是与广告公司合作,通过出让一小部分的利润,吸引广告公司的投资参与。广告公司负责印制18万份《特展》宣传单、彩色简介及所需的宣传彩球、彩虹门和宣传条幅(包括公交车上所需的),并通过其强大的广告运行网络进行发送和宣传。广告公司的参与,既弥补了《特展》经费上的缺口,化解了博物馆的部分投资风险,又加强了《特展》的广告宣传力度,扩大了社会影响面。

笔者认为:博物馆人不应该只是等待着观众来参观,而要主动去请进观众,摒弃“酒香不怕巷子深”的落伍观念。在《特展》的举办过程中,我们充分地看到了博物馆人解放思想、与时俱进的可喜变化。但诸如法律意识的培养、讲解艺术的突破、机制活力的增强、合作技巧的运用、公关形象的塑造等等难题,还有待于博物馆人去一一破解。