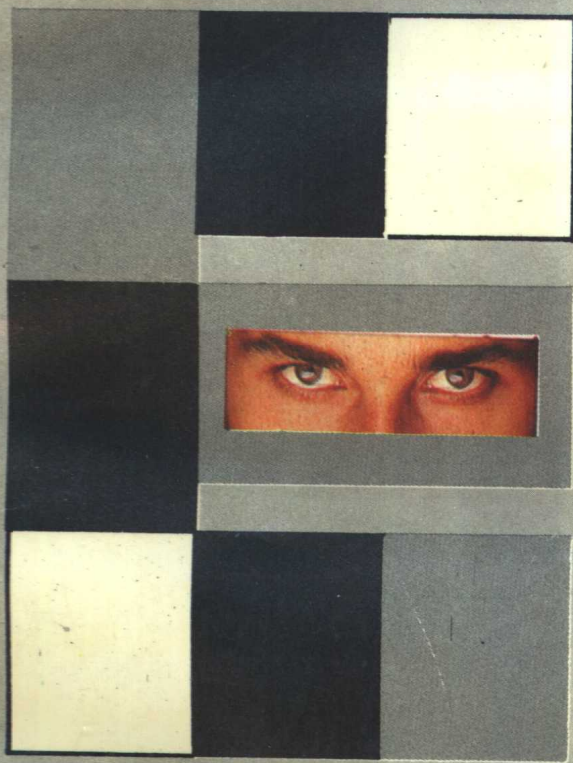


# 展览艺术

潘杰著

——展览学导论



黑龙江美术出版社



# 展览艺术

## ——展览学导论

黑龙江美术出版社 1992. 12

潘杰 著

题 词 吴 劳  
特邀编辑 李遵进  
封面设计 钟永水  
朱鹤翔

# 展 览 艺 术

——展览学导论

潘 杰 著

---

黑龙江美术出版社出版  
浙江金华市新华印刷厂印刷  
浙江省新华书店发行

开本：850×1168毫米 1/32 印张：19 字数：48万  
1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷  
印数：1—2, 000

---

ISBN 7-5318-0175-2/J·176 定价：精：18.00元 平：14.50元

展覽學是門新興的學科是現代  
眾多學科中逐漸  
被人們重視的一門學  
科

吳小勞 一九九三年  
元月



1990年5月,作者与原西德教师彼得C·绍帕(左)、伯恩哈特·多奇(右)在“中德展览业高级管理人员培训班”课堂上合影。

## 序

早在六十年代初，我国著名科学家钱学森先生，就在中国科学技术协会第二次全国代表大会上发出呼吁：“展览是人民喜爱的一种教育方式，……戏剧和电影的创作都有很深的研究，为什么展览就没有一门展览学？也没有展览学院？”这是一个很有远见的呼吁。随着我国工作重心向经济建设转移，以及市场经济体制的确立，钱老的这个思想，就显得更为重要，也更富现实意义。

一门新学科的创建，其根本动因在于人类实践的需要。展览自从在原始社会文明时期诞生以来，一直与人类文明的发展同步，成为人们展示美好事物、开展社会教育和商品交易的重要手段。新中国成立以后，展览不仅成为一个行业，而且规模也相当可观。改革开放以来，更是长上了翅膀，得到蓬勃的发展。全国各省市，每年举办的各种展览数以千计，参观的观众数以亿计，几乎天天有展览，处处有展览。现在，随着经济体制改革步伐的加快，国门的进一步向外打开，不仅各行各业都要举办展览，许多商品、科技，乃至文化、艺术，都要凭借展览这个依托获得更好的发展。而且，全国人民参观展览，想从展览中获得市场、商品、科技的信息和社会效益，甚至私人办展的热情都非常高涨，人们与展览的关系更为密切。当今的时代，办展与观展，将是人们日常生活的重要组成部分。因而，创建中国展览学，不仅是展览工作本身的需要，也是社会的需要，时代的需要！

诚然，创建展览学，不是一件轻而易举的事。它需要各方面



的专家和学者的努力，需要有关部门的通力合作。然而，我想展览界的同志更应多做工作，多予关心和支持；即使不能作出一定的理论概括，就是提供一些经验教训或技术资料，也是必要与有益的。我就是本着这样的愿望来着手这一工作的。因为，我在展览馆工作将近二十年了，近年又在中国展览馆协会理论研究室工作，前年还参加过上海“中德展览业高级管理人员培训班”的学习。耳濡目染，对办展的甘苦颇有感受；心默手记，对办展的技艺也积累了一些资料。于是，便把自己的一得之见诉诸笔端，为展览学的创建抛砖引玉，为办展者的需要提供参考。

展览是一门科学，就应该有一定的理论体系。从展览的成长、发展过程来看，它既与社会科学相关，又与自然科学沾亲。它是社会科学与自然科学之间的交叉学科，有人称之为“边缘学科”、“综合学科”。它作为一门独立的学科，具有三个明显的特征：

一是自律性。现代展览学，可说是从博物馆学中分化出来的，它与博物馆学有着千丝万缕的联系，比如展品内容、陈列体系、展出方法等方面的理论，两者之间就有不少相通之处。然而，一门新学科既然从母体中分化出来，必然有它自身的规定性，有它特有的研究对象和范围。博物馆学和展览学的研究对象，虽说都是展品和观众，但是博物馆的展品，主要是文物标本，展出时间是永久性的，展出目的是提供观赏和科研。展览会的展品，宣传类展览主要是宣传品，经贸类展览主要是商品，它们的展出时间是临时性的，展出目的除了观赏和科研以外，主要是宣传和贸易。博物馆的观众，绝大部分是纯粹参观的观众，而展览会上的观众，除此之外，还有许多是希图进行采购、交流的顾客和科技人员。至于展览学特有的研究范围，那比博物馆学更为广泛，它牵涉到社会政情、时代风尚，乃至世界潮流等等。尽管展览学的理论是可以从博物馆学中有所借鉴与引进，但它无法完全照搬。也不应仅仅是博物馆学的一个分支而附骥，它还应有自己特有的理论范畴

和体系。

二是综合性。展览是一门综合艺术，这一点已为人们所共识。虽则博物馆也是一门综合艺术，但两者相较，展览的综合程度更高。它除了关涉到社会学、政治学、经济学、艺术学外，还与市场学、广告学、信息学、公共关系学等学科有关。展览学的综合性表现在以展品的陈列与布置、观赏与促销规律的理论概括为核心，对上述诸多学科有关理论和方法的吸取、融汇、整合与重铸上。它作为一门新兴学科，其综合程度之高，可谓少有匹敌。

三是操作性。展览学是一门基础性理论学科，同时又是一门实践性应用学科。它是理论学科，重点应放在对有关展览规律方面的理论性探索上；它是应用学科，便应对布展与经营方面的技术性问题的考察。即是说，它应具有一定程度的可操作性。鉴于展览学的这个特点，它的理论概括，就不应是形而上的玄学抽象，而应紧密地结合于展览实践这个基点上；它的操作规范，也不应是形而下的技术指南，而应该是这两者之间的沟通，是理论概括与操作规范的有机结合和关联。简言之，它是关于展览的一般规律和有关原则、方法的学问。

因此，展览学所涉及的理论范围大体可包括：

第一、关于展览的性质和功能的研究。展览究竟是归属于上层建筑范畴？还是隶属于经济基础领域？这个问题，历来存在着分歧。由此，便产生对展览功能的不同理解。如把展览看成上层建筑，那末它的功能就会局限于观赏性和宣传性上；如把展览看作经济基础，那末它的功能就会拘泥于展品的经营促销和经济效益上。我国在五十年代、六十年代，展览界几乎是第一种观点一统天下。而国外则大体是第二种观点独领风骚。我觉得，这两种观点都不完全符合中国展览的实际情形。其实，展览具有两栖性，它是沟通上层建筑和经济基础之间的一个中介，既具意识形态性，又具经济实体性，因而它的功能也兼有观赏与促销两重性。



第二，关于办展的原则和方法的研究。这方面，以往大都当作技术性问题看待。办展的过程，确有很强的技术性要求。然而即使是操作性技术，其间也有带普遍性的原则和方法问题，何况办展的过程除了技术操作外，还有其它种种问题需要有理论的透视和掌握，如展品的质量及其陈列、布局与展览主题的关系、展览与社会思潮的关系、展览与民族文化及地域风情的关系、展览内容与展览建筑、环境的关系等等，都不是技术性操作的概念所涵盖得了的。因此，与办展有关因素的研究，就成了展览学内容的重点与主体。本书的绝大部分章节，都是关于这些方面的考察与探讨。这也是当前社会各界，尤其是企业界所急需需要的。

第三，关于展览的观赏规律和观众心理的研究。展览是一种社会性大众文化活动，展览的主要目的就是为大众提供某方面的可视性实物和资料的观赏，并在同观众的联系与交流中取得社会和经济的效益。就是说，观众并非是一个展览的可有可无的附加成分，而是展览活动的必不可少的有机因素。于是，展览观众的心理及其观赏规律的研究，自然而然地成为展览学的一个重要方面。此外，关于展览的类型、展览的演变与发展，以及展览的批评、科研等，也是展览学所关注的课题。

本书的撰写，就是根据对展览学的上述认识来确定内容和划分章节的。当然，展览学的内容可能不止这些，何况展览本身正在大踏步地发展之中。作为一门新兴学科，它理应根据研究对象的发展而更替或拓宽它的研究内容。只有这样，学科才能富有生命力，才能在实践中结出丰硕的成果。千里之行，始于足下；合抱之树，起于毫末。我甘冒浅陋，其意是希望通过这个努力，引起大家广泛的兴趣和重视。让我们共同努力，尽快尽好地创建起一门意义非凡的中国展览学，以迎接中国展览业的黄金时代的到来。限于水平，文中错误和缺点在所难免，恳切欢迎方家学人与热心读者的批评指正。

# 目 录

序 .....	(1)
导 言 展览, 一门观赏与经营的艺术 .....	(1)
一、形象地反映生活 .....	(1)
1. 形象的具体性(2)    2. 图景的生动性(3)	
3. 例子的典型性(5)	
二、立体地体现美感 .....	(6)
1. 美好的环境(6)    2. 精致的展品(7)	
3. 愉悦的氛围(8)	
三、综合地显示效应 .....	(9)
1. 寓多于一(9)    2. 拥宾捧主(11)    3. 由外入内(12)	
第一章 历 史 .....	(14)
一、文明社会的“同龄人” .....	(14)
二、现存的两种古展览 .....	(19)
三、蓬勃发展的展览业 .....	(24)
第二章 本 质 .....	(32)
一、高度的集中性 .....	(32)
1. 时间的高度集中(32)    2. 力量的高度集中(33)	
3. 手段的高度集中(33)	
二、鲜明的时代性 .....	(34)

1. 形式适应时代要求(35)	2. 内容体现时代风尚(35)
3. 意识符合时代精神(36)	
三、充分的真实性·····	(36)
1. 有根有据的真实物品(37)	
2. 符合实际的真实说明(37)	
3. 含蓄充盈的真实情感(38)	
四、丰富的知识性·····	(39)
1. 门类知识齐全(39)	2. 专题知识丰厚(39)
3. 特种知识新颖(40)	
五、强烈的综合性·····	(41)
1. 有机的综合(41)	2. 系统的综合(41)
3. 视听的综合(42)	
六、广泛的群众性·····	(43)
1. 公开展出(43)	2. 雅俗共赏(44)
3. 慷慨服务(44)	
七、展览的定义·····	(45)
1. 外国的展览定义(46)	2. 中国的展览定义(47)
第三章 种 类 ·····	(49)
一、类别的成因·····	(49)
1. 巩固社会制度的需要(49)	
2. 表现审美理想的需要(50)	
二、分类的方法·····	(52)
1. 分类的原则(52)	2. 分类的现状(53)
三、经济类展览·····	(55)
1. 贸易展览(55)	2. 科技展览(57)
3. 其它展览(59)	
四、教育类展览·····	(61)
1. 政治展览(61)	2. 文化展览(62)
3. 特种文化展览(65)	

第四章 功 能 .....	(68)
一、观察社会的明亮窗口 .....	(68)
1. 鲜明展示国体政情(69)	2. 充分显露民族精神(69)
3. 有力表现时代主流(70)	4. 详实谱写历史画卷(71)
二、政治宣传的锐利武器 .....	(72)
1. 具体介绍政策方针(73)	2. 形象宣传时事形势(73)
3. 强烈鼓动革命情绪(74)	4. 典型展示美好理想(75)
三、陶冶情操的重要场所 .....	(76)
1. 有力激发求知欲望(76)	2. 扎实培养爱国热情(77)
3. 良好熏陶健康身心(78)	4. 自由锻炼创造思维(78)
四、繁荣经济的得力手段 .....	(79)
1. 兴起城市的催化剂(79)	2. 再生经济的起爆器(80)
3. 交流物资的大渠道(81)	4. 连接产销的活纽带(82)
五、弘扬文化的神圣宫殿 .....	(83)
1. 文化艺术的聚集场(84)	2. 文艺创作的交流会(85)
3. 文化传统的凸透镜(85)	4. 文艺新潮的发祥地(86)
六、普及科技的新式课堂 .....	(87)
1. 科技精萃的集锦(88)	2. 对比教育的场所(88)
3. 善教易学的园地(88)	4. 自我实习的工场(90)
第五章 促 销 .....	(91)
一、促销的意义 .....	(91)
1. 促进国民经济的大发展(92)	
2. 推动社会需求的大提高(93)	
3. 揭示企业发展的大趋势(93)	
二、促销的特色 .....	(94)
1. 开诚布公地展示产品质量(95)	

2. 卓有成效地洽谈销售业务(95)	
3. 范围广泛地运用大众媒介(96)	
三、促销的方法.....	(96)
1. 充分运用“促销轮”(96)	2. 大力开动“广告机”(98)
3. 努力协调合作者(99)	4. 着重用好推销员(101)
5. 高度重视时效性(103)	6. 尽量增加“人情味”(105)
第六章 内 展 .....	(106)
一、明确展览目的 .....	(106)
1. 领会上级精神(106)	2. 调查观众动态(107)
3. 预测可行情况(108)	4. 确定办展方式(110)
二、框算办展经费 .....	(111)
1. 编制展览预算(111)	2. 计划经济来源(113)
3. 采取“增节”措施(114)	
三、组织办展班子 .....	(114)
1. 重视领导素质(115)	2. 注意成员配备(117)
3. 订立规章制度(117)	
四、研究展出情况 .....	(118)
1. 察看展出场地(118)	2. 检查配套设施(119)
3. 落实有关步骤(119)	4. 评估展出前景(119)
五、力戒某些弊端 .....	(120)
1. 避免重复“同品展”(120)	2. 避免缺少奇特手段(121)
3. 避免交通过分壅塞(121)	4. 避免科技情报泄密(122)
第七章 外 展 .....	(123)
一、外展的要求 .....	(123)
1. 展览是促销工具(124)	2. 展览是广告载体(124)
3. 展览是交际场所(124)	

二、外展的组织 .....	(125)
1. 调查国内办展需要(126)	2. 了解国外承办能量(126)
3. 选定技术交流专题(127)	4. 做好部门配合工作(128)
5. 落实有关办展措施(128)	
三、外展的接待 .....	(130)
1. 协助做好最后的检查(130)	
2. 重视开幕式的一切活动(131)	
3. 注意每日开馆前的准备(131)	
4. 下午闭馆后的协同工作(132)	
5. “展览日”和“中期“庆祝会”(132)	
6. 展览会闭幕及善后工作(133)	
第八章 出国办展 .....	(135)
一、明确特殊意义 .....	(135)
1. 提高国际声誉(136)	2. 沟通国际交流(137)
3. 增进国际友谊(137)	
二、估量独到作用 .....	(138)
1. 直接促进销售(138)	2. 把握市场趋势(139)
3. 获悉对手策略(139)	4. 物色潜在买主(139)
三、了解展地特点 .....	(140)
1. 摸清出国展的概况(140)	2. 了解外国人的特点(141)
3. 掌握展出地的要求(143)	4. 熟悉展出时的行情(145)
四、注重两个效益 .....	(146)
1. 切合博览会的主题(146)	2. 符合世界性的潮流(147)
3. 结合有特色的“展卖”(148)	
五、实施具体步骤 .....	(149)
1. 制订指导性大纲(149)	2. 进行最新颖设计(149)
3. 实施有特色布展(150)	4. 举行模拟性预展(151)

5. 采取开放式展出(151)	
六、恪守办展原则 .....	(152)
1. 保持民族风格(152)	2. 培育国际友情(153)
3. 运用新闻媒介(155)	4. 争取一定利润(155)
第九章 资    料 .....	(157)
一、资料的意义 .....	(157)
1. 事物的见证(158)	2. 信息的载体(158)
3. 交流的实物(159)	4. 社会的缩影(159)
二、资料的搜集 .....	(160)
1. 广泛征集(160)	2. 个别寻觅(161)
3. 仔细挖掘(162)	
三、资料的遴选 .....	(163)
1. 去伪存真(163)	2. 择优录取(164)
3. 突出精品(164)	
四、资料的归档 .....	(165)
1. 全面登记(165)	2. 分类归档(166)
3. 阐明线索(166)	
五、资料的保管 .....	(167)
1. 展出前的保管(167)	2. 展出后的保管(168)
第十章 摄    影 .....	(170)
一、展览摄影的作用 .....	(170)
1. 创造可视的艺术形象(170)	
2. 反映真实的社会生活(171)	
3. 提供特殊的表现技能(172)	
二、展览摄影的特点 .....	(173)
1. 画面的纪实性(173)	2. 内容的规定性(175)
3. 体裁的广泛性(176)	4. 拍摄的突击性(177)
三、展览摄影的技法 .....	(178)
1. 正确处理主从关系(178)	2. 充分发挥线条魅力(179)



- 3. 准确掌握构图比例(179) 4. 恰当把握影调构成(180)
- 5. 认真选择拍摄角度(181) 6. 细致运用光线条件(182)
- 7. 巧妙配置色调成分(183) 8. 努力创造摄影语言(184)
- 四、展览摄影的制作 ..... (185)
  - 1. 合理剪裁(185) 2. 慎重放大(186) 3. 精心修整(187)

## 第十一章 编辑 ..... (188)

- 一、编辑的作用和意义 ..... (189)
  - 1. 一剧之本(189) 2. 化虚为实(190) 3. 点铁成金(191)
- 二、编辑的特点和要求 ..... (192)
  - 1. 编创结合(192) 2. 双向功能(193) 3. 心眼并用(194)
- 三、编辑的步骤与手法 ..... (195)
  - 1. 立大纲(196) 2. 定名称(199) 3. 拟前言(200)
  - 4. 敲细目(201) 5. 饰标题(204) 6. 炼按语(205)
  - 7. 润说明(205) 8. 写讲解词(207) 9. 警结尾(209)
  - 10. 制资料(210)
- 四、编辑的修养与提高 ..... (211)
  - 1. 多面手(211) 2. 春秋笔(212) 3. 哲学家(213)

## 第十二章 设计 ..... (214)

- 一、意义与地位 ..... (215)
  - 1. 一种时代文化(216) 2. 一次再度创造(216)
  - 3. 一个基本环节(217) 4. 一项系统工程(218)
- 二、原则与风格 ..... (218)
  - 1. 形式与内容相统一(219) 2. 紧扣主题思想(221)
  - 3. 完整的艺术结构(223) 4. 独特的表现风格(225)
- 三、分工与要求 ..... (226)
  - 1. 总体设计(227) 2. 局部设计(230)

四、展览设计与《人——机工程学》 .....	(233)
1. 环境设计与“人——机”关系(233)	
2. 视觉设计与“人——机”关系(234)	
3. 听觉设计与“人——机”关系(235)	
第十三章 展    品 .....	(237)
一、展品的意义 .....	(237)
1. 构成展览的主要材料(238)	
2. 反映生活的实际物体(238)	
3. 体现历史的根本事实(239)	
4. 显示生产力的重要标尺(240)	
二、展品的种类 .....	(240)
1. 基本展品(240)	2. 辅助展品(241)
三、实物展品的征集 .....	(243)
1. 实物展品的范畴(243)	2. 实物展品的地位(244)
3. 实物展品的征集(245)	
四、文物展品的加工 .....	(247)
1. 文物展品的复制(248)	2. 文物展品的仿制(248)
3. 文物展品的创制(248)	
五、实物展品的保管 .....	(250)
附一：实物标本的制作方法 .....	(251)
一、浸制标本 .....	(251)
二、剥制标本 .....	(254)
三、腊制标本 .....	(256)
四、琥珀标本 .....	(257)
五、干制与压制标本 .....	(258)
六、骨骼标本 .....	(259)