

博物馆学认知与传播

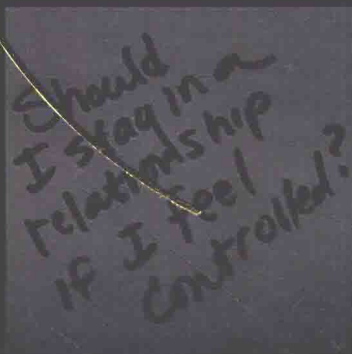
译丛

# The Participatory Museum

Entering an  
Era of Museum 2.0

## 参与式博物馆

迈入博物馆 2.0 时代



[美] 妮娜·西蒙 (Nina Simon) 著  
喻翔译



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

# The Participatory Museum

Entering an  
Era of Museum 2.0

## 参与式博物馆

迈入博物馆 2.0 时代

[美] 妮娜·西蒙 (Nina Simon) 著  
喻翔 译

## 图书在版编目(CIP)数据

参与式博物馆:迈入博物馆 2.0 时代 / (美)妮娜·西蒙(Nina Simon)著;喻翔译. —杭州:浙江大学出版社, 2018. 5

(博物馆学认知与传播丛书)

书名原文: The Participatory Museum

ISBN 978-7-308-17923-2

I. ①参… II. ①妮… ②喻… III. ①博物馆—研究  
IV. ①G268

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 011457 号

浙江省版权局著作权合同登记图字:11-2017-343 号

## 参与式博物馆:迈入博物馆 2.0 时代

(美)妮娜·西蒙(Nina Simon) 著

喻翔译

---

责任编辑 陈佩钰(yukin\_chen@zju.edu.cn)  
责任校对 杨利军 张颖  
封面设计 程晨  
出版发行 浙江大学出版社  
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)  
(网址: <http://www.zjupress.com>)  
排版 杭州中大图文设计有限公司  
印刷 浙江印刷集团有限公司  
开本 700mm×960mm 1/16  
印张 25.25  
字数 350 千  
版印次 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷  
书号 ISBN 978-7-308-17923-2  
定 价 68.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式:0571-88925591; <http://zjdxcsb.tmall.com>

# 总序

现代博物馆源自两个古老的传统,一个是以缪斯的名义出现的对知识和哲学的冥思,一个是以收藏柜为表征的对器物的收藏。这两个传统在很长时间内并没有交集,直到16世纪中叶基格伯格(Samuel Quiccheberg)做出最初的尝试。在基格伯格的年代,一种以剧场形式出现的讲演记忆训练中,物品作为帮助提示讲演人记忆的手段出场,物与思想发生了接触。从那以后,两者的结合一直是博物馆史的重要内容。经过几代人的努力,它们逐渐走向融合,并向着两位一体的方向发展。然而,只有当人们的观念突破了收藏物精美的外壳,将关注转向物质深处的精神内涵,并试图以知识和信息的形式将其提炼与揭示出来时,物与思想结缘的通路才被真正打开。从此,物品作为欣赏对象与作为启发思想、帮助理解的知识载体的双重身份出现了有机的结合。

这既是博物馆历史演变的趋势,也是博物馆现实发展的理想。依着这样的愿景,当观众进入一座优秀的博物馆,他不仅能感受到人类制造物的艺术魅力,满足欣赏与崇拜的愿望,也应该能在阐释的帮助下深入理解物品内部的知识、思想与情感的内涵,在智性方面有所收益。然而,在现实中,两者的结合还有待进一步的努力,尤其在中国,如何在欣赏物品的基础上强化展览的信息传播能力,提高观众的参观受益,是今后一个时期特别需要关注的方面。这就是本丛书产生的背景和目的。

在全球范围学习型社会建设的浪潮中,非正式学习的需求被极大地放大,博物馆作为一个高度组织化与制度化的非正式教育机构,如何满

足这一需求,是一个必须应对的挑战。当公众带着更多学习与理解的诉求进入博物馆,他们会发现,在这一机构中学习及认知的过程是非常独特的,与他们日常的学习经验大相径庭:作为知识传播者的策展人并不像老师那样站在他们的前面,而是隐身幕后;作为信息传播载体的不是符号,而是物品;更大的差异是,如果说教室是为学习者提供的一个栖身空间的话,那博物馆展厅本身就如同教科书,成为学习的对象与内容。观众在书中穿梭,在行走与站立的交替运动中,对空间中呈现的物品进行观察、阅读和体验。在这个过程中,许多在日常学习行为中不曾遇到过的因素开始影响他们的学习,比如方向、位置、体量、光、色彩等。如果方向不对,叙事的顺序就乱了;如果位置不对,物品之间的逻辑关系就错了;如果光出现了问题,观众不仅觉得眼睛不舒服,而且也会对展览的重点出现误解。这种学习者所面临的“环境语境”是其他学习行为所没有的。

这一切都表明,尽管我们可以利用一般的教育学、认知学、心理学和传播学理论来帮助我们,但博物馆学习的独特性质仍然要求我们进行专门的、针对性的研究,并将其作为博物馆学研究的中心内容之一。没有对博物馆学习与认知过程独特性的研究与理解,我们的传播方法与策略就缺乏明确的标的,缺乏必要的有效性。所以,在这种情况下,首先要展开对博物馆学习与认知特点的研究,探明这一媒体与其他媒体在传播过程中的区别,为制定正确有效的传播策略提供依据。正因为如此,我们把博物馆学习与认知及其和传播的关系作为重要的学术内容展开研究,并期待有更多的学者关注这一问题。

传播效益取决于多方面的因素,这些因素贯穿在整个展览的建设与运营中。比如:如何通过前置评估了解公众的需求与愿望,并将他们的想法融入到展览策划中;如何在建构展览的结构与框架时将主题叙述的思想与逻辑要求,与博物馆学习的特点及公众的习惯、爱好相结合;如何规划与经营展览设计的空间,让观众觉得整个展览清晰流畅、层次分明、重点突出,并通过形成性评估来保证其落实;如何针对基本陈列展开适

当的拓展式教育和相关的配套活动,使展览主题内容得以深化与拓展;如何通过总结性评估收集观众的意见与建议,进一步做好展览的调整与改善,以为下次展览提供借鉴;等等。所有这些,都直接影响到博物馆的传播效益,进而影响其社会效益的实现。

本丛书分为“译丛”与“论丛”。鉴于一些国家已经在博物馆学认知与传播方面积累了相对成熟的经验,为我们的探索提供了很好的借鉴,为此,“译丛”从理论与实践两个方面反映了当代西方博物馆学界的新观念、新理论与新实践。“论丛”则是国内学者在探索过程中的心得,尤其令人欣慰的是,作者大多是年轻人,其中有一些已经参加了大量的展览实践。衷心希望这套丛书能够为实践中的工作团队提供有益的启发,为中国博物馆事业发展的洪流增添美丽的浪花。

严建强

2018年3月30日

## 中文版序

《参与式博物馆》业已走过七年之痒。想当年,社交网络才刚刚兴起,现在已成为普罗大众的日常。我们的生活由大大小小的屏幕所串联,遍及世界各地。不过,构建真实联系的需要同物理空间上的差异仍是摆在我们面前的主要矛盾。

本书正是各大博物馆、图书馆以及其他文化机构用以联系社区(community)的指南。参与从本质上而言就是联系。我们不仅邀请观众登门消费,更敞开合作的怀抱。我们不愿文化工作者居高临下地发布指令,而是以对话的方式分享他们的专业知识。我们希望社区成员彼此加深交流、探索文化遗产、携手共建未来。

当我在世界各地与大家分享本书的理念时,常有读者问我参与式技巧是不是在特定环境下才管用。它更适用于城市还是农村?百科全书式博物馆还是互动型的科技馆?它是否会因“国”而异、水土不服?

每个社区都是独一无二的。但参与式技巧是不分国界的——中国也不例外。人人都想表达自我。人人都想联系对方并与之倾诉。或许,我采用的参与式技巧放在你的文化背景下需要灵活变通。本书中的故事来自全球各个机构,让你得以一窥参与之大观。让人参与的方法多种多样,你也不必拘泥于书本。

不过,你会注意到本书暂未收录中国的案例。因此,我希望并期待手捧此书的你摩拳擦掌,发明新的参与方式。你可以结合你的文化背

景，创造出适合你的社区参与项目。希望你也会付诸文字。长江后浪推前浪，希望日后会有越来越多从业者受此鼓舞，为实现联动力强、关注度高的参与式博物馆梦而努力奋斗。让我们一起筑梦未来！

妮娜·西蒙

*Nina Simon*



## 译者序

美国女博物馆学家妮娜·西蒙(Nina Simon)的《参与式博物馆》(*The Participatory Museum*)是一部反映国外博物馆最新发展趋势之一“参与”(participation)的重要著作。国际博物馆协会博物馆学委员会(International Committee for Museology, ICOM)前主席、荷兰博物馆学家彼得·冯·门施(Peter van Mensch)曾说:“博物馆这门行业产生至今,共有三次革命:第一次革命发生在1900年左右,在这期间,博物馆正式提出了其基本从业准则,界定了业务范围;第二次革命发生在1970年左右,博物馆出现了一种新样式,即常说的新博物馆学(new museology);第三次革命发生在2000年左右,也就是说,我们正在经历这次革命,正在见证又一新样式的出现。虽然我们还没对它正式命名,但其关键词就是‘参与’。”<sup>[1]</sup>虽然参与的概念及“参与式博物馆”本身目前在中国鲜有人提及,但在西方国家却进行得有声有色。英国博物馆协会(Museums Association)在2013年明确将参与列入《博物馆改变生活》(*Museums Change Lives*)未来展望的十大行动之一。<sup>[2]</sup>无独有偶,2012—2014年由欧盟委员会(European Commission)资助的TimeCase. Memory in Action项目便是以参与为主要手段,在文化遗产

---

[1] Léontine Meijer-van Mensch and Peter van Mensch, *New Trends in Museology*. Celje: Muzej novejšje zgodovine, 2011: 12-13.

[2] Museums Association, *Practical Actions for Museums*, 2013, available at <http://www.museumsassociation.org/museums-change-lives/01072013-wr-practical-actions-for-museums>

领域建立开放学习的新标准并提供各种参与的方法来唤醒欧洲人的归属感、主人翁意识,构建一个包容性社区,甚至还提议创建一所“参与学院”(Academy of Participation),将参与作为一门正式的学科加以研究和推广。<sup>[1]</sup>

由于参与是一个新近才出现的概念,国外博物馆学界尚无系统详尽的研究,所以对于参与的定义以及如何进行参与还是一个见仁见智的议题。妮娜的《参与式博物馆》虽然称不上是研究博物馆参与的集大成之作,但确有自己成熟、完善的理论与实践体系,而且语言朴实易懂,在博物馆界以及一般读者中都得到较高的评价。不过,由于本书的跨学科程度比较大,再加上中西方的国情不同,所以有些概念和提法在国内博物馆学者和从业者看来会比较陌生,甚至莫名其妙。鉴于此,译者在正文中就重要的博物馆、机构、人物、地名、事件、著作及其他学科的专业术语等添加了注释。此外,本书在翻译过程中承蒙浙江大学人文学院文物与博物馆学系严建强教授、荷兰王国阿姆斯特丹艺术大学莱茵瓦德学院(Reinwardt Academie AHK)Riemer Knoop 教授等老师的倾力支持与帮助,他们考虑到中西方背景的巨大差异,所以建议译者在正文之前就原书作者的身份、本书的主要内容、本书的理论来源以及本书产生的社会背景等方面做一个简要介绍。

## 一、关于作者

妮娜·西蒙,2002年毕业于美国伍斯特理工学院(Worcester Polytechnic Institute)电气与计算机工程系,曾供职于波士顿科学博物馆(Boston Museum of Science)、阿克顿发现博物馆(Acton Discovery Museum)、首都儿童博物馆(Capital Children's Museum,现改名国家儿童

---

[1] Tamiko O'Brien, Lars Ebert and Chrissie Tiller. "Academy of Participation: Capacity Building for a Culturally inclusive Europe", in *Participate!: Toolkit for Participatory Practices*. 2014: 14-27, available at [http://issuu.com/riksutstallningar/docs/timecase\\_toolkit\\_digital\\_version/1?e=3020210/8499975](http://issuu.com/riksutstallningar/docs/timecase_toolkit_digital_version/1?e=3020210/8499975)

博物馆)、国际间谍博物馆(International Spy Museum)、创新科技博物馆(The Tech Museum of Innovation)等机构。

妮娜在2006年开通了名为“博物馆2.0”(Museum 2.0)的个人博客(museumtwo.blogspot.com),2008年创办了同名设计公司,与全球60多家博物馆、图书馆等文化机构合作策划各种面向观众的展览和教育项目,其中就包括美国史密森学会国家自然史博物馆(Smithsonian Museum of Natural History)等知名大馆。她在2010年出版的《参与式博物馆》一书,在博物馆界大受好评,荣登美国博物馆协会2010年度最佳畅销书榜首,并被《史密森学会会刊》(*Smithsonian Magazine*)誉为“博物馆的远见者”(museum visionary)。2011年,她被圣克鲁兹市艺术与历史博物馆(Museum of Art and History)任命为执行馆长;2012年,荣获美国博物馆协会的南希·汉克斯奖(Nancy Hanks Award)。此外,她还是华盛顿大学博物馆学系的兼职教授,肯尼迪大学、密歇根大学和约翰·霍普金斯大学的客座讲师,经常在各个博物馆和博物馆协会等相关组织举办讲座,同时在《博物馆》(*Museum*)杂志上设有专栏,并在《策展人》(*Curator*)、《展览人》(*Exhibitionist*)和《观众研究》(*Visitor Studies*)等博物馆界知名刊物上发表文章多篇。妮娜还是美国博物馆协会博物馆展览委员会(National Association for Museum Exhibition)的董事和博物馆未来中心(Center for the Future of Museums)的发起人,目前定居于加州圣克鲁兹市。她是博物馆界为数不多的既具有丰富的一线工作经验,又在理论上有所突破的青年博物馆学者。

## 二、关于本书

本书的框架结构比较简洁明朗,主要分为两个部分:第一部分是参与的理论建构,妮娜称之为参与的设计;第二部分则列举了参与的四种实践形式,以及如何评估和管理参与式项目。整本书比较全面地论述了参与的各个层面,构建起一个完整的参与式博物馆体系,不仅在理论上比较有充足的支撑,同时还具有较强的实战性。

妮娜在前言便开宗明义地给参与式博物馆下了一个定义:一个观众能够围绕其内容进行创作、分享并与其他人交流的场所。这个定义是对妮娜设想的参与式博物馆的一个高度概括和总结,而接下来的正文是对其提炼出的“创作”“分享”“交流”“围绕内容”这四个关键词的进一步阐发。然而,需要注意的是,妮娜给出的参与式博物馆定义的最后落脚点是“场所”,而且原书实际上不光是讲博物馆,还包括图书馆、剧院等各种文化机构(cultural institutions),所以在原书中往往以 cultural institutions 或是 institutions<sup>[1]</sup> 来指代。这也是该书相比以往的博物馆学著作较为独特之处,而妮娜会采用这种称呼的原因将在下文详述。

本书的第一部分共四章,将参与的建构过程分为三个步骤:

(1)从“我”开始——博物馆先把观众视为一个个的个体,如同吸纳博物馆会员一样,构建观众的个人资料,针对不同观众的不同个人信息予以区别对待,并要经常与观众保持联络,以培养观众的忠诚度;

(2)从“我”到“我们”——博物馆运用各种参与式技巧将各个观众串联起来,形成群体效应,实现社交目的;

(3)设计好社交实物——观众在博物馆进行参与是有条件限制的,而最重要的一点便是要围绕博物馆的实物进行参与,所以博物馆为了尽可能让观众把注意力放在展品上,就要想方设法把展品打造为个性化、话题性、刺激性和关联性的实物。

本书的第二部分共七章,妮娜在这一部分首先给出了博物馆可实行的四种参与模式:(1)贡献型;(2)合作型;(3)共同创造型;(4)招待型。一句话来说,这四种模式的区别就在于参与者的参与程度与主动性,从贡献型到招待型逐步攀升。最简单的例子就是,贡献型只是展览中的观众留言板,而招待型则是由参与者从头到尾制作展览。由于每个博物馆自身的定位、使命、馆内文化和开放程度不一,加上观众个体本身也存在

[1] 本意为“机构”,因中国的服务型文化机构多以馆命名,如博物馆、图书馆、档案馆、文化馆等,所以在正文中多译作“馆方”。

着差异,所以妮娜据此提供了四种参与模式,并希望博物馆可以比照每种模式的特色和适用条件进行自由选择。值得注意的是,展览在业界通常被认为是博物馆最主要的一项业务,但妮娜的参与把目光更多地放在了博物馆举办的活动上,在原文中称为 project(方案)或 program(项目),甚至认为“比起传统的文物保护和展览实践,它更注重不断改变的创造精神,不在于树立博物馆的权威而在于包容各种声音。它的所有权和经费可能由其成员分摊,而且拨给策展的款项将减少,而更加侧重对话与交流的活动”。而且,参与式博物馆与其说是一种新类型的博物馆,毋宁说是一种博物馆设计理念,妮娜在书中也频繁使用“参与”或是“参与式技巧”(participatory techniques)等词汇来指代参与式博物馆。因此,我们也可以换个角度来理解:凡是运用到了参与式技巧的博物馆都可以算是参与式博物馆,但是因为使用的数量和程度有多有少、有深有浅,所以可以大致划分为贡献型、合作型、共同创造型和招待型四种模式。

### 三、本书的理论来源

本书最主要的特色就是将很多博物馆领域及其他相关领域甚至在常理看来不与博物馆搭边的领域(如赌场)的研究成果融会贯通,架构出参与式博物馆的完整体系。虽然,妮娜在书中所借鉴的案例包罗万象,但最主要的思想来源还是博物馆学、科普和传播学这三个领域。其中,博物馆学来源、科普来源分别在书的前言、第5章和致谢部分有明确说明,不再赘述,译者在此重点介绍一下本书最大的理论来源——传播学。

#### 1. 参与式文化与参与式博物馆

首先便是书名。“参与式博物馆”其实源于美国当代著名传播学家亨利·詹金斯(Henry Jenkins)所提出的“参与式文化”(participatory culture)。<sup>[1]</sup> 詹金斯是通俗文化和粉丝文化的大力倡导者,有“美国的

[1] 亦有不少中国研究者将其翻译成“参与文化”。

麦克卢汉”之美誉,但他不是技术决定论者,而是主张公众利用网络或是其他媒介手段参与到文化的创造、分享和传播中,而不是单纯地做一名被动的文化消费者。另外一位美国当代著名的互联网思想家克莱·舍基(Clay Shirky)认为,参与式文化“实际上是一种同义反复,文化中很重要的一部分便是参与——聚会、活动和表演”,并反问“除了这些地方,文化还能从哪儿来呢?”<sup>[1]</sup>舍基使用的“同义反复”一词点出了文化形成过程的实质:没有参与,何来文化?文化首先就是由一小部分人创造出来,然后经一大拨人不断地分享、传播、接纳、再分享、再传播、再接纳,这样循环往复形成规模最终固定下来。他对参与式文化的解读是与其抨击看电视相呼应的,因为舍基认为美国人在过去几十年里消耗了大量时间在看电视上,与其花大把大把的时间用来看电视,不如去做其他有意义的事情。从传播学的角度看,看电视很明显是一个纯粹的单向传播过程:观众只能被动接受、消费电视台所提供的内容,既无法及时反馈给电视台,也无法及时与其他观众进行交流,更无法对电视节目内容按照自己的意愿进行加工改造。以舍基为代表的大批互联网思想家和传播学家(包括詹金斯在内)便猛烈批判这种消费模式,并在互联网平台找到自己的理念所在。舍基非常重视大众的主动性,尽管他的最终目标是实现有普世价值的创造行为,但即便是随使用图像处理软件恶搞一张图片发布到网络上,也比光坐在沙发上看电视强:“再愚蠢的创造也是一种创造”,“真正的鸿沟在于什么都不做和做点儿什么之间”。<sup>[2]</sup>这点也是参与式文化的精髓。妮娜的参与式博物馆不仅在名称上化用了参与式文化的头衔,本质上也继承了这一精髓。

## 2. Web 2.0 与博物馆 2.0

本书的第二个传播学来源便是计算机互联网领域的 Web 2.0。以

[1] [美]克莱·舍基:《认知盈余——自由时间的力量》,胡泳、哈丽丝译,北京:中国人民大学出版社 2012 年版,第 23 页。

[2] 同上书,第 22 页。

往的博物馆学研究并非与计算机科学结合得不紧密,虚拟博物馆/数字博物馆的发展也已经历了比较长的一段时期,但尚未摆脱计算机技术的成果只是为博物馆保藏、宣教等工作服务的局限性,其中的理念并没有被博物馆所吸收,所以还停留在博物馆方法学(museography)上。妮娜提出来的参与式博物馆虽然只是将现成的 Web 2.0 模式移植到博物馆,但她结合建构主义教育、体验经济、人际交往等学科的知识,构建出自己的一套博物馆学理论体系,并以丰富的具体实例作为支撑,是非常难得的一次突破。

Web 2.0 其实是参与式文化在互联网平台的一种实际应用模式,也是开放、平等、协作、分享的互联网精神的具象化,是相对于 Web 1.0 而言的。Web 1.0 就是互联网刚刚勃兴时那种只能浏览不能留言的静态网页模式;Web 2.0 则是网民可以参与、分享、传播的模式,具体而言,有博客、微博、人人网、QQ、微信、播客、视频网站、回复点赞、tag、RSS 等各种目前很常见的应用。这些应用的共同点就是网民不再是被动的消费者,他们可以主动地发布、分享、评论、协作。所以信息的流通渠道,不再像 Web 1.0 时代那样是单向传播,而是双向,甚至是多向(见图 1)。妮娜专门在本书第 1 章用两张图对比了传统博物馆与参与式博物馆的区别(见图 2),如果把这两张图与 Web 1.0 和 Web 2.0 两张图放在一起,我们很容易看出妮娜基本上就是将 Web 2.0 的理念借鉴到博物馆领域,使之博物馆化。Web 2.0 衍生了很多类似的概念和现象,如“用户生成内容”(user-generated content)、“产消合一者”(prosumers)、“自媒体”(we the media)、“公民新闻”(citizen journalism)等。除此之外,在某个词后面加 2.0 的用法也是风靡全球,包括“图书馆 2.0”(Library 2.0)、“企业 2.0”(Enterprise 2.0)、“课堂 2.0”(Classroom 2.0)、“考古学 2.0”(Archaeology 2.0)等,像妮娜自己开的博客和公司就叫“博物馆 2.0”。Web 2.0 和其导致的自媒体现象具有一定的政治学涵义,这是话语权和知识生成与传播权的一次大规模下放,与此相对应的参与式博物馆也是博物馆发展史上的一次革命。观众在博物馆不再是被动接受和

消费馆方制作的内容,而是主动创造和建构自己的内容,并与他人一起分享和探讨。以往信息的线性传达被多向传达所取代,博物馆不再被奉为知识的权威,人人都有权制作并传播自己的知识。所以,参与式博物馆其实也是当今社会信息传播民主化这一浪潮的产物。

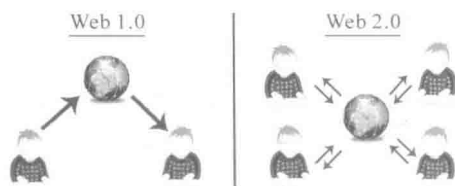


图1 Web 1.0 与 Web 2.0 之对比<sup>[1]</sup>

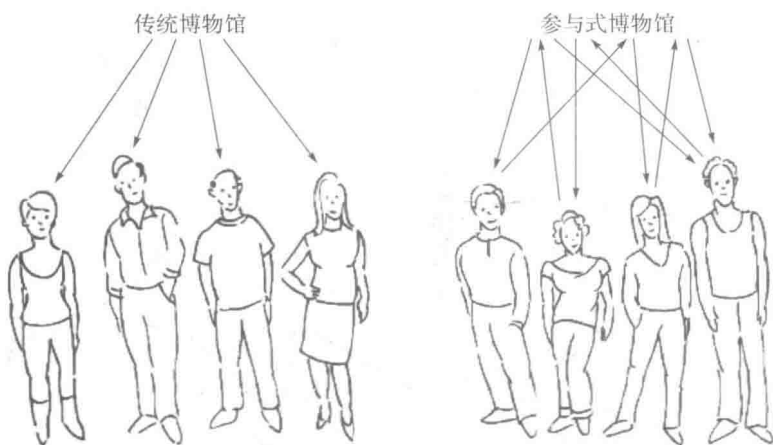


图2 传统博物馆与参与式博物馆之对比

### 3. 网民活跃度与观众多样性

本书的第三个传播学来源是美国著名的技术和市场调查公司弗雷斯特(Forrester Research)的两位高级分析师查伦·李(Charlene Li)和乔希·贝诺夫(Josh Bernoff)于2008年在《公众风潮:互联网海啸》(*Groundswell: Winning in a World Transformed by Social*

[1] Sukshan Sakdsrinarang. *Web 2.0: Harnessing Collective Intelligence*. 2013, available at <https://sukshan.wordpress.com/2013/03/13/web-2-0-harnessing-collective-intelligence/>



Technologies)一书中提出来的网民分类法。他们将互联网用户按其在网络社区中的活跃度分为六类:

(1)创造者(creators)——占18%,即发表一篇博客、发布个人网站页面、上传原创视频、上传原创音频/音乐的人;

(2)评论者(critics)——占25%,即发表对产品或服务的评价/评论、在其他人的博客上留言、在论坛上发帖、在维基上新建/编辑条目的人;

(3)搜集者(collectors)——占12%,即使用RSS订阅、给网页或照片贴标签、给网站投票的人;

(4)参与者(joiners)——占25%,即在社交网站上保持个人档案、访问社会化交友网站的人;

(5)观看者(spectators)——占48%,即阅读博客、收看其他人发布的视频、收听播客节目、阅读论坛帖子的人;

(6)不活跃分子(inactives)——占44%,即不参与以上这些活动的人。<sup>[1]</sup>

这其实相当于网络版的二八法则,大致就是互联网上的所有内容只是20%的网民发布、上传和贡献出来的,其他80%的网民只是单纯地浏览、下载和消费。值得注意的是,这六类网民所占的百分比相加起来并不是100%,这说明有的网民既是创造者有可能是观看者,网民们在不同地点、不同领域的活跃程度是有区别的。这并不是说这种分类方法不严谨,而恰好验证了中国的一句古话:“术业有专攻。”妮娜将这六类用户以及其配套的六项基准借用到博物馆观众的分类当中,并以此针对不同类型的观众提出并设计了不同类型的参与模式。以往的博物馆观众分类不是基于年龄、性别等自然特征,便是根据所在地、受教育程度、参观目的等后天因素,很少考虑观众在博物馆的活跃度。因为传统博物馆基本上和大众传播学一样把观众当作被动的受众,只认为他们接受博物馆

[1] [美]查伦·李·乔希·贝诺夫:《公众风潮:互联网海啸》,陈宋卓涵译,北京:机械工业出版社2010年版,第55页。