



博物馆展览研究探析

The Study on the Exhibitions in Museums

谭小荣

Tan Xiaorong

(桂林博物馆, 桂林, 541000)

(Guilin Museum, Guilin, 541000)

内容提要: 博物馆展览研究包括“物”的研究、“人”的研究、“展览环节”的研究和“办展理念”的研究。四个方面的研究如能成为一个整体,成为博物馆展览实践的自觉,就能很好解决“为什么展”“为谁展”“展什么”“如何展”的问题,从而实现展览教育目的和社会效益的最大化。

关键词: 展览研究 博物馆 实践自觉 社会效益

Abstract: The museum exhibition research includes four aspects, namely, the study of object, human, exhibition link and exhibition concept. If these four aspects of research combine and become the consciousness of the museum exhibition practice, it will be able to solve the problem of “why exhibit”, “whom exhibit for”, “what to exhibit” and “how to exhibit”, so as to achieve the purpose of exhibition education and society's maximized benefits.

Key Words: Exhibition research; museum; practice conscious; social benefit

“博物馆展览是指在物和人研究基础上,运用传播技术将物和人的研究结果进行二度创作,完成特定空间内信息的可视化转化、表达和传播,以促成展览中人与物的对话。”^[1]由此可知,博物馆展览需要对“人”和“物”进行研究,需要对特定空间内信息可视化转化、表达和传播方式进行研究。除此之外,笔者认为还需展开对展览走出特定空间

的宣传推广延伸教育途径的研究,以取得展览社会效益的最大化。实际上这些研究就是为了解决“为什么展”“为谁而展”“展什么”“如何展”的问题。具体来说包括四个方面:一是办展理念研究,二是公众研究,三是实物载体研究,四是展览环节研究。四个方面相辅相成,只有同时做好了四个方面的研究工作,展览才能取得理想的效果。



一、办展理念的研究， 解决“为什么要展”的问题

教育是博物馆的第一功能，而展览是博物馆实现教育功能的主要途径，是博物馆进行文化宣传的有效手段，是博物馆推进整体业务，提升服务水平的系统工程。办展理念随着时代变迁、社会发展、人们精神需求的变化而变化，影响着实体展览的方向、目的和效益。可以说，有什么样的办展理念就有什么样的展览。如果展览的理念是向社会展示馆藏精品，那么这个展览除了展品及其基本信息以外，可能不会有其他任何的诠释和辅助形式，也不考虑配套的延伸教育服务项目，这样的展览可称得上纯粹的“文物精品展”。可展览除了让观众知晓该馆藏有多少精品以外，还能获得什么呢？这种“为展而展”的展览，生命非常短暂，展览一撤展，其生命就结束了，社会效益很低，教育目的也无法实现，有多少意义呢？因此，举办展览时，一定要研究展览的发展趋势，遵循适合时代和社会要求及人们精神期待的办展理念，使展览的教育目的和社会效益得以较好地实现和提高，解决“为什么展”的问题。

二、公众研究，解决“为谁而展”的问题

展览是给公众看的，展览效益的体现不是展出了什么，而是公众获得了什么。因此，在筹备展览前应定位目标观众群，并进行相应的调查研究，了解目标观众群对展览的愿望、期待和要求及他们参观展览时的认知心理、情感需求和行为习惯。展前对目标观众认识更清，展览就更有针对性，信息传播的效果就会更好。参观时观众是展示信息的接受者，而信息主要是通过视觉进行捕捉和感知的，可以说，“可见性”直接影响到信息传递效果和展示目标的实现。而“人与观看物之间的距离、高度比例、光环境都影响可见性”^[2]。为此，设计师应把如何激发目标观众对未知事物的兴趣，满足其对信息获取的心理、生理、行为、情感等方面的需求，使

其持续地保持参观的兴趣和热情作为设计的原则，并将自己设想成一名观众，运用观众心理学、人体工程学中的相关知识指导设计，极力让观众“看得清”“看得懂”“懂得看”“有兴趣看”“看得舒心”“有收获”“受教育”。观众观展后，可采用问卷调查法、访谈法、行为观察法、实验法、参与法等方式了解参观结果，收集观众意见，作为展览提升的参考。事实证明，这样的三段式研究方式的确很有效，不仅使我们对展前、展中、展后观众的期待和反映了如指掌，还较好地满足了观众在观展时的心理、生理、行为、情感等方面的需求，使他们在整体了解展览简明信息的基础上，对重点展品有一个较详的认知，帮助他们完成了一个理解过程。“成功的展览不在摆出多少物件或展现了多少资料 and 知识信息，而在于展览有没有使观众完成一个‘理解’的过程。”^[3]“博物馆，只有当它成为市民自己的博物馆时，才为市民喜闻乐见。”^[4]同样，展览，只有当它成为市民自己的展览时，才为市民所喜闻乐见。

三、实物载体研究， 解决“展什么”的问题

（一）实物挑选

博物馆展览实物记载着它产生时代的政治、经济、历史、文化等信息，观众来看展览，一个重要的取向，就是想看“货真价实的实物”，在展览的“实物”中感受历史，在“物语”中接收信息。所以，必须加强对实物的研究，挖掘实物本身、衍生和流转过程中的有效信息。在某种程度上可以这样说，我们对实物研究的深度，决定了观众对实物理解的程度。因此，在挑选实物时应结合展览主题、文本内容、展厅实际和藏品情况进行，遵循“可看”“可读”“可用”“可品”及多样化的原则，看展品能否突出主题，具有可读性和可看性；能否将隐形的知识线、故事线、情感价值呈现出来，成为观众学习的触发器和记忆支撑；能否体现知识要素的关联和逻辑关系的发展，成为信息传达的媒



介。如果展览中重要的、不可缺少的内容，没有文物或用文物又无法完整体现时，需用图、表、照片、场景等辅助展品或形式来完成，这也是展览中不可忽视的重要部分。总之，应尽可能让展览有足够的支撑主题的原真性的实物载体，即“文物”或“实物标本”，让观众在见证物中感受历史。一切辅助性的绘画、沙盘、模型、场景、雕塑、空间环境的装饰性营造及多媒体音像技术手段的使用等形式，都只是为了“实物载体”得以更好地诠释，有效信息得以更好地传递。

（二）实物信息解读

实物是展览的核心要素，是知识的证据和载体。研究实物展品，解读实物信息，可以使观众“在展品表象特征、相关知识点和知识网络中，发现自己感兴趣的对象，或观赏，或探究，或对比，或验证，感性和理性共存，审美与学习并进”^[5]。实物信息包括实物基本信息、实物衍生信息和实物流转信息。实物基本信息包括展品名称、规格、质地、出处、来源等；实物衍生信息则与其形成背景有关，反映当时政治、经济、文化、社会特征；实物流转信息则记载实物背后鲜为人知的故事，蕴含着深刻的人文精神，对当今及未来有着积极的影响。因此，每件实物展品都有可能成为知识网络的节点和支撑，其信息解读是否充分，与观众获取信息多少，受教育程度如何，有着很大的关系。

四、展览环节研究， 解决“如何展”的问题

展览环节一般来说包括展览选题、展览内容设计、展览形式设计、展览项目制作、展览宣传推广延伸教育服务等环节。展览策划时，可将这些环节统筹起来，当作一项系统的工程来综合考虑，从保管、研究、宣教、陈列等部门抽调人员组成策展团队，共同策展。必要时，聘请社会人士、专家参与策展。明确展览学术研究（包括实物研究、观众

研究和展览环节研究）、宣传推广、社会教育、文创产品开发等项目及各工作环节时间节点、工作目标、工作要求，落实相关部门和具体责任人，形成以展览为中心，部门联动，相关工作同时开花的工作格局，全面推动博物馆工作，提升展览绩效。

（一）展览选题

展览环节中最关键的是展览选题。它在整个展览运作过程中具有决定性的作用。第十三届全国博物馆十大陈列展览精品评选评分中，展览选题占13%，是所有项目分值最高的，这充分说明了其重要性。因此，我们在拟办展览之时，应该经过细致、规范、科学、切实的选题过程。只有在展览选题上保证最大限度的可行性，才能确保展览的有效实施。新颖切实，个性鲜明，能够体现时代精神，并贴近实际、贴近生活、贴近群众，具有高度的思想性、知识性和原创性的选题，是展览的“魂”，决定着展览的成败。

（二）内容设计

在第十三届全国博物馆十大陈列展览精品评选项目中，展览内容设计分值为12%，要求展览内容能够体现最新研究成果，具有较高的学术、文化含量；展品组织科学合理、层次清晰、重点突出，信息传达有效性强。从上述分值设定和相关要求来看，展览内容设计，对展览的思想性、学术性和知识性起着决定性的作用，而内容文本的编写是展览内容设计的重中之重。

什么是内容文本？通俗说就是展览大纲脚本，它是编写者围绕主题，以资料为据，融入个人想法与情感的再创造。一般包括展览标题、展览结构框架、实物展品、文字说明、形式提示等。其编写需要遵循以下原则，一要看学术观点是否是公认的、最新的研究成果；二要看文物资料、照片、图片资料、统计数据、文字表述、专业术语、纪年表示法、字体、字号、符号使用等是否真实、准确、规范；三要看语言风格是否始终保持统一，且特色鲜明。具体来说，有以下四个方面：



1. 提炼展览标题

展览标题包括总标题和主体层次结构标题。总标题，即一级标题，在整个文本内容中占有举足轻重的地位，往往需经过“肯定—否定—再肯定—再否定”的反复提炼过程才能完成。主体部分各结构层次标题，是对每一层次结构主要内容的概括与诠释，它们的形成也是一个不断被认识的过程。好的标题是点睛之笔，预示着展览成功了一半。

2. 确定结构框架

一般来讲，一个展览的结构框架有三个部分，即前言、主体和结束语，也有的只有两个部分，即前言和主体。基本上按总—分—总或总—分—总的关系设计。主体部分层次结构的设置受展题、展览内容、展厅实际和展品等要素的制约，第一层次结构称“部分”，第二层次结构称“单元”，第三层次结构称“组”，不同结构层次的关系一般为从属关系，同一层次结构的逻辑关系常为并列、递进等关系。

3. 挑选具体展品

内容文本框架确定后，先依据展览主题，挑选展品，然后根据各结构层次内容、展厅实际对拟上展的展品进行二次挑选，明确各结构层次所需的展品，使展览主题和各结构层次内容有足够的可支撑的实物展品。

4. 编写说明文字

上述三个步骤相关工作就绪后，就要进行艰苦细致的内容填充工作。编写说明文字是其中之一，包括前言、结束语看版文字说明，主体部分层次结构文字说明，展品基本信息、衍生信息和流转信息文字说明等。前言一般交待展览选题、展览目的、展览结构、展品数量等要素，约300字。结束语文字是对整个展览的总结，注意与前言呼应，提升主题。主体部分文字说明由结构层次展板文字和展品文字说明两大块组成，各结构层次展板文字说明主

要从不同展品、不同内容、不同层次、不同角度来进行阐述，侧重点不同，表述方式也不同，字数按层级相应递减，同级的文字说明在体例、字数、字体、字号、表述等项目上风格要保持相对一致。展品基本信息包括名称、来源、规格、年代、用途等，可用说明牌的形式进行传达；衍生信息和流转信息包括展品本身的历史、艺术价值、工艺特色等介绍及与展品相关的政治、经济、文化和人文故事的延伸，可用延伸展板、多媒体演示、触摸屏、阅读台、语音导览、人工讲解等方式来传达。重点展品信息，在字数上没有严格的限定，以能够充分说明展品为目的；辅助展品说明一般以展品名称为主，一些需要特殊说明的辅助展品，如景观、模型等需要有简单的介绍。整个文本语言风格应前后保持一致，文字科学准确，简明扼要，通俗易懂且规范化，忌讳繁缛、晦涩、生僻、高冷。

5. 明确形式提示

内容文本一般由内容主创人员来负责编写，用什么样的形式来表现内容、传达信息、传递情感，需要内容主创人员在相应的地方给出形式设计提示。形式提示主要指实物展品信息传达辅助形式的阐释与说明，包括展厅空间规划、平面展板设计、说明牌形式、场景制作、图像标注、互动项目、展托展柜样式、音频视频等项目的表达提示。它为设计师实施设计提供方向性指导，以期达到形式为内容服务的目的。

总之，内容文本编写不是简单将收集归纳整理的资料堆砌起来，也不是将挑选的文物罗列出来，而是要依据展览主题、展览目的、展览目标观众群来整理史料，提炼标题，构思结构，明确各部分的重点内容，组织展品，编写文字，提示表达形式，传递编写者的思想、学识、语言风格和情感，向观众传达有效的信息。每个内容展项设计，“都要服从陈列内容的系统性和整体性，要关注知识的完整，根据具体内容在知识系统中的位置和层阶，安排其在陈列中的位置和表现力度”^[6]。可以说，内容文本是实体展览的脚本。科学规范，准确通俗，



操作性强的内容文本，是展览后续工作环节的指南，不仅使展览具有了思想与灵魂，还是展览成功的关键。

（三）形式设计

形式设计是借视觉表现手法，对内容设计进行再创作的过程，是对展览内容的二次解读。它涵盖了美学、心理学、视觉艺术、营销学等多种学科知识，是内容设计与艺术设计的统一，也是科学和艺术的统一。第十三届全国博物馆十大陈列展览精品评选项目中形式设计所占的分值为5%，要求形式设计与内容设计要和谐统一，能准确表达陈列主题和思想内容；展览形式有创意或突破；空间规划合理，展线流畅；版面设计美观，可读性强；辅助性展品运用恰当，声光电等科技手段运用适度。从形式设计所占的分值及要求来看，笔者认为这是对形式设计概念具体化的解读，是对形式设计如何结合内容，把“物”的研究和“人”的研究成果进行整合，将抽象的、理性的、深奥的科学知识转换成感性的、美的和有趣的信息，让观众在一个特定的情境中去观展的一个定位。具体来说，包括以下几个方面：

1. 展厅外的平面设计

包括户外宣传牌、海报牌、展题牌、指示牌等，在指示明确的前提下，给观众传递展览的核心信息。

2. 展厅内的空间规划

即展厅的基础装修与装饰，包括实用功能性的装修和针对文本内容进行的装饰。实用功能性的装修，包括吊顶、墙体、地面、插座、开关、门窗等；而针对文本内容进行的装饰主要有展厅色调总体风格、内容展项空间布局、展区划分、展线走向、版面设计、辅助器具等。相应的图示绘制有展厅平面图（包括主题墙、前言、主体部分、结束语的计划）、展示效果图（包括序厅、重点部分、重点展品的效果图）、观众走线图、图文版面设计

图、展览设备造型图（包括展柜、壁龛、支架、展台）等。

3. 文物展示微环境的设计

一是安全环境：光源的控制、温湿度的达标、有害物质及气体的监测等都要根据展品的质地和相关规定来调整和设置。二是辅助器具：展柜、展台、展托、支架、衬布等需根据展品的质地、规格、展示的需求来确定。三是展示形式：单体展示，还是群体展示；一般展示，还是重点展示；部位展示还是全部展示等都要根据主题、内容、展品自身信息等因素来考虑，恰当地运用主次、均衡、对比、呼应、衬托等手法，可使展示更具多样性和艺术性。四是信息传达：展品的基本信息、衍生信息和流转信息的形式表达要丰富讲究，要为提升文物的展示效果和文物信息的传达服务。

“吸引公众参观是博物馆发挥传播与教育功能的前提。”^[7]因此，整个形式设计应在遵循需求性、文本性、沟通性、切实性等原则的基础上，使展览融思想性、知识性、教育性、通俗性、切实性、艺术性、观赏性、趣味性于一体，让观众“看得懂”“懂得看”“看得舒心”“有兴趣看”“有收获”“受教育”。绝不可不顾展览内容适合与否，盲目跟风，强行要求使用高科技手段，割裂观赏性、趣味性与思想性、知识性等方面的关系，造成展示形式对内容的误导。“更不能本末倒置、喧宾夺主，为了追求展厅艺术效果，采用艺术品的堆砌取代文物展示，造成展览效果的杂乱无章。”^[8]因为，“文物博物馆事业的现代化不是什么声光电的问题，而是紧追时代，赋予时代内涵的问题……我们不要把声光电等同于现代化，不要以为声光电就是现代化博物馆的标志”^[9]。因此，“我们必须认真对待当代博物馆陈列表达的场景化、舞美化、影视化、虚拟化倾向”^[10]。

（四）项目制作

近年来博物馆事业快速发展，由于业务经费相对充裕、自身专业人才匮乏等原因，博物馆开始引



入专业设计制作公司为展览服务。一些博物馆在展览设计与制作方面过度依赖展陈公司的现象较为突出,有的博物馆甚至将展陈策划、展览内容设计也交给展陈公司,完全当了“甩手掌柜”。这种“反客为主”的现象极易造成展览高度同质化甚至博物馆自身被边缘化的后果,这对博物馆事业的整体发展是十分不利的。的确,现代技术和多媒体的应用,不但总体上提升了展览的艺术性,深化了展览的主题,增强了展览的感染力,而且还弥补了博物馆人才匮乏、实物展品相对较少的缺陷。但在实践中,项目制作成本动辄几百万、上千万甚至过亿的展览并未产生应有的绩效。特别是一些临时特展片面强调高投入、大制作,其社会效益和经济效益方面都缺少更大的“升值”空间,不得不令人深思。其实,关注观众需求,结合内容,突出主题,传递有效信息,让观众“看得清”“看得懂”“懂得看”“有兴趣看”“有收获”“受教育”的展览,即使成本低,形式简单,也不失为一个好展览。因为,判断一个展览好不好不是以“高大上”的形式来决定的。

如何结合项目制作宣传低碳生活理念,传播低碳生活方式,推行低碳生活的社会责任是时代发展赋予我们的使命。单霁翔说:“如何更好地承担起向社会公众宣传低碳生活理念,传播低碳生活方式,推行低碳生活的社会责任,无疑是一个新的课题。具体而言,博物馆在采用声光电等技术、设备时,应适应陈列展示的要求,避免带来噪音和环境污染。展具的面料应尽可能使用绿色、优质、环保的木、石、棉、麻等天然材质,以更好地体现历史、沧桑、自然、永恒的文物展陈内涵,尽可能减少异味、辐射等有害物质的排放,从而既有利于文物展品保护,又有利于观众及展厅工作人员的身体健康。”^[1]因此,我们在项目制作实践中要慎重考虑与对待。

(五) 宣传推广延伸教育服务

展览的宣传推广延伸教育服务,途径很多,除了展览本身这一重要的途径以外,还应有其他配套方式,比如网络新媒体、报刊杂志、学术讲座、研

讨会、论文集、普及读物、展品图录、流动展览、互动体验、文创产品、讲解教育、观众服务、虚拟展览等。展览宣传推广延伸教育是否到位,需由社会的反响来确认。在第十三届全国十大陈列展览精品展评选活动中,宣传推广占10%,延伸教育占10%,观众服务占10%,社会反响占5%,虚拟展览占5%。笔者将它们统一归为宣传推广延伸教育服务这一大类,分值总计达40%。具体要求是:宣传推广教育方案要翔实全面、思路清晰、举措得力;要注重运用互联网、移动通讯技术等新媒体来进行宣传推广;大众媒体对展览的关注度高,宣传报道数量多;积极拓展与社会各界联系,特别是大中小学、旅行社和社区的联系;教育活动计划性、可执行性强,收效显著;与展览相关的学术活动规模大、等级高,图录、学术文章和出版物等成果丰硕;文化普及工作到位,针对普通民众特别是青少年的延伸教育活动成效显著;有针对性地开展多种形式的观众调查,有效提升展示服务水平;提供针对不同观众群体如少年儿童、外国观众等的个性化讲解和语音导览服务,效果良好;文化产品开发有特色、成系列,能满足不同观众的需求;参观咨询服务周到,导览设施完善;观众数量多,社会和专业人士的赞誉度高;网上虚拟展览点击率高,效果良好。从上述分值和相关要求来看,笔者认为其意在表达“展览不仅仅是一个展览,而是一系列的展览活动”的理念,并从方向上给予了相关引导。也就是说,布展结束后,并不意味着展览就完成了,还需要对展览进行宣传推广延伸,开展针对性社会教育活动,提高展览的社会效益。这一导向反映了展览绩效的问题。一个展览如果只被视作一个展览,那么从撤展那天开始,这个展览的生命就结束了。我们花如此多的时间、精力和经费办成的展览,生命却犹如昙花一现,绩效甚微,社会效益低下,的确值得深思。

五、结语

观众走进博物馆,是通过观察、阅读、参与来



获取信息的。实物信息是隐性的，其信息传达是否妥当，观众接收是否有效，不仅取决于对实物、观众和展览环节的研究，还取决于正确的办展理念。一个精品展览不应是纯粹的“明星文物”罗列铺陈，也不应是传统的教科书形式，而应是“能够给社会公众讲述一个耐人寻味、令人思索、使人流连的完整故事，给专业人士展示一个有所启迪、有所借鉴、有所收获的文化空间”^[12]。足以“让人们心

动，让人们目不暇接，让人们幽思不息”^[13]。足以使人们“情感得到净化，心灵得到陶冶，精神得到升华，进一步认识到人生的意义和价值”^[14]。“怀着对未来、教育和改变的信念走出博物馆。”^[15]从而实现展览教育目的和社会效益的最大化。希望四个方面的研究能成为一个有机的整体，成为博物馆展览实践的自觉。

注释

- [1] 周婧景、严建强：《阐释系统：一种强化博物馆展览传播效应的新探索》，《东南文化》2016年第2期。
- [2] 张国辉、闵鹤秋、魏鸣凤：《我国正常人静态视野测定》，《医学研究杂志》1980年第1期。
- [3] 唐贞全：《多元智能理论与博物馆展示信息传播手段的反思与重建》，《理论月刊》2011年第8期。
- [4] 周彩玲：《浅析博物馆陈列展览中的信息表达》，《博物馆研究》2013年第1期。
- [5] 宋向光：《博物馆展陈内容多元构成析》，《东南文化》2015年第1期。
- [6] 宋向光：《博物馆陈列的实物性元素及内容结构析》，《东南文化》2016年第2期。
- [7] 单霁翔：《浅谈博物馆陈列展览》，故宫出版社，2015年，第115页。
- [8] 单霁翔：《浅谈博物馆陈列展览》，故宫出版社，2015年，第133页。
- [9] 苏东海：《论博物馆的现代化》，《中国博物馆》1997年第1期。
- [10] 宋向光：《在陈列的瓶颈期》，《中国文物报》2009年12月2日第6版。
- [11] 单霁翔：《浅谈博物馆陈列展览》，故宫出版社，2015年，第46页。
- [12] 单霁翔：《浅谈博物馆陈列展览》，故宫出版社，2015年，第41页。
- [13] 李让、李文昌主编：《博物馆的记忆与想象》，学苑出版社，2005年。
- [14] 单霁翔：《浅谈博物馆陈列展览》，故宫出版社，2015年，第64页。
- [15] 宋向光：《博物馆陈列的实物性元素及内容结构析》，《东南文化》2016年第2期。