

儿童参观述求对革命历史博物馆展览设计的引导作用

Guiding Role of Children's Visit Description in the Exhibition Design of the Museum of Revolutionary History

朱果

Guo Zhu

重庆红岩联线文化发展管理中心
中国·重庆 400000
Chongqing Hongyan Link Culture Development
and Management Center,
Chongqing, 400000, China

【摘要】革命历史博物馆作为一类特殊的博物馆,其不仅发挥着博物馆的基本职能,同时还承担着传承中华民族精神的光荣使命,更承担了爱国主义教育和社会主义思想建设的重要任务。针对儿童这一特殊参观群体的心理述求和行为模式,革命历史博物馆展览设计应采取一些措施使之更为符合儿童参观需要,更大程度发挥博物馆的教育职能。论文拟从儿童参观需求着手探讨,并从建筑空间、陈列展览、展览互动、活动延伸这4个角度提出相应解决方案。

【Abstract】As a special kind of museum, the Revolutionary History Museum not only plays the basic functions of the museum, but also undertakes the glorious mission of inheriting the spirit of the Chinese nation, and also undertakes the important tasks of patriotism education and socialist ideological construction. In view of the psychological pursuit and behavioral pattern of children, the exhibition design of the Revolutionary History Museum should take some measures to make it more suitable for children's visiting needs and give full play to the educational function of the museum. This paper intends to discuss the needs of children's visits, and puts forward corresponding solutions from the four perspectives of architectural space, exhibition, exhibition interaction and activity extension.

【关键词】历史博物馆;展览设计;儿童群体;引导

【Keywords】history museum; exhibition design; children group; guidance

【DOI】10.36012/sde.v1i1.14

1 引言

博物馆是文物和标本的主要收藏机构、宣传教育机构和科学研究机构,教育发展所形成的多元化形态背景下,儿童观众已经成为博物馆教育对象的组成主体,也是未来博物馆建筑空间教育功能的重要使用者之一。但客观上,中国在“儿童博物馆”发展层面相对滞后,儿童观众的需求也未能充分满

足,这是亟待解决的社会问题。

著名教育学家蔡元培认为,教育并不专在学校,学校以外,还有图书馆、博物馆。收藏、研究和教育更是被定义为现代博物馆的3大职能,做为学校教育最重要的补充之一,博物馆在树立正确的人生观、世界观的作用更为凸显,对于传播和弘扬先进文化的价值更为巨大。对于博物馆而言,陈列展览是其提供的基本产品,是研究成果的集中展示,也是休

闲娱乐的重要手段。而革命历史博物馆作为一类特殊的博物馆,其不仅发挥着博物馆的基本职能,同时,它还承担着传承中华民族精神的光荣使命,更承担了爱国主义教育和社会主义思想建设的重要任务。儿童既是革命历史思想的接班人,又是博物馆教育功能的重要体现,还是广大参观群体中很容易被忽视却又恰恰不容忽视的一个群体。20世纪初,在伦敦自然历史博物馆有一个调查,所有参观团体中,有46.3%是儿童的^[1]。因此,论文针对儿童这一特殊参观群体的心理述求和行为模式,对革命历史博物馆展览设计应采取哪些措施使之更为符合儿童参观需要,更大程度发挥其教育职能做了基本讨论。

2 儿童群体参观展览行为模式浅析

要讨论博物馆展览设计符合某个参观群体的需求,必然要先讨论这个参观群体的参观心理和行为模式。据笔者调查研究,儿童群体参观博物馆一般是学校组织或者家庭活动,极少自发或单独参观。因此,论文主要以群体活动或家庭活动的儿童群体做为分析参照对象。在群体活动中的儿童,一般有学校主导,也会有辅导员或博物馆讲解员组织,多半会基于从众效应(conformity)跟随队伍参观,即便不是集体行动,也会三五成群按照基本参观线路参观,但在家庭中,儿童的参观路线存在散乱性、往返性和规律性。也就是说,儿童在参观时,并不会按照博物馆设计的线路参观,而是依据自身关注度随性参观,可能存在没参观的项目,也可能存在重复参观的项目。同时,儿童会随着家长的参观线路在家长周边与感兴趣的展出项目之间多次往返,所以,即便是散乱的参观路线,在大的展览线路上,儿童群体的行为模式还是有有一定规律可循。

从参观心理来讲,大众公认的儿童年龄段为0~14岁,正是人生观、价值观、世界观启蒙的阶段,也是有着丰富的想象力、强烈的求知欲和充沛活动力的人生阶段。对于自己感兴趣的事物,会尽力去了解和探索,在得到结果之后,兴趣点会较快转移。因此,他们与有着休闲、鉴赏需求的成年群体是截然不同的,儿童群体更擅长自行开发他们自身所关注的项目。

博物馆作为社会公益性的组织,其所传播的知识以及思想对于人们有着非常积极地引导作用,同时对社会意识有着巨大的正面影响。那么其陈列展览的丰富性与实效性对于其所传播的文化和思想有着重要的作用,它是吸引人们视线的关键途径。博物馆的类型不同,其所需要的展览方式也会不同,相关的工作人员需要结合博物馆自身的特点,确定其展览的内容和设计,并能够不断地提供其学术价值,发挥其公益性的社会价值。

3 由儿童群体引导的革命历史博物馆展览设计

之前曾提到过,儿童是博物馆参观群体中一个很容易被忽视的群体,这个忽视并不是有意识的。例如,多数展览在设计制作的时候,都是依据建筑模数和设计常规,在国家标准中实行。只有极少数儿童专题展览才会注意到这一群体在展厅中的空间比例和空间需要。

在特定的场域中,博物馆的叙事具有独特性。借用叙事理论研究的方法,分析博物馆的特殊叙事方式和结构,对促进博物馆学科理论与方法研究、加深理解博物馆的性质与定位具有重要的意义。博物馆的叙事方式,以“人”与“物”的关系为核心,并通过陈列展览来强化“人”与“物”之间的关系,从而达成博物馆“教育未来”的功能目标诉求。

基于展品和展线需要,一般展厅高度都在4m左右,这较易于布景及铺设展出设备,可是儿童群体在这样的空间会显得非常渺小而受到束缚。展板主要展出内容为1.2~2.0m,这是根据成年参观人群设计的模数,儿童群体在参观的时候会较为吃力;就连游客接待中心的问询窗口,多数博物馆的高度也在1.2m以上。这些是儿童群体可以无障碍使用的么?显然不是,但这些是为方便大多数参观群体使用考虑的,这些常规做法没有错,只是略微替儿童群体考虑下其实并没有那么难。

首先是建筑空间,通常儿童群体对于空间的理解有很大的缺陷,到了5~6岁,儿童对于空间的认知能力才会得到增加^[2],这也导致他们去到某个未知空间会较为兴奋,更易发挥探索和求知的欲望。因此,建筑空间本身应该考量儿童群体的参观需要进行相应的调整。一般是2种设定,一种是尽量发挥儿童群体的创造性,给予他们足够的空间,让儿童能参与到展览的每个项目每个展品里去,这种方式是目前国际上比较流行的设计方法,这样做的好处是将展览主题拆解,融入到建筑空间与展具中去,开发儿童群体的动手动脑能力,让整个展厅成为一个儿童心目中理想的“游乐场”。例如,美国印第安纳波利斯儿童博物馆和德国大众公司的儿童互动游戏景观(Interactive Playscape for Children)。这些“趣味学习景观”,不仅迎合了儿童的行动力和想象力,而且儿童们还可以在这里探索多方面的可持续设计(见图1)。之所以能取得这样的设计效果,除了卓越的设计能力,对建筑空间的把控至关重要。印第安纳波利斯儿童博物馆的展览是从室外延伸至室内,展览的节奏和功能自然在相应变化。位于沃尔夫斯堡大众汽车城游客中心的MobiVersum活动区,通过一个

个巨大的流线型树枝，将整个区域变成了令人惊叹的体验“森林”。



图1 儿童博物馆展览

诚然,博物馆无论在建筑空间上还是在功能用途上,与游乐场截然不同,但这些体验的方式让儿童群体能够更直接参与到展览预设项目中。还有一种设定是通过建筑空间的各类设计使儿童安静下来,用心去体验博物馆的乐趣和内涵。由于经验的不足,儿童群体对于空间认知相对缺乏,这也导致了他们更热衷于去感知全新的空间或者建立以自我为中心的心理空间。因此,一个常规的空间无法满足儿童群体探索和创造的需要,恰恰曲径通幽更容易让儿童群体沉浸其中,所以,卢浮宫博物馆地厅或者上海儿童玻璃博物馆(见图2)那种内外截然不同的空间感受会让儿童群体的注意力一下就集中起来。罗伯特·韦斯和塞奇·博特莱茵的报告(Robert Weiss and

Serge Bouterline,Fairs,Exhibits,Pavilions,and their Audiences, Cambridge,Mass.,1962)中提到,许多展览馆没有“吸引住”观众,人们随着大流走了进来,过不一会儿又随大流走了出去。然而,在有一个展览厅里,人们走进来的时候需要经过一块大的、长绒毛的、鲜橙色的地毯。在这种情况下,虽然该展厅并不比其他展厅出色,但人们却停留下来¹⁹。这就是外界行为的影响被强调的参照空间所打破,使得观众注意力被集中,可以安静地接受展览内容。同时,在进入展厅之前,有一个更为注重儿童群体心理感受的建筑空间,更有利于组织参观,提高博物馆的管理效率,也有利于博物馆教育功能的最大化。在建筑空间抓住儿童群体的感知兴趣之后,才可能让展览贴近儿童,让儿童走进展览。



图2 卢浮宫博物馆地厅和上海儿童玻璃博物馆

其次就是陈列展览的设计,就为儿童群体所设计的展览而言,展具尽量不采用锐角、降低展览内容高度、丰富展厅色彩等基础设计方式。作为展览项目而言,设计并不仅仅停留在纸上,传达展览主题、传播文化价值、激励儿童学习更为重要。

理论实践 Theoretical Practice

这就要求将需展示的核心思想融入到展览中去,而不是将内容简单地罗列。对于展具尺度和比例的把握也至关重要,既要兼顾展品与展厅的空间关系,也要考虑展具尺度与儿童的身心感受。如前所述,儿童群体参观展览有其自身规律,展览项目的设置就必须经过有序组织的整体设计,并且在节奏上就必须富于变化,将展品按照事件发展过程展现,让人联想到时间的变化,犹如置身在虚幻的空间之中^[4]。展览项目的设计既要充分利用儿童群体的好奇心理,也要充分调动儿童群体的参与性。

树立正确的人生观、价值观、世界观,最核心的就是培养儿童群体的“审美”。这个审美是广义的,精美的艺术、美好的事物、优良的品德,这些都是“美”。但以儿童群体对于自然和社会的认知,这些“美”并不容易被理解和吸收,甚至在被要求接受时还会产生排斥情绪,所以在展览设计时,设计者就需要将之分解并重新架构在展览中,在每一个展览项目每一个展具每一场活动中。例如,在展览材质的使用上,通常都会考虑到尽量使用柔性材料,尽量使用环保材料,尽量避免生冷的材质。如果仅考虑儿童的人性化需求,在设计上很容易满足,但是作为需要传递文化价值,引导儿童群体思考和学习的博物馆而言,这完全不够。环保的材料不仅仅是降低材料对儿童群体的污染,降低使用材料对环境的破坏,恰恰在展览中,需要通过设计时时刻刻对儿童灌输环境保护的重要性和紧迫性,甚至在展览项目的互动中引发儿童对环保的思考,提高儿童环保的意识。同样地,在色彩的使用上,并不是考虑了冷暖色调就足够;对于大多数儿童来说,艺术和美的感知,有一个循序渐进的过程,因此,人们用于展览设计的色彩意识、构图原理、材料科学、照明设计,也可以在展览中进行适度讲解,让儿童学习到自己所欣赏的“美”是如何创造出来的,在进行展览项目的互动时,也可以依据自己对美的感知参与到展览中去(见图3)。



图3 根据认知参与美

所以,展览设计有个很重要的关注点就是展览互动,展,是展示;览,是参观,展览本身就是一个互动。强调在展览中增加增强互动比较业余;更为专业的做法,就是增强陈列展览的互动性,让展览“活”起来,让展品能够“说话”,让参观者融为展览的一部分。2011年,日本艺术家草间弥生(Yayoi Kusama)在澳大利亚布里斯班的昆士兰艺术博物馆设计了一个展示空间,展厅里所有的展墙展具都是纯白的,就像一张立体的画布,让孩子们用创意和明亮的色彩使展览丰富完整,不仅展览有了参与的趣味,重要的是,展览想传达的意趣恰恰就是每个儿童希望表达的。在2008年北京奥运会开幕式上,运动员入场的每一步,都在预留的白色画布上组成为多彩绚烂的奥运之路,“波点女王”草间弥生在昆士兰的杰作也有异曲同工之妙。在2016年的里约奥运会开幕式上,运动员入场所带树种最后也组成了奥运的森林,这些互动,都将文化内涵与参与者的行为结合了起来(见图4)。例如,本馆的小萝卜头烈士,对于儿童群体而言,不可能去了解他父亲宋绮云烈士在统战工作上的卓绝贡献,也无法理解他们一家在狱中所受的苦难,自然“给小萝卜头系上红领巾”这种仪式感的互动在当今社会难以发挥更大的教育作用。以现有的技术条件,完全可以这样设计,在小萝卜头雕像附近预备红蓝铅笔和画布,让每位来参观的儿童可以画一只蝴蝶送给小萝卜头,通过图像采集技术和视频技术把每只蝴蝶当成一个像素点组合成小萝卜头的头像,然后在观众留言区做成动态视频,让来参观的观众合影,同时生成卡片让儿童带走。相信这会是引人注目的互动体验。通过这一只小小的蝴蝶,儿童群体也会去追问小萝卜头何以成为共和国乃至全世界最小的烈士,会去思考自由和梦想的价值。

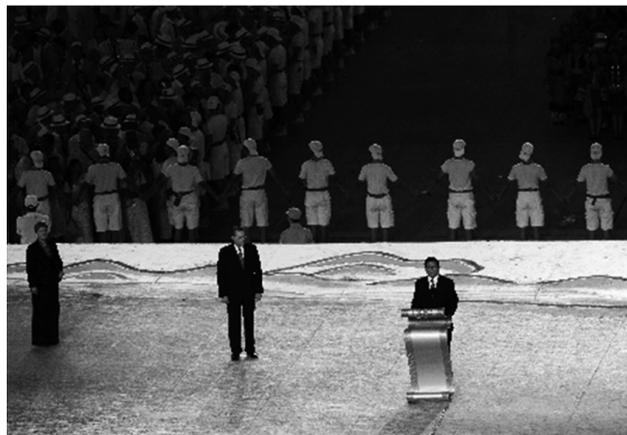


图4 展览的文化内涵

还有一种互动形式是展版之外的互动,那就是参观人群之间的互动,即儿童与儿童的互动、儿童与成年人的互动。能

够吸引儿童的展览一定是能够贴近儿童群体,让儿童群体乐在其中的,因为拥有无尽的想象力,儿童群体更擅长角色扮演的游戏。儿童需要儿童,一些研究表明,儿童需要其他儿童的程度甚至超过需要他们各自的母亲^[5]。中国大多数博物馆都有“小博物馆之友”之类的活动,但由于儿童群体课余时间极少,这类活动在某种程度上流于形式,即便是“小博物馆之友”,多数情况下也只能参与博物馆举办的特定活动,与馆方的互动性不强,与博物馆的展览更极少联系。实际上,在由学校主导的群体活动中,儿童群体间本身就具有负责组织管理的扮演者。在展览中,完全可以在不同区域设置负责组织管理的“小博物馆之友”,并通过集体完成展览中的互动项目获得博物馆的相关奖励,这是儿童与儿童的互动。同时,笔者认为,展览需要体现深层次文化价值才能更好引导儿童群体,那就是要体现一种中华传统文化意趣——未尽。虚实生白,白即空灵,就是连通心灵与自然的那股清宁之气^[6]。把博物馆的文化内涵全盘展示给儿童群体并不一定是最理想的状态,让他们在经过设计的展览项目中去享受发掘的乐趣,在自发的行为中去探索和完成人们试图展示给他们的历史文化。这种展览的未尽,强调中国画中的以白当黑,力求达到展示过去,互动当下,留白未来的一种境界。当儿童群体通过对展览的理解和参与,通过博物馆对他们的文化疏导,通过他们自己的行为对展览进行补充甚至再创造,这种不可复制的过程给予儿童的教育已经不仅仅局限于博物馆展览内容之中。

4 陈列展览的外延

一个博物馆的陈列展览,无论主题是什么,都不可能是脱离博物馆本身孤立存在的,陈列展览与博物馆特点,与博物馆社会教育活动都息息相关。因此,陈列展览应该作为博物馆的一个重要元素有机存在。事实上,一个成功的展览项目,离不开前期的宣传推广、丰富的展览周边和互动活动开展。恰恰是针对儿童群体,更需要博物馆先期进行缜密设计,做好配套工作。因此,做为现代化的博物馆,要达成一个成功的专题展览,还需要进行信息化建设、文创产品开发和资源整合。

狄更斯的《双城记》开篇有一句话,“这是最好的时代,这是最坏的时代,这是智慧的时代,这是愚蠢的时代;这是信仰的时期,这是怀疑的时期;这是光明的季节,这是黑暗的季节……”。现代已经是一个“云端”的世界,互联网和各类型专业数据库已经让世界越来越多元,信息化技术以及各种流媒体令当今社会越发透明和便利。如果参观博物馆让观众特别麻烦或者难以选择,这将是博物馆的尴尬之处,甚至

在某种程度上是展览策划人的失败。因此,各类手机应用和自媒体平台完全可以更为便利地对博物馆进行宣传和推广,一个现代的博物馆,不仅应该建立自媒体账号,还可以开发各种APP软件来增强与观众群体的互动(见表1)。同时,博物馆数据库的建立和完善也尤为重要。

表1 自媒体账号

	2010年	2011年	2012年	2013年
1年内	移动终端 (Mobiles)	移动应用 (Mobile-Apps)	移动应用 (Mobile-Apps)	自带设备 (Bring Your Own Device)
	社交媒体 (Social-Media)	平板电脑 (Tablets)	社交媒体 (Social-Media)	众包模式 (Crowdsourcing)
2-3年	增强现实技术 (Augmented Reality)	增强现实技术 (Augmented Reality)	增强现实技术 (Augmented Reality)	电子出版 (Electronic Publishing)
	基于位置的服务 (Location-Based Services)	电子出版 (Electronic Publishing)	开放内容 (Open Content)	基于位置的服务 (Location Based Services)
4-5年	手势识别技术 (Gesture-Based Computing)	数字资源保存 (Digital Preservation)	物联网 (The Internet of Things)	自然用户界面 (Natural User Interfaces)
	语义网 (The-Semantic Web)	智能物体 (Smart-Objects)	自然用户界面 (Natural User Interfaces)	保存及保护技术 (Preservation and Conservation Technologies)

如同唐宋文物展和现代工业成就展,观众的兴趣点是完全不同的,展览目的也截然不同,要想获得成功,就需先对儿童群体的接受方式准确定位^[7]。要做好这个定位,不能仅凭博物馆自身的基础研究和应用研究,更要完善博物馆藏品的知识结构和博物馆研究数据库建设,对观众结构进行系统的分析,依据儿童群体、家长、学校3方需要的模式进行展览设计并推广;同时,完善这个数据库并不仅仅有利于筛选适合儿童群体的展览条件,还有利于数字化博物馆的建设,也有利于拓展文物内涵将研究成果转化为产品^[8]。

对博物馆而言,研究成果转化为最直接的产品,不仅仅包含陈列展览,还必须要有文创产品。博物馆文创最重要的是将文化传播出去,教育和教化功能是博物馆文创的使命,既

要追求经济效益,更要追求社会效益。中国博物馆文创产品开发目前尚处于初级阶段,最突出的问题表现在:①经费紧张、经验缺乏、政策不完善,在日常运营中与市场接触机会较少,导致缺乏营销经验;②文创产品开发缺乏特色,档次不高,文化内涵少,大部分沦为普通旅游纪念品;③产品结构不成体系,或曲高和寡,或低廉粗糙,严重缺乏市场吸引力和竞争力。为此,要想有效解决这3个问题,需要完善政策保障,搭建卓越的研发和营销团队,并且还需要有效的开发模式和多方位的销售渠道支撑,只有这3个方面运转良好,才能形成稳健成熟的产业链,保证文创产品开发的可持续发展^[9]。

优质的展览,精美的展览周边,引人入胜的前期宣传,博物馆宛如一座文化的宝藏,深深地吸引观众驻足。然而在涉及儿童群体方面还有所欠缺,这就要求博物馆必须“走”出去,即利用各种媒介、社会资源进行有效资源整合,将展览送到儿童身边去。做到这一点,需要与学校、社区、相关企事业单位等社会其他群体开展文化互动活动——把博物馆的文化资源跟相关单位的文化需要和课余时间安排结合起来^[10]。不仅如此,展览也可以整合其他文化资源达到宣传教育的功能,例如,重庆红岩革命历史博物馆的红岩精神,并不只在展览中可以研究学习,小说、漫画、京剧、话剧、影视剧各类资料都能结合展览作为有效补充最终形成一个文化系列。此外,博物馆还与很多院校组建有红岩班队,还将展览浓缩,创建了红岩文化室,将展览模块化小型化,让红岩精神可以紧紧围绕在儿童群体身边。

2016年5月19日,文化部举行了关于推动文化创意产品开发工作新闻发布会,强调“一是营造良好的制度环境,国家文物局将组织编制《博物馆经营活动管理办法》;二是加大博物馆文化创意资源开放力度,建立统一数据资源库和社会共享机制,加强藏品、展览等的的数据资源开放,促进资源、创意、市场共享^[11];三是提升文化创意产品开发水平,鼓励和推动文博机构和有关企事业单位开发艺术性和实用性有机统一、适应现代生活需求的文化创意产品;四是实施一批具有示范带头作用和产业拉动作用的博物馆文化创意产品开发项目^[12];五是实施‘互联网+中华文明行动计划’,组织、引导和鼓励社会优质资源,深入挖掘文物资源蕴含的历史文化价值和时代精神,进行创作、创造、创新”。可以看到,除开政策制度外,无一不是指向博物馆信息化、文创开发和资源整合^[13]。

对固定目标群体的项目而言,需求至关重要,不去把握儿童群体的参观心理和行为模式,无法打造一个成功的陈

列展览。现代博物馆的展览项目,不仅是完成一个室内空间设计项目,更是可以视作完成博物馆公众关系建设的项目。做为博物馆工作人员,人们需要思考的不仅是要需要展示什么,还是儿童群体需要什么,更是他们能接受什么、获得什么^[14]。

5 结语

21世纪中国博物馆的生存发展及未来受到内因和外因的制约。内因是来自博物馆本身,它包括责任、态度、人才的保障与自身的修养,以及在传承过程中对社会的贡献;外因来自国家的体制以及各地政府的法规。人们暂时冲不开外因的制约,但可以从内因做起。

参考文献

- [1]约翰·杜威(John Dewey).杜威教育论著选[M].赵祥麟,王承绪,译.上海:华东师范大学出版社,1981.
- [2]段义孚.经验透视中的空间与地方[M].潘桂成,译.北京:国立编译馆出版社,1998.
- [3]克里斯多弗·亚历山大(Christopher Alexander).建筑模式语言[M].周序鸿,王昕度,译.北京:知识产权出版社,2002.
- [4]黄建成.空间展示设计[M].北京:北京大学出版社,2007.
- [5]罗杰·迈尔斯(英),劳拉·扎瓦拉(墨).面向未来的博物馆——欧洲的新视野[M].潘守永,雷虹霓,译.北京:北京燕山出版社,2007.
- [6]李志民.建筑空间环境与行为[M].武汉:华中科技大学出版社,2009.
- [7]希拉·里德尔·利奇(英).儿童行为管理[M].刘晶波,译.南京:南京师范大学出版社,2009.
- [8]毛宾,薛晓雯.中国传统建筑空间修辞[M].北京:中国建筑工业出版社,2010.
- [9]鲁道夫·谢弗(英).儿童心理学[M].王莉,译.北京:电子工业出版社,2010.
- [10]罗秋英,周文华.儿童行为观察与研究[M].上海:复旦大学出版社,2011.
- [11]C. K. Meek. The Kulu in Northern Nigeria[J].Africa,1934,7(3):24.
- [12]周怀东.当前博物馆文化产业的发展方向[J].艺术百家,2013(S2):2.
- [13]杨茗.博物馆建设对提升国家文化软实力的影响机制研究[J].艺术百家,2013(2):34.
- [14]丁福利.跟踪热点求发展——21世纪中国博物馆教育应着力唱好的三部曲[J].中原文物,2002(4):56.