

中国大运河博物馆多重视角下的 展览体系架构

田甜¹

（南京博物院 江苏 南京 210016）

【摘要】：中国大运河博物馆的展览体系架构自策划初期到落地实施，全方位围绕其定位和宗旨，力求创新展览理念与展示手段，在多重视角下架构展览体系：从文化传播视角全面阐释中国大运河的文化遗产价值，从观众体验视角打造新时代博物馆参观的多元体验，从文旅融合视角尝试创新大运河国家文化公园的综合休闲服务。中国大运河博物馆多重视角下的展览体系架构可为新时代博物馆的展览策划提供思考方向。

【关键词】：博物馆 文旅融合 展览体系 展览策划

【中图分类号】：G260 **【文献标识码】：**A

作为世界文化遗产，中国大运河汇聚着中华文化自信的力量，流淌着中华民族伟大复兴的梦想。2019年《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》的出台，标志着大运河沿线国家文化公园建设的开始。中国大运河博物馆（以下简称“中运博”）是大运河文化带、大运河国家文化公园建设的标志性项目，也是新时代文旅融合在大运河文化展示中的创新性尝试。

随着博物馆内涵的丰富化、观众参观需求的多样化、展览阐释手段的多元化，在国家文化公园建设、文旅融合等多重背景下，博物馆的展览体系如何架构是值得探讨的一个话题。本文从文化传播视角、观众体验视角和文旅融合视角出发，探讨多重视角下中运博的展览体系架构，以期为新时期博物馆的展览策划提供思考和借鉴。

一、文化传播视角：大运河文化遗产价值的全面性阐释

1. 主题阐释的“全面性”和“差异性”

展览体系是一座博物馆的展览整体结构，体现了各展厅之间以及展厅与博物馆之间的逻辑关系。在博物馆语境中，阐释是指将展览的主题信息用观众易懂和乐于接受的方式进行转化和展示^[1]。因此，展览体系架构的成功应体现在对博物馆定位和宗旨的精准解读与全面阐释。

中运博地处江苏省扬州市三湾湿地公园，其定位和宗旨是集中展示涵盖大运河全流域，全面反映中国大运河作为文物保护单位、世界文化遗产的价值，以及大运河带来美好生活的专题博物馆。可见，全流域、全时段、全方位是其展览体系架构的基本特征。在对大运河文化遗产价值全面性阐释的基础上，借鉴南京博物院“一院六馆”差异化视角的策展经验，立体呈现大运河的历史和文化。

作者简介：田甜（1987-），女，南京博物院馆员，主要研究方向：博物馆理论与展览展示策划。

中运博的策展从不同角度、不同选题系统介绍了中国大运河的历史脉络、科技发展和人文生态。其展厅总面积约为 2 万平方米，有 14 个展示空间，包括 2 个常设展览、6 个专题展、2 个数字沉浸式体验展、1 个青少年互动体验展、1 个小型剧场传统戏曲展演以及 2 个临时展厅。

展览包括“大运河——中国的世界文化遗产”“因运而生——大运河街肆印象”“大运河非物质文化遗产”“运河湿地寻趣”“中国大运河史诗画卷”“隋炀帝与大运河”“紫禁城与大运河”“世界运河与运河城市”“河之恋”“运河上的舟楫”等，分别从历史、人文、非物质文化遗产（以下简称“非遗”）、自然、艺术等不同角度对大运河主题进行全面阐释。

中运博的展览阐释既强调大运河文化遗产价值的全面性，又虑及不同选题之间的差异性，是全面性和差异性的结合。如“大运河——中国的世界文化遗产”作为中运博的常设展览，文物展示最为集中。展览以传统的历史叙事方式立足于世界文化遗产的宏观视野，时间跨度从远古的运河萌芽到现代，对中国大运河的历史变迁、水利工程成就、国家管理治理、经济文化生活、申遗保护传承进行全面性叙述。尾厅对大运河的新时代愿景进行展望，全景展示了中国大运河的历史面貌与文化价值，信息量丰富。

“因运而生——大运河街肆印象”作为反映大运河沿岸城镇历史景观的基本陈列，时间跨度从隋唐时代到明清时代，展示空间划分为隋唐大运河段、京杭大运河以及浙东运河段。展览引入业态经营和“活态”展演模式，以大运河沿线典型城镇村落作为依据复原街巷建筑空间，反映了运河沿线城镇商贸繁荣、百业兴旺的景象。展厅注重穿越式的情景体验，不使用文字叙述和图文展板，而是运用科技手段模拟真实场景氛围，让观众有代入感，增强参观趣味性，营造沉浸式氛围。

2. 信息传播的“系统性”和“可达性”

博物馆的文化传播是一个系统工程。首先，博物馆传播的内容具有系统性。博物馆依靠文物资源对展品进行不同的排列组合，形成不同主题展览，适于进行大众传播，实现大众共享^[2]。其次，博物馆传播的过程具有可达性。博物馆的文化和信息传播不同于学校教育，具有一定的自主性和选择性，虽然其传播均是有计划、成体系的，但是预期目标和参观效果之间并非完全一致。

这要求展览体系架构从展品的内容组织到展板的信息形式设计，都要考虑观众的认知水平和接收方式，确保在传播者与接收者之间形成有效的文化传播链。中运博的展览体系架构在遵循博物馆展览内容、设计、制作等行业标准规范的基础上，将展览大纲、学术研究、图片资料、展品遴选等转化为观众易于接受的展览内容设计文本，力求每个展览的内容设计均结构合理、逻辑清晰、简明扼要，不同展厅的叙事风格均符合其主题特征，注重信息传播的系统性和可达性。

信息传播的系统性体现在展览的逻辑结构层次分明。例如，“隋炀帝与大运河”作为展示隋炀帝与大运河关系的专题展，以隋炀帝四下扬州为发展主线，通过“雄视”“宏图”“风华”“梦归”四部分，分别讲述作为皇子的杨广初到扬州追寻梦想、登基后一展宏图 and 开凿运河、在运河一派繁华中下扬州以及最后一次别离中原在扬州故去的历史故事，客观地阐释隋炀帝开凿大运河的动因及历史功过。

“紫禁城与大运河”反映了紫禁城从最初的营建到日常的宫廷生活与大运河的紧密关系。第一部分“运河漂来紫禁城”从“南都北迁”“十年筹建”“壮美皇宫”三个角度，分别讲述紫禁城营建过程中疏通运河、通过运河运输各地物料以及最终建成皇宫的故事；第二部分“天下美物聚皇宫”是一个定期更换的展示区域，展览计划分期、分主题展示通过大运河运输到紫禁城的各地美物，如瓷器、玉器、刺绣、漆器等，目前第一期主题为清代宫廷瓷器。

信息传播的可达性体现在信息的有效传播。以“运河上的舟楫”为例，展览以运河上的舟楫为文化载体，以复原的船模为展品，分为“乘风破浪”“百舸争流”“两岸繁绘”三部分，分别阐释运河上舟楫的演变、类型及其给运河沿岸带来的美好生

活。展览信息传播方式丰富多元，全方位地阐释运河上舟楫的知识信息：设有常规的展板、知识窗、说明牌；背景板上有关于重点船只的延伸信息，比如船上纹样、工具的示意图放大和解读；选取了文献记载详实的 20 艘船只，利用增强现实（AR）技术提供互动体验活动，帮助观众直观感知舟楫在当时的航行状况。

设有 6 个多媒体互动屏，介绍所有船模的知识结构，内容包括船模的名称、类型、航行区域、航行故事、图片资料来源以及船模的关联知识等，让观众在互动探索中学习；复原清代康熙时期一艘 20 米长的沙飞船，观众既可以登入船舱一探究竟，也可以站在甲板上观看 360° 环幕，沉浸式体验船只在运河上前行，此沙飞船与整个展厅的建造过程被制作成纪录短片，观众可在展厅末尾观看并了解沙飞船的制作工艺。

二、观众体验视角：新时代博物馆参观的多元体验

1. 参观体验的“丰富性”与“趣味性”

新时代背景下，博物馆的展品内涵越发丰富，展览阐释更加注重分众体验。博物馆的发展应注重特色和多样性，不能完全以文物为最基本的生产材料来发展，而应将博物馆融入社会发展中^[3]，以多元的展示手段满足观众多样性的参观需求。中运博的展览体系架构立足于观众体验视角，将 14 个展示空间设计得主题鲜明、风格迥异、展示手段丰富且充满趣味，给观众带来最佳的体验效果。如“运河湿地寻趣”是专为儿童打造的自然生态类体验展，“大明都水监之运河谜踪”是专为青少年打造的密室逃脱类互动解谜体验项目，“河之恋”是为年轻人和时尚文化爱好者打造的数字多媒体沉浸式体验展。

“运河湿地寻趣”作为反映中国大运河沿线自然生态景观的儿童体验展，展厅空间构思新颖，融知识性、观赏性、趣味性为一体，以儿童的语言和视角拟定外环与内环两个展示空间：外环主题为“长长的运河满满的湿地”，展现运河流域从北到南四个地理空间的典型动植物风貌，展品不仅有野猪、麋鹿、白鹭、丹顶鹤等珍稀濒危动物标本，还有蚊子、蚕、蜜蜂、蜻蜓、蝴蝶等体现生长过程的标本，造型均生动有趣。

内环主题为“鱼儿的乐园鸟儿的天堂”，设计为湿地生态环境的活态微缩场景再现，内有湿地代表性植物、动物及其他生物，如芦苇、莲、菱角、水藻、青蛙、小龙虾、螺蛳、鱼等，小朋友可以走进湿地真实、直观地感受运河生态环境。“大明都水监之运河谜踪”是面向 10—15 岁青少年群体的互动解谜体验项目，以“二次元+古风”的设计风格复原运河沿岸的衙署，设计游戏互动、解密通关，打造一个个沉浸式空间，将青少年从游戏带入到虚拟的历史故事中。

“河之恋”是数字化专题展厅，为年轻观众打造有创意、有新意的沉浸式体验，采用“科技+艺术+文化”的手段，以运河之上流动变幻的水、花、船等抽象化、符号化元素，提炼出大运河“水”“运”“诗”“画”的象征意义，融自然、艺术与美感于一体，让观众在极具视觉冲击力的空间中与运河文化进行艺术对话。

2. 参观流线的“统筹性”和“舒适性”

博物馆的运营理念经历了从“以物为中心”到“以观众为中心”的发展过程，展览的聚焦点也逐步由“参观客体”向“参观主体”转变，博物馆在策划和设计过程中越来越注重观众“览”的感受。观众在参观流线行走过程中的舒适度和愉悦感是其在博物馆获得良好体验的重要指标。曲折变化的流线设计让参观路径由单一转向多元，空间由三维转化为四维，路径曲折的策略不仅延长了观众在博物馆的游览时间，还增强了观众探索的欲望。当然，要达到良好的体验效果，仅凭曲折的参观流线是不够的，路径上的空间体验和视觉景观的节奏变化才是影响观众游览品质的决定因素^[4]。

为确保参观流线设计契合展览体系架构，中运博在规划之初就同步统筹展览策划与博物馆空间规划、展线设计的关系，充分利用建筑的空间特色和参观流线，令 14 个展示空间错落有致地分布在展馆的负一层至二层区域。一楼作为观众参观的首选区

域，两侧规划为两个长条形的基本陈列展厅；中间为“运河上的舟楫”数字沉浸式体验展厅，根据大型船模展品的特色设计了挑高 17 米的展厅空间，以便于展线的变化设计。在一楼至二楼之间设置夹层规划了“世界运河与运河城市”展和小剧场，以此来调节一层和二层平面类似的格局以及展厅数量较多的节奏。此外，馆方还在二层设置了临时展厅，展厅空间可根据展览主题需要一分为二或合二为一，方便参观流线的调整。

为确保观众有舒适的参观体验，中运博的整体展线疏密有致，在流线变换中注重节奏感，不时给观众带来视觉审美和知识传播的“惊喜”：在行走过程中创造观众与展品交流的机会，在直线舒缓的节奏中穿插密集曲折的趣味知识，在历史文化的叙述中点缀游戏互动体验，从而帮助观众在行走过程中无意识地调节身体感知，缓解观展的疲劳感，提升参观体验的舒适度。

每个展厅展示内容和表现方式不同，所设计的空间格局和参观流线也各不相同。如“运河上的舟楫”是一个以船模为展品的多媒体互动体验展，区别于多在水平地面设置展线的常规展览，展线跟随内部空间的起伏升降而变化，近百艘船模沿着展线高低而错落有致地摆放，在高空中的船模也发挥了装饰作用。穿过展线丰富变化的船模展示区坡道，观众可进入沙飞船体验区，体验包括“实体体验”和“多媒体虚拟体验”。此处空间净高 16 米，“不知情”的观众将在此处收获惊喜，进入沙飞船尾舱，穿过船舱内部走入甲板，近距离观看高 10 米的 360° 环幕多媒体视频。

三、文旅融合视角：国家文化公园休闲服务的创新尝试

1. 观众参观的“认同感”和“满足感”

文化公园是人文要素叠加环境要素的为大众服务的文化休闲场所，注重文化性、舒适性、景观性。“国家文化公园是在文化公园的基础上创造的文化景观，体现出对中华核心价值的保护展示”^[5]。随着 2014 年中国大运河申报世界文化遗产获得成功，越来越多的运河主题博物馆在大运河沿岸城市落地生根。但是，文物部门多侧重从遗产保护的视角考虑运河旅游业的发展，缺少对于市场需求的思考，缺少对文旅融合发展的规划和思考，也缺少与旅游业融合发展的实践^[6]。

作为大运河文化带、大运河国家文化公园江苏段建设的标志性项目以及新时代文旅融合在大运河文化展示中的创新尝试，中运博致力于打造成为满足观众参观需求的国家文化公园的示范场所，成为全国各地游客的旅游目的地。为此，中运博借鉴了南京博物院“一院六馆”展览体系架构的成功经验——“分众”教育理念，在策展阶段就考虑不同类型观众的参观需求，将观众根据年龄、地域、参观目标等划分组别，在文化阐释方面涉及地域的均衡性，在展示手段上兼顾年龄的多样性，以满足观众的差异化需求，让观众获得认同感与满足感。

例如，“大运河非物质文化遗产”作为反映中国大运河两岸非遗项目的专题展，从运河沿岸的音乐戏曲、传统工艺和节庆习俗三个方面，重点展示与大运河直接相关的国家级或地方性代表非遗项目。为了让各地观众获得身份的“认同感”，展览挑选的非遗项目充分考虑到观众地域的均衡性：展示的曲艺有京剧、山东琴书、扬州清曲、苏州评弹等；展示的年画有天津杨柳青年画、苏州桃花坞年画、河南朱仙镇年画等；观众在展厅还可听到南北各地的方言和民谣，如北京民谣“小孩儿小孩儿你别馋，过了腊八就是年，腊八粥喝几天，哩哩啦啦二十三……”，扬州民谣“乖乖隆地冬，韭菜炒大葱”，杭州民谣“年廿九，家家有；到除夕，家家急”等。为了让不同年龄、不同参观目标的观众都能获得参观的“满足感”，展览注重展示方式的兼顾性：既有常规展柜展示乐器、戏服、皮影等展品，也有半成品或制作工艺、表演过程的展示；有活态展演展示，在展厅设置戏台，为戏曲爱好者提供传统戏曲的现场表演；有数字多媒体展示，观众可以在沉浸式的影音空间领略节庆民俗；有丰富的互动体验，观众可以在唱吧互动区体验戏曲表演，可以动手表演提线木偶、杖头木偶，触摸真实场景的年画“互动门”。

2. 旅游服务的“休闲式”和“一站式”

传统文化对于提升旅游品质和价值具有极其重要的作用，文化旅游已经成为一种时尚的高层次休闲活动，一方面满足了游

客在游览中增进知识的需求,另一方面对社会经济发展有巨大贡献^[7]。在文旅融合背景下,博物馆不仅是展览空间,还是文化空间、旅游空间、休闲空间以及购物空间。中运博致力于打造综合文化休闲空间,为来自各地的观众提供集展览、学习、活动、剧场、文创、餐饮于一体的“一站式”服务(one-stop service)^[8]。

如“因运而生——大运河街肆印象”引入“实体”经营和“活态”展演模式,展厅可参观、可体验、可互动、可餐饮、可购物,观众在展厅中可享受文化休闲和旅游的“一站式”服务。展厅以大运河沿线典型城镇村落为依据复原街巷建筑空间,如街道、商铺、码头、米店、戏楼、民居、牌坊等,观众可在街巷中穿梭游览。该展厅注重观众的穿越式情景体验,运用科技手段模拟昼夜变幻的真实场景氛围,从建筑形式、装饰元素、游戏互动到店铺商品均蕴含时代特征,观众可在茶馆喝大碗茶、听相声和评书。中运博为观众营造沉浸式氛围,展厅中隐现有地域方言特色的叫卖声,观众可买到大运河沿线的特色非遗小吃和工艺品,如点心、酱菜、剪纸、风筝、荷包、布鞋等,而对于一些需现场加工的特色美食,则可以通过购买“交子”样式的卡券到公众餐厅兑换品尝,以增加餐饮的趣味性。

“世界运河与运河城市”展览根据大运河的开凿时间及其在人类文明进程中的重要意义,甄选了世界上最具代表性的15条运河与15座运河城市,阐述运河的发展历程以及运河给城市带来的美好生活。展品以与运河城市相关的“旅游记忆”物件为主,向15座运河城市的官方文化和旅游机构征集展品,同时面向社会征集15条运河和15座城市的旅游照片、视频、纪念品等物件及相关的旅游故事。展览还向观众介绍世界运河城市,展示这些国家的代表性纪念品和旅游特色并传播推广旅游文化。展览所提到的世界运河城市也将在临时展厅中分系列依次展示,通过文化阐释和旅游元素的融合,增加运河城市间的对话与交流,拓展和深化公众对运河沿线城市互联互通、融合发展的认识。

四、结语

博物馆的展览体系体现了各展厅之间以及展厅与博物馆之间的逻辑关系,即博物馆的特色主要由展览组成。博物馆的传播效益、定位与宗旨的实现以及观众的参观体验效果,均与展览体系架构直接相关。当下,文博事业蓬勃发展,但博物馆展览体系架构或多或少存在以下现象:如建筑施工先于展览策划,展示空间不能很好地满足展览主题需求,展线规划不合理;各展厅之间逻辑关系不成体系,无法很好地阐释和传播博物馆的主题、发挥博物馆的文化功能;展览策划较少从观众的视角以及文旅融合的视角考量,博物馆的参观体验与综合服务跟不上时代需求。

在国家文化事业蓬勃发展的新时代背景下,博物馆建设应以文化服务为根本,关注当下,重视观众,满足广大人民群众对美好生活的追求以及对社会公共文化服务的期待。这要求博物馆在策划初期就要对其定位和宗旨进行全面性解读,深入挖掘博物馆资源,多重视角、全方位地架构展览体系:从文化传播视角注重主题阐释的全面性和差异性,以及信息传播的层次性和可达性;从观众体验视角打造多元参观体验,统筹规划展览体系、空间规划与展线设计的关系,让观众在充满舒适性和节奏感的参观过程中拥有丰富而有趣的文化参观体验;从文旅融合视角创新尝试国家文化公园的综合休闲服务,虑及不同观众的参观需求,为观众提供具有认同感、满足感的参观观体验以及休闲式和“一站式”的旅游服务。

参考文献:

[1]田甜:《从使命(Mission)到创造力(Creativity)——来自英国V&A博物馆的展览启示》,《东南文化》2019年第5期。

[2]罗向军:《公共文化服务背景下博物馆的社会责任解读》,《东南文化》2017年第4期。

[3]龚良:《新时代:博物馆变革与发展》,《中国博物馆》2018年第2期。

[4]袁仁侗、王冬:《从“功能空间”到“体验空间”——当代博物馆空间衍变的解析及思考》,《华中建筑》2016年第4期。

[5] 龚良：《大运河：从文化景观遗产到国家文化公园》，《群众》2019 年第 24 期。

[6] 姜师立：《文旅融合背景下大运河旅游发展高质量对策研究》，《中国名城》2019 年第 6 期。

[7] 钱兆悦：《文旅融合下的博物馆公众服务：新理念、新方法》，《东南文化》2018 年第 3 期。

[8] “一站式”服务最早源于商务活动，是指企业一次性为客户提供完整的“一条龙”服务。参见沈荣华、杨国栋：《论“一站式”服务方式与行政体制改革》，《中国行政管理》2006 年第 10 期。