

自然类博物馆“十字星”价值体系 与科普教育功能管理

陈运发

(广西自然博物馆, 南宁 530012)

[摘要] 自然类博物馆价值体系可以用一个坐标系似的“十字星”系统来描述。纵轴表示自然类博物馆通过其研究、传承功能实现其在社会发展过程中所体现出的历史意义的价值;横轴表示自然类博物馆通过其展示功能,通过展览宣传教育、社会服务实现其社会影响的价值;“十字星”的纵轴和横轴交叉点即“十字星”价值体系的“元点”,是自然类博物馆实现其价值的基础。引用西方管理学“4P”理论,有助于探讨促进自然类博物馆科普教育功能的发挥。

[关键词] 自然类博物馆 价值体系 科普教育 “4P”理论

[中图分类号] N4 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357(2012)04-0032-05

“Cross-shaped” Value System for Natural History Museums and Science Popularization Management

Chen Yunfa

(Guangxi Natural History Museum, Nanning 530012)

Abstract: The “Cross-shaped” Value System is hereby formulated to value natural history museums. The “Cross-shaped” value system seems the coordinate system with vertical axis and horizontal axis. The vertical axis, long and narrow, indicates the level of research and education function. The horizontal axis, short and wide, indicates the level of exhibition and service function. The cross point of the coordinate seems a core of critical elements for the museum construction, including essential collections, personnel, fund, and etc. The “Cross-shaped” value system can be used to explain the function of natural history museums under different development stage, and promote the science popularization management on the basis of “4P” principle.

Keywords: natural history museums; value system; science popularization; “4P” principle

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357(2012)04-0032-05

博物馆是指收藏、保护、研究、展示人类活动和自然环境的见证物,经过文物行政部门

审核、相关行政部门批准许可取得法人资格,向公众开放的非营利性社会服务机构。博物馆

收稿日期: 2011-10-15

作者简介: 陈运发,英国伍斯特大学硕士,广西自然博物馆馆长,研究馆员,研究方向为地质学和博物学, Email: chenyunfa@163.com。

建设需贴近群众、贴近生活、贴近实际。博物馆建设要始终把社会效益放在首位,着力体现公益性、教育性、服务性的要求,把观众是否满意作为博物馆全部工作的出发点和落脚点,把学术性、专业性、知识性、趣味性、观赏性有机统一起来;要把博物馆建设成为广大青少年接受教育的第二课堂;要把博物馆建设成为学术研究和科普教育的重要平台。

世界上最早的博物馆是建于1683年英国牛津大学的阿什莫林博物馆,博物馆的英文名称来源于希腊语并含有“学习”的意思。自然类博物馆以自然科学为基础,因而具有显著的科普教育功能。

根据自然类博物馆功能、使命以及建设发展等要素,通过坐标系似的“十字星”来描述自然类博物馆的价值体系并探讨其科普教育功能的管理学问题是一个新尝试。

1 自然类博物馆“十字星”价值体系

研究认为,自然类博物馆建设要素及自然类博物馆的价值可用一个“十字”系统来统一阐述——自然类博物馆“十字星”价值体系,是包含自然类博物馆建设发展的核心要素、诠释自然类博物馆发展状况及其功能价值的系统体系,由代表具有时间历史意义的长而窄的纵轴和代表具有社会影响意义的宽而短的横轴交叉构成的类似坐标“十”字形态的有机体系。

纵轴:表示自然类博物馆通过其研究、传承功能实现其在社会发展过程中所体现出的历史意义的价值。例如,自然博物馆通过野外发掘获得珍贵标本,通过鉴定研究,发现新属新种(新物种)并将研究成果通过论文的形式发表。一般地说,这样的专业研究成果主要在同专业领域产生影响,影响的社会面有限,但是,这样的研究成果却长期载于该专业领域史册(文献),未来该专业领域的专业研究人员都可能会查阅、借鉴该研究成果。也就是说,自然类博物馆的研究功能一般不能带来产业革命,对社会各阶层也不会产生很大影响,但在专业领域可以产生深远的历史意义,这就是自然类

博物馆的历史性价值。纵轴窄而较长,意为社会影响面较窄、专业历史影响较长。纵轴形态为有起点的向上延伸的窄射线,射线起点代表该博物馆成立之时即开始体现其专业历史价值。

横轴:表示自然类博物馆通过其展示功能,通过展览宣传教育、社会服务实现其社会影响的价值。例如,自然博物馆搞一个展览,男女老少、社会各界都来参观,展览展出期间对社会产生较广泛的影响,但展览拆展后,其社会影响就很快消失,该展览只能对参观过该展览的观众留有记忆,但不会对没有参观过该展览的其他人产生深刻影响。横轴粗而较短,意为影响面较大但有时效性。横轴形态为有起点的向右延伸的宽射线,射线起点代表该博物馆成立之时即开始体现其社会影响价值。

“十字星”的纵轴和横轴交叉点即“十字星”价值体系的“元点”,就是自然类博物馆实现其价值的基础,是自然类博物馆建设的核心要素,这些核心要素包括馆藏精品、人才、场馆、资金等。如果没有优秀专业人才就不可能做出影响深远的研究成果,不易开展有高度的科普教育工作,其价值体系中的纵轴就不会太长;如果没有馆藏精品,也就是展示展品基础薄弱,就不可能成功举办引起社会广泛影响的展示展览,科普教育作用有限,其价值体系中的横轴就不会太粗。场馆对横轴价值的实现十分重要,资金是实现纵轴价值和横轴价值的关键要素。元点的形态大小根据自然博物馆建设核心要素情况而不同,也可能是圆形或椭圆形。如果综合核心要素较薄弱,则元点较小;综合核心要素较强,则元点较大。若核心要素较均衡,元点则为圆形;若核心要素不均衡,元点则为椭圆形,如果科研人才较强而馆藏精品和场馆要素较弱,椭圆形元点的长轴则落在“十字星”价值体系的纵轴上,如果科研人才较一般或弱而馆藏精品和场馆要素较强,椭圆形元点的长轴则落在“十字星”价值体系的横轴上。“元点”的位置代表自然类博物馆建馆历史或体现其价值的历史,历史越长,“元点”离纵轴的起点和横轴的起点越远(见示意简图,图1至图6)。

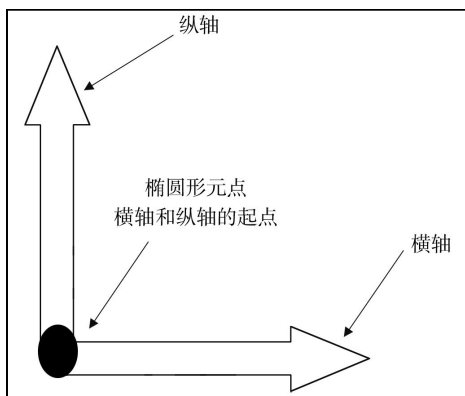


图1 刚成立的某博物馆,其“十字星”价值体系的元点与横轴的起点和纵轴的起点重叠,科研人才较强而馆藏精品和场馆要素较弱,其综合价值状况处于元点上,元点的长轴落在纵轴上

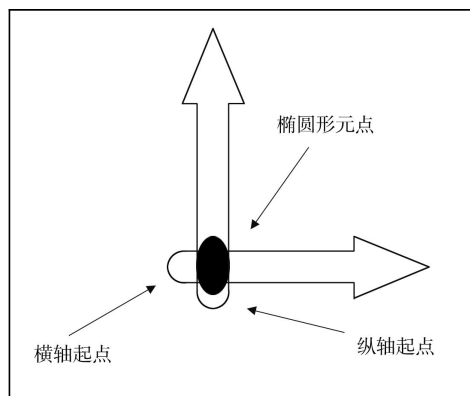


图4 某个有建馆历史的博物馆,其科研人才较强而馆藏精品和场馆要素较弱,其“十字星”价值体系的元点离开横轴和纵轴的起点,元点的长轴落在纵轴上

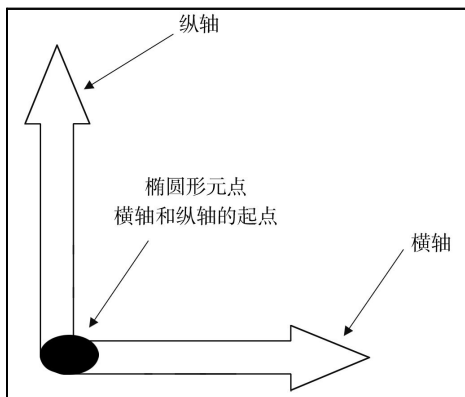


图2 刚成立的某博物馆,其“十字星”价值体系的元点与横轴的起点和纵轴的起点重叠,科研人才较一般或弱而馆藏精品和场馆要素较强,其综合价值状况处于元点上,元点的长轴落在横轴上

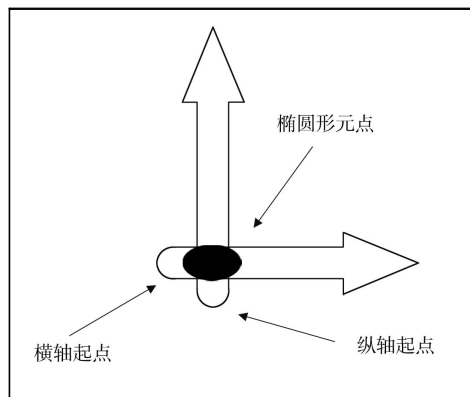


图5 某个有建馆历史的博物馆,科研人才较一般或弱而馆藏精品和场馆要素较强,其“十字星”价值体系的元点离开横轴和纵轴的起点,元点的长轴落在横轴上

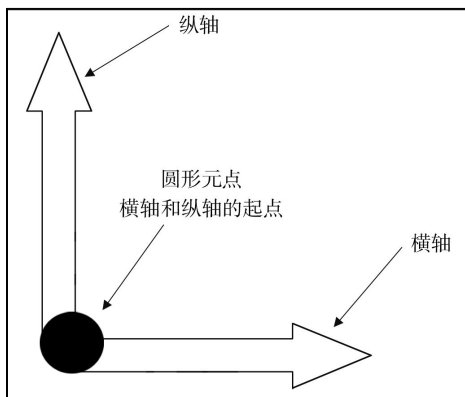


图3 刚成立的某博物馆,其“十字星”价值体系的元点与横轴的起点和纵轴的起点重叠,各核心要素较均衡,其综合价值状况处于元点上,元点为圆形

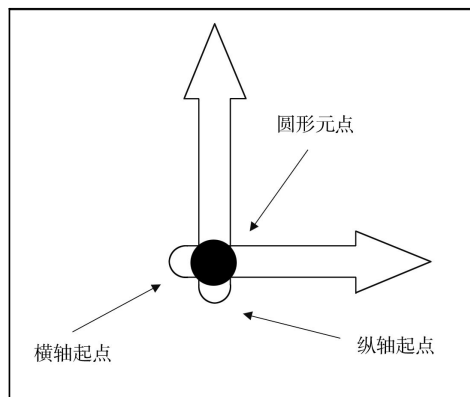


图6 某个有建馆历史的博物馆,各核心要素较均衡,其“十字星”价值体系的元点离开横轴和纵轴的起点,元点为圆形

2 自然类博物馆“十字星”价值体系中的科普教育功能

自然类博物馆“十字星”价值体系是有关自然类博物馆要素、价值的简明“蓝图”，是一个动态系统，自然类博物馆价值体系中的纵轴和横轴的粗、细、长、短状况会根据某个自然类博物馆在不同时期的具体状况和价值而发生变化。也就是说，不同自然类博物馆的“十字星”价值体系形状各有其特点，同一个博物馆在其不同发展阶段，其价值体系形状也会发生变化。

无论“十字星”价值体系的形态如何，自然类博物馆的科普教育功能始终存在，只不过不同的自然类博物馆在不同的发展阶段其科普教育功能表现的形式和效果及影响不同而已。

自然类博物馆的科普教育功能主要反映在“十字星”价值体系的横轴上，体现自然类博物馆对社会的影响。科普教育工作越突出的自然类博物馆，其“十字星”价值体系中的横轴就越粗（宽）。人才、藏品（展品）、场馆和经费等是自然类博物馆实践其科普教育功能的关键要素。

3 自然类博物馆科普教育功能的“4P”管理理论

西方管理学中的“4P”理论应用于研究博物馆管理问题在不少西方学者的文献中有论述，如 McCarthy^[1]、Cowell^[2]、Goulding^[3]、Mclean^[4]。

“4P”是指 Product、Price、Place、Promotion。综合考虑“4P”要素对促进自然类博物馆科普教育功能的发挥具有现实意义。

3.1 Product

这里的“Product”即“产品”，是指自然类博物馆的藏品、标本、展品、科普教育活动以及各种服务。

一些西方学者的论著，如 Mclean^[5]、Bennett^[6]、Sandell^[7]等提出博物馆应根据博物馆受众情况及需求对受众进行“市场”细分，推出

适合不同受众的科普教育“产品”。例如，根据幼儿、小学生、中学生、大学生等不同阶段特点和需求，开展不同内容和形式的科普教育活动。展览、讲座、互动活动、科普影像制品等都体现自然类博物馆的科普教育功能。科技的运用对开发自然类博物馆科普教育产品很有积极意义。

3.2 Price

这里的“Price”即“价钱”，是指自然类博物馆受众为了接受自然类博物馆的科普教育所要付出的代价（包括物质和精神代价）。当前，我国很多自然类博物馆都实行了免费开放，科普活动也大多都是免费或非营利性的。受众所要付出的代价也许包括到达博物馆的交通（费）和时间。对于受众来说，“Price”大不大，主要是看前面提到的“Product”是否符合需求、是否有吸引力。

3.3 Place

这里的“Place”即“地方”，是指自然类博物馆开展科普教育的场所或途径。除了馆内科普教育课堂和活动之外，送科普展览（讲座）进校园、社区、山区等都是提高自然类博物馆科普教育功能的好的方式方法。网上虚拟展示（虚拟博物馆）可以大大提高受众面和数量，是促进自然类博物馆科普教育功能的重要阵地。

3.4 Promotion

这里的“Promotion”即“促销”，是指自然类博物馆为其科普教育活动的宣传。媒体信息发布、发放印刷品等是博物馆宣传的常见方式。国外一些自然类博物馆建立起观众邮件库，通过发电子邮件进行宣传，目标明确，效果相对较好。宣传对树立科普教育功能品牌很重要。

4 结语

自然类博物馆的价值主要表现为对当前社会具有时效性的影响，以及其有关成果在专业领域的历史影响。自然类博物馆的科普教育功能是自然类博物馆价值的综合体现，

科普教育工作越突出,显示其对当前社会的影响越大,社会价值越高;自然类博物馆取得的深奥的自然科学成果应通过简明的、合适的形式让社会大众接受,即“科普化”,使自然类博物馆“深奥科学成果”的历史性价值转化为能让普通大众受教育的社会价值。自然类博物馆价值体系中的科普教育功能可以在研究受众需求的基础上通过协调 Product、Price、Place、Promotion 这“4P”要素不断提高。自然类博物馆应注重科技在展示中的运用,通过科技手段,能让静止的展品活起来、动起来,让高深的专业知识生动化、形象化,以满足社会各阶层的参观需求,展示自然类博物馆的特殊价值,为社会发展做出特有的贡献。

参考文献

- [1] McCarthy E J. Basic Marketing: A Managerial Approach [M]. Homewood: Richard D. Irwin, 1981.
- [2] Cowell D W. The Marketing of Services [M]. Oxford: Butterworth Heinemann Cultural Publications, 1984.
- [3] Goulding C. Contemporary Museum Culture and Consumer Behaviour [J]. Journal of Marketing Management, 1999 (15): 647-671.
- [4] Mclean F. Marketing the Museum [M]. London: Routledge, 2003.
- [5] Mclean F. A Marketing Revolution in Museums [J]. Journal of Marketing, 1995(11): 601-616.
- [6] Bennett T. The Birth of the Museum [M]. London: Routledge, 1995.
- [7] Sandell R, Janes R R. Museum Management and Marketing [M]. Leicester: Taylor & Francis, 2007.

(责任编辑 张南茜)

(上接第14页)

展的机遇顺势而为、主动而为,科普文化产业能够发挥什么样的功能、起到什么样的作用,科普除了向人们传播科学知识、科学思想、科学方法外,在审美体验、愉悦身心等方面如何发挥作用,都是值得我们深入研究探讨的问题。三是科普文化产业发展中应注重内容和载体的协调发展。我们常说文化产业是内容为王,内容是文化产业发展的特质所在,大量的科学文化内容也是科普文化产业发展的天然资源,可以进行产业化的开发。在载体方面,当前在科普载体建设方面相比其他领域还显得有些陈旧,科普宣传给人的感觉还是在依靠橱窗、标语等。科普姓“科”,科普本身就是科学发展的产物,应当最先利用最新的科技手段,这方面还有很大的空间可以开辟,网络、手机等应该成为科普的载体。特别是发展现代科普文化产业,一定要结合最新的时代载体。四是发展科普文化产业,要分析研究案例,汲取成功经验。近年来在科普文化产业领域有了一些成功案例,但对研究借鉴的还不够,需要我们从发

展科普文化产业的角度去追踪、去分析、去研究,从而总结经验、探寻规律、指导实践。五是关注和对接与科普文化产业相关的具体项目。《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》确定的很多项目都与科普文化产业相关,科技部等部门即将实施的国家文化科技创新工程也与科普文化产业直接相关,我们应该认真研究、关注与对接。

在举国上下高度重视文化建设,奋力迈向社会主义文化强国的进程中,科普文化产业如何在我国文化发展的整体格局中赢得一席之地,需要广大科普工作者解放思想、实事求是、与时俱进,抓住市场需求和科技发展的机遇,按照产业发展的规律运行。随着科普文化产业的发展,科普工作自身也将迎来时代的新发展。

发言的最后,马力先生衷心寄语:科普文化产业发展前景广阔,大有可为;同时也需要我们广大科普工作者乘势而上,奋力而为。

(马力 文化部文化产业司副处长)

(责任编辑 张南茜)