

接地气吸引观众 近人心抓好教育

——5·12汶川特大地震纪念馆经验分享

(5·12汶川特大地震纪念馆 陈桂琼 15228322670)

摘要: 5·12汶川特大地震纪念馆再现了汶川特大地震灾情和抗震救灾、灾后重建的伟大历程，可以让公众了解历史，铭记历史，弘扬伟大的抗震救灾精神，对公众人生观、价值观的进行正确引导。纪念馆在对观众游览习性以及喜好分析的基础上，借鉴其他博物馆优秀经验，从内到外，从陈列布展到宣传教育进行创新实践，吸引观众让其乐于接受教育，达到好的教育效果，实现纪念馆长足发展。

关键词: 观展体验 教育效果 社会关注

2008年5月12日，中国四川发生了世所罕见的汶川地震，对中国造成了不可估量的破坏、损失，受到全世界广泛关注。近年来全球自然灾害频发，各地建起众多的纪念地、纪念馆，加之随着时间推移，公众对“灾难主题”的场馆遗址不再抱有最初的好奇。那么如何吸引观众，让观众乐于接收“灾难教育”是这些场馆首要考虑的问题。为此，5·12汶川特大地震纪念馆（以下简称纪念馆）在研究受众的基础上，结合陈展主题，对陈展、教育、宣传方式进行思考、改进，探索出有益于纪念馆发展的一些经验。

一、展览有亮点，优化观展体验

博物馆作为新型的生活方式，成为公众休闲时充实自己、享受教育的重要场所。陈列布展作为博物馆、纪念馆精神内核的外在展示，也是社会公众能够直接接触和广泛参与的对象，陈展内容的丰富、精彩程度，陈展手段的精巧、细致程度都直接体现博物馆服务水平，影响观众体验。

（一）陈展内容贴近生活，让参观具有代入感

相对于博物馆过去将陈展停留在文物和故事的年代环境，在观众心中树立高远严肃的形象，纪念馆主动贴近现实生活，在场馆与观众间建立联系。场景取材于有明显时代特征的事物，2018年纪念馆改展，从社会生活各方面选取典型事件展现中国社会十年的飞速发展，灾区生活迈上新台阶。展现震后灾区发展历程的同时，也以生活场景和热点事件带观众回顾十年来在中国共产党的领导下，各族人民团结一心支援灾区建设灾区，了解这段从悲壮走向豪迈的抗震救灾历史，感受自己与灾区人民共进退，与祖国共发展，通过给观众以代入感，提升观众对展览内容的认同感和展览事件参与感。

（二）引进科技手段，提升观众参观体验

随着社会经济的发展，国民素质普遍提高，对精神文化有了更进一步的需求，参观博物馆不仅关注内容，也关注内容呈现的形式。纪念馆陈展覆盖内容广信息量大，展陈空间的包容量要求高。纪念馆在改陈中引进新媒体手段，将纪念馆的休息区建设为

数字博物馆，通过三维技术展示“一馆三地”全貌和纪念馆数字化陈展内容，使游客身处纪念馆即可浏览北川老县城地震遗址、绵竹汉旺东汽工业园遗址、汶川映秀震中遗址等汶川地震纪念地，数字博物馆的开设既拓展了整个展览的宽度，受到了游客一致好评。目前，纪念馆也在积极探索 VR、AR 等技术的可利用性，旨在打造一个贴合社会发展状况，优化观众参观体验的展览。

二、教育多方式，提升教育效果

博物馆内容是多层次的，观众所见最直观的就是展览形式和内容，而真正能给观众留下深刻记忆的内涵是需要剖析和挖掘的。纪念馆作为教育服务阵地，为满足更多的观众需要，提供了多种教育方式。

（一）宣讲有心意，达成教育目的

受本身素质的影响，博物馆受众在参观博物馆时对博物馆的内涵领悟各不相同，面对多样的受众群，将博物馆的内涵准确地传达给观众，是宣教工作的基本出发点。为此纪念馆讲解人员积极参与各级各类防灾减灾、红色故事等演讲大赛，承担各种临展、特展讲解工作，以宣讲内容为基点延伸学习，拓宽知识面，提升业务能力。按照纪念馆陈展分区有计划深入学习、挖掘，做到陈展内容掌握无死角，深刻剖析陈展内涵和精神。针对观众因人设讲，形成多版讲解词，面对公众，能利用自身学到的知识和故事对内容进行补充，赋予展览温度、画面，通过讲解将抽象的精神立体化，让观众学有所获。

由于观众参观习惯不同，有的喜欢跟随讲解，有的喜欢自行参观，为满足观众差异化需求，纪念馆除了对馆内陈展制作简要说明以外，还对地震亲历者、抗震救灾和灾后重建参与者中的热点人物、集体等进行采访，拍摄5·12汶川特大地震亲历者大型口述史，制成二维码，让观众能在参观时，按照自己关注的部分，以倾听亲历者讲述来了解汶川特大地震及其背后的故事，让被采访者和观众达成情感和信息交流。此外，纪念馆将“口述史”制成展板，在汶川特大地震重灾区纪念地和学校进行巡展，口述历史分享也成了官方公众号的日常。便捷的扫码，短小的视频，既满足了参观学习的需求，也借此将汶川特大地震的故事及抗震救灾精神传播到纪念馆外更广阔的世界。

（二）教育有广度，收获社教效果

相较于纪念馆被动教育，纪念馆主动输出的形式更加灵活、范围覆盖更广，更能满足受教育的预期要求。纪念馆常年开展地震知识进学校、进社区等活动，开办“弘扬伟大抗震精神”、“震害防御”、“应急管理类”、“心理建设”、“紧急救援”等多类讲座和操作培训，通过出门宣讲的形式，将纪念馆“教育”传播出去。同时纪念馆还配套了专门的宣传教育中心和防灾减灾实训基地，吸引了众多政府部门、企事业单位等在此举办应急干部管理培训、防灾救援培训、素质拓展训练、爱国主义教育宣讲等活动。以“团体”为教育输出目标，通过多种形式的推广教育，目的明确，针对性强，教育收效明显。

三、宣传有新意，吸引社会关注

对于信息时代的博物馆来说，网络知名度、社会关注度和公众参与量是衡量其影响力的重要指标。为此，越来越多的博物馆借助网络把展厅直接带到观众面前。纪念馆为了赶上“网络大军”步伐，也尝试文物故事宣传。2018年，以“2008年宁夏援川特警队在什邡红白镇执行抗震救灾任务时抢救出一面国旗”为宣传主题，借中央电视台、四川卫视、海南卫视等众多媒体，以国旗“回家”为主题多方向多角度宣传报道，获得社会广泛关注，2019年新中国成立七十周年之际，爱国话题燃爆网络，“国旗回家”再度“翻红”，截至10月，“国旗‘回家’”的相关新闻视频点击量达3.2亿。籍此，纪念馆被更多的公众熟知。

四、结语

5·12汶川特大地震纪念馆作为唯一的国家级地震专题纪念馆，作为以“灾难”主题建立的“红色”场馆，肩负着爱国主义教育、防灾减灾教育等历史使命和政治责任，要打破公众对“灾难”主题“消极”的印象，将历史和故事转化为正面的精神力量，以观众乐于接受易于消化的形式传播出去，多渠道宣传，让纪念馆为更多的人熟知，为纪念馆的持续发展助力。