

# 相关性 共鸣度 同理心

## ——博物馆企及观众的关键所在

郑 奕

(复旦大学文物与博物馆学系 上海 200433)

**内容提要:**“保持与当代社会的相关性”理应成为博物馆的发展要义。展览、教育等惟有搭建在“相关性”的基础之上,吸引观众关注,才有可能进一步引发他们共鸣,促使其感动、铭记,并最终激励他们的同理心,改变其思维和行为。这是环环相扣、层层推进的一体化进程,以达求博物馆传播的良性循环,真正企及观众。对博物馆如何通过展览、教育以达求“相关性”“共鸣度”“同理心”等企及观众的核心要义进行探讨,将促使博物馆真正讲好当下的故事,同时走近观众,进驻他们的心灵。

**关键词:**博物馆 展览 教育 相关性 共鸣度 同理心 观众

**中图分类号:**G260

**文献标识码:**A

国际博物馆协会(The International Council of Museums, ICOM)每年都为当年的“国际博物馆日”选择一个与社会相关的主题,2017年的主题为“博物馆与有争议的历史:博物馆讲述难以言说的历史”(Museums and Contested Histories: Saying the Unspeakable in Museums)。值得一提的是,澳大利亚研究委员会(The Australian Research Council)和加拿大博物馆协会(The Canadian Museums Association, CMA)自2002年始即开展了一项持续三年的研究——“作为争论场域的展览:当代博物馆的社会角色”。结果显示:大部分人都接受博物馆举办争议性主题的展览,并认为其有责任去触碰这些话题,尤其是在当前越来越复杂的全球化社会;人们认为博物馆应该成为思辨、对话的场所,甚至去转变大众的思考方式,毕竟社会中这样的场所并不多<sup>[1]</sup>。

事实上,“保持与当代社会的相关性(relevance)”理应成为博物馆的发展要义,基于此,博物馆努力与人们的生活发生联系。而博物馆的展示、教育惟有搭建在“相关性”的基础上,吸引观众关注,才有可能进一步引发他们的共鸣(sympa-

thy),促使其感动、铭记,并真正激励他们的同理心(empathy),影响其思维和行为的变化。这是环环相扣、层层推进的一体化进程,以达求博物馆传播的良性循环,真正企及观众。

近年来,我国博物馆每年举办展览3万余个,举办约11万次专题教育活动,参观人数约9亿人次<sup>[2]</sup>。但它们若仅立足过去,没有嫁接到当下,观众自然难以引发共鸣,更少有发自内心的感动。因此,本文将探讨博物馆如何通过展览、教育以达求“相关性”“共鸣度”“同理心”等企及观众的核心要义,促使博物馆真正讲好当下的故事,同时走近观众,进驻他们的心灵。

### 一、相关性:将展览故事叙述和教育输出与当下社会发展结合

现代博物馆的展示教育不仅贯连古今,亦可折射时下社会真貌,甚至为未来提供思考与探索空间。故社会的脉动及民众所关心的议题,常是博物馆展览故事叙述和教育输出的主题方向,以反映社会需求、促使社会发展<sup>[3]</sup>。

大英博物馆(The British Museum)的发展信条之一是“不办没有思想的展览”。它曾举办“莎

收稿日期 2017-09-05

作者简介 郑 奕(1983—),女,复旦大学文物与博物馆学系副教授、博士,主要研究方向:博物馆展示教育、博物馆公共文化服务。

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

士比亚:世界大舞台”展览(Shakespeare staging the world),但这不是“炫耀”莎士比亚的伟大文学成就,而是为了探讨当下世界在全球化进程中遭遇的问题。其董事凯伦·阿姆斯特丹(Karen Amsterdam)说:“通过莎士比亚的眼睛和他的描述,我们重新回顾欧洲的现代化历程。许多正在困扰当下的全球性问题,在莎士比亚的时代已经悄悄萌芽。”<sup>[4]</sup>的确,很多隔阂都因为人们对其他文化的偏见或无知而产生,而博物馆正可以通过展览呈现历史、阐释文化,产生积极影响。

当然,在选择展览主题时,除了思想性,“流行文化中有什么”也不妨得到考量。也即,关于该主题,流行文化怎么说?电影、博客、电视、网站、新闻、书籍、学校课程、常见的误解等都能帮助博物馆进一步了解和企及观众。比如,如果许多观众对古玛雅文明的唯一认知是其预测了世界末日,该预测无论真伪,就提供了一项展览线索,抑或至少是一个信号,这是本展览需要“斗争”的大众的误解。流行信息来源帮助博物馆洞悉什么是该主题可能吸引观众的,什么切入点是最有效的。

同样是在英国博物馆界,伦敦博物馆(The Museum of London)为改变“英国年轻人不热衷博物馆”的窘状,特别成立了青年组织——“‘汇聚力’青年会”(Junction),由16—21岁的年轻人组成。事实上,博物馆需要站在“贴近青少年的兴趣并富有创造性”这一高度来开展工作,因为惟有将历史与当前热议的话题关联,才能更好地帮助他们了解生存的世界。

时下,博物馆与学校的合作如火如荼。但就我国将博物馆纳入青少年教育体系事业而言,其尚处于初级发展阶段,投入与产出仍不成正比。其中,“相关性”的缺失是一大原因,并主要体现在博物馆方。具体说来,博物馆必须系统审视其所有文教产品和服务,并将它们与国家、省市、地方三级学术标准契合。这份对“相关性”的强调促使博物馆深入理解馆校合作中教师的挑战和需求,并探索自身作为学习机构如何在教育改革中在扮演主要角色的同时影响改革的进程和结果<sup>[5]</sup>。

## 二、共鸣度:激励观众情感,用故事引发故事

博物馆中的情感成分与认知、物理成分同样重要,甚至更重要。好的展览故事吸引、“侵占”我们的情感。当在情感上参与时,我们更在乎并更容易铭记。讲故事不止于传播知识,而在于产生理解力,激励个人含义的构建。精彩的故事里往

往还有故事,它们企及受众,打开其心灵、点燃其想象、激励他们创设属于自己的故事<sup>[6]</sup>。

澳大利亚博物馆(The Australian Museum)于2003年举办了“死亡:最后的禁忌”展览(Death: The Last Taboo)<sup>[7]</sup>,其目的是揭开死亡神秘的面纱,让人们有一个场所、一段时间去思考 and 探讨这个平时不常谈起、害怕谈起的话题。一些死者的物品被用来讲述真实发生的故事。展览最终大获成功,策展团队认为叙事方式(narrative)是关键,整个展览并非以猎奇的眼光看待死亡,而是用贴近观众、感人的语言去解读死亡,帮助观众处理这个敏感、禁忌的话题,并尽可能真实地体验死亡,引发共鸣<sup>[8]</sup>。

就故事的精髓而言,最佳故事向我们呈现了如何善待自己、他人以及周边世界。事实上,博物馆举办争议性主题的展览,其目的不是制造争议,而是因为这些议题真的重要,人们需要一个场域去了解、思考、讨论它们,而这也是博物馆的社会责任之一。新近在大英博物馆举办的临时展览“渴求爱的认同:挖掘LGBTQ(指代同性恋、双性恋等社群)历史”(Desire, love, identity exploring LGBTQ histories)即属此列。

美国史密森国立历史博物馆(Smithsonian National Museum of American History)的“美国总统制——光荣的负荷”展览(The American Presidency: A Glorious Burden)堪称经典。其二元对立的标题在第一时间直指主题:“总统”对于美国公民而言,是个体职位、权力的巅峰,此谓“光荣”;但“总统”同时面临着高压甚至是危险,以及一以贯之的制度限制,此谓“负荷”。同时,展览不止于聚焦“总统”,落脚点更在其背后的制度——“总统制”。展览分为九大版块,不同版块的版面颜色不同,但以美国蓝为主。展览前三版块“创设总统制”(Creating the Presidency)、“庆祝就职”(Celebrating Inaugurations)和“总统角色”(Presidential Roles)以客观叙述为主。但到了第四版块“作为标志和家的白宫”(The White House as Symbol and Home),版面颜色从蓝色过渡到红棕色,讲述总统工作、生活的白宫及第一家庭,此时观众开始理解保护至亲隐私的重要性。第五版块“总统权力的限制”(Limits of Presidential Power)直指展览主题,通过尼克松总统“水门事件”等的直面,观众自然而然明白三权分立制度的合理性。第六版块“刺杀与哀悼”(Assassination and Mourning)使用了全展览唯一的黑色版面,凸显总统无法回避的

高压及高风险,比如林肯总统于在位期间被刺杀。接下来在第七版块“民众想象中的总统(制)”(The Presidency in Popular Imagination),展览用鲜活的橙色引导观众改变心情,讲述美国第26任总统西奥多·罗斯福的著名的“泰迪熊”故事即源于此。紧接着,第八版块“总统(制)后的生活”(Life after the Presidency)则通过红棕色版面将总统们荣休后的趣事娓娓道来。至此,“总统”与民众的距离已在不经意间被拉近。而尾声可谓整个展览的升华,取名“至高权力”(The Ultimate Power),与展览标题呼应。整个版块使用了橙色,引发共鸣高潮。但此“至高权力”不源于总统,而源于每一位民众,激励大家投出神圣和关键的一票。

### 三、同理心:换位思考,弥补缺失的幸福与和谐

同理心是人类的本能,为大众提供了遵守社会规范、建立信任的生物学基础。当今社会迫切需要增进人与人之间的理解,可惜人类这一重要能力正在逐渐弱化。然而,博物馆所具有的内在优势可以让其成为养护同理心的有效引擎,帮助人们理解“他者”(尤其是弱势群体),换位思考,从而巩固社会关系<sup>[9]</sup>。

据美国《综合社会调查报告》的数据分析,参观博物馆等有利于提高公民的参与度、容忍度和无私奉献精神。且有证据显示,博物馆所采用的“沉浸式”讲故事方式有利于培养同理心,而包括同理心在内的社交情感能力正影响着教育与人生的远期发展。值得一提的是,美国博物馆联盟(American Alliance of Museum, AAM)自2012年始,已连续6年发布《趋势观察》(Trends Watch)预测报告,2017年的报告即阐述了包括同理心在内的影响未来的五大趋势<sup>[10]</sup>。

就我国博物馆界的实践来看,其“相关性”“共鸣度”“同理心”传播呈递减态势,尤其是对“同理心”的培养几乎缺位,在企及观众方面存在严重缺憾,特别是精神层面的深层次企及。国际博物馆界不乏值得援引的优秀实践,2011年“保罗·汉姆林基金会”(Paul Hamlyn Foundation)资助了一个博物馆奖项——“幸福博物馆项目”(Happy Museum Project),旨在奖励那些为社会安康和稳定作出贡献的英国博物馆与美术馆创意性项目,并致力于发掘博物馆在社会可持续发展与幸福感提升方面存在的巨大潜能。获此殊荣的机构特点为:探索与自然世界的联系,关注精神“健

康”、博物馆是疗伤之所、博物馆是故事与游戏的乐园、关注流浪人口、关注社区管理、加强本地合作关系<sup>[11]</sup>。

之后,英国艺术委员会(Arts Council England)于2013年首度发布了《在变化的世界中博物馆进行再思考》(Re-imagining museums for a changing world: learning and evaluation)学习和评估报告,结果显示博物馆能提高人们的幸福感,同时提升他们对健康的认知水平。并且,受调查人士认为参观博物馆的体验相当于每年为个人增值3200英镑。此外,英国博物馆协会(Museums Association)于2013年启动了“博物馆改变生活”(Museums Change Lives)主题活动,呼吁各馆发挥社会导向作用,与社区携手合作,例如英国巴恩斯利体验博物馆(Experience Barnsley)为痴呆症患者开设咖啡屋,卡迪夫故事博物馆(Cardiff Story Museum)为难民和流离失所者提供庇护等<sup>[12]</sup>。

的确,世界已经与往昔不同,这一切都促使博物馆重新定位自己的使命,并扮演联系人的角色;同时,观众不再仅仅处于受益人地位,而是向其亲朋好友传递知识的团队协作者——这些都是博物馆发挥其软实力,养护和培育同理心,从而巩固社会关系的实践机遇。

### 四、如何提升博物馆的“相关性”“共鸣度”“同理心”理念与实践

无论是博物馆的展览项目还是其教育活动,它们本质上都是博物馆的传播媒介,是其输出公共文化服务的最主要载体。好的公共文化服务关键在于对观众的激励,而这恰恰是构建博物馆展览和教育“相关性”,并上升到企及观众“共鸣度”以最终实现其“同理心”等态度与能力培育的核心所在。就如何提升博物馆的相关理念与实践,一系列原则、要义值得博物馆铭记与恪守。

#### 1. 研究“相关性”“共鸣度”“同理心”的对象——观众

对于展览的构想,真正的困难不在于选择主题,而在于认识到该主题之于观众、博物馆的关联及潜力。展览开发团队需要将观众体验置于中心位置,因此首要任务是明确主要观众或目标观众,关注其需求何在,展览有无服务好他们。

观众需求可以分成三大基本类:认知的(或智力的、教育的、说教的),情感的,体验的(或物理的、行为的、社交的<sup>[13]</sup>)。建构主义理论强调:当展览创设者能提供观众工具来自我构建知识、而



非试图填鸭自己所认为的重要信息时,展览最为成功<sup>[14]</sup>。其核心在于,观众通过把先前的想法、感受、问题和事实与展览中的实物关联,自我创建含义。所以,博物馆的明智之举是尽可能构建这类记忆和联系的进程,少一点对于对象是否学习到新事实的忧虑。对大部分观众而言,他们更感兴趣的是唤回一段记忆,分享个人信息或故事,甚至直击心灵、流下眼泪,正所谓“在别人的故事里,流着自己的泪”,此乃真正的共鸣与移情。

因此,研究对象——观众至关重要,包括其动机和预期、体验等,这是博物馆企及观众的基础。首先,观众在参观博物馆时,也一同带来了自己的世界,包括对某个主题的理解(甚至误解),以及亲朋好友等社交圈<sup>[15]</sup>。正因为博物馆体验成型并受限于先前的知识、兴趣和信念,博物馆中的学习总是高度个人化的。此外,约翰·福尔克(John Falk)和林恩·迪尔克(Lynn Dierking)构建的学习情境模型(Contextual Model of Learning)的一大主体即“社会文化情境”(Socialcultural Context),这是对博物馆内社交性的强调,也是对不同观众之间相互作用力的强调<sup>[16]</sup>。

第二,观众在博物馆中的学习是自愿的,是一项自由选择。没有人从观看展览中得到奖项、学位或是收入提升,所以他们只会在博物馆所创设的环境中汲取那些吸引人的、有趣的内容<sup>[17]</sup>。因此,今日的博物馆必须更新一个观念,即展览已不再是观众进馆的唯一目的。博物馆工作者需要有多元的思想和包容的胸怀,并尽可能给观众多一份选择、多一份尽享学习的自由。

第三,对观众而言,学习在其认知和情感交汇时攀至高峰。该交汇正是博物馆所追寻的“相关性”与“共鸣度”。对博物馆而言,不能仅停留在给予大家知识、信息的阶段,至少要提升他们的能力,如信息获取能力、交际能力、科技知识、批判式思维、解决问题能力、创造性、文化素养、全球意识等。而终极目标则是在情感上企及民众,真正点燃大家的态度与精神。

2.提升“相关性”“共鸣度”“同理心”产生的环境

作为学习创新研究院的负责人以及《博物馆体验》(The Museum Experience)的作者,约翰·福尔克和林恩·迪尔克坚信任何学习的发生都是有环境的<sup>[18]</sup>。学习是个体和其环境间历经时间的对话,并且这种情境驱动的对话被视为个体的个人、社会文化以及物理情境之间互动的进程和产

物,并且这三种情境都是不断变化的。

事实上,博物馆拥有独一无二的条件来呈现“基于实物的”多感官学习,并弥补教室内基于课本的教育缺憾。许多学生都非传统型学习者,也非传统意义上的优等生,但当被邀请触碰物件、在展品展项间游走、解决疑难并以更物理和感官驱动的方式体验时,他们整个人都被激活了<sup>[19]</sup>。这些体验带有难得及强烈的个人烙印,因此理应被用来激发学校教师和博物馆教育工作者的想象力,以创设多元化、个性化、创新型学习方式,企及不同的学习者。

《创设展览》(Creating Exhibitions)就博物馆“卓越的学习环境”进行了定义:激励人心、多维度、沉浸式环境,在此观众拥有机会倾听真实的故事,与实物互动,并构建自己的知识体系。所以,该环境是轻松企及的、资源被高效利用的,它有趣、鼓励探索,并且“沉浸式”意味着观众在某个瞬间或时段浑然忘却其他事,同时该情境充满了“联动性”,以学习者驱动<sup>[20]</sup>。鉴于此,观众将产生改变。短时间的改变诸如大笑、两眼发光、好奇、情感上被激发、收获与众不同的体验,而长时期的改变则有收获自信心/能力、发展视角、体验个人成长、达成与周边世界更深的联系等<sup>[21]</sup>。

3.构建“相关性”“共鸣度”“同理心”的关键人物——博物馆教育工作者以及释展人(interpretative planner)

博物馆教育工作者是多元化观众的支持者。但目前我国博物馆教育工作者与策展人、研究人员之间往往存在着文化分歧,这份紧张关系在整个策展团队中尤为明显。策展人员和研究人员常常忽视、低估了教育工作者的贡献,觉得他们缺乏与主题、内容相关的知识和技能;教育工作者有时甚至直到最后一刻才被纳入策展队伍<sup>[22]</sup>。事实上,教育工作者可以帮助展览成型,并为观众创设物理上、智力上、社交上和情感上可及的博物馆体验。通常,从起初就参与展览开发的教育工作者更能理解展览的一系列想法、概念、决策标准,能够选择合适有效的传播方式,同时融入教育活动和项目的开发进程。

一些西方大型博物馆的策展实践中有一个重要环节——“释展”<sup>[23]</sup>,并由“释展人”负责这项工作。最常见的释展工作隶属于教育部,另外则隶属于创意设计组。但共通的是,“一切为了观众”是核心理念,精髓则是契合观众需求,在观众兴趣和展览信息之间找到关联点。

就博物馆教育工作者、释展人而言,他们是展览观众的支持者,也是展览本身的捍卫者。但他们得学习合作,以确保“相关性”,扩大受众的企及范围。比如释展人与策展人需要协商教育立场,该立场涉及观众背景、时代感与现实关怀。成功的释展工作能令具有学术分量的展览变成一次生动有趣的体验<sup>[24]</sup>。这就不难理解为何史密森博物学院(Smithsonian Institution)的教育工作者正越来越多地融入展览策划进程,并且从一开始就参与,全程介入。同时,史密森还要求策展人员和研究人员花费一定的时间参与到针对普通观众和学校观众的教育活动中来。目前,我国博物馆界也出现多部门共同参与策展的趋势。如南京博物院现在策划新展览时,陈列展览部、社会服务部和文化创意部三大部门主任必须同时到位,全程负责<sup>[25]</sup>。

从广义上讲,博物馆工作人员都负有教育和阐释的职责,只不过教育工作者、释展人是这方面的专家。既然“教育”是博物馆的首要目的和功能,那么作为一名博物馆工作者,本质上就肩负教育的使命,需要心存观众,以理解沟通为手段,以正确表达藏品内涵为目的。

## 五、结语

时下,越来越多的文化机构力图与其社群落分享故事。博物馆作为一个复合型机构,负责教育、展示、收藏、记录、保护及研究,承担向多元观众传播大量复杂故事的责任,其中许多人可能并不熟悉博物馆环境。鉴于此,了解观众、企及社群落至关重要,这意味着要关联其兴趣、知识水平、背景或特征等<sup>[26]</sup>。在当下信息供大于求且严重过剩的环境下,以及业外文化休闲娱乐机构对受众时间、精力、金钱等的激烈竞争背景下,只有与己有某种程度的关联,我们才可能择取所需,而这正是“相关性”的意义所在。此外,观众参观体验是对任何博物馆成功与否的最终测试。观众参与博物馆,它既是科学,有偏理智的成分;又是艺术,有偏情感的成分。所以我们才需企及观众的“共鸣度”,促使个体在博物馆故事中找到属于自己的位置,并激励其“同理心”,促使公众于更大的世界拥有爱的态度与能力。

如今,中国博物馆事业蓬勃发展,与境外的展览交流更是如火如荼,而这本身就是一种突破文化疆界的行为。当珍贵的文化遗存被来自异域文化的人们凝视时,博物馆便是一个具有包容力的空间,是文化差异的联结<sup>[27]</sup>。事实上,一座博物

馆作为历史保管人,在教育公众“成为本土公民意味着什么”方面,在提升公众“认知和欣赏不同语言、文化、宗教和种族群组对共同的国家身份认同作出的独特贡献”方面都扮演了卓越角色。因此,我们所说的“相关性”“共鸣度”“同理心”的构建与培育,意在搭建桥梁及情感基础,致力于在博物馆与观众之间营造无声却饱含默契的对话。一个永续的社会应当以健康的文化为核心。期待在不久的将来,我们的博物馆与民众走得更近,其展览与活动进一步触摸生活、社会的温度,真正地见人、见物、见精神,并最终进驻每个人的心灵。

[1]《博物馆展览该不该触碰争议性主题?——以死亡议题为例》, [EB/OL] [2017-04-12] [http://art.china.cn/haiwai/2017-04/12/content\\_9432876.htm](http://art.china.cn/haiwai/2017-04/12/content_9432876.htm).

[2]国家文物局:《我国博物馆每年接待约9亿人次参观者》, [EB/OL] [2017-05-18] [http://www.gov.cn/xinwen/2017-05/18/content\\_5195010.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2017-05/18/content_5195010.htm).

[3]黄淑芳:《现代博物馆教育:理念与实务》,台湾省立博物馆出版1997年,第32页。

[4]孙丽萍:《博物馆如何展示文化软实力?——世界顶级博物馆馆长沪上论剑》, [EB/OL] [2012-11-07] <http://news.163.com/12/11/07/08/8FMNTOMJ00014JB5.html>.

[5]Kim Fortney, Beverly Sheppard. *An Alliance of Spirit: Museum and School Partnerships*. Washington, DC: The AAM Press, American Association of Museums, 2010:12-13.

[6]Polly McKenna-Cress, Janet A. Kamien. *Creating Exhibitions: Collaboration in the Planning, Development, and Design of Innovative Experiences*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2013:114.

[7]展览内容包括:何为死亡、尸体腐烂的过程、停尸间和火葬场的工作场景、不同文化中的尸体处理方式、葬俗、对死亡的态度等。

[8]同[1]。

[9]湖南省博物馆编译:《美国博物馆联盟趋势观察2017(一)》[EB/OL] [2017-03-27] [http://www.hnmuseum.com/zh-hans/aboutus/美国博物馆联盟趋势观察2017\(一\)-0](http://www.hnmuseum.com/zh-hans/aboutus/美国博物馆联盟趋势观察2017(一)-0).

[10]同[9]。

[11]谢颖编译:《英国发布<博物馆与幸福>报告》[EB/OL] [2013-08-08] <http://www.zjww.gov.cn/news/2013-08-08/757256388.shtml>.

[12]湖南省博物馆编译:《英国博协“博物馆改变生活”第二期报告出炉》[EB/OL] [2017-05-15] <http://www.hnmuseum.com/zh-hans/aboutus/英国博协“博物馆改变生>

- 活”第二期报告出炉-0.
- [13]有观点认为“社交的”应单独成为一列。Polly McKenna-Cress, Janet A. Kamien. *Creating Exhibitions: Collaboration in the Planning, Development, and Design of Innovative Experiences*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2013: 96.
- [14]同[6],第94页。
- [15]同[6],第97页。
- [16]Gail Anderson. *Reinventing the Museum*. Altamira Press, 2004: 139-142.
- [17]同[6],第97页。
- [18]同[16].
- [19]同[5],第3—4页。
- [20]同[6],第52页。
- [21]同[6],第52页。
- [22]郑奕:《论教育工作者在博物馆策展团队中的作用》,《东南文化》2013年第5期。
- [23]“释展强调的是在博物馆和艺术馆语境下,对展览的主题和思想通过文字叙述和视觉设计所做的文化阐释。”沈辰、何鉴菲:《“释展”和“释展人”——博物馆展览的文化阐释和公众体验》,《博物院》2017年第3期。
- [24]同[23]。
- [25]龚良、毛颖:《中国博物馆大型原创性特展之展览策划——以南京博物院为例专访龚良院长》,《东南文化》2016年第6期。
- [26]Barry Lord, Gail Dexter Lord & Lindsay Martin. *Manual of Museum Planning: Sustainable Space, Facilities, and Operations (3rd Edition)*. AltaMira Press, 2012:66.
- [27]同[23]。

## Relevance, Sympathy, and Empathy: Keys that Make the Museum Accessible to the Audience

ZHENG Yi

(Department of Cultural Heritage and Museology, Fudan University, Shanghai, 200433)

Abstract: "Maintaining its relevance to contemporary society" should be the essential of museum development. Only with relevance, museum practices such as exhibitions and education are able to foster sympathy, making the audience touched and remembering, and ultimately to arouse their empathy, encouraging their thinking and behavior change. This is an inter-related and progressive process in order to reach the audience and form a virtuous circle. The museum should take current social development into consideration when building its exhibition narrations and performing educational roles, evoke the audience's emotions, and foster sympathy as well as empathy. Only in this way can the story of the present be truly told and the museum be truly relevant to audience.

Key words: museum; exhibition; education; relevance; empathy; sympathy; audience

(责任编辑:张蕾;校对:王霞)