

# 从“物的殿堂”到“人的场域”：艺术设计驱动下的博物馆身份重构——以英国V&A博物馆为例

李曜旭 赵丽丽<sup>(通讯作者)</sup> 李云翔 马宇奇

长春师范大学，吉林长春，130022；

**摘要：**本文在全球文化民主化进程持续深入和体验经济蓬勃发展的时代语境下，聚焦当代博物馆由聚焦物质实体的“物的殿堂”向强调人文关怀的“人的场域”演进的身份重构现象。在这一深刻的转型进程中，艺术设计的功能已不再局限于传统意义上的美学装饰，而是演进为推动博物馆身份重塑的关键战略要素。

为系统解析这一转型机制，本研究以英国维多利亚与阿尔伯特博物馆（V&A）作为代表性范例，从三个有机统一的层面进行深入探讨：首先，在空间叙事维度，V&A借助“未来计划”等一系列建筑更新项目，突破了传统博物馆封闭肃穆的空间形态，营造出开放且具有良好可读性的“城市客厅”，并结合主题导向与情境营造的展陈策略，有效引导观众角色从信息被动接收者向意义主动建构者转变。其次，在公众参与维度，博物馆依托“设计工厂”等创新教育项目，并融合增强现实等前沿数字技术，搭建起基于建构主义学习理论的共同创造平台，促使公众角色从文化观赏者向内容生产者跃升。再者，在品牌建构维度，V&A通过体系化的文创产品开发、整体性的视觉形象规划以及跨领域品牌合作，成功实现了学术资源向日常生活文化资本的创造性转化，完成了从“参观场所”到“生活场域”的品牌价值蜕变。

**关键词：**博物馆转型；艺术设计驱动；空间叙事；文化传播；设计思维

**DOI：**10.64216/3080-1516.26.01.051

## 1 问题的提出：博物馆身份的时代性转变走向

传统博物馆的功能及身份深深地附着于“物的殿堂”这一概念之上，它一般被当作对历史与文化的象征性留存手段，传统博物馆不只是物品的存放处，更是进行展示、保存及研究的场所，这些博物馆一般依托宏大的建筑空间，打造出一股浓郁的历史感与权威感。建筑设计一般会强调封闭性与庄重性，运用宏大的建筑造型和垂直的空间组合来传达神圣不可侵犯的神韵，博物馆内展览内容大多围绕学术研究与历史记载进行，展品充当了博物馆与观众之间的唯一连接桥梁，处于这种模式的博物馆强调物品本身静态展示，而观众属于被动的接收一方，观展期间更偏向于信息的递送，而非开展互动。

在这种“物的殿堂”模型的架构里，博物馆核心价值为知识的权威性与文化纪实性的呈现，展品被视为呈现文化身份跟历史真相的载体，展品的挑选与陈列一般由博物馆专家把控，突出“权威话语”的独家掌控地位，这种模式有效地达成了博物馆的文化功能保障，但也制约了公众的参与度与互动性，观众对文化和历史的把握被压缩成固定的叙事框架模式，缺乏多元化的呈现与对话，于这种传统结构而言，博物馆的功能性和教育性起

主导作用，其在吸引当代大众尤其是年轻观众方面的效果慢慢出现局限性。

伴随着全球文化民主化的趋向以及社会参与意识的苏醒，博物馆的身份与角色正面临着绝无仅有的转型压力，目前社会里面，观众的需求不再仅仅局限于静态的观赏体验范畴，而是希望利用博物馆这个文化窗口，实现更为深层次的互动与沉浸体验，尤其是在“体验经济”快速壮大的今天，传统博物馆那种单向的信息传递模式，无法满足观众对多维度体验的期盼，观众不再只是简单的知识接受一方，而是文化体验的主动介入者，他们渴求在博物馆里获取的不只是历史的传递，还有情感引发的共鸣、身份的自我肯定和跨文化的对话交流。

快速发展的数字化技术为博物馆创造了前所未有的机遇与挑战，从虚拟现实（VR）到增强现实（AR）过渡，数字化工具为博物馆展示提供了更具沉浸感与互动性的选择途径，这说明博物馆要克服传统展览方式的种种局限，探求在尊重历史与文化遗产基础上的途径，构建充满现代感与蓬勃活力的公共空间，博物馆的转变不只是物理空间的转换，更是身份跟文化的重新整合，于这一转变进程里，博物馆的文化功能将不再只是充当展

示历史的工具，而是成为一个可实现互动交流、思想碰撞以及情感联系的区域。

## 2 空间叙事革新：从封闭的圣殿过渡到开放、可读的场域

V&A 博物馆依靠一系列建筑空间的重构以及叙事方式的创新举措，圆满打破了传统博物馆封闭、威严的空间样式，实现了从“物的圣殿”过渡到“人的场域”的深刻变化，这一变革首要体现为建筑空间公共性的重新塑造，博物馆借助“未来计划”（Future Plan）对空间结构开展了系统性重塑：提升参观动线合理性，摒弃传统的线性参观模式，设立出多维度、可抉择的空间路线；改造主入口跟中庭区域，拿通透的玻璃幕墙替代封闭的墙体，采用引入自然光线和设置开放式休息区办法，把原本庄重冷峻的门厅改造成活力充盈的“城市客厅”，这一设计不光破除了博物馆建筑的传统权威感，更构建出一个促进邂逅、对话及社交的公共空间，促使博物馆从单向度的展示地方转变为多维度的文化交流平台。

从展览叙事层面看，V&A 全面打破了传统博物馆按年代、材质或者地域分类的单一叙事形式，之后采用主题式、情境化的策展方案，就以“欧洲 1600 – 1815”展厅为例，策展人凭借构建沉浸式历史场景，把家具、绘画、服饰等不同范畴的艺术品予以有机整合，展现了特定时期的文化景象。这种叙事模式打破了艺术门类彼此间的界限，让观众能在多维语境当中体悟展品间的内在关系，尤其是在呈现跨文化艺术的阶段，如中国陶瓷跟欧洲装饰艺术的对比布展，博物馆借助戏剧化的灯光设置、环绕声效和空间排列，构建出一种“文化对话”的看展体验，观众不再是被动接纳权威叙事的旁观者，而是变成积极探索、挖掘意义的参与者。

## 3 公众互动赋能：从被动观看过渡到主动参与的共创平台

V&A 博物馆针对公众互动开展的创新实践，体现了博物馆教育哲学的彻底转变，由传统知识灌输转为基于建构主义学习理论的共创模式，这一转变的核心要义是凭借系统性的项目设计，打破观众和展品、专家跟公众之间的传统藩篱，造就一个开放的知识生产区间。

“设计工厂”（Design Factory）项目是这种理念的典型例证，该项目除了供给工具还提供场地，进而搭

建起一个完整的设计思维实践框架，参与者从发现问题端倪、构思概念雏形到制作原型成品，全程经历设计创作的完整阶段，这种按照项目式学习（PBL）构建的模式，把博物馆从知识传播的终点转变为创意孵化的开端。更核心的是，项目着重强调跨年龄段的合作设计，恰似“家庭作坊”内，不同代际的参与者一起应对设计难关，这种代际对话不只是传递了技艺知识，还再次建立起传统手工艺跟当代生活的情感纽带。

在数字化转型这件事上，V&A 构建了层次多样的数字互动体系，由其“V&A 数字实验室”开发的增强现实应用，不仅将历史器物的使用场景进行复原，进而建立起多维度知识图谱，用“文艺复兴珠宝”展当作例子，观众借助 AR 设备，不只能看到珠宝的立体模型，还能追溯宝石的来处、工艺的传承轨迹以及其在当时社会文化中的象征寓意，这种深度数字化不光强化了观展的沉浸体验，更关键的是搭建了一个能探索的知识体系，让观众能按照个人兴趣自行构造认知路径。

值得深度剖析的是，2018 年 V&A 开展“皮克斯：25 年动画”特展时设立的交互式故事工坊，观众可利用简单的界面把角色、场景和情节元素进行组合，做出属于自己的动画短片，“用户生成内容”（UGC）这种模式把观众从被动欣赏者转变为主动的内容创作者，切实体现了博物馆作为文化生产平台的新定位。

## 4 品牌文化传播：从学术团体到可碰到的生活模式

V&A 博物馆的品牌战略构建起一条完整的文化价值转化链条，成功把学术机构的专业权威性转化成日常生活场景下的文化资本，这一转化过程的核心就是通过系统性的设计去干预，做到馆藏文化符号跟现代生活需求的精确衔接。

在文创产品开发范畴，V&A 建立起一套成熟的“文化转译”机制，以众人皆知的“威廉·莫里斯”系列产品为例，设计团队不只是直接挪用了其经典图案，更采用现代设计语言对其做了当代转译处理：把 19 世纪的手工印花转换成契合现代生产工艺的数码印花，在维持原作神韵的同时契合了批量化生产的需要。这种“新工艺美术运动”不光造就了相当可观的经济收入，更有意义的是建立起一个可持续进步的文化传播模式。

博物馆的导视系统以及视觉形象重构同样展现了品牌战略的系统性，全新视觉识别系统经 Pentagram 设

计而成，采用定制字体“V&A Sans”和灵活的网格系统达成，一边保有学术严谨性，一边展现出开放的样子，导视系统采用色彩编码同象形符号相结合的形式，把复杂的维多利亚时期建筑转化成清晰可看的导航体验，这种聚焦于人的设计思路，实质上改变了观众的空间感知体验，使博物馆由一个容易让人迷失方向的宏大建筑，转变为一个亲切、可接近的文化空间。

经由公众互动与品牌传播的双重突破，V&A 博物馆揭示设计不只是当作美化的工具，更是贯通文化与公众、历史与当下的战略途径，这种凭借设计驱动的转型，为全球博物馆的身份重塑提供了具有普遍借鉴意义的实践方式。

## 5 结论

经由对 V&A 博物馆的研究可发现，艺术设计在博物馆身份重构里起到了不可忽视的战略性作用，从空间叙事的转变到公众互动的能力赋予，再到品牌文化的宣传普及，艺术设计对博物馆的各个层面都起到了推动功效，助力博物馆从单纯的“物的殿堂”过渡到多维互动、开放包容的“人的场域”，设计绝不仅仅是外表的装饰，它已然成为拉动博物馆文化变革的内在核心动力。

V&A 的成功实践说明，博物馆的现代意义不应局限在其物理空间和学术性的功能范畴。未来博物馆设计也许会进一步向社交属性、包容性设计和可持续发展等领域强化拓展，就社交范畴方面而言，未来博物馆或许会进一步融入社交功能，成为人们进行文化交往、知识分享及社区互动的空间，从包容性设计方面看，博物馆将进一步注重多元文化的包容与尊重，让不同群体的需求与声音在博物馆中得以充分呈现，从可持续发展角度看，博物馆要在其建筑设计、展览方式以及运营模式等方面落实更绿色环保的实践，推动文化跟环境的可持续协同发展。

这些发展趋势同样伴随着诸多挑战，该怎么在博物馆的商业化与学术性之间找到平衡，怎样在娱乐性跟教育性之间打造健康的互动关系，依旧是博物馆设计中需不断攻克的问题，商业化及娱乐化的潮流可能会引发针对观众体验的质疑，过度的市场化也许会使博物馆作为文化机构的独立性与严肃性被削弱；而设计若过于学术

化，也许会使博物馆和大众需求出现距离。

## 参考文献

- [1] 张穆之. (2025). 英国中小型博物馆社区服务功能拓展启示：藏品、社区和可持续. 文博, (01), 89–94. <https://doi.org/CNKI:SUN:WEB0.0.2025-01-011>.
- [2] 王欣. (2024). 博物馆展示设计中视觉语言的形成和完善. 大观, (12), 51–53. <https://doi.org/CNKI:SUN:DAGN.0.2024-12-017>.
- [3] 任舒婷 & 龚鑫. (2024). 交互叙事视域下博物馆数字化展示设计研究. 工业设计, (09), 101–104. <https://doi.org/CNKI:SUN:GYSH.0.2024-09-020>.
- [4] 林敏. (2024). 关于对博物馆陈列展示设计中趣味性的研究. 兰台内外, (22), 67–69. <https://doi.org/CNKI:SUN:LTLW.0.2024-22-023>.
- [5] 曹淞涵. (2024). 基于融媒体互动平台的博物馆藏品交互展示设计研究(硕士学位论文, 东北电力大学). 硕士 <https://doi.org/10.27008/d.cnki.gdbdc.2024.000249>.
- [6] 王泓凯 & 张烈. (2024). 国际博物馆展示设计研究现状、热点与实践趋势——基于 CiteSpace 可视化计量分析. 中国博物馆, (02), 113–120. <https://doi.org/CNKI:SUN:GBWG.0.2024-02-013>.
- [7] 徐望. (2023). 英国博物馆美育经验及启示. 齐鲁艺苑, (02), 101–108. <https://doi.org/CNKI:SUN:QLYY.0.2023-02-016>.
- [8] 王丹. (2021). 英国博物馆衍生品开发模式及设计特色分析——以大英博物馆为例. 艺术大观, (15), 51–52. <https://doi.org/CNKI:SUN:YSDG.0.2021-15-026>.

作者简介：李曜旭（2002.01—），男，汉族，吉林省白山市，硕士，研究方向：艺术设计；  
赵丽丽（1976—），女，汉族，吉林省长春市，硕士，研究方向：视觉传达设计；  
李云翔（2002.08—），男，汉族，江苏省宿迁市，硕士，研究方向：视觉传达设计；  
马宇奇（2000.12—），男，回族，吉林省吉林市，硕士，研究方向：视觉传达设计。