



宁波博物馆

NINGBO MUSEUM

浙東文化

论丛

宁波博物馆 编

二〇一五年第一辑

科学出版社



宁波博物馆
NINGBO MUSEUM

浙東文化

论丛

二〇一五年第一辑

宁波博物馆 编

科学出版社 · 北京

图书在版编目 (CIP) 数据

浙东文化论丛. 2015年. 第1辑 / 宁波博物馆编. —北京: 科学出版社, 2015. 5

ISBN 978-7-03-044302-1

I. ①浙… II. ①宁… III. ①文化史-浙江省-文集 IV. ①K295.5-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第101845号

责任编辑: 李 茜 / 责任校对: 钟 洋

责任印制: 肖 兴 / 封面设计: 北京美光制版有限公司

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学院印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2015年5月第 一 版 开本: 889×1194 1/16

2015年5月第一次印刷 印张: 6 3/4

字数: 195 000

定价: 68.00元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

宁波博物馆一楼东特展馆
East Special Exhibition Hall,
Ningbo Museum
2015.5.18 ~ 7.19
May 18, 2015 to July 19, 2015

非洲雕刻
文物艺术展

GREETINGS FROM SAHARA
CARVING ART OF AFRICA

撒哈拉的问候

非洲，一个神奇的大陆。它不仅有着千奇百态的地形地貌、异常丰富的动植物资源，更有着源远流长的古代文明以及独树一帜的地域文化。撒哈拉沙漠以北诞生了著名的古埃及文明，以南则孕育了当地独特的黑人文明。在这片土地上，非洲人民以其非凡的智慧和想象力使艺术与生活、信仰与宗教交融共生，这在中非和西非地区的雕刻艺术上体现得尤为鲜明。从衣食住行到音乐舞蹈，从祭祀崇拜到节日庆典，无数种类繁多、用途各异、极具魅力的艺术作品，不仅承载着远古的历史记忆，也折射出非洲人真实的世界观与人生观。其原始质朴却又充满张力的表现风格，流露出强烈的自然与生命之美，凸显着鲜明的人文特色，这使非洲雕刻艺术成为世界文明长河里一颗散发着耀眼光芒的明珠，更为西方思想与现代艺术的发展带来了源源不断的启示与影响。

展览遴选了190件来自非洲撒哈拉以南地区17世纪~19世纪的雕刻艺术品，这些雕琢精美的生活用品、姿态各异的众神雕像、形形色色的祭祀面具以及沟通万灵的巫术法器，向我们展示了一幅绚丽多姿的非洲艺术画卷，同时也缩短了距离，让我们走进传统非洲人的精神世界，感受他们最纯真的膜拜与敬畏……



主办单位 >

宁波市文化广电新闻出版局
宁波市人民政府外事办公室

支持单位 >

刚果共和国驻华使馆

承办单位 >

宁波博物馆
北京文博之家文化发展有限公司

ORGANIZERS BY >

NINGBO BUREAU OF CULTURE RADIO & TV
PRESS AND PUBLICATION
FOREIGN AFFAIRS OFFICE OF NINGBO
MUNICIPAL PEOPLE'S GOVERNMENT

SUPPORTED BY >

EMBASSY OF THE REPUBLIC OF CONGO
IN CHINA

PRESENTED BY >

NINGBO MUSEUM
BEIJING WEN BO ZHI JIA CULTURE
DEVELOPMENT CO. LTD

宁波博物馆
NINGBO MUSEUM

《浙东文化论丛》

主 管 宁波市文化广播电视新闻出版局

主 办 宁波博物馆

编辑委员会：

主 任 赵惠峰

副 主 任 舒月明

编 委 李 军 戚迎春 魏 敏 杨 丹

编 辑 部：

主 任 戚迎春

副 主 任 李 军

主 编 莫意达

责任编辑 江婷婷

封面题签 启 功

封底篆刻 高式熊

目 录

博物馆研究

- 1 文物联展策划与文化效应放大 / 范光花
- 7 大数据思维下的博物馆宣传教育管理 / 林 磊
- 12 对我国一级博物馆定级评估工作的回顾与思考
——以宁波博物馆为例 / 卢 怡
- 18 浅谈博物馆的财务管理 / 罗 莹
- 22 论博物馆的智能化 / 任楠楠
- 26 浅析智能化安防系统在博物馆的建设与发展 / 於 照 沈 艳
- 31 博物馆在城市文化建设中的作用 / 范 昊

历史与考古研究

- 39 《史记·殷本纪》见证商代考古 / 段廉廉
- 44 吕祖谦及其史学思想 / 胡林迪
- 49 宋初两浙市舶司设置考辨 / 莫意达

文物研究

- 59 “羽人竞渡纹铜钺”与古代浙江越族海洋文化精神解读 / 徐爱军
- 63 吴晋堆塑罐龟趺碑刍议 / 许建青

文化志愿者研究

- 72 中国文物保护志愿者发展现状研究 / 江婷婷 胡恩诗

宁波文化与保护研究

- 79 试论宁波传统宅第之“门”的建筑形制与蕴涵的文化特性 / 傅亦民
- 88 加强历史街区生态环境治理 力推城市健康发展研究
——以宁波外滩历史街区为例 / 黄定福
- 93 浅谈浙东运河（余姚段）的保护与文化传承 / 沈娟娟

Table of Contents

Research on Museum

- 1 Curation of Joint-exhibitions and Expansion of Cultural Impact / *Fan Guanghua*
- 7 Museum Marketing and Education under “Big Data” / *Lin Lei*
- 12 Revision and Rethinking of National First-Level Museum Evaluation / *Lu Yi*
- 18 Brief Discussion on Museum Financial Management / *Luo Ying*
- 22 Museum Intelligentize / *Ren Nannan*
- 26 Brief Discussion of Intelligent Security System in Museum Construction and Development / *Yu Zhao & Shen Yan*
- 31 Function of Museum in the Construction of City Culture / *Fan Hao*

History and Archaeology

- 39 *Shi Ji-Yin Ben Ji* Witnessed the Archaeology of Shang Dynasty / *Duan Lianlian*
- 44 Lǔ Zuqian and His Historical Thought / *Hu Lindi*
- 49 The Establishment of two *Shi Bo Si* in the Early Song Dynasty / *Mo Yida*

Research on Cultural Relics

- 59 Brass “Yue” Ornated by “Feather Headdress Men Rowing” Motif, and Ancient Maritime Culture of Zhejiang Yue People / *Xu Aijun*
- 63 Discussion on Porcelain Jars and Tortoise Steles of Wu State Period and Jin Dynasty / *Xu Jianqing*

Research on Cultural Volunteers

- 72 Study on Culture Reservation Volunteers in China / *Jiang Tingting & Hu Sishi*

Research on Ningbo Culture and Reservation

- 79 Architectural Form of Ningbo Traditional House Gate and its Cultural Characteristics / *Fu Yimin*
- 88 Reinforce of Eco-environment Control in Historical Blocks to Promote Healthy Development of a City / *Huang Dingfu*
- 93 Reservation of Grand Canal and its Cultural Inheritance / *Shen Juanjuan*

文物联展策划与文化效应放大

范光花

《**国**家文物博物馆事业发展“十二五”规划》中明确表明“十二五”期间全国博物馆总数达到3500个，全国博物馆年均举办陈列展览达到10000个以上，每年在国（境）外举办120个中国文物展览，每年引进50个国（境）外文物展览，年接待观众达到五亿人次以上^[1]。这表明，当今我国博物馆以及文物展览正处于数量迅猛增长时期，由此也面临从数量型向质量型、从馆舍天地走向大千世界的转型问题。

在21世纪经济全球化，政治、文化一体化的趋势下，博物馆要担当起更大、更新的文化遗产使命，积极主动策划包容多元文化、产生综合文化效应的文物巡展，充分体现博物馆的核心文化价值。

一 启示：“海上丝绸之路”文物联展产生世界性文化效应

2014年4月24日，由国家文物局、北京市政府、福建省政府联合主办，福建省文化厅、北京市文物局共同承办的“直挂云帆济沧海——海上丝绸之路特展”在首都博物馆拉开帷幕（图一）。文化部副部长、国家文物局局长励小捷出席开幕式并致辞，中国外交部副部长李保东、福建省人民政府副省长徐钢也出席了此次活动。

励小捷在致辞中表示，2013年10月3日，习近平总书记在印度尼西亚国会发表重要演讲，提出了共同建设21世纪“海上丝绸之路”的战略构想，而历史上海上丝绸之路的开辟和发展，在各个时期都



图一 “直挂云帆济沧海——海上丝绸之路特展”

留下了丰富的物质文化证据，我们有责任也有义务将这些历史的遗响传达给今天，将前人的智慧传播给后人，因此举办这个展览具有深远的历史意义和现实意义。

本次展览共展出来自海南省、广东省、浙江省、广西壮族自治区、福建省、江西省、山东省、上海市、江苏省51家博物馆的馆藏文物240余组件，包括瓷器、丝绸、钱币、香料等。展览回顾了古代东南沿海先民开拓海上丝绸之路的艰辛历程，全面展现和还原了昔日海洋大国的风貌，进一步探索了古代东西方贸易和文化交流的深刻意义，有助于唤醒古老的海洋记忆，推动中华民族复兴的伟大进程。目前，外交部已经把海上丝绸之路文物展览作为2014年国家重要文化品牌推出去，送到联合国总部展出，还将用5年时间在东盟10国巡展。

我们不难看出，这个联合了9个相关省市精品文物的海上丝绸之路特展，在国内外巡展后，必将成为一大世界性文化盛事，产生政治、经济、文化一体化综合效应。这个展览，不仅仅是我国的一张文化品牌，也将为构建世界多元和谐海洋文化作出不可估量的贡献。这在现今海洋纷争不断的时代，是多么难能可贵。

笔者认为，海上丝绸之路文物联展堪称我国文化活动策划的经典个案，值得我们去研究和领悟。我们要思考的是：为什么文物联展策划，竟然会产生如此注目的文化效应呢？

其实，海上丝绸之路文物联展走到成功的今天，是经历了数年长时间的策划调整、契合时机、放大文化效应过程的。更有意思的是，这个展览策划、巡展经历了三次“接力棒”：

一次是宁波市十年磨一剑，在举办了十届“世界海上丝绸之路文化节”宣传、传承活动后，于2011年12月10日，由中国社会科学院和宁波市政府主办，浙江省文物局协办，中国社会科学院历史研究所、宁波市文广局、宁波博物馆承办的“海上丝绸之路与世界文明进程”国际论坛在宁波市举行，签署了《新机遇、新挑战、新跨越——中国“海上丝绸之路”七城市联合申报世界文化遗产行动纲领》，策划了“跨越海洋——‘海上丝绸之路’七城市文化遗产联展”。之后，福州市也以敏锐的文化嗅觉要求加入该联展，终于，“跨越海洋——中国‘海上丝绸之路’八城市文化遗产精品联展”首展于2012年5月18日在宁波博物馆开幕，并相继到蓬莱、扬州、福州、泉州、漳州、广州、北海等“海丝城市”巡回展出，为海上丝绸之路城市联合申报世界文化遗产造势。

与此同时，不谋而合的是福建博物院自2011年3月开始，也在策划筹办海上丝绸之路文物精品七省联展活动。三年来，联合海上丝绸之路沿海地区——江苏、浙江、福建、山东、广东、广西、海南七省区，特邀上海、江西两地，精心组织45家省、地、县级博物馆参加展览，从数10万件文物中，经过多轮精挑细选，荟萃精品300余件，于2013年10月18日福建博物院成立80周年的日子，隆重推出“丝路帆远——海上丝绸之路文物精品七省

联展”大型专题展览。这个展览既接力、包容了“海上丝绸之路”八城市文化遗产精品联展的文物精品和主题策划，还将联展上升到省级联合层面，从阵容规模上有了新的跃升。“丝路帆远”展览被列入2013年福建省八项文化大事之一，文化部副部长、国家文物局局长励小捷专程视察展览。为贯彻落实习近平总书记近期访问中亚时提出的共建“丝绸之路经济带”的战略构想，中国人民对外友好协会2014年1月11~14日组织塔吉克斯坦、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦三国驻华大使、吉尔吉斯斯坦驻华使馆参赞等一行8人参访此展。由此，这个展览开始由申遗文化宣传契合到国家对外政治、经济、文化合作时机。

最近，恰逢习近平总书记强调与东盟国家发展友好海洋合作伙伴关系，共同建设21世纪“海上丝绸之路”，这也引起了国家文物局的高度重视，更换了一个新的展览主题“直挂云帆济沧海——海上丝绸之路特展”，将海上丝绸之路文物展览文化品牌进一步做大做强，巡展首都和国外。终于将海上丝绸之路文物联展上升为国家文化外交的大使，出巡联合国和东盟国家。

海上丝绸之路文物联展策划给我们的启示是：策划顺应时代热点和潮流的文物联展，可以放大一个城市、一个省、一个国家的文化宣传效应，产生不可估量的文化影响。

二 新时期博物馆要担当更大的文化责任

在当今博物馆免费开放背景下，博物馆要做的不是简单的开门迎客，观众期望的也不仅仅是免费，关键是要将“免费的午餐”变为“文化创新的盛宴”。同时，博物馆还要承担文化引进来、走出去的使命，让本地人们共享多元文化，让本地文化

出去展示、交流。

1. 博物馆要从展示文明转变为推动文明

博物馆过去被单纯地看做是展示文明的“窗口”，但全新的博物馆理念却认为“博物馆要成为推动社会进步的积极力量”，时代要求博物馆必须承担更大的社会责任，要求博物馆从“文明展示窗口”转变为积极主动的“文明发动机”。博物馆要转换角色，化被动为主动，通过专业的研究把握文明发展的趋势，为社会的发展提供正确的方向；要通过陈列展示把先进的文明传播到社会的各个角落，促进整个社会的健康发展。博物馆应该为人类生活、人类社会合理和谐的秩序提供文化意义上的论证，提供人类文明进程和生存理想的历史演进，以及与之相应的价值构成和思维方式的证明。

2. 博物馆要树立城市文明的标杆

博物馆作为一个城市的公共文化设施，作为一个城市的文化地标，作为一个城市的精神家园，该如何去满足新时代的城市需要，为所在城市的经济发展、社会和谐、文明进步服务，从而在有为中有位，突显自身的存在价值和特色呢？

博物馆作为公民终身的第二课堂，必须树立起一个城市文明的标杆，通过展示鲜明的地方文化特色，塑造城市精神，并通过不同地区间文化的交流与影响，展现文化的包容性、开放性、多元性。博物馆应宣传引导人们在行为意识、思想观念上发生潜移默化的改变与升华，在提高市民综合素质和公德水平的基础上，最终达到塑造并代表城市文化形象、影响城市的发展方向、体现最新人文科学理念、引导社会价值取向的目的。

3. 博物馆要担当城市对外交流的文化大使

一个城市的文化特色，影响着整个城市的整体风貌、居民生活的精神状态和理想追求。博物馆从一定程度上来说是一个城市的文化象征，它以文物

见证一座城市的辉煌，成为一个城市最好的文化名片。它是不可替代的城市对外交流的文化大使，博物馆要通过展览交流向外传递这个城市所独具的历史渊源、文化内涵、地方特色以及民俗风情，让全国、全世界了解这个城市、亲近这个城市，乃至向往这个城市。

三 文物联展策划是放大文化效应的最好选择

中国博物馆从数量型转向质量型进程中，既有竞争也有联合。竞争是压力和动力，如果你不想成为平庸无为的博物馆，在博物馆之林中淹没，你就必须策划、创新有影响的展览和文化活动；联合是共享和共赢，如果你不想坐井观天、自娱自乐，以低水平文化产品敷衍观众，遭人诟病，你就必须整合文物资源，主动担当文物联合展览的发起人和“盟主”，由“博物”走向“博能”。总之，不管是竞争还是联合，文物联展策划都是放大文化效应、提升博物馆质量水平的最好选择。

心有多大，舞台就有多大。一个博物馆的真正价值和核心竞争力，不在于它拥有多少重量级藏品，而在于它能联合并调动一切文化资源，不求所有，但求使用，使展览“常展常新”，不断推出内容丰富、形式新颖的展览项目，不断策划有创意、有影响的文化活动。

文物联展策划是一个系统工程，当一个展览开幕了，还只是“策展人团队”的先头部队完成了展览的一半任务，另外一半任务要靠社会教育、宣传推广和产品配套团队去完成。也就是说，在文物联展推出的同时，还要通过举办学术报告会、人物专访、展览主题讲座、文物鉴赏沙龙，出版图录、文集，以及开发艺术品、纪念品等，才能实现展览文化传播效应的最大化。

文物联展策划主要有三种联合形式，与之相应的有三种文化效应：

1. 互通藏品有无，互派人员交流

最初级的合作形式是互通藏品有无、互派人员交流的联盟式展览合作。比如，宁波博物馆于2008年12月发起成立了“宁波国际友好城市博物馆联盟”，携手英国诺丁汉城堡博物馆、波兰比得哥什地方博物馆等9家宁波国际友好城市博物馆，开展了一系列的交流合作，引进了“印象诺丁汉大型摄影展”“波兰油画展”，输出了“宁波博物馆藏邵克萍版画展”，促进了城市国际文化交流，得到政府的表扬和观众的好评。

2. 创意文化事件，产生深远影响

文物联展策划的更高阶段，是异地博物馆之间，借助人缘、物缘、地缘等关系，联合策划有创意的文化事件，并举办展览宣传，产生深远的政治、文化影响。这种文化创意式的文物联展策划，一般是由博物馆根据形势需要提出创意，由政府指导、支持完成。近年来，这种文化事件创意联展开始成为热点，令人过目不忘。例如：元代画家黄公望的旷世杰作《富春山居图》，在三百多年前被焚为两段，《剩山图》收藏在浙江省博物馆，《无用师卷》收藏在台北故宫博物院。2011年6月2日至9月5日，两岸联合策划在台北故宫博物院举办了“山水合璧：黄公望与富春山居图特展”（图二），表



图二 “山水合璧：黄公望与富春山居图特展”

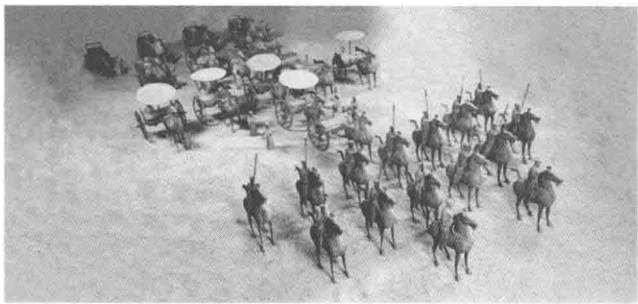
达了两岸统一的美好寄托，产生了重大深远的政治、文化影响。应中国国民党中央委员会邀请，时任中共浙江省委书记的赵洪祝率团赴台，进行了“富春合璧，两岸同缘”交流活动，围绕文化、经贸、科技、教育、旅游等内容开展一系列参访交流。台湾当局领导人马英九为此展发贺电：“至盼藉由此项两岸文化交流盛事，恢弘传统绘事深威，拓展中华美学意境。开启水墨画视野，落实多元文化精神，共同为营造高度人文素有之优质社会奉献心力。”国务院总理温家宝也在2012年3月14日十一届全国人大五次会议记者会上说：“我常想，难道几千年的文化恩泽就不能消弭几十年的政治恩怨？我真诚希望两岸进一步加强文化交流和人员往来。”“这幅分离很久的《富春山居图》终于在台北合璧展出，这反映出中华文化具有强大的向心力和震撼力。我虽不能至，但心向往之。”

3. 巡回多地联展，加倍放大效益

文物联展策划的最高境界，就是策划重量级、高档次的文物大型联展并多地巡展，使展览成果让多地观众共享，并使展览文化传播持久化。打造这种能引起轰动的巡展，首先要由牵头博物馆联合相关博物馆做好学术研究，确定好主题；其次要挑选重量级文物“明星”，尤其要挑选几件没有公开露面或很少露过面的神秘“黑马”文物，作为宣传“卖点”；再次要大力宣传推广，预定各地巡展档期，规划节约成本的巡展运输线路，使巡展成本分摊至最低、文化效应最大化。

联展式的文物巡展，是在独家文物巡展基础上发展起来的策展模式。独家文物巡展是建立在独家拥有奇货可居的文物条件上的，比如秦始皇兵马俑全国巡回展、中国国家博物馆的“国宝展”巡展、四川省三星堆出土文物国际巡展等，独家文物巡展是输出展览的博物馆独家提供文物。而大型联展式

巡展则是建立在区域共性文化遗产基础或线性文化遗产基础上开展的，其形式特点是多家博物馆联合出文物精品组成一个新展览，并流动巡回多家博物馆展览，往往规模大、时间长、影响广。比如，广东、浙江、江苏等省在本省内，依靠省文物局的行政协调，近年来先后开展了全省博物馆之间联合巡展活动，是一种区域性文化遗产联展巡展；再如，2010年8月16日推出的大型巡展“丝绸之路——大西北遗珍”，汇集了西北五省区22家文博单位的245件（组）珍贵文物，其中一级文物多达144件（组），在国内外知名博物馆流动巡展，这个展览则是一个兼具西北地域文化和世界线性文化特色的大型联展巡展（图三）。



图三 “丝绸之路——大西北遗珍”展

笔者认为，文物联展加上巡展活动，是展览策划的最高境界，也是文化效应最大化的体现。联展而不巡展，是一种好展览资源的一次性消费浪费。

四 结语：与时俱进，把握两个理念

文物是人类文化活动遗存下来的物质，这些人类瑰宝，因各种原因，分散收藏在各个文物收藏机构或私人手中，策划文物联展，放大文化效应，是每个博物馆义不容辞的责任。而要担当好这份责任，必须把握两个理念：

一是把握“大资源合作”理念。任何地方的文物资源都是有限的，我们要充分利用外地文物资源，不求所有，但求所用；任何地方的文物遗产都不是孤立存在、与世隔绝的，我们要跳出本地区，将本地区的遗产保护放到国内大型文化遗产、国际线性文化遗产视野中考量；一个地区的遗产保护和文化遗产工作，完全可以与社会各个领域、与国内外各地区多方面合作共赢的。文化传播工作要善于“跨界”和“走出去”，以求得最大的影响和效益。

二是把握“大文化传承”理念。文物保护的目的是为了文化传承，文化传承是促进文物保护的最佳手段。“大文化传承”理念指的是一种文化大开放、大展示、大传播、大交流理念，面对21世纪政治多极化、经济全球化、文化多元化的时代背景，

在城市文化建设中，尽管城市文化遗产带有很强的地域性，但它却从来不是静止的，也不可能是单一的、纯粹的，所有城市的文化都是吸收了其他文化的长处而逐步融合发展的。所以，发展城市地域特色文化并不意味着排斥其他文化，博物馆要充分发挥文化遗产的融合功能和催化作用，促进多元文化和谐共存，并努力使本地文化走向全国、走向世界。

注 释

- [1] 乔欣：《“十二五”中国博物馆从数量增长到质量提升》，《中国文化报》2011年1月12日。

（作者单位：鄞州区文物管理委员会办公室）

大数据思维下的博物馆宣传教育管理

林 磊

随着互联网技术的发展与智能设备设施的普及，海量的数据正不断被收集、整合和使用，人们的行为模式不断被数字化、公式化与模型化，这也促进了大数据思维的产生。以大数据分析的方式来剖析社会的变迁和新时代事物发展的规律，是大数据思维的重要特征之一。博物馆作为公共文化教育机构，承担着为社会公众普及知识、提供教育和艺术欣赏的社会职能，不可避免地会受到数据应用技术革新的影响。

对于博物馆现状而言，由于自身数据积累不够，使得博物馆在中国公众中的影响力仍然十分有限。如何从各种类型的数据当中，快速获得有价值的信息并加以分析使用，从而为公众提供更完善的服务，是博物馆面临的新的发展机遇。如果能在大数据时代顺势而为，将极大地提升博物馆宣教的水平，拓展对社会公众的影响力和辐射力。

一 大数据及其特点

所谓的“大数据（Big Data）”，全球著名管理咨询公司麦肯锡将之定义为：无法在一定时间内用传统数据库软件工具对其内容进行抓取、管理和处理的数据集合。总体而言，大数据具有4个特点，即4个“V”：①数据体量（Volumes）巨大，大型数据集，从TB级别，跃升到PB级别。②数据类别（Variety）繁多，数据来自多种数据来源，数据种类和格式冲破了以前所限定的结构化数据范畴，囊括了半结构化和非结构化数据。③价值

(Value)密度低,以视频为例,连续不间断监控过程中,可能有用的数据仅仅一两秒钟。④处理速度(Velocity)快,包含大量在线或实时数据分析处理的需求,1秒定律。

大数据是继云计算、物联网之后IT产业又一次颠覆性的技术革命,对国家治理模式、企业决策、组织和业务流程,以及个人生活方式等都产生了巨大的影响。大数据革命性地瓦解了传统信息体系架构,将相对静态的数据仓库转化为具有流动、连接以及信息共享的数据池。而大数据技术则使人们可以利用之前不能有效利用的多种数据类型,抓住被忽略的机遇,使各类组织更加智能和高效。

2013年3月29日,美国政府宣布“大数据研究和发展倡议”,提出通过增强收集海量数据、分析萃取信息的能力,加快美国在科学与工程领域发明的步伐,增强国家安全,转变现有的教学和学习方式,同时希望与IT行业和相关机构携手迎接大数据的机遇和挑战。

二 大数据思维与博物馆运营管理

博物馆,特别是历史类博物馆,其内容是过去的,讲述的是人类文明发展的历史,但其运营和管理必须是现代的和当下的。作为社会文化服务机构,博物馆服务的是当下的社会和现实中的每一个社会成员。因此,博物馆必须,也不得不根据社会发展的现状,运用符合当今社会发展规律的管理思维和管理方式来管理博物馆、运营博物馆,而大数据则是博物馆应当且必须采用的思维(图一)。

以博物馆宣传教育为例。对现在博物馆宣教而言,宣传推广的影响、观众数据的收集、参观体验的反馈、活动效果的评价、志愿者服务的管理等海



图一 问卷调查是收集观众数据的重要方式

量数据在日常工作中不断产生,且应当被用来统计和分析,从而帮助博物馆进行决策。但这种数据处理的方式在现有的采集模式下会遇到许多难以解决的问题:①数据的收集太过于被动,更多的时候只是对于数据的记录,而缺少主动收集数据的方式。②数据采样方式为随机采样,力图以最少的数据获得更多的信息,这无疑导致了采样结果必然有所偏差。③宣教各个数据内容只有纵向相关而缺乏彼此之间横向的联系,数据的扩展性不足,故而数据的价值也就不能很好地发挥。

妥善地运用大数据思维,就能解决这些问题。大数据“要全体不要抽样”,这要求博物馆分析与某件事物相关的所有数据,而不是依靠分析少量的数据样本,从而解决数据收集随机采样的弊端。大数据“要效率不要绝对精确”,这要求博物馆要乐于接受不同数据的纷繁复杂,而不再仅仅是为了追求数据的精确性,从而解决数据采集被动的不足。大数据“要相关不要因果”,这要求博物馆转变思维,不再探求难以捉摸的因果关系,转而关注事物的相关关系,从而解决数据价值的问题。

三 大数据思维在博物馆宣教中的应用

随着免费开放政策的实施及其逐步深入,博物馆如何适应当下社会的现实需要,在充分获取、了解公众需求的基础上为社会提供“需要”的社会服务从而实现博物馆社会效益的最大化已经成为博物馆面临的重要课题。其中,作为沟通博物馆和社会的主要渠道,宣传和社会教育是博物馆解决这一问题的主要途径。一方面,博物馆通过宣教了解社会需求并为博物馆展览等各项服务提供指导,另一方面,它将博物馆的展览、活动等相关信息准确地传递到目标观众。如何让观众了解博物馆,使陈列展览让观众理解、让研究成果让社会知晓,这些都需要宣传教育工作的支持,这就好比一个扩音器,宣传教育工作要把博物馆的研究成果、陈列内容等各种信息扩大影响,拉近市民与博物馆之间的距离,让更多的人了解,从而走进博物馆。因此,大数据思维应当最先在博物馆宣传教育中得到应用。博物馆的宣教应当充分利用大数据获取海量观众数据,并通过精确分析了解观众、读懂观众,从而进一步打破原有被动地面对观众、坐等观众上门的供给式运作方式,主动出击,以公众需求为导向,为公众提供个性化的服务。

1. 以观众数据的全面收集,来改善博物馆的服务质量,实现服务对象的数据量化

观众是博物馆最直接的服务对象,其满意度也是博物馆重要的评价指标之一。全面收集参观观众的数据,除了我们日常所收集的博物馆的年参观人数、每个展览或重点展品的参观量、举办活动的参与量、不同季节不同时间段的参观量变化等数据外,还包括参观观众的行为数据。从进入博物馆开始的参观之旅,就是不断产生着行为数据的过程。

对一个展览的参观驻留时间,可以反映展览的设计、阐述水平;对于馆内举办活动的参与次数和评价,可以反映该活动各个环节所存在的利弊;对于自助导览的展品扫描次数,可以反映观众的参观兴趣点等。而这些数据都是可以被博物馆用来改善自身的服务质量。以宁波博物馆为例,2013年,宁波博物馆启动了《“展览由您定”观众特别展览需求调查》,以问卷调查的形式,在6个月内收集了近10万份有效样本。根据调查,在展览内容的主题选取上,观众显然对古代历史和民俗特色类的展览兴趣浓厚,分别占了57.84%和54.48%,可谓“遥遥领先”。接下来,依次是现当代工艺(26.92%)、科普类(25.53%)、现当代历史(22.3%)和名人名物(21.78%)类的展览。至于展览类型,选择传统器物型展览的观众占了61.19%,选择互动类展览的观众只占了33.3%。那么,究竟何种类型的器物类展览更受观众青睐呢?调查显示,选择玉器、书画和陶瓷类展览的观众比例分别达到49.9%、47.12%和39.96%。事实上,在这一选项的选择上,多选、复选的概率非常高,由此可见,观众对多元化、差异化展览内容的需求比较高。根据这份问卷数据,宁波博物馆在2014年举办了“发现契丹——辽代文物精华展”“福满甬城——故宫博物院藏福文化珍宝展”等古代历史类的器物型展览,均取得了良好的社会反响和参观口碑(图二、图三)。

2. 以新媒体技术的快速应用,来提供针对性的个性服务,实现服务提供者的数据量化

新媒体是以“所有人对所有人的传播”和“互动传播”两大要素为核心、具备快速传播和信息量庞杂特点的媒体。新媒体技术如微博、微信、网站、智能导览、APP等如今也已经在各个博物馆广泛使用。新媒体技术的应用将博物馆内的所提供的服务资源数据化,让更多的观众可以有选择、有



图二 通过二维码可以实现和观众的互动



图三 展厅扫码可以让观众自助导览

层次、有重点的根据自己的兴趣和爱好来实施参观（图四）。

对博物馆而言，推出每一个展览或活动，就应当利用新媒体传播速度快、信息量大、传播成本低、互动传播等特点，在了解个性化需求的基础上，针对不同人群的不同需求提供个性化的宣教内容，以实现个性化、精确化的定向宣教。在与观众互动交流的过程中，博物馆实际上也是在向观众提供个性化的服务。例如观众提到特定展览中的一个展品，博物馆就可以根据该观众的知识水平、教育



图四 微信号是重要的新媒体应用

程度等数据，以个体数据为基础将非常专业化的内容转化为该观众能够理解和接受的内容，这就是个性化的服务（图五）。

3. 以统一数据平台的开发建立，来扩展和挖掘博物馆的数据潜力，实现服务平台的数据量化

主动适应大数据时代观众个性化的需求，是新时代对于博物馆提出的更高的要求。通过博物馆的网站、官方微博微信、智能导览、APP等各种系统会产生大量与观众相关的数据，这些数据是实现博物馆为观众提供个性化服务的数据基础。但是数据