

苏州博物馆学术型书画展览的剖析与探讨

许洁 杨艺¹

(苏州博物馆 江苏 苏州 215001)

【摘要】 苏州博物馆自 2012 年至今打造了一系列以古代书画为主的极具本馆个性与特色的展览。这些展览是根据苏州的城市精神与气质,结合苏博书画藏品状况而量身定制。扎实的学术研究是做好书画展览的基础。苏博实行展览项目制,由展览组、图书研讨会组、宣传教育组、文创组、多媒体开发组形成策展团队,策展团队从内容落地、展品选择、形式设计、教育宣传等方面将展览目的和主题以观众感兴趣的方式呈现。成功的展览要处理好“物”与“人”的关系,要努力让观众在参观过程中产生共鸣。好的书画展览要重视新媒体的宣传。要展教结合,配合展览设计与内容相关的观众教育活动、科普读物等;同时,要巧妙利用多媒体技术丰富展览,多层次的展览内容和多元化、多维度的手段能辅助观众更深入地参观、体验和学习。

【关键词】 博物馆 书画展览 学术型展览 释展 博物馆新媒体 博物馆教育 苏州博物馆

【中图分类号】 G260 **【文献标识码】** A

苏州博物馆(以下简称“苏博”)自 2006 年新馆开馆以来,秉持“在一流的建筑举办一流的展览”的理念,“继承、传播、弘扬苏州文化,培养公众文化艺术素养”的社会使命,寻求创新和突破,逐渐形成自己的品牌。展览是博物馆提供给观众的最直接的文化产品,也是博物馆打造自身品牌、创建文化特色的重要工具。苏博自 2012 年至今,打造了一系列极具本馆个性与特色的以古代书画为主的展览。在这些展览成功举办后,我们亦尝试对展览背后的一些问题进行探讨。

2012—2015 年,苏博举办“吴门四家”系列学术展览(以下简称“吴门四家展”),展览围绕明中后期“吴门画派”主题,在四年内推出了“石田大穰——吴门画派之沈周特展”(以下简称“沈周特展”)、“衡山仰止——吴门画派之文徵明特展”(以下简称“文徵明特展”)、“六如真如——吴门画派之唐寅特展”(以下简称“唐寅特展”)和“十洲高会——吴门画派之仇英特展”(以下简称“仇英特展”),分别展出沈周、文徵明、唐寅、仇英四位名家各个时期的代表作品,展现他们的艺术成就,并通过书画作品反映明代文人生活和江南山水风貌。“吴门四家展”的主题既能通过书画作品梳理苏州文脉,又能通过展品信息让观众欣赏、了解明代苏州的方方面面。其中“文徵明特展”荣获第十一届(2013 年度)“全国博物馆十大陈列展览精品奖”。

其后四年,苏博又策划并推出“清代苏州藏家系列学术特展”(以下简称“藏家展”),分别是“烟云四合——清代苏州顾氏的收藏”“梅景传家——清代苏州吴氏的收藏”“攀古奕世——清代苏州潘氏的收藏”和“须静观止——清代苏州潘氏的收藏”(以下简称“须静观止展”)。清代苏州是收藏家聚集之地,苏博通过四场系列展览展出清代苏州收藏世家对书画、古籍、碑帖、青铜器、玉器、文房四宝的蒐集与鉴赏,讲述动荡年代的收藏轶事和家族过往,在反映传统文人审美趣味的同时,也呈现苏州城市的文化面貌。本次系列展览得到了社会各界的广泛响应和普遍认可,获得首届(2016—2018 年度)“江苏省博物馆十大精品展览”精品奖。

2019 年 9 月,苏博联合美术史家、策展人、美国芝加哥大学(The University of Chicago)教授巫鸿共同打造了国际学术

¹**作者简介:** 许洁(1985-),女,苏州博物馆保管部副研究馆员,主要研究方向:工艺研究与展览策划。
杨艺(1978-),女,苏州博物馆陈列展览部主任、副研究馆员,主要研究方向:博物馆学与展览策划。

展览“画屏：传统与未来”（以下简称“画屏展”），展览目的是揭示画屏在中国传统文化和艺术发展中的关键作用。展品涵盖古今，策展人不仅精心选择一批具有代表性的古代装饰屏风及书画屏风作品，还特邀九位当代艺术家创作屏风概念作品，形成当代艺术与传统画屏的多维互动。将古老的艺术传统与现下的艺术创作进行首创式的有机联系，是一个具有实验性质的展览。

现今中国博物馆正处于高速发展阶段，观众对展览质量的需求日益增长，而关于如何定义一个好展览、如何举办一个好展览的理念亦层出不穷。古代书画展览是国内博物馆展览中的一个重要类型，与自然科学类、考古历史类展览相比，古代书画展览又存在着许多独特性，在研究、阐释、传播上更具难度。本文将梳理、剖析上文提到的以古代书画为主要展品的原创性展览，尝试对展览的策划研究工作、展览阐释、传播方法等问题做些思考。

一、书画展览策划与研究

（一）合适的展览选题

苏博作为苏州的城市地标，所举办的展览在策划前期都会充分考虑该展览是否契合苏州的城市精神与气质。苏州是一座历史悠久的文明古城，具有 2500 年的建城史。自宋代范仲淹创办府学，苏州的文人气质便深入人心，明清时期吴门一地更是人文渊薮，而其风雅之道亦为四方所宗。苏博的书画藏品质量优秀，在 2006 年新馆开馆以后，苏博就希望打造最符合苏州文化气质的书画类学术展览，“吴门四家展”与“藏家展”应运而生，这也是策展团队集全馆之力为本馆量身定制的特展。

其实吴门四家的作品在中国古代书画史上是世人皆知的经典，许多博物馆都展陈过这个主题，例如 2010 年辽宁省博物馆的“六如遗墨——唐伯虎书画精品展”、2013 年台北“故宫博物院”的“吴门画派”系列展览、2016 年天津博物馆的“画与书归——明代中期吴门书画特展”。但在苏博举办这两个系列特展最合适，因为无论是吴门四家还是清代顾家（顾文彬及其后代）、吴家（吴大澂及其后代）、潘家（潘祖荫及其后代）四大藏家家族，皆孕育与繁衍在苏州。他们出生于苏州、大半人生轨迹在苏州、亲朋至交和社会关系也都在苏州，在苏博举办这两个系列展览可以说是使故事回到原生环境、回到最滋润合适的水土中讲述。而且将展览定位为系列展览，可以有较长时间对展览体系和内容做深入研究，也更能打造展览的品牌效应。通过八年来连续推出主题展览，观众已非常期待每年到苏博参观书画大展。

如果说两个系列展是讲述苏州城和苏州人的故事，“画屏展”则更具有创新与试验性，而苏博正是这个颇具实行难度的展览落地的最佳选择。步入苏博大厅，片石假山在波光粉墙掩映之下如画如屏。苏博的建筑极具实验性与原创性，融汇了传统与现代，体现了“中而新、苏而新”的设计理念。而苏博向来很重视现当代艺术展览，自新馆开馆以后，苏博现当代艺术展厅已成功举办多个现代艺术展览，并与国内外知名艺术家保持长期友好的沟通与合作。苏博迎难而上、谋求突破的办展理念也与“画屏展”的定位十分契合，因此学术策展人与苏博团队在两年时间内不断磨合，打造了“画屏展”，力求融汇古今，展现传统与当代语言的碰撞，得到了观众和业内的广泛关注与好评。

（二）扎实的学术研究

一个好的展览绝不是只靠一两个人就能实现的。苏博实行展览项目制，每一个特展都有一个策展团队。（1）展览组：通常有一到两位学术研究人员。他们负责展览内容设计，此外还有形式设计人员，二者联系十分紧密，力图做到文本内容与形式设计的一体化。（2）图书研讨会组：负责特展图录的出版及展览相关学术研讨会的组织，通常展览组的内容设计者也大力参与这一部分工作。（3）宣传教育组：负责特展的媒体宣传、志愿者服务、配套教育活动开发等。（4）文创小组：负责特展周边衍生文化产品的开发。（5）多媒体开发小组：负责与展览相关的虚拟导览、网站、社交媒体等技术支持。目前展览项目制逐渐成为国内博物馆策划特展的重要组织模式，一方面有利于纳入不同学科背景的专业人员，产生多维思想的碰撞；另一方面打破了各部门之间的壁垒，也利于合理调动全馆资源打造大展。

成功的展览需要博物馆与观众互相理解，保持开放的心态，这一对话和理解背后透露的平等意识也恰是我们时代精神的要求[1]。在书画特展的内容设计与策划中，苏博展览团队谨记做让观众喜爱和尊重的展览，而不是单纯地将卷轴挂起、将手卷展开，贴上基本信息说明牌就完成任务。要做成一个好展览，即讲好文物故事，让展览“活”起来，首先需要深入研究藏品的内涵，把一件藏品变为展品，为展览服务。在过去许多博物馆举办的传统书画精品展中，书画展品仅作为一件珍贵的艺术品而存在，艺术价值与品相成为博物馆选取书画展品的唯一标准。而在具备明确主题与传播目的的书画展中，书画展品还具备作为叙事载体的另一重身份。同样的展品若处于不同传播目的的展览之中，其语境完全不同。苏博研究人员在前期策划时并未将书画作品的艺术价值定为选取展品的唯一标准，而更多考虑书画藏品与展览主题、传播目的是否契合，是否能够满足展览需求。

“吴门四家展”和“藏家展”的内容设计人员分别是本馆的书画与古籍善本研究人员，他们在确立展览主题后即对内容进行深化，制定明确的传播目的。“吴门四家展”的研究人员深入研读明代社会历史文献与吴门四家诗文集等史料，充分了解目前吴门书画研究的学术史，实地考察吴门四家故居与游踪，系统检索明代以来吴门四家的书画著录，全面调查海内外存世公开的吴门四家作品与展览先例，深入研究沈周、文徵明、唐寅、仇英四位大家的生平，吸收消化学界的研究成果后，确定每个展览不同的传播目的和定位。例如“沈周特展”的传播主题是“沈周是吴门画派的宗师和开创者”，展览内容以展品创作时间为主线，涉及其山水、花鸟、书法等各方面，展览定位是展现“沈周个人的艺术成就和体现当时苏州的文人环境”。“文徵明特展”的传播主题是“文徵明是吴门画派的领袖人物和发扬者”，基于此，内容设计既要体现文徵明本人的艺术成就，也要表现他的重要性和影响力，因此我们将展览定位为“展现文徵明一生书画风格变化历程，反映苏州明代文人文化和城市生活”。“唐寅特展”的传播主题是“唐寅是吴门四家中最具个性的人物”，而唐寅在吴门四家中最为观众所熟悉，展览呈现了唐寅在山水画上会通南北宗的造诣及他的才子形象和完整人生轨迹，对于推进唐寅作品之断代和鉴定、文人艺术家之职业化问题具有重要意义。“仇英特展”的传播主题是“仇英是吴门画派的干将”，仇英虽不能算作正统的文人画家，然其画艺在明代可谓大宗，因此我们在展览中希望向观众呈现仇英全面的绘画技艺，对于美术史中苏州片、南北宗、仿古与创新、行家与戾家、自娱与赞助等问题的研究都具有重要意义。

“吴门四家展”四个展览的传播目的不同、展览定位不同，形成不同的策划思路，通过排列组合书画展品讲好故事，最终该系列展览在统一的大框架下展现每位大家的不同风格，让观众能够理解展览思路。

“藏家展”在“吴门四家展”的品牌基础上推出，之前持续四年的系列主题特展通过展期的延长而延续了展览的生命，让展览的社会效益和经济效益都得到“升值”。因此在“吴门四家展”推出第三个展览“唐寅特展”时，策展团队就在考虑打造下一个地域文化展览品牌。与明代相比，清代苏州地区文人书画的成就并不十分突出。但由于经济文化昌盛、私人收藏之风兴盛，苏州地区形成了许多以家族群体为代表的鉴藏世家，主要鉴藏书画、古籍、碑帖、金石等。策展组内容设计人员长于明清文献与清代、民国学林掌故研究，在梳理众多鉴藏世家的历史及源流后，从家族历史的完整性及海内外藏品流转的有序性考虑，最终选择了三大鉴藏世家，用四年时间分别为观众展示清代中后期活跃于苏州地区的顾氏、吴氏、二潘家族收藏。“藏家展”的传播目的是展示“清代中后期苏州藏家的收藏及生活”，旨在通过对收藏家族的发掘和对其藏品的展示，突出不同家族、家族内各代藏家对于文物收藏的延续性和变化性，讲述苏州藏家的日常生活与精神世界，并最终还原清代中后期苏州的文人历史脉络与城市生活。

与以上两个系列展览策划研究不同，“画屏展”以《重屏：中国绘画的媒材和表现》一书为蓝本，策展人将中国绘画既视为物质产品也看作图画再现而加以研究。这种新的研究方式打破了图像、实物和原境之间的界限，把美术史与物质文化研究联系起来。“画屏展”的学术研究基础源于此处，而关于如何将这一研究成果转化为可以落地的展览，苏博与策展人进行了长达两年的沟通与磨合。苏博的使命是将策展人的学术成果与苏博自身的特质结合，成为沟通策展人学术成果与观众的媒介，从内容落地、展品选择、形式设计、教育宣传等多方面将展览目的和主题以观众感兴趣的方式呈现，以期得到观众的共鸣。在将一本著作变成一个展览的过程中，苏博策展组的角色更像是一个“释展人”。释展人怀着对现实生活和社会心理的敏锐感，在公众兴趣点和专业学术知识之间找到关联，并阐释展览主题[2]。在策划过程中，整个展览的内容设计是逐步清晰和深化的，这有赖于策展人的学术研究成果，也需要释展团队对展览内容的挖掘与把控。策展团队成员研读了《重屏：中国绘画的媒材和表现》，梳理

目前学界关于“画屏”概念研究的中外成果，对策展人提出的重点展品进行深入研究开发与考察国内知名艺术家的作品与风格。最终我们将“画屏展”的传播目的定为“通过探讨画屏作为书画、建筑和器物三位一体的性能，扩展艺术史研究的方法和角度；通过与画屏有关的古代和当代作品的展示，构成当代艺术与传统画屏在形式和观念上的多维互动”。这使得“画屏展”绝不是单纯的陈列和研究展品，而是试图将“画屏”与相关的社会现象联系在一起，从而使“画屏”的内涵在更广阔、更深入的层面得到分析。策展人与苏博策展团队根据苏博展厅特点和展品的特质将展览分为两个部分：第一部分即古代部分“中国传统文化艺术中的画屏”，这部分又分为三个单元，分别是“屏与礼仪空间”“物的画屏”“屏风入画”；第二部分即现代部分“画屏和中国当代艺术”。相比以往以编年或门类为单元的传统模式，如此多元化的叙事结构不仅符合叙事逻辑，也更注重观众认知层面的体验与互动。

二、书画展览的阐释与传播

（一）展示书画背后故事，引起观众共鸣

当今文物展览的策展思路越来越追求多元化，突破单一文化视角来讲述不同文化，给观众带来耳目一新之感，而书画展览的策展理念则相对滞后。20世纪乃至当前的一些书画展览中，策展人员多以文物的艺术价值为展品的选取标准，书画展多为“精品展”，在展览叙事与针对观众需求上较为薄弱。而国内书画展的最大问题就是大部分观众并没有专业的书画知识储备，这部分观众对书画展览其实并不太感兴趣，相比以专业学术语言解释的风格、技法、流派等内容，他们其实更想了解也更能理解书画展品背后的故事。但长期以来，许多博物馆的书画展仍停留在展示馆藏精品书画的阶段，观众研究与观众需求尚未成为展览策划的重点内容。这导致普通观众在观看书画展时往往走马观花，无甚收获。书画展览在陈列展示方式上也存在许多难点，理想方式是将书画作品还原到本身语境下，在展厅形式设计上需要重现环境，帮助观众更好地理解书画作品。

成功的展览要处理好“物”与“人”的关系，要努力让观众在参观过程中产生共鸣。现在的展览仅仅揭示展品本体信息，已难以满足观众对物品理解的阐释需求，只有将衍生和流转信息一道纳入物的内涵研究，才能向观众进行更系统、更完整、更有内涵的阐释[3]。当前博物馆对于解读书画展品的艺术信息多参考中国传统画史、画论，而专业人员对书画的品评、描述一直沿用简洁概括的术语，如“气韵生动”“意境幽远”“笔精墨妙”等，这使博物馆对于书画展品艺术风格的阐释很难被没有知识储备的普通观众理解，也让非专业背景的观众在观看书画展览时普遍有距离感。做好展览的现场阐释，可依靠实物及其组合、辅助展品及其组合、语词符号等，致力于物和人的相关性及其介入方式的多样性，来帮助实现内容的整体性、逻辑性和层次性[4]。2018年广东省博物馆举办的“解密中国传统山水画”展摆脱以往惯用的以绘画史为纲的策展思路，转向以知识普及为立足点，以轻松的语言和多样的展示手段全方位解剖山水画的相关要点。观者无需对艺术史、山水画技法等有多少了解，也不需要提前做太多功课，展览的主旨是全方位解剖山水画的相关要点，细解山水起源、技法、美学、功用与发展脉络。特别是展览第二版块“山水之法”将山水画作与各种辅助展品如自然矿物标本、陶瓷、玉器杂项等多个门类的文物组合陈列，详细解读了山水画赋色、用笔、取景、构图的方法。

（二）多视角解读，丰富展品说明文字

关于展厅内书画展品的阐释，展品的说明文字并不能一味介绍画者的生平或艺术风格，要尽可能丰富，将观众带入作品意境、作者生活及藏品的流传过程中。“藏家展”之“须静观止展”展出了香港中文大学文物馆藏宋拓《淳化阁帖》，说明牌不仅介绍了藏品的流传经过，也说明了潘奕隽借阅和鉴藏情况等。这种表达方式能够让观众快速理解展品内涵，增加了展览的可视性，也成为了解文物背后历史渊源的一大途径。现摘录如下：

本帖所收为《淳化阁帖》中王羲之书法的草口部分，清初为吴中缪氏收藏，后归蒋氏赋琴楼，王文治为之题签。潘奕隽曾借阅欣赏半月之久。后转入潘氏亲家陆恭松下清斋，再归潘氏须静斋，册中印记历历可数。此册首尾有潘奕隽、彭绍升、王文治、顾莼、陆恭等人题跋。1987年利氏北山堂从纽约苏富比拍卖行购得，转赠香港中文大学文物馆典藏。

在“画屏展”中，苏博研究人员为了阐释展览主题，引导观众更好地理解展览，在文物的基本信息之外亦重新作了解读与分析。以展品明代唐寅《临韩熙载夜宴图》卷（重庆中国三峡博物馆藏）为例，虽然此卷在之前的“唐寅特展”就已展出，但是针对这次主题，我们又从不同角度诠释了这幅长卷：

唐寅沿袭了中国绘画中的传统方式“做出一幅有所不同的摹本”，它基本保留了原作的构图和人物形象，但是把原作里的室内空间装饰替换成了明代当时流行的设计。每段场景之间以屏风自然隔开，屏风在此成为重要的构图辅助物，在这里屏风对故事的发展起到了承上启下的作用，使得每段场景都成为一个独立的空间单元。同时屏风也成为连接各段场景叙事的重要辅助物，它结束了前一个场景，又开启了下一个场景。激发观者的好奇心，诱使观看者进一步去窥探屏风背后的秘密。

同样的展品处于不同传播目的的展览之中，其语境完全不同。在中国绘画史中，同一题材的绘画母题通常会有多样的表现形式。将同一母题的不同表现手法的作品放置在一起对比展示，可以令观众更直观地感受不同风格书画作品的艺术特色。2008年美国大都会艺术博物馆（Metropolitan Museum of Art）推出了中国书画特展“杰作的解析：如何阅读中国绘画”（Anatomy of a Masterpiece:How to Read Chinese Paintings），把相同母题的绘画作品放在一起，从风格、技法、象征、传统、史实和画家的个人背景为观众作出解读。“画屏展”在同一个母题的作品上也为观众做了精心组合与编排，如展出的明代唐寅《临韩熙载夜宴图》卷与明代《合乐图》卷、（旧传）南宋王居正《调鹦图》团扇与明代仇英《临宋人画》册中《半闲秋光》一页、明代仇英《临宋人画》册中《羲之写照》一页与清代《弘历是一是二图》轴，都是同一母题之下不同时空、不同艺术风格的艺术家的不同演绎，观众在展厅内可会心一笑，获得更多的研究心得。

（三）创新书画展览宣传方式

书画展的传播方式在近几年有许多创新，包括新媒体宣传、社会教育、文创产品、问卷调查等。

重视新媒体的宣传，是近年来展览宣传与传播需要重点推进的。从“画屏展”观众调查问卷可知，33.97%的观众从网站、微信、微博等获得消息并专程前来观展。展览宣教小组全程跟进展览进度，切入不同角度，在苏博微信公众号上有计划地发布展览信息；与媒体保持紧密联系；并在一些新媒体及报纸杂志上开辟专栏，组织研究人员根据展览不同侧重点撰写文章，对展览进行宣传。

大部分书画展由于展品展示形式较为单一，展览内容多偏重学术化阐释，使得观众在观展时经常处于被动接受知识灌输的状态，导致许多普通观众看不懂或不感兴趣。正如美国博物馆学家妮娜·西蒙（Nina Simon）指出，要在展览中“让观众成为主动的参与者而非被动的消费者”^[5]，让普通观众与展览产生链接，才是展览有效的传播方式。这就要求策展团队在进行展览内容与形式策划时考虑创新，而提升观众的体验感与参与性应该是让观众与展览产生链接的最好方式。苏博在书画特展中也做了许多努力与尝试。苏博从2013年“文徵明特展”开始就设计了与展览内容相关的观众体验活动。如在展厅互动区域，观众可以在苏州御窑金砖上临摹文徵明《四体千字文》，或在展台上以传统山水画构图法拼对《桃花源记》，这些尝试在当时国内的博物馆都属于创新，并获得观众好评。“藏家展”设计了梅花笺纸印刷活动、梅花喜神谱雕版印刷活动等，都极大地引起观众的参与兴趣，扩展了书画展的阐释与传播手段。“画屏展”希望观众将古代文物与现当代艺术品联系起来构成对话，在整个展览结束的苏博忠王府出口处设置了艺术家宋冬专门为展览创作的“水屏”。“水屏”使用24块高30米的弧形毛玻璃组成，是一件可以让观众实现互动的“画屏”，它既能分隔空间又可承载图像，还体现了艺术家对当代艺术“公共性”与“参与性”的理解，重新构筑了人与绘画、与空间的多重关系。“水屏”既是一件展品，也是一件放置于公共环境下的观众体验装置，许多观众表示这是整个展览最吸引人的作品之一（图一）。

苏博在策划书画展览的前期就考虑将学术展览以观众更喜爱的方式进行阐释与推广。“吴门四家展”和“藏家展”的策展团队除了推出配合展览的学术图录外，还推出配套的学术普及本，以通俗的语言讲述书画家与藏家背后的故事，包括他们的生平、交友、艺术创作、收藏故事等。通过这些普及类的读物，苏博希望提供给观众更多理解书画展品的视角。配合“画屏展”，策展

团队也推出了两本图录，一本是由专家撰写研究文章的学术图录，另一本是国内博物馆首款书画文物主题立体书《奇妙的屏中世界》。后者采用 180 度立体书（pop-upbooks）结构重新展示了六幅经典的画屏题材绘画，解构屏风与画作的交互关系，将原本的二维图像转变为三维空间，讲述屏风背后的历史故事。相比普通画册而言，立体书具有展示性强、艺术效果好、故事性表达更直观等特点；立体书与画屏题材绘画能够从表现手法和内容题材上相呼应，向观众呈现出不一样的中国传统绘画。



图一//观众体验“水屏”装置（图片来源：作者自摄）

现今多媒体技术的应用能更好地丰富展览内容、明确展览主题，使得展览的维度更加深入和广阔。在重视多媒体技术的运用方面，近年来故宫博物院“千里江山——历代青绿山水画特展”、上海博物馆“丹青宝鉴——董其昌书画艺术大展”“莱溪华宝——翁氏家族旧藏绘画展”都成熟运用多媒体技术作为展览的辅助陈列手段。博物馆利用虚拟现实技术将球型全景、平面照片、地图、场景和文字图片解说等各种多媒体元素创建出专业的交互式漫游效果。观众可以在虚拟世界中“漫游”展厅，欣赏书画珍品，获得立体的视觉体验。正确运用操作体验装置与多媒体放映设备等辅助展品可实现展览传播目的，提升观众认知。“画屏展”开发了数字美育平台，以重量级展品《重屏会棋图》为核心，通过深入挖掘藏品背后的故事及对藏品的研究，结合科技创意手段，在展示、互动、课程、创作等多方面诠释“传统与未来”这一主题，并使观众融入其中。平台通过线下线上组成闭环空间，线下以多媒体互动装置为观众呈现具有美感的数字互动装置；线上以掌上画屏为观众提供突破空间和时间限制的轻量级页面，帮助他们随时、随地了解屏风的世界，从而以多层次的展览内容和多元化、多维度的手段辅助观众更深入地参观、体验和学习。

三、总结

书画艺术作为国粹与传统文化日益受到人们的重视，书画展也越来越受到观众的喜爱和期待。书画展又有别于其他器物类展览，亟须构建独特而符合观众认知的展览模式。苏州博物馆在书画展的选题、策划、研究、阐释和传播方面都更加重视观众的体验和感受。诚然，我们在进步，但也存在许多问题，谨以本馆书画展览试做总结与探讨，以期在今后的研究与展览作出更多努力。

参考文献:

[1]沈辰、何鉴菲:《“释展”和“释展人”——博物馆展览的文化阐释和公众体验》,《博物院》2017年第3期。

[2]同[1]。

[3]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。

[4]周婧景:《“阐释性展览”:试论当代展览阐释的若干问题》,《东南文化》2019年第6期。

[5] Nina Simon. The Participatory Museum. California: Santa Cruz, 2010: ii.