艺术博物馆时装展览中高校学生参与偏好及优化路径研究

杨馨然[1] 林诚[2]*

摘要

随着博物馆展览的数字化发展，高校学生对时装展览的参与需求日益受到关注。本文以 51 份有效问卷的汇总数据和 3 份留存的半结构化访谈资料为基础，采用描述性统计与主题归类的方法，分析高校学生在展览内容、互动体验及数字与实体融合方面的参与偏好。研究发现，受访学生重视设计理念、材料工艺与文化叙事，对 VR/AR、虚拟试衣及动手体验表现出兴趣，多数偏好数字与实体结合的学习方式。据此，本文提出内容策划、互动体验及数字资源整合建议，为艺术博物馆展览管理提供参考。

关键词：艺术博物馆；时装展览；高校学生；参与偏好；数字与实体融合

1 引言

对于艺术博物馆来说，展览应当承担艺术作品展示、文化传播和公共教育的重要角色。数字技术应用的形式虽然多元化，但观众的参观体验未必能得到提升。正因如此，展览管理工作需要围绕展览内容和观众的实际需求展开，对数字技术及互动方式做出合理选择。

作为艺术博物馆的重要观众群体，高校学生的展览参与需求值得关注。Falk 和 Dierking（2000）所提出的情境学习模型（Contextual Model of Learning），为博物馆观众的参与行为提供了一个理论视角。然而，该理论并不能直接说明高校学生在时装展览中的具体参与偏好。因此，有必要通过实证调查去进一步了解其对展览内容、互动方式以及数字体验的需求。

基于此，本文结合 2024 年收集的 51 份有效问卷数据和 3 份访谈资料，从展览内容、互动体验及数字与实体展览融合三个方面，分析高校学生参与艺术博物馆时装展览的偏好。并在此基础上提出展览内容策划、互动体验设计及数字资源整合方面的优化建议，为艺术博物馆的展览管理与公共教育提供参考。

2 理论背景

2.1 博物馆学习与高校学生参与行为

博物馆除了具备展示功能，公众还将它视为一个获取知识、加深文化认知的学习空间。根据

[1] 杨馨然，墨尔本大学艺术与文化管理硕士，研究方向：艺术与文化管理，邮箱：1103453680@qq.com.
[2]* 林诚，广州华商学院管理学院专任教师，澳门科技大学工商管理博士，研究方向：市场营销，邮箱：691883012@qq.com.

Hein（1991）对构建主义学习理论的阐释，学习并非被动接受知识的过程，而是学习者在已有知识和经验的基础上，通过主动探索、与环境互动及社会交流，逐步构建知识与理解的过程。博物馆中的学习同样如此，观众对于展览的理解不仅仅取决于所展示的内容，也与个人经历和参观过程有关。Falk 和 Dierking（2000）提出的情境学习模型则从个人、社会文化和物理这三个情境解释了这一过程。观众的动机、兴趣等等属于个人情境，参观时与同伴、讲解员等交流属于社会文化情境，展厅陈列、布局以及设施则属于物理情境。

对于高校学生而言，不同学生参观时装展览的兴趣和学习需求存在差异。因此，博物馆在策划展览时，不仅需要展览方式的改变，还应关注学生的实际需求，据此安排展览内容和互动形式。

2.2 数字化展示与时装展览互动体验

现在，越来越多的博物馆开始将数字技术运用到展览中，展览的呈现方式也随之发生了变化。对于如何让观众参与展览，Simon（2010）在《参与式博物馆》（The Participatory Museum）中提到，文化机构可以通过设计参与式活动，为观众提供表达观点、分享经验及相互交流的机会，使其不再局限于被动观看展品和接收信息，而是能够以更加主动的方式参与展览。除了参与式活动，VR/AR 等技术的使用也为观众提供了不同的观展体验。Jung 等（2016）便针对这类技术在博物馆中的应用进行了研究，主要讨论了沉浸式技术会如何影响观众的参观体验。

对于服装专业的学生来说，实体服装和数字化展示能够提供不同的学习体验。Reiley 和 DeLong（2023）认为，学生通过近距离观察真实服装，可以更清楚地了解面料的结构以及缝制工艺。而数字图像则可以从不同角度展示服装，帮助学生认识其整体廓形。另外，Smith-Glaviana（2025）通过分析 62 名大学生的反馈发现，数字讲解视频能够帮助学生理解服装设计的变化及其背后的文化背景。除了观看展品，学生在参观过程中获得的多感官体验，以及参观结束后对展览内容的思考，也会影响他们的学习体验。

3 研究方法

3.1 研究设计

本研究采用问卷调查与深度访谈相结合的研究方法，研究对象为高校学生，从以下三个方面展开分析：展览内容偏好、互动体验以及数字化与实体展览融合。数据分析方面，根据留存的问卷汇总结果，整理各选项的频数和百分比，并对现有访谈资料按照主题进行相关分类。在此基础上，结合两类资料分析高校学生的观展偏好。

3.2 问卷调查

本研究采用自填式问卷调查方法（Veal 和 Burton，2014），于 2024 年 4 月 8 日至 5 月 5 日通过 Google Forms 开展在线调查，经电子邮件、微信、Facebook 及 Instagram 等渠道传播，共收集 51 份有效问卷。问卷涉及受访者基本特征、参与动机、展览内容、互动方式及数字与实体融合偏好。由于原始个体问卷数据未能保存，本文依据留存的汇总图表进行描述性统计分析。多选题各选项比例以相应题目的有效回答人数为分母，比例之和可以超过 100%。

3.3 深度访谈

为进一步了解学生的观展经历及偏好形成原因，本研究采用深度访谈，有时也被称为半结构化访谈，并通过目的性抽样选取具有相关观展经验的高校学生（Palinkas 等，2015）。2024 年 5 月 6 日至 19 日期间，共访谈 4 人，每次约 30—60 分钟，围绕参与动机、展览内容、互动体验及数字与实体融合等 8 个核心问题展开。目前仅保存其中 3 位受访者的详细问答记录，因此本文定性分析以这 3 份资料为依据，并以匿名方式转述其主要观点。

4 高校学生参与偏好分析

本研究共获得 51 份有效问卷。样本中女性 37 人（72.5%），硕士研究生 40 人（78.4%）；专业背景以艺术与文化管理相关领域较为突出。参观频率方面，29 人（56.9%）表示偶尔参观艺术博物馆或时装展览，16 人（31.4%）表示经常参观。样本基本特征见表 4-1。

表 4-1 受访者基本特征（N=51）

指标	样本分布
性别	女性 37 人（72.5%）；男性 13 人（25.5%）；不愿透露 1 人（2.0%）
教育阶段	硕士 40 人（78.4%）；本科 9 人（17.6%）；博士 1 人（2.0%）；其他 1 人（2.0%）
专业背景	艺术与文化管理 24 人（47.1%）；服装设计与纺织 10 人（19.6%）
参观频率	偶尔 29 人（56.9%）；经常 16 人（31.4%）；较少 5 人（9.8%）；从未 1 人（2.0%）

注：专业背景为多选题，仅列示主要类别；参观频率涉及艺术博物馆或时装展览。

4.1 参与动机与展览内容偏好

问卷显示，个人兴趣是受访学生参与时装展览最常见的动机，共有 39 人（76.5%）选择该项。选择学术需求、社会交往和职业发展的学生比例分别为 41.2%、29.4%和 27.5%。在展览内容方面，39 人（76.5%）对设计师及其创意理念感兴趣，27 人（52.9%）关注材料与制作工艺，另有 21 人（41.2%）希望了解时尚与文化或社会之间的联系。此外，30 人（58.8%）关注展览的故事叙述与主题表达，27 人（52.9%）希望未来展览能够更多地呈现服装设计过程。

访谈进一步说明了这些偏好的具体表现。有受访者回忆某次迪奥主题展览时，特别关注设计手稿、面料样本及经典服装廓形的展示，并认为这些内容有助于理解品牌的设计历史。另有受访者则以一次 Loewe 展览经历为例，强调包袋裁片、编织工艺及制作流程的展示价值。也有受访者对展厅主题、灯光、音乐及空间叙事进行描述，反映了展示环境对于个人观展体验的影响。可见，受访学生的兴趣不仅涉及服装的视觉呈现，也包括设计过程、工艺知识与文化信息。

4.2 互动技术与观展体验偏好

如表 4-2 所示，在期望增加的互动元素中，VR/AR 体验（60.8%）和虚拟试衣间（56.9%）选择率较高；在教育内容学习方式中，多媒体展示（62.7%）与动手体验（56.9%）更受关注，反映出受访学生对数字互动与实践学习均有兴趣。

表 4-2 高校学生对展览互动元素及教育学习方式的选择（N=51）

期望增加的互动元素	n（%）	偏好的展览学习方式	n（%）
VR/AR 体验	31（60.8）	多媒体展示	32（62.7）
虚拟试衣间	29（56.9）	动手体验	29（56.9）
互动屏幕与多媒体展示	26（51.0）	现场导览讲解	21（41.2）
实体试穿与体验区	26（51.0）	手机应用或耳机自主学习	14（27.5）
导览讲解与讲座	16（31.4）	文字说明板	13（25.5）
互动工作坊与活动	16（31.4）	—	—
社交媒体互动与分享	13（25.5）	—	—

注：两组数据分别来自不同的多选题；互动元素题另有“其他”1 人（2.0%），未列入表中。

访谈显示，受访者对新技术的兴趣和实际体验经历之间并不完全一致。一名受访者对沉浸式技术持积极态度，而另外两名受访者则提到自己此前并未在任何时装展览中体验过 VR/AR 技术。由此可见，问卷中体现出的技术偏好，主要反映的是学生的期待与兴趣，并不能直接证明相关技术就能改善观展体验。

4.3 数字与实体展览的融合偏好

问卷结果显示，有 58.8%的受访学生选择将数字化学习与实体展览结合起来，而单独选择实体展览和数字化学习的学生分别占 17.6%和 15.7%。可以看出，相比只采用其中一种方式，更多受访学生希望两者能够结合使用。对于线上展览本身，学生也有不同的关注点，其中 70.6%的学生较为看重视觉效果；54.9%的学生亦将展览便于浏览和访问视为重要因素。另外，就实体展览与数字资源应如何结合而言，66.7%的学生倾向于扩充线上资源，62.7%的学生则希望能够参与线上线下相结合的互动活动。

在访谈中也出现了类似的观点。一位受访者并没有明显偏向于用数字取代实体展览，反倒更希望在保留现场展览的同时，借助数字技术得到更多互动机会。另一位受访者分享了虚拟试衣体验 Dior New Look 的经历，认为这种方式让自己对经典设计有了新的认识，也对服装立体裁剪有了新的理解；而一位受访者提到，线上展览最大的好处是降低地域限制以及观展方便，同时也希望线上与线下展览能够结合得更好。

4.4 研究结果综合讨论

本研究调查结果与已有研究有一定相似之处。Reiley 和 DeLong（2023）指出，实体观察和数字图像能够对服装学习提供不同帮助。Smith-Glaviana（2025）也讨论到数字视频导览在学生观展体验中的作用。再者，受访学生不只关注服装设计及其制作过程，也重视互动体验，并且更愿意把数字展示和实体展览放在一起使用。根据以上研究，也考虑到这些需求，本文会从展览内容、互动体验以及数字与实体展览结合三个方面，来提出优化建议。

5 艺术博物馆时装展览参与优化路径

5.1 深化展览内容策划

从问卷与访谈结果看，受访学生对于服装的设计理念、材料工艺及文化背景，均存有一定兴

趣。目前，部分时装展览已经以多种方式介绍服装的创作过程。因此，内容策划可进一步尝试不同叙事角度。例如，除展示最终成品外，设计过程中被修改或放弃的方案也值得被关注，其目的在呈现设计师的创作思考理念。同时，将服装与相关艺术作品、社会文化议题进行联系，可使观众不只了解服装的制作过程，还能从不同角度认识其设计理念及文化意义。

5.2 优化实体参与体验

问卷结果显示，56.9%的受访学生偏好动手体验。这一数据表明，实体展览在提供观赏机会之外，也需关注学生的实际参与需求。博物馆可围绕展览主题，开展服装工艺体验活动，借助教学样本、复制品或学生自带衣物，让学生通过简单操作、面料比较或修补体验，对服装的材料与制作工艺加以了解。此外，博物馆与高校进行合作也可作为尝试。将展览内容延伸至学生的创作实践，并经由成果展示和交流，使学生获得表达自身理解的机会。此类参与方式将不只停留于观看展品，而是让学生在实际操作与交流中，进一步认识服装设计。

5.3 加强数字资源与实体展览的衔接

本研究显示，66.7%的受访学生希望实体展览能够结合线上资源，62.7%的学生则希望增加线上线下相结合之互动活动。目前，已有博物馆尝试以线上专题展与数字导览来补充实体展览中的内容。例如，纽约 FIT 博物馆在 2025 年《All That Glitters...》展览中，设置了长期开放的线上专题，使观众在离开展厅后仍可了解相关藏品（The Museum at FIT，2025）。借鉴这一做法，博物馆可为重点展品提供可持续访问的数字资料，包括设计档案、访谈及制作影像等。从而使学生于现场观察实物之后，还能通过线上资源继续研究，并将相关内容用于课堂讨论或自主学习。

6 结论与研究局限

6.1 研究结论

本研究通过 51 份有效问卷及目前留存的 3 份半结构化访谈资料，对高校学生在艺术博物馆时装展览中的参与偏好进行分析。结果发现，学生一方面关注服装的设计理念、材料工艺与文化背景；另一方面，也对 VR/AR、虚拟试衣及动手体验表现出兴趣。此外，58.8%的受访者更倾向把数字学习与实体展览结合起来。综合上述研究结果，吸引高校学生参与时装展览，并不能只依靠数字技术；展览内容与实际体验同样重要。基于这一发现，博物馆在策划展览时，应充分考虑学生的兴趣与学习需求，实现数字资源与实体展览的合理融合，而非单纯增加技术设备。

6.2 研究局限与未来展望

本研究采用非概率抽样，样本数量有限。受访者多为硕士研究生，专业背景主要集中艺术与文化管理相关领域。因此，研究结果不宜直接推广至所有高校学生。另一限制是，部分原始问卷数据及 1 份访谈记录未能保留，使得后续的数据核对与分析受到一定约束。与此同时，本文提出的部分优化建议也尚未经过实践检验，其实际效果仍有待进一步验证。后续研究或可扩大调查范围，同时加入实地观察与观展反馈，进一步分析不同展览方式对学生参与及学习体验的影响。

参考文献

Falk, J., & Dierking, L. (2000). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning.* AltaMira Press.

Jung, T., tom Dieck, M. C., Lee, H., & Chung, N. (2016). Effects of virtual reality and augmented reality on visitor experiences in museums. In A. Inversini & R. Schegg (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2016* (pp. 621-635). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28231-2_45

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533–544. https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y

Reiley, K., & DeLong, M. (2023). The Student Learning Experience: A Case Study in Object-Based Learning. *Clothing and Textiles Research Journal*, 41(1), 57-70. https://doi.org/10.1177/0887302X221131035

Smith-Glaviana, D. (2025). University Students' Experience of a Digital Fashion Exhibition: Engagement, Embodiment, and Object-Based Learning. *Clothing and Textiles Research Journal*, 43(1), 32-47. https://doi.org/10.1177/0887302X231161641

Veal, A. J., & Burton, C. (2014). *Research Methods for Arts and Events Management*. Pearson Education.

Hein, G. E. (1991, October 15–22). Constructivist learning theory. In *Proceedings of the International Committee of Museum Educators (CECA) Conference 1991* (pp. 1–10). Jerusalem, Israel. http://beta.edtechpolicy.org/AAASGW/Session2/const_inquiry_paper.pdf

The Museum at FIT. All That Glitters... [EB/OL]. 2025 [2026-10-15]. https://www.fitnyc.edu/museum/exhibitions/all-that-glitters/index.php

Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Museum 2.0.

University Students' Participation Preferences in Fashion Exhibitions at Art Museums and Strategies for Improvement

Xinran Yang Cheng Lin

Abstract

With the digital development of museum exhibitions, college students ' demand for participation in fashion exhibitions has received increasing attention. Based on the summary data of 51 valid questionnaires and 3 retained semi-structured interview data, this paper uses descriptive statistics and thematic classification methods to analyze the participation preferences of college students in exhibition content, interactive experience and digital and physical integration. The study found that the students paid attention to the design concept, material technology and cultural narrative, showed interest in VR / AR, virtual fitting and hands-on experience, and most preferred the combination of digital and physical learning methods. Based on this, this paper puts forward suggestions on content planning, interactive experience and digital resource integration, so as to provide reference for the exhibition management of art museums.

Keywords: Art Museums; Fashion Exhibitions; University Students; Participation Preferences; Digital and Entity Fusion