

信息定位型展览： 提升中国博物馆品质的契机

严建强

(浙江大学文物与博物馆学系 浙江杭州 310027)

内容提要:信息定位型展览以博物馆的综合素质为基础,涉及到博物馆的收藏政策,藏品研究的深度与系统性,展览组织的合理性,展览的传播技术及与展览相关的辅助教育等。只有各个环节都符合科学的要求,才有可能建造观众喜欢看、看得懂,能得到启迪与教益的展览。因此,应以信息定位展览的建设为契机,确立以“保存社会记忆”为核心价值观的收藏政策;加强藏品研究,为信息定位型展览提供学术支撑;建立合理的程序与标准,开展展览评估,打造具有良好传播能力的展览;拓展深化传播效果,开展丰富的公众教育活动,从而从根本上提高当代博物馆的品质。

关键词:信息定位型展览 博物馆建设 博物馆品质

中图分类号:G260;G265

文献标识码:A

与此前的半个世纪相比,当代中国博物馆事业的发展将建立在一种变化的形势基础上,这些变化主要包括:

1.综合国力特别是经济实力的大幅提升,为博物馆建设提供了更雄厚的物质基础;

2.国家的社会发展政策将博物馆建设纳入打造学习型社会、提升国家软实力的轨道;社会上将博物馆纳入国民教育体系的呼声日渐高涨;

3.人们对文化消费的需求日趋旺盛,渴望通过利用文化遗产来丰富自己的学习生活,以便充实知识,拓展视野,提高生活品质;

4.随着博物馆学研究的深入和国际交流的频繁,新的博物馆理念及技术的引入,强化了博物馆经营与运作的技术支持。

这些变化为中国博物馆事业的发展带来两方面影响。一方面是国家和社会对博物馆建设的投资力度加大,使建设更高质量的博物馆成为可能;另一方面,人们对传统博物馆所扮演的角色不再满意,渴望有更有效地满足自己需求的新型博物馆。

那么,新时期的博物馆怎样才能满足人们的

这种需求?无疑,要完成这样的目标,博物馆必须开展全方位的努力。然而,从方法论的角度看,不分轻重、没有针对性地齐头并进,并不一定能取得好的效果,相反,如果能找到牵一发而动全身的关键点切入,将会取得事半功倍的效果。我们认为:展览是沟通博物馆与社会的桥梁,也是博物馆实现社会功能最直接的方式;另一方面,高质量的展览远不是简单的陈列工作或展示技术问题,而是牵涉到博物馆工作的各个环节,包括收藏的质量、藏品的研究深度及合理有效的组织管理等。

从世界范围看,对传统博物馆展览模式的革新在20世纪80年代业已展开,这种革新在理论界被概括为“由物到事”(from Things to Matters)^[1]。原先孤立地呈现在博物馆展柜中的各种器物,被鲜明的主题和生动的故事线串联起来,共同叙述器物背后所发生的关于“人”、“自然”和“社会”的故事。在这种展览中,实物展品不再仅仅是欣赏的对象,也不再是博物馆展览中唯一的陈列要素,而成为故事叙述系统中的要素之一,扮演着故事叙述中物证的角色。由于实物展品放置在被还原的文化坐标和使用场景中,进入“叙事”语境,展品中所

收稿日期 2011-03-17

作者简介 严建强(1955~),男,浙江大学文物与博物馆学系主任、教授,主要研究方向:博物馆学理论及博物馆展示理论的教学与研究。

蕴藏的文化意义就被揭示出来,成为人们获取知识的来源。为了区别两种不同类型的展览,我们把前者称为“器物定位型展览”,而将后者称为“信息定位型展览”。

信息定位型展览以其大容量的信息传播,使博物馆得以在新的历史条件下适应人们对学习生活的要求。进入21世纪后,中国博物馆界开始引入信息定位型展览,一个个具有明确主题的展览应运而生。但实际效果并不像人们所期待的那样,许多观众反映展览看不懂,不吸引人,没有学到多少知识。究其原因,既有展览的理念和技术问题,也涉及到博物馆的整体组织与运作及相关的社会法规制度。

信息定位型展览具有明确的系统性和情节性,所强调的是信息传播。如果说器物定位型展览的主要陈列方式是“呈现”,主要参观方式是“欣赏”的话,那么,信息定位型展览的主要陈列方式是“叙述”,而主要的参观方式是“理解”。这种不同的类型及其所衍生的功能,不仅使博物馆展览的构成与组织方式出现了重大的转型,也使整个博物馆的组织与建设发生了深刻的变化。一个优秀的信息定位型展览,必然是建立在高质量的藏品基础上,必然要求对主题和相关的展品进行深入的研究,必然要充分熟悉空间环境中认知与传播的各种技术。所以,它所引发的,不只是博物馆展览的一场革命,也是博物馆组织与经营的一场革命,它敏感地牵动博物馆收藏、研究和展示各个环节。如果能抓住这个纲,纲举目张,博物馆在新时期建设的重点问题可迎刃而解,博物馆的品质也有望在整体上得到提升。

一 确立以“保存社会记忆”为核心价值观的收藏政策,建立具有良好叙事价值的收藏群

早期收藏的主体是皇室和贵族,收藏的目的主要是满足自己及社交圈的欣赏,通常缺乏系统的概念,器物定位型展览正是建立在这种收藏的基础上。对此类博物馆而言,收藏品的价值判断与文物市场的价值观念比较接近,收藏品的质量通常与其审美价值、经济价值有关。

随着博物馆的现代发展,一种新的收藏观发展起来,并逐渐成为博物馆收藏的主流。这种观念把博物馆理解为一个通过系统收集文化遗产来保存社会记忆的场所,相关物品因具有见证人类活动的能力而受到重视与收藏。这意味着,藏品的价值不再局限于其审美与经济价值,而在于它所蕴含的文化信息,以及它作为自然与历史变化物证的角色。

这两类不同的收藏正好对应两类不同性质的

展览。前一类收藏强调收藏品的审美和经济价值,其收藏的主体主要是经济实力雄厚、以艺术欣赏为主要目的的博物馆;对于大多数以本地区自然生活与社会生活为主题的博物馆,除非这些价值连城的藏品与传播目的相关,否则没有必要去收藏。对它们而言,真正重要的,是那些能够很好反映本地区自然与社会生活变化的各种物证,因为它们是社会记忆的载体。

从中国博物馆收藏的现状看,要适应信息定位型展览还存在不少问题,这些问题不解决,信息定位型展览很难真正解决故事叙述的物证问题,这使得展览缺乏实证的权威性,造成故事叙述与实证材料脱节的“两张皮”现象;另一方面,也导致展览中反映普通人日常生活的内容严重缺失,妨碍了展览叙述的完整性与系统性。要有效解决这些问题,收藏政策应注意以下几个方面:

(一)确立以保存社会记忆为核心价值观的收藏政策,将系统收集反映人们生存状态与社会变迁的物品作为自己的职责

当代一些博物馆的收藏政策过分囿于文物市场的价值观,热衷收藏高审美价值和高经济价值的物品,而忽略了自己作为社会记忆保存者的使命。其具体表现为:1、重视古代的,忽视近现代的;2、重视高雅的艺术品,忽视日常的生活用品和民俗物品;3、重视贵重金属制品,忽视普通材料制作的物品;4、重视制成品,忽视生产过程中的原料、工具、半成品与次品;5、重视反映精英人物生活的物品,忽视反映普通人生活的物品。这样的收藏政策,会将展览局限在狭隘的历史时段或狭隘的社会生活方面。也有一些博物馆热衷于通过拍买收购等方式,征集一些与本地区历史文化完全无关的“高档次作品”。这类藏品虽然具有良好的欣赏价值,但对于一个历史文化类的博物馆而言,如果它们没有实证区域历史演进的功能,与我们所讲述的城市故事无关,即使有很大的收藏量,或具有很高的审美或经济价值,都无法建立起系统、翔实和丰富的历史叙述。相反,有些收藏品,从文物市场的价值观念看并不昂贵,但却能够很好地说明区域的历史文化特点。例如,无锡博物馆收藏徐寿与华衡芳进行科学实验用的烧杯与试管,这些物品虽然很普通,却能很好地实证无锡作为中国引进西方近代科学文化的先驱城市,并进而发展成中国近代民族工商业摇篮的突出地位。

(二)拓宽收藏的视野,征集各种能证实人类活动与能力的物证

长期以来,一些博物馆的收藏传统是重视有意识产生的人工制品,忽视无意识留下,但能很好

反映人们生存状态的其它材料。在考古领域,许多聚落遗址出土的生活垃圾,如废弃的食物残渣,人与动物的粪便化石等,往往被排除在博物馆收藏的视野之外。在遗址回填时也不注意收集诸如柱洞、灰坑及文化层剖面等能反映古人生产生活特点的物证材料。事实上,通过当代科技考古,这些无意识遗留下来的材料能提供大量生活细节的信息。另一方面,博物馆在征集藏品时,重视具有唯一性和有具体形态的物品,忽视可复制的,尤其是不具有空间形态的材料。事实上,人类进入工业时代后,量产成为主导性的生产方式,这些东西因为数量大,很难引起人们的重视,导致它们消失的速度往往比其它东西更快;机械复制时代产生的照片、录像和录音,不同于传统的实物藏品,既缺少传统藏品的三维性质,又不具有传统藏品的唯一性,所以很容易被疏忽;进入以计算机技术为特征的电子复制时代,如何界定原件与拷贝件,如何收藏和保管这些不具有空间特征的物证,将成为博物馆收藏界应该讨论的问题,但我们决不能因为“无先例可循”就放弃自己的责任。

(三) 加强对主题性和系列性藏品的征集,提高收藏品的有机性和整体性

同一类物品一旦形成较完整的系列,便获得了一种良好的自行表达能力、一种故事叙述的秉赋。这种有机的收藏群,特别适应信息定位型展览的要求,即使在很少辅助材料的情况下,观众也能获得相关的知识。所以,博物馆应该制定相关的征集计划,有意识地查漏补缺,尽可能强化藏品的有机性和系统化,使之成为能反映某一现象连续变化的整体。这种系列性藏品在反映一个地区社会和观念变迁方面,能取得很好的效果。

二 加强藏品研究,深化对资源的认识,为信息定位型展览提供必要的学术支持

博物馆藏品作为一种可移动文化遗产,通常由物质构件和文化意义两部分构成。所谓藏品研究,其本质是将藏品中蕴藏的文化意义揭示出来。这些文化意义,就是信息定位型展览向观众传播的信息,也是观众在博物馆学习的各种知识。所以,对藏品及其相关背景的研究,就成为信息定位型展览必要的知识基础,没有对藏品内蕴深入的研究和深刻的理解,信息定位型展览就成为无源之水,无本之木。从目前博物馆展览建设的实践看,缺乏必要的学术支持,是影响展览质量的重要原因。为此,加强博物馆对相关主题及藏品的研究,应该是当代博物馆界的重要任务。以下几个环节特别值得引起注意:

(一) 细致地做好藏品编目工作,建立和健全

藏品档案,更准确充分地揭示藏品所蕴含的文化内涵

科学研究是博物馆传播的知识基础,一个展览的学术与思想深度,与该博物馆科学研究的程度息息相关。藏品研究则是博物馆科研工作的基础,其中的大量工作,正是在编目与建档过程中展开的。藏品登录与编目时,研究人员有可能与藏品提供者进行接触,从而了解藏品的藏前史和流传经过,这些信息对藏品的认识非常重要;在建档过程中,系统收集藏品研究的各种成果,也会大大深化我们对藏品的认识。

(二) 加强对藏品系列的研究,掌握其流变的轨迹,以了解自然、社会及人类观念的变迁

信息定位型展览所呈现的并不是单件的物品,而是通过一系列藏品来说明某一现象及其变化,所以不仅要了解单件藏品的内涵,还要了解相关藏品之间的关系。为此,博物馆的藏品研究应从社会联系和历史变化的角度,探讨一系列藏品之间流转变化的逻辑与原因。

(三) 加强对藏品背后非物质因素的研究,使观众得以透过藏品的物质性,了解藏品制造者和使用者的精神世界

传统的器物定位型展览中,呈现在观众面前的,通常是一个终结的制成品。至于它用什么原料制作,采用怎样的工艺和技术,在使用过程中承载了怎样的文化与民俗,在展览中往往并不涉及。在信息定位型展览中,尤其在与非物质文化相关的展览中,文化遗产中所反映的传统生活方式与技艺,蕴含在展品中的情感与智慧,成为展览重点传播的内容,也是观众最关注的东西。面对这样的形势,藏品研究就不能再囿于物质的层面,而应努力揭示其背后的精神因素。

(四) 将藏品研究纳入整体文化背景下,强化藏品研究与相关领域学术研究的关联

对于区域历史研究来说,博物馆藏品是与地方文献、民间风俗互相引证、互相补充的不同方面。任何一种物品的生产与使用,总是在一定的文化背景下进行,与人们的观念及行为方式息息相关。所以,只有将藏品研究纳入整体的学术研究的框架下,结合文献研究与民俗学的调查,才能深入了解藏品的社会功能、藏品产生的背景及藏品特色形成的原因。

另一方面,博物馆的藏品主要是一些不易腐烂的物品,它们进入博物馆往往具有偶然的性质,而一些重大的事件或重要的文化现象很可能没有留下任何遗物,所以它们所反映的世界必然是残缺不全的,所讲述的故事也肯定是片断性的。信息

定位型展览通过将学术研究获得的准确信息,采用情景再现的方式,还原历史上曾经发生过的重大事件和重要现象,从而使展览的叙述更加准确和完整。也就是说,只有综合藏品研究、文献研究和民俗研究的成果,博物馆的展览才能向观众描绘出区域性历史相对整体的画面。

三 建立合理的程序与标准,开展展览评估,努力打造高质量、具有良好传播能力的展览

器物定位型展览的组织与运作比较简单:先由典藏人员列出拟展出的器物 and 相关的说明标签,再由设计布展人员将器物分门别类放置在展览空间中相关的容器里。这种展览设计与普通的室内装修差别不大,所以利用现行建筑行业中室内装修的相关制度即可实施。但信息定位型展览不是个别的物的呈现,而是以相对系统的故事叙述为特征。为了呈现一个地区历史的系统变化和社会生活较完整的画面,并凸显重大的历史事件和文化创造,往往采用情景再现的方式局部还原历史现象,同时采用各种视听材料进行深度的诠释与阐述。这就使得展览要素大为复杂,由实物展品、情景再现及包括视听与操作的信息传达装置共同构成。和器物定位型展览相比,它有以下几方面的特点:

- (1)有明确的主题;
- (2)有一系列为说明主题而设定的传播目的;
- (3)有一个帮助观众理解的故事线;
- (4)有一个能很好揭示主题并符合观众认知要求的展览结构;
- (5)通过对实物展品和非实物展品的合理组合,实现设定的传播目的;
- (6)非实物展品的制作必须经过真实性的检验;
- (7)传播目的实现与否成为判断展览质量的依据。

如此,展览的设计布展就涉及到非实物展品的制作,传播目的实现的效果,以及情景再现中的科学实证等问题。面对如此复杂的要求,原先用于器物定位型展览的作业程序和标准就无法适应了。为此,建立合理的程序与标准,是我们保证展览质量的一项重要任务。

(一)建立博物馆营建的合理程序,为展览提供良好的空间

此前一些地区的博物馆建设,采用“交钥匙工程”,也就是将竣工后的博物馆建筑移交给博物馆。由于建筑设计中缺乏对展览内容和展示方式的深入思考,很难具有针对性,结果整个布展工作就成了削足适履。为防止这种现象,必须建立和推广合理的营建程序:

- (1)进行资源与市场调查,开展前置评估与展览规划,明确展览的性质与主题;
- (2)根据主题进行展览策划,安排展览内容;
- (3)根据策划内容进行初步设计,确定表达方式,展览的基本视觉样式与风格;
- (4)根据展览内容和展示方式编写建筑设计任务书,明确功能分区与布局,确定展览空间的构成,包括空间的组合方式、空间的进深与面宽比、展厅高度、柱网结构、采光方式及特殊空间要求等,使建筑设计师有明确的设计目标;
- (5)与建筑设计师反复沟通和磨合,使建筑设计师清晰地了解展览的空间要求;
- (6)在建筑设计与营造的同时,进行策划与设计的深化,完成相关的招投标工作;
- (7)建筑完工、干燥期结束后进场施工。

这样的工作程序,不仅能提供更适用的展览空间,也能够节省大量的资金和时间。

(二)建立以品质保障为中心的展览实施程序与标准

器物定位型展览工程中绝大部分属于可定额的标准化施工,采用建筑法中室内装修的程序和标准是可行的。然而,在信息定位型展览中,展览设计与布展,其本质是将展览策划的内容用空间和视觉的形态呈现出来,展览能否贯彻策划意图,能否实现策划所设定的传播目的,成为决定展览能否成功的关键因素,这就要求设计者和施工布展者充分了解策划的意图;其次,信息定位型展览中涉及到大量的展品制作,包括情景再现、虚拟现实、创作性视频等,都涉及到真实性和准确性的问题,要求设计与布展人对相关的科学知识和文史知识非常熟悉,否则就会违背自然常识或文物制度,所以设计过程带有一定的学术研究的性质;再者,展览设计与布展要取得良好的传播效应,还应当熟悉认知心理学、教育行为学和人体工程学的相关知识,使观众以自然轻松的态度在良好的情绪环境中参观。这样,仅仅依赖普通室内装修的知识和技能就远远不够了。在这种情形下,简单采用普通公建的招投标方式,坚持设计与制作的分离,都会对展览质量造成伤害。

另一方面,要保证展览质量,优秀的展品制作团队或艺术家的配合非常关键,为了得到准确、独特和新颖的效果,除了艺术创意外,展品制作中还常常伴随着研究、探索和实验,如果简单地采用低价中标的方式,展览的中标方将不得不选择水平一般、价格低廉的专业公司进行配合,尽量降低制作成本,其结果必然是牺牲展览的质量。

所以,简单采用现存的以普通公建为对象的

建筑法规是不利于博物馆展览质量的。要保证展览质量,应该对博物馆展览建设的特殊性展开深入的调研,会同建设部,制定出有利于展览质量的法规和制度,包括资质认定和招投标程序,不仅要考察设计与制作单位的制作工艺水平,也要考察他们对博物馆文化及展览主题认知的深度。为了防止行业要求与上位法的冲突,应当努力将博物馆展览工程在建设法中列为特殊项目,再由文物主管部门制定相应的细则,使博物馆展览建设工程的程序与标准从公建本位转移到展览质量本位。

(三)建立保证展览品格的质量控制程序

如果说上述程序与标准主要是针对展览质量保证的外部条件的话,那么,展览营建中的质量控制系统则是保证展览品质的内部条件。这一质量控制系统主要体现在程序与审查的环节上。我国目前的博物馆展览建设,尚没有普遍适用的程序与制度,所以展览质量的控制力较弱,品质参差不齐。这一点可以借鉴美国的经验^[2]。美国博物馆展览制作大致分成五个步骤,其中每一步骤都包含若干环节:

(1)可行性阶段:概念的产生→可行性→审核、通过(审核不通过回到前一环节重新开始,通过则进入下一环节,以下审核环节均同)→目的的说明→审核、通过;

(2)初步设计阶段:集合团队成员→目的的沟通→拟定初步程序与预算→审核、通过→调查研究/前置评估→故事发展线/概念设计/形成评估→审核、通过;

(3)细部设计:脚本/最后设计/形成评估→成本计算与设计修正→审核、通过;

(4)制作规划:工期表与预算→建构与特定的建档→审核、通过;

(5)制作:制造与装置→开幕→维护→总结评估→展览重新设计/修正→审核、通过→重新设计/修正过程→审核、通过。

从这份程序表可见,由于每一步骤都包含着相关的审核程序,便可以有效地防止再现大的偏差。整个营建过程还包含了三个评估环节:前置评估,形成中评估和总结评估。

由于国情不同,各国在具体实施中也会有适合自己的具体标准,如何在实践中探索和制定符合中国国情,能有效保证展览质量,防止因返工造成时间与金钱浪费的程序与标准,是我们应当努力的方向。

(四)建立保证展览品格的财务保障系统

信息定位型展览的展览要素,除传统的实物

展品外,还需要大量非传统意义的展品,如高仿真的复制品、照相、录音和视频等;这些展品的收集与制作所产生的费用,在以往的展览制作中很少遇到。在现实中,由于缺乏相关的预算,许多博物馆要获得相关的图像资料,往往盗用现成的出版物,而不是到实地去拍摄录制,这在全球高度重视版权法的背景下很容易引起侵权的诉讼;同时,为了保证展览的科学性和真实性,在展品制作中还会遇到相关学术问题的研究、考证和咨询,以及现场考察,这也会产生各种费用;再者,由于存在着展览的传播有效性问题,依据设计图施工所产生的实际的传播效应,往往需要置于实践的环节中才能判断,所以必然会产生形成中评估的环节,以便发现存在的问题,并加以解决,这一过程也会产生大量的费用。所有这些都是我们以往很少涉及的,在展览制作经费中并不包含。为了保证展览制作的科学品质与传播能力,应该建立相关的财政保障制度,使展览建设在更合理和有效的资金平台上运作。这一点也可以借鉴发达国家的经验。欧美各国在展览营建的资金分配上,有一个大致的比例和标准,其中前期(策划与设计)为20%,制作为60%,调整与修改为10%,评估为5%,其他为5%^[3]。在我国,所谓的展览制作费用,主要是前期费用和制作费用两部分,前期费用通常不超过10%,其余主要是制作的费用。由于没有评估环节,调整和修改的费用缺乏制度上的保证,至于评估环节本身,则很少有博物馆开展。

(五)建立合理的展览评估制度,普遍推广独立的展览评估

在信息定位型展览的制作过程中,有几个环节是关键。首先,要清楚地知道观众要看什么,他们的愿望与兴趣何在,我们向观众提供什么展览才会使他们满意,在此基础上,我们确定展览的传播目的;其次,我们怎样才能有效地贯彻和实现设定的传播目的;第三,我们是否已经实现了传播目的,或者说,我们所设定的传播目的与观众实际参观中获得的印象是否一致,并使观众得到了预期的满意;最后,如果我们的展览尚没有充分实现设定的目标,或者一段时间后情况有了新的变化,我们怎样调整和修改,才能达到预期的或更好的展览效果和传播效应。这就是贯穿当代博物馆展览建设中的评估工作,包括前置评估、形成中评估、总结评估和改善评估,它们依次分别解决上述各环节的问题。

从上述美国博物馆展览的营建过程可以看到,从展览的营建过程直至完工开馆,都伴随着若干评估的环节。

为什么要开展展览评估呢?我们知道,一个事物未必就是像外观所见的那样。当我们对得出的结论展开更仔细和系统的调查后,可能会发觉自己的判断实际上是错误的。科学评估的目的就是超越个人主观判断,以便使测定对象得到比常识范围细致得多的调查,得到更客观、深入和系统的分析,从而揭示隐藏在背后的真相。这表明,要使展览符合观众的要求,使他们能得到所需要的东西,就不能仅仅依靠专家或领导的判断,而要采用科学的评估方法。

虽然在许多国家,与展览制作相伴随的评估是不可或缺的环节,但在我国,真正实行评估制度的,可谓少而又少。绝大多数情况下,不仅没有前置评估,展览的内容设定、形式设定和传播目的设定,也都取决于馆方或专家的意志,甚至有许多博物馆在展览策划中都没有明确表达出自己的传播目的。如果一开始就没有设定传播目的,在展览制作过程中是否遵循预设的传播目的也就成为一句空话;同样,总结评估也缺乏判断的依据。在这种情形下,想要对展览质量进行控制就无从谈起。

在我国,博物馆事业虽已逐渐走上了科学发展的轨道,但在其核心领域却出现了严重滞后的现象,应当引起我们充分的注意。开展独立的展览评估,并将评估环节纳入建设的必要程序中,再在资金上予以保证,展览评估工作才可能真正开展起来。这应该是当代博物馆展览建设中亟待解决的问题。

四 开展观众调查,了解观众的需求,建立多种形式的公众教育活动,拓展与深化博物馆的传播效应,提供更全面、优质的博物馆服务

展览的建成并不意味着大功告成。从现代博物馆教育来看,展览只是其中的核心部分,远不是全部。围绕着建成的展览,博物馆还有如何拓展、丰富和深化观众认识的问题。要更有效地提升博物馆的品质,为观众提供更优异的服务,我们还必须围绕展览开展以下两方面的工作。

(一)积极开展观众调查,了解观众的目的与愿望,掌握他们的实际受益情况,将此作为进一步发展的依据

在以器物定位型展览为主的年代,公众对博物馆展览的反应比较直接,进入博物馆的人数及他们在博物馆逗留的时间基本就能反映出他们的满意程度。然而,在信息定位型展览中,情况变得较为复杂。虽然进馆人数与逗留时间依然是重要的指标,但仅限于此是不够的。我们发现,一些展览吸引了较多观众进入,而且观众也逗留了一定的时间,但较深入的询问后便发现他们只获得了

视觉效果和高科技项目所带来的印象,对于展览的主题及内容却了解甚少。造成这种现象的原因可能与以下诸方面有关:一是博物馆在展览的策划与设计,缺乏对观众认知行为的认识,也缺乏传播学的理念与技巧,所以制作出来的展览观众看不懂;二是一些博物馆过分强调博物馆休闲观光的功能,而忽略了其教育功能,追求展览的高度娱乐性并以此招徕观众,却很少考虑观众在智性方面的受益;第三,也有一些观众在长期参观器物定位型展览的参观实践中,已经习惯了欣赏式的浏览,对获得新的知识与信息尚没有培育出必要的期待。从这个意义上讲,制作一批既具有优秀的欣赏品味,又具有良好的传播效应,使观众喜欢看,看得懂,并在智性与情感方面都有很好收获的展览,从而逐渐改变观众的习惯和期待,使观众在参观博物馆中得到更多收获,是中国博物馆界应该努力的方向。只有这样,博物馆才能获得可持续发展的空间。

要做到这一点,首要的问题是要通过开展积极的观众调查,明确我们的观众是些什么样的群体,了解他们的动机、目标、愿望及其变化,以及他们在特定空间形态中认知行为的特点。

从国际博物馆业的发展来看,观众调查是20世纪30年代以来出现的新举措,标志着世界博物馆社会化进入一个新的阶段,所以赫德森称之为“市场调查时代的博物馆”^[4]。相比之下,我国的工作还有很大的距离,许多博物馆尚未组织过正式的观众调查,也有一些博物馆虽然开展过观众调查,但所使用的技术与方法不完善,这些都影响了我们对观众的认识,尤其影响了我们对观众的实际受益情况的了解,从而使我们的展览质量判断缺乏依据,也使我们所作的努力缺乏针对性。所以,我们应当将开展观众调查作为一种制度建设,完善观众调查的技术与方法,将提升品质的战略目标建立在有效的观众调查的基础上。

(二)开展更丰富多样的公众教育活动,拓展与深化博物馆的传播效应,提供更全面、优质的博物馆服务

20世纪中叶以后出现了一种新的趋势,那就是在收藏与展览空间之外,又突出地发展出公共教育空间,如各种配合展览的小影院、讲演厅,各种为观众体验和查询而设置的探索角、发现屋、小剧场和信息角,以及各种为儿童教育专设的剧场教室、学习体验馆和实验室等纷纷出现,它们在博物馆建筑总平面图中所占据的比例也在不断增大。这也与信息定位型展览的出现有关,因为信息定位型展览在本质上属于以教育为导向的展览类

型,人们对展览主题及相关内容的了解与掌握是展览的主要目的。那么,如何才能更好地提高观众学习的效果呢?这里有两个方面值得考虑:其一,认知效应与原先的认知结构有关,与主题相关的背景知识越丰富,对展览内容就越敏感,学习的效果就越好。所以,许多博物馆在观众参观展览之前设置了一个前置性的教育环节,通过播放相关的电影或其它方式,使观众的认知结构在短时间内出现局部的变化,为观众参观提供了更好的背景知识,使观众的参观效果大为改善;也有一些博物馆,安排后置式的教育环节,即在观众参观完展览后,通过影院或集中的人机对话系统,帮助观众梳理、整合或深化与主题相关的知识。其二,人类接受信息与知识的形式是多种多样的,展览作为一种教育形式,其特征是通过对空间形态的视觉形象(包括实物的和非实物的,立体的和平面的)的观察来进行的,虽然这是博物馆传播的主导形式,但并不是唯一的形式。许多博物馆结合展览内容,安排了各种用于体验、操作、互动的空间,尤其是针对儿童观众,通过操作性的互动与体验,不仅能适应儿童观众生性好动好奇的特点,而且有助于他们在多种感觉器官共同作用下提高学习的效果。

相比之下,我国目前的博物馆建筑总平面布局中,将近50%属于展览空间,专用的公共教育空间所占比例很小,反映出博物馆传播形态主要囿于传统的展览,多种形式的公共教育尚未大规模开展起来。配合展览的影院系统、剧场教室和探索

角等,虽然在一些博物馆开始出现,但很不普遍。在大部分博物馆里,缺少专门为儿童提供的空间和项目。事实上,如果我们要将传统的庙堂文化改造成博物馆文化,就要从孩子做起,而如何吸引他们更频繁地进入博物馆,是我们当前的重要任务。因此,丰富博物馆的公共教育形式,提供更优质的服务,是根本的解决之道。

以上是笔者对如何全面提升博物馆品质的基本观点。笔者认为:应该从方法论的角度上,选择以信息定位型展览的建设为切入口,从展览质量保证的各个方面展开工作,从而全面带动博物馆的收藏、保护、研究、展览制作以及配合展览的公共教育,从整体上提升博物馆的品质。

[1][日]Nobuhiro Takahashi, *Museums & Amusement Parks, Display Designs in Japan 1980-1990* Vol.4, Rikuyosha, Printed in Japan, 1992, p.6.

[2][美]Kathleen F. McLean著,徐纯译:《如何为民众规划博物馆的展览》,台湾海洋生物博物馆2001年,第56页。

[3][奥]Friedrich Waidacher著,曾于珍等译,张誉腾校:《实务篇》,《博物馆学——德语世界的观点》(下),台北五观艺术管理有限公司2005年,第138页。

[4]现在在许多国家,对观众进行调查研究已经成为博物馆的常规工作。有学者在就此项问题进行调查时,已不再统计有多少家博物馆做过观众研究,而是统计还有多少家博物馆尚未开展过此项工作。参见[英]Kenneth Hudson, *A Social History of Museums*, The Macmillan Press, 1975。

Information Oriented Exhibitions: Raising the Quality of Chinese Museums

YAN Jian-qiang

(Department of Cultural Relics and Museology, Zhejiang University, Hangzhou, Zhejiang 310027)

Abstract: The Information Oriented Exhibition takes the multifaceted quality of museums as its foundation. It deals with museum collection policy, research strategy, exhibition organization, exhibition communication technology and related education, and so on. Only each process is in line with the requirements of science can we hope to build exhibitions that are attractive, understandable, and capable of inspiring and educating. Therefore, by envisioning the Information Oriented Exhibition as a paradigm, we should establish a collection policy that will have "preserving social memory" as its core value; enhance the research done on museum collections to build stronger academic support for Information Oriented Exhibition; create a set of protocols, standards and a process of exhibition review to pave the way for exhibitions with higher quality communication abilities in the future; and deepen our commitment to effective communication and build exhibitions with rich public education functions, so as to raise the quality of modern museums in a fundamental way.

Key words: Information Oriented Exhibition, museum construction, museum quality

(本文终校:毛颖)