

### 观众调查方法在中国博物馆工作中运用状况之检讨

庞雅妮

社会的发展和博物馆自身的发展都要求博物馆要不断增强服务社会及社会发展的能力,博物馆的工作重点也要由过去的注重藏品收集、保存和

#### 一、星星之火尚难燎原:过去的盘点

二次世界大战以后,特别是20世纪70年代以来,西方国家的博物馆大多都开展了观众调查,而且也将之作为一项经常性的重要业务活动来组织

当今观众调查还没有成为中国博物馆一种普遍常规的工作方法,首先表现在只有极个别博物馆开展过观众调查。“我国目前有1800多所博物馆

观众调查的不全面深入首先表现在没有就博物馆所有面向观众的活动及活动的全过程都作调查。大部分的观众调查基本上多多少少涉及了博

观众调查方法的不够科学首先表现在绝大多数观众调查的目标设计得过于笼统，不够明确。从大多数调查报告看，其调查工作的目的都是为了了解观众、发现问题、改进工作。这个目标没有错，是我们工作的根本目标，但对于具体的一次调查工作来说，却过于宽泛。在这种目标指导下的调查工作，其质量肯定会受影响。其次，大多数观众调查的抽样方案也不够科学。我们观众调查一般采取的都是抽样调查，因此，确定样本的性质、大/代表性及选择抽样方法就非常关键。然而，从目前我们所见到的观众调查看，对样本的选择，特别是样本大小的确定都非常随意。因为我们知道，本的大小，实际上决定着概率的大小，也就是决定着研究结果的准确度。第三，目前很多观众调查报告编写得也不够规范。很多报告没有介绍调查目的，有的没有交代调查的时间，有的根本不提调查的方法和步骤，有的是空泛的议论大于具体的描述，有的又对调查得到的事实缺少分析概括，等。这样的调查报告就会造成调查信息的极大浪费，就很难达到为学术研究提供资料的目的。第四，目前观众调查的方法还比较单一，基本上都/机抽样的问卷式调查为主。虽然抽样方式具有花费时间短、收效快、费用少、质量高等优点，但是，这种方法的缺点是存在抽样误差。抽样调查/得的整体结果是根据总体中部分样本推断出来的，因此，抽样误差的出现就是难免的⑨。而且大多调查问卷为了统计上的方便，都将问题设计成/式。但是，任何问卷都不可能将每个问题的所有答案列举齐全，所以，在这种情况下，有时被调查者就很难做出选择，从而影响调查结果的准确性/科学的观众调查应该综合多种调查方法，如小组座谈、深度访谈、观察监测等，以起到互相弥补、互相修正的目的。

## 二、成败攸关：今日的选择

目前，在中国博物馆开展观众调查，了解观众需求，已经成为一个关系到能否根本实现博物馆最终目标，关系到博物馆事业成败的大问题。/为，在中国博物馆开展观众调查不仅必要而且迫切。

博物馆的社会服务功能是决定其开展观众调查非常必要的根本原因。现代意义上的博物馆是17、18世纪在欧洲产生的。这时期的博物馆，不/最早向公众开放的牛津大学的阿什莫林博物馆，还是后来向公众开放的大英博物馆和欧洲的其它博物馆，从功能上看，它们更主要的还是一种“封/的、自省的、奇珍异宝的收藏所”⑩。从19世纪末到20世纪的20年代，博物馆开始了其第一次革命。所谓“革命”，实际上就是博物馆职能的一次变/，博物馆逐渐从收藏研究机构向社会教育机构而转变。博物馆功能的转变直接要求博物馆不管是从自身建筑、服务内容和/术、工作作风和态度/还是从经营管理上，都要满足适应观众的要求，为观众的学习提供便利。为了了解观众的需求，欧美博物馆从20至30年代就开始了最早的博物馆/调查研究。两次世界大战以后，特别是从50年代到70年代，世界博物馆经历了以对博物馆社会教育作用再认识为核心内容的第二次革命，其标志/1974年博物馆经典定义的产生。国际博协第一次把“服务社会和社会发展”铸入定义之中，从此博物馆开始由自发服务社会进入自觉服务社会的新/阶段，博物馆的功能再一次得到升华。功能的再一次转变，迫使博物馆比过去更多地关注观众的参观需要和参观质量。其次，博物馆数量和其它文/闲场所在二战以后的迅猛发展，由于互争客源所带来的竞争压力，也使得博物馆不得不对观众细心照料。以博物馆自身的发展为例。目前世界各地/博物馆总数有27000座，但其中半数以上的历史都不超过50年。特别是从六七十年代到八十年代，更成为博物馆发展的高峰⑪。所有博物馆本身就/在的资金短缺和因业务成本增加而加剧的生存压力，也都使得博物馆要努力寻求观众从物质上到道义上的支持。即使对少数政府为之“埋了单”，/压力不大的博物馆来说，依然需要向决策机构证明其存在和发展的社会价值。中国博物馆和西方博物馆相比，虽然由于巨大的政治、文化和社会/异，使得博物馆遵循着不同的理念，进行着不同的实践，但作为一种世界性的文化现象，其共性还是普遍存在的。不管是博物馆功能的转变，还/博物馆及其它文化休闲产业在近20来年快速发展所带来的竞争压力，抑或世界性的博物馆资金短缺，都使得中国的博物馆必须要像它的国外同行一/借鉴商业常规，开展市场调查，从而保持自己工作的有效性及对当代社会的适应性。

社会主义市场经济在当今中国社会的迅猛发展和国家对文化事业单位管理政策的变化则决定了开展观众调查的迫切性。发达国家的经验表明，/人均国内生产总值突破1000美元时，文化消费占居民消费的比重就开始进入明显的提高阶段。目前，我国社会在社会主义市场经济快速发展了20/之后，正处于这一重要的阶段。随着群众生活水平的明显提高，消费追求不仅由满足基本生活资料的数量向提高质量方面转变，而且精神文化方/需求也越来越旺盛。特别是近几年假日经济的推波助澜，更使得越来越多的人自发地走进了博物馆。当观众感到在博物馆受到欢迎和感到舒适的时候，/才会喜欢参观或反复参观博物馆。如果博物馆还像在计划经济体制下那样，扳着面孔等客上门，或者无视公众在博物馆的感受，以及公众追/神文化的时代需求，顽固坚持将自己作为文物标本的收藏所或科学实验的参考室，结果必然会得到公众和社会的支持而最终将被时代所抛弃。/划经济体制下，博物馆完全是政府投入的公益性事业，经费来源单一。随着市场经济的不断发展，博物馆逐渐被推向市场。政府一再鼓励博物馆/极探索与社会主义市场经济相适应的社会化发展方向，要逐渐实现办馆模式由政府单一主体型向政府主导、社会参与性的转变，要克服对政府的/靠、要思想，要多渠道地争取资金的投入。最近一两年，虽然随着我国综合国力的进一步增强，和将构建和谐社会确定为重要的战略决策，政府/确要大力扶持像博物馆这样的公益性文化事业。但扶持并不是计划经济下的大包大揽式，而是更多地实行项目管理制，同时继续鼓励文化事业单/渠道寻求支持。不管是财政资金通过项目管理制增加，还是多渠道寻求其它的资金支持，都要求博物馆要生产出销路好的产品——精美的陈列、/的服务和舒适的环境等。而这些都是需要充分了解了市场及观众需求之后，才有可能顺利实施。上海博物馆可以说是这方面的一个最为成功的范例。/国内很多博物馆相比，上博是很幸运的。上海市财政每年给上博的经费，基本上保证了上博工作的正常运转，但上博也同样面临着资金不足的困/面对这种情况，上博没有等、靠、要，而是积极依靠社会力量，坚持多渠道筹资，争取海内外人士捐赠。同时，上博还非常重视观众，积极研究/众，以观众的需要为博物馆的第一需要，以多种手段为观众服务⑫，从而不断在博物馆界创造着一个又一个奇迹。

## 三、路就在脚下：现实的举措

既然目前现有的中国博物馆观众调查存在很多不够完善的地方，而且，观众调查又很必要和迫切，那么，我们怎样才能熟练运用观众调查这一方法呢？

首先需要改变观念。说到发展，都离不开一个转变观念的问题。那么博物馆要实现其根本目标，要熟练运用观众调查这一有效的工作方法，就必须从以下三个方面改变观念。第一要实现从专家、学者是博物馆主人到观众是博物馆主人这一转变。虽然我们过去一直说人民大众是博物馆的主人，我们的工作是为人民大众服务的，这两年我们也在说“观众是博物馆的上帝”，但我们却很少了解人民大众的需求，也没有让作为主人的人或“上帝”决定我们应该做什么或不应该做什么。反而，一直是我们的专家、学者在决定着博物馆所有一切面向观众的活动。我们的专家学者本是具体实施者，但却成为享有决定权和实施权的实质主人。第二要实现从消极适应社会到积极改变社会的转变。博物馆消极适应社会的原因主要来自两个方面。一是或多或少地认为在一个社会结构中，特别是在市场经济社会中，政治经济及其他相关活动是主流，而博物馆及其它文化事业是非主流，就是说对博物馆事业的地位和使命缺乏信心；二是对我国这样一个经济、文化总体发展水平都不算太高国家的观众市场缺乏信心。GDP是一个国家经济总体实力，而一个国家的真正综合实力，还应该包括文化等其它软实力，国家与国家、民族与民族之间的最终较量，最终实质上是文化之间的较量。作为保存、研究和传承文化遗产重要机构的博物馆，怎么能不肩负起这一重要的社会责任呢？！成为非主流，或被社会边缘化，就是因为长期的不积极作为，或者不按照市场规律作为的直接后果。观众市场的不乐观，其实一方面也是这个原因造成的。当然，还有我们经济文化不够发达，观众市场有待培养的问题。第三要实现从经验型向科学决策型转变。我们博物馆一向习惯根据经验或者旧有的习惯做工作，我们博物馆工作人员也都是经过一番闭门造车之后，就决定了应该给观众提供什么和以什么方式提供给观众。当观众不喜欢我们的博物馆，不喜欢我们的展览，或者看了我们的展览时，我们的“专家学者”就自信而高傲地认为，观众文化水平或素质不高。当一个社会的大多数人都不走进博物馆，或者受过高等教育的人都说看不懂博物馆的展览时，我们是否应该自省自查一下我们的工作方式和方法？！只有根据观众的需求和喜好来决定展览和其它教育活动的内容，按照观众乐于接受的方式和方法设计展览和其它活动，才会吸引观众。也就是说，只有建立在对观众需求进行调查基础上的科学决策，才有可能生产出适销对路的产品。

转变观念是根本，相应地对博物馆的组织、业务及人员机构进行调整，才能真正保证博物馆使用好观众调查这种有效的工作方法。中国的博物馆事业继承了三个传统：中国古代的金石字画收藏传统、中国现代的考古学传统和50年代苏联的博物馆传统，从而在此基础上形成了中国博物馆保存陈列、群工等“老三部”为代表的博物馆业务运行机构<sup>13</sup>，以及为之服务的后勤保障机构和适应计划经济的行政管理机构。与此组织机构相适应，博物馆业务人员的组成，自然就成为目前这种绝大多数的教育背景都是和藏品有关学科为主的格局，在文物历史类博物馆中就学历史和考古的居多，做行政管理工作的也很少有学现代管理的专门人才。所以，在机构和人力都不与市场经济相匹配的情况下，纵然我们很多博物馆的管理者和工作人员都或多或少地具有了市场意识和观众意识，也很难有效保证这种良好的愿望得以实现。这也就是我们目前的观众调查不经常普遍、不全面深入、方法不够科学和仅有成果也没有得到充分利用的博物馆自身内部机制原因。观众研究是一项常规性且需要持久性而进行的工作，观众调查和观众研究也是一种专门性的技术，因此，我们博物馆就应该像西方博物馆那样，建立专门的常设机构，配备经过训练的专业人员，具体实施这项工作。据统计，目前在英国博物馆里，藏品所属专业人员在全部专业人员中只占40%，而“新专业人员”的占有率已达60%<sup>14</sup>，所谓博物馆的“新专业人员”，就包括博物馆观众调查这样的专业人员。

从市场学和社会学已经非常成熟的调查方法看，科学的博物馆观众调查方法应主要包括以下五个环节：（一）确定调查主题和研究目标。明确研究及解决的问题是调查活动的首要步骤，也是整个调查过程中最重要的一个部分，它的正确界定可以为调查活动确定方向。调查研究目标不能过于泛也不能过于狭窄，否则会影响到调查结果的质量。（二）制定调查计划。调查计划是观众调查中重要的指导性方案。在设计一个调查计划时，一般要作以下几方面的决策：选择调查方法、准备调查用具、确定抽样方案、培训调查人员等。调查方法可以分为定量调查法和定性调查法。问卷调查是最为通常的定量调查方法。问卷调查可以通过面谈访问、电话访问、邮递访问和留置回收等方式来进行。由于问卷调查具有节省人力、时间和经费，调查对象配合容易，便于统计分析调查结果等优点，所以问卷式调查成为最为广泛使用的调查方法。但由于问卷式调查多采用封闭式问题，限制了问题答案的多种可能性，直接影响调查研究结果的深度和准确度。定性调查方法是探索性研究的一种主要方法，它对于调查涉及的问题是开放式的，多为开放式的问题，数据信息的收集也是非标准化的。其研究的价值不在于得到精确的某一类观众的需求现状和趋势，而更多的是探索需求的深层心理原因，从而找到解决问题的途径。定向调查方法可以通过小组座谈、深度访谈、观察监测等具体方法来实现。调查用具根据调查目的的不同，需要准备的用具也会不同。比如说像拦截访问式问卷调查，只准备好调查问卷是不够的。为了避免被访问者以没带笔为由拒绝接受调查，需准备一些签字笔或圆珠笔；为了促使接受调查者更能积极配合，也可以准备一些小礼物等。调查从根本上都是抽样调查，观众调查也不例外。抽样的性质、大小及抽样方法的选择是抽样方案中的重要内容，一个合适的抽样方案是调查结果质量的重要保证。调查人员的培训也很重要，通过培训让所有调查人员明白调查的主题和目标，熟悉调查的具体操作方法和技巧等。（三）实施调查，收集信息。调查计划的执行过程就是信息的收集过程。调查计划的执行也非常关键，因此，可以聘请外部专门调研机构的人员来参与。对于问卷式调查那样需要大量人力的调查，也可请大学相关专业的学生来帮助完成。为了保证信息收集的质量，还可以设一些督导员，通过一定比例的回访，以确认调查员是否真正进行了调查以及是否按规定的程序进行的。（四）整理和统计分析。收集完资料之后，下来就是对资料的整理和分析。常用的信息整理技术包括编辑、编码、列表等，信息分析过程中还要用到很多统计方法。比较简单的有一些描述性的统计方法，如计算算术平均值、中位数和众数等反映集中趋势指标的方法；计算标准差、方差、全距等

映离散程度指标的方法。对一些较大的定量调研活动，还会用到相关分析、回归分析、方差分析、聚类分析等更加复杂的统计方法。(6)撰写调研报告。一份详实完整的调研报告应包括以下基本内容：调查的主题和目标；主要背景信息；调查方法的介绍和评价；表格或统计图展示的调查结果；调查结论和建议等。

总之，只有重视研究观众和市场，运用科学的观众调查方法，并抓住机遇，改变观念，适时对博物馆的组织结构、业务结构、人员结构进行调整，中国的博物馆才会真正走上可持续发展之路，才会真正实现为社会和社会发展服务这一根本目标。

注释：

(1) 贾建明：《博物馆观众研究应该使用社会学方法》，严建强：《博物馆与观众》，《中国博物馆》1987年第1期；赵金敏：《一份〈观众统计表〉的思考》，《中国博物馆》1989年第1期。

(2) 张松龄：《对〈海洋和它的居民〉展览观众意见的调查和分析》，吴卫国：《京津地区博物馆观众调查报告》，郭青生刘健：《上海市区博物馆社会利用率调查报告》，王克：《观众增减趋势的预测及研究》，分别见于《中国博物馆》1985年第1期，1987年第2期，1988年第2期，1988年第3期。

(3) 史吉祥：《博物馆观众调查的几个问题》，《中国博物馆》2000年第1期。

(4) 已发表的如徐湖平：《从南京博物院观众调查引发的思考》，陈晴：《1999年上海博物馆讲座听众的调查报告》，《中国博物馆》2000年