

博物馆网站导航推荐路线初探

Preliminary Study on the Recommended Routes of Museum Websites

黄公达

Huang Gongda

(复旦大学文物与博物馆学系, 上海, 200433)

(Department of Cultural Heritage and Museology, Fudan University, Shanghai, 200433)

内容提要: 随着互联网的普及, 一些博物馆建立了官方网站以扩大博物馆的服务体验范围。本文以博物馆网站导航中的推荐路线为切入点, 分析推荐路线的作用及分类, 针对博物馆推荐路线的现状和问题, 结合优秀案例提出设计推荐路线的参考策略, 希望促使国内更多的博物馆网站关注推荐路线这一内容, 进而提高对增强博物馆网站服务能力的重视。

关键词: 博物馆网站 推荐路线 馆内导览 动态更新 国际化

Abstract: With the popularization of the Internet, many museums have set up official websites to expand the scope of the service experience. This article takes recommended routes on museum websites as the starting point, and analyzes their different categories and the respective functions of them. In view of the existing problems in the current stage, the paper puts forward several reference strategies for designing museums' recommended routes, combined with excellent cases and hoping that more museums in China will pay more attention to recommended routes during the website construction, in order to raise museums' awareness of enhancing the service capacity of their official websites.

Key Words: Museum website; recommended route; guide in museums; dynamic updating; internationalization

根据中国互联网信息中心2019年最新报告, 截至2019年6月, 我国网民规模达8.54亿, 较2018年底增长2598万; 手机网民规模达8.47亿, 较2018年底增长2984万^[1]。网民数量的巨大增长为博物馆带来了大量的潜在观众, 博物馆通过建立官方网站及数字博物馆等方

式, 扩大了文化传播范围, 使人们足不出户便可浏览博物馆的相关信息, 进而调动人们的主观能动性, 从访问博物馆网站到真正来到博物馆参观。马蒂 (Marty) 指出博物馆网站的建立有助于增加观众实地参观博物馆的兴趣^[2]。刘瀚学调查研究后发现, 74.6%的受访者更愿意在参观博物馆之前访问博物馆网站, 67.2%的受访者认为博物馆网站非常重要或比较重要^[3]。可见, 博物馆网站的建设情况及信息提供情况直接影响着潜在观众对



博物馆的参观兴趣。

在博物馆网站中，参观导览信息是最基本，也是最受关注的部分。马蒂发现，在参观博物馆之前访问博物馆网站的观众中，关注参观导览信息的人占比高达92.7%^[2]。当下博物馆网站中提供的参观导览信息主要包括开放时间、在线订票、交通信息、票务信息、设施服务、游览须知、导览地图、推荐路线等。其中推荐路线会影响观众参观效率和参观效果。

一、博物馆网站导览推荐路线的分类及作用

博物馆网站导览推荐路线是指博物馆为了便于观众参观而根据馆内展览内容和展厅结构设计公示在博物馆网站上的推荐参观路线。随着经济文化的发展，人民文化需求的增长，对于博物馆的公共文化服务能力和质量有了更高的要求。推荐路线这一概念脱胎于旅游学，出于提高旅游服务质量的目的产生。博物馆本身具有旅游属性，因此设置导览推荐路线有助于博物馆更好地提升服务质量。

1. 博物馆网站导览推荐路线的分类

推荐路线根据不同的设计维度，可以有多样的内容。通过总结国内外优秀推荐路线案例，可以发现当下博物馆网站导览中的推荐路线主要分为两类——时间路线和主题路线。

时间路线是以确定的参观时长进行设计的路线。如不列颠博物院提供了1小时参观路线和3小时参观路线。在我国，湖南省博物馆提供了1.5小时快速游览和3.5小时深度游览两条路线；故宫博

物院提供了2小时游、半日游、一日游三种五条路线；恭王府提供了1小时、2小时、半日游三条路线；成都武侯祠博物馆提供了2小时、3小时、4小时三条路线。

主题路线则是以确定的某一专题进行设计的路线。如不列颠博物院提供了儿童参观、“100件藏品中的世界史”、“20件藏品中的世界性都市——伦敦”、“欲望爱情与身份”四条主题路线。在我国，上海博物馆提供了“博物馆里的‘动物园’”“宝贝一起找宝贝”两条亲子路线和“不可错过的艺术杰作”一条精品路线；恭王府提供了和珅线、恭亲王线、古建园林线、展览线四条路线；上海科技馆提供了成人、青少年、中老年和家庭（10岁以下儿童）四条路线；故宫博物院则与众不同，提供了宫廷建筑、宫廷历史、展馆专馆三大类主题，每大类主题下设置若干小主题导览推荐路线。

2. 博物馆网站导览推荐路线的作用

2019年，我国博物馆参观人数已经达到了11.42亿人次，且每年参观人数增量在1亿左右。博物馆逐渐成为热门的旅游目的地，参观博物馆成为一项重要的旅游活动。推荐路线作为旅游信息的有效整合，对于提升旅游活动品质、带动旅游区域发展有着促进作用。对于博物馆亦是如此。

提供推荐路线有利于突出博物馆的特色。博物馆可以根据自身的重点展品和特色内容设计出推荐路线，以便观众在参观前直观了解该博物馆区别于其他馆的优势特色，感受内容的差异性和独特性。如河北博物院在参观路线中特别强调河北博物院最具代表性同时也最值得参观的是“战国雄风——古中山国”“大汉绝唱——满城汉墓”这两个与“中山”有关的展览，艺术性最强且侧重观众体验的展览是“北朝壁画”“名窑名瓷”和“曲阳石雕”。

提供推荐路线有利于发挥博物馆的教育功能。博物馆可以根据展览的不同主题，设置不同学科及不同年级的推荐路线，成为学校教育和家庭教育的重要补充，从而更好地发挥教育功能。如卢浮宫在推荐路线中，为教师和其他教育工作者提供了与博物馆展览有关的主题实用知识和学年框架，这些主题知识均涉及学校课程和主要的艺术教育问题，包括古语言、音乐、历史、艺术史、公民和道德教育、法语等学科，从幼儿园到大学各学习阶段均有合适的展览路线。使得学校教育及在家教育者可以精准选择所需的博物馆展览资源，进行教学设计。

提供推荐路线有利于提高观众的观展效益。推荐路线为观众

提供了科学的流线指引,便于在博物馆中建构推荐路线相关的主题知识,提高观展效益。台北科技大学郑孟淙教授曾经在新北市板桥区进行了一项旅游学调查,他将参观游客分为两组,一组依靠不带有推荐路线的导览图进行游览,另一组则是使用带有推荐路线的导览图进行游览。通过对比两组游客的游览情况,他发现带有推荐路线的导览图可以有效地减少游客暂时停下来再次确认行进方向和目的地位置的频率,延长游客在该地区的停留时间,增加参观的旅游景点的数量和旅行距离,有效改善了参与者对空间的认知^[4]。

二、我国博物馆网站导览推荐路线的问题

推荐路线虽然对于博物馆有着积极影响,但在我国博物馆中尚未引起足够重视。我国只有极少数的博物馆在网站中提供了推荐路线,且从数量和质量上与国外博物馆相比有一定差距。整体来看,至少存在以下四方面问题。

1. 博物馆对推荐路线关注不足

截至2020年5月,全国130家一级博物馆中,只有12家在网站上提供了推荐路线,仅占9.23%(表1)。在中国知网上搜索“博物馆推荐路线”“博物馆网站导航路线”“博物馆导览路线”等关键词,仅有关于数字博物馆交互设计与博物馆智能导览交互设计的内容,暂时没有涉及推荐路线的文章。可见对博物馆网站导航推荐路线的关注度略有不足。

2. 推荐路线归属栏目设置不清晰

推荐路线在不同博物馆网站中的归属栏目迥然有异,有的放入“参观”栏目,且“参观”两字直接放在网站醒目位置或导航栏中,也有的放在“导览”或“服务”栏目中,还有的放入“走进XX馆”当中。以12家设置推荐路线的博物馆为例,故宫博物院和恭王府博物馆将推荐路线置于“导览”导航栏内,河北博物院放在“观众服务”导航栏内,武侯祠博物馆放在“导览及展览”导航栏内,宁波博物馆放在“服务导览”导航栏内,上海科技馆放在“参观推荐”导航栏内,湖南省博物馆放在“参观”导航栏内。陈云纪念馆的推荐路线放在网站首页的底部,上海博物馆则是首页的“推荐路线”内容板块,长沙简牍博物馆放在“馆区导览”内容板块,广东省博物馆放在“参观指南”内容板块,伪满皇宫博物院放在“参观导览”内容板块。因馆而异的归属栏目设置使得观众很难直接、有效地

表1 提供推荐路线的12家博物馆

博物馆	推荐路线
故宫博物院	2小时游、半日游、一日游
恭王府博物馆	1小时游、2小时游、半日游、和珅线、恭亲王线、古建园林线、展览线
河北博物院	时间宽松、时间紧张、艺术且侧重体验、先秦历史及河北历史传承
上海博物馆	亲子路线:博物馆里的“动物园”;精品路线:不可错过的艺术杰作; 亲子路线:和宝贝一起找宝贝
上海科技馆	成人、青少年、中老年、家庭(10岁以下儿童)
成都武侯祠博物馆	2小时游、3小时游、4小时游
湖南省博物馆	1.5小时快速游览、3.5小时深度游览
陈云纪念馆	参观路线参考A、参观路线参考B
伪满皇宫博物院	景区快速参观、景区全浏览参观
宁波博物馆	导览地图上的路线图
长沙简牍博物馆	导览地图上的路线图
广东省博物馆	推荐参观路线一(基本陈列)、推荐参观路线二(临展为主)、推荐参观路线三(临展为主)

找到推荐路线的位置。

另外，目前的130家一级博物馆，提供交通信息及交通指南的博物馆有87家，而提供馆内推荐路线的博物馆只有12家，相差悬殊。可见当下博物馆网站的导览重点是如何进入博物馆，而不是如何游览博物馆。

3. 推荐路线没有物尽其用

国内博物馆提供的推荐路线主要有三种呈现形式：箭头标识型、文字介绍型和图文结合表达型。其中最常见的是箭头标识型，箭头标识型是单纯在导览地图上用箭头标识流线，没有任何与展览内容主题和参观时间有关的文字说明。文字介绍型包含两种形式：第一种是简单地用文字表示推荐路线，如“参观路线：XXX→XXX→XXX”；第二种则是用文字粗略介绍展览的主题内容，如“如果您喜欢XX，推荐您参观XX展览。如果您的时间紧张，并希望了解XX内容，建议参观XX展览”。图文结合表达型则能相对全面地从展览主题内容和展览参观时间两个维度同时进行导览。目前我国博物馆网站导览推荐路线基本是箭头标识型和文字介绍型，占50%。缺少设计感，过于简单，大多没有起到有效导览的作用，也忽略了推荐路线与其展览特色的相互融合。推荐路线的呈现形式也较为单一，只有武侯祠博物馆以动画呈现，其他皆是平面的图案文字形式。

4. 推荐路线一成不变

陈超《谈博物馆网站不是一天建成的》和《再谈博物馆网站不是一天建成的》指出，博物馆网站在建成后要考虑网站内容的更新频次这个关键问题。

他以首都博物馆为例，首都博物馆自2005年新网站上线后，根据需求调研对主栏目及子栏目进行了多次调整。然而当下很多博物馆的推荐路线自公布起，便不再有变动。且只针对常设展览，没有根据临时展览的不同内容进行补充、调整。

三、博物馆网站导览推荐路线的设计思考

鉴于我国博物馆网站导览推荐路线存在的问题，为了规范设置形式，提高内容质量，使其发挥应有的作用，可以考虑从以下七个方面进行改进。

1. 重视推荐路线在网站的位置

国外一些知名的博物馆网站经常会把推荐路线列入参观信息一栏，放在网站内容导航栏的首位，且用词较为统一，均是“visit”的相关形式，如大都会艺术博物馆和不列颠博物院。鉴于我国博物馆网站推荐路线归属栏目不清晰状况，建议将其统一归入导航栏“导览”栏目，并将“导览”栏目设在网站引人注目的位置（图1）。

2. 重视馆内导览

观众在博物馆内的参观游览是博物馆发挥功能的重要前提，因此博物馆不仅要重视馆外交通导览，更要重视馆内展览导览。博物馆可以在网站的参观信息中尽可能提供有关馆内导览的内容，并结合互联网的特点，考虑导览信息的多种呈现形式，如以多媒体、数字虚拟导览等形式呈现。

3. 重视推荐路线的内容设计

在推荐路线设置上，主要从时间和主题两方面着手，但无



图1 恭王府博物馆官方网站“游览路线”设置

论重心落在哪一方面，每一条推荐路线都要有明确的主题和所需的参观时长。

时间维度一般至少要考虑两条路线。一条是短时游，将博物馆的重点文物及展示核心串联组织，在最短的时间内让观众欣赏馆藏精华。福尔克等学者的研究发现，观众的参观兴趣在30—45分钟后会达到临界点^[5]，因此很多博物馆提供的最短时间推荐路线基本在1小时左右，如不列颠博物院的1小时参观路线：罗塞塔石碑→亚述猎狮浮雕→帕特农神庙雕塑→刘易斯西洋棋→奥克瑟斯宝藏→乌尔皇室游戏棋盘→Katebet木乃伊→日本武士盔甲→伊费圣王铜制头像。另一条是深度游，将博物馆的全部参观内容纳入，让观众深入品味博物馆的文化饕餮盛宴。深度游的时长因馆而异，如故宫博物院的一日游：午门→武英殿→文华殿（书画馆）→太和门→太和殿→中和殿→保和殿→乾清宫→交泰殿→坤宁宫→养心殿→西六宫区→御花园→东六宫区→奉先殿（钟表馆）→宁

寿宫区（珍宝馆、戏曲馆）→神武门。

由于各馆的实际情况不同且可选取的主题范围十分广泛，难以面面俱到，因此仅提供几个在设计主题路线时可以参考的方面。第一，根据最受欢迎的展厅和展品设计主题路线。如上海博物馆提出私人定制推荐路线。它利用数字管理平台收集观众的参观路线、最受观众欢迎的展厅以及最受观众关注的展品等信息，然后进行智慧客流分析以及智能导览，进而设计定制化参观路线，提升了观众的参观体验。第二，根据博物馆内同一类别的展品设计主题路线。不同的文物分类方法可以设计出多种多样的路线。比如上海博物馆的推荐路线——“博物馆里的‘动物园’”，便是把象首兽纹钺、四羊首瓿、四虎铸、牺尊、八牛贮贝器等所有具有动物造型的文物藏品连成了一条主题路线。第三，根据博物馆的亮点特色设计主题路线。一些博物馆场地太大，展品太多，可以精心挑选一些富有重要意义或者独特魅力的文物作为主题路线的内容。如上海博物馆的精品路线——“不可错过的艺术杰作”，将镶嵌十字纹方钺、兽面纹罍、甲簋、大克鼎等最精美的文物连成了主题路线。第四，根据不同参观人群给出主题路线。来博物馆参观的观众多种多样，有专家学者、亲子家庭、学生等。博物馆要根据不同类型观众的特点及参观需要设计路线，如上海博物馆的亲子路线——“博物馆里的‘动物园’”、不列颠博物院的儿童参观路线。第五，根据展品涉及的学科知识设计主题路线。一般来说，博物馆内的展品种类多样，内容丰富，可以根据其涉及的学科知识设计出主题路线。如卢浮宫提供的推荐路线，不仅包含了历史、自然、艺术、语文、音乐等不同学科，同时也考虑到了从幼儿园到大学不同学龄阶段的学科知识，做到了与学校教育或家庭教育的成功对接（图2）。

4. 重视推荐路线与本馆特色的结合

可以将博物馆的重点、亮点凝练概括作为主题推荐路线，如恭王府博物馆的主题推荐路线——和珅线、恭王府线、古建园林线，直接点出恭王府的历史及展示核心。同时，还可以将推荐路线的设定置于博物馆展览结构之中，如湖南省博物馆的两条推荐路线均是在湖南人展览和马王堆展览逻辑结构下，对具体文物进行取舍，即使选择1.5小时快速游览，也可以对展览的整体结构有所了解，在以叙事型展览为主的博物馆中，将推荐路线与展览结构结合有助于观众全面了解展览的叙事核心，了解博物馆的突出特色。



图2 卢浮宫官网“用雕塑唤起五种感官”的推荐路线



图3 故宫博物院英文官网推荐路线

5. 重视推荐路线的动态更新

一方面，如果因更换常设展览而使馆内展览内容和展厅结构产生变化，常设的推荐路线也应及时跟进调整。另一方面，要根据临展内容设计推荐路线，可以将临时展览的展品种类、学科知识、精品珍品等纳入常设推荐路线，也可以针对临时展览本身的导览单独设计推荐路线。

6. 重视推荐路线的国际化

随着我国对外开放的深入，影响力

的加大，外国游客人数逐渐增多。一些受外国游客欢迎的博物馆要考虑增加其他语言的推荐路线。如不列颠博物院中文网站中，用中文写出了博物馆的时间推荐路线和主题推荐路线。而我国博物馆网站往往只提供部分推荐路线的外国语言版本或完全忽略外国语言的推荐路线。其中，故宫博物院做得比较好，提供了所有推荐路线的英文版（图3）。

7. 重视提供博物馆馆际推荐路线

早在2014年，南京市博物总馆汇聚南京市博物馆、太平天国历史博物馆、中国共产党代表团梅园新村纪念馆、南京市民俗博物馆等市属文博馆所，成为国内一级博物馆中率先实行总分馆制度的博物馆。而后沈阳博物院、大同市博物馆、攀枝花市博物馆等均采用了总分馆制。不同博物馆之间的优势整合和资源互补，为馆际推荐路线的设置打下了良好的基础。如沈阳博物院包含沈阳新乐遗址博物馆、沈阳故宫博物院、张氏帅府博物馆、沈阳“九·一八”历史博物馆等十家博物馆、纪念馆。基本上完整地将7200年前到今日的沈阳串联了起来，形成一条完整的参观路线。随着采取总分馆制的博物馆越来越多，博物馆馆际推荐路线应越发地引起重视。

随着信息技术的发展，即将来临的5G时代也将使推荐路线有更大的发展空间。不仅可以在博物馆突出本馆特色、推动本馆有效发挥功能及提高观众的观展效益方面发挥更大的作用，还可以以点带面，引发博物馆对于如何更好地发挥自身功能和让观众获得更好的参观体验的思考，进而推动博物馆服务能力和服务质量迈向新的台阶。

参考文献

- [1] 中国互联网信息中心. 第44次《中国互联网络发展状况统计报告》[R/OL]. (2021-02-03). <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/>.
- [2] MARTY P F. Museum websites and museum visitors: before and after the museum visit[J]. *Museum Management and Curatorship*, 2007(22).
- [3] 刘瀚学. 基于公众视角下的博物馆网站建设研究[D]. 西安: 西北大学. 2016.
- [4] ZHENG M C. How a map with a tour route recommendation promotes circuitous tourism[J]. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 2015(2).
- [5] FALK J, KORAN J, DIERKING L, et al. Predicting visitor behavior[J]. *Curator*, 1985(4).