博物馆书画展览中“物”与“人”的联接

——从“气氛美学”唤醒“气韵”的角度谈起

王皓潼¹

(山东财经大学文学与新闻传播学院 山东 济南 250014)

【摘要】 博物馆书画展览因学术性、专业性过强，迟迟未实现在大众之间的普及并进而与之融通。“气韵”是书画展品的灵魂，其美学传播与接受情况应予以关注。从西方“气氛美学”的现象学视角关注中国古典美学的核心概念“气韵”，使人们关于气韵单方面归属于“物”的传统认识被打破，进而拓展为“物”与“人”之间的双向联接。基于此，博物馆策展人应重视“物”，围绕其展开学术研究，扩大社会传播，进行氛围营造；同时重视作为感知者的“人”，在审美感知上，为“人”提供“通感”化沉浸式审美体验，并致力于提升其审美感受力，借此使颇具学术性的气韵为日常审美的气氛感知所唤醒。通过做好展品解读和创新宣传方式，使气韵语境化且生动、可感知。

【关键词】 博物馆 书画展览 气氛美学 策展人 展品解读

【中图分类号】 G260 **【文献标识码】** A

大众与博物馆，尤其是与博物馆中深具高雅文化属性的书画展览之间，一直存在距离。书画展览因其学术性、专业性过强而与公众的审美能力不匹配，使得书画的鉴赏与研究活动囿于少数人，迟迟未实现“阳春白雪”在大众之间的普及并进而与之融通。

要解决书画展览传播面临的窘境，我们需结合自身实际，对作为书画展品的灵魂——“气韵”的美学传播与接受情况予以关注。众所周知，“气韵”是中国古典美学的核心概念，然而，因中国古代诗学话语常以感性描述代替概念分析，使得“气韵”的理论边界和内涵从未被确定，这就为现代美学对其进行补充阐释留下了空间，进而使借鉴“气氛美学”理论（aesthetics of atmosphere）发现并唤醒书画作品乃至艺术品之“气韵”成为可能。“气氛美学”理论是西方借用现象学理论研究日常和普遍环境审美知觉的最新理论成果。从气氛美学的现象学视角关注气韵，其内涵就被大大拓展了，“气韵从单方面属于艺术形象的审美特性拓展为艺术形象与欣赏者共在的意向性审美体验”^[1]。简而言之，不同于人们在传统意识中形成的“气韵单方面归属于‘物’”以及“观众在展览中仅仅扮演被动接受者的角色”的印象，这种传播与接受过程应该是“双向”的，即强调“人”（观众，下同）与“物”（书画作品，下同）的双向联接。基于此，作为居于二者之间的博物馆策展人，应本着兼顾学术与感知的理念，一方面重视“物”，围绕其展开学术研究，扩大社会传播，进行氛围营造；另一方面还应重视作为感知者的“人”，在审美感知上，为“人”提供“通感”化沉浸式审美体验，并致力于提升其审美感受力。

作者简介：王皓潼（1989-），女，山东财经大学文学与新闻传播学院讲师，主要研究方向：博物馆学理论、中国古典文论与美学。

基金项目：山东省社会科学规划研究青年项目“高密诗派诗学研究”（21DZJW03）阶段性成果

一、做好多重身份的跨界：策展人对“物”的学术研究与营造

策展在本质上是策展人对“物”进行再研究和再创造的过程。这要求策展人应先围绕“物”的相关问题和背景展开学术研究，在此基础上营造与之相应的气氛场景，在这种气氛空间中最大程度地启发观众感受书画展品的气韵。与之相应，策展人应该做好多重身份的跨界复合，在对“物”的研究与布置中，扮演集“艺术批评”“艺术传播”“艺术创作”于一身的重要角色。

（一）作为艺术批评家：策展人对“物”进行深入的学术研究

针对“物”，策展人首先应进行深入的学术研究。在展览策划的实践过程中，展览内容的设计是基于策展人学术研究成果而逐步清晰和深化的。因此，策展人必须重视加强自身学术（尤其是艺术学）素养，展开扎实的学术研究。以上海博物馆举办的“丹青宝筏：董其昌书画艺术展”（以下简称“‘丹青宝筏’展”）为例，其内容设计人员由上海博物馆书画研究部和古籍善本研究人员构成，他们在确立展览主题后即对展览内容作细致的考订、综述、研究。研究人员深入研读明代历史文献以及董其昌画论、诗文集，梳理并关注国内外与董氏相关的展览及相关研究成果，深入研究董氏重要的书画作品，并对研究过程中发现的一直以来缺乏实质性推进的重要问题，如“董氏书画真伪问题”作深入研究和考辨。策展人立足展品相关的文献资料，围绕所发现的学术问题，将研究结果延伸到一场展览，这一过程意味着重新进行一次艺术批评，同时甚至为艺术批评史的写作提供一种新视角。

（二）作为艺术传播者：策展人需在学术层面关注“物”的时代性

策展人既是艺术批评的一线工作者，更是艺术传播者。针对“物”，策展人应将其置于特定时代背景中，在学术层面梳理并发掘其价值：洞悉书画作品所处的社会背景、社会现象，以及艺术家在当时所处的位置，同时考察书画作品的学术渊源、历史意义和社会影响，并立足于现实做好艺术传播工作。在“丹青宝筏”展中，策展人在展品解读中注意到董其昌所处的明末画坛亟需解决的诸如反思吴门画派及其后辈的局限、总结浙派及其末流之失以及摆脱史无前例的艺术商品化的巨大冲击等问题，将董氏及其书画作品置于晚明时代背景下加以观照，借此透视整个晚明书画风貌，折射出鲜明的时代感以及以董氏为代表的晚明士人的审美特点与习惯。因此，从历史层面看，此展对于系统梳理、重新理解董其昌及其所处时代的艺术成就具有进一步的推动作用；同时，在当下，此展也是响应上海市打响“上海文化”品牌，大力挖掘与弘扬江南文化、海派文化号召的重要举措。在这一过程中，上海博物馆书画展不仅扮演着审美教育者的角色，还承担了一定的文化传播责任。

（三）作为艺术创作者：策展人为“物”营造更好的展陈环境

作为一个能体现生活美学的场域，除了提供知识文化，博物馆（尤其是收藏书画等艺术品的博物馆）更是提供高质美感与深度体验的空间。这就决定了策展人也是为“物”创造出适合其展陈环境的艺术创作者。为了给展品营造更好的展出场景与气氛空间，进而最大程度地启发观众感受书画展品的美感和气韵，策展人需做好以下几方面工作。

首先，基于“博物馆传播的核心载体是由实物展品和非实物展品在一定空间形态中构成的视觉形象，所以具有强烈的视觉文化色彩”^[2]，应重视色彩营造，通过设置展墙色彩使展陈空间与书画展品内容和气质呼应、对比甚至延伸。以南京博物院“仰之弥高——二十世纪中国画大家展”展墙布置为例，策展人基于李可染“水墨胜处色无功”的审美理念，将其作品的展墙设置为冷调灰色，在格外衬托其诸多画作中红色调的同时，无声地彰显着艺术家的审美理想。其次，以音乐呼应展览主题、展品气质，有意营造情感空间艺术。“气氛美学”的主张者格诺特·波默（Gernot Böhme）认为，“听是空间中的身体性在场”^[3]，即人们会在情感上被声音打动。比如，健身房往往使用激烈高亢的音乐，以塑造富有活力和激情的运动氛围；茶室则倾向于演奏空灵舒缓的中国古典乐曲，使人神思清明、心境恬淡。如此一来，音乐就打开了一个有情感深度的气氛空间：聆听对于听者而言，不仅仅是生理上的听觉行为，更变成精神层面的气氛感知活动，并且它具有长时间的记忆性，我们常说的“余音绕梁”即是如此。因此，策展人有必要根据博物馆书画展览的展品时代、来源地、艺术风格等选择与之相匹配的音乐作为声音背景，以塑造情感氛

围，甚至在观众心中形成长久的情感记忆。在2020年8月法国巴黎光博物馆（Atelier des lumières）举办的“梵高·星光灿烂的夜晚”（Van Gogh, La nuit étoilée）展览中，策展方便关注到以音乐呼应展品气质，按照画作主题及其折射出的画家心境的明暗，选取与之相符合的旋律作为展览的背景音乐：当画作折射的感情激烈时，音乐节奏越亢进；当画中色彩相对平和时，则配以和缓平静的曲调。除去上述关于色彩和音乐场景的营造，策展人还应注意对场馆温度、灯光乃至气味的把控，为观者塑造最佳的体验环境。

二、重建对展览中“人”的新角色的认知：对“感知者”予以重视

按照气氛美学的理论，策展人研究、梳理与“物”相关学术问题，并营造“物”所处的展示空间，同时还应注意到在气韵接受与传播过程中极为重要的另一极，即“人”的重要性，重建对其新角色的认知。在气氛美学的理论中，“人”更应被称作“感知者”，他们不再是台下匿名的观众，而应是台上的表演者，即展览的主动参与者、感知者。气氛美学主张，无论是从事物的迷狂性（extase）在场还是从气氛空间的开启方面解释气韵，感知者都非常重要，“因为事物只有针对有能力感知其迷狂的感知者而言才显现为迷狂，气氛性空间的开启也有赖于感知者的身体性在场”^[4]。

对照上述理论，具体到实际的策展工作，策展方应使观众化传统的“被动”角色为“主动”角色，尝试从对展览外在形式的改造和对观众内在美学素养的提升两方面唤醒观众对展品气韵的感知：一方面，尝试设置“沉浸式展览”，对观众发出“通感”化审美邀请，在实际参与度上，使“人”由被动的观众变为主动的参与者，在主动参与中洞悉原本难以捕捉的气韵；另一方面注重提高观众艺术修养，使其达到上述的“有能力感知其迷狂”，即与物形成精神共鸣，从而领略其气韵的境界。基于此，策展人应有以下几方面认识并采取相应措施。

（一）为观众提供代替泛泛观看的“通感”化沉浸式审美体验

策展过程中，应本着要使感知者以“通感”代替“单纯的视觉感受”的理念，尝试设置沉浸式书画展览。气氛美学理论下的“通感”通常被理解为“多种感官的介入”^[5]。借助这一概念，可解决现今人们参观博物馆用“眼球艺术”代替处境性体验所导致的“只以匆忙的眼睛或相机对展品一掠而过，甚至参观过程变为一种与存在体验相分离的收集图像的过程”的问题^[6]。气氛美学主张以观众的沉浸式体验和参与代替浅尝辄止的观看。在沉浸式展览里，人们于“通感”之中能够全身心投入于对展品的关注、欣赏中，用身体、精神各方面来感受对象，与书画展品形成一种缓慢、亲密的融通气氛。

近年来，国内外博物馆已举办过多场沉浸式书画展，取得相当不错的反响。2019年6月中国国家博物馆举办的“心灵的畅想——梵高艺术体验展”就是互动性和多重感官体验相结合的沉浸式展览，通过虚拟现实（VR）技术重现文森特·威廉·梵高（Vincent Willem van Gogh）作品中的场景，让观众“走进”梵高画中的世界。其中，沉浸式主厅展览背景选择黑色——黑暗将可能干扰观展者的一切因素屏蔽，以光影作画笔，用音乐作衬托，以巨幅影幕投射画作，使观众仿佛置身于画中的场景中，有“人在画中游”的感觉。不仅如此，策展方还进一步发挥利用现场布置和投影效果，使这种感觉更为逼真。比如在展览现场还原了1888年法国阿尔勒（Arles）对梵高有着特殊意义的房间，让观众置身于具有鲜明色彩和非凡透视效果的“阿尔勒的卧室”，收获一种所处现实与画境互相弥合的效果。当展到《星空》时，画作中的水波在投射过程中被赋予动感而荡漾起来，同时策展方还将画中表现的点点星辰投射到展厅地面上，使观众如同置身于璀璨星河。

综上所述，展览中呈现在观众眼前的画作已然不是静态的艺术品，而像是发生在我们身边的真实场景。可以说，即便是艺术感受力相对薄弱的观众，也能因身在其中受到色彩、线条、景象的巨大冲击，产生一种深切的感动。据“猫途鹰”APP调查显示，许多观众认为这场展览“棒极了”（excellent），且因此次观展萌生了愿意在日常生活中继续了解梵高相关创作的想法。这符合策展方的策展预期，也可作为其他艺术展览的一种借鉴。

（二）为观众提供基于“物”的气韵体验的艺术审美训练

博物馆书画展除了设置沉浸式体验，使人们由被动的观看者变为身在书画中的亲历者——这种对展览外在形式的改造，还应基于学术性书画展特性，加强对观众基于“物”的气韵体验的内在艺术审美素质训练，以应用于包括观展在内的日常审美领域。由气氛美学所定义的“气韵体验”，是通过自身精神与艺术品气韵的融通，使感知者在有限的艺术形象中引发身体经验的无限拓展，进而超越实体事物本身有限的现实空间，发现更深更广的情感性审美世界。有鉴于此，策展方应在布展之余肩负起对民众审美教育的任务，加强其基于气韵体验的艺术审美训练。围绕这项工作，不少博物馆已经走在前面，如南京博物院开放了包含《“形”走六朝与唐》《古人的“美”一天》《和我对“画”傅抱石》在内的美育系列课程，每期课程都以课程标题引号内的元素为关键词，展开相关文化、美学元素的介绍；江苏苏州博物馆举办“在诗词中邂逅最美的秋天”秋日主题诗词户外实景诵读活动，将诵读课堂置于与主题相称的绚烂秋景气氛中，真正取得了于诵读之中兼具感受的美感效果。

综上，通过营造与展品相适应的色彩、声音等气氛场景，设置沉浸式气氛展览模式，甚至为观众提供基于“物”的气韵体验的日常艺术气氛审美训练等，尝试将日常感知经验寓于艺术审美经验之中，从而以日常审美的气氛感知方式观照、唤醒难见行迹的气韵。

三、发挥融通作用解读展品：策展人做好“物”与“人”的联接

在对书画展览的接受过程中，气氛美学最关注的莫过于对象（即“物”）与感知者（即“人”），结合博物馆书画展览实际，上文第一、二部分已围绕二者分别详述。此外，还应思考策展者应采取怎样的方式实现“人”与“物”的融通，以下从做好展品解读和创新宣传方式的角度分别论述。

（一）讲好书画故事，做好展品解读

好的展品解读，能帮助观展者感知展品内核精神的气韵。这同样要求策展人兼顾学术层面对“物”的深度挖掘与对“人”审美感知需求的观照，“在立足于学术高度的基础上，须兼以有温度、有情怀的通俗化展品解读，以帮助观众打通艺术作品的象征意义层”^[7]。作好展品解读，应从以下几方面着手。

其一，于展品解读中寓策展人个人情怀，使展品气韵生动化。以“丹青宝筏”展中对宋徽宗《竹禽图》的解读为例，不同于艺术史著作中已成范式的“描述性学术评价”，策展人将其自身对画作的细致观察与主观感觉融于对画作的描述与评价中，简明的展品说明文字中洋溢着主体情趣，给人以诗意感受：

鸟雀停落的翠竹稍有弯曲，一前一后，摇曳生姿，似与之相应。竹叶敷以细微差异的不同石绿色，精确传达出植物的品类丰富。最有趣的是鸟雀眼睛用黑漆勾点，闪亮发光，灵动有神韵。

该评价如同一段发于策展者细腻观察之下的隽永小品文，是其基于对宋徽宗画风的把握乃至对整个宋代绘画史的深刻理解，并加以个人对艺术家画作的深刻感受而生成的。策展人基于自身前期的积累准备，围绕展品气韵的析出作深加工，即阐释书画作品时，不再使用艰涩的专业概念和术语，代之以优美流畅的个人化解读，这种前期加工无疑使气韵通俗化、灵动化。

其二，基于特定展览主题进行与之相适应的解读，使展品气韵语境化。众所周知，同样的展品处于不同传播目的的展览中，其语境完全不同，因此需基于特定展览主题作语境化解读，在不同侧面深化展品气韵阐释。以苏州博物馆多次展出的明代唐寅《临韩熙载夜宴图》为例，将其置于“六如真如——吴门画派之唐寅特展”与“画屏：传统与未来”中，两种解读大异其趣。前者以该作品的创作者唐寅为主要关注对象，关注唐寅摹本对原作的创变，以及由此所折射特定时期的唐寅创作理念和实践的幽微变化及其对唐寅整体创作产生的影响；而后者则采取了另一种截然不同的解读方式，策展人结合展览主题，重点关注作品所体现的“画屏”元素，说明文字也重新作了解读：

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。

基于此，对于策展者而言，理想的方式是将展品置于展览语境之下，在其单一的基本信息之外，重新进行与展览主题相符合的解读，从而将原本混沌笼统的气韵析出，唤醒展品不同侧面的气韵，使之“语境化”。

其三，辅以对展品原始材料的展示进行解读，帮助观众感知展品气韵。不少博物馆通过布置实物展品，进而在展览空间上采用合序列合情态的组合方式，拉近观众与展品的距离，使观众获得可感知、可触及的相关信息或情境。2017年9月故宫博物院在“千里江山——历代青绿山水画特展”中，采取以知识普及为立足点，兼以实物组合展示的方式，为观众提供更可感的展览环境。如在描述北宋王希孟《千里江山图》的山水技法时，便将作品与各种辅助展品，如画作中大面积使用的石青、石绿颜料的自然矿物标本，以及相关创作工具如陶器、玉器等多个门类的文物组合排列，对山水画的赋色用笔、取景方法等进行解读。以实物材料的布置，使观众对生成作品的原始材料形成直观认识或感觉，进而使原本难以捕捉的展品气韵被观众感知。

综上，成功的展品解读不仅能够实现学术和知识层面的“科普功能”，更能发挥审美感知层面的“美育功能”。情绪饱满的文字、特定的展览语境以及对实物材料的观触，吸引不同的观众群体，为其打破专业知识不足带来的看展屏障，将神秘莫测、难以捕捉的气韵变得灵动可感，间接提升展览的文化传播力。

（二）积极利用新媒体，创新书画展览宣传方式

作为“人”与“物”的联接者，策展人在书画展览的传播方式上也有新的思考和行动。与传统书画展览传播方式相区分，为了扩大书画展览传播效果，突破时间、空间局限，博物馆通过使用新媒体这种新兴传播方式，为诸多书画爱好者提供观展便利，主要包括以下几方面。

新媒体的宣传在近年展览传播中具有重要作用。官方的网站、微信公众号和微博的建设成为博物馆辅助线下展示的重要工作。目前，观众愈发倾向于通过线上预告获取展览信息。此外，新媒体也被应用到线下展示空间中。为了丰富观众的参观体验，很多博物馆在展厅内推出与展览相关的数字人文专题，依托本馆丰富的藏品资源和雄厚的研究基础，从各角度融汇数据，以可视化的方式呈现数据间的关联和数据图景，极大地提高了数据的可视化程度，收到良好的社会反馈。

另外，近年来，许多博物馆利用虚拟现实技术，将展厅以360°全景照片辅以展馆地图和展品解说的形式，在线上呈现给观众，创建出多元的交互式漫游的效果，观众在电脑前点击鼠标便可有身临其间的感觉。此外，许多大型博物馆还配合历年大型展览制作了多媒体线上展，如上海博物馆制作了“壁上观——山西博物院藏古代壁画艺术展”“遗我双鲤鱼——馆藏明代书画家书札精品展”等较精良的线上展览，为观众提供了极好的线上观展体验。需要注意的是，对“网上博物馆”的经营并非仅为展览工作锦上添花，在特殊时期也发挥了弥补线下观展需求的作用。2020年初，新冠疫情的侵袭使包括博物馆在内的诸多室内场馆纷纷闭馆，许多博物馆对近年来数字展览资源作了梳理和汇总，积极开展线上展览建设，因此广受好评。由此可见，线上展览的建设十分必要，日后也将成为博物馆工作的一个重要组成部分。

四、结语

博物馆书画展览从来不是对学术文献和书画作品的简单罗列，而是一种有温度、有深度、有美感的学术表达。因此，区别于其他公共文化展览，书画展亟需构建符合自身特色和观众认知的展览模式。在这一进程中，需要策展人和观众共同努力，发现和感受书画展品深邃的气韵与美，从而使以博物馆书画展览为代表的高雅美学扩大文化传播力，为更广大的受众群体所感知、接纳，进而发挥其“以美育人”的独特优势。

参考文献:

[1]王茜:《从“气韵”到“气氛”:走向日常感知世界的审美现象学》,《江西社会科学》2019年第11期。

[2]严建强:《论博物馆的传播与学习》,《东南文化》2009年第6期。

[3][德]格诺特·波默著、贾红雨译:《气氛美学》,中国社会科学出版社2018年,第147页。

[4]同[1]。

[5]Christian Borch ed. Architectural Atmospheres: On the Experience and Politics of Architecture. Basel: Birkhäuser Verlag GmbH, 2014: 12.

[6]Gernot Böhme, Jean-Paul Thibaud ed. The Aesthetics of Atmospheres. New York, London: Routledge, 2017: 152.

[7]陈同乐:《知识生产和文化传播使命下的绘画展强策展趋势——基于美术馆与博物馆的对比研究》,《东南文化》2020年第2期。