

博物馆展览传播质量观察维度的思考

严建强 许捷

(浙江大学文化遗产与博物馆学研究所 浙江杭州 310028)

内容提要:对展览传播质量作出中肯判断并作相应的调整与改善,是博物馆履行使命的重要环节。除了专业的展览评估外,博物馆也可以采用相对简易可行的观察来判断展览传播质量及观众受益情况:从空间维度(观众参观动线的吻合度)和时间维度(单位参观耗时变化)观察观众在展厅内的行为,大致可判断展览的传播质量及存在的问题,从而为改善提升展览的传播质量提供依据。

关键词:博物馆展览 传播质量 观众研究 参观动线 参观耗时 参观疲劳 导览 策展人
中图分类号:G260 **文献标识码:**A

21世纪以来,中国博物馆步入了快速发展期,数量增长和质量提升都取得了令人瞩目的成绩:新馆建设达到了空前的速度,截至2016年底,全国登记注册的博物馆已达到4826家,比2015年度增加了200家,平均不到2天就有一家新博物馆开馆^[1];部分新建博物馆展览和近年改陈的展览有明显进步^[2]。但总体而言,展览质量尤其是传播质量与博物馆速度的增长尚不匹配,仍有较大的改善空间。

一直以来,博物馆展览传播质量的评估多以观众研究的方法为基础,方法复杂且耗时较长,博物馆难以有足够的人力和精力投入评估工作。事实上,对于那些策展人在策划展览时就设定了明确传播目标的展览来说,运用空间和时间两个维度对观众行为进行观察,就能大致判断出展览的传播效益、观众的兴趣与受益情况,以及可以改善的方面。虽然这两个维度并非严格意义上的评估,但却有助于启发业界对博物馆展览传播质量的思考对策展人在展览策划阶段明确展览目的以及在设计和施工阶段判断展览质量,也具有一定的参考意义。

一、保证展览传播质量的最大可能性

相较于课堂教学、演讲、观剧等其他教育途径与传播媒介,博物馆展览传播者——策展人设定的传播目标和观众实际的传播收益有着较大

的差距。这是因为观众在博物馆展览中的学习是一个观众与置身其中的空间发生关系的过程。观众在博物馆的参观是在一个陈列着各种展品的空间中,在站立与行走中观察展品、阅读文字或参与一些操作的过程^[3]。博物馆因其非正式教育机构的属性,展厅为观众提供的是非强制的自主学习环境。如果将博物馆展览参观与全日制学校的课堂教学进行比较:学生主要在课堂模式下获取知识,而教师讲授知识是一个信息传播的过程。在学习过程中,教师对学生的行为有较强的控制力,并且可以通过考试来检测学生的受益情况是否达到教学目标。而在博物馆,展厅不具有约束性,不是作为容器的教室,而是作为知识载体的课本本身。虽然策展人也与学校教师一样,设定了传播目的,但其无法像教师那样控制观众的参观(信息接收)行为。观众可以凭自己的兴趣引领整个参观过程。相较于课堂教学,在博物馆展厅这种没有强制性外部措施的信息传播环境中,观众通常只会接收到策展人设定的部分传播信息。

对于一个以欣赏器物为主要参观目的或没有明确学习动机的观众而言,博物馆没有太多必要纠结于观众在参观后究竟有何收获,策展人也可以不设置明确的传播目的。但是,对于一个有确定传播目标的展览,获知观众实际信息获取情

收稿日期 2018-03-19

作者简介 严建强(1955—),男,浙江大学文化遗产与博物馆学研究所教授、博士,主要研究方向:博物馆学与文化遗产。

许捷(1985—),男,浙江大学文化遗产与博物馆学研究所博士研究生,主要研究方向:博物馆学与博物馆展示。

况也是很困难的。理想的状态是,观众接受的信息越符合策展人的设定,意味着策展人设定的传播目的实现度越高;观众对这个展览理解得越深入,博物馆传播效益越好,社会价值也越高。而在实际情况中,博物馆不可能像教师检验课堂教学效果那样对观众进行考试,而只能通过各种研究观众的方法来了解观众的信息获取情况。

1916年,美国学者本杰明·伊尔斯·吉尔曼(Benjamin Ives Gilman)拍摄了30个不舒适的博物馆观展姿势,并提出了对展柜的改进意见。这被认为是对展览最早的评估^[4]。他所采用的方法是在不干涉观众参观的前提下对观众行为进行观察。观展后对观众进行强制性测试的可能性不大,因此,通过观察观众行为来推测其信息获取情况的最大可能性,这是更具操作性的方式。因为即便是课堂教学后的测试,也仅能在一定的教学目标框架限定内评估教学效果。在策展人设定了明确传播目标的展览中,观众的参观行为是否符合策展人的预设,虽然不能完全说明观众的实际信息获取情况,但这是信息最容易传播的方式。通过对不干预参观行为的简易观察,可以了解观众是否按照策展人预设的行为方式观展,这一方面检验了展览设计和施工的完成度,另一方面也是在一个变量较少的环境下观察展览传播质量。下文提到的两个观察维度,都是基于策展人通过对观众行为的预设来判断实现传播质量最大可能性的方法。在采用这样的观察维度之前,首先需要了解展览最初的传播目的和策展人预设的展线、重点展项等情况。

二、参观动线的吻合度——空间维度

观察观众是否按照设定的展线参观,是检验观众是否按照策展人的传播目的实施参观行为的一个简单方法。在一个展示内容之间存在逻辑关系的展览中,观众是否按照设定的参观动线进行参观与传播目标的实现有很大关联。对于那些希望系统深入了解展览内容的观众来说,遵循着策展人设定的动线参观,是理解、看懂展览最省力和最有效的方式。

关于博物馆展览的参观路线,约翰·福尔克(John H. Falk)在2000年就呼吁开展相关的研究。他指出当博物馆正不断努力与观众进行交流的同时,如何最好地将展览信息按顺序排列以来帮助观众理解,是一个值得关心的问题。大多数展览设计者也都认识到展览顺序的重要性。在以前的研究中也出现过类似观点,但如何设计信息的顺

序,使其与观众的理解相贴近,却从来都没有作过验证^[5]。观众如果不清楚展厅的布局及展厅之间的逻辑关系,就有可能偏离策展人预设的流线路径,展览中的逻辑关系就会被破坏。因此,如何使观众清晰地了解策展人预设的理想路径就成为关键。

必须注意的是,将观众实际参观路线和策展人设定的参观动线相吻合,并不是要求策展人设定唯一的强制动线。策展人可以设定一条最为完整、能一次观察到所有细节的线路,也可以根据展览的主题设定多条有不同侧重点的线路。在实际的展览策划中,单一的、完全强制的展线并不多见。所以,我们不能绝对地认为观众若未按照策展人设定的动线观展,就完全没有接收到展览想要传播的信息。但从最大化实现展览目标的角度来看,观众按照策展人设定的动线参观是一种最容易实现传播目标的一种方式。让观众按照策展人设定的动线进行参观,其实是为了帮助观众对展览逻辑与重点的判断,与策展人的动机趋于一致。在空间维度的观察中,观众实际的参观路线与策展人设定的动线吻合度越高,展览传播目标实现的可能性也就越大。

实际的观察操作可以通过抽样跟踪观察制作出观察对象的参观动线,根据观众行走在预设动线上的长度来计算与参观路线的符合程度。当大量样本都偏离策展人设定的参观路线时,策展人就要考虑展览设计是否给出足够的引导,抑或动线的设定是否一开始就不合理。在非强制的动线设定中,为了尽可能地引导观众按照策展人的动线设定行动,以最大程度地实现展览的传播目标,可以采用以下两种手段。

1. 总体导览

总体导览是在观众观看展览前,通过导览装置告诉观众展厅的总体布局以及各展厅之间的关系。在一个各展厅主题内容具有逻辑关系的博物馆里,总体导览尤为重要;但即便各展厅间没有明确的逻辑关联,总体导览也能够让观众对展厅数量和各展厅的位置、主要内容有总体印象,从而更好地规划自己的参观行程。美国新闻博物馆(Newseum)专门设置了一个前置性导览影院,将博物馆的整体布局、展览空间的关系以及合理的参观流线作了交待。

博物馆如果能将展厅的总平布局及流线在观众参观的起始点进行交待,则能更具体地为观众的行为提供指示。日本琵琶湖博物馆就在展厅

门口张贴了展厅的总平布局图,有助于观众在参观前制定明确的参观规划。

策展人和设计师出于提高传播效益的考虑而设定理想的流线,并不意味着剥夺了观众的选择权。在展厅中设置线路图和路线提示,可以让观众根据自己的兴趣和时间安排选择信息繁简不同的流线。日本大阪历史博物馆的导览图就为观众提供了两种不同路线的选择。这种多重线路的选择,对于时间有限的观众而言,有利于提高其参观效率。线路图上不同流线的设置也是一种前置总导览,让观众在参观之前就对将要参观的展览形成必要的期待。

2. 节点导览

节点导览是在某一展项前告诉观众此展项在展览整体中所处的位置。这里所说的“位置”并不局限于空间意义,也包括了展项在展览叙事框架中所处的位置。由于观众的参观是在展厅这一信息媒介的空间内部进行,许多观众不太清楚自己在展览流线中的具体位置,也无法得知自己距终点还有多远。对此,节点导览可以对观众进行提示。节点导览本身也应形成一个层级系统,这对于展览意义框架的形成有重要作用。日本横滨历史博物馆由六个按时代发展顺序排列的展厅构成,每一展厅前都有一个节点导览牌,明确告知观众该展厅在整个展览中所处的位置与序列、所属历史时段、历史演进特点以及最值得关注的内容。有了这样的导览牌指引,观众对展览在空间与意义上的逻辑关系就会有清晰的认知。

三、单位参观耗时变化——时间维度

在观察观众参观动线的基础上,分析观众的移动频次和观察展品/展项的耗时变化是了解观众信息获取情况的另一条路径。

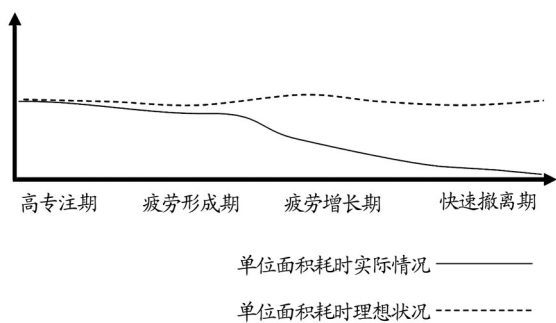
1983年,约翰·福尔克在美国佛罗里达自然历史博物馆(Florida State Museum of Natural History)进行观众行为预测的研究,他对观众在参观过程中的展品注意力(attention to exhibit)、环境注意力(attention to setting)、自我注意力(attention to self)、所在团队注意力(attention to social group)和他者注意力(attention to other people)做了连续的数值跟踪。从他的观察数据可以看到,尽管这些数值有所波动,展品仍然是观众最主要的注意力分布所在。这些注意力分布数据也显示观众在展厅内的参观行为是可预测的。观众在刚进入展厅后,总会花上几分钟来寻找方向、确定自己的位置。接下来半个小时观众的注意力会高度集中在

展品上。30~45分钟的时候观众对展品的注意力迅速下降,对环境的注意力上升,观众从博物馆学习模式转换到了闲逛模式,所谓的“博物馆疲劳”(museum fatigue)便出现了;同时,观众的自我注意力和他者注意力几乎不存在,说明观众在博物馆参观的过程中默认遵守了某种社会规范^[6]。

福尔克这项研究虽然明确揭示了观众对展品的注意力显著高于其他注意力,但他对环境注意力的概念设定显然与今天博物馆的展厅环境有很大区别。今天的展厅环境已不是观众从天花板到地毯的注视,展厅的建筑空间造型与色彩、展示灯具都同展品一样吸引观众的注意。如果我们要在博物馆中重复福尔克的试验,需对吸引注意力的项目作出比较大的调整。在今天的博物馆展览中,同展品(展览内容)争夺注意力最严重的既不是展厅环境,也不是观众所在的团队,而是智能手机。但随着越来越多的博物馆展览把智能导览放入手机客户端,策展人便很难单纯从观众在展厅内使用手机的行为来判断其是在看展品、在自拍抑或在使用社交媒体。因此在福尔克研究结论的基础上,一个简单易行的方法是,采用观察观众移动频次和单位时间参观耗时的方法来考量展览的传播质量以避免博物馆疲劳。

观众在参观展览过程中的移动频次越低,对单个展品/展项的耗时就越大,表明观众花费了更多的时间与精力用于观察、阅读和思考,信息传达给观众的有效性也越高。虽然展览空间内的展品/展项分布密度在各个空间均有不同,单个展品/展项的信息密度也有区别,但就特定展览而言,总体的展品/展项与信息密度不会有太大的差异。根据不同展览的体量,可以划定信息量大致相同的单位面积。观察观众在展览中的单位面积耗时量,作为判断观众学习获益的指标。

参观博物馆与其他类型学习方式的一个重要区别,是随着观众疲劳的增加而出现的单位面积耗时量的减少。虽然其他的学习方式也会产生疲劳,但远不如在博物馆中学习那样明显。产生这种区别是由于博物馆学习的过程是在站立与行走中进行的,需要额外支出体能。随着疲劳的积累,观众的行为方式会发生变化。如果将一个展览分割成若干个面积与信息量相当的分区,就可以看出各分区单位面积耗时量的变化。一般情况下,在靠近入口的分区,观众由于刚进入展厅,兴奋度较高、精力充沛,对展览的注意力比较集中,脚步的移动频次较低,单位面积耗时量较大,



图一// 观众在展览空间的耗时变化曲线示意图
(横轴代表参观的过程,纵轴表示单位空间内的耗时)

我们可称之为“高专注期”。在这个阶段,观众可能连最低层级的展览文字都会仔细阅读。随着参观的进行,观众的体能持续消耗,疲劳感开始增强。与此前的分区相比,观众的移动频次开始提高,单位面积耗时量也同步下降。如果说此前观众的行为是缓步移动,那此阶段观众参观过程就开始有些走马观花了,我们可称为“疲劳形成期”。再往后,疲劳感进一步积累,观众的步移变得更快,这一阶段可称为“疲劳增长期”。最后,进入最靠近出口的分区,观众的行为开始由“走马观花”变为“跑马观花”,当观众看到出口的指示时,可能会进一步加快步伐,我们可称为“快速撤离期”。参观博物馆是一种单位面积耗时量随着时间的推移而持续下滑,在展览形成过半后下滑加剧,并在接近出口时加速离开的行为方式。从单位参观耗时曲线上来看,在展览参观的中后期呈现出一个迅速下滑的斜坡,就是我们通常所说的“斜坡效应”(图一)。

单位参观耗时曲线上的“斜坡”出现得越早,形态变化越明显,说明观众的注意力越不集中;迅速向出口移动的时间越早,展览传播效果越差。反之,单位耗时曲线越平缓,没有明显的“斜坡效应”,说明观众有兴趣且在整个参观过程中都保持较高的专注度与兴奋值,表明展览传播质量比较高。值得注意的是,如果观众快速地穿过整个展览,那么单位参观耗时曲线也将非常平缓,但该观众在每一个区间停留的时间都很短,“斜坡效应”尽管没有出现,但是这种情况下的传播质量较高的可能性并不大。因此,在开始时间维度的观察之前,先测量出一个仔细看完展览所有细节的理想的参观时间,以此来对比耗时曲线所呈现的参观总时长将非常具有参考价值。

对于一个高质量的展览来说,博物馆不仅要考虑如何使观众增加单位参观的耗时量,还要将这种耗时量状况尽可能地延续下去,避免出现“斜坡效应”;要通过各种方法使观众的单位面积耗时量始终保持在较高的水平上,使单位耗时曲线不随参观时间的延续而明显下降,以保持相对平稳的态势。影响单位面积耗时并导致“斜坡效应”的因素通常有两个方面:疲劳的累积和兴趣的减弱。因此,克服“斜坡效应”,使单位耗时曲线尽可能平缓,也应从这两方面入手。

参观过程中观众产生疲劳的原因有许多,其中,在站立与行走中学习的行为无疑是最主要的。随着参观进程的推进,生理性疲劳会不可避免地产生。通常的做法是在展线上间歇性地设置休息设施,以帮助观众缓解疲劳。疲劳的缓解可使下一行程较好地推进,使观众参观时间有所延长,从而延缓了耗时变化拐点——“斜坡”的到来。不过,在休息期间所耗费的时间并不实质性地发生在参观中。

在展览的设计实践中,我们发现恢复疲劳的休息并不是要停止所有的认知过程,而是换一种接收信息的方式。在休息状态的认知中,原先疲劳的器官得到有效的休息。根据这个理念,设计师可以在展览设计中穿插交替选用立姿项目与坐姿项目。立姿项目让观众在站立中观察、阅读和体验,如常规的展柜陈列、情景再现、微缩模型、沙盘、开放式投影等;坐姿项目让观众坐下来观察、互动、体验、阅读,如展厅中的小影院、小剧场系统、带有座位的桌面展示系统、让观众坐着操作与体验的项目等,让观众同时进行体能补充和信息接收,并不是一种纯粹的休息,而是为了能较好地参观立姿项目。

如果说克服疲劳积累是一种相对被动的方式,那么通过激发观众的兴趣来增加其自主性与参与感,则是一种更为积极的方式,正如妮娜·西蒙(Nina Simon)所指出的“让观众成为主动的参与者而不是被动的消费者”^[7]。克服疲劳并不是真的消除了疲劳,而是让观众在兴奋中暂时忘却和忽略疲劳。观众兴趣的产生与展览的题材、内容及表达方式有关。观众越觉得展览有趣,就越有可能忽略疲劳感。这要求博物馆在进行展览策划时要考虑内容与形式上的创新性,让观众产生新奇的感觉。其中最为有效的是博物馆向他们提供参与的机会。观众在展览内参与的方式是多样的,可以分为操作型、体验型和问题探索型三类。

操作型是需要观众通过身体行动触发展示项目发生变化,从而达到传播目的的展项;体验型则通常是指超越了单纯观看的感官,以大型或沉浸式的视觉呈现或附加其他感官方式作用于观众的展项;问题探索型则是一种策展思路,这种思路把展览的重要传播目的转换成以问题的形式贯穿于展览中,让观众以一种闯关解谜的方式来探索展览内容。

与耗电量相关的还有展览的布局。在经过高专注期后,观众的疲劳感开始袭来,这时如果没有任何激励,单位面积耗电量将开始明显下降。博物馆在展览布局时应考虑这一因素,努力增加观众的兴奋度。美国电影编剧布莱克·斯奈德(Blake Snyder)在经典电影叙事三幕剧形式的节奏基础上列出了一份节奏表,把电影分成15个阶段来控制剧情的走向。这15个阶段以不同的形式出现在各种类型的好莱坞商业电影中,例如最后一分钟营救和主角失去一切后重新奋起,都让剧情线索层层推进,牢牢控制住观众的观影情绪^[8]。展览当然无法像公式一样照抄好莱坞电影的节奏安排,但如果参考电影节奏安排的原则,尤其是在靠近出口处的结尾部分形成最后的高潮,这对克服“斜坡效应”具有明显的益处。在2010年上海世界博览会中,德国馆在展览结尾设置了可以让大批观众同时参与的能量球展项,使观众在参观的最后也保持了相当高的兴奋度。

另外,实验表明,展厅中的新风量是否充足也与疲劳的形成有关。低氧环境会对人的注意力造成不良影响^[9],观众在封闭的室内可能会产生倦怠、头晕、胸闷的“病态建筑综合征”。博物馆展览通常处于人工照明的半封闭空间,如果不注意通风,混浊的空气会加剧观众的疲劳。让展厅保持足够的新风量,避免空气污浊、低含氧量,将有助于观众对展览保持更持久的新鲜感。

四、结语

通过上述分析,我们发现,从观众观展受益的角度看,博物馆展览的传播质量与以下几点有关。从传播目标的效益分析,观众行为越符合策展人的预设,展览传播目标达成的可能性越高,相应地展览的传播质量也越高;从空间维度来看,观众所遵循的流线及所认定的重点与策展动机趋于一致,是在展厅空间形态的传播中较为理想的情况;从时间维度来看,展厅单位面积耗时越长,表明展览越吸引人,观众认知受益也会相应较高。展厅各分区单位面积耗时的变化曲线越

平稳,表明观众对展览产生着持续的兴趣,有效的认知会贯穿在更广泛的区间。如果展览布局及表达手段符合观众的行为习惯与心理特征,积极设计参与活动,并且充分考虑观众的体力恢复情况,分区单位面积耗时值的变化曲线会趋向平稳,展览传播的有效性与观众实际受益状况会相应提升。

从时间和空间两个维度对展览进行简易的传播质量观察是基于策展人预设的思考方向而进行的。根据不同的展览情况,两个维度的观察可以同时进行,并需要根据实际情况作出具体的观察方案。同时,在作这两个维度观察时也必须明确,观众如果完全没有按照策展人的设定进行参观,并不代表观众完全没有获取任何信息,只能说完整获取策展人设定好的传播内容比较困难或可能性比较低。

- [1]据国家文物局网站2016年与2015年全国博物馆名录。国家文物局:《2015年度全国博物馆名录》,[EB/OL][2017-01-04] http://www.sach.gov.cn/art/2017/1/4/art_1058_136320.html;《2016年度全国博物馆名录》,[EB/OL][2018-01-04] http://www.sach.gov.cn/art/2018/1/4/art_1058_146289.html。
- [2]严建强:《“十二五”期间我国博物馆陈列展览概述》,《中国博物馆》2018年第1期。
- [3]严建强:《在博物馆里学习:博物馆观众认知特征与传播策略初探》,《东南文化》2017年第4期。
- [4]Benjamin Ives Gilman. Museum fatigue. *Scientific Monthly*, 1916,2(1): 62-74.
- [5]Jonh H. Falk. Assessing the Impact of Exhibit Arrangement on Visitor Behavior and Learning. *Curator*, 1993, 36(2): 133-146.
- [6]John H. Falk, John J. Koran & D. Dierking. Lewis Drebblow. Predicting Visitor Behavior. *Curator*, 1985, 28(4): 249-258.
- [7]Nina Simon. *The Participatory Museum*. California: anta Cruz, 2010: ii.
- [8][美]布莱克·斯奈德(Blake Snyder)著、王旭锋译:《救猫咪:电影编剧宝典》,浙江大学出版2011年,第57—73页。
- [9]李国建:《高温高湿低氧环境下人体热耐受性研究》,天津大学博士学位论文,2008年。

Observation in Museum Exhibition Communication Quality Evaluation

YAN Jian-qiang XU Jie

(Institute of Cultural Heritage and Museology, Zhejiang University, Hangzhou, Zhejiang, 310028)

Abstract: It is crucial of the museum in fulfilling its mission to conduct evaluations of its exhibitions and make remedial improvements. In addition to formal professional evaluations, the museum may also make less-formal evaluations through observations of audience behavior to see whether the exhibition has delivered the messages that were intended and how the audience has benefited from the exhibition. Audience behavior can be observed from the spatial dimension (the match of the taken route to the planned route) and the temporal dimension (the changes of the length of time spent on each part). The results can roughly indicate the communication quality of the exhibition and the existing problems, based on which improvements can be made accordingly.

Key words: museum exhibition; communication quality; audience research; visiting route; length of time spent; visiting fatigue; guide; curator

(责任编辑:黄洋;校对:张蕾)

“第二届京津冀长三角珠三角博物馆高峰论坛”在南京博物院召开

2018年12月4—5日,由京津冀长三角珠三角博物馆联盟主办,南京博物院、首都博物馆、广东省博物馆承办的“第二届京津冀长三角珠三角博物馆高峰论坛”在南京博物院召开。来自上述地区的120余家文博单位的200余名博物馆管理者及相关业务人员参加了论坛。国家文物局党组成员、副局长关强,国际博物馆协会副主席、中国博物馆协会副理事长、秘书长安来顺,江苏省文化和旅游厅副厅长、南京博物院院长龚良出席开幕式并致辞。首都博物馆、天津博物馆、河北博物院、南京博物院、上海博物馆、浙江省博物馆、安徽博物院、广东省博物馆、广西壮族自治区博物馆、海南省博物馆、福建博物院在开幕式上完成了京津冀长三角珠三角博物馆联盟签约仪式。

开幕式上,首都博物馆馆长、党委副书记韩战明作了题为《博物馆服务功能的扩展与延伸》的主旨报告,江苏省文化和旅游厅副厅长、南京博物院

院长龚良作了题为《博物馆品质效能与评估》的主旨报告,广东省博物馆馆长魏峻作了《我们要打造怎样的博物馆》的主旨报告。他们分别代表三个地域的博物馆进一步探讨了新时代中国博物馆高质量发展的战略定位和发展方向。

本届论坛以“博物馆高质量发展”为主题,设有三个分论坛,分别是“博物馆创新”“博物馆文化产品与品质评估”和“博物馆服务”。12月4日下午,在各分论坛会场,与会代表结合自身的工作实践,从博物馆可持续发展的要义,完善评估体系、促进博物馆个性化发展,博物馆教育文化产品的提升与创新,中小博物馆高质量发展的困境及出路,科技手段在古建博物馆中的创新应用,以及联盟发展、打造“三三角”名人故居纪念馆合作新格局等方面进行了热烈讨论和充分交流。

(《东南文化》编辑部)