

Investigation and Analysis of the Audience Based on the Permanent Display of the Capital Museum

Zheng Li

University of Chinese Academy of Social Sciences (Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences),
Beijing
Email: 729409613@qq.com

Received: Apr. 1st, 2019; accepted: Apr. 15th, 2019; published: Apr. 22nd, 2019

Abstract

I select two permanent exhibitions of Capital Museum as survey representatives, and use investigation methods, like tracking observation, questionnaires, interviews, in order to investigate a part of audiences in Capital Museum. After the museum explores the diversity issues from audiences in the permanent basic exhibition and boutique exhibitions, I will search for appropriate solutions, suggestions eventually.

Keywords

Museum, Audiences, Exhibition, Demands

基于首都博物馆常设陈列的观众调查分析

李 征

中国社会科学院大学(中国社会科学院研究生院), 北京
Email: 729409613@qq.com

收稿日期: 2019年4月1日; 录用日期: 2019年4月15日; 发布日期: 2019年4月22日

摘 要

调查选择首都博物馆中两种具有代表性的常设陈列为调查地点, 运用跟踪观察法、问卷调查法、访谈法等多种调查方法, 对参观首都博物馆的部分观众进行调查。探讨博物馆针对观众群在常设基本陈列和常设精品陈列中存在的普遍性问题, 最终探寻相应解决措施, 给出相关建议。

关键词

博物馆, 观众, 展览, 需求

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在当今世界, 博物馆是社会精神文化生活的重要组成部分。国内外学术界普遍认为, 博物馆在文化上被看作是承载古代与现代结晶的重要主体之一。有越来越多的社会大众开始走进这些文化殿堂, 他们在加强自身业务能力提升的同时, 重视通过多途径提升自己的文化软实力, 注重自我塑造, 参观博物馆成为了他们重要的文化与休闲娱乐活动。观众到博物馆的参观目的和需求有时具有明显的相似, 了解他们的心态、需求和相关情况, 对于改进博物馆展览、提高服务质量及增加观众量等均具有重要意义。为此, 笔者对来首都博物馆参观的观众进行了调查, 并对收集的相关信息进行梳理、归纳和分析, 以期为业界进行博物馆观众研究提供参考资料。

2. 调查方法及结果

观众调查是了解观众观展体验的重要工具, 其目的是评估陈列展览的效果。本文观众调查主要采取三种方法: 跟踪观察法、问卷法及访谈法[1]。不同的调查方法对观众有不同的关注侧重点。跟踪观察法: 主要关注观众在观展过程中的体验。问卷法: 根据反馈信息了解观众对某些问题的看法或意见。访谈法: 作为对跟踪观察法和访谈法的补充。

本次被调查对象为 120 人, 有效问卷 100 份。此次调查对象不针对旅游团体、儿童、外国人等特殊类别人群。

以下表 1 是问卷调查结果:

Table 1. Questionnaire results

表 1. 问卷调查结果

序号	题目	选项	占比(%)	选项	占比(%)	选项	占比(%)
1	使用触摸屏	是	15	否	85		
2	观看视频超过 1 分钟	是	26	否	74		
3	拍照	是	33	否	67		
4	文字说明	充足	30	不充足	70		
5	多媒体设备效果	差	63	一般	32	很好	5
6	灯光	差	27	一般	58	很好	15
7	展线	差	40	一般	45	很好	15
8	讲解安排	充足	5	不充足	95		
9	领取彩页	是	10	否	90		
10	购买商品	是	2	否	98		

本调查采用跟踪观察法这种观察形式可以搜集到观众完整的参观行为数据,持续跟踪的观众行为记录犹如活生生的动态标本,有经久使用的可能。相较于跟踪观察法客观的记录,问卷法和访谈法则能收集观众主观上对展览等方面的判断[2]。

3. 调查陈列及建议

常设展览是首都博物馆展览体系中最重要类型,分别是常设基本陈列、常设精品(专题)陈列,本次调查选择两个展览作为代表,进行深度研究分析。历史文化陈列是首都博物馆的常设基本陈列(以下简称通史展),位于首都博物馆四层的古代佛像艺术精品展(以下简称佛像展)是馆内常设精品陈列之一。综合观众在首都博物馆不同展览的行为规律和各方面材料,发现观众对于博物馆的需求在博物馆提升自身水平等方面会起到重要作用。因而,博物馆借鉴观众的参观行为,在问题归纳总结的基础之上,找出博物馆需要改进的地方,以利于博物馆能够有更好发展[3]。以首博这两个展览存在的问题探讨常设陈列需要注意的地方,并给出合理性的改进建议。

3.1. 常设基本陈列

3.1.1. 展览设置

调查显示,观众对于陈列的内容设计和形式设计会比较关注,他们会根据自己的知识储备和审美习惯对陈列做出一定的判断和评价,同时,浏览也是一个再学习的过程,他们也很期待能从中获得更多有益的提升。

展览内容设计方面:平行展线的展示手法有一部分人认为内容很好,这种同期对比的创意点不错。另有很大一部分人未看出展览设计者的意图。许多观众反映外墙上的世界史部分与通柜距离太远,字与人物图都显小,两者之间的空间联系不够紧密,应该增加提示信息,另外也要考虑展厅内的空间视觉平衡。上层展示带很少有人注意到,注意到后也不会停留观看,主要原因是位置过高,视频及图片十分不清晰,无法吸引观众驻足(图1)。位于复原陈列“明北京城保卫战”出口上方的视频位置也处于人的最佳视线范围之外,由于厅内狭小,观众不能在此过多停留,会影响其他人,因此很少有人关注(图2)。充分利用上层空间进行展示的想法值得保留,但应考虑观众自身的观展习惯及舒适度,应事先让陌生人体验后再吸取建议改进。



Figure 1. Permanent basic exhibition hall
图 1. 常设基本陈列展厅

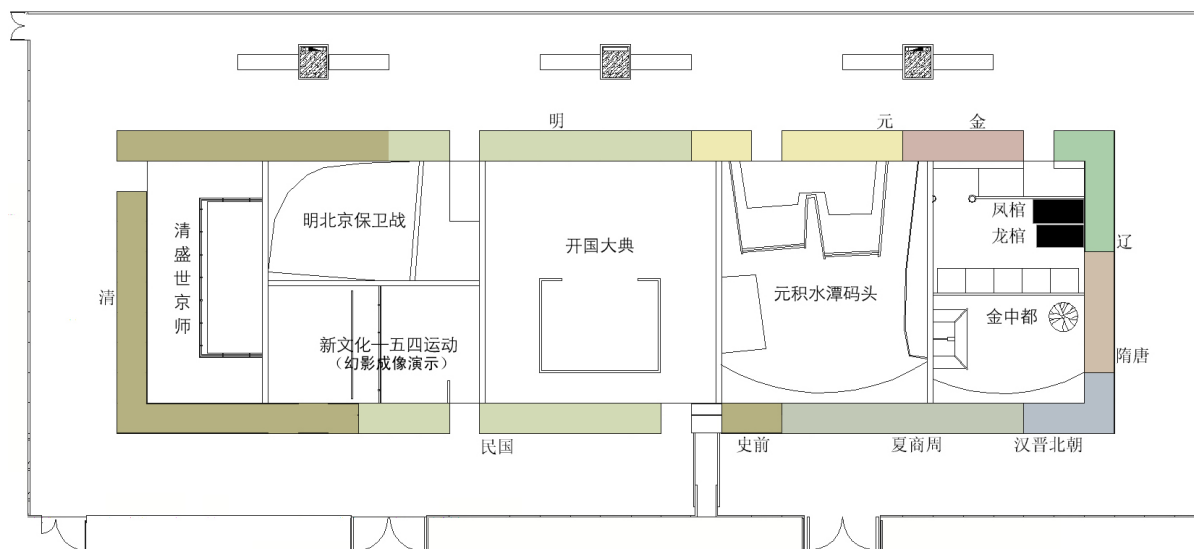


Figure 2. Historical and cultural exhibition hall

图 2. 历史文化陈列展厅图

展方可考虑在不破坏展览气氛、不喧宾夺主的情况下，将文学编剧形式与人机互动设备相结合探索出更吸引人的展览，在此架构下让文物有层次有侧重的传递出其历史价值[4]。如美国大屠杀纪念馆陈列厅，以类似影视剧思路的设计手法，着重突出展品与观众之间的紧密联系，欣赏展览的游客转换为在当时紧张、危险环境之中的受害者，这种临场的感染力特别强，远比孤零零陈列文物更能将观众带入特定的历史氛围之中，有如身临其境之感。

文字说明是内容设计的主要载体，观众大都会认真仔细的阅读文物和展板介绍等，在时间紧张的情况下，单元标题、说明会成为着重浏览的对象。文字说明：有些观众群体求知欲强，目前的陈列信息明显不能满足他们，应该增加更多的介绍。有的文物没有标牌，牌子上应该写有文物的名称及摘要信息，如出土情况、材质、功能、意义作用等。文物与说明牌之间的距离有些大，不断地来回浏览时极易对应出错。除有形的文字说明，现今，许多展览早已采用二维码来方便观众获取文物说明，许多观众都希望未来在展厅内使用 wifi 查看文物信息，这不仅节省标牌资源，还能采集观众的观展兴趣点并及时搜集反馈，从而最快速的更新服务内容。

3.1.2. 辅助设置

相应的硬件设备和服务设备是保证良好观展体验的必需，观众非常在意这一点。

多媒体设备：展览中的多媒体运用很多，如复原陈列“开国大典”中加入了视频、音频元素，但给予的内容信息并不多，也没有有效传递到观众那里。观众普遍肯定了展览中加入视频创作，这一呈现方式优于微缩景观——复原陈列“清代盛世京师”，不死板且易带入生活中的情感，演示实实在在的历史，将没有生命的文物赋予更多真实之感。但也有观众反映，视频制作不够精良，效果不够震撼。由于博物馆可能限于制作经费少、周期长等因素，可以参考一些“小而精”的设计思路，比如故宫万寿庆典展，为了突出庆寿长卷里面的很多细节，将它做成了 Flash 滚动播放，观众可放大查看图中有记号的地方，了解该场景的具体情况，发现那些可能不太会注意到的细微之处。满城汉墓博物馆里制作了许多小视频，譬如有的呈现了当时棺椁内部的结构等。西汉大葆台汉墓博物馆也应用了视频来说明枕头的摆放情况，视频中的透视效果图会让复杂、难以用文字表述清楚的过程，非常直观的呈现在观众面前。首博在介绍墓中文物如何摆放的情况时可参考此做法。

展览维护保障服务系统应该进入到标准化操作层面，这对于塑造博物馆品牌形象具有重大意义[5]。例如复原陈列“海陵王迁都燕京”和“清盛世京师”播放的视频没有声音，这很难吸引观众欣赏。基本陈列播放视频处没有座椅，观众没有耐心长时间站立观看。如果空间允许，提供座椅会让观展更舒适。目前，博物馆内播放的视频时间大多较长，并且没有附视频播放时长的提示信息，这都导致了观看不多的现象。针对此问题，可以增加视频播放的时长提醒，这样观众可以及时调整自己余下的观展进度安排。

3.2. 常设精品陈列

3.2.1. 展览设置

精品展厅的形式设计一般会结合文物内涵，打造出更加契合其需要的表现环境。观众对于展厅的外在与内在的双重看重，要求策划者考虑形式设计的同时要兼顾好内容设计，做到二者和谐统一。

展厅灯光：在设计展厅灯光时，应尽可能参考观众的意见[6]。基于展览主题的考量，为突出神秘的宗教氛围，工作人员将佛教展厅内的灯光设置的较为昏暗，许多观众反映这会产生压抑感，不利于长时间身处其中，尤其是在灯光不明的环境中看说明牌上字体较小且繁多的注解，加上需要弯腰驻足，时间一长，很容易产生视觉及身体的疲劳感(图3)。

展线设置：陈列柜内的时代区分的不是特别清楚，呈现出来的不同朝代、位置摆放的逻辑关系稍显凌乱，初次参观该展的观众都表示没有察觉出清晰的展线。此外，只有很少的一部分观众看出了展厅中设计者安排的汉传佛像与藏传佛像的两大类展示区隔(图4)。如果部题说明处有一个更大的标志，并且能像地铁线颜色区分那样设计应该会让观众一目了然不同展区的界限，不管走到哪里都知道是处于哪个朝代的展示带之中。佛像厅内连接了瓷器厅及圆厅的入口，加上自身的出入口一共有四个，观众不知道从哪个口就出来了。此外，出口被布帘完全遮挡起来，观众不易察觉出口的位置，在保护文物的同时，应该树立出入口标识提醒他们。专题精品展厅的展线层次一般会略弱化于时代脉络丰富的基本陈列，从另一个角度讲，反而是增加了其展线流畅的难度，时代区分不明、文物类型不清、开头结尾的隐蔽都会导致观众降低对展览的较好评价。



Figure 3. Permanent boutique exhibition hall
图3. 常设精品陈列展厅

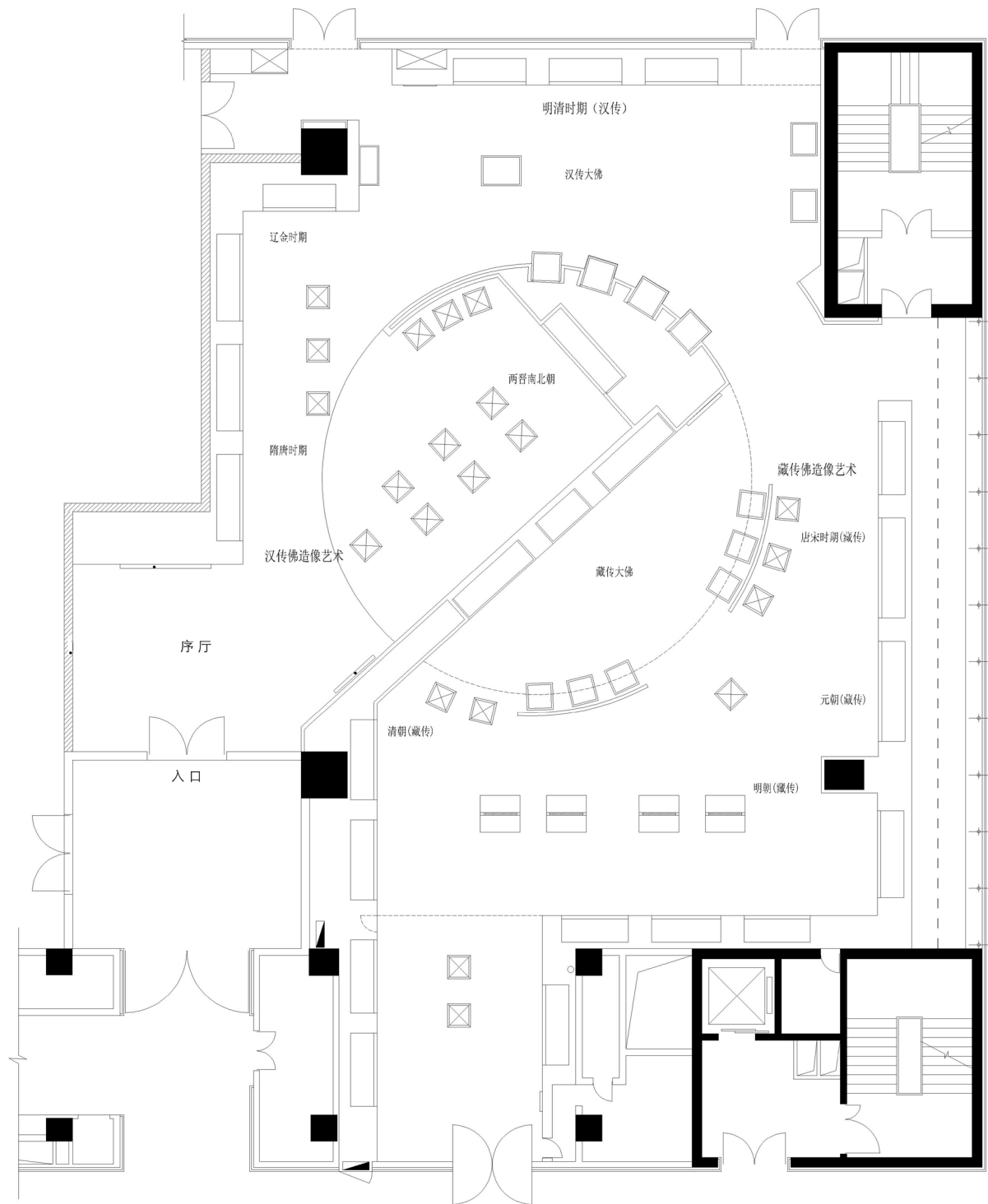


Figure 4. Ancient buddha statue art exhibition hall
图 4. 古代佛像艺术精品展厅图

3.2.2. 辅助设置

触摸屏方面：大部分观众都没有使用触摸屏，原因在于已经形成了一种对首博触摸屏触感不佳、内容没帮助的印象。目前展厅内的触摸屏反应不灵敏，页面设计老旧，这些缺点导致使用频率极低，几乎

没人关注。参观博物馆最重要的目的是欣赏真实的文物，触摸屏提供的是虚拟化的信息，满足不了观众的本质需求。调查发现，如果增加布展等幕后的展示过程，会吸引观众的目光，让整个展览变得有趣。部分触摸屏多媒体设备可撤换为更为实用的 pad 装置，可以随时根据观众的兴趣进行程序开发，不用投入过多成本，移动方便且触屏性能良好，易受年轻群体欢迎。

拍照方面：调查发现，个别观众认为博物馆是禁止拍照的，极个别的观众出于保护文物的角度，认为拍照会损害文物本身，还有人是尊重展厅中的宗教文物选择不拍摄。博物馆可以在门口放置标识告知可以拍摄，以便于那些想回去从事学习研究的人拍照留存。

讲解方面：文物说明牌上的术语解释不是很大众化，很多观众没有相应的背景知识储备，看展时感觉有些晦涩难懂。观众都认为讲解对于他们理解这种宗教文化类型的展览、展品有很大的帮助。在没有讲解的情况下，大多数人的兴趣不是特别的大，比较没有耐心主动仔细的浏览，更喜欢被动接受知识。有些多次看展的观众甚至一次讲解也没有碰到过，不知道安排讲解的时间在哪里有告知，这些服务信息可以印在票面上，或在展厅门口设置牌子提醒。现在的人工讲解次数已经无法满足多数观众需求，应该配置语音导览器。内置的 app 或自助方式的 NFC 手机导览装置都可以成为辅助讲解的工具，相比到前台押付换取导览器的方式,这样会更加便捷。

提高展览解读性应该要以人为本，满足多样性的需求。由于文物频繁借调等原因，展览的语音导览器不再提供，这导致观众只能选择人工讲解，这无疑会增大讲解员的压力。调查发现，多数观众表示宗教展需要浓厚的兴趣及有关专业背景才能更好地参观。从佛教展厅中的文物说明牌上的丰富术语、介绍可以看出，这更适合具备一定宗教知识背景的观众，许多想获取浅显易懂知识的普通观众无法得到满足。

3.3. 文创产品

3.3.1. 宣传品

调查发现，大多数观众都没有注意到彩页架，建议应将彩页架放置在更为醒目的地方，并突出其颜色。除此以外，增添帮助观众观展的内容，如展厅平面图、展线或重点文物图片、介绍等，让观众能第一时间对展览有个概括性的了解，进而根据自己的需求安排不同的参观时长，对展览进行或深度或浅显的欣赏。首都博物馆在 2012 年 8 月举办的“朝鲜王朝时代的生活”展览彩页上附带了清晰的展厅平面图及各单元的架构介绍(图 5)。这种做法值得各展借鉴。

另有部分人不赞同目前彩页的使用，建议改用手机推送等方式，不仅环保、节约纸张，还能容纳更多图片文字信息，观众可以自行选择加载浏览。此外，彩页可以增加类似博物馆教育学习单上的内容，帮助他们牢记重点知识(图 6、图 7)。调查发现，许多观众愿意尝试取阅以展览内容为依托制作的学习单，这会大大激发他们深入了解该展的热情，对帮助目标观众群提升展览理解程度，增加兴趣等方面裨益颇大。针对首都博物馆群体，彩页上应该增加更多符合他们知识储备、兴趣点的信息，既不肤浅也不过于专业性。内容设计尽量简单化，有明确的主题，不必全是文字。可以借鉴国外的学习单样式，游戏拼图，人像连线等皆可，老少皆宜，很适合携带子女的家庭观众，这是目前首博较欠缺的。

3.3.2. 衍生产品

小部分观众会逛商店，但购买店内商品的人不多。他们多倾向选购明信片、书签等价格不贵又具有博物馆特色的纪念性产品。目前，首博商店内销售的商品同质化较高，缺乏差异化营销思路，品种不够丰富。不愿购买的人多认为馆内商品在外面都可以买到，许多观众表示馆外商品会更便宜，没有必要在这里消费。人们更愿意购买凸显了创新性，如台北故宫博物院的“朕知道了”胶带卖到脱销，其制作成本并不高，但能抓住消费者的眼球，创新便是其成功的内核。首都博物馆基本陈列的商店位置毗邻其出入口，十分显眼，然而进去的观众并不是很多，即使进去了大多数也只是逛逛看。如何激发观众的购买

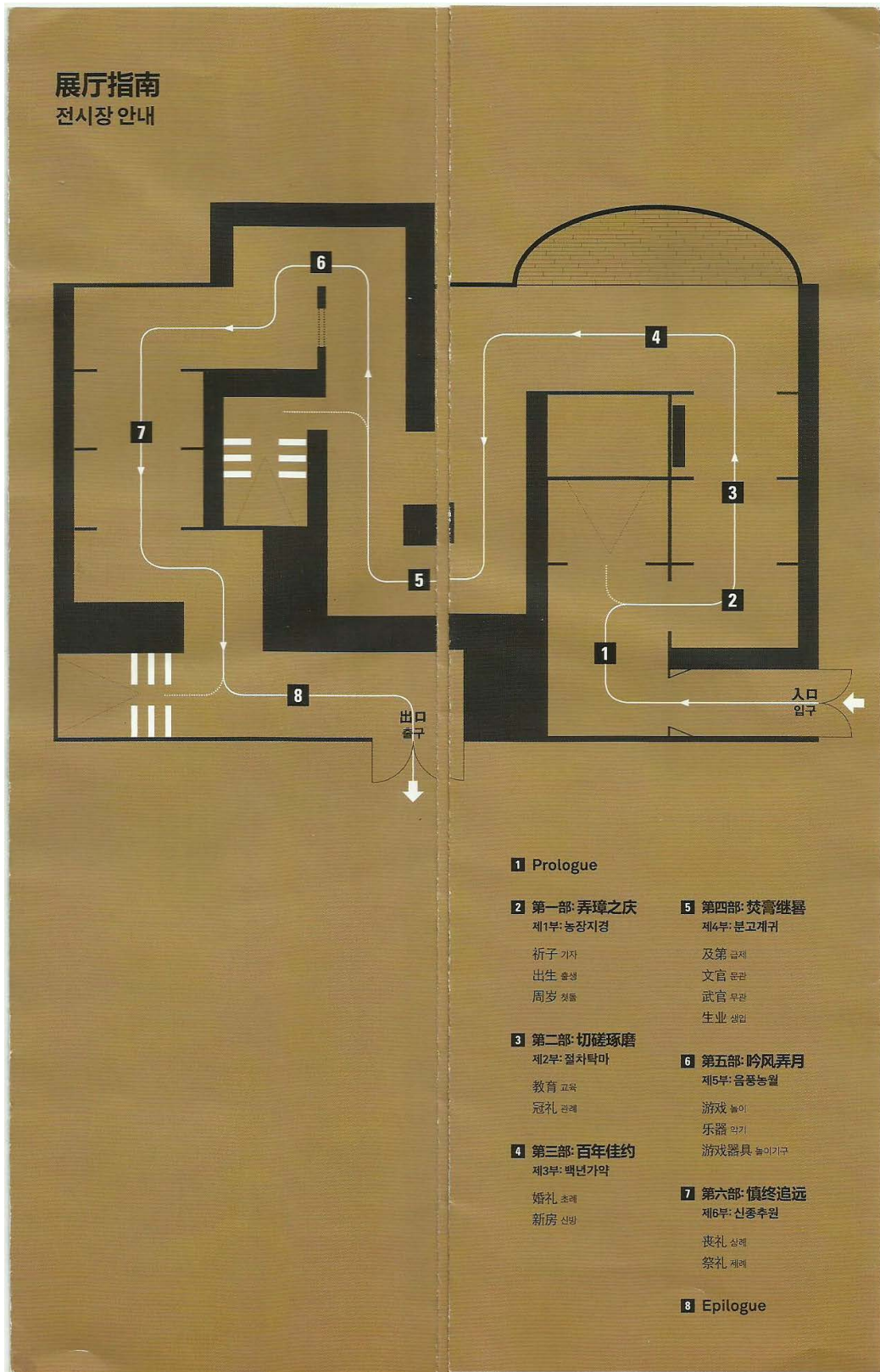


Figure 5. Life show coloring page of the Joseon era
图 5. 朝鲜王朝时代的生活展览彩页[7]



Figure 6. Historical and cultural display coloring page
图 6. 历史文化陈列彩页[8]



Figure 7. Ancient buddha statue art exhibition coloring page
图 7. 古代佛像艺术精品展彩页[9]

欲望,商店的配套开发可以参考西镇织的做法,以非遗为承载,与常设陈列形成互补。日本京都西镇织是著名的非遗保护基地,宽大的展示中心里面包含三个区域,第1个是卖和服手绢,第2个是表演艺织,第3个为模特表演秀,每隔半小时展示一次。三个过程相互呼应,连成一个有机的宣传整体。观众能从精彩的技艺之中获得知识,同时,这也是激发他们产生购买欲望的过程[10]。

4. 调查观众对博物馆展览的需求分析

观众人群是博物馆不可忽视的重点关注对象,博物馆应该成为他们进行创造力——质的提升的首选场所,这两个链条的碰撞结合对于整个社会的发展,将会起到关键作用。博物馆的最终使命是要把文化素质未达到一定水平的人容纳进博物馆中,并帮助他们提高[11]。

根据以上调查与研究,发现观众在参观博物馆方面有其特殊的需要与行为,大致归纳为以下几点:

4.1. 观众对博物馆展览质量需求

从内容到形式都比较关注,但对不同类型的展览侧重点有所差异。常设陈列作为一座博物馆展览中的核心,自然是观众关注的重点。平行展线、上层展示带的设计并没有达到预期的目的,缺乏提示来告知观众如何能更细致的浏览不同信息带。展线应尽可能地事先多加演习,以符合观众的浏览习惯[12]。观众对于常设基本陈列内容的展示有一定需求,他们不仅关注实物,更希望欣赏到陈列语言更为丰富的展览,通过这些展品全面直观的了解北京过去的历史或某一侧面的发展脉络。从他们在参观博物馆时很少拍摄纪念性照片,把大量时间用于观看展览这一行为也可看出,他们十分珍惜观看实物的机会。由于大多数博物馆的基本陈列展厅面积大,文物多,文字说明牌详尽,这很容易使观众产生博物馆疲劳感。因此,多种呈现手法的运用可以缓解这一不佳的观感状态。充分调动观众的五感会增强他们的环境氛围“置入感”,以获得最佳的体验[13]。除关注内容之外,部分人对形式设计也有一定的需求,希望运用更多的展陈手段营造出具备较新设计感的展览。常设精品展以一种全新的艺术展手法呈现出来,令人耳目一新,它的灯光设计与展厅布局决定着观众是否能够欣赏到高质量的陈列。如将陈列柜中单元说明用颜色或形状突出出来,会利于观众快速清晰地把握浏览内容。

4.2. 观众对博物馆辅助设施需求

常设基本陈列中的视频像素、声音达不到视听的标准,未能及时检修,这些硬伤有损于博物馆的形象。设备位置的不合理及缺少座位都成为降低观众对展览评价的因素。常设精品展中的触摸屏设备内置软件设计理念落后,内容常年得不到更新,不能满足观众的需要。

4.3. 观众对博物馆服务需求

陈列展厅中的彩页架位置不明显,导致许多观众没有取彩页。此外,他们希望彩页内容能更丰富些,包括展厅平面图、推荐浏览路线和重点文物说明等。学习单可以帮助他们更好地理解展品内涵和文字说明。观众对于讲解与解答的服务需求较大,他们希望获得大量关于文物的相关背景知识,包括来源、质地及功能等专业性的介绍。限于人工讲解资源的严重不足,语音导览器将是解决办法之一。博物馆应主动告知观众相关配套使用信息,以帮助他们熟悉 NFC 等新设备[14]。

4.4. 观众对博物馆文化衍生品需求

目前,由于博物馆不太重视商品开发环节,创意明显不足,无法吸引消费者的目光,导致许多人对博物馆文化产品印象不佳,继而更降低了对它的关注程度。只有增强商品的内在创新力,转变营销模式,实行差异化战略,才能比过其他同类的商品[15]。

5. 结语

在博物馆的学习体验虽然是碎片化的，但其效率要比学校更加值得重视，正是源于这是一种终身化的教育，在信息化逐渐普及的大背景下，博物馆展览的知识传播架构有必要与时俱进，做出改变。博物馆还要不断改进自身的服务水平，以满足观众的多样化需求。从某种程度上讲，每一单独个体都是检验首都博物馆展览质量、服务水平的绝佳反馈来源，他们的博物馆体验如何直接关系到中国博物馆未来发展的方向。通过此次深入调查，了解了观众在常设陈列类型展厅中的行为表现及需求，在这些有共性也有差异的地方，寻找改进不足、解决问题的可行性方案，以使展览及博物馆服务迈向更加高质量的水平。

参考文献

- [1] 乔治·E·海因. 学在博物馆[M]. 李中, 隋荷, 译. 北京: 北京燕山出版社, 2010.
- [2] 吴明隆. SPSS 操作与应用——问卷统计分析实务[M]. 北京: 五南图书出版公司, 2010.
- [3] 严建强. 博物馆的理论与实践[M]. 杭州: 浙江教育出版社, 1998.
- [4] 珍妮特·马斯汀. 新博物馆理论与实践导论[M]. 钱春霞, 陈颖隽, 华建辉, 苗杨, 译. 北京: 凤凰出版传媒集团、江苏美术出版社, 2008.
- [5] 罗杰·迈尔斯, 劳拉·扎瓦拉. 面向未来的博物馆——欧洲的新视野[M]. 潘守永, 雷虹霁, 译. 北京: 北京燕山出版社, 2007.
- [6] 郭文钠. 将观众观展体验纳入陈列展览的评估体系——以广东省博物馆历代端砚艺术展览观众调查为例[J]. 中国博物馆, 2012(2): 78-82.
- [7] 首都博物馆 2012 年 8 月举办的“朝鲜王朝时代的生活”展览[EB/OL].
http://www.capitalmuseum.org.cn/zjsb/content/2014-01/09/content_59705.htm, 2014-01-09.
- [8] 古都北京·历史文化篇[EB/OL].
http://www.capitalmuseum.org.cn/zlxx/content/2005-12/19/content_23282.htm, 2005-12-19.
- [9] 古代佛像艺术精品展[EB/OL].
http://www.capitalmuseum.org.cn/zlxx/content/2005-12/19/content_23288.htm, 2005-12-19.
- [10] 尼尔·科特勒, 菲利普·科特勒. 博物馆战略与市场营销[M]. 潘守永, 等, 译. 北京: 北京燕山出版社, 2006.
- [11] 严建强. 博物馆观众研究述略[J]. 中国博物馆, 1987(3): 17-22.
- [12] 史吉祥. 博物馆观众调查的几个问题[J]. 中国博物馆, 2000(1): 54-59.
- [13] 玛格丽特·霍尔. 展览论-博物馆展览的 21 个问题[M]. 环球启达翻译咨询有限公司译. 北京: 北京燕山出版社, 2007.
- [14] 盖尔·洛德, 拜伦·洛德. 博物馆管理手册[M]. 杨康明, 郝黎, 译. 北京: 北京燕山出版社, 2007.
- [15] 滕琳. 生活形态与旅游消费行为模式研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 暨南大学, 2011.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2169-2556, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ass@hanspub.org