

备案号：69281—2019

WW

中华人民共和国文物保护行业标准

WW/T 0088—2018

博物馆展览内容设计规范

Standards for Content Development of Museum Exhibitions

2019-01-31 发布

2019-06-01 实施

中华人民共和国国家文物局 发布

中华人民共和国文物保护行业标准
博物馆展览内容设计规范
Standards for Content Development of Museum Exhibitions
WW/T 0088—2018

*

中华人民共和国国家文物局主编
文物出版社出版发行
北京市东城区东直门内北小街2号楼
<http://www.wenwu.com>
E-mail: web@wenwu.com

新 华 书 店 经 销

*

开本：880 毫米×1230 毫米 1/16
印张：0.00

2019 年 6 月第 1 版 2019 年 6 月第 1 次印刷
统一书号：×××××·××××× 定价：00.00 元

目 次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 内容设计原则	2
5 内容设计流程	2
6 选题提出	2
7 前期准备	3
8 展览大纲	3
9 展品确定	3
10 展览文本	4
11 延伸设计	5
12 内容设计与形式设计、施工布展的衔接	6
13 归档	6
参考文献	7

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由国家文物局提出。

本标准由全国文物保护标准化技术委员会（SAC/TC 289）归口。

本标准起草单位：南京博物院

本标准主要起草人：龚良、陈同乐、田甜、欧阳宗俊、胡卫民、谢博。

博物馆展览内容设计规范

1 范围

本标准规定博物馆展览内容设计的原则、设计的流程及各阶段的具体要求。

本标准适用于博物馆展览的内容设计工作，其他展览可以参照执行。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 15834—2011 标点符号用法

GB/T 15835—2011 出版物上数字用法

GB/T 30234—2013 文物展品标牌

CY/T 118—2015 学术出版规范 一般要求

WW/T 0019—2008 馆藏文物展览点交规范

WW/T 0064—2015 文物出境展览协议书编制规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

内容设计 content design

根据展览主题和内容，完成从选题提出、前期准备、展览大纲、展品确定到展览文本和延伸设计的整个流程。

策展人 curator

展览策划人

在展览项目中担任构思、组织、管理并起核心作用的专业人员。

展览主题 exhibition theme

展览主要内容的概括。

目标观众 target audience

预期设定的展览主要观众群体。

展览大纲 exhibition outline

展览内容的主要构架。

展览文本 content text

展览内容设计的完整文件。

展览名称 exhibition title

展览标题

展览主题的提炼。

前言 introduction

序言

简要阐释展览主旨的文字。

展品 exhibits

展览所展示的物品和展项。

注：包括文物、标本、科技成果、当代艺术品、非物质文化遗产及其衍生品。

辅助展品 auxiliary exhibits

配合展览主题辅助展示的物品和展项。

注：包括沙盘、场景、图表、照片、模型、多媒体展示等。

展品组合 a group of exhibits

体现相互关系的一组展品。

展品说明牌 labels

布置在展品附近，帮助观众认识、解读展品的标牌。

展版 exhibition panels

展示与展览相关的文字、图表等信息的版面。

4 内容设计原则

导向原则

反映、揭示人类文明各个阶段认知的能力、方法和成果，传导正确的历史观和价值观。

科学原则

体现本领域先进和稳定的知识体系，坚持科学性和客观性，以科研成果作为展览学术支撑，准确揭示展品内涵，尊重历史事实，杜绝主观臆造。

传播原则

适应公众认知特点，传递易于理解和接受的信息。

创新原则

符合社会和博物馆事业发展阶段性要求，倡导展览的原创性和多样性。

审美原则

注重语言、故事、展品组合等艺术性，符合观众的审美需求。

5 内容设计流程

内容设计流程见图 1。

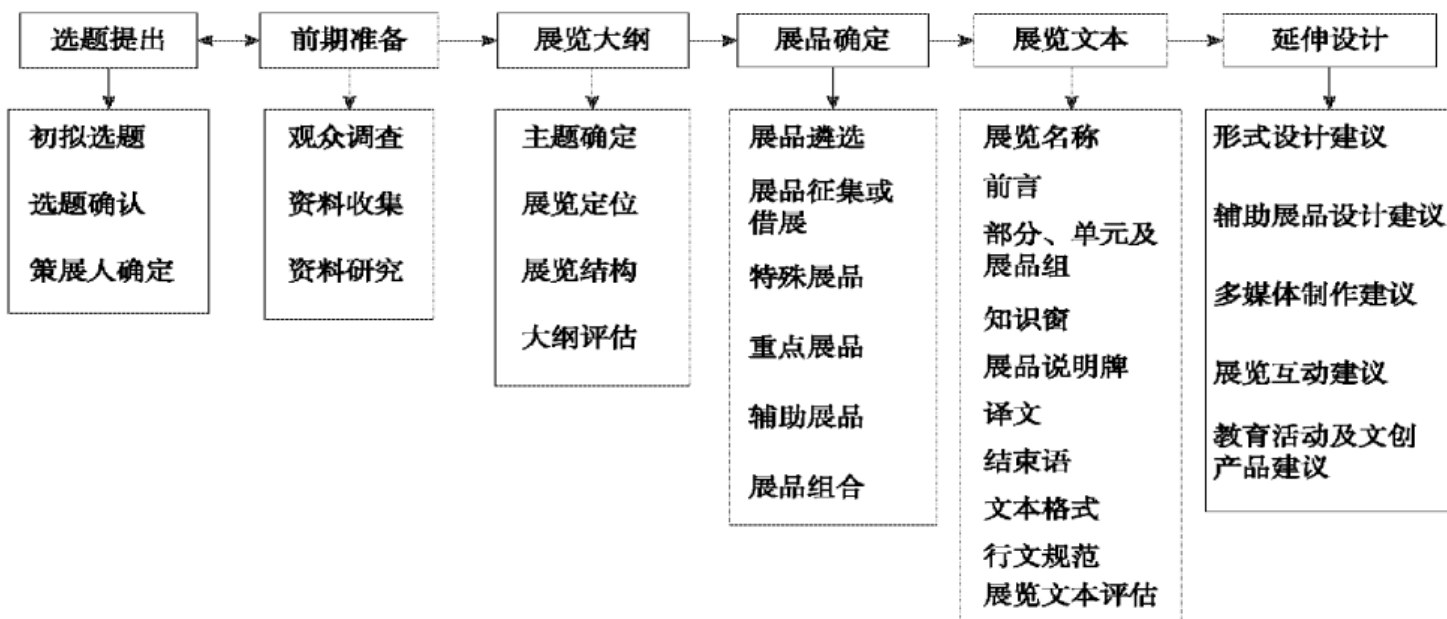


图 1 内容设计流程图

6 选题提出

初拟选题

结合馆藏资源特点和目标宗旨，由业务人员提出选题。

选题确认

根据博物馆的宗旨、特色，经管理团队讨论，确认选题。

策展人确定

策展人

选题确认后，确定策展人，策展人在展览团队中起核心作用。

组建内容设计团队

根据策展人的建议，组建包含相关业务人员参与的团队。

7 前期准备

观众调查

调查内容

对展览选题的范围、展示内容、展品以及观众的基本信息、文化背景、参观预期等进行调查，收集并研究观众的兴趣点和审美需求。

调查方法

主要有大数据分析、已有调查成果应用以及电话、问卷、讨论会等形式。

资料收集

围绕展览主题，广泛收集相关藏品信息、论著、图片等。开展研究。

资料研究

对收集的资料进行深入研究，以此作为展览内容设计的学术支撑。

8 展览大纲

主题确定

根据研究成果及评估意见，确定展览名称、主旨及传播目的。

展览定位

根据前期调研，确定目标观众。

根据目标观众，确定展览类型

根据展览内容、展品数量及展览经费、展厅空间等，确定展览规模。

展览结构

展览结构应符合整体性、逻辑性、关联性、层次性、均衡性等特点。

展览结构一般分为三层：第一层为部分，第二层为单元，第三层为展品组或展品。各部分、单元、展品组或展品有机联系，统一并服从于展览主题。

部分和单元需拟定标题，标题应能体现展览主题和内容。

标题文辞风格应相互统一，同一层次的标题应对仗呼应，整齐美观。

大纲评估

由专业人士对展览大纲的主题、定位、结构等进行评估。如通过，则进入下一阶段；未通过，则修改大纲或取消选题。

9 展品确定

展品遴选

撰写展览大纲后，应对相关藏品作调研，遴选符合展览主题的藏品作为展品。

评估藏品的现状是否适宜展出。

遴选展品时，收集、记录展品的名称、年代、尺寸、来源、图片及特点等信息，作为编写展览文本和展品说明牌的资料。

在展览文本撰写过程中，应寻找展品的组合关系。

展品确定包括实物展品的遴选和非实物展品的设定。

展品征集或借展

如馆藏展品达不到展览要求时，可视情况从其他收藏机构借展或征集一定数量的展品。

需要借展的展品，应依据国家相关法规及行业标准，办理借展手续，签订借展合同，确保包装、运输以及点交过程安全规范。

特殊展品

地图、宗教、民族以及人体、器官等特殊展品的遴选，要严格按照国家相关法律法规和博物馆职业道德规范执行。

重点展品

挑选承载重要传播目的展品作为重点展品。

重点展品应具有典型性和代表性。

重点展品应置于展览的重要位置，或以独特的形式展示。

辅助展品

根据展览需要，拟定一定数量的复制品、模型、沙盘或创作的书法、绘画、雕塑等作为辅助展品。

辅助展品要与展览主题密切相关，制作精良，艺术效果良好。

辅助展品的使用应恰当、适度。

展品组合

通过研究，寻找展品的相互关系，设定展品组合，诠释展览主题。

展品组合要科学、合理、美观，便于传递展览信息，易于观赏和接受。

10 展览文本

展览名称

展览名称应准确反映主题，简洁凝练，高度概括，富有文化底蕴。

展览名称分为两种：第一种是复合标题，即主标题加副标题；第二种是单一标题。主标题一般提炼展览的精神内核和文化内涵，副标题说明展览的时间、范围、质地、特色等较为具体的内容。

示例1：“千里江山——历代青绿山水画特展”（故宫博物院）。

示例2：“江苏古代文明”（南京博物院）。

前言

阐述展览主题、重点内容和文化内涵等。

篇幅精短，一般不超过500字。

由展览主办单位撰写。

部分、单元及展品组

展览内容结构，一般由部分、单元、展品组或展品等多层级构成，展览中对应为一级、二级、三级展版。

部分各有标题，标题下有一段提炼该部分展示内容和文化内涵的文字，称为“部题文字”或“部题说明”，一般不超过250字。

单元各有标题，标题下有一段介绍该单元展示内容和特色的文字，称为“单元文字”或“单元说明”，一般不超过150字。

展品组或展品的介绍文字应体现展品组合关系及展品价值，一般不超过100字。

知识窗

知识窗是对展览和展品知识、信息的补充和阐释。

以简洁文字配合图片、表格等组成，一般不超过150字。

以展版、多媒体等形式展示。

展品说明牌

一般包括名称、年代、尺寸、来源、收藏单位等。

对较为特殊的展品，要作相应的说明。如书画、碑帖、服饰等，要注明质地；不易识别的纹饰或文字要进行解释；创作的展品要注明创作时间、作者等。

译文

举办重要或涉外展览时，通常应将展览名称、前言、部分标题及部题文字、单元标题、展品说明牌等配上译文。

译文应根据展览举办地的实际需求而定，以英语为主。在少数民族地区举办展览，应增加当地少数民族文字译文。

坚持文字精炼、内涵准确、用词优美等原则。

结束语

展览可撰写结束语，内容包括展览的总结、寄语、感谢等，一般不超过 300 字。

文本格式

目录

包括前言、部分、单元、结束语及附件等，并标注页码。

正文

包括展览名称、前言、部分标题及部题文字、单元标题及单元文字、展品组及展品说明，知识窗，展品说明牌，译文，结束语等内容。

附件

包括展品清单、内容设计团队名单、延伸设计建议、专家座谈会纪要等。

行文规范

展览文本内容应准确可靠、简练易懂，按照 GB/T 15834—2011、GB/T 15835—2011、GB/T 30234—2013、CY/T 118—2015、WW/T 0019—2008、WW/T 0064—2015 的要求执行。

展览文本评估

能否准确阐释和体现展览主题并成为观众喜爱的展览。

结构是否合理，文字是否精炼，与展品的契合是否得当。

是否具有可操作性，并对形式设计、教育活动、文创产品开发等起指导作用。

由专家组进行评估。

11 延伸设计

延伸设计应基于展览文本，服务于展览主题。

形式设计建议

风格

根据展览主题、地域文化特点、观众需求及展品特色等，对展览色调、装饰元素、背景图案、环境氛围等设计提出建议。

空间

根据展览结构、展品组合及重点展品，对展厅空间及空间关系提出设计建议。

展线

根据展览结构、展品特色、重点展品等，对展品位置和参观流线提出建议。

环境

对展厅温度、湿度、照明、安全等要求提出建议。

辅助展品设计建议

根据展览需要，提出辅助展品的设计建议，并指导实施。

对辅助展品的参考原型、组合方式和制作要求等提出建议，并提供可参考的图片和资料。

多媒体制作建议

对展览中的多媒体制作提出建议和说明，并提供相关资料。

展览互动建议

对展览互动项目提出建议和说明，满足观众趣味性、参与性、体验性要求。

教育活动及文创产品建议

对展览宣传和推广等活动提出建议。

展览文本可提供给相关部门，作为展览图录和讲解词的基本内容。

根据展览主题、特色和重点展品等信息，对文创产品提出建议。

12 内容设计与形式设计、施工布展的衔接

与形式设计的衔接

在形式设计开始前，策展人将展览文本和延伸设计提供给设计师，并介绍展览主题、结构和特色。在形式设计的过程中与设计师保持沟通。

对特殊展品的展示方式和效果应提前告知设计师。

根据设计师的反馈意见，对展览文本进行调整。

与施工布展的衔接

在施工布展开始前，策展人应对施工布展人员介绍展览主题、结构和特色，并与施工布展人员保持沟通，确保展览主题得以贯彻。

策展人应参与展览布展，根据展览主题结构和参观流线，指导布设展柜位置、展版、展品及照明等。

根据施工人员的反馈意见，对展示方式、展品位置等进行调整。

13 归档

展览实施以后，应将展览文本、延伸设计、展览评估及相关资料、图片等进行整理，纳入展览档案。有条件的单位可编写、出版展览报告。

参考文献

- [1] 博物馆条例，国务院，2015年3月20日
 - [2] 博物馆管理办法，文化部，2006年1月1日实施
 - [3] 关于提升博物馆陈列展览质量的指导意见，国家文物局，2015年01月13日
-