

体验的时刻:红色博物馆传播的访客研究

李 理 邹易颖

摘要:红色博物馆是爱国主义教育的集中体现,是启蒙群众和传播革命精神精心设计的基本要素。研究通过访客录像对上海、南昌、武汉、洪湖等地6个红色博物馆内有组织的访客进行观察。掌握访客的馆内行进路线和空间偏好、如何使用解说资源与讲解员互动、如何理解评论展品和陈列布局、如何使用交互技术创造沉浸式体验等。通过深度访谈,聚焦红色博物馆展览设计如何加强访客参观之前之后,以及在馆内馆外的体验。研究通过红色博物馆特殊兴趣和爱好诉求与沉浸体验之间的关系来界定“有组织”的访客,用以区别临时访客。研究发现,红色博物馆参观主要结果是访客态度的改变。“有组织的”实地考察使访客对事实有了更好的了解;“无组织的”实地考察则使参与者对所展示的主题产生更大的兴趣和热情,即产生了更积极的态度。访客语言和身体行动,应在沉浸体验的实践感之中产生:每一个情境是由互动体验模型持续构建的,这种构建对于访客都是独一无二的,行动和体验是偶发的时刻。编排设计以及馆员管理在有组织和无组织的访客体验中找到平衡是关键。

关键词:红色博物馆;沉浸体验;访客录像研究;互动体验模型;

中图分类号:G268.1 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2023)05-0048-12

基金项目:国家社会科学基金重大项目(20&ZD324)

一、引言

党的十八大以来,习近平总书记30余次到访革命纪念地,瞻仰革命历史纪念场所,反复强调要把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好。红色博物馆的概念随着民族国家的崛起以及为国家著史的风潮不断深入人心,即立国和建馆的重合性。红色博物馆是爱国主义教育的集中体现,包括文化内涵、审美取向、知识体系、启发公众等,是建设社会主义核心价值观的精髓。红色文化通过博物馆的机构化得到重新诠释:“把不同程度的需求注入政治化的概念。”^[1]现代主义使博物馆参览的观众从生活到形式价值的换位体验已经趋于完备。

红色博物馆藏品和展陈都是中国共产党历史的产物,展现的是中国遭受帝国主义侵略内忧外患,中国共产党带领中国人民摆脱贫困与战争的一段荣光历史。长期以来,红色文化传播的主力军主要依托国家级媒体和地方媒体宏大叙事宣传,这种传播手段能够有效阐释红色经典的文化内涵,确保红色文化资源社会效益作用的发挥。官方主体的审查把关和干预政策也可以较好地尊重红色文化历史精髓,保证其完整性、严肃性和经典性,避免片面还原历史和随意杜撰褒贬。公共博物馆的首要目标是在道德和社会上进行教育与启蒙,其展出的艺术品旨在反映一套“新颖的”社会关系。红色博物馆则有着完全不同的目标,红色博物馆“经验”在知识领域的意义转变与以官方为主体的宣传模式有着相似的历程。历史经验被博物馆展示为一种道德教化的工具,被呈现为一种亲密的、直接的经验形式,并带给观众内在的情感感知。^[2]红色博物馆也更强调打造一个单一的、完整的视觉空间,在其中消除艺术与生活的界限,并以此致力于为社会主义意识形态服务。

本研究将访客沉浸体验作为一种探讨红色博物馆传播的方式,试图回答三个问题:第一,受到自身行动影响的访客如何自我描述沉浸式的体验,并以此来传播红色博物馆的实践感?第二,怎样通过评估红色博物馆体验的三层要素即个人背景、社会情境、物理场景,把实践感的价值与更为详细的互动框架联系起来?第三,在进行解释互动体验模型的现有框架下,如何建构红色博物馆机构目标,以及重新调整博物馆传播实践的重点?

二、文献回顾:博物馆传播中的访客研究

欧洲历史美术博物馆经历了两次世界大战的浩劫,战后的自我恢复期也置于整个欧洲复兴的背景之下承担了更多“重建人性”的社会责任^[3]。博物馆作为建立新世界的主流力量被反复强调,将博物馆当作政治社会场域成为一种研究的新趋势^[4],旨在讨论博物馆内部话语权的博弈。博物馆参观者的经验很少成为研究的重点。在西方文献中有证据表明,博物馆讲解员通过影响参观者的知识、内容、行动和态度,为提高参观者的学习提供巨大潜力。然而很少有研究关注讲解员在其他文化背景下的作用。

国外博物馆研究集中在媒介化、知识内阁、记忆场合和公众对话,大部分文献涉及博物馆作为一个机构的文化、历史或批评分析:它的社会角色,它的政治和管理问题,它作为学习、休闲和自我实现的场所的功能^[5],以及它的策展和收藏问题。国内则聚焦博物馆影视节目的传播策略、文化记忆承载传递以及多元的博物馆叙事。相较于国外对博物馆访客形成的较为立体的研究范式,国内并未充分纳入传播学视域,而仅将博物馆看作大众传播媒介的一种形态。这种研究将博物馆作为绝对的权力主体,缺乏语境化探讨和对访客的讨论,在博物馆的内容生产主体方面,访客的声音是严重缺失的。^[6]前期研究主要关注访客在展览中所获得的“体悟感受”,而忽略体验所释放的各种行动和活动,以及体验感受发生的形成过程。仅有的一些关心社会互动与对话的研究,将研究的关注主要集中在对话内容与展览内容的关系,而忽略了对话与互动所在的环境,即将展览陈设、地理位置以及物质环境视为外在的实体,独立于人的行动与互动之外,以认知发展的研究思路将观展视为环境因素刺激下的行动。这一领域的研究将博物馆体验看作是对预设展品和信息资源的一种反馈。博物馆管理主体以及展览设计者从这些反馈中获得一定的信息,用以吸引对展览的注意力以及访客参观体验。^[7]

满意的体验调查作为一个新的研究重点^[8],其目的是了解游客在博物馆体验中的期望,以及这些期望对游客满意度的影响。^[9]在这项研究中,Pekarik、Doering 和 Karns 确定了四种类型的体验,他们将其定义为:①实物体验,即关注参展实物本身的真实性、价值和美感;②认知体验,解释和吸收展品或展览的认知内容的智力刺激;③内省体验,是由物体或展览引发的反应;④社会体验,发生在他人的面前。对史密森尼博物馆的满意体验的研究集中在比较进入展览前预期的体验和离开时报告的满意体验。^[10]虽然这有助于解释为什么一些展览很成功,而另一些则不那么成功,但它并没有为未来的项目提供明显的指导。在营销和消费研究中,使用阐释的方法研究消费行为和购物体验是一种研究传统。^[11]使用录像的方式以及其他形式的录像分析方法研究销售那一时刻的消费行为,展现了录像记录作为一种技术在理解人们消费行为方面的潜力。录像记录可以展现整个消费活动的全过程,如场馆通道、产品浏览、反复检视、来回观察等。通过对录像数据进行详细的观察,可以解开这些行为的层层包裹,发现场馆设计以及布局如何影响到消费行为。^[12]多数的博物馆营销研究仅徘徊于博物馆的门口,^[13]依赖于统计入场人数等访问所得的信息,很少跨越博物馆的门槛分析参观体验以及展览本身,忽略对访客行为以及博物馆内发生的交互影响的研究。^[14]或出于博物馆本身公益性和服务大众教育的驱使,越来越多的博物馆注意到评估展览和访客研究的重要性。博物馆展览的开发者或教育者面临的最困难的任务是准确地评估参观者的经验和信息水平。这种动机反过来又限制了访客研究的发展:长此以往,研究致力于探索采用更为有效的方法去测试访客,并且通过对比期待值与实际博物馆体验评估展览的效果。

对长期回忆的研究证明了博物馆是感官体验,而不是认知体验,尤其是对第一次参观的人来说。^[15]在设计展览时,理解参观者将如何体验是非常必要的。比如感觉迷失方向,找不到地方坐下来放松,或者不确定最近的洗手间在哪里,这些都可能导致不愉快的回忆经历。可见马斯洛的需求层次理论在设计展览时很有用:一个满足游客身体需求的博物馆将能够满足他们的智力需求。然而访客满意度与繁复参观之间的联系来自管理学消费者调查理论,或文化消费理论,访客的期待与博物馆满意度之间的关系有待论证假设的考察,并不是以往博物馆简单的经验能定义全部。本研究的重点不是批判地探讨访客研究,而是通过访客研究反复强调的体验来探讨何为体验,以及体验为何被博物馆关注,或者体验放进博物馆传播企及访客的可能性。社会历史在博物馆中通常依靠实物来讲述,即这些讲述的故事或是历史叙述是附加在展示物品之上的,物品本身无法说话,物品展示意义在于它曾经被使用而非该物品本身。^[16]因此红色博物馆物品的边界在于它无法脱离语境本身而成立,同时也需要通过展览给展示物品通过新的阐释语境,其展览价值也在于此。

红色博物馆的空间创造了自己的价值体系,其本身的展览性被作为基于公众参与的集体性协商与集体观览活动的一种社会性质来讨论,社会展览价值则要置于这些集体活动的政治特性中来讨论。我们可以研究历史上知识和道德在这些集体活动的作用,以勾连起过去与现在的关系。红色文化在博物馆的装置方式是研究历史上代表性演变的一种方式,例如上海 1925 书局、苏州红五卅、天津津沽旧事沉浸式剧场将红色资源与剧本杀结合,《觉醒年代》的热映使合肥延乔路、电影《八佰》的上映让上海四行仓库抗战纪念馆成为网红打卡地,博物馆内部的价值体系与整个社会发展的关系关联,^[17]可以作为红色博物馆接受和传播的范例。

三、研究方法:数据采集与访客研究

本研究通过使用访客录像记录来研究红色博物馆的访客构成体。不同于临时访客,访客行动中的社会组织性,系统地嵌入观展过程的方方面面,包括访客的日程安排和参观期望都是预先设定的。本文把即将发生的抑或是特定的访客研究对象,更为深层次、更为内在的有意愿-去感受-感知存在(willing-feeling-perceiving being)的过程称为“体验”,用以区分仅仅是智力活动的、描述面对世界真实的、可触的、直观的反应的“经验”。^[18]这种视角显著增加了访客和博物馆议程重叠的可能性。本文分析了上海、南昌、武汉、洪湖等地 6 个红色博物馆(见表 1)的访客录像。这些录像主要来源是社会实践类高校教学课堂实录,媒体可预见主题设计的跟拍,以及红色博物馆第三方新科技应用项目系统数据资源。

表 1 红色博物馆概览

博物馆名称	地址	备注
方志敏烈士陵园	南昌市新建区	编码 a
中国共产党第二次全国代表大会会址	上海市静安区	编码 b
汉口中共中央宣传部旧址暨瞿秋白旧居陈列馆	武汉市江岸区	编码 c
武汉革命博物馆	武汉市武昌区红巷	编码 d
湘鄂赣边区鄂东南革命烈士陵园	黄石市阳新县	编码 e
瞿家湾湘鄂西革命根据地旧址	洪湖市瞿家湾镇	编码 f

根据资料搜集的目的,研究者并不是站在摄像机背后的录像拍摄者,而是在博物馆内进行近距离的观察者与记录者:通过智慧博物馆综合服务平台授权,精准掌握访客健康状况、进馆时间、进入场馆内路线、自助导览使用状态,并记录拍摄花絮搜集物证,如展品标签、参观图章、租用服饰道具、路线标记草图等,采访访客以及观看和聆听访客需求,记录参观心得日志等。录像资料由将近 1200

个小时的录像和连续三学期的实践课程,以及多地田野工作构成。与大多数博物馆的参观者以临时访客为主不同,本研究为预先安排好的、有组织的团体访客,涉及访客资料达 300 人,包括不同年龄、性别以及教育背景。录像资料分析主要应用于工作场合中的互动与合作,博物馆访客录像资料则注重观察人们如何观看展览、审视展览、理解展览。同时目前博物馆的体验互动产品、计算机技术支持的信息系统日益增长,为观察访客包括对话、行动和肢体行为提供了搜集便利。本研究分析查看 6 个红色博物馆初步录像,对访客的谈话、身体行动、他人互动、观展行为进行结构化观察,对互动性角色的特别行动和群体活动做出详细记录和检视;研究运用了话语分析用以揭示访客的言语、体语以及行动存在着一种社会性的有序结构和权力规训,揭示出体验感觉和意义的互动生产过程。

本文借助 Nvivo12 定性分析软件将录像数据导入软件中,创建主题类别,对录像视频进行逐节编码和对自由节点进行总结,运用描绘性词汇进行节点的开放编码,编号为 a0001、b0001、c0001、d0001……f0001,以编号字母代替博物馆,数字代替访客,下文将隐去相应博物馆及访客名。

本文采用了人工编码与 Python 程序语言关键词提取两种形式分析,重点对以下三类内容展开分析:①语言描述。红色博物馆的展品资料如革命文物、地域特征等是如何被访客讨论的?评论者如何推论它们的来源及价值?这些文物、陈设空间、场馆功能是如何以体验方式被描述出来的?访客如何个性化体验,是否被迫创造他们自己的认知框架,或者表现出已经提供了一个易于访问的框架?②互动行为。访客和解说者之间互动潜力、互动细节、对互动行为的看法以及沟通方式的清单。访客是否阅读标签、访客对话是否反映了展览的意图?群体气氛是否产生头脑风暴、提出显著价值的创造性或非正统建议?③交互技术使用。访客如何使用各种解说资源和系统(如传统的文本、个人数字化助手、信息亭以及更为高级的交互式传感器系统),以及红色博物馆的文化历史设施氛围如何与访客仪态步态、手势动作、语音语调、服饰装扮等产生关系。本研究参与智慧博物馆综合服务管理支撑端开发领域,形成评估创建原型和测试假设,本文还邀请红色博物馆 6 位管理层以及红色文化专家(见表 2)对博物馆的机构建设目标、前端评估及传播实践效果进行半结构式访谈。

表 2 访谈对象简介

访谈人姓名	所属机构及职务	基本介绍
高万娥	武汉革命博物馆馆长	主编《建党伟业——聚焦 1921》《一位中共一大代表的红色人生——陈潭秋生平 and 思想研究》等
朱胤	中共二大会址纪念馆副馆长	中共二大会址纪念馆明星讲解员
花真先	方志敏文史资料捐赠人	捐赠四百多份方志敏文史资料予江西省图书馆
欧震	著名红色诗人	红色作品《青春中国》《不朽》
沈嘉柯	青年作家	作品《平行塔》《那么一点点美好》
诸葛方林	方志敏干部学院 红色教育专职讲师	全省党校行政院校系统第二届精品专题课、上饶市干部教育培训好课程

四、访客话语:红色博物馆体验的自我描述

红色博物馆的这些展陈物品和地域人物是以权力/知识方式在官方机构性环境中运作的。历史博物馆的各种收藏并不单是碰巧出现的,各种制品必须成为被收集的,并为展出而收集。它们是历史的、社会的和政治的事件。对于福柯而言,话语构成体内聚力并不依赖于各种表述间公认的一致性。^[19]在对抗的甚至相互矛盾的知识领域内,存在着似乎是剧烈的内部争论和不同表述,所以策略知识是与权力知识不可分离的。^[20]但是这并没有破坏一种知识机体的建构和创造,这种建构和创造是围绕某个特定对象而以一种系统的和规定好的话语样式进行的。红色博物馆访客都是作为一个

社会群体的一部分,他们所看到的、所做的和所记得的都是由这个群体决定的。“它们在一种特殊语境中建构现实以使之符合于各种特定的权力关系”,^[21] 始终是受约束的,又始终是当下的,以及在能使它既面对自身,又面对各种其他文化的关系中设定各种合适的维度。在博物馆中行走的时候,参观者经历了一种程序化的体验,使他扮演了一个理想公民的角色,从而确定了现代国家的概念并使其合法化。红色博物馆成功地提供了这样的体验——连续的历史时期、革命精神的标志物、精心挑选的战争场景,都构成了一个连贯的视觉栏目向访客传授着再现的历史。红色博物馆空间无法揭示历史的多样性、复杂性和矛盾性,相反,其方向是符合中国政治现实的单一解释。

传统的红色文化传播场景多为静态的图书馆行为模式,通过鼓励沉默来阻止交谈,许多博物馆对社会交流造成了障碍。博物馆往往在展厅与入口之间设置长走道和隔离大厅,或者通过其他建筑设计及路线规划,为访客在入馆时创造出一种仪式感,^[22] 这样的场馆天然具有严肃性和疏离感。博物馆内的定位,展品内的定位,以及展品相对于博物馆内其他展品的总体摆放,都会极大地影响参观者的反应和行为。^[23] 红色博物馆创造了一种弥散语言系统作为突出的文化图标,旨在提供一个有凝聚力和情感结构的革命现代性意识形态的替代品和代言品。

刚步入湘鄂赣边区鄂东南革命烈士陵园,师生们就被秋收起义中的先烈铜像震撼。虽然他们的身体被铁链束缚,但仍高举革命信仰的拳头,在他们的身后是无数革命先烈心中炙热而又伟大的革命宣言:“前赴后继,生是革命人,死是革命鬼。”(编码参考点 e0021)

参观者的注意力受到展品的定位和博物馆方向指引的强烈影响。

事实上,展览中放置信息的原则——最重要的东西应该放在前面,那些离前门最近的展品会得到最多的曝光,反之收效甚微。

这是一座两层楼四合院式的仿古建筑,映入眼帘的是“我是江南第一燕,为衔春色上云梢”这句恢宏且具有浪漫文人色彩的屏风,屏风旁树立着古铜色的瞿秋白石膏像,神采奕奕,展现着一位青年儒雅、书生味正浓的革命家形象。(编码参考点 c0089)

同样的原则也适用于不要从整体中孤立地分离出一个特定的展览元素。

即使是最认真的展览策划者也会精心策划展览,但参观者并不总是按照预期的方式使用展品;有些参观者似乎会特意去挫败展览策划者。因此,博物馆应尽可能避免按顺序组织展览,因为一些参观者会按顺序观看展览。如果组织展览的最佳方式是顺序的,那么告知参观者顺序的重要性是很重要的。微妙的信息是不够的。(受访人物:朱胤)

博物馆通过悬挂展品,引导访客思考展品中所传达的故事。

看着狭小的房间和简朴的陈设,同学 E 用手拍了拍旁边的同学,顺势指了指狭长粗砺木质楼梯以及尽头瞿秋白的卧室。“今岁花盛开,宜栽白玉盆。只缘秋色淡,无处觅霜寒。”这是瞿秋白的《咏菊》。卧室房间陈设极为简陋,两桌一椅,唯一称得上装饰品的是瞿秋白与夫人杨之华的婚照。(编码参考点 c0013)毛泽东同志 1927 年在武汉主持农讲所工作时的办公地兼任了居所,所见之处没有任何的华丽装饰,只有简朴的桌椅床铺。(编码参考点 d0020)“此处却还包孕着勃然兴起,炎炎奋焰,生动的机兆。”透过《饿乡纪程》我们感受到了瞿秋白铿锵有力的话语,“还希望勇猛精进抗御万难,一往不返,尤其要毋负这老树兀岸高傲的故态呵!”(编码参考点 c0003)

访客沿着设定好的故事线行进,有序地按照时间顺序观看有着明示导览说明的悬挂展品。

讲解员向同学们描述瞿秋白就义的过程:1935 年瞿秋白被国民党拘捕,但他拒绝国民党的劝降,被蒋介石判处立即枪决……故居中保留了瞿秋白的手稿、穿过的蓑衣和草鞋。师生一行人跟着讲解员一步步向前走,慢慢划过瞿秋白的人生轨迹,感受那地面、那砖瓦的清冷庄严,跨过高高的门槛,仿佛回到那个激昂奋进的年代。同学鼻头红肿,也悲切起来,抹不去的惆怅萦绕心头。(编码参考点 c0047)

社会团体内信息的共享既是互动带来益处也有所限制。带队老师分享故事,试图解释展示给学

生,青年人通过他们的阐释对主题知识产生相互抑制:当这些知识交换良好时,信息传输量巨大;当它们出错时,信息仍然转移,但并不总是展示团队所需的信息。

三位同学在《时局图》前驻足,同学 F 指着墙上的漫画,右手食指沿着图两侧的“一目了然,不言而喻”滑下来,转身对身后的同学说:“图上北方有黑熊盘踞,长江有狼狗撕咬,中南有蛤蟆伸手,东边有日光拉扯,胶东有毒蛇盘绕,东南有鸱鸮虎视。这些再现了当时中国被分裂割据的状态。”同学连连叹息:“一幅图便是一部民族屈辱史。”(编码参考点 c0019)

通常博物馆空间宽敞、格局开阔,比日常生活场所更加超凡脱俗;然而红色博物馆的许多纪念故居或者历史旧址一个主要问题是拥挤,而访客并不总是容易控制的,因此展品的设计和评估不仅需要考虑最终用户,还需要考虑访客数量的正常配置。

我们都在武昌中央农民运动讲习所,沿着所内中轴线穿过操场,来到教务处。在这空无一人的旧址场景展厅里想象人才济济和青春昂扬的学员们学习场景,此情此景现在看起来就很精彩了很酷了。今天我们这么多同学挤到了这个讲习所大厅,正是因为这里有跟我们同频共振的那一代莘莘学子。这种学习的进取心强烈地充斥在建筑、氛围之中,绵延至今。(编码参考点 d0037)

访客根据自己的理解和经验来个性化与博物馆讲解员的互动信息,鉴于展览空间的时间限制,博物馆工作人员需要区分哪些是可以通过展览交流的想法,而哪些不是。

有些博物馆太少了,根本无法交谈。内容的层次和组织也常常妨碍访客和解说员之间对话,比如我们需要对正在观看的这副陈列品进行对话需要一定的知识积累;如果给出的信息是高度技术性的或枯燥无味的,那么访客以后也就很难再次谈论起它。最受诟病的是目前纪念馆中日渐增多的交互式计算机展览,因限制多重访问反而会阻碍社交互动;让参观者排成一排的展品也阻碍了社交互动。我们也在寻找更好的替代方案。(受访人物:朱胤)

解说员注意到尽管访客对历史知识和人物传记有回避的感觉,但也注意到访客会通过提出问题来刺激讲解员的方式主动获取党史知识,对语境的重视程度将大大提高访客理解对象和价值的的能力。

讲解员带上胸牌,调整好扩音器便开始讲解。同学 D 抢问道方志敏生于哪里?她回答:方志敏生于江西省弋阳县漆工镇湖塘村的一个农民家庭。在参观方志敏烈士革命救国板块图片及实物等资料时,同学 C 看到展出的圆形薄铁皮材质物体后问道:“这些是什么武器呢?”讲解员对他说:“这些是手雷弹,是方志敏带领赣东北革命根据地战士们抗战时用的武器。”我发现让参观者在离开时记住一件东西的样子,它是如何被使用的,以及它与参观者的关系,那么这个博物馆就设计了一个非常好的展览。(编码参考点 a0046)

与正式教育环境中的主动学习形成对比的是,互动证据表明访客有一种被动的学习文化。他们被教导要遵守社会规范,而不是质疑呈现给他们的内容。^[24]

我同时也是馆内的明星讲解员。我发现观众对年轻仁人志士如何建立共产主义信仰、如何投身革命事业很感兴趣。针对这些兴趣点,我们把党史教育和当代年轻人的思想教育及价值引领结合起来,从当年早期共产党人的受教育经历、生活经历、其三观的形成过程开始讲起,这些对青年的教育、感召和影响很有帮助。(受访人物:朱胤)

访客通常被驯化为不要质疑处于专业角色的个人,同时向比你年轻的人(比如解说员比访客年轻)征求建议或信息是不合适的,而解说员针对访客挑衅性的问题的解释要被动得多。使用共情的代入关系,创造友好的沟通环境会减少说教的排斥和解释的被动。

江西弋阳县方志敏干部学院培训学员 30819 人,覆盖全国近 30 个省区市,院内的学员或诵读《可爱的中国》,或倾听《清贫》故事。他们用行动告慰不朽的英灵:“我要将方志敏精神宣讲到底,直到讲不动的那一天!”为还原一个有血有肉、生动饱满的方志敏,我深入方志敏曾经战斗过的弋阳县漆工镇湖塘村和横峰县葛源镇;寻觅战斗遗迹……“当时,山风吹来,我仿佛听到了

战场的喊杀声,而方志敏被俘时的场景也瞬间浮现在我眼前。顿时,悲壮之情、崇敬之意油然而生,我的眼泪也止不住地流了下来。”(受访人物:诸葛方林)

大多数访客似乎并不把讲解员看作专业人士,相反认为他们是可以自由交流轻松交谈的对象。尤为引人注目的博物馆展览方式依靠现场工匠、音乐家、科学家、口述者等,发挥了“替补”接待访客作用。

我看到了“90后”画家刘一霖老师创作的巨幅画作《致敏》,更是听到了花真先讲述自己和丈夫捐赠400份资料故事,感到了方志敏烈士无私奉献的精神在后人之中的传承。(编码参考点 a0011)

访客和讲解员之间缩短权力距离,增加信任和减少与“面子”有关的担忧。同时访客能够自由地表达想法,参与到讨论互动活动之中。

虽然许多日间保安负责安全工作,但也有一些纪念馆工作人员在帮助解释向公众展示方面发挥了长期作用,在收银台、衣帽间和监督学校团体为游客提供直接服务,这在很多博物馆和纪念馆是被排除在外的。我们的工作人员接受了多元文化交流和解释方面的培训,参与了新展品标签的审查,并被鼓励将自己视为对游客的舒适和享受负责。我们也在尝试将教育工作者和志愿者带入展览的发展过程,让他们建议如何设计展览,以便于解释。这是一种积极的展览设计方法(受访人物:朱胤)

人与人之间的互动增加了博物馆内令人难忘的个性化体验的可能性。在我们针对实践课程回忆的反馈研究中,发现参与学生在经历几学期之后还记得纪念馆工作人员的某些特质是很常见的。这种人为因素可以在博物馆编排设计中发挥优势,例如让讲解员穿着具有时代特色的服装,装饰道具,或者扮演角色以增强展示的表现力,都能让访客有机会记住重要的概念和想法。

这次为了模仿方志敏先生,我特地租赁了两套风格不同的衣服,一套布鞋布衣和布裤,他会为爱人种上美人蕉,给母亲写信说心里话。从披上军大衣那一刻,我就已经从一个柔情大哥,变成了一个坚毅不屈的伟大革命战士。展现的是先生朴素而柔情的一面。(参考节点 a0006)解说员详细描述了《中国共产党第二次全国代表大会第一次全体会议》与会代表们的油画创作过程:“经由原创作者俞晓夫先生修复、补色、上光并进行清洗后再一次与观众见面。图上地这些代表是:中央局委员陈独秀、张国焘……中国劳动组合书记部代表李震瀛……有一名代表姓名不详。”同学F迅速拿出iPad拍下这幅油画并在与会代表的名字上一一加上着重的圆圈,并在标注“不详”名字旁打上了一个问号:“他是谁?”(参考节点 b0034)

五、访客心流:红色博物馆的交互技术和行动评估

移动智能终端、互联网与即时通信技术的发展下,红色博物馆深耕当地红色文化资源,在软件和硬件基础设施、智能界面的设计和复杂的交互性实施方面进行大量的投资,并通过访客对用户界面设计功能的调试和实验进行系统评估。智能用户界面以及用户建模和适应性技术非常适合于增强红色博物馆的教育传播,尤其是使用带有传感系统的大型投影或计算机技术来捕捉访客在博物馆中的行动。进入博物馆参观是一种个人体验,既包括认知方面(例如阐述新知识背景),以及具体的情感方面(例如兴趣的满足或对展品的迷恋),交互式装置致力于解决的一个关键问题是将互动性与移动和固定设备无缝交织在一起,保证整个参观过程的连贯性和访问的一致性。新颖的软件基础设施可以实现代理连接和融合博物馆空间中的多个定位数据流。

国歌展示博物馆以国歌故事为主线,通过实物陈列、场景再现、多媒体互动展示,整个博物馆中拥有18处多媒体互动装置和传感互动场景。其中180度的弧幕投影屏幕吸引访客走近观看,和其他人一起探索装置的设计,访客在传感系统装置前的动作或互动行为使得动画画面发生了改变,而这些改变又激励更多访客参与制造更多的行动。与传统触屏类信息系统相比,这类传感系统提供了更为灵活的参与方式,并不能预见访客看什么、看多久以及动作的顺序,但是提供了探索的偶发形

式,这不同于审视传统绘画的方式。

有些人站在距离装置稍远的地方观察活动,有些则走进作品,尝试亲自参与一下。传感装置投影前站满了人,很难判断谁的举手投足或行动引发了传感画面的细微变化,访客自己也越来越难以分辨哪些传感画面效果是自己引动而产生的。因为传感系统对投影前所有类型的细微移动或手势动作都很敏感,画面的不同地方也相继出现变化。为了分辨他们的行动如何影响着画面的变化,他们煞费苦心或是向空中伸出胳膊,或是挥舞着手臂来观察投影画面的变化,通过访客自己刻意设计的动作使他们可以分辨对投影产生影响的是自己,而非同时站在投影前参与互动的其他人。(编码参考点 b0002)

访客自己或他人身体移动或动作完成使得投影画面发生改变,可见的动作和这些动作与投影画面改变的关系让体验成为可能——不仅与计算机装置系统的互动,还包括观察他人的互动。围绕着精密传感器连接操作的展览和装置活动往往会吸引其他大量访客的驻足参与,可以为访客提供展览特色。这一装置由身体的移动操控,从而制造出一定范围的互动,这种移动易于被发现,可以通过访客行动关联到投影屏幕的变化,从而让其他访客产生兴趣。

投影前的行动大家都可以看到,从而访客可以获得他人的观展体验。个体在观展时的行动所产生的体验成为一种资源,使那些正巧在同一地点的访客对装置产生了一些理解,甚至通过传感系统设计的动作获得意外惊喜。

在发现移动设备上可以扮演特定角色以提高演示的参与度时,一名访客并没有告诉同伴可以选择两个角色:虚拟主持人和主播。当扮演主持人角色时,该角色会介绍新的媒体资源,并使用特定指向的手势。当扮演主播角色时,只是复杂的介绍,而不对他们进行任何干预。(编码参考点 b0006)

虽然比主持人简单,主播的角色可以帮助访客理解许多不同的演示背景。作为主播的角色,支持移动设备的小屏幕和虚拟窗口的大屏幕之间的无缝切换。类似电视栏目主持人在演播室里走来走去,展示不同的画面内容。除了这个角色可能扮演的具体角色外,它也是对访客实际兴趣的一种隐喻。通过提供不同的角色并让访客自行选择,对展品的不同看法就会被透明地传达和明示出来,访客的行动以及展览的互动形成了这类装置的体验。与之互动的其他人也会经历流动,社会情境中从一个人传播到另一个人,从一群人传播到另一群人的“传染效应”的心理状态,互动的个体越多,这种传染效应越大。在装置前的行动与互动,运用展品特色所创造的资源,可以作为共同参与体验的基础。

本研究者参与了红色博物馆第三方新科技应用项目系统数据资源提供商黑火石科技的“展厅智能中控系统”的合作研发,该中控系统提供了当访客触碰 IPAD 上相应设备的特殊的标签和其他解释设备按钮操作时,触摸屏会向中控主机传送触发指令,中控主机受到指令,向对应的受控设备发送控制信号,受控设备就会响应该操作。

通过提供提示如音频、图形、计算机交互或动手体验,帮助他们将注意力集中在相关属性上,来帮助不熟悉的访问者。知道“寻找什么”或“如何做”的技能使参观者更容易将他们所看到的与自己的经历联系起来。博物馆智慧为游客提供了对博物馆体验的一定程度的控制,使参观更令人满意。每个游客都应该在参观博物馆时感到舒适。(受访人物:朱胤)

展厅智能中控系统能够更加智能化地控制展厅多媒体,以此为访客展示更加智慧化的内容,丰富其体验,比如地面互动投影、幻影成像、全息扇、虚拟主持人、互动涂鸦、VR 虚拟漫游、AR 增强现实的全景漫游等。然而许多博物馆提供了过于丰富的刺激,以至于访客可能会感到感官超载。

党章展厅内最显著的党章图书馆陈列了从 1922 年到 2012 年发布的所有党章。用手机扫描二维码开启地图导览和讲解大纲定位功能,全程解说音画同步,系统根据讲解词内容自动跳转。除手动浏览模式外还尝试了 40 分钟快速浏览、90 分钟详细浏览、170 分钟沉浸浏览三种漫游模式,拖动进度条任意选择观看进度,这些操作很难将注意力集中在任何一件展品上超过几秒钟,尤其和我们合作的“大手拉小手”系列活动的孩子们,他们无法使用大多数成年人使用的控制过

滤器,他们通常会一个展区跑到另一个展区。提前准备的定向材料可以帮助孩子们,但更成功的策略是给孩子们15到20分钟的时间,让他们按照自己的节奏探索环境。对于大多数孩子来说,这段最初的探索期将显著降低他们的新鲜感和感官过载的影响。还有更好的方法是,我们的有组织团体计划不止一次的实地考察,这样,在第二次参观博物馆的专业指南中,孩子们会更平静,更能专注于选定的展品或物品。她在触摸屏上滑动着手指,一部部党章电子版自动翻开。更巧妙的设计是抬头便能看到第一部党章诞生到今天的时间,了解党章的发展历程和中国共产党从幼年走向成熟的全部过程。(受访人物:沈嘉柯)

通过在红色博物馆传播流程如实地探访、共读朗读、浏览引导……生命参与的重复流动体验,当体验到积极的社会反馈或社会认可时,这个过程更有可能被正向促进和激励,尤其对于大学生青年群体。从社会心理角度来看,在红色博物馆传播中体验和积极正向的社会支持,可能有助于个人形成社会和文化上更可取的态度,并成为受人尊敬和认可的社会成员。沉浸体验是一种确保“不必担心失败”^[25]、提供“每一步都有明确目标”^[26]以及正向的即时反馈^[27],通常为个人提供沉浸或流程中令人振奋的“心流”^[28]感觉。这种体验还提供了一种时间被改变的感觉,以及一种将注意力从意识中排除的状态,使自我意识与活动完全融合。^[29]

一进序厅大家就被LED顶幕折屏震撼到了,为了让史料生动鲜活起来,展览馆创新地运用了现代的声光电科技手段,通过数字资料、影视资料、视频、图文结合的方式对中共二大的整体情况和重大意义进行深度阐释,让大家更全面、更真切地体验革命者的创业维艰。屏幕色彩饱满,一则极具震撼效果的开场短片回顾了建党初期的历史,屏幕从背景墙一直延伸到屋顶。好几位同学环顾屏幕:“哇!这样的全景观展体验好绝啊!不虚此行!”(编码参考点b0017)

Falk认为:“沉浸式的情绪可以唤醒人的认知和记忆。虽然认知过程中,情绪被认为是独立的,但是这个体验过程,多感官是不可分割的。情绪、记忆与决策紧密联系,他们的体验记忆可能最终影响参观者的选择。流动可能被认为是一个基本的动态因素,它塑造了人们在日常生活和未来中的感受、行为和思维方式。”^[30]人们在他们居住的一种或多种文化中选择或选择“让他们感到充满活力、有能力和创造力的行为”。^[31]流动可能在心理的社会面向发展中发挥重要作用,发展出社区导向以及个人表达能力。

六、互动体验模型:红色博物馆传播实践路径

互动体验模型强调了个人背景、社会情境和物理环境之间的相互作用,可以成为红色博物馆制定目标和重新调整博物馆教育工作的有益指标。^[32]互动体验模型可以被看作是一个由三个相互作用的球体组成的三维集合,每个球体分别代表三个背景中的一个(见图1)。红色博物馆的体验发生在物理环境中,即博物馆建筑结构和展陈物品的客体集合。博物馆的访客通过自身的个人背景来感知物理环境,并由共同体创造的社会背景来分享这种体验。一般来说,三种背景中任何一种都可能影响访客体验。

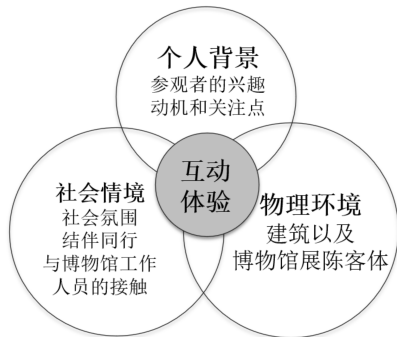


图1 互动体验模型

如图1所示,球体的相对大小并不一定代表三种背景的相对重要程度。访客体验可以被认为是个人背景、社会情境和物理环境之间不断变化的互动;甚至可以用一系列的“定格快照”来表示,每张快照都凝固三种集合重合部分的、某个时间点的互动时刻。该模型不仅有助于博物馆体验的概念化,而且也有助于为访客创造出更为有效的博物馆体验。

综上所述,互动体验模式应用于红色博物馆传播实践,需要调整博物馆“认知挂钩”重新思考将抽象概念建立在具体理解的坚实基础之上,以一种综合的方式寻求访客博物馆体验与博物馆之外日常生活之间的联系。

第一,红色博物馆应该设定以概念为导向的体验情感和心理活动的目标。目标的设定从早期概念化开始规划,随后在计划实施过程中对目标以个人背景、社会情境、物理环境三个层次进行分组。有组织的团体通常有朋友、同学、老师陪同,不同的个人背景组成集合都对团体的社会情境有所贡献,需要充分考虑到访客体验的复杂性。有些疏忽正是由于博物馆体验的不完整模式而造成的,即往往侧重关注于任意两个北京互动火对构成体验的情境理解不完整;只是将访客体验视为互动体验模型的一个子集,而不是整体。例如设计展陈可能会注意到博物馆场馆的灯光照明、颜色背景、物品摆放和文字可读性等物理环境方面,而没有考虑到社会情境对展览的重要渲染铺陈作用。情境全覆盖的应用互动体验模型可能影响到访客交互行为,其关键是创造一个完整的情境背景,访客成为一系列无缝连接、相互促进的一部分,这些情境背景共同支持博物馆体验目标的达成。

第二,在完整的互动体验模型中,红色博物馆专业人员要创造展品物理环境和学校实地考察、公共服务项目、教育推广等社会情境的互动,为特定观众组织的活动是红色博物馆对公众教育所作贡献的一个主要方面。应该鼓励参观者个性化展览,可以通过标签、幽默剧、戏剧、现场解说、物品的情境安排从熟悉的现实背景开始到不熟悉的历史情境来实现。有组织的团体,也会如同临时游客一样,往往没有带走社会情境预定的信息就离开了博物馆,而一些偏移“正常脚本”的个人背景行为反而会带来适度的惊喜,这些惊喜在访客的回忆日程中自然延伸出来。

第三,注重访客沉浸体验对红色博物馆传播实践所起到的显著作用。访客通过一种具体的方式来理解红色博物馆所希望传达和设置的周遭环境背景。作为有组织的访客进入博物馆,将以可以看到、触摸、感觉或听到的空间意象概念化为博物馆中呈现的视觉隐喻信息。从一开始就要理解包括历史文物,如文献、实物、报刊、书籍和照片等资源内容,到可以让访客进行亲身实践的、计算机辅助技术支持的交互式高级设备,这些资源很大程度上构成了“博物馆体验”的基础。沉浸体验在时间和空间都有所延展,触发了感官作为身体的延伸,扩展到对博物馆空间领域的全方位体验。

本研究不足之处在于,红色博物馆传播语境承认和尊重权力/话语的框架仍有推进的空间。由访客体验看红色博物馆传播是本研究的理论探讨与实践分析的起始点,特定的社会环境造就了红色博物馆的特性,中国共产党百年历程成就了红色博物馆现有的有效的文化实践。重要的是,博物馆的参观者并不是将物体和标签的视觉记忆编入学术性的、概念性的物理环境规划和设计之中,而是将展陈客体和参观体验同化在具有个人意义和特征的心理类别之中,这些互动体验是由他们在参观红色博物馆之前和之后具有个人背景和社会情境的生活事件所决定的。访客在观展过程中,通过示意、身体行动以及对话与他人分享他们的观展体验。^[33] 访客在展览环境中注意到展品以及信息资源,正如访客通过博物馆提供的展品和非正式资源来探索展览,对于访客看什么、看多久、怎么看,博物馆并无规定,博物馆的管理层和展览设计也无法预见这一点。^[34] 然而,这些互动体验使得访客从被动的观者变为积极的参与者,当他们环绕展品漫步、彼此交流的同时,自动生成根据访客参观期间行为和选择决定的、反映访客个人兴趣的参观后总结,意味着对个体具有内在的激励作用的观展体验就在进行中。作为语言的一部分,沉浸体验与外界交流密不可分。讲述者和体验者通过共同看到的场景、触碰到的物品、听到的关键字词相互交流思想;个人感受俨然成为主体间的感受。体验是社会、政治力量影响的对象,红色博物馆在策展内容和展陈形式上呈现出来的体验感,无论是策展人刻

意的还是无意识的,都反映了博物馆方和访客受到社会、政治理论影响的体验。

参考文献:

- [1] M. Nina. *Art and Its Institution: Current Conflicts, Critique and Collaborations*. London: Black Dog Publishing, 2006: 10-11.
- [2] 李万万. 国立历史博物馆筹建初期的展览研究. *文物天地*, 2015, 11: 62-66.
- [3] M. Archibald. *Museums and World Peace*. *Museum News*, 1946, 23: 6-7.
- [4] V. Marzia. *Museums in China: The Politics of Representation After Mao*. Wales: Boydell & Brewer Ltd, 2014: 25-42; 26.
- [5] F. John Howard, D. Lynn. *Learning from Museums*. Washington DC: Rowman & Littlefield, 2018: 58-59.
- [6] 周夏宇. 传播学视域下的博物馆研究——基于 Cite Space 的数据挖掘与对比分析. *新闻与传播评论*, 2021, 03: 68-80.
- [7] 格拉汉姆·布莱克. *如何管理一家博物馆: 博物馆吸引人的秘密*. 徐光, 谢卉译. 北京: 中国轻工业出版社, 2012: 7-10.
- [8] D. Zahava. Strangers, Guests, or Clients? Visitor Experiences in Museums. *Curator: The Museum Journal*, 1999, 42: 2; 74-87.
- [9] P. Andrew, D. Zahava, K. David. Exploring Satisfying Experiences in Museums. *Curator: The Museum Journal*, 1999, 42: 2; 152-173.
- [10] K. Volker, T. Martin. Experiencing Exhibitions: A Review of Studies on Visitor Experiences in Museums. *Curator: The Museum Journal*, 2012, 55: 435-452.
- [11] 尼尔·科特勒, 菲利普·科特勒. *博物馆战略与市场营销*. 潘守勇译. 北京: 北京燕山出版社, 2006: 329-333.
- [12] B. Graham. *The Engaging Museum: Developing Museums for Visitor Involvement*. New York: Routledge, 2012: 7-10.
- [13] R. Ruth, H. Anne-Marie. *Museum Marketing: Competing in the Global Marketplace*. London: Butterworth-Heinemann, 2007: 90-92.
- [14] V. Pat, V. Alicia. Supported Interpretation: Exhibiting for Audience Engagement. *The Exhibitionist Journal*, 2014, 33: 1; 54-61.
- [15] F. John Howard. Front-end Evaluation of The "Living Ecosystems" Exhibition, National Museum of Natural History (Interim Report). Washington, DC: Smithsonian Institution, National Museum of Natural History; 1991: 57-58.
- [16] B. Ronald. The Exhibit As Planned Versus The Exhibit As Experienced. *Curator*, 2014, 57: 1; 1-4.
- [17] 许捷. 意义建构: 博物馆最佳传播实践的探索. *东南文化*, 2017, 4: 109-114.
- [18] K. Charlotte. *Spaces of Experience*. Chicago: American Library Association, 2009: 8.
- [19] F. Michel. *Power and Knowledge*. New York: Pantheon Books, 1988: 145-146.
- [20] F. Michel. *Order of Things*. London: Routledge, 1989: 376-377.
- [21] C. Jacob. A Power Primer. *Psychological Bulletin*, 1992, 112: 1; 155-159.
- [22] 卡罗尔·邓肯. 仪式的文明化: 内观公共艺术博物馆. 王文婷译. 上海: 上海人民出版社, 2016: 468.
- [23] P. Andrew, S. James. The Power of Expectation. *Curator: The Museum Journal*, 2012, 55: 4; 487-496.
- [24] D. Jennifer, H. Jill. Supporting Student Learning: A Comparison of Student Discussion in Museums and Classrooms, *Visitor Studies*, 2010, 13: 1; 46-66.
- [25] A. Caroline, B. Eric, R. Vincent. Flow Experience and Team Performance: The Role of Team Goal Commitment and Information Exchange. *Motivation and Emotion*, 2013, 38: 1; 66-67.
- [26] A. Kiyoshi. Flow Experience, Culture, and Well-being: How Do Autotelic Japanese College Students Feel, Behave, and Think in Their Daily Lives? *Happiness Study*, 2010, 11: 1; 606-607.
- [27] Surowiecki, James. *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than The Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies, and Nations*. New York: Doubleday, 2004: 78-79.
- [28] C. Mihaly. *Flow: The Psychology of Happiness*. London: American Library Association, 1992: 79-80.
- [29] Firat, A. Fuat. Towards a Deeper Understanding of Consumption Experiences: The Underlying Dimensions. *Advances in Consumer Research*, 1987, 14: 5; 342-343.

- [30] F. John Howard. *Identity and The Museum Visitor Experience*. London: Routledge, 2016: 37-38.
- [31] H. Barbara. *The American Century: Art & Culture*. New York: Whitney Museum of American Art, 1999: 8.
- [32] F. John Howard, D. Lynn. *The Museum Experience*. Washington, DC: Whalesback Books, 1992: 7-8.
- [33] F. John Howard, S. Martin, D. Lynn. Investigating Public Science Interest and Understanding: Evidence for The Importance of Free-choice Learning, 2007, 16: 4; 455-456.
- [34] W. Marcella, B. Barbara, K. Judith. *Interpretive Planning for Museums: Integrating Visitor Perspectives in Decision Making*. Walnut Creek: Left Coast Press, Inc, 2013: 9-10.

Moments of Experience: A Visitor Study of Red Museum Communication

Li Li, Zou Yiyi (Central China Normal University)

Abstract: Red museums are the focal point of patriotic education and an essential element in the elaboration of enlightening the masses and spreading the spirit of revolution. The study observes organized visitors in six Red Museums in Shanghai, Nanchang, Wuhan and Honghu through visitor videos, mainly sourced from social practice college class transcripts, media section filming on predictable topics, and data from third-party new technology applications of the Red Museums. It captures visitors' spatial preferences for travel routes of within the museums, how they use interpretive resources to interact with docents, how they understand and comment on exhibits and display layouts, and how they use interactive technologies to create immersive experiences. The study also focuses on how Red Museum exhibition design can better enhance visitors' experiences before and after their visit, as well as inside and outside the museum, through a qualitative research methodology of in-depth interviews. The study defines "organized" visitors by the relationship between the Red Museum's special interests and hobbies (Party Day themed activities, donation and collection of revolutionary artefacts, geographic landmarks, etc.) and the immersive experience to differentiate them from casual visitors. Visitors' language and physical actions should be generated within the practical sense of the immersion experience. Each situation is continuously constructed by an interactive experiential model that is unique to the visitor, and actions and experiences are episodic moments. Finding a balance between organized and casual visitor experiences in exhibition design, layout and curatorial management is the key.

Key words: Red Museum; immersion experience; visitor video study; an interactive experiential model

■ 收稿日期: 2022-05-30

■ 作者单位: 李理, 华中师范大学新闻传播学院; 湖北武汉 430079

邹易颖, 华中师范大学新闻传播学院

■ 责任编辑: 刘金波