

通过第三届广州三年展公众活动谈艺术博物馆（美术馆）公共教育

刘端玲

作为实现公民终身教育的公共空间，西方的博物馆一直是学校教育的有益补充。特别是 20 世纪 90 年代，西方博物馆开始了一个“从关注物到服务人”的转变过程，也就是从过去的侧重收藏保护和研究转向侧重为公众教育服务。^[1] 博物馆教育与服务得到长足发展，当然这是在他们的收藏研究以及展示陈列工作已经有了深入发展的基础上。发展到今天，博物馆成为了人们接受及交流信息的公共教育空间，成为了与家人、朋友共享时光的休闲娱乐场所。

今天我们中国的博物馆也提出了“以人为本”的理念。博物馆对于公众所承担的教育和服务功能怎样才能更加有效的实现成为一项重要课题。

2008 年，我从研究策展部调任公共教育部主持部门全面工作，博物馆教育这个我观察已久，但尚未全面接触的领域成为了我的主要课题。在保持部门常规运作的同时，通过主持策划第三届广州三年展系列公众教育活动，我开始将对这个领域的部分思考进入到尝试阶段。

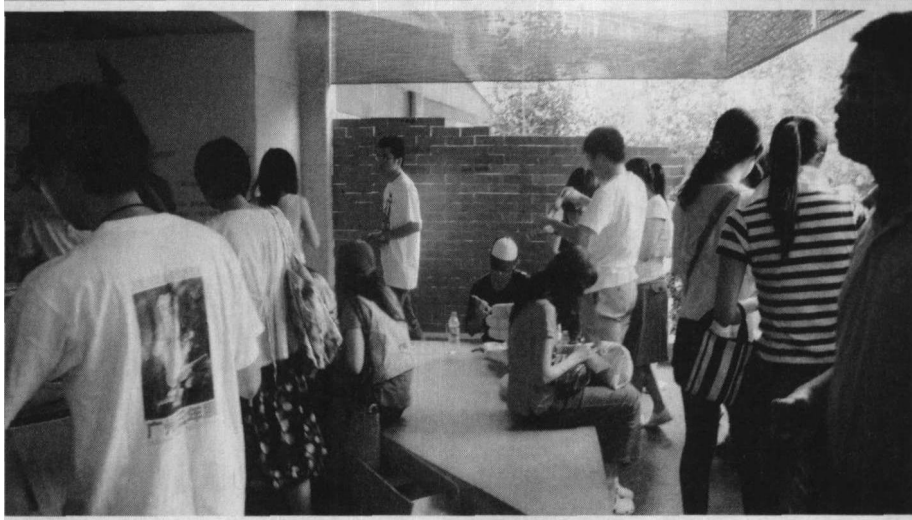
法国博物馆学者乔治·亨利·瑞威尔(Georges Henri Rivière)说过：展览实现了博物馆和公众间的对话。活动则使这种对话得以展开，传播以他自己的方式使展览与活动得到完善。^[2]

作为现当代艺术博物馆的广东美术馆，拉近观众与现当代艺术的距离，建立并发展他们之间的对话是我们公共教育部门的首要职责。广州三年展作为广东美术馆最为重要的当代艺术项目，如何使之与更多的广东观众建立对话自然也成为我们的工作重心。

广州三年展已经是第三届，前两届的成功举办使得广东美术馆在国内外当代艺术圈声名鹊起。虽然这个当代艺术的国际盛会得到了圈内人士的关注与好评，但是与广州市民的生活似乎还比较遥远。在这个平民化、讲究实用主义的城市中，大家的闲暇时间还是更多挥洒在、酒楼茶馆、大排

[1] 布鲁斯·阿尔什那 (Bruce J. ALTSHULER, 在“为教育的艺术空间”研讨会上发言。

[2] Elisabeth Gaillet 著，与 Evelyne Lehalle 合作，《走近博物馆，文化媒介 A l'Approche du Musée, La Médiation Culturelle》Pul 出版，1995 年。



三年展词库墙

档，当代艺术是什么东西，有人认为是胡闹，更多的人说“我不懂这个”，从而将之拒之门外。怎样让广州三年展真正成为广州人的“三年展”，这一直是我們为之努力的目标。

所有面对公众的活动其首要任务是了解受众，根据不同的受众特点设计不同的活动以达到最佳传播和互动效果。我们将广州三年展的观众分为三类：

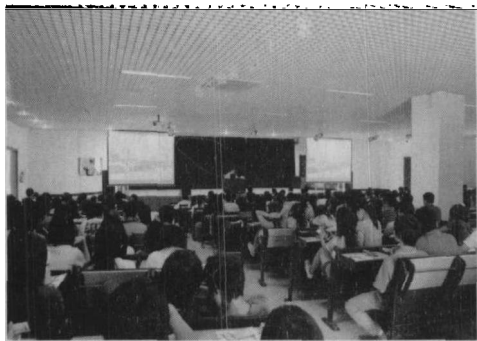
一、潜在观众：对于文化艺术有一定兴趣，但从没进过广东美术馆，不知道广州三年展或知道但不知是什么，对于当代艺术没有概念但有兴趣知道的人群。

二、普通观众：对于文化艺术有兴趣，一年参观一到两次展览，知道广州三年展但不是很了解的人群。

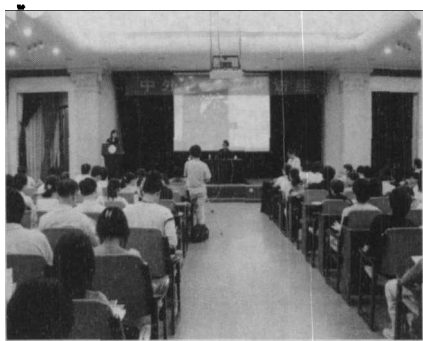
三、忠实观众：对于文化艺术非常有兴趣，经常参观展览，喜爱当代艺术的人群。这个人群以艺术专业大学生、广东美术馆俱乐部会员为主。

针对不同观众群，策划了系列推广、教育和交流活动。“与广州三年展说 Hello——第三届广州三年展公众活动计划”包含了几项活动：1. 广州三年展词库，2. 广州三年展“十万个为什么”，3. 艺术家工作坊，4. 广州三年展系列讲座（馆内学术讲座、馆外推广讲座、馆外学术讲座），5. 第三届广州三年展志愿者团队，6. 导览服务，7. 三年展实验课堂。

我们一直认为博物馆教育活动应该是一种学术成果的分享，在配合展览的教育活动的策划过程中，展览策展人的参与显得格外重要，教育部门



广州三年展在广州技术师范学院推广讲座现场



策展人高士明在中山大学做学术讲座

与研究策展人的有效沟通将确定教育活动的大方向不会偏离展览的学术意义，而策展人对于展览内容的深刻理解能够为教育活动提供极为有价值的线索与素材。

三年展教育活动策划之初，我们积极联系策展人高士明，邀请他为部门全体人员讲解展览构思、学术主题，介绍重要艺术家及作品，四个小时的“课程”让公共教育部人员受益匪浅。鉴于展览主题“与后殖民说再见”对于普通观众过于深奥并且缺乏普遍的认知背景，我们决定对于普通观众绕开这个主题，从最基本的概念“广州三年展”、“当代艺术”入手，而“与后殖民说再见”的学术主题则选择针对大学人文学科学生与老师进行讨论。

对于潜在观众群，主要是争取让他们走进广东美术馆看一次展览，引起他们的好奇心，然后再培养他们对于当代艺术的兴趣。

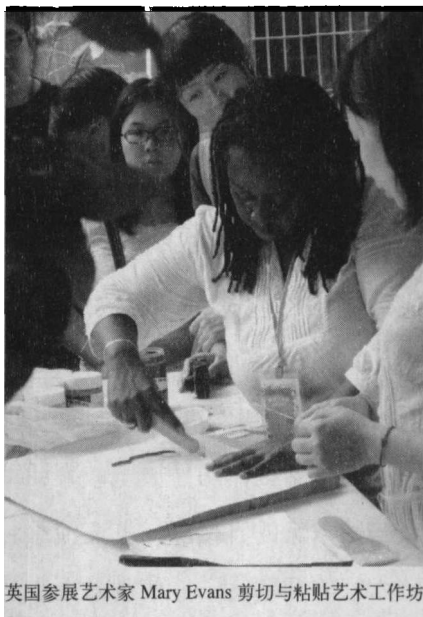
针对这个人群我们策划了“与广州三年展说 Hello——广州三年展词库”活动，活动的第一部分是公益赠票：通过大众媒体《羊城晚报》、《南方都市报》免费向观众赠送展览门票 5000 张，具体方式是在报刊上登出“广州三年展公众活动 Logo”，观众在写出任意三个看到 Logo 联想到的词汇，



解读贝宁计划讲座

即可换领三年展门票一张。通过赠票活动，我们通过大众媒体广泛的宣传了广州三年展，同时触及了我们的潜在观众。观众在换票的同时得到三年展“红砖”一块，问卷一张，在参观完展览后可写下“三个词汇”表达的观后感，并在我们的公

众互动区合力砌起属于观众自己的“三年展词库墙”。活动的第二部分“三年展词库墙”面向所有参观展览的观众，这种参与性的活动得到观众热烈的反响，参与者超过万人，直至砌满我们所有可用空间，大家还不忘兴奋地在自己的“作品”前留影纪念，一堵气势恢弘的词库墙成为了展场中引人注目的另类作品。而对参与观众的身份及词汇的收集成为我们对三年展观众进行分析的重要资料。



英国参展艺术家 Mary Evans 剪切与粘贴艺术工作坊

由于“广州三年展词库”的公益性和互动性使得我们相对容易地得到了企业的支助。太古地产通过在“红砖”上印制 Logo、制作赠票封套，以及媒体上出现的企业名称推广了自己的公益文化形象，而我们也为展览争取到一定资金上的赞助。

针对普通观众群我们策划了走出美术馆的推广讲座及学术讲座，推广讲座由部门人员主讲，挑选部分三年展作品进行介绍，并就作品进行探讨。同时收集听众问题，邀请策展人、艺术家或批评家解答并在媒体上呈现。讲座在高校、中学、企业以及我们的合作伙伴星海音乐厅举办，并向提出问题的听众赠送展览门票。推广讲座在宣传三年展的同时也将争取普通观众升级为忠实观众作为目标。



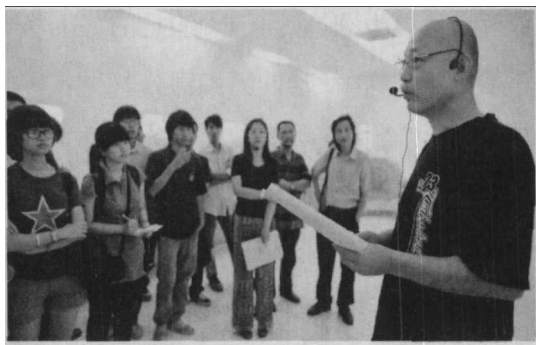
太古汇青年学生艺术工作坊

而馆外学术讲座则是由策展人主讲，在大学讲堂开讲，主要针对人文科学学生和教师，使得学术主题能够得到深入探讨和回应的可能。

对于忠实观众群则是将活动地点放在馆内或合作的艺术空间。我们举办了系列学术讲座、艺术家工作坊以及针对青年学生的实验课堂。

在展览开幕之前我们邀请策展人为这部分观众进行学术主题及主

要作品的介绍，以让他们在参观展览之前有一定的知识准备。之后在美术馆内的讲座都是艺术家对于具体作品的解析或是专家学者对于特定问题的深入探讨，这些逐渐深入的交流形式必须是对一个稳定的忠实的观众群才能取得效果。

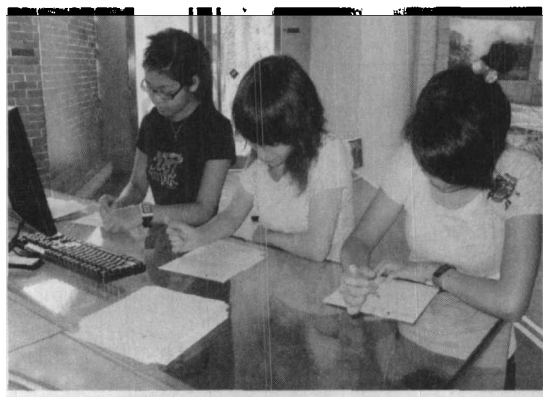


实验课堂广州美术学院教育系“影像”专场

艺术家工作坊是展览教育活动的必要部分，用好艺术家资源，建立观众与艺术家的直接深入的交流平台，令观众能够感受到第一手信息，而与艺术家的互动活动能使观众更加感性地去感受和理解作品。艺术家工作坊的策划主要是跟艺术家的沟通，保证其在展览期间的有限时间的最有效利用，确定工作坊主题及意图，从而组织合适的人群参加。

美术馆内举办了艺术家陈侗的专场导览，在乒乓艺术空间跟英国领事馆文化教育处合作举办英国参展艺术家“剪切与粘贴”艺术工作坊，跟太古地产合作举办由香港艺术家主持的青年学生艺术工作坊并在展览公众互动区展示学生作品。

实验课堂则是由美术馆公共教育部人员跟艺术院校老师合作，共同为专业学生进行展览现场课堂。学校和博物馆的关系可以追溯到法国大革命时期，设立学校博物馆的灵感来源于百科全书。^[3]对于学生而言，经由学校安排并带有某种社会目的之参观活动，常能有效地强化他们的博物馆经验。^[4]我们通过院校的老师将他们的学生带入美术馆，我馆人员负责展览



观众填写问卷

主题阐述及作品背景介绍，院校老师则针对不同专业学生讲解技术理论及方法或艺术史等，使得学生从不同方面理解作品。这是有意义的一种合作，整合了双方资源。

广州三年展“十万个为什么”则是针对所有观众群，我

[3] Elisabeth Gaillet 著，与 Evelyne Lehalle 合作，《走近博物馆，文化媒介 A l'Approche du Musée, La Médiation Culturelle》Pul 出版，1995 年，第 105 页。

[4] Dr. John H. FALK & Dr. LYNN D. DIERKING 著，林洁盈、罗欣怡、皮准音、金静玉译，《博物馆经验 The Museum Experience》，五观艺术管理出版，2001 年。

们设计了调查问卷,为了给观众更大的自由度,我们回避了有引导性的封闭式问卷,而选择了完全开放式问题的问卷,问卷只有两个问题:

一、在参观完展览后请选出您最喜欢和最不喜欢的作品。

最喜欢 _____, 因为 _____; 最不喜欢 _____, 因为 _____。

二、参观完展览,您最想与策展人、艺术家和批评家提出和交流什么样的问题。

1. _____ 2. _____

所有填写问卷的观众都可参与我们的抽奖活动,每周抽出三位观众,送出三年展纪念品。

第一个问题主要是鼓励观众表达自己对于展览作品的直观感受,观众只有在得到自由表达的机会和空间,才能接受我们进一步的沟通和交流,从而发现当代艺术正是我们生活在现在的一种表达形式,每个人都有表达评判的权利,增强观众自信心,从而避免一句“我不懂”之后弃之而去。

第二个部分则是为观众和专家建立一个自由交流的平台,观众自由提问,专家也是自由选择回答。观众的所有问题都将输入电脑,发送给策展人、艺术家、批评家,请他们选择感兴趣的问题回答,并将在美术馆网站和所有合作媒体呈现。最终我们收集到了三千多个问题,而专家们的回应也很热烈,有时同一个问题不同领域的专家给予了不同角度的答复,给予观众一个更为丰富、更为全面的了解当代艺术的平台。

在展览后期我们选出观众最关心的问题邀请了三位专家,包括广州三年展组织者、大学批评家、艺术家代表,与观众面对面交流,由于参加讲座的观众对于广州三年展已经有了一个长期关注的过程,提出了许多经过深入思考的问题,而使得讲座的互动部分更为深入、更为热烈。

志愿者是一个特殊群体,是公益机构必不可少的传播者和支持者。对于一个有178位艺术家,70%的艺术家来自中国之外各大洲,展览场地占



如何“看懂”当代艺术讲座主讲人王璜生、邓启耀、陈炯(从右至左)



广州三年展志愿者团队交流会后合影

据两个美术馆近 15000 平方米的展览来说，美术馆 100 人的工作人员根本无法对付。针对这个特殊情况，我们面向社会特别招募了第三届广州三年展志愿者团队，在 200 多位应征人员中，有 100 多人参与到三年展的工作中来。我们根据他们的知识背景和经验分成展务组、接待组、艺术家助理组、导览组。志愿者团队大多由大学生组成，他们带着青春与热情投入到三年展中，成为了一道亮丽的风景。他们也成为了展览的一支义务宣传队，在他们的影响下，三年展在广州的大学各个专业掀起了热潮。在分配工作同时，我们要求他们记录下在三年展过程中他们看到的故事和感受，并建立起他们自己的“三年展志愿者团队博客”，博客很快拥有了不少粉丝和点击率，而这些有趣的小短文和工作照则成为了广州三年展的一份特别的资料和记录。在展览结束后，我们举办了“说说在美术馆的故事——第三届广州三年展志愿者团队经验分享交流会”。交流大会上欢声笑语，热泪盈眶。每一个人的发言都会拨动大家的心弦，因为这是大家一起经历的、见证的故事与成果，因为这是大家每一个人的广州三年展。

作为文化公益机构的博物馆，与极具公益心的志愿者形成良好的互动与默契是极为重要的工作。通过对志愿者的培训以及他们在博物馆各项工作中的积极参与，我们将艺术的种子通过他们传播得更远更广阔。而志愿者的热血与激情也反过来带动着博物馆工作人员的状态，使得这份事业显示出它的无限魅力。

导览是博物馆教育的基本形式，我们为三年展制作了中英文语音导览

系统，选择了广东美术馆主展场 60 件作品，时代分馆展场 20 件作品，将艺术家与策展人的学术性文字经过消化特别处理成为适合普通观众的通俗易懂的口语文字。人工导览当然也是必须的，这是更为灵活的互动形式。在人工导览部分，我们根据艺术家资源情况组织了艺术家专场导览。对于团体预约观众则组织了志愿者导览组，由曾任策展人特别助理的志愿者和语音导览文字负责人负责培训，志愿者导览组体现出了超乎寻常的工作责任心和能力，完成了过百个团体导览工作并得到观众好评。

对于公众活动的开展，根据展览主题分析观众群，根据不同的观众群策划适合其特点的活动是活动得以成功开展的前提。如果时间允许，对于观众群预期的调查也是非常有用的。

公众活动的传播离不开媒体的力量，寻找有效的媒体资源并与之形成良性的合作能够使得博物馆教育活动得到更为广泛的呈现和交流平台，从而也拥有了更为广泛的观众群。

活动策划的同时我们邀请媒体介入，成为我们的合作方，《羊城晚报》作为特别合作媒体，《生活艺术地图》、《3G 网站》作为合作媒体全面跟踪报道，并参与赠票、问答等互动呈现。而活动成功举办也引起了其他媒体的关注，《南方都市报》、广州电视台 G4 节目组等都给予了专门报道。

部分活动项目跟企业、文化机构合作，使得三年展公众教育活动得到更为广泛的实现，也为三年展争取到社会资金的支持。



少年宫专场导览

公共教育活动因为其公益性质有机会得到社会资源的赞助，但是这种跟商业机构的合作必须在谈判时达成默契，馆方要控制好活动方向，过分的商业呈现会引起观众的反感而破坏博物馆形象。

为观众创造有力的博物馆经验也是公共教育的命题，互动经验模式强调个人、社会，以及环境派络间的交互作用，对于设立机构目标，与重新打造博物馆教育方针，应该是一大助益。这个模式不仅可以帮助博物馆经验的概念化，同时还可以为观众创造有效的博物馆经验。在实际应用互动经验模式时，必须重新思考博物馆在观众生活中扮演的角色，同时也要调整博物馆教育方针的焦点。关键就是要创造一个环境，让观众自然而然融入其中，成为相互增强环境而浑然成整体系列的一部分，这样一来无论从局部或是整体方式来检视，都可以支援博物馆的目标。在这样的体制下，博物馆专业人员不仅可以创造展示与活动，还可以创造博物馆经验。^[5]

(作者：刘端玲，广东美术馆公共教育部副主任)

[5] Dr. John H. FALK & Dr. LYNN D. DIERKING 著，林洁盈、罗欣怡、皮准音、金静玉译，《博物馆经验 The Museum Experience》，五观艺术管理出版，2001年，第211页。