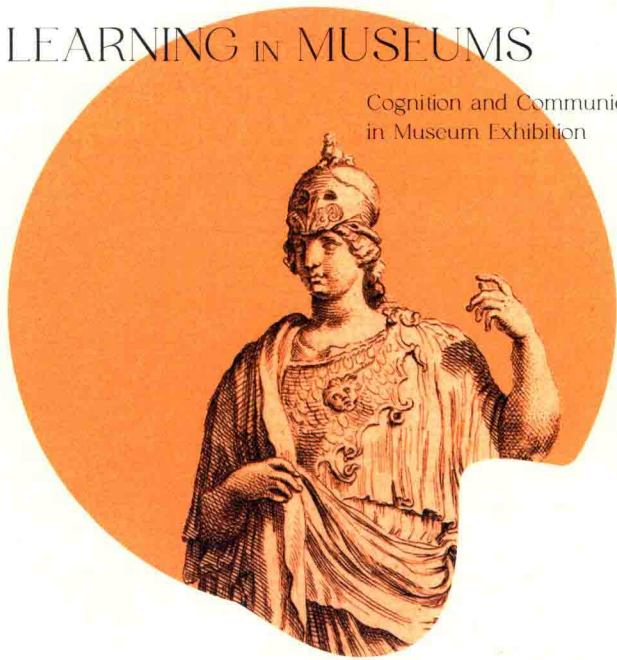


博物馆学认知与传播
论丛

严建强 主编

LEARNING IN MUSEUMS

Cognition and Communication
in Museum Exhibition



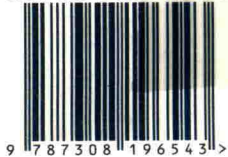
在博物馆学习

博物馆展览中的认知与传播

ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

缪斯
MUSE
文库

ISBN 978-7-308-19654-3



定价：88.00元

博物馆学认知与传播
论丛

在博物馆学习

博物馆展览中的认知与传播

LEARNING IN MUSEUMS

Cognition and Communication
in Museum Exhibition

严建强 主编

 ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目 (CIP) 数据

在博物馆学习：博物馆展览中的认知与传播 / 严建强主编. -- 杭州：浙江大学出版社, 2020.12

(博物馆学认知与传播丛书)

ISBN 978-7-308-19654-3

I. ①在… II. ①严… III. ①博物馆—观众—认知—研究 ②博物馆—观众—传播—研究 IV. ①G260

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 244102 号

在博物馆学习：博物馆展览中的认知与传播

严建强 主编

责任编辑 陈思佳

责任校对 杨利军 陈逸行

封面设计 雷建军

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 杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷 杭州高腾印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 17.5

字 数 288 千

版 次 2020 年 12 月第 1 版 2020 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-19654-3

定 价 88.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社市场运营中心联系方式：(0571) 88925591；<http://zjdxcs.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，提高观众的参观收益，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展览策划;如何在建构展览的结构和框架时将主题叙述的思想及逻辑要求,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,其中有一些已经参与了大量的展览实践。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

献辞

2017年4月10至11日，由浙江大学文物与博物馆学系主办的“浙江大学博物馆认知与传播国际学术研讨会”在浙江杭州召开。会议共收到70余篇论文全文以及150篇摘要，近40位国内外学者以及博物馆从业人员进行了口陈报告，就博物馆认知与传播相关问题展开了深入的探讨与交流。其中，浙江大学文化遗产与博物学研究所所长严建强，美国史密森尼学会（Smithsonian Institution）高级研究员、《策展人：博物馆杂志》（*Curator: The Museum Journal*）荣誉编辑扎哈瓦·朵玲（Zahava Doering），中国台湾博物馆专业学会创始人徐纯，荷兰阿姆斯特丹艺术大学（Amsterdam University of the Arts）教授日米尔·科努普（Riemer Knoop），英国莱斯特大学（University of Leicester）博物馆学系系主任苏珊·麦克劳德（Suzanne MacLeod）以及美国乔治·华盛顿大学（George Washington University）博物馆学系教授科姆·莱斯（Kym Rice）作为嘉宾进行了主旨发言。

基于浙江大学博物馆认知与传播国际学术研讨会的交流与探讨内容，本书从博物馆认知与传播的视角出发，从认知与传播、阐释与理解、反馈与评估三个方面更多地关注观众的认知特点与偏好，并以此为基础探索传播方式与策略，让观众真正加入到传播的过程当中来，成为博物馆的合作者、积极发言的行动者，而不是被动的接收者。希望以此为契机，让博物馆界老、中、青三代齐聚一堂，为日后的博物馆发展提供良好的思路，积极促进博物馆界学者与工作人员进行更多的相关研究和实践。

前言

2018年“5·18”国际博物馆日的主题为“超级连接的博物馆：新方法、新公众”（Hyperconnected museums: New approaches, new publics），在这个复杂、多元、融合的超级互联的世界中，博物馆更应该成为与社会连接的媒介，发挥其社会功能以及扮演多元互通的角色。早在20世纪60年代，莫利（Molly）就曾发出这样的感叹：“博物馆是‘奇怪’的边缘地带：论及教育，它并非学校；论及研究，它并非大学；论及价值，它并非商店或银行；论及治疗，它并非医院；论及休闲娱乐，它并非游乐场。但如果博物馆有意做到，其可以满足各类群体的各类需求。”^[1]

因此，如今的博物馆逐渐成为学习中心、社区活动中心，甚至可以是治疗和思考的场所。^[2]博物馆角色的多样性正是源自观众的多元化，为了满足观众的需求，博物馆尝试改变以往“冷冰冰”的面貌，并发挥各种服务功能和产生社会效应，从以物为导向、强调实证与秩序的博物馆迷思中走出来，迈入以人与人之间的合作为主导、强调传播与参与的博物馆新思维模式。本着“从人出发”的观念，本书试图从“认知与传播”、“阐释与理解”以及“反馈与评估”三方面来揭示博物馆由“物”及“人”的趋势与意义。

认知与传播

博物馆在大众化时，其概念从一开始起就是一个不断变化的空间：顺应时代潮流的教育场所和反映人们理想的地方、展现艺术文化感染力的殿堂，以及体现国家权威的机构。同时，观众也不再被视为同层次的、理想状态的、有着近似的知识水平和相同兴趣的人群。而博物馆的空间形态赋予了观众区别于其他媒体的独有的认知特点，同时，观众的多元化也让研究者注意到了空间化背

景下不同观众群体的认知过程。

与此同时,博物馆的信息传播方式也在一直变化。从罗列的知识到精心编排的叙事,再到注重体验和成长的“漫游”,博物馆的信息传递方式经历了从枯燥到趣味、从刻板到自由、从狭隘到开放的转变过程。正如迈克·费瑟斯通所说的那样,“今天的博物馆,积极地为更多的普通观众提供展品,它们摒弃了专门展示高雅文化的招牌,力图使博物馆成为大场面的、感官知觉的、幻觉与蒙太奇的场所,使之成为人们获取亲临其境的体验的场所,而不是聆听教诲原则、反复灌输符号等级知识的地方”^[3]。那么,博物馆观众的认知特点有何特殊性?基于此,博物馆又应该如何进行传播?

严建强教授的《作为公共媒体的博物馆——博物馆观众认知特征及传播策略初探》通过将纸媒、声媒、影像这些传统媒体与博物馆这一以空间为特征的公共媒体进行比较,指出博物馆是以实物展品为核心的传播介质,观众在博物馆空间中以站立与行走交替的形式,通过观察、体验与操作来参观。“物”作为文化意义的载体,其信息深藏在物质中,不易自行解读。而展览正是博物馆的“物”与观众之间的桥梁,借助多种媒体综合体现博物馆的传播优势,观众的多种感官可以同时被调动,以实现多元叙述与阐释的可能。

周婧景的《儿童展览阐释的表达方式及其思路动机探析》根据儿童认知特征归纳出适合不同年龄层的儿童的展览表达方式,并据此提出符号设计、视觉设计、体验设计和探索设计在不同年龄段可选用的内容及其侧重点。周婧景强调,儿童策展一定要采取基于他们认知规律的合适方式,否则难以发挥各年龄段的认知优势并取得最佳效果。

许捷的《空间形态下叙事展览的构建》从策展人的视角,探索了空间形态下博物馆观众的认知与学习行为特点。其专注于空间形态下叙事展览的构建——当展览以故事的形态来进行讲述,空间化的时间轴是策展人最有力的工具。而博物馆作为一个空间叙事媒体,观众在叙事媒介内部的自由状态与策展人的故事讲述的逻辑链条形成了两难的矛盾。

周丽英的《试论博物馆传播与观众认知关系的实质及其发展》从哲学认识论的角度梳理了博物馆与观众的关系,指出两者经历了传统语境中“主体与客体”的疏离关系,以及当下博物馆转型期“主体与主体”的连接关系,博物馆呈现出向“主体间”内化跃迁的未来发展趋势。这种转变让未来的博物馆从单

一的知识传播场所转变为丰富大众体验的“多维”场域。

傅翼团队的《父母元认知知识对科学博物馆里的亲子互动的影响》以浙江省科技馆7至9岁小学低年级孩子与父母参观过程的调查为例，探讨父母元认知的理解对科学博物馆内亲子互动造成的影响，发现父母会根据元认知知识与孩子进行互动，并最终采取其认为有利于自己孩子现阶段学习的互动行为。

阐释与理解

认知是情境化的，发生在现实世界；环境是认知系统的一个部分，环境就像整个认知过程得以进行的支架（scaffold），环境是与知觉、记忆等过程相关的信息存储地，在我们需要时供我们使用。而博物馆的设计便意在营造一个有意义的环境，其回到身体本身，注重意象、情感、体验与实践的重要作用，在满足博物馆环境的舒适性、情感性、情境性、体验性与互动性需求的同时，关注博物馆认知的系统性及系统内部的平衡与变构。

空间

博物馆是时空交汇的存在，其用空间来诠释时间，并在空间中理解时间。在博物馆语境中，空间感被期待成为一种愉快的体验。学者们认为在空间中建构记忆的行为带来了愉悦感。戈登·帕斯克（Gordon Pask）认为“极具美感的环境”必须具有充分的多样性，为人们提供其所需的潜在的、一定程度的新奇感，同时可以让人们从不同的抽象层次进行理解，并必须提供一些线索或说明来指导学习和抽象理解的过程。此外，它可能会回应一个人，与他对话，并使其特点适应当时的话语模式。^[4]

苏珊·麦克劳德（Suzanne MacLeod）在《服务于生活的博物馆设计》中指出，20世纪欧美博物馆设计经历了重大的转变，按照年代顺序或类型学排列的展览大量减少，其更多地被叙事展览所取代——空间、媒体、藏品和故事交织成复杂的体验。当代展览尝试打破非个人化的、有距离感的物件中心观点，期望通过各种形式的参与打开博物馆的积极互动空间。博物馆开始更多地关注自身的社会责任以及人们的生活。

大卫·马斯特斯（David Masters）的《意义建构：博物馆最佳传播实践的探索》从设计师的角度详细阐述了他对博物馆展览实践的理解，他认为博物馆的传播实质上是一个意义建构的诠释过程。此过程不是简单地呈现真实资料，

而是通过创造体验传达出意义和关系。他从费里曼·提尔顿 (Freeman Tilden) 的诠释原则中选取了三条作为博物馆诠释过程的重点核心——吸引注意力、与观众相关、揭示意义,并介绍了创建一个成功博物馆展览的流程——策划、设计、实现。

意 象

对于观众而言,纯粹“物”的展示是一种较为单一的行为。在“非物质文化遗产”的概念提出后,“物”的展示重心落在了“物”所反映的信息上,即信息的可视化,特别是如何重现过去曾经发生过的现象。在此前提下,博物馆不仅是给观众提供“物”的场所,同时也是其观众通过“物”去体验、认知、理解的场所。在该场所中,观众可以获得对“意象”的体验。^[5]

相对于“物”的外观审美与认知的差异,作为“物”背后的信息与观众发生互动的媒介,意象对“物”的体验具有相对的普适性:生活经历赋予每个人以体验“物”的能力,即体会“物”所引发的现象与意涵,观众不需要熟知“物”的背景知识,也不需要高雅的审美品位。因此,意象在大众范围内体现价值,成为博物馆与观众之间沟通的桥梁。

韩萌的《物与现象共舞——博物馆辅助造型系统的再思考》分析了国内博物馆界对于辅助造型物设计——阐释性设计——产生非理性理解的原因,总结了辅助造型系统的三大重要功能:加强展品解读、传达“物”无法传播的信息、塑造空间信息域。

毛若寒的《文化地理学与地方民俗文化的阐释与学习——以浙江台州博物馆民俗厅为例》提出用文化地理学的视角阐释民俗文化,在展览中将文化现象置于地理和人文环境中,帮助观众更好地理解不同生态区域的文化意象。

结 构

在博物馆展示中,知识基于进化的顺序随着时间推移而展开叙述,并且通过对于事物发展的研究形成结构。结构的概念是将博物馆视为语言和文本,展览作为信息系统运作^[6],不仅通过“物”的展示来表达含义,还通过安排和使用资源进行解码^[7]。策展人选择的一个物品,就像词典里的一个单词,而通过将该物品结合到展览中去,可以改变其状态,使之成为整体的一部分,并赋予其意义。“物品不是一个见证者,而是为叙述服务的……展览是特定时间下的问题状态,而非事实。”^[8]因此,展览动线变成叙述,其代表着展览讨论的发展过

程。拉韦利 (Ravelli) 的《博物馆文本》探讨了两个问题,即“博物馆中的文本”以及“展览等空间可以作为有意义的文本被解读和体验”^[9]。根据拉韦利所言:“通过照片和空间的组织、内容的选择和构建以及对角色关系的阐释所创造的展览是一个有意义的文本:这是一个观众可以漫游和‘解读’的空间。”^[10]

方云的《跨学科视域下的博物馆非遗类展陈——以“云泽芳韵土布展”为例》对“云泽芳韵土布展”进行了案例分析,探索了叙事理论、空间理论和自我民族志理论支撑之下的博物馆非遗类知识的呈现与表达方式。

胡凯云的《浅析“后博物馆”的展示诠释》认为,受到后现代主义思潮的影响,博物馆中的知识呈现不再被视为永恒的绝对真理,意义的多元性逐渐受到重视。因此,博物馆所面临的挑战之一在于如何通过合适的诠释呈现多元观点,尊重观众在诠释中的自主性,引导观众进行自由的思考和学习。

身 体

近代博物馆自诞生以来,经历了“公共化”、“社会化”以及“媒体化”的文化内涵演变,见证着博物馆内的“身体松绑”、互动开放的趋势。我们不禁要问:博物馆为什么要在民众的审美教育上尝试改变“身体隐匿”的习惯以及近乎严苛的“博物馆礼仪”?人的身体与感官在体验时代的浪潮下何以在博物馆中追本溯源,又如何继往开来?对博物馆来说,与“身体”进行一次对话是可能的,也是必要的。

日米尔·科努普 (Riemer Knoop) 在《探索中国的参与式博物馆原则》中对博物馆传播模式的变迁进行了解析。目前博物馆进入3.0时代,博物馆内的传播从线性的单向传送变为多面向的循环共享,传播是为了产生一种相互作用的意义建构。这种传播概念的转变也推动了博物馆内的“参与式转向”——让观众参与到博物馆的选择、保存、管理等工作机制当中去。“参与”可以使得观众与博物馆产生更多的联结,从而促进信息的产生和交流。

王思怡的《多感官在展览中的认知传播效果探析——以台州博物馆民俗厅“海滨之民”展项为例》从多感官切入,探讨将博物馆塑造成视觉空间、触觉空间、听觉空间、嗅觉空间等与知觉经验内容相结合的多样化空间的可能性,并评估了博物馆中感官展项对观众认知效果和信息传播的效用,提出了博物馆终将发展成为观众学习、质疑、沉思、放松、追求感官享受、与朋友交流探讨、建立新的社会关系、创造持久的记忆和情感共鸣的理想场所的观点。

郭世文的《五感体验的展示手法如何影响民众的理解与认知——以“森林与我”特展为例》同样关注到了多感官的价值与意义。郭世文针对台湾省高雄科学工艺博物馆的特展展开了观众调查,解析观众参观展览的过程与反应。其研究表明,展览采用的嗅觉、听觉、视觉体验成功地吸引了观众的注意力,使他们愿意进一步了解展览内容。

林如诗、郑霞的《多媒体触摸屏如何更好地服务于观众学习?——以浙江省博物馆多媒体触摸屏为例》利用问卷调查的实证研究方式探讨当代的多媒体新技术如何有效地、分层次地传达信息并服务于观众的学习和体验。

反馈与评估

今日的博物馆与观众的关系越来越紧密,同时我们更认识到博物馆是为观众而存在的,观众研究对博物馆发展的重要性不言而喻。认识观众成为博物馆工作的必要基础,也是评估优质展览的标准。科恩(Korn)在《评估入门:理论与方法》(“Introduction to evaluation: theory and methodology”)中指出:“观众研究的评量代表的是博物馆对于观众的承诺、追求卓越的希望以及了解和呈现博物馆体验的期待,观众研究能提供引导判断和决定的信息,澄清活动的选择,促进观众关系并且让博物馆人员知道观众是如何在博物馆内思考和表现的。”^[11]

观众研究作为一种社会研究,可以让博物馆决策者、公共服务者、展览策划者及活动组织者等不再只根据“权威”、“传统”、“常识”、“传播媒体的舆论导向”以及“个人经验”来揣测观众,而是用“更具结构性、组织性及系统性的过程与方法”来了解观众并进行策展。成功的观众研究展示的不只是博物馆实践其教育承诺,也表示博物馆工作和执行能力获得肯定,博物馆专业人员若希望完成成功的观众研究,必须对观众研究的基本原则及理论进行深入了解,以之为观众调查方案的策划与执行规范。

扎哈瓦·朵琳(Zahava Doering)的《陌生人、客人还是客户:博物馆中的观众体验》中提到了几种博物馆对待观众的模式——陌生人、客人、客户以及使用者。在“陌生人”模式下,博物馆关注的核心是藏品而非观众;在“客人”模式下,博物馆希望通过活动“教育”观众;在“客户”模式下,博物馆认为需要对观众负责,了解观众的需求、期望,就如同了解客户一样;最后一

种也是朵琳认为最符合当今博物馆目标的一种——将观众视为“使用者”。在这种模式中，博物馆与使用者是合作关系，博物馆应该明确，作为使用者的观众有权力、需求、期望、各自的体验偏好，博物馆有责任了解并满足这些需求。

徐纯的《将观众参观整合于展览过程的必要性》重点阐述了在展览规划前，便将潜在受众的需求、偏好纳入展览的前置评估，把观众整合于展览的全过程，同时呼吁中国博物馆界应认识到进行有效的展览评估的必要性和重要性。

宋娴的《自然科学类博物馆展品信息可达性量化指标构建》聚焦于评估方法的建立，结合上海科技馆的案例，从展品吸引观众情况、展品信息传播效果、观众满意度三个方面尝试建构自然科学类展品信息可达性的评估指标。

半田昌之的《日本博物馆的现状与课题》对目前日本博物馆的种类与数量、各类博物馆的年均参观人数及观众到访博物馆的目的等方面进行了全面介绍。2015年日本的闲暇时间调查报告显示：参观博物馆在民众的闲暇时间利用率中名列第七位；观众参观博物馆主要是为了终身学习、放松、调查研究等。针对现状，半田昌之提出了日本博物馆日后的发展方向——以使用者为中心，以创建市民喜爱的博物馆为目标，强化宣传和馆校合作机制。

赵星宇等人的《个人意义映射与跟踪观察法在博物馆学习研究中的应用》从福克(Falk)的个人意义映射理论出发，通过扎实的观众调查来评估博物馆的学习效果与学习环境的构建要素。

综上所述，博物馆观众的认知和需求是复杂多元的，而博物馆作为传播的媒介，其本身也具有独特的优势与劣势。探索如何根据观众的偏好选择合适的传播策略，是一项艰巨但却有着核心意义的工作，值得我们进行深入思考与探讨，这也是本书的立足点与价值所在。

注 释

[1] Harrison, M., *Changing Museums: Their Use and Misuse*, London: Longmans, 1967:ix.

[2] 王思怡:《博物馆之脑:具身认知在多感官美学感知中的理论与应用》,《博物馆研究》2016年第4期,第12页。

[3] [英]迈克·费瑟斯通:《消费文化与后现代主义》,译林出版社,2000年,第102页。

[4] Gage, S. A., "The wonder of trivial machines," *Systems Research and Behavioral*

Science, 2006, 23(6):771-778.

[5] 王思怡:《多感官在博物馆展览中的认知评述和传播效果探析——以台州博物馆民俗展厅“海滨之民”多感官展项为例》,《科普研究》2017年第3期,第46—47页。

[6] Desvallees, A., Mairesse, F. and Bergeron, Y. eds., *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, Paris: Armand Colin, 2011:73-85.

[7] Ibid.:149-163.

[8] Tzortzi, K., *Museum Space: Where Architecture Meets Museology*, Farnham: Ashgate, 2015:74.

[9] Ravelli, L. J., *Museum Texts. Communication Frameworks*, London; New York: Routledge, 2006:10.

[10] Ibid.:123.

[11] Korn, R., “Introduction to evaluation: Theory and methodology,” In Berry Nancy and Susan Mayer eds., *Museum Education, History, Theory, and Practice*, Reston: National Art Education Association, 1989.

目 录

第一部分 认知与传播

作为公共媒体的博物馆

——博物馆观众认知特征及传播策略初探 严建强 / 3

儿童展览阐释的表达方式及其思路动机探析 周婧景 / 21

空间形态下叙事展览的构建 许捷 / 43

试论博物馆传播与观众认知关系的实质及其发展 周丽英 / 54

父母元认知知识对科学博物馆里的亲子互动的影响
傅翼 陈曦 王心怡 / 64

第二部分 阐释与理解

服务于生活的博物馆设计 苏珊·麦克劳德 著 傅翼 译 / 87

意义建构:博物馆最佳传播实践的探索
大卫·马斯特斯 著 许捷 译 / 97

物与现象共舞

——博物馆辅助造型系统的再思考 韩萌 / 108

文化地理学和地方民俗文化的阐释与学习

——以浙江台州博物馆民俗厅为例 毛若寒 / 116

跨学科视域下的博物馆非遗类展陈

——以“云泽芳韵土布展”为例 方云 / 128

浅析“后博物馆”的展示诠释 胡凯云 / 137

- 探索中国的参与式博物馆原则 日米尔·科努普 著 张 晖 译 / 148
- 多感官在展览中的认知传播效果探析
——以台州博物馆民俗厅“海滨之民”展项为例 王思怡 / 154
- 五感体验的展示手法如何影响民众的理解与认知
——以“森林与我”特展为例 郭世文 / 173
- 多媒体触摸屏如何更好地服务于观众学习?
——以浙江省博物馆多媒体触摸屏为例 林如诗 郑 霞 / 187

第三部分 反馈与评估

- 陌生人、客人还是客户:博物馆中的观众体验
扎哈瓦·朵琳 著 尹 凯 王思怡 译 / 203
- 将观众参观整合于展览过程的必要性 徐 纯 / 219
- 自然科学类博物馆展品信息可达性量化指标构建 宋 娴 / 236
- 日本博物馆的现状与课题 半田昌之 著 邵晨卉 译 / 246
- 个人意义映射与跟踪观察法在博物馆学习研究中的应用
赵星宇 席 丽 付红旭 马 馨 周柳君 / 254