

# 国家考古遗址公园公众感知度提升策略研究

——以大明宫国家遗址公园为例

席岳婷, 邓斌

(长安大学 经济与管理学院, 陕西 西安 710064)

**摘要:**国家考古遗址公园是遗产地保护与传承领域日趋成熟的模式,是公众感知享用的重要场所,阐释与展示则是合理引导公众感知、欣赏并保护遗产地的重要技术手段,两个概念并举强调从过去单纯注重遗址形态和价值的拓展到遗产地精神的挖掘,并进而重视公众的感知及参与。通过网络文本分析方法,以大明宫国家遗址公园为实证研究对象,探索公众对国家考古遗址公园感知特点及规律。研究发现,大明宫国家遗址公园的科研、游憩和教育功能虽得到有效发挥,但因阐释与展示的不足而导致公众感知遗产地核心价值的效果不佳;基于此,从“点-线-面-场”的逻辑关系提出构建阐释与展示主题框架、设置多维游憩线路丰富阐释与展示形式、架构复合型阐释与展示系统、创新阐释与展示传播方式等策略,提升国家考古遗址公园的公众感知度。

**关键词:**阐释与展示;大明宫国家遗址公园;公众感知;公众需求;遗产地精神;场所理论;文物IP

中图分类号:K928

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2021)03-0066-10

## Study on the strategies for the promotion of public perception of the National Archaeological Park: a case in Daming Palace National Heritage Park

XI Yueting, DENG Bin

(School of Economics and Management, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

**Abstract:** The national archaeological park as an increasingly mature model in the field of heritage site protection and inheritance, has become an important place for public perception and appreciation. Interpretation and presentation are important technical means to guide the public's perception,

收稿日期:2021-02-15

基金项目:国家社会科学基金项目(19BKG047)

作者简介:席岳婷(1973-),女,陕西彬州人,副教授,历史学博士。

appreciation and protection of heritage sites. Equal emphasis on these two concepts brings the previous focus on the mere extension of heritage site conditions and values to the focus on the exploration of the spirit of heritage sites, then to the focus on the perception and participation of the public. This paper explores the characteristics and regularities in the public perception of national archaeological parks using Daming Palace National Heritage Park as the empirical research object through web text analysis method, and has discovered that, although such functions as scientific research, recreation and education of the Park have been brought into full play, the lack of interpretation and presentation has resulted in the insufficient public perception of its core values. Based on the above-mentioned discoveries, this paper follows the logic of promoting work in all areas by drawing upon the experience gained on key points, and puts forward relevant strategies such as constructing interpretation and presentation theme frameworks, setting up multi-dimensional recreation routes to enrich the content of interpretation and presentation, building composite interpretation and presentation systems, and innovating interpretation and presentation communication methods, in order to promote the public perception of national archaeological parks.

**Key words:** interpretation and presentation; Daming Palace National Heritage Park; public perception; public demand; spirit of heritage site; place theory; cultural relic IP

国家考古遗址公园是中国大遗址保护领域日趋成熟的一种遗址保护和利用模式,也是国家公园战略体系的重要组成部分。它是指以重要考古遗址及其背景环境为主体,具有科研、教育、游憩等功能,在考古遗址保护和展示方面具有全国性示范意义的特定公共空间<sup>[1]</sup>。由此可知,这样的模式既有利于考古遗址的保护与展示,也有利于公众感知并延续遗产地精神。其中国家考古遗址公园的阐释与展示是增强公众对遗产地理解力并提升感知度的关键技术手段,强调通过对遗产解读、价值阐释和保护推广来促进公众感知,阐释与展示最显著的核心要义是从过去单纯注重遗址形态和价值的拓展到遗产地精神的挖掘,进而重视公众的感知及参与<sup>[2]</sup>,可以唤起公众的遗产保护意识,增强文化认知与自信。大明宫国家遗址公园是首批国家考古遗址公园,也是世界文化遗产“丝绸之路:长安—天山廊道的路网”中受公众关注、访问量较多的一处遗址点。因此,重视阐释与展示体系下公众的感知及参与,不仅有利于公众全面理解世界文化遗产的价值,深层次提升遗产旅游的品质,而且对于遗产地精神的永恒传承与文化延续具有里程碑意义。

## 一、文献回顾与实践思考

### (一) 文献回顾

关于阐释与展示,国际古迹遗址理事会(ICOMOS)2008年颁布的《文化遗产阐释与展示宪章》是针对这两个概念最重要的官方文件。宪章中定义阐释(Interpretation)是指一切可能的、旨在提高公众意识、增进公众对文化遗产地理解的活动。可以包括印刷品和电子出版物、公共讲座、现场及场外设施、教育项目、社区活动,以及对阐释过程本身的持续研究、培训和评估。展示(Presentation)是指在文化遗产地通过对阐释信息的安排、直接的接触,以及展示设施等有计划地传播阐释内容,包括信息板、博物馆展览、精心设计的游览线路、讲座和参观讲解、多媒体应用和网站等。从字面意思看,阐释与展示基本同义,但各有侧重,“阐释”对应的是解说,强调解说信息的提炼与组织,而“展示”更多强调媒介等物化方式;两个概念并举,充分表达了遗产地公众沟通的重要性,前者强调有目的的多种活动,后者强调为了沟通而运用的技术手段。《保护

世界文化和自然遗产公约》《威尼斯宪章》《考古遗产保护与管理宪章》《巴拉宪章》《国际文化旅游宪章》等均强调通过阐释和展示将遗产价值真实完整传递给公众,表达出从“适用于考古发掘”到“遗产地阐释与展示”的公众感知理念<sup>[3]</sup>。

因此,阐释与展示如何让公众易于感知始终是理论与实践研究的重点。目前对于阐释与展示的研究越来越多借助社会学、心理学、人类学、组织行为学等多学科理论和方法,使得理论与实践体系逐渐走向成熟与推广阶段。国内对阐释与展示的研究比国外晚,关于阐释的研究成果比展示更丰富。由于学术语境不同,国内学者更多的是将 Interpretation 翻译为“解说”,早期的研究成果涉及解说系统的框架、功能以及评估,吴必虎等有旅游解说系统和环境解说的研究<sup>[4-5]</sup>,陶伟等总结了解说的源起、概念和方法的研究<sup>[6]</sup>,并将解说作为一种重要的遗产保护策略<sup>[7]</sup>。基于这一研究范式的文献,为我们从阐释的内涵、功能、评估、受众、媒介等方面可持续发展提供有益参考。

通过进一步梳理有关国家考古遗址公园的阐释与展示文献,发现有较多学者关注阐释与展示问题。黄琼等对大遗址阐释系统的构建进行了初步研究,强调了阐释系统不仅仅是遗产保护的助力,还是公众与文化遗产沟通的重要媒介<sup>[8]</sup>。王璐等总结了遗址公园的展示原则,强调要激发遗址在当代生活中的活力<sup>[9]</sup>。王新文等提出保护与展示应加强新技术、新理念的研究应用<sup>[10]</sup>。丛桂芹提到借助阐释与传播理念与公众共享文化遗产,并内化为公众的价值观<sup>[11]</sup>。郭璇对文化遗产展示的理念与方法进行了剖析<sup>[12]</sup>。通过文献梳理,发现已有的研究较多关注国家考古遗址公园硬质空间的阐释和展示,较少涉及公众对知识获取程度、感知享用、记忆共鸣、遗产活化等软质环境的分析,对各类公众在现有阐释和展示体系使用后的感知与评价,缺少实证分析。因此,如何通过阐释与展示的技术手段提升公众感知度仍需深入研究。

公众感知理念涉及人的认知、行为和环境心

理,美国心理学家詹姆斯·吉布森将感知分为视觉感知、听觉感知、嗅觉-味觉感知、触觉感知和方位感知系统,并提出环境可供性理论,因环境而有相应的活动<sup>[13]</sup>。基于环境心理学的研究强调了外部环境融入思维记忆、人生阅历、情感因素等,公众会经历由感到知的过程<sup>[14]</sup>。因此,从遗址形态拓展到遗产地精神挖掘再到公众感知参与的层级变化,使得阐释与展示和公众感知度之间出现了新的结构性耦合,强调了要将阐释与展示作为供给客体与公众感知作为享用主体结合在一起,从双维视角出发,将有益的阐释与展示嵌入并安置在公众对遗产价值的理解和认同中,形成动态平衡,持续促进公众的美好感知,确保带给公众一段有价值的经历。

## (二) 实践思考

国家考古遗址公园作为中国大遗址保护理念的创新与实践,自2010年以来,已有3批共36座国家考古遗址公园立项公布,多年的建设已让这些规模大、价值高的大遗址从“特殊”之处成为构建中国文化软实力和展现独特文明的“常态”空间,国家考古遗址公园的阐释与展示极大地扩展了公众的感知,但回顾建设与发展,发现阐释、展示及运营管理水平还有提升空间,国家文物局在对国家考古遗址公园的检视中也发现存在展示手段单一、公众感知错位、遗产活化效果不佳等问题,遗址公园重手段、轻研究,重建设、轻体验,重迎合、轻引导的趋势需要引起足够的重视<sup>[15]</sup>。

国内外有关遗产地阐释与展示提升公众感知度的实践手段值得借鉴。美国国家公园管理体系架构中专门有负责阐释与展示的哈珀斯费里解说规划中心,具体负责国家公园的教育与解说,让公众对国家公园之美有深刻感知,并追求代际的福祉传承。担负解说任务的讲解员是很受美国公众欢迎的角色,他们的职责是提供解说、开展游憩教育、遗产活化角色扮演、遗址探险引导等,真正实现了国家公园服务大众的理念。美国国家历史公园更是阐释与展示的典范,他们将“发现历史”作为国家历史公园的核心使命,通过美国故事、保护地点、教

育培训和遗产旅游4个方面进行阐释,直观、形象地向公众展示已经消失的文化元素,为不同认知能力的公众提供感知和享用机会<sup>[16]</sup>。德国杜佩遗址公园通过活化历史场景和融入本地生活,将遗址变成向公众传达中世纪生活场景之地,实现了公众对历史的触摸、聆听、体验和参与<sup>[17]</sup>。良渚国家考古遗址公园很早就开始阐释与展示的实践探索,形成了场馆结合、面线结合、虚实结合、动静结合的全系统展示,能够讲好良渚五千多年的文明故事<sup>[18]</sup>。鼓浪屿也是将遗产地阐释与展示和公众感知度提升有效链接的典范,申报世界文化遗产时通过编制《鼓浪屿遗产价值阐释与展示实施规划》完善和提升公众感知,让公众对遗产价值可视、可阅、可触、可听、可传播<sup>[19]</sup>,让遗产回归生活,通过恰当的符合生活逻辑的方式展现和传承遗产<sup>[20]</sup>,并以满足游客和本岛居民美好的旅居体验为核心,传承和完善遗产风貌<sup>[21]</sup>。由此可知,公众的感知度是丈量国家考古遗址公园阐释与展示是否规范的重要标尺。

## 二、研究设计与数据来源

### (一) 研究方法 with 理论机理

公众的感知度虽然具有“仁者见仁,智者见智”的个体性观感特征,但也是可以通过科学抽样进行量化评测的社会活动。常用的感知测量方法有结构化测量和非结构化测量,结构化测量属于定量分析方法,需要研究人员事先确定感知要素和属性内容<sup>[22]</sup>,由于遗产地感知要素涉及面广,关联因素复杂,难以全面反映公众对遗产地的特征感知。因此,非结构化的测量成为较理想的研究方法,其中内容分析法是具有代表性的方法,是对文本的内容进行客观、系统和量化分析的研究方法<sup>[23]</sup>。其实质是将非定量的材料信息转化为定量数据,通过词句推理获取准确意义的过程,ROST Content Mining 6是较为常用的内容分析工具,通过词频统计、社会网络与语义网络分析、情感分析等获取有价值的信息,使现状、对比和趋势分析更具科学逻辑<sup>[22]</sup>。

这种网络文本分析方法的理论机理是通过统计关键词的共现频率进行社会网络分析,并通过对高频词汇之间的亲疏关系分析,预测公众感知的热点及发展态势。随着大数据时代的到来,越来越多的公众愿意通过搜索引擎获取信息并留下有关美好感知、遗产地细节和情感因素等评论,在分众和个性为代表的当下,来自于搜索引擎的这些直观、真实的点评关键词对公众感知研究具有重要价值。因此,其研究路径是生成由关键词组成的整体网络特征关系图,并关注网络节点中心及节点之间联系的紧密程度。通常情况下,网络节点之间的连线越密集,整体网络联系就越紧密,网络中的某些节点与越多的节点联系,显示该节点处于社会网络中心位置,其控制其他节点和信息传播的能力更强,属于核心节点,通过整体网络特征指标和节点中心指标<sup>[24]</sup>,可以真实反映公众的感知规律和特征。

### (二) 案例选取与基本概况

大明宫国家遗址公园是第一批全国重点文物保护单位,首批国家考古遗址公园,是西安重要的城市公园和高品质旅游景区。历史上的大明宫始建于贞观八年,是二百余年间唐代政令中枢所在,唐长安城是当时就拥有百万人口的世界文化中心,而大明宫更是中心的中心,气势恢宏的宫殿群,是大唐盛世辉煌壮丽的“记忆符号”,是中国历史上不可或缺文明的重要见证。

大明宫国家遗址公园在建设发展中,积极通过阐释与展示来揭示大明宫的建筑格局、遗址价值等,但也因存在瑕疵导致公众“误读”遗产价值,影响了公众的满意度与感知度,在2013年的公众调查中显示其是“名气”较小的大遗址<sup>[25]</sup>。随着其在运营管理中的持续改进,知晓度不断增加。2014年大明宫作为“丝绸之路:长安一天山廊道的路网”中的遗址点之一成功列入《世界遗产名录》;在2018年度中国世界文化遗产的舆情分析报告中,“丝绸之路:长安一天山廊道的路网”的舆情信息总量排名第二,仅次于明清故宫<sup>[26]</sup>,而大明宫是这些遗址点中接待公众量较多的一处遗产地。

2020 年大明宫国家遗址公园被文化和旅游部确定为 5A 级旅游景区。在中国世界文化遗产监测预警总平台发布的舆情信息主题统计中,“遗产展示利用和保护管理”关注度较高。因此,持续关注大明宫国家遗址公园的阐释与展示是公众感知度提升切实可行的路径。

(三) 样本选取与研究步骤

首先,是样本的选择和处理,研究选取携程网来抓取数据。在网站输入“大明宫国家遗址公园”,搜索后得到相关评价共 4 017 条(截至 2020 年 10 月 13 日)。由于评论信息时间跨度大,现状评价的有效性会降低,因此最终选取了近两年(2018 年 10 月至 2020 年 10 月)携程网关于大明宫的所有评论,为了提高数据的可信度,经过整理删除了有关大明宫的重复评论和无关评论,最终获取 1 868 条有效评论,本文选取文字部分的内容,将所选取的文字保存为“.txt”格式,共计 80 000 余字。其次,对搜集到的内容进行筛选和预处理,将大明宫相关的主要景点名称、历史事件等词汇纳入软件,使“大明宫”“考古探索中心”“含元殿”“丹凤门”等专有名词能够在分析过程中被识别。最后,对高频特征词进行分析,并对公众评论进行语义网络分析和情感分析,为阐释与展示提供科学参考。

三、数据统计与分析

(一) 高频特征词分析

通过 ROST Content Mining 6 软件提取关于大明宫公众感知度的关键词,构成高频特征词,按照出现的频数由高到低选取,再通过人工筛选,删除了与研究主题无关的并对研究结果不会造成影响的词汇,并将表达同样意义的词条合并,最终按顺序选取了 50 个高频词汇(表 1)。

通过对这 50 个高频关键词的归纳和整理,从阐释与展示体系角度可分为以下 3 类。

第一,大明宫遗址和景点的高频词:如“大明

表 1 公众对大明宫网络评论感知前 50 位高频特征词

排序	词条	词频	排序	词条	词频
1	遗址遗迹	645	26	体验	87
2	大明宫	594	27	遗憾	86
3	3D 电影	398	28	携程	80
4	公园	386	29	园区环境	76
5	面积大	374	30	性价比	68
6	园内交通工具	334	31	土堆/废墟	66
7	博物馆	325	32	不值	64
8	历史	311	33	好看	61
9	大唐/唐朝	278	34	免费	56
10	值得一看	251	35	模型	56
11	讲解	245	36	收费区	55
12	宫殿建筑	201	37	贵	55
13	气势恢宏	191	38	故事	48
14	地方大	189	39	服务态度	43
15	花费时间	185	40	天气	37
16	考古探索中心	177	41	累	35
17	票价	158	42	建筑群	36
18	套票	138	43	空旷	35
19	想象	136	44	导游	33
20	震撼	119	45	传奇	33
21	文化	114	46	含元殿	32
22	方便	109	47	历史感	29
23	儿童	96	48	故宫	27
24	丹凤门	89	49	复原	26
25	微缩景观	87	50	文物	25

宫”“3D 电影”“博物馆”“考古探索中心”以及“丹凤门”等,这是公众对大明宫内印象最深刻的内容,评价中积极情绪和消极情绪并存。积极情绪大多是认可了它本身的遗产价值,消极情绪则体现出阐释与展示中存在的问题,如对于 3D 电影的争议,“以为是科普教育片,原来是爱情片”“一定要把握好整体时间,时间把握不好容易错过”等,显示出大多数公众更想通过电影接收关于大明宫的遗址信息,但阐释主题不明确导致公众误读。“考古探索中心”是大明宫的亮点,但公众对它的评价偏中性,认可其教育和体验的功能,但“没有发现”“公园太大错过了”“去的时候已经快下班了”等评论则说明大明宫在展示方面存在问题,线路引导与标示不够规范,使得公众错过了欣赏机会。丹凤门、含元殿、遗址博物馆等核心景观的排序靠后,说明阐释中的

主题设置没有很好地解读大明宫的核心遗产价值。

第二,大明宫整体印象感知的高频词:如“遗址遗迹”“大唐”“气势恢宏”“震撼”“想象”“遗憾”等。这些词语主要是公众对大明宫整体的印象,来源于公众自身的知识储备、现场感受甚至是想象。其中“想象”这个词语反映了大遗址普遍存在的现实状况,就是遗产价值很高,但可视化的地表遗存较少,公众需要通过想象回忆曾经的辉煌,对于不同认知层次的公众来讲,有可能陷入仅凭借想象也无法感知辉煌历史的尴尬境地,成为感知的障碍。对于“考古”这一词汇的认知水平和知晓度也偏低。“世界文化遗产地”这个词没有进入前 50 名的高频词,说明大明宫在丝绸之路节点的定位知晓度较低。大明宫游客服务中心的建筑由法国雅克顶尖设计师设计,是大明宫的独特风景,但“游客服务中心”也没有成为关键词,说明遗产的核心价值依然没有通过阐释与展示进行转化,使得价值与热度不成正比。

第三,大明宫服务和体验评价高频词:如“面积大”“园内交通工具”以及“值得一看”“套票”“不值”“贵”等。这是大明宫游憩功能部分,也是

公众比较重视和乐于评价的内容。“面积大”是大多数公众的认知,而且由于大明宫园区面积太大,导致了一系列的问题,如“太大了必须得坐园内交通工具”“交通工具等待的时间长”“找不到导引标识”“园区太大了,不适合天气热的时候游玩”等,所以景观节点搭配不佳,在途耗时长,影响了公众的感知。这本质上属于阐释与展示体系中的游憩线路设置不合理所致。“值得”和“不值得”是基于观光、体验的综合评价,而“贵”“性价比”是针对票价和体验之间的匹配程度而得到的结论,意味着配合阐释与展示功能实现的运营管理水平还需提升。

### (二) 社会网络和语义网络分析

语义网络分析是基于复杂词条之间相互关系的分析,其所形成的语义网络关系图由各个词条和词条间的连线所组成,这些连线反映词条与词条之间的语义关系和深层次的逻辑联系。利用 ROST Content Mining 6 软件中的社会网络与语义分析生成语义网络关系图(图 1),可以掌握这些词条蕴涵的深意和关联度,进一步解析公众对大明宫的感知。

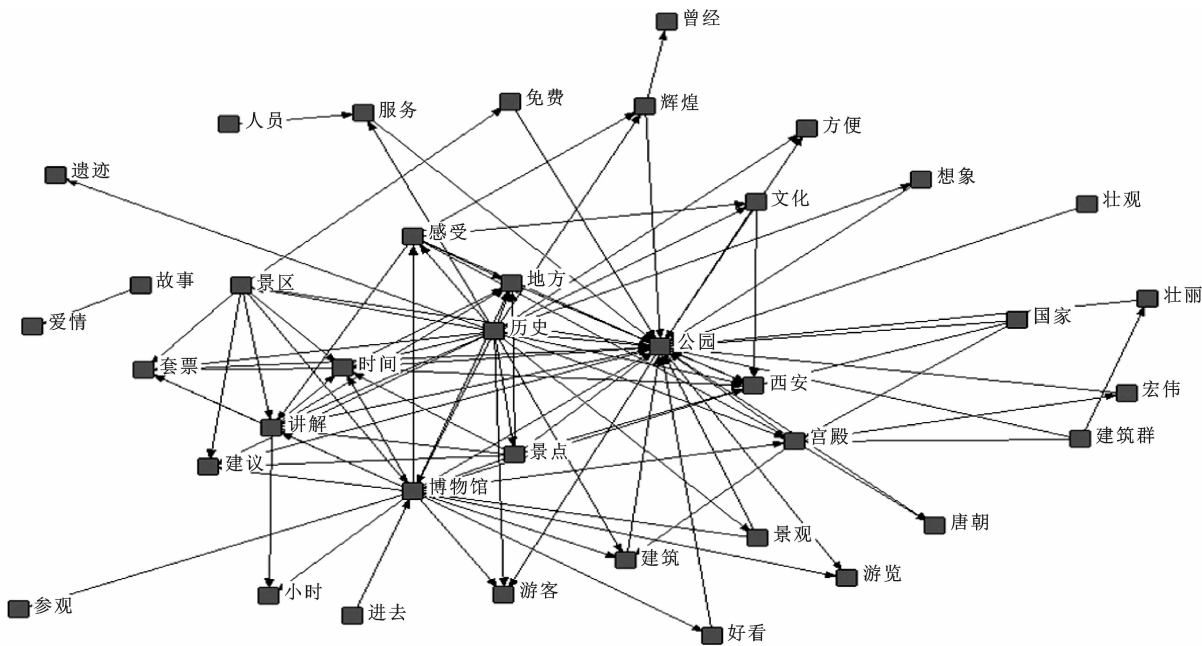


图 1 大明宫社会网络和语义网络分析图

根据语义网络分析图的理论机理,越靠近中心节点的词与节点的关系就越密切。图 1 显示,“公园”是最重要的核心连结点,“西安-公园-宫殿-历史”“西安-地方-历史-博物馆-感受”以及“景区-套票-博物馆-讲解-时间”都是重要的关系链。“博物馆和讲解”“爱情和故事”“景区和套票”“历史和想象”“宫殿、建筑群和壮丽”等是有直接和紧密联系的词,可以看出这些关系词都属于阐释与展示的关键要素,且彼此之间存在紧密关系,如游览时间、套票、博物馆、讲解都是相关程度高的关键词,也是公众感知评价的重要指标,结合高频特征词的分析,发现大明宫在实现公众游憩、教育等功能活动中,提高阐释与展示是关键路径。因此,如何形成阐释与展示主题框架、如何合理规划游览时间、如何设置最优游憩线路、如何构建多元解说系统等问题值得在阐释与展示体系中深入探讨。

(三)情感分析

情感分析主要是对公众感知评论的文字进行情感色彩方面的分析,目的是了解公众对大明宫整体的情感态度和印象。情感有积极、中性和消极之分。根据 ROST Content Mining 6 的情感分析结果显示(表 2),积极情感占 77.33%、中性情感和消极情感占 22.67%。总体上来看,公众对大明宫持积极态度,但主要是源自于对大明宫遗产价值的肯定,而不是来自于体验的肯定。消极情绪主要是公众感知体验不佳,如游览标识不到位、错过考古探索中心、达不到期望值等。因此,需要在阐释与展示方面进一步强化公众的积极情感,弱化消极情感。

四、研究结论与提升策略

(一)研究结论

分析结果表明:第一,大明宫作为世界遗产地

表 2 公众评论的情感分析

情感类别	数量/条	比例/%	强度	数量/条	比例/%
积极情感	1 334	77.33	一般(0~10)	515	29.86
			中度(10~20)	409	23.71
			高度(>20)	410	23.77
中性情感	111	6.44	一般		
			中度		
			高度		
消极情感	280	16.23	一般(-10~0)	193	11.19
			中度(-20~-10)	62	3.59
			高度(<-20)	8	0.46

的文化意场氛围浓厚,但公众可视、可触、可感的阐释与展示要素并不充分。第二,公众对大明宫已有的阐释与展示体系持积极肯定的态度,但还应考虑如何弱化公众的消极情绪。第三,大明宫推荐的 2 小时遗址保护展示区游线和 3~4 小时的全园游线没有考虑公众的差异化需求,影响公众的游憩体验,在展示利用方面不够充分。第四,解说系统程式化设置,解说方式单一,公众体验感略显单调,阐释与展示内容还应全面多样。因此,针对分析结果,提出公众感知度提升策略。

(二)提升策略

1. 点——提炼公众感知要素,构建阐释与展示主题框架

为了让公众识别并易于理解、吸收大明宫遗址核心价值,应梳理有形的物质载体和无形的文化价值,提炼公众感知要素,通过阐释与展示做到积极转化,构建阐释与展示主题框架,设定总主题、次主题和故事 3 个层级<sup>[27]</sup>,其中大明宫作为世界文化遗产地的定位与整体价值是总主题的内容,次主题是对大明宫的遗产价值进行归纳和分类,形成公众易于感知的序列,大明宫的宫殿建筑特征、宗教特征、园林构景、礼制特征等核心价值都可以作为次主题通过适当的展示手段传达给公众<sup>[28]</sup>,让公众在知识和情感上与大明宫建立长久的联系。故事则是将遗产价值由考古学语言转译为故事讲述语言,让公众易于理解和接受。总之,

必须让公众认识到遗址公园的主题性,才可以进一步探索用正确的形式加以阐释与展示<sup>[29]</sup>。

2. 线——提升公众体验,设置多维游憩线路丰富阐释与展示形式

为了让公众在有限的时间内,能够最大化到达与入园需求一致的景点,应设置多维游憩线路丰富阐释与展示形式,要遵从参观行为所倡导的体验时间与选择次序,考虑公众的心理规律,合理设置游憩教育活动,全面提升游憩体验,形成美好的体验感知。按照历史上大明宫的空间格局,可遵循最佳体验感知和景观感知最优原则,进行游憩线路优化,设置多维游憩线路,并充分考虑公众年龄、社会阅历、受教育程度等社会属性以及出游方式、游览时间、游览需求的差异性。针对上述思路,结合公众的遗址观赏、休闲娱乐、游憩教育、考古探索等需求,可设置四大主题游憩线路,如表 3 所示。

表 3 大明宫游憩线路设置表

主题	游览时间	面向人群	路线设置主题
大唐气象体验游	2 小时 30 分	大唐历史文化爱好者	体验盛唐文化和历史
考古探索研学游	3 小时	亲子游和研学旅游者	学习历史、考古等科普知识
大明宫遗址传奇游	4 小时	普通游客	唐文化体验、遗址遗迹参观、休闲娱乐观光等
运动休闲娱乐游		本地居民	游憩、锻炼身体、休闲娱乐

3. 面——重视公众诉求,架构复合型阐释与展示系统

在大明宫遗产地的功能重构和价值实现中,要重视公众对知识的更高诉求,采用差异化思路阐释遗产价值,创新表达方式<sup>[30]</sup>,单纯的静态展示和程式化解说很难引起公众的共鸣,要架构由遗产解说、旅游解说和环境解说组成的复合型阐释与展示系统,丰富公众体验感知。

首先是遗产解说。大明宫作为世界文化遗产地和国家考古遗址公园,最核心的是需要明确阐

释的内容,挖掘遗产的内涵和价值,建立遗产解说的逻辑关系。其中大明宫遗址是丝绸之路上重要的唐代大型宫殿建筑群,大唐文化、大明宫民生改善、道北记忆、工业遗产大华 1935、博物馆群、考古探索等都应成为遗产解说体系中的核心主题,赋予遗产解说更多内涵,让公众认识、理解、欣赏并保护大明宫,感受遗产地的精神。

其次是环境解说。这是公众理解、欣赏环境和遗产的主要途径,对于遗址形象展示及功能区分具有重要的解释作用。大明宫占地面积 3.2 平方公里,开放区域有数量众多的环境遗址和园艺景观,组织对遗址区物种的解说、遗址的景观解说和生态系统的解说等,开展户外遗址区自然环境解说及教育活动,培养公众对大遗址外部环境的认知,有利于遗址遗迹资源的本体价值识别,可以让公众认知环境资源、动植物资源和景观资源,通过科学素描、生态绘画、形态剪影和自然摄影等方式参与,还可以在大明宫文创产品设计中加入环境解说系列产品,例如表现遗址区常见物种的冰箱贴、帆布包、野外笔记本、植物剪影书签等。

最后是旅游解说。这是文旅融合创新实践的重要组成部分,要按照解说的对象、解说人物、事物解说、景物解说架构旅游讲解逻辑体系,大明宫值得分享的旅游解说故事元素很多,应深入挖掘。同时要重视旅游讲解词的撰写、结构与组织,《如果国宝会说话》节目的文案就是很好的典范,值得借鉴。

4. 场——挖掘文物 IP,创新阐释与展示传播方式

作为升级潜力巨大的世界文化遗产地,大明宫应挖掘文物 IP,创新阐释与展示传播方式,满足不同层次公众的需要,特别是重视数字时代年轻公众的感知诉求,让遗产活起来,文化遗产不只是繁华记忆,也是生机勃勃的未来<sup>[31]</sup>。因此,可以依托王维、杜甫、李白等诗人描写大明宫的诗词打造大明宫诗词 IP,用张旭、怀素、颜真卿、柳公权的帖



学范本打造书法 IP,还可以整合文创 IP、会展 IP、体育 IP 等,提升流量和附加值,引领公众的品位和记忆。同时,大明宫还应创新场域传播模式,针对不同目标市场进行多重定位,用差异化传播促进市场营销迭代更新,创造多元沉浸体验,避免公众感知错位,加深公众对大明宫的意向感知,实现公众在文化认知中的精神共鸣与升华。例如,自媒体以双向互动的互联网技术为基础,构建去中心化的社交网络<sup>[32]</sup>,可以为国家考古遗址公园的场域传播开拓新媒介,依托碎片化、差异化、场景化的动态机制特征,互动传播,提升公众的感知度。

## 五、结语

综上所述,阐释与展示是公众感知度提升的关键技术手段,使得“文化遗产与美好生活”的观念深入人心。基于网络文本的分析,从“点—线—面—场”的逻辑关系提出大明宫国家遗址公园阐释与展示的提升策略,强调只有凸显“有形和无形之间的遗产地精神”理念,才可以确保为公众带来一段有价值的感知经历。未来的研究将基于场所理论,融入社会心理学、行为学、传播学等学科知识,在公众感知度的基础上进一步分析关于遗产地的公众参与问题,更好地将遗产地精神永恒传承。

### 参考文献:

- [1] 席岳婷. 国家考古遗址公园文化旅游研究[M]. 北京:科学出版社,2020.
- [2] 陈曦.“阐释”与“展示”概念的溯源与辨析[N]. 中国文物报,2012-08-17(7).
- [3] 孙燕. 文化遗产诠释与展示的国际理念和规范——从“适用于考古发掘”到“遗产地诠释与展示”[J]. 东南文化,2010,218(6):23-26.
- [4] 吴必虎,金华,张丽. 旅游解说系统的规划和管理[J]. 旅游学刊,1999,14(1):44-46.
- [5] 吴必虎,高向平,邓冰. 国内外环境解说研究综述[J]. 地理科学进展,2003,22(3):226-234.
- [6] 陶伟,洪艳,杜小芳. 解说:源起、概念、研究内容和方法[J]. 人文地理,2009,24(5):101-106.
- [7] 陶伟,杜小芳,洪艳. 解说:一种重要的遗产保护策略[J]. 旅游学刊,2009,24(8):47-52.
- [8] 黄琼,周剑虹. 大遗址阐释系统构建初步研究[J]. 江汉考古,2014,131(2):118-123.
- [9] 王璐,刘克成. 中国考古遗址公园中遗址展示的问题与原则[J]. 建筑学报,2016(10):10-13.
- [10] 王新文,付晓萌,张沛. 考古遗址公园研究进展与趋势[J]. 中国园林,2019,35(7):93-96.
- [11] 丛桂芹. 文化遗产保护中阐释与传播理念的凸显[J]. 建筑与文化,2013(3):60-61.
- [12] 郭璇. 文化遗产展示的理念与方法初探[J]. 建筑学报,2009(9):69-73.
- [13] 林玉莲,胡正凡. 环境心理学[M]. 北京:建筑工业出版社,2000.
- [14] 徐肖薇. 基于公众感知的南京老城“林”之城市特色研究[D]. 南京:东南大学,2018.
- [15] 蔡超. 国家考古遗址公园发展十年回顾与实践思考[J]. 西部人居环境学刊,2019,34(4):14-19.
- [16] 王京传. 美国国家历史公园建设及对中国的启示[J]. 北京社会科学,2018(1):119-128.
- [17] 黄可佳,韩建业. 考古遗址的活态展示与公众参与——以德国杜佩遗址公园的展示和运营为例[J]. 东南文化,2014,239(3):40-45.
- [18] 杭州良渚遗址管理区管理委员会. 构建大遗址综合阐释与展示体系——讲好良渚五千多年文明故事[N]. 中国文物报,2019-07-09(4).
- [19] 邹怡情,辛欣. 鼓浪屿文化遗产价值的阐释展示实践——从方法论到落地实施[J]. 中国文化遗产,2017(4):60-68.
- [20] 林德荣,郭晓琳. 让遗产回归生活:新时代文化遗产旅游活化之路[J]. 旅游学刊,2018,33(9):1-3.
- [21] 柳燕,丁美辰,兰思仁. 旅居体验下的世界文化遗产地社区景观风貌研究——以厦门鼓浪屿为例[J]. 中国园林,2020,36(6):51-55.
- [22] 文捷敏,余颖,刘学伟,等. 基于网络文本分析的“网

- 红”旅游目的地形象感知研究——以重庆洪崖洞景区为例[J]. 旅游研究,2019,11(2):44-57.
- [23] 林育彬,郭伟锋,林开森. 基于网络文本分析的世界遗产地民宿体验研究[J]. 西安建筑科技大学学报(社会科学版), 2020,39(4):66-73,87.
- [24] 王婷,吴必虎. 基于关键词共现和社会网络分析的北京城市歌曲中地方意象特征研究[J]. 人文地理, 2020,176(6):57-65.
- [25] 燕海鸣. 考古遗址谁在看——公众考古认知与兴趣的实证调查[J]. 中国文化遗产,2015(5):48-55.
- [26] 王芳,段若男. 专题报告一:2018 年度中国世界文化遗产舆情分析报告[J]. 中国文化遗产,2019(6):27-32.
- [27] 韩真元,蔡超. 国外文化遗产阐释规划中主题阐释方法的解析与启示[J]. 遗产与保护研究,2016,1(3):9-13.
- [28] 杭侃. 文化遗产资源旅游活化与中国文化复兴[J]. 旅游学刊,2018,33(9):5-6.
- [29] 张冬宁. 国家考古遗址公园如何阐释和转化其核心价值[N]. 中国文物报,2020-05-19(6).
- [30] 王京传. 国家考古遗址公园与讲好中国故事[N]. 中国文物报,2017-02-24(3).
- [31] 戴斌. 文化遗产不只是繁华记忆[N]. 中国文化报, 2019-05-11(7).
- [32] 杨思杰. 自媒体广告的互动传播机制探析[J]. 长安大学学报(社会科学版),2019,21(6):61-69.

(责任编辑:王佳)