

可及性：公众感知视角下的博物馆

公共文化服务评价体系

谢雨婷¹

（首都师范大学 历史学院 北京 100089）

【摘要】在公共服务领域，“可及性”是从公众感知视角评价公共服务效果的重要视角；在博物馆领域，实现资源和服务面向公众“可及”是近代以来公共博物馆的追求目标之一。立足博物馆服务的特质和公众接受博物馆服务的全过程，可构建从公众感知视角评量博物馆公共文化服务的综合评价体系。该评价体系由三个由表及里的内部维度——“可获得性”“可接近性”“可接受性”和一个反映动态变化水平的“可适应性”维度构成，其结果反映了公众对接受博物馆服务难易程度的心理评价。在当前公共文化服务体系建设从“增加数量供给”到“寻求质量突破”的关键转型期，可及性评价体系不仅有助于从公众感知视角梳理博物馆在公共文化服务建设方面取得的成就和存在的短板，也有助于博物馆践行“以人为本”的理念，实现可持续发展。

【关键词】博物馆 可及性 公众感知 评价体系

【中图分类号】G260 **【文献标识码】**A

2017 年发布的《“十三五”时期文化发展改革规划》中明确把“提升公共文化服务效能”“建立健全基层公共文化监督评价机制，开展常态化的公共文化服务效能评估”^[1]作为重要目标。服务效能考察的是公共文化服务的效果和效率，主要评价公共文化服务在基层群众中的满意度和影响力^[2]。当前，我国“十三五”建设已进入最后攻坚期，亟需对博物馆公共文化服务发展效能作出阶段性科学评价。作为效能的主要考察因素之一，对服务效果的评价显得尤为迫切。

公众感知是评价公共服务效果的重要视角之一。在公共服务时代，公众不仅是服务的接受者，也是服务的评价者，公众对服务的满意度和意见等成为评价公共文化服务的关键软指标。在博物馆领域，伴随博物馆与社会公众之间关系的深刻变革——从“博物馆对社会公众的期待”转变为“社会公众对博物馆的期待”^[3]，公众的声音逐渐被博物馆重视，成为评价博物馆服务的重要尺度。如何从公众感知的视角审视当前我国博物馆公共文化服务的质量水平？在公共服务领域和博物馆界应用已久的“可及性”（accessibility）^[4]理论颇具启发意义。

一、公共服务领域的“可及性”

在公共服务领域，“可及性”概念最早由西方学者在 20 世纪六七十年代引入，最先应用于对公共医疗服务的评价。我国学者于 20 世纪 90 年代将“可及性”引入公共服务领域，相关研究已从最初仅聚焦公共医疗服务发展到覆盖医疗卫生、文化教育、社会保障与休闲娱乐等多个公共服务领域，并采用人文地理学、社会学、统计学等跨学科综合研究方法，探讨公共服务设施的空间分布、供给形式和服务内容等，旨在消除公众在接受公共服务过程中遇到的有形与无形障碍，让服务更加精准地匹配多元群体的特点与需求，从而提升服务效果。

作者简介：谢雨婷（1993-），女，首都师范大学历史学院博士研究生，主要研究方向：博物馆与社会、博物馆公共文化服务。

尽管目前学界对“公共服务可及性”概念的表述并未完全一致，但基本认可它是评量公共服务与服务对象之间“适合度”（the degree of fitness）^[5]的复合指标体系，是公民个体对公共服务接触难易程度的主观感受和心理评价。关于“可及性”评价体系的内部测度，1981年洛伊·潘查斯基（Roy Penchansky）和威廉·托马斯（William Thomas）提出的评量公共医疗卫生服务可及性的“五维度测量法”至今仍被奉为经典，即可获得性（availability）、可及性（accessibility）、可适合性（accommodation）、可承受性（affordability）和可接受性（acceptability）等五个维度。王前、吴理财在卡塔琳娜·托马瑟夫斯基（Katarina Tomasevski）建构的评价国家初等教育对教育权保护状况的“4A”模型的基础上，搭建起公共文化服务可及性的评价体系，具体包括可获得性、可接近性、可接受性和可适应性四个相互联系的内部维度。

二、博物馆领域的“可及性”

20世纪70年代以来，新博物馆学的兴起敲开了博物馆与社会之间密不透风的隔墙，博物馆人逐渐意识到以“精英”自居的博物馆正遭受不同社会群体的质疑，开始反思长久以来博物馆与社会公众之间的关系，并在传统博物馆的工作方式和方法上寻求改变。公众为什么不来博物馆？博物馆究竟存在哪些障碍阻碍公众进馆？博物馆如何回应不同群众的差异性需求？长久以来以“内向型研究机构”自居的博物馆如何向“开放包容的社会服务机构”转变？这些问题促使旨在探讨博物馆如何消除种种障碍、促进公众广泛参与的“博物馆可及性”理论应运而生。

以贯彻“可及性”理论较为彻底的英国博物馆为例。从20世纪90年代晚期开始，“可及”已成为博物馆界的关键词^[6]。以英国格拉斯哥“开放博物馆”项目（Open Museum）为代表的一批博物馆实践通过赋予公众更多的自主权来提升博物馆的“可及性”。大卫·安德森（David Anderson）在《一个共同的财富：英国的博物馆和学习》（A Common Wealth: Museums and Learning in the United Kingdom: A Report to the Department of National Heritage）中呼吁，“英国博物馆需要确保自己的收藏、学术、专业知识和技能可及，从而提供学习机会”^[7]。1998年，英国博物馆协会（Museums Association, MA）将“可及”写入博物馆定义，“博物馆是为社会保管艺术品和标本的机构，其使命是收藏、保护这些人类珍宝并让公众可及”^[8]，并强调“博物馆有责任将知识与乐趣分享给公众、促进与观众的接触和交流更加可及，走出馆舍接触更多的观众，并为观众提供了解和探索藏品的合理途径”^[9]。英国博物馆协会在制定的《伦理指南4：可及性》（Ethical Guidelines 4-Access）中，进一步明确了“可及”具有物理（the physical）和哲学（the philosophical）两大元素，“博物馆正在实现物理可及”^[10]。前者着眼于实现博物馆基础设施的“无障碍”，如无障碍通道、残障人士辅助参观设备等；后者聚焦于缩小和消除博物馆服务与公众之间的“鸿沟”，即如何满足不同类型观众对博物馆服务的差异化需求，探寻哪一种展览的呈现方式、信息传播途径与知识水平更有助于观众理解和接受等。在研究层面，以英国莱斯特大学博物馆美术馆研究中心（Research Centre for Museums and Galleries, RC-MG）为代表，长期关注如何提升博物馆的可及性、消除博物馆内外的有形与无形障碍，从而构建（平等）包容的博物馆（Including Museum）。

“可及性”理论在我国博物馆界尚未引起足够重视，明确将博物馆实践置于“可及性”框架下的探讨也寥寥无几，已有研究虽涉及理论框架与实现策略，但未能形成相对完整的理论体系。刘卫华和曹敏最早梳理“无障碍博物馆”的理念，提出无障碍博物馆建设应从建筑、信息和文化三个由表及里的层面展开^[11]，与建设“可及的博物馆”具有较高的一致性。关于制约博物馆可及的原因，单琦惠认为，“博物馆的高度专业性在一定程度上影响了展览的可接近性”^[12]，导致展览对普通观众的吸引力有限。关于促进博物馆服务在认知与情感价值等方面的观众可及，郑奕提出的“相关性、共鸣度和同理心”原则颇具启发意义^[13]；在宏观策略方面，张杰认为应“注重当下社会公众的需求，培育未来的博物馆观众群体，按照博物馆的事理学对可及性方式和产品进行设计”^[14]。

三、可及性：公众感知视角下的博物馆公共文化服务评价体系

作为一种体验性突出的服务，公众对博物馆服务各个环节和服务各个方面的子评价共同构成了对博物馆服务的整体评价。将在公共服务和博物馆领域应用已久的“可及性”理论引入对博物馆服务的评价，可以构建公众感知视角下的博物馆公共文化

服务评价体系。

在博物馆公共文化服务评价的语境下，“可及性”从公众感知的视角评量博物馆公共文化服务基础设施和服务数量、类型、提供方式、形式内容、情感价值等与公众数量以及不同类型公众的认知水平、认知特点、价值判断等之间“适合度”，形成综合评价体系，其结果反映了公众对接受博物馆服务难易程度的心理评价。本文立足博物馆服务的特质，在借鉴王前、吴理财构建的评价体系基础上，尝试建构内含可获得性、可接近性、可接受性与可适应性四个维度的公众感知视角下的博物馆公共文化服务评价体系。

数据来源：根据国家文物局官网发布的《2019 年度全国博物馆名录》与国家统计局官网公布的 2019 年底各省（直辖市、自治区）常住人口数量计算而成。

（一）可获得性

“可获得性”（availability）指博物馆公共文化服务的数量、类型与公众现实需求的数量、类型之间的适合度，即公众对博物馆公共文化服务数量、类型和覆盖率的满意程度。简单来说，它考察的是“公众能否接受到博物馆服务”“有多少公众能够接受到服务”以及“公众能接受到多少服务”等问题。博物馆覆盖人数、人均享有服务量等是衡量可获得性的关键指标。

近年来我国博物馆在公共文化服务的可获得性方面取得了跨越式发展：截至 2019 年底，我国登记注册的博物馆共 5535 家，平均每 25 万人拥有一家博物馆；其中 4944 家博物馆免费开放，全国博物馆免费开放率达到 89.32%；全年博物馆举办展览 2.86 万个，举办社教活动 33.46 万场，接待观众 12.27 亿人次^[15]。博物馆主动增加服务数量，使越来越多的公众能够接受到博物馆的服务，为进一步实现服务的“可获得”奠定了坚实基础。

然而，博物馆资源分布的不均衡与构成体系的待优化等仍然制约着博物馆服务的“可获得”水平。从博物馆地域分布来看，博物馆资源地域分布不均衡的矛盾依旧突出；从不同地区的馆均服务人数来看，20 个省（直辖市和自治区）的馆均覆盖人数超过 25 万（表一）。从博物馆覆盖范围来看，服务面积覆盖全国、省和市级的较高层级博物馆体系已经具备，而以区县博物馆、城市社区博物馆为主体的基层博物馆体系亟待完善。从博物馆类型来看，根据国家文物局的划分，2019 年底全国文化文物系统博物馆共 2970 家、行业博物馆共 896 家、非国有博物馆共 1711 家，分别占比 53.66%、16.89%和 30.91%^[16]；历史与人文纪念类博物馆占我国博物馆的绝对主体，自然、科学和艺术等类别的博物馆占比不足，相对单一的博物馆类型构成尚未充分匹配不同类型观众的多元需求。

（二）可接近性

“可接近性”（accessibility）主要衡量不同类型公众在接受博物馆公共文化服务时遇到障碍的大小。遇到的障碍越小，意味着可接近性越高。在空间无障碍研究中，“我们的环境不应该将一部分人排除在外，它应接纳每一个人”一直被奉为主臬，这句话在博物馆领域同样适用。让不同人群都能“无障碍”地到达博物馆、享受博物馆服务，应成为博物馆人的工作目标。这些障碍既包含有形的物理障碍，如公众到馆交通不便、交通成本高、无障碍设施不完善、辅助参观设备与服务欠缺、博物馆开放时间与众空闲时间冲突等，也包含无形却能让观众感受到的心理障碍，如博物馆“高高在上”的形象、没有“温度”的服务等。

近年来，随着我国博物馆免费开放政策的推行，《中华人民共和国博物馆条例》（以下简称“《博物馆条例》”）、《中华人民共和国残疾人保障法》《中华人民共和国公共文化服务保障法》《无障碍设计规范（GB50763-2012）》等一系列法律法规和标准相继出台实施，博物馆调整开放制度尝试夜间开放常态化等，从制度层面减少了有形障碍。数字博物馆、线上展览的出现以及为患有听障、视障、肢体障碍甚至认知障碍等特殊人群设计的展览、导览服务与教育活动的出现也从技术层面寻求突破。尤其

在2020年初我国新冠肺炎（COVID-19）疫情严重时，国家文物局组织全国博物馆共同建设“线上展览”平台，让公众足不出户“云观展”。此外，《国家宝藏》《如果国宝会说话》等电视节目和博物馆官微、直播、文创产品等打破了普通观众对博物馆“阳春白雪”般的传统印象，拉近了博物馆与公众的“距离”，有利于消除公众对博物馆的心理障碍。

然而，相比于博物馆事业发达的国家，当前我国博物馆服务对包括残障人士在内的弱势群体的可接近程度仍然很低。调查显示，2015—2016年英国46.8%患有长期疾病或残疾的成年人参观过博物馆或美术馆，55.1%身体相对健康的成年人参观过博物馆或美术馆^[17]。而2017年的调研显示，重庆市北碚区“不参加”和“不太参加”公共文化活动的残疾人占残疾人总数的52.8%；而参加过公共文化活动的残疾人则表示，“看电视”（89.5%）和“听广播”（54.05%）是最常选择的方式，公园则是最常去的公共文化场所^[18]。在我国，目前残疾人口总数超过8500万^[19]，然而在博物馆等公共文化服务场所中很难看到残疾观众的身影；相比于身体相对健康的人，残疾人士能享有的博物馆服务十分有限。

面向弱势群体的可接近程度决定了博物馆服务可接受性的“底线水平”。如何设身处地为弱势群体考虑，让弱势群体在博物馆中感受到与其他群体同等的尊重和关怀，而非简单的“居高临下”式同情和“文化扶贫”式灌输，减少和消除接受服务过程中的物理与心理障碍，开展常态化的辅助参观服务等，是今后博物馆提升可接近性的关键。

（三）可接受性

“可接受性”（acceptability）进一步考量博物馆公共文化服务与公众的特点、需求等之间的适合程度，可通过观众参观效果调查、观众满意度调查等方式进行评量。简单来说，它考察的是“观众对博物馆服务是否满意”“观众接受服务后的效果如何”等问题。公众满意度越高，则可接受性越高，意味着博物馆的服务越贴近群众的需求、特点和期待。它又可细分为三个由表及里的层次——形式贴合、内容可读和情感可共鸣。

服务形式和内容的“可接受性”最先引起博物馆人的关注，博物馆对“可接受性”的提升在一定程度上催生了博物馆展览持续至今的变革。19世纪以来，博物馆的社会教育职能日渐被社会重视，社会对博物馆呈现的内容也提出了新要求——要面向公众可读（readable），以提升教育效果。英国大英科学促进会（the British Association for the Advancement of Science, BAAS）1887年出版的一项调查指出，“博物馆要像可读性很强的文本一样呈现在观众面前”^[20]。博物馆展览逐渐从一种专业性与科学性突出的模式转型为对普通公众具有吸引力、“一目了然”且易于理解的模式。

在我国，伴随观众研究的日渐深入与服务理念的日趋完善，博物馆在服务形式与内容方面的可接受性显著提高。20世纪80年代以来，西方观众研究成果的引入、本土博物馆观众调研与理论研究的开展，促使博物馆人逐渐意识到博物馆面对的观众是由众多个性鲜明的个体构成的复杂群体，不同类型观众的特点与需求依据年龄、兴趣、学历背景、身体状况、心理状态、参观目的和参观形式不同而呈现出广泛的“横向”差异。在认识观众的基础上，博物馆开始有意识地以观众研究成果为基础，坚持“观众细分—分众化”策略，结合不同类型观众的差异化需求与特点，有的放矢地服务观众。

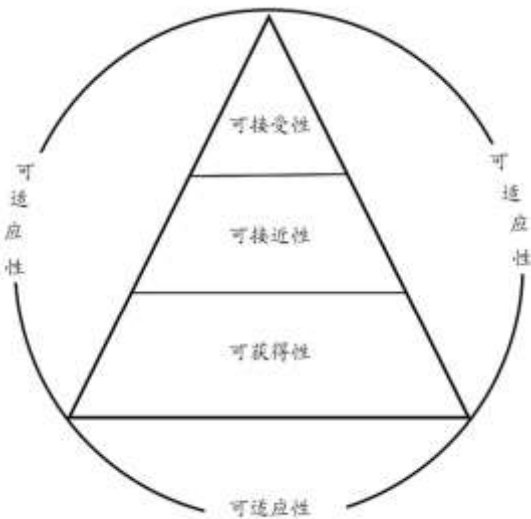
然而，当前博物馆服务尚未完全适应公众的特点与需求，服务在内容与情感层面的可接受性仍有待提高。如何在展览服务中包容观众的社交、休闲体验与学习等多元需求，如何增强服务与观众知识背景以及生活阅历的联系，如何实现教育服务与观众在知识框架、情感价值层面的有效对接等，都是博物馆亟待解决的问题。

（四）可适应性

“可适应性”（adaptability）是衡量博物馆公共文化服务与公众之间适合程度的动态测度^[21]，反映的是博物馆捕捉公众需求、特点、认知方式与参观习惯等方面变化的敏锐程度、与公众双向互动的有效程度，以及博物馆在服务公众时与时俱进、灵活调整的能力。在新技术、新需求不断涌现的背景下，在文化休闲机构的竞争日趋激烈的社会环境中，保持对公众的动态适

应是博物馆永葆活力与竞争力的关键。

博物馆服务对公众变化的动态适应体现在可获得、可接近与可接受三个层面。博物馆要不断增加服务数量、丰富服务类型，适应公众不断增长与日渐多元的文化需求；通过社交媒体、App（应用程序，Application）、二维码等新方式适应公众获取信息的新习惯；通过增强展览的故事性、趣味性和启发性，增设互动装置等，适应观众文化休闲的新需求。需要注意的是，这里的“适应”并非“迎合”，而是博物馆在充分把握公众与社会动态的基础上，以更好地服务公众为目标，结合自身定位、特点与社会责任，在服务的可获得、可接近与可接受方面所作出的积极调整。



图一//博物馆公共文化服务可及性评价体系（图片来源：作者自绘）

（五）可及性评价体系

可获得性、可接近性与可接受性三个维度由表及里，共同构成可及性评价体系的主体内容（图一）。“可获得性”是可及性评价体系中的基础维度，考量诸如“公众能否接受到博物馆服务”等最基础的问题。“可接近性”与“可接受性”是可及性的核心，前者反映观众在接受博物馆服务时遇到的障碍大小；后者反映观众对博物馆服务的满意程度，是可及性中的最高层次。“可适应性”是整个体系中的动态维度^[22]，渗透在其他三个维度中，持续影响着其他三个维度。

四、“可及性”评价理论的意义

近代以来，公共博物馆的发展轨迹在一定程度上可视为博物馆服务可及性范围不断扩大、程度不断提高的过程。从服务范围来看，博物馆从最初仅对少数精英人士可及，发展到对中产阶级可及，再到当前致力于“面向全体公众可及”；从服务本身来看，博物馆服务发展可归入从可获得到可接近，再到致力于促进形式贴合、内容可读和情感可共鸣的不同层级。可及性不断提升的背后是博物馆对自身社会价值的深刻领悟、服务理念与技术手段的与时俱进。

就博物馆而言，公众不仅是博物馆服务的接受者，更应成为服务的评价者、发展的见证者，公众对服务质量的感知评价应成为博物馆评估与提升服务质量的重要依据。借助基于公众感知的可及性评价理论厘清服务与公众之间的“距离”，找到阻碍公众接受服务的“障碍”与制约服务效果的因素，从而不断提升服务的可及性，应是博物馆实现可持续发展的必由之路。一方面，提升服务可及性有利于提升博物馆服务对公众的适应性、拉近公众与博物馆的距离感、增强公众对服务的体验感与获得感，

不仅是对《博物馆条例》中的“三贴近”原则尤其是其中“贴近群众”原则的具体实践，更是博物馆实现面向社会公众可用、可参与甚至可批判的前提。另一方面，以“可及性”为标准不断提升服务质量，有利于强化公众对博物馆发展的感知——让公众在接受服务的过程中切实感受到博物馆变化，提升社会认可度，夯实公众基础，从而为博物馆吸纳源源不断的社会支持。

我国公共文化服务体系建设经历了从“增加数量供给”到“寻求质量突破”的发展转型期，将可及性理论引入对博物馆公共文化服务的评价与发展指导，不仅有利于优化当前以供给方为主体的相对单一的评价体系，建立健全“有公众参与的博物馆公共文化服务考核评价制度”^[23]，也有助于更精准、更充分地把握当前建设中存在的不足，从而有针对性地提升服务质量。

五、结语

现阶段，我国博物馆提供公共文化服务的数量相对有限、形式内容相对单一和传统，仍难以充分适应公众日益增长的多元化文化需求，博物馆实现公共文化服务的“人人可及”“人人共享”仍任重道远。

尽管从公众感知的视角对博物馆服务的质量进行评价存在一定的主观成分，但不可否认的是，可及性评价体系为审视当前我国博物馆公共文化服务质量提供了新视角，引入了更加多元的声音，为博物馆提升服务质量指明了方向。在公共文化服务时代，如何建立完善常态化的公众反馈与评价机制、实现公众与博物馆的有效对接，如何让公众在博物馆决策、管理、服务与评估中扮演更重要的角色，是博物馆亟需解决的难题。

参考文献：

[1]中华人民共和国中央人民政府：《文化部‘十三五’时期文化发展改革规划》，[EB/OL][2017-02-23][2020-03-20]http://www.gov.cn/xinwen/2017-02/23/content_5170224.htm.

[2]陈信：《我国基层公共文化服务基本标准的若干理论问题》，《图书馆学刊》2018年第11期。

[3]Stephen Weil.The Museum and the Public.In Sheila Watson.Museums and Their Communities.London and New York:Routledge,2016:32-46.

[4]“可及性”(accessibility)是accessible的名词形式，英文词源可追溯到拉丁语中的accessus。在汉语中因使用语境和侧重点不同，“可及性”也译作“可达性”“可接近性”“可亲近性”，其动词“可及”也译作“企及”。根据《牛津高阶英汉双解词典(第六版)》的解释，accessible主要有三层含义，既指“可到达的、可接近的、可进入的、可使用的、可见到的”，也指“容易理解的、易懂的”和“易接近的、易相处的”。鉴于此，本文的“可及性”可以理解作为一种事物所具备的“容易接触到或进入”“能够很容易被理解和接受”的品质。

[5]王前、吴理财：《公共文化服务可及性评价研究：经验借鉴与框架建构》，《上海行政学院学报》2015年第3期。

[6]Peter Davis.Place Exploration:Museums,Identity,Community.同[3]，第53-75页。

[7]同[6]。

[8]李慧君：《博物馆可及性职业道德规范——英国博物馆协会关于博物馆可及性的思考》，《中国博物馆》2013年第2期。

[9]英国博物馆协会：《伦理指南4：可及》，[EB/OL][2020-03-20]<https://www.museumsassociation.org/download?id=8352>.

[10]同[8]。

[11]刘卫华、曹敏：《无障碍博物馆——理念与实践》，《中国博物馆》2008年第1期。

[12]单琦惠：《学习载体：作为媒介的自主选择式展品标签——以文物展品盩形器为例》，《文博学刊》2018年第1期。

[13]郑奕：《相关性共鸣度同理心——博物馆企及观众的关键所在》，《东南文化》2018年第1期。

[14]张杰：《面向未来的可及性——关于中日韩博物馆超级连接思考》，《博物院》2018年第4期。

[15]国家文物局：《2020年“5·18国际博物馆日”中国主会场活动开幕式在南京博物院举行》，[EB/OL][2020-05-18][2020-10-20]http://www.ncha.gov.cn/art/2020/5/18/art_722_160585.html.

[16]根据国家文物局官网发布的《2019年全国博物馆名录》统计，[DB/OL][2020-03-20]<http://www.ncha.gov.cn/module/download/downfile.jsp?classid=0&filename=200519-0912449303166.pdf>.

[17]英国数字、文化、媒体与体育部：《参与报告：博物馆与美术馆的参与》，[DB/OL][2020-03-20]https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/610767/Museums_and_galleries_focus_report.pdf.

[18]李小凤：《北碚区残疾人公共文化服务政策执行梗阻及治理对策研究》，西南大学硕士学位论文，2018年。

[19]中国残疾人联合会：《2010年末全国残疾人总数及各类、不同残疾等级人数》，[EB/OL][2020-05-18]http://www.cdcpf.org.cn/sjzx/cjrgk/201206/t20120626_387581.shtml.

[20]British Association for the Advancement of Science. British Association for the Advancement of Science Report of the Committee of the Provincial Museums of the UK. BAAS, 1887:127. 转引自 Tony Bennett. Speaking to the Eyes: Museums, Legibility and the Social Order. In Sharon Macdonald. The Politics of Display: Museums, Science, Culture. London and New York: Routledge, 2010: 22-30.

[21]同[5]。

[22]同[5]。

[23]《中华人民共和国公共文化服务保障法》第二十三条“各级人民政府应当建立有公众参与的公共文化服务设施使用效能考核评价制度，公共文化设施管理单位应当根据评价结果改进工作，提高服务质量。”