

中国文物报 书系·博物馆

# 博物馆展览

策划设计与实施

中国博物馆学会  
中国文物报社

曹兵武 崔波 主编



学苑出版社

# 博物馆展览

## 策划设计与实施

中国博物馆学会  
中国文物报社

曹兵武 崔波 主编



学苑出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

博物馆展览:策划设计与实施/曹兵武,崔波主编.—北京:  
学苑出版社,2005.9

ISBN 7-5077-2603-9

I.博… II.①曹…②崔… III.博物馆—陈列设计 IV.G265

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 104627 号

**责任编辑:**潘占伟 洪文雄

**排 版:**宋洋

**出版发行:**学苑出版社

**社 址:**北京市丰台区南方庄2号院1号楼

**邮政编码:**100079

**网 址:**www.book001.com

**电子信箱:**xueyuan@public.bta.net.cn

**销售电话:**010-67675512、67602949、67678944

**经 销:**新华书店

**印 刷 厂:**三河市灵山红旗印刷厂印刷

**开本尺寸:**710×1000 1/16

**印 张:**13.75

**字 数:**205千字

**版 次:**2005年9月北京第1版

**印 次:**2005年9月北京第1次印刷

**印 数:**1—2000册

**定 价:**33.00元

中国博物馆学会、中国文物报社  
“加强博物馆展示宣传与社会服务工作调研活动课题组”

编 委 会

主任

马自树 张圉生

委员 (以姓氏笔画为序)

王昱东	李耀申	杨 玲
陈连营	周 明	孟宪民
袁南征	郭长虹	曹兵武
解 冰	潘守永	

# 序 言

## (一)

现代意义的博物馆是伴随着世界资产阶级革命而发生发展起来的,它首先是出现在西方资本主义世界。博物馆在西方社会的成长,引起了世人的瞩目。在19世纪末20世纪初,面对着内忧外患的民族危机,一批希冀变法图存的中国人争开眼睛看世界,开始在西方世界寻求救国救民的道理。其中,他们看到了开博物馆是“开启民智,富国图强”的一个好办法。于是,作文介绍,著书立说,奔走呼号,终于在1905年,张謇先生以个人之力,在南通办起了第一座博物馆——南通博物苑。这是中国人开办现代博物馆的开端,具有划时代的意义。

1911年,孙中山先生领导的辛亥革命推翻帝制,建立民国,以及随之而来的五四运动高举“科学”和“民主”的大旗,为中国博物馆的发展提供了有利的社会环境。在蔡元培等一批进步人士的努力下,从第一个国立博物馆的出现,到一批博物馆的建立,中国的博物馆事业开始了艰难的成长旅程。到1936年,全国博物馆发展到77座。此后,由于日本帝国主义的侵略,中国的博物馆遭到毁灭性打击,到1949年,全国博物馆仅存21座。

新中国成立后,百废待兴,百业待举。博物馆事业作为新兴的社会主义文化的一部分而获得长足发展。其间,虽有“文化大革命”的冲击,到1978年全国博物馆总数已达349座,不仅数量可观,就规模、类型、布局而言,已经形成了具有一定学术内涵和独立的文化支撑体系。

改革开放以来,博物馆事业与其他事业一样,获得了史无前例的发展机遇,时至今日,迎来了博物馆事业发展的高峰,数量达到2200余座(不含港澳台,也有资料说2300余座),素质普遍提高,社会功能放大,博物馆文化空前充实,空前活跃,博物馆成为现代生活中不可或缺的文化影响力。

纵观中国博物馆事业百年史,博物馆从无到有,从少到多,从小到大,在各个历



史阶段显示出不同的发展特点和时代功能。

在清末,当时先进的中国人引进博物馆,是希望“富国图强”,把博物馆作为“教育救国”的一部分。辛亥革命推翻了帝制,建立了中华民国,博物馆作为现代国家文化的一部分而存在。中华人民共和国成立后,博物馆成为新的人民政权文化建设重要一环,“总的任务是进行革命的爱国主义教育,通过博物馆使人民大众正确地认识历史,认识自然,热爱祖国,提高政治觉悟与生产热情。”从建国初期到“文化大革命”,这一时期博物馆有了很大发展,但伴随着政治运动的不断开展,博物馆为政治服务的倾向日益突出,工具色彩浓厚,文化功能不强。从1978年改革开放以来,博物馆不仅数量上得到空前发展,而且在质量上空前提高。质量提高首先表现在一批现代化的博物馆相继建成;其次,博物馆管理模式、经营理念、社会功能发生了很大变化,国际交流频繁,博物馆地位有了很大提高,不时成为社会生活中的亮点。博物馆作为新时期面向现代化,面向世界,面向未来的文化工程而受到社会的广泛重视。

一百年来,博物馆在各个历史时期的历史使命、社会角色不尽相同,但有一点是共同的(起码在形式上是如此),那就是博物馆都承担着社会教育功能,把博物馆作为宣传教育机关,向公众开放,传播科学文化知识,进行思想意识方面的教育。然而,这种社会功能发挥的效果如何,这不只是取决于博物馆本身的意愿,更重要的是取决于社会对博物馆的接纳程度,需求程度。在新中国成立之前,当人们连生存权都没有保障的时候,参观博物馆简直是天方夜谭!解放后情况不同了,博物馆多了,观众也多了,但多数情况下,参观还是一种组织行为,观众群还局限在城市的教育界、知识界,广大人民群众对博物馆还是很陌生的。

改革开放以来,随着经济、社会、文化全面发展,人民群众的物质文化水平有了极大的提高。进入新世纪,在一个小康社会里,当人们的物质生活有了满足之后,就要把眼光转向文化,转向休闲,转向人的自身的全面发展。在这种情况下,博物馆面临着一个大发展的机遇。这是因为,博物馆是公益性文化机构,为社会和社会发展服务是博物馆的出发点和归宿;这是因为博物馆收藏着大量的人文遗产、自然遗产,收藏着科学,收藏着文化。这些丰富的资源能够满足人们的学习、欣赏需求,能够提供人们与古人、与自然对话的机缘,使人们能够找到人文关怀的家园。正因为如此,博物馆要以人为本,在展示宣传和社会服务方面做更多努力,满足社会各个方面各个层次的需求。

在经济全球化时代,博物馆承担着保存和传播民族传统文化的重任,承担着促进政治文明建设、物质文明建设和精神文明建设的重任,担负着促进社会和谐建设,促进文化交流,促进世界和平的文化使命。所有这些,博物馆都要围绕着加强展示宣传和社会服务为中心的工作才得以实现。

(二)

博物馆的工作很多,但展示宣传和社会服务是中心工作。这如同开办工厂,虽然工作环节很多,但做出产品并把它销售出去,才是目的。展示宣传是博物馆的产品,做好服务,把产品推向社会,让更多的观众接受这个产品,并从中受益,这是博物馆的目的,是博物馆的中心工作,其他工作如藏品管理、科学研究、人事安排等等,都要服从这个中心。

那么,在当前条件下,我们博物馆的展示宣传和社会服务的情况怎样?据国家文物局2004年统计资料,我国现有各类博物馆2126座,其中,文物系统博物馆1507座。在1507座博物馆中,省级馆100座,地县级馆460座,县级馆943座。这1500余座博物馆有藏品1200万件,馆舍面积490余万平方米,陈列展品总面积186万平方米,每年举办9000余个陈列展览,观众1.8亿人次。博物馆实施精品工程,对青少年和部分人群实行免费和优惠开放,贴近实际,贴近生活,贴近群众,配合社会需要,举办了许多好展览,在传播科学文化知识,对青少年进行思想品德教育等方面,做了很多宣传服务工作,博物馆的美誉度渐次提高,成绩很大。但是,面对着全面高速发展着的中国大地,面对着建设和谐社会的13亿人民,面对着全社会对文化支持和智力支持的全面需求,博物馆在展示宣传和社会服务方面还有不少的距离和诸多的不适应。

先来看看博物馆的数量和品种。根据发达国家的经验,每20万人口应该有一座博物馆。按此标准,我国应该有6500座博物馆,而现在我国实有博物馆数只占这个数额的1/3。根据资源整合的原则,我们博物馆数量不是大问题,关键是缩小博物馆的品类与现实需求之间的差距。譬如,适应科教兴国的需要,要改变我国自然科学类博物馆数量偏少的状况。据统计,现有自然科学类博物馆仅188座,从业人员4500人,年经费投入3亿元,年观众量仅1300万人次(占人口总量的1/100)。为适应学习型社会的需求,适应青少年成长的需求,应该考虑建立国家级大型自然博物馆、

科学博物馆、卫生博物馆、教育博物馆等。为加强民族团结,建立和谐社会,应建设国家民族博物馆,展示全国56个民族多元一体的历史面貌,以及艰苦奋斗,团结友爱,共同发展的美好情景。此外,还应研究就人口、资源、环境、灾害、宗教等方面的情况,建设专题类博物馆,全面深入地展示各种专题类科学知识、文化,为社会提供品类齐全的学习场所,以适应学习型社会的需要。

其次,在展示宣传上,博物馆潜力巨大,但现在全国文物系统1500家博物馆,一年办9000个展览,平均每个博物馆只办6个展览,实在少了些。藏品利用偏低,特别是一些大馆的展品只占藏品1%,多的也只有20-30%。至于贴近实际,贴近生活,贴近群众而办的临时展览也很有限。有些社会上关心的热问题,如卫生问题、灾难问题、“三农”问题等,博物馆却没有反应。

第三,培养观众市场问题。如前所述,我国博物馆观众约1.8亿人次,只占总人口的13.8%。而美国每年观众达8亿人次,是其总人口的3倍。我国博物馆观众的潜在市场庞大,现在的问题,一是缺少“三贴近”的展览吸引观众,除了一些大馆外,不少博物馆由于各种原因,展览存在三个陈旧:设备陈旧、内容陈旧、形式陈旧,观众稀少,门可罗雀;二是资讯不畅,不少人不知道博物馆在办什么展览,根据调查,观众通过媒体得知展览的只占16.7%,有半数的观众是冲着博物馆的名气来的;三是观众成分,大多是城市学生和知识阶层,真正的劳动者阶层,工人、农村居民几乎不到博物馆,甚至不知道博物馆为何物。可见,中国的多数人群还不是博物馆观众,如何培育观众市场是一项艰巨的任务。博物馆应当努力,当然这个问题最终解决还是要取决于社会经济条件的成熟。

第四,要加大博物馆的投入。据统计,2003年全国文物系统博物馆经费总投入211256万元,平均每馆140万元。今年评选的第六届全国博物馆十大精品工程,每个精品程列平均投入867万余元,相比之下,这140万元实在太少了。在博物馆家族中,县级馆是弱势群体。在1507座博物馆中,县级馆943座,占62.5%;而县级馆经费投入是29963万元,占总体经费的14%,平均每个馆只有31.7万元。这是个平均数,至于中西部县馆,经费相当困难,能够保障工资发放已实属不易,要想在展示宣传上作点事,谈何容易!然而县级馆是很重要的农村社区博物馆,面对着广大的农村人口,做好展示宣传和社会服务,对提高全民族的科学文化素质,意义重大。

第五,要提高人员素质,提高办馆能力。2003年我国文物系统1507座博物馆



中,有从业人员 34651 人,其中高级职称 2225 人,中级职称 6046 人。总体看,我国博物馆界专业人员偏少,特别是缺少知名专家,缺少重要学科带头人。对一个博物馆来说,馆长的素质如何,往往具有决定作用。馆长应是某一领域的专家,更应是管理专家,不光要思想好,理念新,更要有办馆的能力。国家文物局颁发过馆长任职资格条件,也办过馆长培训班,但是缺乏考核。博物馆工作者要与时俱进,不断更新知识,吸收先进理念,改进工作方法,特别要在服务观众、服务社会上下点功夫。过去我们讲博物馆是教育机构,这当然是不错的。不过国际上从上世纪 70 年代就把“为社会和社会发展服务”作为理念提出来了,并写进了博物馆的定义之中。相比之下,树立起“服务”的观念,就要求博物馆工作更周到,更平等,更亲和,更具人文关怀。现在提出贴近实际,贴近生活,贴近群众的要求,其中就蕴含着深刻的服务思想。我们把宣传展示和社会服务作为一个专题加以研究,就是贯穿着这样的思想。

(三)

做好宣传展示和社会服务,是博物馆工作的根本任务。为了更好地满足全社会对博物馆文化的需求,服务于建设以人为本的和谐社会的要求,有必要对当前博物馆在展示宣传和社会服务方面的情况做点调查和研究,肯定成绩,总结经验,找出问题和差距,以便改进工作,把博物馆的展示宣传和社会服务提高到一个新的水平。为此,中国博物馆学会和中国文物报社联合承担了《加强博物馆展示宣传和社会服务工作调研活动》课题工作,成立了课题组,分别在北京、上海、江苏和浙江等地开展了多种形式的调研,并写出了一批报告和文稿。现在进一步整理和挖掘调研成果及研究心得,将它们结集出版,一方面作为课题的一个工作总结,另一方面希望以此献给博物馆界的同行们,以便在博物馆的宣传展示和社会服务方面有所参考,有所借鉴,也算是我们为大家服务了一回。至于服务得好不好,就请各位批评指正了。

中国博物馆学会常务副理事长、秘书长

马自树

2005年8月6日

# 目 录

序言 马自树/1

## 一、展览工作室：理念、策划与运作

- 有关博物馆展示的随笔 郭长虹/2
- 博物馆陈列工作的几个观念问题 邓佳平/7
- 为公众服务是陈列展览的永恒主题 刘康/11
- 博物馆展示中以人为本之“人”谈 侯俊杰 侯霞/13
- 观众是“上帝” 葛洪/15
- 展览：离社会心理有多远 山水/18
- 陈列展览要有“资源营运”的理念 陈典松/20
- 倡导先进文化 抵制垃圾展览 金耀丽/23
- 基层博物馆陈列展览工作的一些思路 周伟/25
- 中小博物馆展陈文物管理与保护的几点思考 张晓军/27
- 民俗陈列——中小博物馆展览的新亮点 张颖 仲秀林/33
- 陋俗不应成为博物馆民俗展览中的“雷区” 陈典松/36
- 博物馆既要“既往”，也要“开来”  
——也谈地方史陈列如何贴近现实生活 曹爱生/40
- 今天，陈列艺术有什么特征 赵春贵/42
- 处境·理念·趋向——博物馆陈列艺术设计趋向笔谈 /44
- 民间的纪念馆陈展思考 龚光亮/53
- 运用市场化手段做好博物馆的展示宣传 崔少岩/57
- 如何办好临时展览 程勤/61
- 如何做好送展到校 方光耀/64
- 浅谈博物馆“送展下乡” 张红军/68



## 二、展览设计、工程与管理

### 总体设计篇

论博物馆展览总体设计 夏明明 浮克清/73

### 内容设计篇

展览文本策划亟待重视和加强 陆建松/78

重视展览文本策划的前期准备 陆建松/80

展览文本策划的作业流程 陆建松/83

编写展览内容文本的体会 桑世波/87

### 形式设计篇

形式设计方案产生途径体会谈 陈宗良 周艳芝/90

用“设计”锻造博物馆核心魅力——美国博物馆设计师访谈 程旭/93

博物馆陈列艺术设计创新杂谈 望文/101

数字化技术的发展与陈列理念、陈列语言的重新定位 赵大明 刘新阳/104

遗址类专题博物馆陈列空间的拓展 李南书 曾如实/106

县级博物馆如何筹办古代文物陈列 周筠/109

### 项目管理篇

浅说展览设计与布展程序规范 陆建松/111

陈列展览的三位一体——兼谈陈列工程招标中的一些问题 樊一/114

加强博物馆布展工程中“深化设计”环节的把关 陆建松/117

博物馆展览工程项目委托方式的思考 陆建松/120

博物馆展览工程取费标准亟待制定 陆建松/123

博物馆陈列和施工三人谈 周艳芝/125

## 三、个案分析：展览撷英

杭州中国江南水乡文化博物馆的展示策划 严建强/133

用特色内容设计展示齐白石艺术人生 柳宪辉/137

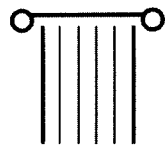
文物陈列体现的人性关怀

——略谈“怀川藏珍：焦作市青铜器·陶瓷器精品陈列” 韩静/141

“福建戏曲大观”陈列的闽台情节 杨琮 董平/146

- 宁波服装博物馆：追忆摩登岁月 领略服饰时尚 陈万丰 夏岐泓/149
- 浓墨重彩绘山庄——“承德避暑山庄 300 年特展”展览设计 赵 玲/151
- 探寻展览新路 彰显地域特色
- 略论浙江省博物馆推出的文物艺术大展 陈 浩/155
- 从虢国博物馆看历史类陈列的“三贴近” 李清丽 姜淑华/158
- 玻璃在博物馆建设与展示中的运用 于孝东/161
- 少花钱也可以办出展览精品
- 有感“中国丝绸文化陈列”荣获精品奖 金桂成 黄宸赞/165
- 1000 元钱办展览 李宏坤编译/168
- 研究受众心理 引发参观欲望
- 武汉博物馆向社会力推基本陈列的做法 刘国斌/171
- 以激情追寻理想——青岛市博物馆 2004 年陈列展览探析 史韶霞/173
- 小展览办出大影响——天津自然博物馆“展览超市”现象 张 宁/178
- 黑龙江博物馆界全力打造展览市场 张云鹏/183
- “秦始皇兵马俑·南京大展”市场运作的启示 徐湖平/186
- “秦俑热展”的综合运作 尚晏芝/190
- 西柏坡精神巡回展体会谈 陈宗良 周艳芝/192
- 陈列设计的时尚
- 从“法国时尚 100 年”展览看博物馆陈列设计 邢 仪/197

后记 曹兵武/201



—

# 展览工作室：理念、策划与运作

## 有关博物馆展示的随笔

郭长虹

### 中西方博物馆不同的展示理念

#### 1、关于陈列的社会教育作用

西方博物馆的来源有两个：一是“圣所式”的神迹陈列，圣所式陈列有非常明确的宗教目的，即通过圣迹的展示，使观众获得宗教认同和坚定宗教信仰，所以，这里“教化”目的是很明确的，不过，圣迹展示的力量来自于圣迹本身，即实物和它背后相关的故事，关键在于圣物本身的真实性（当然，这样的真实性本身近世也在不断经历科学验证）。西方博物馆的第二种来源则是“宝库式”的，由探险家和贵族的藏宝沙龙演变而来。与圣所式陈列的出发点不同，宝库式陈列的目的是要引起观者的惊奇和赞叹。这两种陈列都不强调“体系”的作用。解放后的中国博物馆，一方面移植了前苏联博物馆的一些理念，带有很强烈的宣传色彩，一方面作为“文化事业”的重要组成部分，博物馆是意识形态的体现者，因此，以中国历史博物馆和中国革命博物馆的陈列

为示范，体系式陈列一直是中国博物馆的主流。尽管不同的博物馆有不同的性质定位，但在社会发展史体系的影响下，体系表现得无所不在，或者随着时代的变化，社会发展史陈列变成了文化史、地区文明史，但体系的影响显而易见。

#### 2、博物馆经营观念下的陈列

“博物馆经营”是一个内涵并不明确的说法，在博物馆发展所面临的全球性困境中，世界各国，包括国际博协，对博物馆的经营也有了不同的认识，对以往的博物馆“非营利机构”的定性有一些不同意见，认为博物馆要维持自身的生存，也要进行必要的营利活动。然而，长期以来，非营利机构的立场还是西方博物馆的主流。改革开放后，中国博物馆事业在发展的同时，也遇到了困境，在以经济建设为主的时期如何发展甚至如何生存，成为博物馆界着力思考的问题。一些政策上的引导意见，比如“以文养文”、“社会效益和经济效益双赢”等提法，也给博

物馆的发展带来了困惑,可以说,正是由于政策导向的不明晰,造成了博物馆界一些急功近利的做法的泛滥。对于陈列展览来说,就有了一些单纯为提高票房和观赏性而进行的陈列设计和运作。

### 关于博物馆陈列的运行机制

#### 1、策展概念的缺失

在传统的博物馆学表述中,这方面的工作被称为“博物馆陈列的科学研究”,主要目的是要保证陈列的科学性和学术性,在陈列的接受心理学、陈列理念推广等方面比较缺乏,对陈列效果的评价也缺乏严密的体系。近年出现了一些变化,十大陈列展览精品的评比等活动在一定程度上推动了陈列评价体系的产生与进步,但还需要做进一步的工作使之常规化与客观化。这里,策展理念和策展主题提炼应该被放在陈列形式和展品精美度之上来进行考虑。

#### 2、展示主体的单一化

一般来说,博物馆陈列的组织者往往是单一的博物馆。首先,“基本陈列”的概念使得“陈列”和“展览”之间有了明确的区别,成为两种截然不同的展示。这样的区分忽视了一个问题,那就是无论固定展览还是临时陈列,其目的都是展示,在效果上应该没有不同。另外,单一主体造成的一个显而易见的后果就是策展理念实施的限制——展示只能以单一展示

主体的收藏状况为前提,这样,“辅助展品”的概念有时候就变成了弥补缺陷的手段,而不是必要的展示需要。

#### 3、独立策展人的缺席

由于文物事业本身发展阶段的局限和展示理念的滞后,尤其是对藏品所有权的过分保护,造成了博物馆尤其是历史考古类博物馆的交流障碍,这样直接制约了独立策展人的出现。在艺术展览领域,独立策展人制度已经相当成熟,对艺术运动的产生、艺术评价体系的建立和发展、艺术理论和实践的推动都有十分明显的作用,博物馆完全可以借鉴这方面的经验,推动博物馆独立策展人和独立策展机构的出现。

#### 4、中小博物馆馆藏资源的有效利用问题

大型博物馆,比如上海博物馆、故宫博物院等,在资源方面具有先天优势,因此在展示主体单一的条件下,仍然能够组织比较有水平的展览,而对于中国大量的中小博物馆来说,这个先天性的劣势决定了他们在策展方面的选择必然比较小,有些博物馆可以组织一个或者几个比较有特色的陈列,但更多的陈列则无法进行。即使进行特色陈列设计的时候,也会由于馆藏资源的限制而捉襟见肘。就是对大型博物馆来说,偶尔的缺项也会对陈列造成遗憾。在体系化的陈列

中,这种遗憾尤其明显。更加遗憾的是,如前所述,先天发育不全的中国博物馆又倾向于选择体系化陈列的路子。因此,一个独立的、能够整合相关博物馆资源的独立策展者的出现,对于打破目前博物馆展览设计的僵局就显得尤其重要。

### 关于中立的展示评价机构和评价体系

#### 1、目前缺乏比较中立客观的展示评价机构

中国博物馆的总体构成情况造成了以往对博物馆本身评价的缺失,近年来,随着博物馆的发展,博物馆的办馆主体正逐步走向多元化。而目前对博物馆的评级制度则没有相应地建立起来,国有博物馆还按照国家级、省级、市级、县级来进行划分,而对于藏品数量、藏品等级、藏品独特性、运行管理机制、陈列策展水平等指标的评价则没有具体的标准。展示评价机构的建立,一方面是为博物馆评价建立标准,一方面也对推广展示有不可忽视的作用。

#### 2、专业媒体在展示评价方面的作用

专业媒体的作用在于,首先,目前国内的专业媒体,如《中国文物报》、《中国博物馆》等报纸杂志,具有中立客观地位,能够站在展示主体和管理机构之外来进行评价;其次,专业媒体拥有评价必不可少的平台,能够将评价结果进行公

示,而评价的权威性将直接影响媒体的权威性,专业媒体会十分愿意维护自己的这种权威性。所以,有必要由专业媒体来进行这方面的推广。

#### 3、展示评价体系的建设

指标性的评价应该是一种比较理想的评价体系,而这种评价体系的出现不是一般陈列专家开会研讨就能建立起来的,必须在评估实践中逐渐积累和完善,必要的话可以借助专业的调查机构,比如像新闻媒体的收视率调查那样客观的标准和运行方式,都是可以进行借鉴的。评价体系的客观性和科学性必须建立在有效性基础上。

### 博物馆运营中一些值得关注的趋势

#### 1、关于“展览超市”

大量组织馆际交流展览,进行“展览超市”的运营,是一些博物馆在经营方面提出的新途径。这是在展示主体单一化的现状下,进行的整合馆际资源的有效尝试。但“展览超市”的局限性也是明显的,虽然在展示资源方面有所引进,但对于单独的一个展览而言,资源缺乏造成的展示缺憾仍然不能弥补。这种趋势已经预示了馆际资源整合的可能方向。

#### 2、关于对外文物展览

对外文物展览已经成为许多博物馆创收的主要手段,在“以文养文”的政策导向下,在地方财政支持力度不够的情



况下,为了解决博物馆自身的生存,几乎大部分博物馆都面临创收压力。然而为创收而进行的展示必然要迎合时尚需要,因此展览的合作承办方的展示理念必然要对展示主体馆产生影响。联合办展的形式在一些外展中也成为常见的手段,可以说,馆际资源整合的趋向在这里也有所表现。

### 博物馆展示如何贯彻“三贴近”

#### 1、一定要坚持“非营利机构”的立场

如何贴近群众,并不是要如何迎合群众,博物馆作为公益性文化机构,必须坚持“非营利”的立场,才能贴近群众,国家要有正确的政策导向和必要的财政保证,贯彻“三贴近”的指示精神是博物馆争取国家支持和获得社会支持的契机,博物馆陈列是落实政策方针的具体表现。博物馆依靠陈列来获得观众、获得门票收入,已经成为一种思维定势,而长期的博物馆实践已经证明,不是所有的博物馆都可以通过扩大参观量来获得收益,对于大多数博物馆而言,忙于办展来作为提高门票价格的手段并不是最正确的道路,博物馆必须通过坚持文化立场来获得政府支持和社会赞助才能有基本的安身立命基点,这样的前提就是坚持“非营利性”。

#### 2、一定要考虑展示效果评价

通过投入资金、改善展示方式、展出

珍贵文物来获得对展示的关注度,是目前大部分博物馆进行展览组织运作的普通思路,而这样的展示思路并没有对展示效果进行充分的预后研究,对回馈数据缺乏充分的统计分析,一般来说,博物馆关心的展示效果是观众数量和门票收入,而对一个展览的观众人群组成、年龄段组成、知识结构组成等方面指标几乎没有充分的跟踪调查,也没有相应的调查机制,因此,能够进行这样跟踪调查的机构,可以为今后的陈列展示提供科学的策展依据。

#### 3、要考虑充分利用博物馆收藏资源

对于大部分博物馆来说,不但收藏数量大的大型博物馆,中小型博物馆也存在着藏展比太小的问题,大量的藏品沉睡于库房,博物馆由于受展示面积、展示资金甚至是展示理念等方面的限制,只能将一小部分文物对外展览,这样造成的大量资源浪费已经违背了博物馆作为公益机构的初衷。故宫博物院拥有近百万件文物,而每年只能展出8000件左右,大多还是长期不能更换的“固定陈列”,文物收藏已经客观上形成了观赏人群的本馆垄断和专家垄断,改善这种情况的途径还是馆际资源整合。

### 博物馆展示策划组织社会化的推广

1、传统的博物馆展示策划组织方式已经发生很大改变