

“互联网+博物馆教育”的新思考

杨丹丹

(首都博物馆 北京 100045)

内容提要:随着“互联网+传统行业”倡导的提出,日新月异的互联网新技术开始不断地运用于博物馆的展览和建设中,拓展了博物馆服务的时间和空间,惠及民生。面对博物馆自身发生的巨大变化,博物馆教育工作也应做出相应改变,与之协调发展。博物馆学界除了关注互联网技术层面的引入和呈现,更应关注技术改变背后带来的理念和思维方式的创新。对“互联网+”形势下的博物馆教育进行必要的分析研究,意义重大。

关键词:博物馆 教育职能 互联网+ 融合 创新

中图分类号:G260 **文献标识码:**A

近年来,互联网世界风生水起,不仅改变着人们的生活方式,也潜移默化地影响着人们获取信息的方式方法。据统计,截至2016年12月,中国网民规模达到7.31亿,其中手机网民高达6.95亿,中国互联网的普及率已突破53.2%^[1],互联网在受众日常生活中的重要地位已不可替代。据此,通过互联网渠道参与博物馆教育活动的受众与日俱增,这也就对博物馆教育和博物馆从业者提出了新的要求:博物馆从业者一方面要了解受众需求,把握网络平台的优势,发挥互联网的最大价值;另一方面在科学技术革新的基础上,要更加注重理论和观念的提升。本文将结合笔者在博物馆教育方面从业多年的实践经验,对上述问题进行研究和探讨,试图寻求一条博物馆教育在互联网形势下能系统化发展的可行之道,求教于方家。

一、“互联网+博物馆教育”的发展历程

伴随1905年南通博物苑的诞生,中国博物馆的教育功能即被社会广泛认可。20世纪二三十年代,受当时西方先进理念的影响,中国学界开始对博物馆教育展开学术性研究,认为博物馆教育应该肩负改造社会的使命,教育形式则是展览。1949年中华人民共和国成立后,博物馆教育配合国情需要,主要围绕“认识历史、认识自然,热爱祖国,提高政治觉悟和生产热情”^[2]的政治内容展

开,教育形式依旧是单一的展览。改革开放以来,博物馆教育回归文化教育的使命,基于藏品研究发挥社会教育功能,教育形式开始向“参与”、“互动”转化。21世纪,大部分学者对博物馆教育的概念存在这样的共识:博物馆教育是根据博物馆的藏品和陈列展览以及相关材料,运用多种手段和方法,直接形象地对观众进行科学文化教育,提高其思想品德、审美情趣^[3]。教育的重心从“以物为本”(藏品)向“以人为本”(观众)转化,新技术大量用于展览陈列,体验式互动项目、馆校合作等活动成为博物馆教育的新形式。此外,对博物馆教育的性质和角色定位等理论性内容也在不断发展。值得一提的是互联网技术在博物馆建设中的应用,催化了博物馆教育的发展。

“互联网+”,是互联网技术发展 to 一定程度而出现的一种新理念,简单来说就是互联网与各个传统行业的交叉互补,以此为各行业实体带来新的生命力,这一理念的出现是互联网技术和社会发展的必然。2012年,易观国际董事长于扬首次提出“互联网+”的理念,认为这是互联网与各行业产生的化学公式^[4];2015年3月,李克强总理提出“互联网+”行动计划,强调要推动互联网与传统产业的融合发展^[5]。2016年11月,国家文物局联合多家部委共同编制了《“互联网+中华文明”三年行动计划》^[6],为文博领域在互联网时代

收稿日期 2017-03-06

作者简介 杨丹丹(1967—),女,首都博物馆馆长助理、副研究员,主要研究方向:博物馆公共教育。

Nanjing Museum. All Rights Reserved. <http://dnwh.njmuseum.com/>

的创新发展指明了方向。

综上所述,笔者认为应该把“互联网+”的理念引入到博物馆教育的实践中,使两者相得益彰,产生叠加效应,促进两者的共同发展。

二、“互联网+博物馆教育”的发展现状及分析

(一)“互联网+博物馆教育”的发展现状

目前,全国各级博物馆都在努力推行利用互联网技术丰富展览陈列的形式和内容,提升观众对博物馆参观的体验感,壮大与公众交流的阵地等新举措,实现了从传统参观展览向多元化互动体验和个性化定制服务的转变,取得了显著成果。主要体现在以下几个方面。

1. 新媒体平台的搭建

以微信、微博和网络直播为代表的新媒体平台备受大众青睐,成为大众获取信息和各抒己见的主要工具。互联网思维下的博物馆需要重新定位博物馆与观众的关系^[7],公众在博物馆教育中的角色已经不再只是单纯的信息接收者,同时也成为信息的创造者和传播者。目前,全国各级博物馆都逐步建立起官方新媒体平台,作为新形势下博物馆与公众联系的新渠道。以首都博物馆为例:微博、微信开通的几年间,“粉丝”数分别已达到27万和10余万,远超展厅的当日接待人数。“粉丝”可以在平台上留言、评论和提问,工作人员会定期查看并回复,部分实现了一对一定制化服务。伴随网络直播的火热兴起,首都博物馆抢占直播平台的先机,组织专家与权威媒体共同对“读城——追寻历史上的北京城池”(以下简称“读城”)展览、“美·好·中华——近二十年考古成果展”等多个展览进行了数次大规模的直播活动,观众人数累计超百万。这种方式不但令观众实现了与专家的现场对话,跟随专家深度体验、解读展览,还可以随时翻看重播,使“不落幕”展览成为可能。

2. 导览讲解方式的改进

讲解,作为博物馆教育的主要活动形式之一,也在互联网的影响下发生着改变。传统的讲解员讲解,因为人数、内容和时间的限制,并不能满足所有人的需求。“移动智能终端导览应用服务”以及“语音导览二维码”的出现,满足了观众自由聆听讲解的需求^[8],观众之间彼此互不影响,还可以根据自己的兴趣选择讲解内容,是个性化服务的体现。目前此类智能讲解方式已在国内多家博物馆投入使用,普遍获得好评。例如,中国国

家博物馆在“古代中国陈列”展中,为藏品生成二维码,观众用手机扫描后即可获取语音讲解内容,使丰富的藏品信息超越了简略的标签内容,满足了观众的差异化需求。

3. 利用pad掌上设备带来共享文化体验

博物馆人的教育实践一直在试图打破展览和活动场地等的时空局限,既希望展览能长存,又希望教育活动能随时随地进行。首都博物馆的“读城”展览利用pad移动终端设备,将展览装进了一部小小的掌上平板电脑。pad的内容包罗万象:三维展厅的呈现,使观众不用进展厅就可将整个展览尽收眼底;展览相关知识,满足了部分观众深度解读展览的需要;pad所展现的展览背后的故事,拉近了观众与策展人的距离,令观众了解展览策划、实施的全过程;除此以外,还有专门为青少年量身打造的展览益智游戏等。pad掌上设备的使用,不仅满足了不同受众的需求,拓宽了展览的覆盖面,也符合互联共享的理念,实现了文化资源的合理配置。首都博物馆举办的“读城”展虽已在2016年落幕,但数字版“读城”以特有的方式,既能保留展览又能及时接受观众的信息,不断充实展览过程中无法实现的内容。2017年首都博物馆将数字版“读城”分别带到首都师范大学、北京语言大学及各中小学校,在天津参加京津冀三地博物馆教育联盟活动时,利用pad掌上移动终端实现了与天津中学生共享“读城”展览内容和互动游戏的体验。未来数字版“读城”还将随展到新疆等地开展异地互动分享体验,彻底突破空间场地的限制,使展览永不落幕。

4. 数字化博物馆带来的全方位互动体验感

数字化博物馆,笔者的理解是即为数字网络与博物馆的结合。具体来说,就是在博物馆建设和受众观展、教育活动中运用数字化技术,从而转变受众传统的学习和观赏模式,使博物馆更亲近公众,从而激发受众的学习兴趣。全国多家博物馆都设有数字互动体验区,这既缓解了观众参观博物馆的疲劳,又发挥了博物馆教育职能。已建成的南京博物院数字馆,360度的灯光隧道营造出梦幻意境,大大激发了观众探索的热情,许多观众特意在此留影;观影区有休息台阶,观众在休息恢复体力的同时,也可以观看馆方制作的历史题材的视频;在触屏绘画区,观众不但可以体验画陶器的乐趣,还会体验到自己绘画作品显示在大屏幕的自豪感。内蒙古博物院利用数字流动车送展览下乡,让边远地区的观众一饱眼福。

另外故宫博物院、中国国家博物馆、上海博物馆等都在建设各具特色的数字博物馆。这些利用互联网和数字技术搭建的新型博物馆成为博物馆教育领域新的尝试,无形之中降低了公众参与的门槛,让更多受众参与到博物馆教育活动中。

5.智慧博物馆建设理想中的博物馆“大百科”

智慧博物馆是在数字博物馆的基础上发展起来的,它以社会需求为驱动,重新梳理和构建博物馆的各要素,在“人、物、数据”三者之间互联互通的基础上,最终搭建起智慧保护、智慧管理和智慧服务于一体的博物馆全智能化生态系统^[9]。博物馆教育作为智慧服务的重要组成部分,至少应包含线下的教育课程活动、文创产品衍生,以及线上的资源开发和共享等内容。近年来,在国家文物局的领导下,博物馆纷纷开始推进智慧博物馆的建设。笔者曾于2016年对国内正在建设的智慧博物馆进行考察学习,对智慧博物馆利用“互联网+”手段完善博物馆教育职能深有感悟:智慧博物馆下博物馆的教育职能,一方面要适应系统化协同工作的方式,不仅打破人与人、物与物间的隔阂,更打破人与物之间的壁垒,在博物馆内部小环境和外部大环境之间建立更加深入和广泛的互联互通;另一方面要紧跟开放化的创新发展方式,实现博物馆教育发展中线上和线下乃至不同领域跨越式结合。目前,智慧博物馆的建设还处于起步阶段,实现智慧化任重道远,相信国内诸多博物馆正在结合自身特征做出有益尝试,未来,足不出户尽览博物馆将成为可能。

(二)“互联网+博物馆教育”的现状分析

结合以上博物馆教育现状分析可以发现,互联网技术层面的参与使整个博物馆教育事业迈上了一个新台阶,打破了博物馆教育的原有格局,传统的博物馆正焕发出新的生命力。放眼未来,要使这种局面持续、稳健、系统地发展下去,仍需对博物馆教育理念和思维方式的转变进行系统性探讨^[10]。当前的“互联网+博物馆教育”正呈现出如下局面。

1.无限扩展教育阵地

“互联网+”背景下的博物馆教育,逐渐打破了时间和空间的局限,可以与公众随时随地共享教育资源。教育阵地从传统的一个展厅、一个馆或活动室,可以发展为国内和国外的馆际合作,还能横向打通各学科领域的壁垒,实现博物馆教育的多学科交叉传播,最大限度地凝集社会各领域力量,完善博物馆教育实践。除此之外,观众可以借助互联网技术,通过互联网虚拟空间或者硬

件设备保存博物馆教育的相关资源,实现博物馆教育在时间、空间上的延伸。

2.无限影响教育对象

博物馆教育不是一蹴而就的事情,它要帮助受众完成自我思考和终身学习的目标。互联网技术的介入,使教育信息资源长期有效,受众可以根据自己的需求选择适时的时间接收信息、重复观摩、不断学习和拓展知识结构。同时,一些新元素的创意呈现以及互联网技术下的新传播形式,令受众对信息印象深刻,容易激发受众的学习、观摩欲望,并激起其思维火花,从而不断扩大博物馆教育的受众对象并加强教育效果。

3.实现共享理念

时下共享经济成为我国经济领域的一项重要创新应用,既实现了资源的优化配置,又满足了多重社会需求。在互联网形势下的博物馆教育,也可以借鉴共享经济理念,融合互联网技术和移动终端,通过持续开发应用设备、软件应用系统,实现博物馆教育资源的互联共享,降低教育活动边际成本的支出,实现有限教育资源的应用最大化。从受众角度来看,观展成本的降低和观展形式的多样化,也会吸引更多受众加入博物馆教育的行列。

4.便捷而个性化的教育服务

“互联网+”倡导下,人性化、个性化、特色体系成为博物馆教育评价的新标准之一。通过博物馆官方网站,微信、微博社交平台以及各种智能系统所产生的大量与公众相关的非结构化大数据,成为实现博物馆个性化服务的依据。基于大数据的分析,将受众依据不同的背景和客观条件加以划分,有助于博物馆开展跟踪服务、精准服务、知识关联服务和宣传推广服务等,形成针对不同受众群体的个性化博物馆教育产品,满足不同个体的需求。

三、“互联网+博物馆教育”的新思考

综合分析,“互联网+博物馆教育”的发展模式不仅可行,而且前途不可限量。要令两者产生“1+1>2”的叠加效应,需要博物馆人在实践中不断积累经验,加强理论学习,开拓一条行之有效的道路。笔者结合从业实践经验和目前的发展现状,认为“互联网+博物馆教育”应从如下方面进行思考和探讨。

1.“重新定义”博物馆教育服务

传统意义上的博物馆教育主要是指在博物馆馆实体所进行的教育活动,随着互联网技术

的发展,这一定义并不能完全包含时下的博物馆教育,因此我们需要打破桎梏,对新形势的博物馆教育进行“重新定义”。新时代的博物馆教育不应该再受到时间、空间等限制,应主动倡导多学科多领域融合,打造全球视野下多形式包罗万象的“大社教”理念,并以此理念指导博物馆教育各项工作的开展。唯有此,博物馆人才能做出更多系统化、可持续、可推广的博物馆教育产品。

具体来说,以往的博物馆教育活动受到时间、空间、博物馆从业者自身经历、宣传渠道、现场协调等客观条件的制约,极大削弱了教育效果。而“互联网+博物馆教育”理念的倡导,更强调在互联网思维影响下的博物馆教育的创新,而非单纯的技术借鉴、手段更新。这种“大社教”的创新思维,将博物馆教育置于更为广阔背景下,打破原有的壁垒,博物馆和观众得以在一种全方位的体验式活动中进行互动,实现教育的最终目的。同时,这种互联网博物馆教育,与原有的博物馆教育相比,具有更多的学科交叉、跨界融合的特征。创新开放下的博物馆教育,成效倍增。

2. 受众研究机制的开发

在“以人为本”的现代社会中,受众的重要性不言而喻。作为博物馆教育的主要对象,受众成为衡量博物馆教育的最重要标准。新形势下,博物馆人要更加重视受众在博物馆教育中的地位和作用,更新自身服务理念和教育意识,建立系统化的博物馆教育受众研究机制,以此为依托实现以受众为主导的新型博物馆教育模式。

首先,对受众进行分层次分对象的研究,以差异化的方式帮助受众共享资源和成果。博物馆教育的受众因年龄、教育背景、生活阅历等不同,对博物馆教育产品的需求和理解存在较大差异,直接影响教育的执行和效果,这要求博物馆教育的实施者对受众群体进行分类研究,基于不同展览或教育产品,拟定不同的实施方案。例如首都博物馆“读城”展系列活动,在以青少年为主体实施教育活动时,组织者专门研究了青少年的生理、心理特征,讲解词的深度、内容以及活动的形式、强度等都注意全方位契合青少年的需求;而针对老北京居民的博物馆教育实施方案则有所区别,活动针对中老年观众的生活经历和心理特征进行设计,全程贯穿着怀旧的情感认同元素。这种分层次分对象的社教活动让不同群体在同一主题活动下各取所需,产生了良好的反响^[1]。

其次,在互联网背景下,利用大数据分析来

调研受众需求、跟踪传播效果成为可能。线上线下的交互式体验、公众平台的推广关注乃至受众的主动参与行为为博物馆教育大数据研究提供了丰富的信息来源。例如,首都博物馆的“读城”展组织核心受众构成的智囊团全程参与展览的策划、实施和后续活动,随时跟踪评价,及时修正博物馆教育活动,迎合受众需求。

最后,在受众研究机制的开发中,作为倡导者的博物馆人,进行自我学习和提升成为必不可少的环节^[12]。受众信息的收集只是停留在技术层面,而进行分析和解读才是目的。博物馆人只有掌握扎实的理论基础和创新的社教理念,才能更好地运用互联网思维实现受众的全方位研究。

3. 兼容并蓄的融合与开放共享模式

借助互联网,博物馆可以引入全社会各领域的资源,跨界融合与资源开放共享是未来博物馆教育发展的必由之路。

一是空间上,博物馆内部和外部的跨界融合与开放共享。在博物馆内部秉承博物馆诸多行为皆归属教育表现形式的理念,实现多部门协作联动机制。比如社教与展览、藏品、文创、宣传、数字多媒体等部门合作,打造数字虚拟产品,让受众实现不受限的交互式体验。又如,针对公众对实时信息知识的渴求,社教与宣传部门的工作更应加强合作,由断断续续的点状式信息发布,转型为不间断的线性信息知识发布。在博物馆之外,社会上还存在更为丰富的教育资源,博物馆人努力建立实现不同行业领域的合作机制。以中小学生学习教育为例,可以实行“博物馆+文化遗址地+图书馆+学校课堂”相结合的跨界组合,实现不同行业的资源共享,互通联动,满足不同受众对教育内容的诉求。

二是博物馆教育内容与组织者角色的跨界融合与开放共享。“互联网+”让博物馆教育从封闭走向开放,打破了专业权威对知识、信息、资源的垄断,让教育从封闭走向开放,使人人能够实现对资源的创造、共享和使用。在互联网开放共享的大背景下,博物馆教育内容一方面应该立足于本馆基础,吸纳整合与之相关的更多资源,包括学术科研机构、网民观点等;另一方面,借助互联网门户平台、视频平台、自媒体平台等多种形式,寻求更好的传播效果,实现与互联网的深度融合和跨界;与此同时,人力资源也可以做到最大的跨界合作,实现智力共享。以往博物馆教育多由专门的社教人员负责,而互联网则让更多的

“外行人”来参与,博物馆内的非社教部门的员工、高校研究所的学者、关注博物馆事业的热心观众乃至普通公众都可以担当起教育组织者的角色。他们涉及各行业、各年龄层,这些外部力量的介入,丰富了教育实施者在组织源头的多元思维,实现了单向指导教育向互动式教育的转型。

综上所述,在“互联网+”持续发展的新形势下,博物馆教育应该在技术革新的基础上,融入创新的教育理念,积极探寻“互联网+博物馆教育”的落地实施和可持续发展之路。这既是博物馆教育发展的内在需求,也是博物馆学学科建设不可或缺的部分。

- [1] 中国互联网信息中心:《第39次〈中国互联网络发展状况统计报告〉》,中国网信网,[EB/OL][2017-01-22]
<http://www.cac.gov.cn/ennic39/index.htm>.
- [2] 中央人民政府文化部:《对地方博物馆的方针、任务、性质及发展方向的意见》,1951年10月27日。
- [3] 李云鹏:《近七十年来中国博物馆教育研究述评》,《安阳学院学报》2010年第5期。
- [4] 于扬:《互联网+》,2012“易观第五届移动博览会”演讲,

首次提出了“互联网+”理念,搜狐科技网,[EB/OL]
[2012-11-14] <http://it.sohu.com/20121114/n357591531.shtml>.

- [5] 《“互联网+”行动计划》,人民网,[EB/OL][2015-04-13]
<http://opinion.people.com.cn/n/2015/0413/c159301-26832630.html>.
- [6] 中共中央网络安全和信息化领导小组办公室:《五部门关于印发〈“互联网+中华文明”三年行动计划〉的通知》,[EB/OL][2016-11-29]http://www.cac.gov.cn/2016-12/06/c_1120064030.htm.
- [7] 宋向光:《互联网思维与当代公共博物馆发展》,《中国博物馆》2015年第2期。
- [8] 丁福利:《论我国博物馆教育发展的新趋势》,《中国博物馆》2013年第3期。
- [9] 宋新潮:《智慧博物馆的体系建设》,《中国文物报》2014年10月17日第5版。
- [10] 杨丹丹:《论博物馆教育活动的可持续发展——以首都博物馆青少年教育活动为例》,《中国博物馆》2010年第1期。
- [11] 杨丹丹、王新迎:《从首博“读城”策划实施谈博物馆教育》,《首都博物馆论坛》2016年。
- [12] 宋向光:《博物馆教育的新趋势》,《中国博物馆》2015年第1期。

New Thoughts on “Internet Plus Museum Education”

YANG Dan-dan

(Capital Museum, Beijing, 100045)

Abstract: With the concept of “internet plus” being advocated and applied in conventional industries, new internet technologies are increasingly adopted in exhibitions and museum development, which in a way expands the service that the museum offers and is beneficial to the public. Facing the drastic changes that the museum is experiencing, museum education is expected to make corresponding changes to ensure coordinating development. In addition to the introduction and adoption of new internet technologies, what more important is to pay attention to the innovation of ideas and ways of thinking brought by technological changes. To re-examine museum education in the context of “internet plus” is therefore necessary and valuable.

Key words: museum; educational role; internet plus; integration; innovation

(责任编辑:王霞;校对:张蕾)