

博物馆口述史的实践路径与时代意义

关昕

现代意义上的口述史自二十世纪四十年代从西方兴起，已发展成为具有严格定义和规范的专门学科，如今在我国学术界越来越受关注并有蓬勃发展的趋势。口述史指的是以笔录、录音等现代技术手段收集、整理口述记忆以及具有历史意义的观点的一种研究历史的方式。近些年来，受到非物质文化遗产观念和多学科渗入的影响，口述史已被引入到博物馆领域。如今我们谈到博物馆与口述史的关系，一般是两个方面：“在博物馆中实践的口述史”，以及“关于博物馆的口述史”。前者指的是口述史成果在博物馆业务中的运用，偏重于实践；后者则主要是以博物馆自身为对象的口述史资料采集、整理与研究，更多属于博物馆史的范畴。

目前口述史对博物馆的影响主要集中于“在博物馆中实践的口述史”。其口述史的对象根据各博物馆业务主题的不同而具体设定。由于人类学民族志影响与存世材料相对丰富等原因，民族类博物馆与革命类纪念馆是口述史成果运用较多的博物馆类型。口述史成果在博物馆物品征集、典藏研究、陈列展示、教育服务等各业务范畴都可以体现，特别是在博物馆展览中，将口述史资料转化为展览内容文本素材，并输出为导览、音视频等多媒介方式，可以丰富叙事内容，代入观众的个人经验，增强传播效果。这在国内博物馆中已有一些相对成熟的实践。

相比前者，关于博物馆的口述史目前仍关注不多。近年

来，在文物博物馆领域已经有一些相关成果，如对谢辰生、苏东海、王宏钧等前辈学者的访谈性文字发表或出版，国家博物馆曾于建馆百年之际针对“中国通史陈列”等重要展览对陈瑞德等亲历者进行访谈，首都博物馆在2021年也出版了《首都博物馆口述历史（一九五三年至一九八一年）》。但相比新中国成立以来中国文物博物馆事业的发展与成就而言，目前已开展的口述史工作还是远远不够的，迫切需要更广泛地进行口述资料的搜集、整理与研究。

关于博物馆的口述史，主要可以分为“关于博物馆实践的口述史”和“关于博物馆学的口述史”。

第一，关于博物馆实践的口述史。目前博物馆史的资料多来源于文件、档案等，属于“静态研究”，而亲历者对当时情境和细节的描述，不仅可以帮助研究者对文献资料进行解读，而且可以“再现”鲜活的历史动态过程，形成史学叙述的多元视角。从新中国成立迄今七十多年来，文博战线上的老一辈工作者在各个岗位上亲身参与了我国文博事业的建立与发展。口述史的访谈对象，不仅应包括关键岗位的行业领导者，还应包括普通从业者，这样才能得到行业发展的全景。在访谈事件上，国家方针政策的出台、机构的组织、馆舍的筹建、古建的修缮、展览的策划、典藏修复技术的开展等不一而足，应涵盖博物馆业务建设的方方面面。需要指出的是，博物馆具有深刻的机构特性，也是一个重要的单位组织。尽管人物、事件是博物

馆口述史料采集与研究的重要内容，但因人与事常常联结在组织结构与关系中，口述访谈的焦点之一应是应以博物馆机构生态与组织环境的发展变化与实践动因为线索，这样可以为理解不同历史时期“博物馆人”的行动方式与行业运行逻辑提供有价值的启发。

第二，关于博物馆学的口述史。学科史运用口述史的手法已不鲜见，比如近年来社会学界通过对数十位知青一代社会学家的口述访谈分析改革开放后社会学的重建，新近开展的国家社科基金项目“中国马克思主义史学家口述访谈录”对百年来中国马克思主义史学的梳理，等等。新中国成立后，特别是改革开放以来，是中国博物馆学学科意识与学术视野形成的重要时期，但我们在书写博物馆学的发展史时，往往关注学科理论的建构与范式的演进，相对忽视由时代锻造的个人生命史在学科发展中的意义。在某种程度上，学者的成长轨迹、思想历程与社会历史、文化思潮的互嵌，是决定其学术实践与问题意识的内生性根源。对于老一辈博物馆学人进行口述访谈，是研究中国博物馆学发展特质的应有环节。

博物馆口述史的成果并非是博物馆从业者讲话和文章的合集，而是受访者与访谈者双方共同参与、现场互动的产物。口述史访谈所要采集的是当事人亲历、亲见、亲闻形成的直接记忆，而不是间接记忆与转述的他人记忆。从访谈对象的确定到访谈问题的设计，再到访谈过程、访谈记录的整理

和发表，有着一套严格的学术规范。其中，访谈提纲的设计较为关键，既不能将宏大线性的博物馆发展逻辑强加于受访者的个体经历之上，同时应带有问题意识，将个人从业与生活的经历置于国家、地方与行业建设的历史情境当中，积极捕捉其个体经历的时代印记与社会含义。当然，由于亲历者的讲述可能会存在某种记忆偏差与主观局限性，对口述史成果的整理与研究也要注意受访者的性情倾向和话语方式等，做好查证与文献互勘。

在新时代中国文博事业突飞猛进发展的今天，“关于博物馆的口述史”将是博物馆行业史和博物馆学学科史重要的学术生长点。首先，以博物馆实践与博物馆学自身开展口述史采集与整理研究，能够形成大量一手口述史料，弥补现有博物馆史资料的不足。其次，将口述史、集体记忆纳入新中国博物馆叙事分析，将为我们理解中国博物馆的演化发展过程、内在机理及其所承载的社会思想观念与关系结构，提供丰富而新颖的视角，从而有助于完善中国博物馆学的解释范式。从这个角度看，开展博物馆口述史同时具有理论反思的价值。最后，口述史是一项与时间赛跑的工作。目前，许多见证过新中国博物馆事业艰辛起步、筚路蓝缕的亲历者已然故去，在世者也年事已高，这将是一场对珍贵历史资料的“抢救运动”。开展博物馆口述史工作，也是新时代博物馆人应有的薪火相继的责任担当。

■行业聚焦

为公众策展：小博物馆有大作为

周墨兰



“山海交响——奉化历史文明展”运用文物、文献、历史遗存的组合，讲述6000多年来的奉化历史，激发本地居民的身份认同及文化认同(奉化博物馆微信公众号/图)

中小博物馆是我国博物馆体系的重要组成部分。截至2021年底，全国现有地市级以下中小博物馆3198家，占全国博物馆总数(6183家)的51.7%。中小博物馆植根基层、参观便捷，易于和地方社群形成紧密联系，在文化展示、公众服务等方面具有广阔前景和无限潜力。陈列展览作为博物馆的核心文化产品，链接着社会公众，是中小博物馆展示新形象的关键领域。在探索多元化、个性化的展示路径过程中，中小博物馆需要转变观念、更新方法，实现专业化与社会化、标准化与创意化之间的平衡。藉由自信的态度、扎实的研究、平等的视角、主动的作为，践行“为公众策展”的理念，充分激发中小博物馆的吸引力、创新力和发展活力，为促进可及性和包容性、多样性和可持续性发挥更大作用。

从基础到关键：社会化进程中的中小博物馆

中小博物馆分布于不同地域，隶属于不同层级，数量庞大、属性多元、类型丰富，是我国公共文化服务体系的重要组成部分，在博物馆系统中的基础性作用日益彰显，成为优化博物馆体系布局、推进博物馆改革发展的关键领域。随着博物馆社会化程度的不断加深，新博物馆运动的浪潮自上而下影响至基层博物馆。社会政策指向、行业竞争压力以及文化平权诉求等因素改变了中小博物馆的生存环境，使其不能置身于社会变化之外，必须由内而外做出应对之举。

长期以来中小博物馆的发展面临诸多不利因素，如有限的资源条件、消极的文化生态等。这些客观存在于政策、经费、设施、藏品、人员等方面的问题，确实限制了中小博物馆的高质量发展，也在一定程度上影响其对自身使命及价值的认知。但是以思辨性的视角分析，中小博物馆具有下沉式的(植根基层)、易接触的(公众参与)、可生长的(地方特色)特质，这些特质为博物馆服务地方社会、凝聚思想共识积累了力量。

下沉式，指中小博物馆植根基层，与社区群众容易产生联系，形成稳固的社群基础；易接触，即博物馆广泛分布于乡村、社区，便于公众参与公共文化服务；可生长，指博物馆依托乡土资源发掘地方特色，进行文化展示传播，将获得个性化、差异化的生长空间。相比大型博物馆，中小博物馆与地方社会关系更为紧密，因应外部环境进行调适，更易于做出一些新的改变，灵活地尝试一些新的想法，是博物馆改革的最佳试验田。为此，中小博物馆应在充分把握自身特质的基础上，转变观念、更新方法，以展览及策展为突破口重新定位角色、改善公共关系，推动中国博物馆事业向高质量发展阶段迈进。

策展的可能性：中小博物馆展示策略新探索

中小博物馆在展览实践中通常会面临藏品数量有限、同质化严重、地域特色不足等问题，博物馆如果因袭固有思维，将导致展览缺乏新意、观众反应平淡。为此，博物馆在开展藏品研究和地域文化研究的过程中应有意识地以构造展览为导向，多角度、多层次挖掘藏品信息，丰富地域文化展示的实物资料及设计构想，为展览选题提供智力支持。在此基础上，围绕特定主题进行展览策划，可以通过故事结构的变形、乡土意识的构建等方式，拓宽叙事路径、优化展示策略，让展品组合产生全新的意义，赋予展览内容全新的文化内涵。

多元化的叙事结构 为解决藏品数量有限、同质化严重等问题，中小博物馆在展览策划过程中需要调整叙事策略，改变展品的组合方式以及展览的故事结构，使原本题材相近、文物相似的展览呈现更加多元的主题诠释和内容表达，优化展览传播质量。如金华市博物馆“无穷·镜——古代铜镜中的微观世界”展览，打破了常规以单一的历史时间线为展览逻辑框架的叙事方式，尝试通过“物相一人格一文化”的递进关系，分别从铜镜的物质属性、社会属性、文化属性三个层面诠释铜镜承载的深厚文化内涵。展览运用多学科策展思维，在历史学、考古学的基础上，融入人类学、社会学、艺术史等多学科视角及语境，并通过色彩、灯光、空间等多层隐喻手法，打造出神秘、深邃而浩瀚缥缈的观展氛围，帮助观众完成由物到人到文

“人人都是策展人”线上展示项目(杭州博物馆网站/图)



“人人都是策展人”线上展示项目(杭州博物馆网站/图)

化的多元化解读，也向观众真正展示了器物的研究和展示其实可以如此多元。

地方性的叙事话语 地方历史文化的书写和展示是中小博物馆展览策划的基本命题。为凸显地域特色，博物馆需要跳脱传统展示思维，以“地方重塑”为核心，在展览中再现城乡历史景观和地域文化风貌，构建乡土意识的叙事话语，不断探索地域文化展示传播新的可能性。“世间乐土——吴县文物数字展”利用数字化的“可移动性”特点，以“吴县”整体作为舞台，再现了吴中地区历史名镇乡村、历史建筑等大观以及千百年来吴人的日常生活风景，让观众透过“数字化的文物”看见乡野之中的吴门之美、江南之美。“上洛：新·乡土志系列展之一”聚焦中国传统社会的核心议题“乡土”，选取洛阳出土文物与当代艺术作品并置，将中国人的乡土情怀以跨界融合的形式加以呈现。展览在唤起公众对“故乡”“异乡”“他乡”思考的同时，展现了当下博物馆在调用各种资源、讲述地方故事等方面的无限潜能，也昭示了博物馆的未来走向。

回归公共价值：中小博物馆作为社区服务者

现代博物馆正在经历从以藏品为中心到以观众为中心的转型，展览不再是文物的集合，而是以文物或展品为基础，可以被不断建构、解构的开放性的叙事体系和促进对话的场合，“策展时代”已经到来。在展示创新过程中，中小博物馆践行“为公众策展”的理念，应把展览的价值和意义落实在文化育人上，讲好身边历史文化遗产的故事，打造共建共享的文化空间，实现知识、情感、价值观的传播。通过不断探索更新的策展思维，尝试对历史遗产的意义进行再思考、再探讨、再阐释，在展示语境中推动历史叙事生成社会价值，回应观众诉求。

讲好身边历史文化遗产的故事 博物馆通过讲述历史文化遗产的故事与观众建立联系，发挥社会教育功能。中小博物馆应破除传统观念束缚，运用主题性、故事性的策展理念，为观众呈现当地的历史、文物及风俗，提供精彩的故事和独特的体验，增进观众与当地居民的沟通了解。宁波市奉化区博物馆由奉化热电厂改建而成，盘活工业遗存成为博物馆最大的特色。展馆巧妙利用原有建筑结构，将老厂房空间与新展陈需求无缝衔接，使废弃的建筑以一种全新的面貌重回公众视野。围绕“工业遗存”的宁波故事策展，博物馆实现了活化的改造和创新的设计，让曾经的旧建筑成功转型为城市文化新地标。展览开放以来，博物馆走进社区、走进市民日常生活，不断提升品牌价值，持续传播地域文化。奉化博物馆虽然是个小馆，小馆也有大文化，也有大故事，也做出了大格局。

打造共建共享的文化空间 博物馆是关联遗产和社区的 文化中枢，展览搭建起藏品与观众沟通对话的平台。在博物馆公共化思潮的影响下，中小博物馆有望成为社区的活力中心和公众的社交中心。原先展览策划中观众立场的缺失也将在一定程度上得到改善。杭州博物馆建馆20周年推出的特别策划项目“粮道山18号计划”，通过线上展示、线下展览、公共艺术项目、公共教育项目等活动，构建全民参与的城市文化空间。以开放共享的态度向社会公众展现博物馆的成长。线上展示项目“人人都是策展人”更是营造了开放式、参与式文化空间。用户通过分享、交流，增强了与博物馆的互动，促进了博物馆与社区的凝聚。邀请不同群体参与展览设计，共建共享博物馆文化，成为中小博物馆“吸粉”的关键，未来亦将进一步拓宽博物馆的发展道路。

国际博物馆协会第26届大会通过的新的博物馆定义提出了可及性、包容性、多样性和可持续性博物馆发展关键词。在这一语境下，中小博物馆应认识到专业品质和社区参与对于博物馆可持续发展的重要性。为此，中小博物馆需要将策展能力作为博物馆的核心竞争力进行重点培育，优化展览策划制作流程，吸引社会力量参与展览创作，让更多优秀的展览作品为公众所了解、欣赏、认可。以展览及策展为驱动，促进中小博物馆更加多样化、个性化发展，使其成为名副其实的“城市不可或缺的机构”。

(上接11月8日6版)

博物馆观众分类研究

——以中国国家博物馆为例

赵菁 王欣然

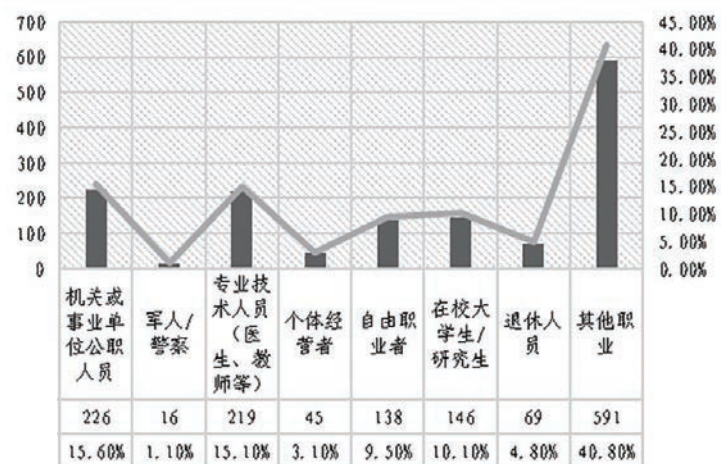
受教育程度 观众参观次数与文化程度成正比，高学历人群参观目的更明确。以博士学历人群为例，他们参观时间与其他学历观众相比时间最短，但他们实际看展时间却达到2.57小时，效率高达79%，位于各学历观众之首。由此推断他们到博物馆参观的目的性非常强，观展效率非常高，他们在博物馆的大部分时间用于看展览，看完展览不会在博物馆做过多停留。同时，数据显示，博士学历观众看展时更倾向于自己看，听讲解员讲解或者使用导览设备的意愿非常低。

高学历人群对博物馆的教育功能更为认可。 硕士和博士学历观众因“子女教育”而参观国博的比例明显高于其他学历，博士学历观众因为“参加教育体验活动”再次到访国博的比例也高于其他人。另外，博士学历观众认为博物馆可以“增长知识、学习新知识”的比例最高。

值得关注的是，高学历观众对博物馆满意度相对较低。 在观众满意度打分中硕士和博士学历观众的打分与其他学历相比偏低，硕士学历人群均值为9.14，博士学历人群的均值为9.11，位列最后。

职业 机关或事业单位公职人员 在本次参观国博的主要目的这一问题中，该人群选择“单位组织”选项的比率高达7.1%，在对照中比率最高；而选择旅游打卡目的地等休闲娱乐目的的比率相对很少，并且他们选择“陪家人朋友”或“子女教育需要”为参观目的占比相对较低。

军人/警察 军人/警察职业观众看展方式多为“自己随意看看”，使用语音导览的数据几乎为零。而在这类人群



观众职业分布统计图

参观国博的目的中，选择“上课需要”的占比最高，且会因为国博有“教育意义”而再次到访。

专业技术人员(医生、教师等) 专业技术人员是除机关或事业单位公职人员外的又一大类参观人群，他们参观国博的主要目的是“感受博物馆独特的文化氛围”和“子女教育需要”。但他们对国博满意度评分较低，由此推断他们有可能在子女教育需求方面未得到一定满足，从而导致满意度得分不理想。

自由职业者 从数据来看，自由职业者中又可分为两类：一类是个人有明确参观目的观众，他们高频率参观博物馆，同时看展时间、停留时间最长。第二类是导游带领下的游客，他们特别关心博物馆的环境舒适与否，是否可以免费参观。

结论与思考

结论

在根据社会人口学角度的分众方法对观众进行分类研究基础上，我们结合观众参观动机对国家博物馆观众群体做进一步的分类，尝试将国家博物馆观众划分为三种类型：旅游休闲型观众、自我学习提升型观众、接受再教育型观众。

旅游休闲型观众 旅游休闲型观众以青年观众为主体，他们首访比例高，多次参观比率较低；参观国博的动机以旅游、休闲放松为主；更注重体验博物馆的氛围，享受博物馆舒适的环境和艺术氛围，他们可以视为文旅融合后走进博物馆的“新观众”群体。除了青年观众此类型还包括部分由导游带领的游客。这部分观众属于传统游客范畴，他们到国博参观是由旅行社组织，通常行程安排十分匆忙，快节奏的参观使他们无法获得轻松愉悦的参观体验，参观博物馆时的体验感与期望值不匹配，从而降低了他们对国博的满意度。

自我学习提升型观众 此类型观众包括中老年观众、高学历观众、专业技术人员和部分自由职业者。他们的共同特征是，多次参观国博比率高，表现出对博物馆较高的忠诚度，并且以学习和自我提升为主要参观动机。他们会因为有兴趣的展览而专程到国博参观，因而非常关注国博展览的专业性和更新速度。另外，这一类型的观众非常认同博物馆的教育功能，不仅自身有参与博物馆活动的强烈愿望，也非常希望子女可以在博物馆获得更好的教育体验。因此，这一类型观众多以专业视角对博物馆展览、教育服务等工作进行评判，其评价标准也较其他类型观众更为严苛。

接受再教育型观众 此类型观众多由单位统一组织来国博参观学习，职业上以机关或事业单位公职人员、军人/警察为主体。这一类型观众选择国家博物馆作为接受再教育或再培训的场所，他们认为国博是引领主流意识形态的公共文化服务机构，认同国博展览宣传的社会主义核心价值观，并在参观过程中受到潜移默化的影响，达到“以文化人”的作用，因而此类型观众对国博满意度整体较高。但是他们自主参观意愿不高，参观中接受信息的方式较为被动。如何将这部分观众从偶发性参观变为自主经常性参观，同时，确保他们参观博物馆时获得足够有效信息都将是博物馆努力的方向。

思考

打造更加复合化的社会形象 博物馆作为为社会服

务的非营利性常设机构，它研究、收藏、保护、阐释和展示物质与非物质文化遗产。博物馆的内部工作逻辑是以研究性为起点的，博物馆对外表达则是以更好地传播为目的，博物馆对外形象取决于博物馆对自身使命、宗旨的认定，因此准确而自洽的文化表达与氛围营造有助于博物馆整合内外两套话语体系，塑造内外协调配合的博物馆社会形象，从而提升观众参观质量和到访率。对国家博物馆来说，其国家级博物馆的形象建构与塑造以及“代表国家珍藏民族集体记忆、传承国家文化基因”使命得到了社会公众的一致认可，国家博物馆对自身的定位与公众期待达成了统一，这也使得国博多年以来一直保持较高的观众参观量，并且成为接受再教育型观众首选参观目的地。然而，国家博物馆观众结构多元化、多层次性特征明显，如何平衡和兼顾不同类型观众的需求是博物馆面临的巨大挑战。一方面博物馆可以尝试在不牺牲核心功能和价值的同时，打造更加复合化的社会形象，让博物馆从单一的展示空间向文化休闲体验空间转变；另一方面，博物馆还需要保持并且不断提升藏品研究和策展能力，持续推出具有影响力的原创展览，满足学习和自我提升型观众对展览专业性的需求。

建立分众化的观众推广策略 博物馆观众以非经常性观众为主，经常性观众在观众结构中占比较低，尤其是作为核心观众的青年群体中非经常性观众占比非常大，博物馆需要制定多样化的观众策略，通过持续的观众调查了解各类群体的喜好，对不同群体实施有针对性的、分众化的“营销”。

进一步加大力度，满足观众“子女教育需求” 当下，社会公众对博物馆教育服务的需求十分旺盛，博物馆在积极落实国家相关政策促进学校教育博物馆教育融合，满足有组织的学习方面已经做出很多尝试和努力，但在满足亲子家庭观众的学习需求方面仍存在短板。首先，博物馆可以从供给侧入手继续发掘自身潜能。例如，在展览中增加具有教育功能的辅助展项设置，利用数字化技术为公众提供更丰富的数字化教育资源，增加博物馆教育人员配备、扩大教育空间，加大面向普通观众的教育服务供给数量。其次，博物馆也要考虑需求侧的变化，“适当引进市场机制，形成体制与市场双轨运行，满足多元、定制化需求，实现博物馆教育向深度发展。”(引自宋海超、彭虹《光明日报》)

[中国国家博物馆馆级科研项目文旅融合背景下的博物馆观众服务水平提升策略研究。(项目号GB-KX2019Y50)阶段性研究成果之一]