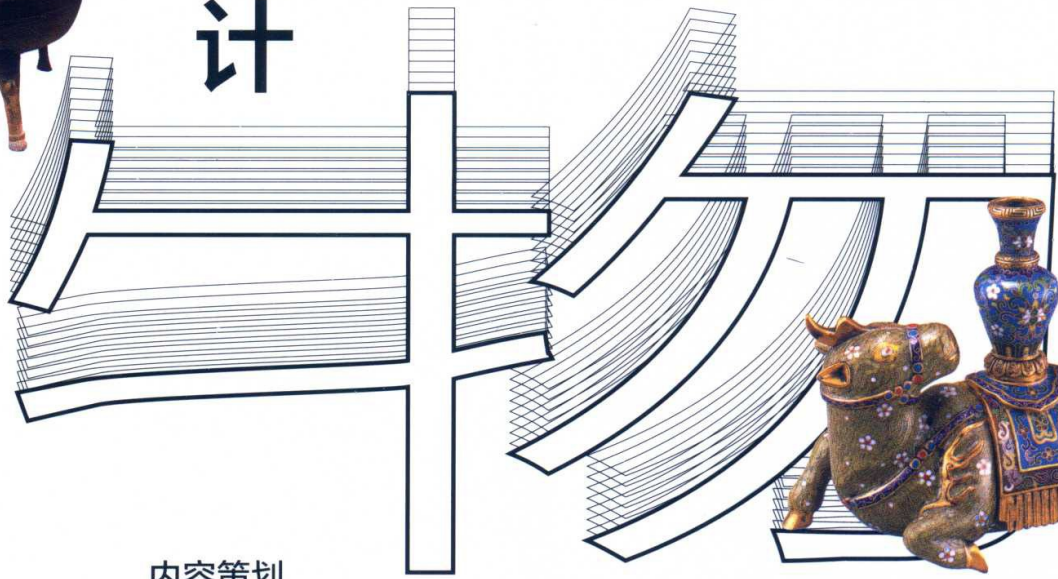
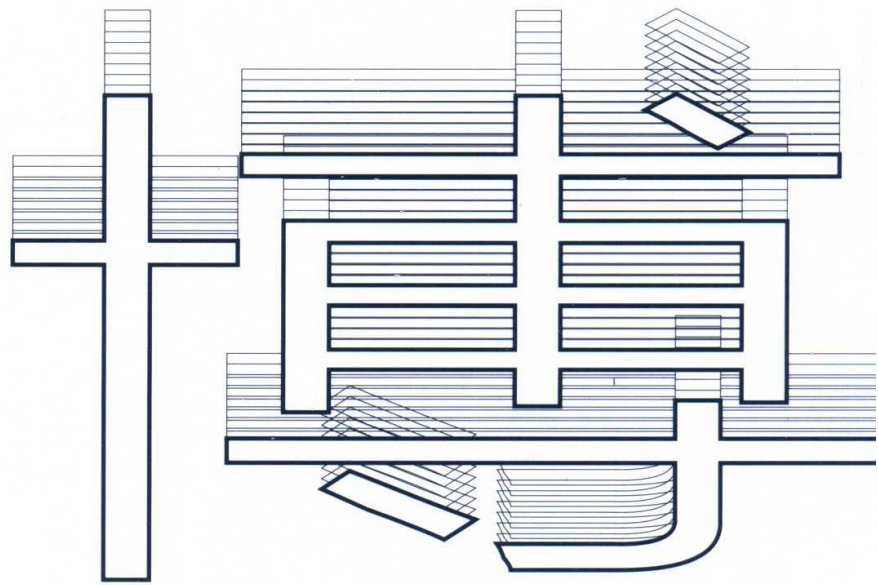


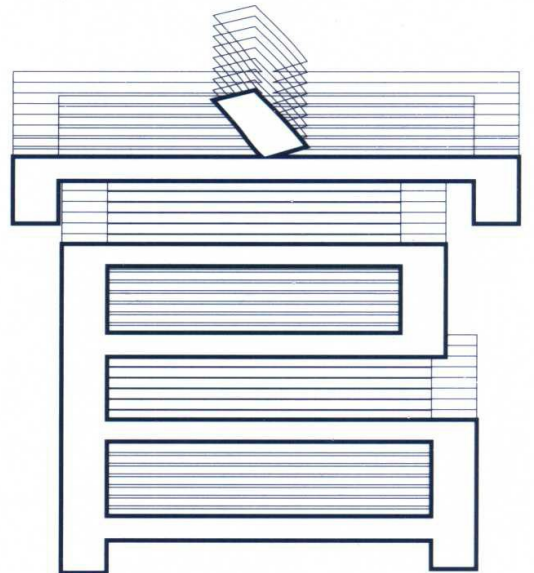
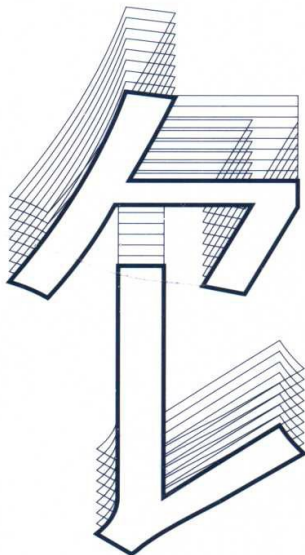
黄洋  
陈红京

著

# 陈列展览设计 十讲

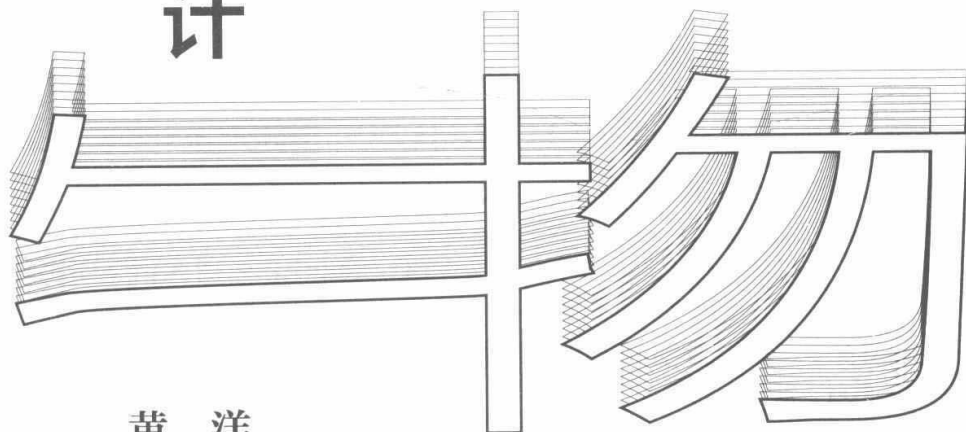
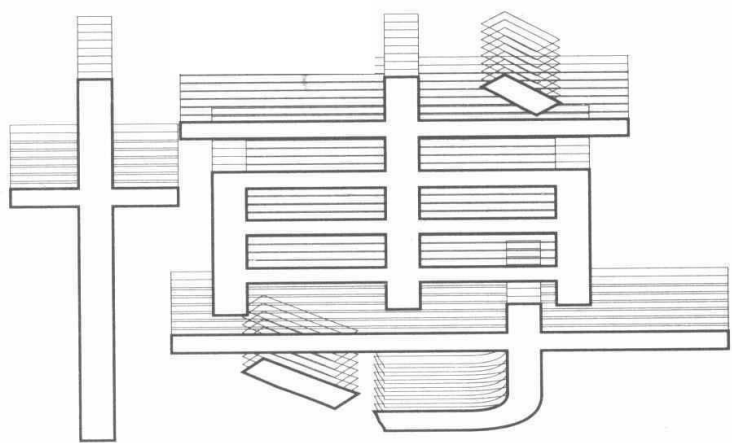


内容策划  
形式设计  
布展施工



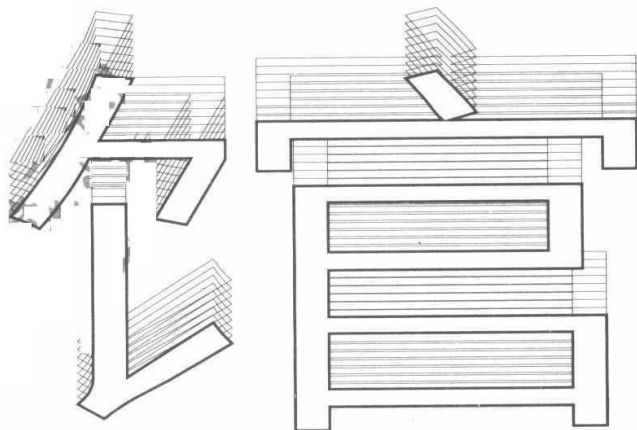
上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

# 十讲 陈列展览设计



黄 洋  
陈红京

著



上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

## 内容提要

本书内容涵盖了博物馆陈列展览的内容策划、形式设计、布展施工三大部分,从理论到实践、从抽象到具体,对博物馆陈列展览的各部分进行阐述。希望能够让文博专业学生和行业工作者了解陈列展览理论,在实践中做到有据可循。

本书也可作为考古学、文物与博物馆学专业及其他相关专业的教材使用。

## 图书在版编目(CIP)数据

博物馆陈列展览设计十讲 / 黄洋,陈红京著. —上

海:上海交通大学出版社,2019

ISBN 978-7-313-21144-6

I. ①博… II. ①黄… ②陈… III. ①博物馆—陈列  
设计—高等学校—教材 IV. ①G265

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第066945号

## 博物馆陈列展览设计十讲

著 者:黄 洋 陈红京

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

印 制:上海万卷印刷股份有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

字 数:265千字

版 次:2019年9月第1版

书 号:ISBN 978-7-313-21144-6/G

定 价:58.00元

地 址:上海市番禺路951号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:16.75

印 次:2019年9月第1次印刷

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:021-56928178

# 目 录

## 绪 论 / 001

第一节 博物馆学与博物馆信息传播 / 003

第二节 博物馆陈列展览的“物”与“人” / 009

第三节 博物馆陈列展览相关概念 / 011

## 第一讲 博物馆陈列展览历史回顾 / 017

第一节 基于简单分类的陈列方式（18世纪中叶以前） / 019

第二节 基于科学分类学的陈列方式（18世纪下半叶至  
19世纪上半叶） / 022

第三节 通俗型陈列的缘起与推广（19世纪下半叶） / 028

第四节 标准化运动时期（20世纪上半叶） / 033

第五节 无橱窗化趋向（20世纪70年代以来） / 036

## 第二讲 博物馆陈列展览类型 / 041

第一节 按陈列展览的时间分类 / 043

第二节 按陈列展览的场所分类 / 045

第三节 按陈列展览的传播目的分类 / 048

第四节 按陈列展览的手法分类 / 050

## 第三讲 博物馆陈列展览与其他业务工作关系 / 055

第一节 收藏——博物馆陈列展览的根基 / 057

第二节 保管——博物馆陈列展览的保证 / 061

第三节 研究——博物馆陈列展览的支撑 / 064

第四节 教育——博物馆陈列展览的延伸 / 067

#### **第四讲 博物馆陈列展览流程 / 069**

第一节 博物馆陈列展览的构成要素 / 070

第二节 博物馆陈列展览基本流程 / 102

第三节 博物馆陈列展览实施模式 / 110

第四节 内容策划与形式设计关系 / 113

#### **第五讲 博物馆陈列展览内容策划步骤与方法 / 115**

第一节 研究确定展览选题 / 116

第二节 收集分析相关资料 / 118

第三节 熟悉藏品后诠释“物” / 121

第四节 展览传播目的设定 / 128

第五节 撰写陈列展览大纲 / 130

第六节 展览脚本及其编写 / 131

第七节 展品的说明牌撰写 / 133

第八节 内容的审查与备案 / 139

#### **第六讲 博物馆陈列展览形式设计实施 / 143**

第一节 陈列展览形式设计的作用与原则 / 145

第二节 形式设计的步骤与方法 / 147

第三节 陈列展览工作的组织管理 / 157

#### **第七讲 博物馆陈列展览的光与色 / 161**

第一节 博物馆陈列展览的光 / 162

第二节 博物馆陈列展览的色彩 / 173

**第八讲 博物馆陈列展览的施工、开放与评估 / 179**

第一节 陈列展览的施工组织设计 / 180

第二节 陈列展览的工程监理 / 181

第三节 陈列展览的竣工验收审计 / 182

第四节 陈列展览的评估 / 184

**第九讲 博物馆陈列语言 / 187**

第一节 陈列语言的概念和性质 / 189

第二节 基于陈列语言的陈列方式评估 / 196

第三节 要素分类与组合结构 / 202

第四节 解读过程与运用原则 / 225

第五节 规律性地归纳与总结 / 228

**第十讲 博物馆展示新理念 / 233**

第一节 从“幕后”到“台前” / 234

第二节 库房式展示 / 241

第三节 对比与融合 / 245

第四节 参与式展览 / 247

第五节 博物馆展示的泛化 / 252

# 绪 论

19世纪末期中国开始出现公共博物馆，百余年来，我国博物馆的数量和质量都有显著提升，博物馆学也日益受到重视。中国大学的博物馆学教育在民国时期就已经开始。1978年，杭州大学向国家文物局申请创办文物与博物馆学本科专业；1979年，南开大学得到教育部批准，创建博物馆学本科专业，1980年秋在历史系正式招收本科生，此是1949年后首次将博物馆学专业纳入大学本科正规招生教育体系之开端。几十年来，博物馆学的学科地位一直很尴尬。1983年的《高等学校和科研机构授予博士和硕士学位的学科专业目录（试行草案）》中没有博物馆学这个二级学科，1990年单列为二级学科，1997年考古学与博物馆学两个二级学科合并，2011年考古学升级为一级学科之后，博物馆学没有像1990年那样单列为二级学科，反倒地位下降，与文化遗产合并成了一个考古学之下的二级学科。更为不妥的是，“博物馆学”变成了“博物馆”，少了一个“学”字意义大相径庭，博物馆学是个学科，而博物馆是机构名称。

关于博物馆学的学科类属问题，根据《中华人民共和国学科分类与代码国家标准》（GB/T 13745—2009），一级学科“870图书馆、情报与文献学”下设二级学科“87050博物馆学”。这也形成了中国博物馆学在教育系统和科研系统分别属于不同一级学科的现状。在《中国图书馆图书分类法》中，“G2信息与知识传播”下设“G26博物馆学、博物馆事业”。在我国大学的教学中，博物馆学专业通常与考古学专业一并属于历史学院，而科研方面，博物馆学则与图书馆学、情报学、档案

学同属一类，显得非常混乱，给教学科研都带来不利。

目前全国开设有文物与博物馆学专业的高校有六十余所，但各学校都普遍缺乏师资和专业教材。大部分学校博物馆学方面的课程都开设有“博物馆学概论”“博物馆藏品管理”“博物馆陈列展览”“博物馆社会教育”等，“博物馆学概论”原有王宏钧先生主编的《中国博物馆学基础》作为教材，现有陈红京教授等编著的“马工程”教材《博物馆学概论》，而其他几门专业课几乎没有特别合适的教材。本书从博物馆陈列展览的基础概念出发，回顾博物馆陈列展览发展历史，从陈列展览工作流程角度理论结合实践进行全面分析，以期让大家对博物馆陈列展览有个全面的了解。

## 第一节

# 博物馆学与博物馆信息传播

荷兰学者彼得·冯·门施（Peter van Mensch）在1994年提出博物馆学属于信息科学，他认为博物馆学的关键点是信息。博物馆的物是信息的载体<sup>1</sup>。的确，博物馆可以被理解为一个传播系统，特别是博物馆的陈列展览，就是博物馆向公众传播的重要媒介之一。

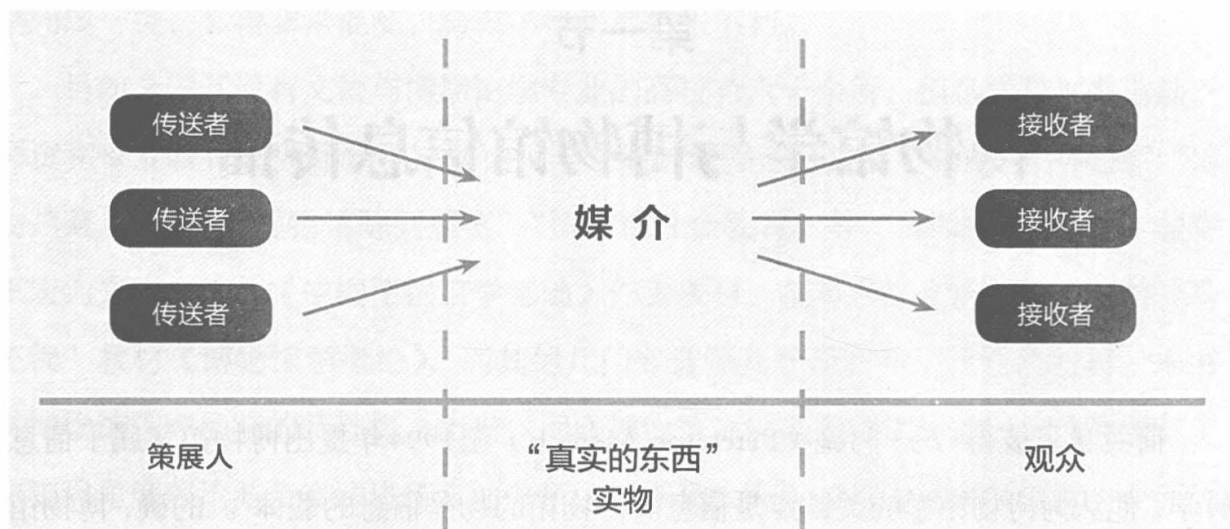
西方博物馆学者根据博物馆传播的特性，构建了博物馆信息模式图。1968年，邓肯·卡梅隆（Duncan Cameron）发表了《作为传播系统的博物馆和博物馆教育的启示》<sup>2</sup>，最早提出博物馆传播模式的研究，他将美国数学家克劳德·艾尔伍德·香农（Claude Elwood Shannon）1949年提出的信息论传播模式引入到博物馆传播的研究中来，构建了最早的博物馆信息传播模式（见图绪-1）。他认为，在博物馆的传播模式中，策展人员就是传播者，观众就是接收者，而实物就是媒介，这也是博物馆传播不同于其他大众媒介的地方。而且一个博物馆有很多传送者、媒介和接收者。

后来，卡梅隆认为在博物馆传播模式中增加一个反馈环节非常重要，这是进行展览传播有效性研究的基础，因此他在原有传播模式图的基础上增加了反馈环节，构建了一个新的传播模式（见图绪-2）。信息由观众反馈给策展者，有助于传播者修改传播策略。反馈也可以让观众将其自己的理解与预期传播的信息进行比较，以此来看信息是否正确有效地被接收。这个模式在博物馆领域比较有影响力，很多学者都赞同卡梅隆的看法，认为博物馆信息传播是大众传播的一支，也应遵循大众传播的一般规律。博物馆观众可以看作是特定传播系统的一部分，他们是信息的接收

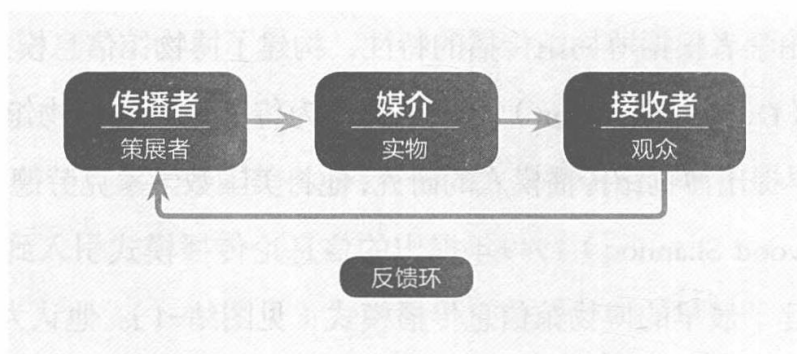
---

1. 王宏钧主编：《中国博物馆学基础》，上海古籍出版社，2001年，第9页。

2. Duncan Cameron, A Viewpoint: The Museum As a Communications System and Implications for Museum Education, *Curator*, No.18, 1968, pp.33-40.



图绪-1 卡梅隆的简单的博物馆信息传播模式图

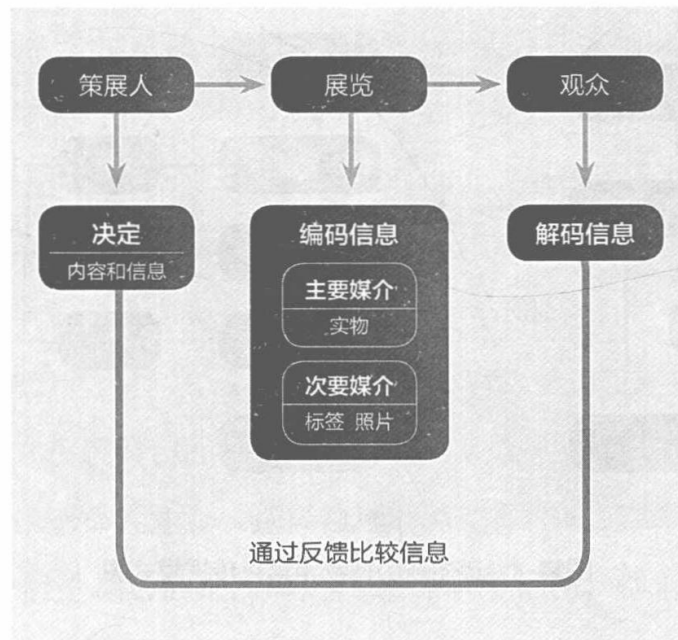


图绪-2 带有“反馈环”的卡梅隆的博物馆信息传播模式图

者，博物馆工作人员通过展览这个媒介传递信息给观众。为了知道信息是否被接收和理解，博物馆必须通过观众反应这个反馈渠道来完成传播过程。今天的博物馆工作人员还是要考虑怎样有效地把信息传播给观众，观众也会想哪些信息对自己有用，随即将这些有用信息纳入自己的经验范围之内，因此，这个看似简单的传播模式在今天依然有着重要意义。但是这个传播模式也存在着一些问题，我们应该加以注意。该模式是一个线性传播模式，认为传播行为开始于发送者，传播者的意图限制了传播事件的意义，并且这个模式假定接收者在认知上是被动的。

1970年，克内兹（Knez）和赖特（Wright）对卡梅隆强调博物馆中物体作为媒介的观点提出质疑，他们认为应该对博物馆进行区分，比如文字符号（书面或口头语言）在科学博物馆展览中占据重要地位，而对于艺术博物馆来说，物体则更为重要。博物馆传播的主意功能是知识认知，至少在科学博物馆中是这样。他们创造了

适合于科学博物馆的博物馆传播模式（见图绪-3）<sup>1</sup>。该模式认为观众是消极和被动的，由于许多个人和社会因素，如他们的背景、文化假定、知识水平和参观博物馆的个人议程等，观众仍然不能积极主动地诠释他们的经验。



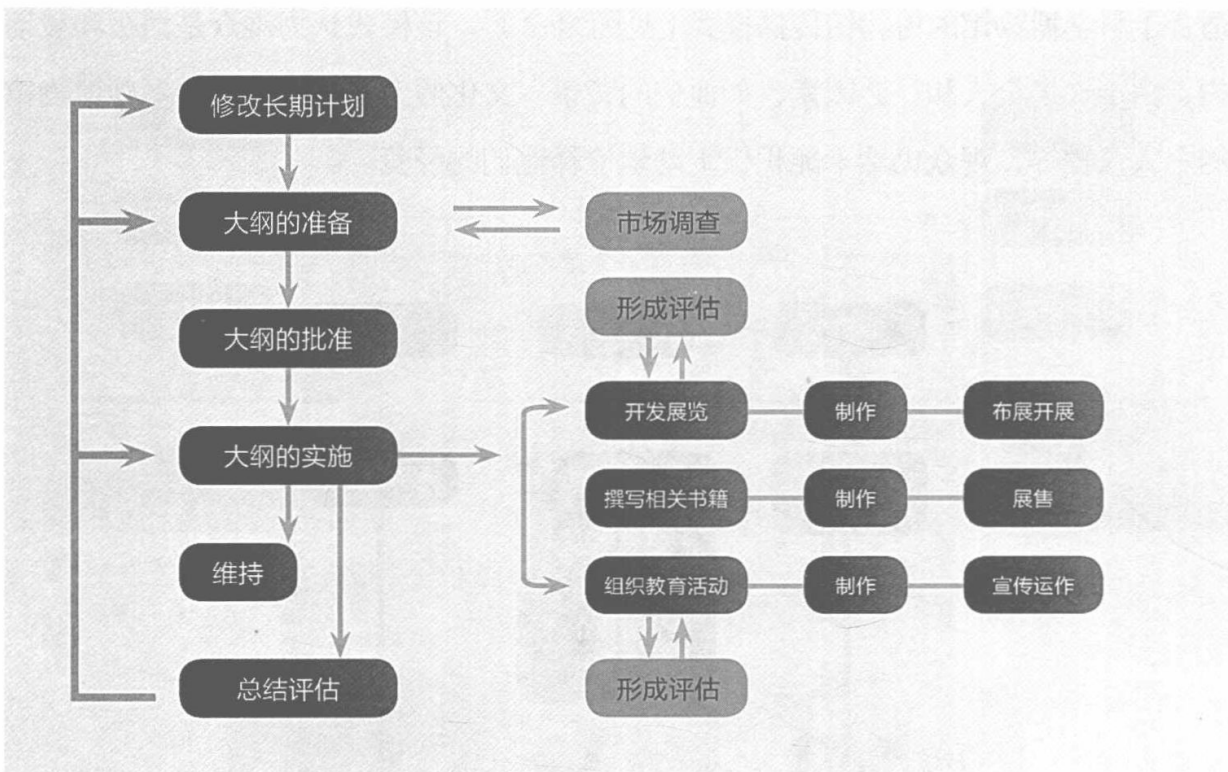
图绪-3 克内兹和赖特的博物馆信息传播模式图

1985年，迈尔斯（Miles）以博物馆展览的工作流程为基础，从准备、实施、开放后三个阶段构建了博物馆信息传播模式图（见图绪-4），并将前期调研、形成评估、总结评估融入进来。总体上看，该图并未把握博物馆信息传播的实质特点，不像是信息传播模式图，更像是博物馆展览业务工作流程图。

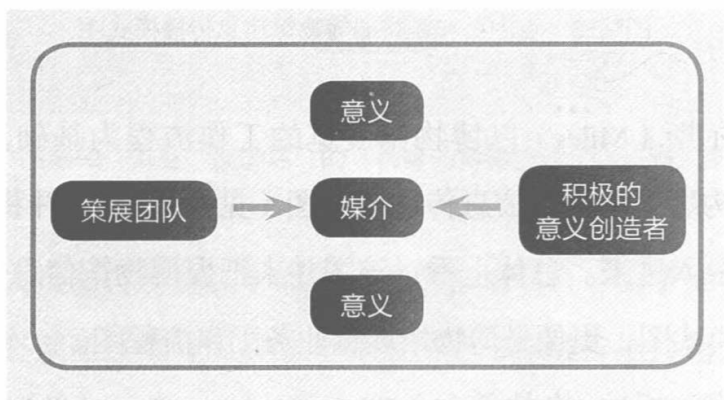
1990年，艾琳·胡珀-格林希尔（Eilean Hooper-Greenhill）依据符号学家乔治·穆南（Georges Mounin）的理论，从“相关性（pertinence）”的概念出发，构建了一个新的博物馆信息传播模式（见图绪-5）<sup>2</sup>。在这个传播模式中，“传播者”被一个团队所取代，涵盖了策划者、设计师、保管人员和观众的兴趣。“接收者”被认为是他或她自己经验意义的积极创造者，他们的先前知识、态度和价值观都将

1. Eilean Hooper-Greenhill, Communication In Theory and Practice, In Eilean Hooper-Greenhill, ed., *The Educational Role of the Museum: Second Edition*. London and New York: Routledge, 2007, pp.28-43.

2. Eilean Hooper-Greenhill, A New Communication Model for Museums, In Gaynor Kavanagh, ed., *Museum Languages: Objects and Texts*. Leicester, London and New York: Leicester University Press, 1991, pp.49-61.



图绪-4 迈尔斯的博物馆信息传播模式图



图绪-5 艾琳·胡珀-格林希尔的博物馆信息传播模式图

有助于理解。“媒介”被认为是传播者和理解者的中间地带 (middle ground)，大量的、各种各样的并且有可能冲突的意义在这里不断被创造和再创造。这个中间地带并不是固定的，而是经常变动的。每一个新的理解者都对预期的传播进行新的解释。中间地带包括了博物馆的所有传播媒介：建筑、人、展览、物体、咖啡厅、洗手间等等。博物馆的意义并不仅限于对展览或陈列的解释，在咖啡厅或信息服务台获得的良好体验也会影响对博物馆人工制品意义的理解。就媒介而言，博物馆通过实物媒介传播是博物馆的最大特征，艾琳·胡珀-格林希尔认为“博物馆作

为一个传播信息的渠道，实际上是与其它渠道并无二致的。但它能够非常有效地做到的，却是提供给受众对‘实物’的独特体验，从而激发他们深入学习与此相关的事实”<sup>1</sup>。

该传播模式虽然简单，但飞跃性的进步就是充分认识到了观众的主观能动性。大众传播学中受众一词是从英文 audience 翻译而来，具体到某种媒体，可以是观众、听众等。传播学的研究从“传者本位论”到“受众本位论”的变化说明了受众研究的重要地位和意义。对于受众的研究，有助于调整传播策略，取得更好的传播效果。博物馆的观众同样如此，他们远非策展人和博物馆工作人员想象的那样是被动、机械，易被操纵的，大多观众来到博物馆是主动的、有主见的，有着自己的议程<sup>2</sup>。博物馆观众在传播过程中，对信息并非是全盘接受，而是有选择地接受，再结合自己的先验经验来理解对自己有用的信息。对观众来说，受传过程也是一个选择过程。这种选择包括选择性注意、选择性理解和选择性记忆。传播过程中，观众会接收到很多信息，但是却不会把所有的信息都牢牢记住，他们只会对自己感兴趣的、对自己有利的信息加工后进行记忆。

博物馆的信息传播可分为两个不同的模式路径：一是现实的传统传播模式，二是未来的理想传播模式。就前者而言，博物馆作为传播主体，诠释物后，通过信息、符号等构建了文本，此文本即是原初意义世界，是传播的媒介。观众作为传播过程的接收者，在接收信息、感受原初意义世界后，会结合自己的先验经验，对信息进行选择性记忆，继而加工再创造，生成一个对观众而言的新意义世界。观众通过自己的新意义世界对博物馆有所期待、建议，反馈给博物馆。如此循环往复，促进博物馆的发展与观众自身的进步。

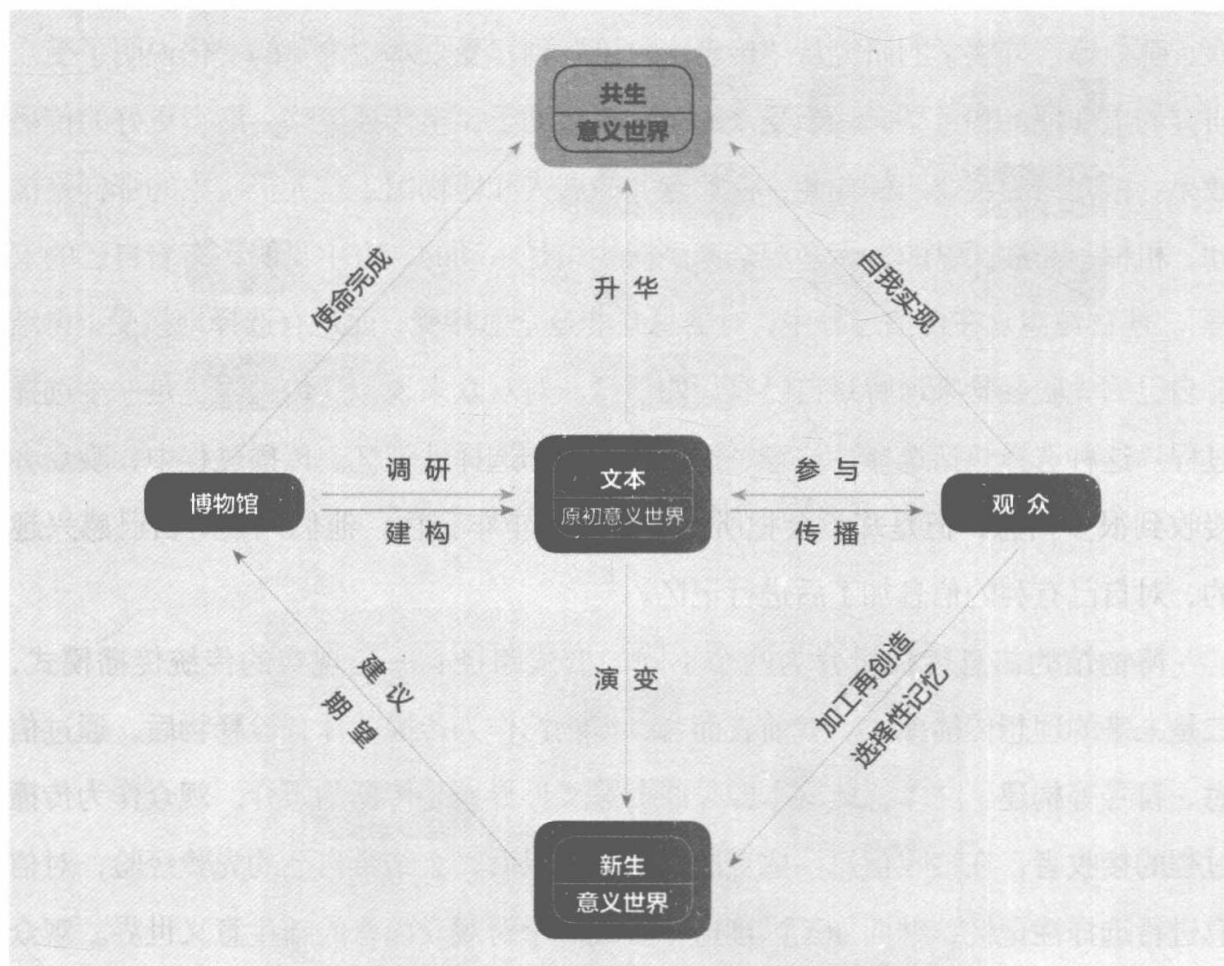
就后者而言，博物馆同样是传播主体，通过前期调研、诠释物，形成文本，即最初意义世界。而观众在此传播模式中不再是被动接收者，而是最初意义世界的参与构建者，在策划展览大纲、教育活动的过程中参与进来，博物馆和观众共同构建了原初意义世界。博物馆是为社会及社会发展服务的教育机构，概括地说，博物馆的使命即是通过文本推动社会发展。而观众在解读文本的过程中，结合自己的先验

---

1. Eilean Hooper-Greenhill, *The Educational Role of the Museum*. London and New York: Routledge, 1994, pp.1.

2. Eilean Hooper-Greenhill, *The Educational Role of the Museum*. London and New York: Routledge, 1994, pp.73.

经验，看到物背后的意义，完善自己的知识体系，更好地立足于社会。因此在博物馆完成使命和观众实现自我的双重作用下，原初意义世界升华为共生意义世界，这个升华的过程也是物的人化，人的精神化实现的过程。此共生意义世界的价值所在就是推动社会发展（见图绪-6）。



图绪-6 本书的博物馆信息传播模式图  
(黄洋 绘制)

## 第二节

# 博物馆陈列展览的“物”与“人”

“物”与“人”是博物馆的两大关注对象，收藏物是解释博物馆为什么存在，而服务人则体现了博物馆为谁存在。“收藏”是博物馆的基础职能，“物”不会自动进入博物馆，要征集部门主动去收集；“物”有遭受自然或人为损伤，乃至散失的可能性，需要运用物理、化学等自然科学手段加以保存，并建立一套完善的管理制度。然而，博物馆不是为了收藏而收藏，收藏的目的在于利用。保存的最佳方法是将藏品封存锁闭，而利用却要将藏品公之于众，这显然是一对矛盾。因而有学者提出，博物馆的特殊矛盾就是保存与利用的矛盾。

那么，博物馆是否就只存在保存与利用这一对特殊矛盾呢？正如博物馆并非只有收藏职能一样，我们也不能说保存与利用是博物馆唯一存在的特殊矛盾。任何时候都不应忘记，博物馆是人类社会的产物，人类之所以要保存某些“物”，是期待它们能对人类本身产生有益的影响。保存是手段，利用才是目的。用行话来说，藏品保管是博物馆的基础职能，社会教育是博物馆的最终职能。

正因为有社会教育职能，博物馆才与研究机构或物品仓库区别开来。其实在博物馆的社会教育职能中，还包含着一对特殊矛盾，这就是“物”（主要指展品）与“人”（主要指观众）之间认识论上的矛盾，因为我们人类并不是只要看到什么东西就能自然理解其内涵意义的。既然社会教育是博物馆的最终职能，那么对“物”与“人”这对矛盾的研讨，其必要性应不亚于对“保存”与“利用”这对矛盾的研讨。相比而言，保存科学研究是在运用理工科已有技术成果基础上展开的，更多地带有演绎性质；社会教育职能研究所面对的却是一个人们平时不太关心的课题，内中含有更多的归纳性色彩，它是博物馆学研究的重点。

世界上的科学体系分为纯粹研究“物”的自然科学，和研究人以及与人有关问题的人文社会科学。自然科学历史悠久，并愈益分化，其重点在“物”本身，按自

然科学规律去研究，并不重视人。而社会科学以“人”为重点，客观存在总与人相关，实际上不可能只有“物”存在，也不可能只有“人”存在。研究“人”固然需要“物”，研究“物”也必然是与“人”有关的“物”。深入探讨“人”怎样通过“物”来认识世界的，只有博物馆学。专门研究“物”或“人”的，在社会上都有专门学科和机构，而博物馆学的这项内容却不见于其他机构，若博物馆自己不去研究，在社会上找不到现成答案，也就很难办成理想的博物馆。这样讲也许不太好理解，下面转而从传播学角度看待这个问题，或许更简明易懂。

以博物馆形式使“物”与“人”结合，其意义不在于物理方面，也不在于生理方面，而在于心理方面。博物馆是一种社会教育机构，因而也可视为一种类似于大众传播机构的设施。博物馆教育传播的特点是，博物馆工作者以实物资料为主要媒介向广大观众传达特定的信息，隐藏在观众参观这一具体现象背后的，正是以实物为主要中介的信息传递过程。在博物馆里，“物”与“人”结合的主要形式，就是陈列展览。

博物馆物与人的关系，简单地说就是博物馆诠释物来激发人，反过来，激发人是为了更好地诠释物。即博物馆通过对物的解读，将物的信息传播给观众，让观众结合其先前的知识获得新的升华。而且观众会从他自己的理解角度，对物进行新的解读，从观众的视角理解物。

## 第三节

# 博物馆陈列展览相关概念

### 一、广义的展示设计

展示设计现在已成为约定俗成的行业术语，但是我们应该将其分解开，逐字深入理解。先说展示。展，意思是张开，舒张开；示，则为表明，把事物拿出来或指出来使别人知道。展示合在一起也就是说将某项内容展开，并使别人知道，实现预期的效果。自然界中的现象如植物开花、孔雀开屏等是动植物的展示；人类则通过展示来传达信息。

我们再来看看设计。设，即设想，头脑中有想法；计，即计划，把想法有计划地落地实现。设计是把设想有计划、有规划地通过某种形式传达出来并实现的过程。

那么合并在一起，什么是展示设计呢？展示设计是指运用科学的组织策划和先进的设计手法，采用合理的视觉传达手段、恰当的色彩及设计元素和特殊的采光照明方式对某个空间进行创造，同时借助展具等设备设施，达到有效地向观众传达信息的目的，以期对观众的心理、思想与行为产生影响。可以看出，展示设计并非简单地将展品摆出来给观众看，而是经过有计划、有目的的设计后，将信息传达给观众。展示设计以物与人的关系为中心展开，必须充分考虑人的生理和心理因素。展示设计需要达到三个目的：创造良好的陈列空间和展示环境；创造最佳的陈列方式和展示形象；创造和谐的人机关系和人际关系<sup>1</sup>。

随着社会的发展，展示设计的内涵与外延也在不断变化。通常来说，展示设计可以分为展（博）览会设计、商业空间设计、博物馆美术馆科技馆等主题展馆设计、节庆环境设计和演艺环境设计。博物馆陈列展览设计属于展示设计的范畴，只

---

1. 李梦玲、邱裕主编：《展示设计》，清华大学出版社，2011年，第1页。