

# 美术馆参观者的参与度对参观体验的影响研究

周娜

韩国祥明大学, 首尔 韩国 130-875

**摘要：** 本论文旨在探讨美术馆参观者参与度对其参观体验的影响。通过综合调查、观察和文献综述，发现参与度的提高与更丰富、更深刻的艺术体验密切相关。高参与度能够促使参观者更深层次地理解和感知展览中的艺术品，进而个性化其艺术体验。研究结果为美术馆提升参观者体验提供了实用建议，包括互动展览设计、数字技术的应用，以及加强员工培训。这些策略有望创造更富有意义和个性化的艺术探索之旅，为美术馆提升其吸引力和影响力提供了有效途径。

**关键词：** 美术馆；参观者参与度；艺术体验

## Study of the Influence of Gallery Visitor Participation on the Visiting Experience

Zhou Na

Honming University, South Korea, Seoul 130-875

**Abstract：** The purpose of this paper is to explore the influence of the museum visitors' participation on their visiting experience. Through comprehensive surveys, observations and literature review, it was found that increased engagement was closely associated with a richer and more profound artistic experience. High participation can encourage visitors to deeper understand and perceive the works of art in the exhibition, and then personalize their artistic experience. The findings provide practical advice for the museum to enhance the visitor experience, including interactive exhibition design, the application of digital technology, and enhanced staff training. These strategies are expected to create a more meaningful and personalized journey of artistic exploration, providing an effective way for the museum to enhance its appeal and influence.

**Key words：** art gallery; visitor participation; art experience

## 引言

美术馆作为文化艺术的重要场所，其成功与否在很大程度上取决于参观者的体验。参与度作为影响参观者体验的重要因素，近年来引起了学者们的广泛关注。在本研究中，将深入探讨美术馆参观者参与度与其艺术体验之间的关系，以期为提升美术馆的参观体验质量提供新的视角和实用建议。通过对参与度与艺术体验的关系进行深入研究，我们有望为美术馆提供更具吸引力和互动性的展览设计，从而丰富参观者的文化体验，促进艺术与观众之间的更深层次互动。

## 一、参与度的定义与测量方法

### （一）参与度的概念

在美术馆环境中，参与度被定义为参观者与艺术品互动和交流的程度。这不仅包括观赏艺术品的过程，更强调了参观者与艺术品之间建立的互动关系，涵盖了情感、认知和感知等多个层面。参与度反映了参观者在美术馆空间中主动投入和参与艺术品的程度，是一个综合性的概念，关乎观众与艺术之间的沟通和交流。

### （二）参与度的测量方法

为了全面评估参观者在美术馆中的参与度水平，本研究采用了多种测量方法。问卷调查是一种常用的手段，通过参观者的主观反馈了解他们的参与感受、兴趣和体验。同时，行为观察是一种客观记录参观者实际行为的方法，包括停留时间、互动频率

等，能够提供参与度的实际数据支持。这两种方式的结合可以更全面、深入地了解参观者的参与度水平。

美术馆作为文化场所，其目标之一是创造引人入胜的参观体验。参与度作为影响体验的重要因素，旨在深入研究美术馆参观者的参与度，并探讨其对参观体验的具体影响。通过对不同测量方法的综合运用，将揭示参与度与参观者体验之间的关系，为美术馆提升其吸引力和教育性提供实用建议。<sup>[14-15]</sup>

## 二、参与度与艺术体验的关系

### （一）参与度与感知艺术品的深度

在美术馆参观中，观众的高参与度直接关系到他们对艺术品的深度感知。举例而言，以著名艺术家萨尔瓦多·达利（Salvador

Dal í ) 的作品《记忆的永恒》( The Persistence of Memory ) 为例。高度参与的观众可能会花费更多的时间来审视这幅画作, 深入研究达利独特的时钟形象。通过仔细观察这些软化的钟表, 观众不仅仅看到了时间的流逝, 还体会到了艺术家对时间和记忆的独特解读。观众可能会通过深入了解达利的超现实主义理念, 更好地理解这些被扭曲的钟表所代表的文化内涵, 以及达利试图传达的时间的相对性和记忆的不稳定性。通过观众的深入观察和对艺术家背后创作理念的理解, 他们不再只停留在画面表面, 而是融入了艺术品的世界, 进一步挖掘其深度。这种深度感知不仅赋予观众更为丰富的艺术体验, 同时也启发了更深层次的思考和情感共鸣, 使整个美术馆参观过程更加丰富和有意义。<sup>[9]</sup>

### (二) 参与度对个体体验的影响

参与度的提高不仅仅局限于对艺术品的深度感知, 更深刻地影响了个体的艺术体验。以吴冠中的作品《残荷》为例, 观众在参与度提升的情境下可能会有更加独特而个性化的体验。高度参与的观众可能会通过深入了解吴冠中的艺术语境, 更好地理解《残荷》所表达的意境。这幅作品可能被一位热爱自然主义艺术的观众视为对自然之美的赞颂, 而对于对抽象艺术有浓厚兴趣的观众而言, 他们可能通过画面中荷叶的形式来探索抽象表现中的独特之处。通过高度参与和深度理解, 观众能够将自己的审美需求与作品相融合, 塑造出独属于自己的个性化体验。这种个性化的体验不仅仅是对艺术品的解读, 更是参观者与作品互动的结果。这样的互动过程不仅满足了观众的审美好奇心, 还在心理层面上激发了更深层次的情感共鸣。因此, 高参与度使美术馆的参观者在整体上体验到更为满足和富有意义的艺术探索之旅。<sup>[2]</sup>

## 三、提升参与度的策略

### (一) 互动展览设计

在追求提升美术馆参观者参与度的策略中, 互动展览设计成为一种引人注目的方法。传统的美术馆观展通常是观众被动地接收信息, 而通过互动展览设计, 可以打破这种模式, 引导观众更主动、更深入地参与到艺术品的欣赏和解读中。

设计理念: 通过互动展览设计, 致力于创造一个融合艺术与观众之间的双向互动的环境。这不仅可以让观众更深刻地体验到艺术品所传达的信息, 同时也为他们提供了更多参与艺术创作的机会, 从而提升整体的参观体验。

具体实施: 设计一个名为“光影交响”的互动装置。在这个装置中, 观众通过手势控制可以改变一个巨大屏幕上的光影效果, 仿佛是自己参与到了艺术创作的过程中。通过手部动作, 观众可以调整光线的亮度、色彩的变化, 创造出属于自己独特的艺术效果。

创造体验: 当观众参与到“光影交响”中时, 他们不再仅仅是旁观者, 而是成为创作者的一部分。这种互动性让观众感到他们对于艺术品的体验不再是单一的, 而是一个动态的过程。这种创造性的体验不仅让参观者更加深入地理解艺术创作, 也激发了他们对艺术的独特见解和情感共鸣。

深化解读: 通过互动, 观众能够亲身感受到他们的参与如何影响艺术品的呈现, 加深了他们对艺术创作背后意义的理解。这

种亲身经历不仅丰富了观众的感知, 也使他们更有可能在展览结束后继续深入思考和讨论所体验到的艺术作品。

通过这样的互动展览设计, 美术馆能够为观众提供一种更加身临其境、更为深刻的艺术体验。这种参与式的设计不仅丰富了参观者的观展过程, 也使美术馆成为一个激发创造力和互动性的空间。这样的创新设计不仅为美术馆带来新颖的展览形式, 也提升了观众对于艺术的独特体验。<sup>[3]</sup>

### (二) 数字技术的应用

在追求提升美术馆参观者参与度的策略中, 数字技术的广泛应用成为一项强有力的手段。通过运用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等数字技术, 美术馆能够为观众创造更为丰富、多样化的参与体验, 从而拓展参观者的参与方式。

设计理念: 数字技术的应用旨在通过数字化手段, 将观众带入一个与传统观展方式截然不同的互动环境。这不仅能够增强观众对于艺术品的认知, 同时也提供了更深层次的互动体验, 使美术馆参观变得更加引人入胜。

具体实施: 利用增强现实技术, 设计了一个名为“艺术之窗”的手机应用。在美术馆内, 观众可以使用该应用扫描任何一幅艺术品, 随即获得与之相关的多媒体信息。比如, 观众扫描一幅油画时, 应用可以呈现出艺术家的创作过程的时间-lapse 视频, 音频解说, 以及与艺术品相关的历史背景和文化内涵。

深度互动体验: 观众通过“艺术之窗”应用的扫描功能, 能够与艺术品进行更深层次的互动。他们不再只是通过肉眼欣赏画面表面, 而是通过数字技术深入了解艺术品的创作过程、背后的故事, 以及艺术家的意图。这样的深度互动体验为观众提供了更全面、更立体的艺术品认知, 从而增强了他们的参与感。

提升信息获取: 应用的多媒体信息不仅仅局限于图文解说, 还包括音频、视频、虚拟展示等形式, 使观众能够通过多种感官方式更全面地感知艺术品。通过这种数字化手段, 观众可以在更短的时间内获取更多的信息, 从而加深对艺术品的理解, 丰富了整体的参观体验。

引导深思: 数字技术的应用不仅为观众提供了更多信息, 也能够通过互动性的设计引导观众进行深思。例如, 应用中可能设置一些互动性的问题, 激发观众对于艺术品的个人思考, 促使他们更加深入地参与到艺术创作的讨论中。

通过这样的数字技术应用, 美术馆能够为观众提供更为综合、互动性更强的参与体验。数字化手段不仅使得信息获取更加便捷, 也为观众提供了更深层次的思考与参与机会, 使美术馆的参观者体验更为全面而深刻。<sup>[6-7]</sup>

## 四、美术馆管理对参与度的影响

### (一) 参与度与展览策划

在美术馆管理中, 展览策划不仅塑造了美术馆的整体形象, 更直接关系到观众的参与度。因此, 在展览策划中充分考虑参与度, 打破传统的观众被动接受的模式, 是提升美术馆参观体验的关键一环。

理念构建: 在展览策划的初期, 需将观众的参与度置于核心位置。不仅要注重展览的艺术品质, 更需要思考如何通过展览设

计激发观众的兴趣和参与欲望。展览不再仅仅是作品的陈列，更是一个与观众进行深度互动的平台。

**创新展览设计：**引入新颖的展览设计理念是实现参与度提升的重要手段。通过交互式展览、虚拟参观体验等创新设计，可以吸引观众更主动地融入艺术的世界。数字技术的运用使观众能够与艺术品进行互动，参与创意性的项目，从而更深刻地理解艺术的内涵。

**多感官体验：**展览设计应当考虑观众的多感官体验。超越仅有视觉上的冲击，可以通过音频、触觉、嗅觉等方式使观众更全面地感知艺术品。这样的设计不仅提高了观众对展览的参与度，还使参观者在感知上有更为深刻的体验。

**评估与反馈：**在展览结束后，进行观众满意度调查和反馈收集是至关重要的一环。通过仔细分析观众的反馈，可以了解哪些展览设计有效地提升了参与度，哪些需要进一步改进。这为未来的展览策划提供了有益的经验教训。

通过将观众参与度纳入展览策划的全过程，美术馆能够超越传统的展览模式，创造更具吸引力和互动性的展览。这样的策划不仅提高了观众的整体满意度，更使美术馆成为一个充满活力和创意的文化场所。<sup>[2]</sup>

## （二）培训工作人员

美术馆的工作人员在参观者的体验中扮演着至关重要的角色。他们的专业知识水平和服务态度直接影响着观众的参与度。因此，在美术馆管理中，通过培训工作人员，提高其艺术知识水平，以更好地引导参观者、激发其兴趣和参与度，成为关键之一。

**提升员工艺术知识：**通过系统的培训计划，工作人员应深入了解美术馆内的艺术品和展览，包括历史背景、艺术家的创作理念等。只有在充分的知识储备的情况下，工作人员才能够更自信地向参观者解释艺术品，回答问题，从而引导他们更深层次地参与到美术馆的文化氛围中。

**具体措施：**

**专题学术讲座：**邀请艺术专家进行定期学术讲座，深化工作人员对不同艺术形式和时期的了解，提高专业素养。

**参观艺术家工作室：**安排工作人员参观艺术家的工作室，亲身感受创作过程，增加对艺术品的亲身体验。

**培养沟通技巧：**艺术品的解读不仅仅是理性层面的知识传递，更需要一定的沟通技巧。通过培训，工作人员可以学习如何与观众进行有效的沟通，引导他们逐步理解艺术品的内涵，使观众在沟通的过程中感受到更深的参与度。

**具体措施：**

**模拟导览演练：**通过模拟场景，培养工作人员清晰表达的能力，提高与观众的有效沟通水平。

**心理学培训：**学习基础心理学知识，更好地理解观众需求，适应不同的参观者沟通风格。

**个性化服务：**培训工作人员要具备个性化服务的能力，根据观众的不同兴趣和需求，提供相应的导览和解说服务。通过更灵活的服务方式，工作人员可以更好地满足观众的期望，使他们感受到个性化的关怀，从而提升其参与度。

**具体措施：**

**差异化服务培训：**学习识别观众兴趣点，提供个性化的解说

服务，使每位观众都能找到与之相关的艺术信息。

**定制化参观计划：**根据观众的需求，提供个性化的参观建议，增加他们的参与感。

**激发工作人员热情：**通过培训，激发工作人员对艺术的热情和对观众的关爱。一个充满热情和专业知识的员工能够传递给观众更积极的参与态度，使他们更愿意深度参与美术馆的文化活动。

**具体措施：**

**艺术家互动培训：**定期组织工作人员与艺术家互动，分享创作经验，激发工作人员对艺术创作的热情。

**员工互动活动：**创建员工互动平台，分享各自对艺术的热情和见解，增强团队凝聚力。

通过这样的全面培训计划，美术馆的工作人员将更具专业水平，能够更好地引导观众，激发他们的兴趣和参与度，从而全面提升美术馆参观体验的质量。

## 结束语：

通过深入研究美术馆参观者的参与度与艺术体验的关系，发现提升参与度是提高美术馆参观体验的关键。采用展览设计、数字技术应用和员工培训等策略，可创造更富趣味性和个性化的参观环境，使参观者更深度地融入艺术世界。这为美术馆管理者提供了有益的参考，促进了美术馆管理水平的提高。期望研究成果激发更多创新思考，共同努力打造更丰富、深刻的艺术体验，推动艺术文化的发展。在未来的美术馆发展中，通过不断改进参与度的提升策略，有望创造更为引人入胜的文化场所，让更多人能够享受到艺术的魅力。

## 参考文献：

- [1] 慕雨凡，邹念育，张克英，等. 投影显示对美术馆参观者视觉舒适度影响的实验研究[J]. 光电子技术，2021,41(1):11-16.
- [2] 郝文璋. 基于空间感知的美术馆建筑开放性特征分析[J]. 四川建筑，2022,42(6):20-21.
- [3] 方卫，龚轩. 基于用户体验的美术馆交互式展览设计研究[J]. 包装与设计，2023(1):116-117.
- [4] 山凌. 深层自我的唤醒——论美术馆中的审美体验[J]. 南京艺术学院学报（美术与设计版），2018(1):119-122.
- [5] 赵晨卉. 基于用户体验的美术赏析类APP界面设计研究[D]. 四川：四川师范大学，2018.
- [6] 陈怡倩. 从“参观”到“参与”：谈西方公共艺术教育[J]. 贵州大学学报（艺术版），2018,32(1):73-80.
- [7] 徐小宁. 从设计心理学角度谈美术馆的互动体验设计[J]. 大众文艺，2021(9):90-91,94.
- [8] “丝路梵音——龟兹敦煌石窟壁画展”在敦煌研究院旧美术馆开幕[J]. 敦煌研究，2013(3):63-63.
- [9] 徐正原. 基于体验式消费模式下的展览空间设计[J]. 武汉工程职业技术学院学报，2023,35(3):51-56.
- [10] 温利兰. 文旅融合背景下美术馆数字化服务研究[J]. 文物鉴定与鉴赏，2021(8):118-120.
- [11] 侯放. 探析当下公共美术馆如何践行美育教育功能[J]. 美与时代（中旬刊）·美术学刊，2021(12):98-99.
- [12] 黄闰. 美术馆展览陈列中造境的重要性及策略[J]. 河北画报，2022(5):117-119.
- [13] 贾晓曼. 基于参与式艺术的美术馆互动性展示模式研究[J]. 传奇故事，2023(21):1-3.
- [14] 黄娟娟. 探析美术馆展览陈列中造境的重要性[J]. 参花，2022(30):77-79.
- [15] 王润清，李中闯. 从城市空间决定论看美术馆的社会功能——以北京红砖美术馆为例[J]. 中国报业，2021(12):78-79.