

中文摘要

博物馆旅游在文化旅游中占据越来越重要的地位，博物馆展品及其陈列涉及复杂的专业知识，且游客对于解说系统的要求也越来越高。解说具有教育、引导、提供信息、增强体验效果的功能，是沟通博物馆、展品与游客之间的重要桥梁。解说服务作为博物馆管理的重要环节，解说效果既是影响游客体验的重要因素，同时也检验博物馆服务的重要指标。

本文在总结国内外博物馆解说现状的基础上，阐述了博物馆、旅游解说、博物馆旅游解说系统等相关概念，提出了博物馆解说系统的构成要素，并对博物馆解说效果评估内容、方法进行了系统的论述。以湖南省博物馆的马王堆汉墓出土文物常设展厅为研究范围，通过深度访谈、问卷调查，对博物馆人员和游客对博物馆解说系统的重要性认知进行比较；利用前一后测技术，通过描述性统计、均值比较、独立样本T检验、配对样本T检验，IPA方格图等方法进行统计分析，从解说媒介和知识获得两个层面对解说系统效果进行评价。

本文的主要结论是：知识的传播与教育是博物馆的解说核心功能，教育功能的焦点从传统教育向休闲教育转移；博物馆方和游客在解说各媒介要素重要性认知存在一定程度的差异；湖南省博物馆解说系统对游客知识获得有显著成效。在此基础上建议湖南省博物馆完善解说系统“导引”功能；科学的安排服务时间，提高服务技术水平；丰富解说牌的解释内容；解说折页是提升解说效果、游憩体验不可或缺的重点。

关键词：博物馆；解说效果评估；游客体验；知识获得

Abstract

Museum Tourism occupies more and more important position in Cultural Tourism. Museum exhibition and displays involve the complicated professional knowledge, and tourists' requirements for interpretation system are increasing. Interpretation has the functions of education, guidance, information and recreation experience. therefore, it works as a liasion between musuem and tourists. Interpretation service plays an important part in museum management. The effect of interpretation is not only an important factor in influencing visitor's experience, but also an important index for examining museum's services.

This paper explains the concepts of museum, tourism interpretation, museum's interpraiaon, based on the review of domestic and foreign literatures on museum's intepretation. The article proposes constituent elements of museum interetation system which consists of interpretaton resources, tourist provision, interpretation media, interpretation receivers. The article explains the museum interpretative's effect, assessment content and methods. This paper takes the research in Mawangdui Han Tomb permanent exhibition hall. This study assesses the effect of museum interpretation from the angles of visitors' experience and knowledge obtainment and compares museum suppliers and visitors' recognition of the importance of interpretation systems. In-depth interviews and questionnaire survey are adopted through pre- and post-visit way. Statistical analysis ways are Descriptive statstics, the mean comparison, independent samples T test, paired samples T test and IPA.

The paper draws the following conclusions: The dissemination of knowledge and education are core functions of museum interpretation,

and the focus of educational function shifts from traditional education to leisure education; museum and the tourists have differences perception about the importance of different interpretation media playing; visitors give a positive appraisal for the Hunan Provincial Museum's interpretative effect, but consider that some of the interpretation media still needs to improvement; Hunan Provincial Museum interpretation system has achieved great effect in the aspect of tourists knowledge-obtained. There is a significant distinction between having guide group and non-guide group for the effect of knowledge-obtained. The recommendations are following: improving the museum interpretation system's guiding function; scientifically arranging interpretation time and improve the interpretation service skill and enhancing the interpretation content. Besides, interpretation foldout is an important focus to enhance the interpretation effect and visitor's recreation experience.

Key words: museum; evaluation of interpretation effect; knowledge obtainment; visitor's experience

湖南师范大学学位论文原创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

学位论文作者签名：张茜 2009年6月10日

湖南师范大学学位论文授权使用授权书

本学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，研究生在校攻读学位期间论文工作的知识产权单位属湖南师范大学。同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅。本人授权湖南师范大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

本学位论文属于

1、保密口，在-----年解密后适用本授权书。

2、不保密口。

(请在以上相应方框内打“√”)

作者签名：张茜 日期：2009年6月10日

导师签名：夏以才 日期：2009年6月10日

1 导论

1.1 研究背景与意义

博物馆旅游,就是以博物馆为载体的旅游产品或旅游活动形式。博物馆旅游是近几十年来国内外逐渐兴起的一种新兴旅游形式,它使得旅游活动由一般的游览观光上升到高文化含量的游憩活动。据统计,世界三大博物馆之一的巴黎卢浮宫每年吸引着数百万游人前来参观,2002年共接待570万名参观者,其中外国人占66%;历史上参观人数最多的2000年游客量达到了610万^①。随着社会及旅游业的发展,博物馆同旅游业将会更加紧密地结合起来。博物馆旅游则提供了一种保护和利用相结合的合理方式。它在保护各类历史文物的同时,提供给旅游者高品位的文化旅游体验,极大地发挥了博物馆社会教育的潜能(戴昕,2007)^[1]。

改革开放后,中国博物馆事业发展迅速,办馆主体也日趋多元化。1978年,全国文物系统有博物馆349个,2004年增长到1552个。全国各类博物馆总数目前已达2300多个,每年举办陈列展览近万个,观众1亿5千万人次以上^②。现在基本实现每个中等以上城市拥有一座功能齐全的博物馆。从我国旅游业起步以来,博物馆一直作为一种重要的旅游资源,丰富着各地的旅游产品。对于日渐成熟的国内旅游,人们对于博物馆旅游的需求会随着人们文化素质的提高会越来越强烈。博物馆成为游客增长知识、休闲、娱乐的重要场所(李瑛,2004)^[2]。随着中国博物馆的免费开放,博物馆旅游作为一种重要的旅游形式,在旅游中占据着越来越重要的地位。由于博物馆的收藏展品多涉及专业知识,相较其他旅游目的地而言,游客对于解说系统的需求更为依赖,博物馆是否充分发挥其应用的功能,与博物馆的解说系统密不可分。此外,解说服务的质量高低也可能影响游客参观质量。博物馆的解说系统正是展现博物馆教育功能,参观者有时候看不懂展品的内容,博物馆解

①资料来源:王敬诚.法卢浮宫跻身世界接待参观者最多的博物馆行列[DB/OL]
<http://news.sina.com.cn/w/2003-01-03/214226447s.shtml>, 2003-01-03

②资料来源:姚玉洁 裴闯中国博物馆数量超2300个,特色博物馆体系初形成[DB/OL]
<http://www.china.com.cn/chinese/kuaixun/980139.htm>, 2005-9-24

说的功能是让观众、博物馆与展品之间产生连接，良好的解说可以诱发观众的兴趣，不但是博物馆与观众间的桥梁，也是活化博物馆功能的重要因素。

随着文化旅游的迅速发展，现代博物馆已不仅仅是知识的殿堂，更是游客寓教于乐的休闲游憩场所。而解说服务，便是博物馆实现其功能、信息传达的桥梁。另一方面，也有助于管理者向游客传达博物馆设立的宗旨和意义。解说服务也因其重要性而成为博物馆经营与游客体验的指标之一。因此，解说服务无论是对游客还是对管理人员都意义非凡。

位于湖南省长沙市的湖南省博物馆，创办成立于 20 世纪 50 年代初，馆藏文物丰富，尤以蜚声中外的马王堆汉墓文物、商周青铜器、楚文物、历代陶瓷、书画和近现代文物等最具特色，是湖南省最大的综合性历史艺术博物馆。每年吸引数十万中外游人前来参观，是他们了解湖湘文明进程、领略湖湘文化奥秘的重要窗口。对湖南省博物馆的解说系统研究，对于其他旅游地博物馆解说系统具有重要的借鉴意义和指导意义。

因此，如何让游客通过解说服务，达到知性，感性与休闲兼具的游憩体验，评估解说效果，对博物馆功能的实现和提升，就显得格外重要。博物馆方为了服务游客，提供解说牌、解说手册、解说折页、学习手册、视听多媒体、模型标本、剧场或科学教室、语音导览系统、解说员等各式各样的解说服务。每年馆方在解说服务工作上所投下的经费、时间、人力、物力等不尽其数，但却少有可以量化的解说效果评估可供参考。因此，往往造成效益不明确的现象。解说评估是确认解说品质的方法，辨识优缺点，并且了解成效的高低，其目的都是为了改进解说效果。目前，世界上许多博物馆，都把效果评估作为博物馆工作的重要组成部分。从不同的角度进行评估，例如，针对展品的设计、开发（进行过程评估）、展览规划、（进行战略评估）、观众调查、教育效果（进行效果评估）、从游客反应的角度进行评估。类似对公益事业及项目的评估有很多，美国、加拿大的一些评估杂志上经常发表一些评估界的理论探究和评估实践方面的文章。博物馆的解说效果评估是个很重要且基本的问题，然而国内在这方面理论性的文献有限，评估无论是从展示的过程、计划、组织上还是从解说效果上都进行很少，这可能与我国博物馆的

管理体制和运行机制有关，但也充分说明，我国对公益事业的效果评估是不太重视的。所以，很有必要针对这一问题作深入的探讨，这对解说效果的研究具有实际的意义。本课题正是在这种大背景下，进行研究。通过本课题的研究，为博物馆评估尤其是常设展览的解说功能的评估，提供理论准备和经验借鉴。

1.2 研究综述

1.2.1 国外研究现状与成果

1.2.1.1 国外旅游解说研究概述

到目前为止，国外关于解说的研究比较成熟，已经形成了较为完善的体系。他们设有专门的解说学科、解说职业、解说协会，拥有大批的解说研究专家和大量的解说书籍、期刊、网站。国外的解说主要运用社会学、游憩心理学、行为学、教育学等多学科交叉的研究方法，进行大量问卷调查与统计，研究案例包括旅游目的地解说、国家公园、历史遗产地、游憩地、地质公园、博物馆、艺术馆等（吴必虎等，2003）^[3]。

目前国外旅游解说研究内容主要有四个方面：解说目标、解说功能、解说受众、解说方式，并在这些方面都取得了一定的成就。

（一）解说目标的研究

解说目标的研究是随着时代发展和解说内涵发展而不断扩展的。解说的目标是进行解说系统规划和功能评价的基础，为此，众多学者都对此进行研究并提出了各自观点。（Sharp, 1982; Knapp, 1994; Hall&McArthur, 1993; Susan, 2004）^[4-7]。其中，Sharp(1982)做出了很大的贡献，他认为解说的目标包括三点：帮助听众对造访地形成关注、鉴赏和了解景区；实现保护游憩资源；促使公众理解管理机构的目标和方针^[4]。

（二）解说功能的研究

（1）旅游解说能增加游客经历和体验功能

早期人们对解说的理解，仅仅局限于它是一种活动体验，关注在它的娱乐性和传达信息的功能。（Moscardo&Pearce, 1986）^[8]。

（2）旅游解说的管理功能

旅游解说不仅可以为游客提供愉快的旅游经历，而且有效的旅

游解说可以作为间接的景区管理工具,对游客进行引导和主动而隐性的管理,从而促进景区的可持续发展。(Moscardo, 1986; Ham, 2002; Earnest, 1996)^[8-10]。

(3) 旅游解说的经济功能

有学者认为旅游解说是一种公益性的教育活动,很难给景区带来经济效益。针对这一观点,许多学者通过自己的研究,对这一观点进行了驳斥,认为旅游解说也能带来经济效益。(Cable 1984^[11]; Able 1991^[12]; Ham 2002^[9])。

(三) 解说受众的研究

研究者根据不同依据,将解说受众进行分类。Ham (1992)

根据动机,强迫型听众(Captive audiences)、自愿型听众(Non-captive audiences)^[13]。Moscardo等人(1996)则从心理学角度把游客分为留心型(mindful)游客和无意识型(mindless)游客^[14]。Stewart(1998)将游客划分为四种类型:信息搜寻者(seekers)、信息受阻者(stumblers)、信息从属者(shadows)、信息避让者(shunners)^[15]。

(四) 解说方式的研究

另一项研究者较为关注的领域在于解说方式,包括解说媒体以及解说技巧的选择。恰当的解说方式是实现解说目的,实施解说效果的关键。对此作出研究的学者包括 Cherem (1977)、Nichols (1985)、Hanna(1986)、Pierssene(1999)等^[16-19]。

1.2.1.2 国外旅游解说效果评估概述

国外解说系统有效性的研究相对比较早,并有了许多相关的专著。例如:Uzzell 在其著作《目前遗产和环境解说中存在的问题:问题和前景》(Contemporary Issues in Heritage and Environmental Interpretation: Problems and Prospects)的最后一部分中研究解说的评估,包括评估的类型、评估中的有效性、可靠性和偏差;以及具体的评估技术^[20]。

(一) 评估的指标研究

将解说服务对游客行为的影响分为知识、态度和行为三层面。知识的层面是将重点摆在增加了解(understanding),因为了解之后,才有适当的行为,故通常被定义为学习(learning)。态度的层面取决于是否能去欣赏,解说活动是否达到使游客欣赏资源的目标,通常

根据游客的态度是否改变而定。行为的层面着重于是哪一种方式是能有效鼓励游客的适当行为,希望游客能产生爱护环境的行为和态度。对此作出研究的学者包括 McDonough & Lee (1990)、Bitgood (1994) [21-22]。

(二) 解说效果的评估方法研究

Screven (1990)针对展览品建立了一个完整的评估过程模式,包括展览前评估(front-ends)、安置过程评估(formative)、安置结果评估(summative)等[23]。Jacobson (1991)从评价问题、证据来源和指示物/标志等二个方面,提出了评估矩阵[24]。Dierking 和 Pollock(1998)通过阐述如何使用案例来进行事前评估(front-end),并阐明了事前评估的意义[25]。Cherem(1973)进行一项游客对自然步道反应的调查,发现游客所拍的照片能反映出哪一部分的步道最能吸引游客[26]。

Roggenbuck(1979), Roggenbuck and Passineau(1987), Morgan and Jarrett(1994), Morgan(1995)等人,曾分别利用前测及后测的现地实验设计(field experiment design)方法探讨解说效果[27-30]。

(三) 对比解说媒介表现来测量知识获得研究

Uzzell(1998)通过对博物馆的不同的解说媒介行评价,提高了馆内解说的效力[31]。Krause(1969)在研究主题宣传及其对解说活动参与率的影响中发现,各个主题活动游客的数目可用来测试特定主题的成效[32]。Dutcher and Asmuss(1970)利用访谈及观察的方法,来确定解说的成效[33]。Cherem (1977), Martinkovic (1977)研究了口头解说与非口头解说对听众接受信息的重要性[34-35]。Nichols (1985)不仅记录了自导式解说路径对自然历史知识转变成人们能够接受的信息的有效性,同时确定了听觉的交流设施是解说中最有效的媒介工具[36]。Hanna (1986)以可视性设备对游客传达的信息效果进行了评估[37]。Johnston (1998)指出,游客看标示牌的时间与游客对标示牌示内容兴趣有直接关联[38]。Veverka (1997)通过实证得出,交互式解说媒介与一般的解说媒介相比,可以取得更好的解说效果[39]。Ryan 等人(1995)通过对国家公园内的解说人员进行分类,并对接受不同级别人员解说的游客在刚刚接受解说以及数月后的记忆与理解情况进行问卷调查,对比出游客前后知识获取与记忆存储的差异,间接测试出不同级别的解说者的交流技巧[40]。

(四) 从态度和行为方式的转变层面研究

Olson(1983)不仅通过对比解说前后游客对保护区管理理念的理解程度和态度的差异分析出某种解说教育模式的有效性,同时利用相关性分析证明游客对保护区管理的理解与其自我行为管理之间具有很强的相关性^[41]。

Rice(1991)把环境解说作为城市设计的辅助手段,通过开发城市“绿带”公园(greenline park),不仅限制了私人的开发行为,同时利用环境解说鼓励居民的正常游憩行为,增进居民对历史、文化与风景的理解,达到资源管理、风景质量与自然栖息地保护的目的^[42]。

1.2.1.3 国外博物馆解说效果的研究

国外对博物馆解说系统研究起步较早,研究范围已涵盖展品的陈列、观众注意力研究与观众的互动、观众的学习效果、展品与观众的关系等内容。引用的理论主要集中在环境教育学、环境心理学、社会行为学、管理学等领域,作为人文地理学和环境心理学研究热点的场所感理论和社会认证理论更是成为解说研究的新视角。

(一) 从行为层面测量解说效果

Edward Robinson and Arthur Melton (1928) 他们利用观察法在美国的一些博物馆里进行研究观众行为,研究学生团体在参观博物馆时的学习效果。他们在研究中还首次引入了时间概念,通过研究观众参观的时间及时间分配来研究陈列的效果^[43]。Robinson (1931) 还提出了吸引力(attractive power)和持续力(holding power)的概念^[43]。Robinson 和 Melton 的研究对后来的观众研究产生了很大的影响,他们的吸引力和持续力至今仍然是研究观众行为和陈列效果的两项重要指标。Shiner 和 Shafer (1975) 在纽约的艾迪若迪克博物馆所作的调查发现,观众花在观看展示和聆听解说的时间大约占其总参观时间的 15%~64%^[44]。Bitgood(1994)以驻足人次与观看时间分别应用于吸引力指标和持续力指标^[22]。

(二) 对比不同解说媒介效果

Alma (1949)在英国剑桥大学考古与人类学博物馆分别对 96 位女性观众和 118 位学龄儿童做了对比研究。她分别将观众置于两种不同风格的解说媒介中,在观众参观之后,通过填写问卷和访谈的方法了解观众对不同解说媒介的看法和反映,以找出不同风格的展览对观众是否产生不同的作用和影响,最后就如何提高解说效果提

出建议^[45]。

Tony Walter (1996)对罗马巴斯博物馆的电子导游和解说系统进行了研究。通过对使用电子导游系统的游客行为进行调查研究,发现游客沉浸于电子导游系统中,与同伴以及博物馆物品的信息交互却下降了。电子导游系统投入使用后,参观人数也较以前的人工导游有所减少^[46]。

Stephen Clews (1996)对托尼·沃特(Tony Walter)的某些观点提出了异议,认为好的解说能够加强对旅游者的信息传递。文章论证了在声音系统的导引之下,发生变化的只是游客观赏博物馆物品的方式,他们的观赏更为专心,更有兴趣,观赏的物品更多,在每件物品前的停留时间更长,而并非观赏水平下降^[47]。

HO(1993)研究博物馆成人观众使用不同解说手册的学习效果,以十个问题,评估使用问答式手册、叙述性手册及没有使用手册对观众学习效果的影响,研究表明有使用手册者比没有使用者更专注欣赏展品^[48]。

1.2.2 国内研究现状与成果

1.2.2.1 国内旅游解说研究的现状

我国对解说系统的研究尚处于起步阶段,关于解说系统的论文、著作在20世纪90年代之前鲜见于各期刊报纸。近年来,随着旅游规划、景区管理、饭店设计等学科的发展,旅游解说系统的研究开始受到学者的重视,逐渐见诸文献,尤其是2004年关于这一方面的论文如雨后春笋般地呈现出来。通过中国期刊网搜索1994~2008年之间的解说类论文有2640篇,与旅游解说相关的有94篇,其中2008年29篇,2007年30篇,2006年有32篇,2005年19篇,2004年有12篇。可见目前我国旅游解说研究虽然数量不多,但前景可观并正处于快速发展时期,受到越来越多学者的关注。总的看来,我国解说研究除了台湾地区有一部分研究外,大陆相关研究不多,内容多局限在解说系统的规划与设计,广度和深度上都有待进一步研究探索。国内解说研究的主要内容有:

(1) 对其他国家和地区解说研究的总结(吴必虎等,1999;2003;唐川,1999;胡宏友,2001;陶奎元,2001;王民,2005;唐鸣嫣,2006;等等)^[49-54]。

(2) 旅游解说系统规划设计的个案研究(王辉, 2004; 唐伽拉, 2003; 杨强和杨振之, 2004; 罗芬等, 2005; 张静等, 2005; 孟明浩等, 2005; 于曦颖, 2005; 姜红莹和杨美霞, 2006; 周可华等, 2007; 罗燕, 2008; 张建萍, 2008)^[55-65]。

(3) 对解说系统要素, 包括解说牌、语言问题的研究(沈宝辉; 2005; 钟永德和罗芬, 2006; 王淑芳等, 2004; 郝臻, 2006; 王淑芳和谷慧敏, 2006; 洪艳, 陶伟; 2006)^[66-71]。

台湾地区的旅游解说研究在我国处于领先地位。台湾解说研究集中在五个领域: 解说效果、解说服务、解说规划、解说员解说行业的发展。研究对象主要是景区游客, 也包括高校教师、大学生、小学生等。

总体说来, 我国除台湾地区以外, 关于解说的研究仍处于起步阶段。目前主要还是对国外经验的总结和对解说系统本身规划要素的探讨。

1.2.2.2 国内旅游解说效果评估研究

刘改芳(2008) 文化遗产类旅游景区解说系统评价——以平遥古城为例。该文章以到平遥古城游览, 以自行使用解说系统的国内外游客为调查对象, 在平遥古城景区对游客进行了访谈, 考察了游客的性别、年龄、受教育程度和职业等四项社会特征。主要了解游客对解说系统的需求要素, 总结出九项关于解说系统的要素进行问卷设计^[72]。

张建国(2006) 杭州西湖景区解说标识系统初步研究。该文章评估了解说牌的效果。以实地调查和问卷调查为手段, 对西湖景区的解说标识系统的设置与使用情况进行了调查与分析, 并针对存在的问题, 提出了相应的改进建议^[73]。

江宁, 陈建明(2006) 从游客涉入角度对生态旅游景区解说系统满意度研究, 评估了岳麓山的解说效果, 是从游客满意度的角度进行评估其解说效果的^[74]。

台湾方面, 台湾方面的解说效果评估中, 大多研究都是以接受解说者的反映为指标, 其反映有游客的满意度、知识层面或者受测者的态度和行为是否改变为主要评估方向。近年来也注意到是否提升游客的游憩体验的角度进行评估。并且大部分研究都是针对一般

游客为抽样对象，有些也会为研究因素而特别区别母体特性，或者划分前测-后测和实验组-对照组做研究，甚至是指定特别的群体为研究对象，例如钟昌修（2002）测试解说折页对小学生的效果^[75]。

知识获得：主要测量游客对信息的记忆力和理解力（张诗悌等；1997；吴春秀，1996；杨婷婷等 1996；吴凤珠，1995）^[76-79]。

情感测量：评估游客在参观后，其态度、兴趣受到影响的情形。满意度是一个重要的指标。满意度（王德昌，2007；Shiuh-Nan Hwang & Chuan Lee，2005），态度（蔡喜信，2002；吴丽玲，2000）^[80-83]。

行为测量：着重于那一种方式是能有效鼓励游客的适当行为，希望游客能产生爱护环境的行为和态度。主要是观察记录游客的外显行为，观察游客停留的时间长短或者采用衡量测量。（陈淑宝，2004；陈茵美，2004）^[84-85]。

1.2.2.3 国内博物馆旅游解说研究的现状

通过搜索中国期刊网，1994年到2009年的博物馆解说方面的论文，博物馆解说论文6篇，解说硕士论文1篇，大部分为2005年以后出现。

关于解说媒体的探讨，如张润峰、孙桂茹（2002）从技术控制的角度，研究了“九一八”历史博物馆智能分区解说系统^[86]。洪艳、陶伟（2006）以西汉南越王博物馆为例，就游客对于解说媒体的需求进行了研究^[71]。孔旭红（2008）从场所依赖的角度讨论了博物馆解说系统的构建。指出除了通过硬件设施的建设、对于资源的解说来建立场所依靠之外，还要通过社会交往、文化认同等社会和心理因素建立旅游者对于博物馆的场所认同，并由此解决博物馆长期以来的冷清现象^[87]。辛儒（2008）开发博物馆旅游解说经营管理服务功能^[88]。黄萍（2008）试论如何提高专业性科技博物馆讲解员的解说水平^[89]。曾申（2007）游客对博物馆解说员解说服务满意度研究。该文是以游客在博物馆的休闲游憩体验为切入点，通过调查游客对博物馆解说员服务的期望及对现状的满意程度就游客相关属性探讨其与游客对解说员解说服务满意度影响因素之间，以及各影响因素之间的相互关系，依此提出提高解说员解说服务质量的对策^[90]。

目前，在台湾地区，例如吴忠宏、江宜珍（2003）对解说的媒介效果进行了研究。以高雄科学工艺博物馆为例。探讨博物馆游客

的社会经济背景、参观动机、对解说媒体的满意度及各变项间之关系。结果显示游客最喜欢的解说媒体依序是解说员、导引手册、视听多媒体、解说牌^[91]。吴忠宏、黄宗成、蔡淑惠（2000）评估台湾国立自然科学博物馆展示设施对国中生的解说效果，并以生命科学厅为研究范围。该文章采用了三个标准来对展示设施的解说效果界定：知识增长（前测-后测成绩差）、满意度、重游意愿。并探讨了学习效果与国中生对不同的展示单元、展示内容及展示手法的偏好程度的关系^[92]。萧乔茹（2006）研究了PDA行动数位导览解说效果，利用非PDA导览组与PDA导览组相比较，探讨游客参观博物馆后在知识获得与兴趣测量差异情形^[93]。

国内由于博物馆旅游解说服务的辅助性、隐蔽性、零碎性等特点，长期以来没能引起研究者和管理者的足够重视，致使旅游解说研究理论和研究方法有所欠缺，有关博物馆解说效果评估的研究不多。只有零星几篇是从解说的单一媒介，解说员、解说牌进行评估，基本上都是应用满意度理论。引入国外成熟理论与方法来充实我国博物馆解说系统研究体系就具有一定的必要性和紧迫性。

1.3 研究目的与内容

1.3.1 研究目的

以博物馆解说而言，参观者可以自行决定花费的时间与参观的形式，而这些主观的意识和展示规划者的期待之间，可能会存在一定程度的落差(Ham, 1992)^[94]。为了要了解展示对观众产生的效果，有关展示的解说效果评估研究因应而生，甚至在欧美国家已进行了将近一世纪之久(Hood, 1992)^[95]。本研究以湖南省博物馆的马王堆汉墓常设展厅为研究范围，评估博物馆解说系统的效果。以博物馆解说系统各要素为研究对象，了解博物馆方与游客重要性认知差异，分析研究博物馆解说系统的功能。本研究尝试从游客体验、知识获得两个层次来评估博物馆的解说效果。具体的研究目的如下：

（一）以湖南省博物馆为例了解游客社会经济背景、参观特性。

（二）比较博物馆方和游客对解说各基本功能要素和各媒介要素在重要性认知方面的认知差异情形。

（三）对比研究游客对解说基本功能和解说媒介需求（重要性）与实际表现的差异程度。

(四) 对比游客在接受解说前后在知识获得上的差异情形。

(五) 对比有无解说员在知识获得上是否具有显著的差异。

1.3.2 研究内容

本文的研究内容主要包括五个部分。

第一部分：绪论，介绍本研究的选题背景、文献综述、研究目的、研究内容、研究思路和研究方法。

第二部分：相关理论阐释、概念界定、解说系统的构成及解说效果评估内容、方法介绍。

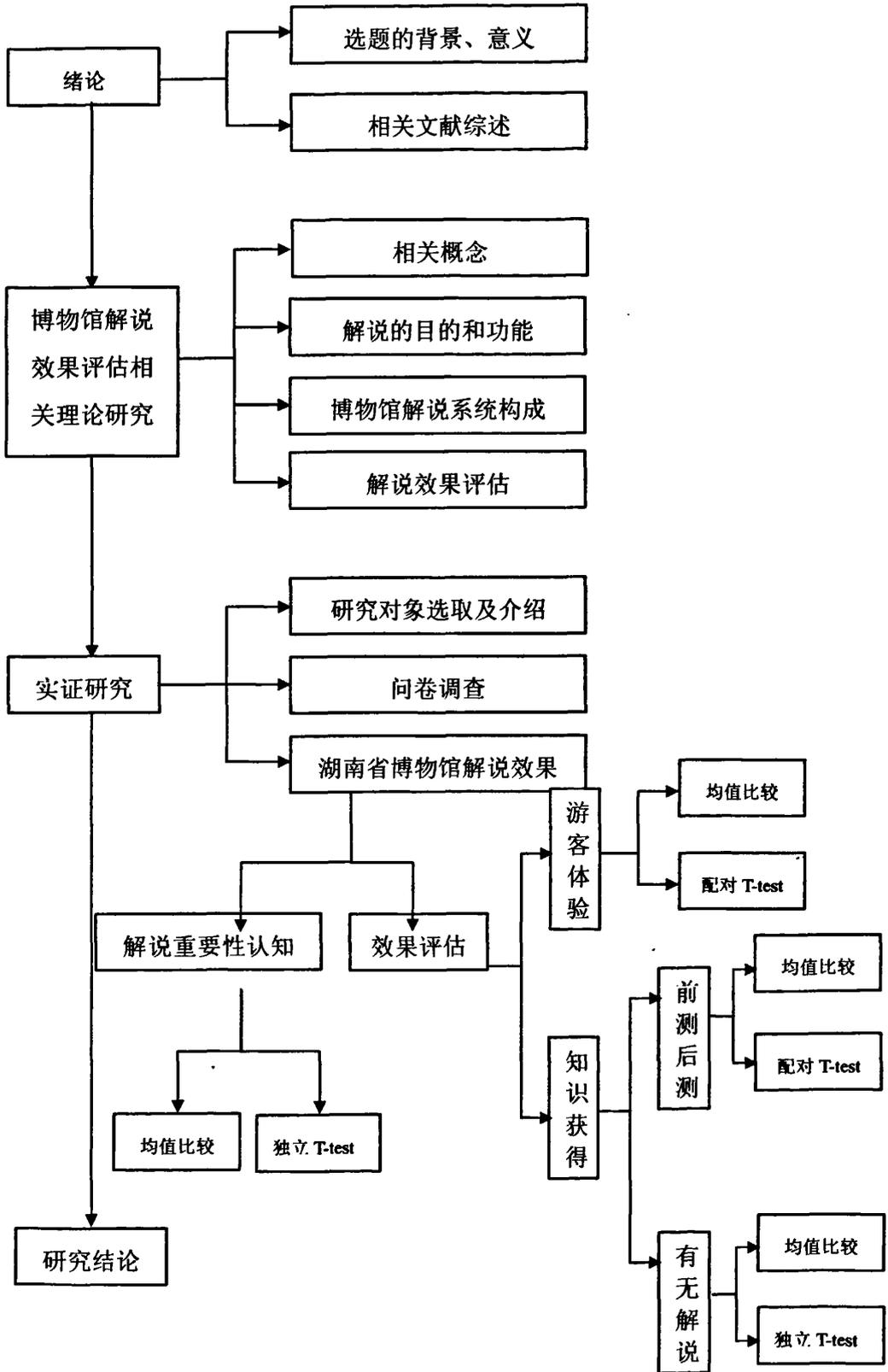
第三部分：案例研究。首先，研究对象与研究设计的介绍。其次，问卷的编制，抽样设计和调研过程。最后，数据的分析方法。

第四部分：研究结果分析，在博物馆方和游客问卷调查的基础上，运用统计软件对结果进行数据统计分析。比较博物馆方和游客对解说各基本功能要素和各媒介要素在重要性认知方面的感知差异（运用均值比较和独立样本 T-test，剖析两者差异的显著程度）。对比研究游客对解说基本功能和解说媒介需求（重要性）与实际表现的差异程度（运用均值比较，配对样本 T-test，IPA）。对比游客在接受解说前后在知识获得上的差异情形（运用配对样本 t-test）。对比解说员在知识获得上是否具有显著的差异（采用独立样本 t-test 分析）

第五部分：研究结论与展望，得出研究结论和建议，指出研究局限和今后的研究展望。

1.4 研究思路和研究方法

1.4.1 研究思路



1.4.2 研究方法

本文运用的主要研究方法有以下几种

(一) 文献综述法: 文献研究是本研究的起点, 通过对文献的研究与吸收, 为实证研究打下基础。本文的文献检索主要来自于学校的图书馆中外文电子全文数据库、维普全文数据库、清华学术期刊网等、网络检索等搜索引擎、书籍报刊阅览, 另外还有一些文献通过湖南省图书馆查阅和新华书店购得。通过上述途径, 对国内外旅游解说系统、解说效果、解说效果评估相关的文献展开广泛阅读并进行综述。此外, 阅读部分还包括社会统计学、数理统计等相关学科的专业文献, 为实证分析打下基础。

(二) 访谈研究方法: 在文献研究的基础上, 确定博物馆解说系统构成要素, 通过访谈部分游客和博物馆方, 提出博物馆解说服务效果评估的具体指标和假设, 并通过征询专家意见, 对其进行初步修改, 主要是筛选重复和不恰当的因素, 并对各因素的表述进行修改, 便于问卷调查的顺利进行。

(三) 问卷调查法: 通过问卷调查获取第一手资料, 并数据进行分析和研究, 总结其中的规律, 并得出相应结论。

(四) 实证研究方法: 实证研究通过收集的数据, 揭示事物发展变化的状态, 验证假设模型, 为问题的阐释和解决提供依据。

(五) 统计分析的方法: 本研究通过把背景资料和问卷收集来的数据进行数理分析, 即充分利用 spss 和 excel 等软件进行数据的采集、分析, 以统计数据 and 大量图表的形式加以体现, 而通过这些数据进行数理统计分析后得出的结论。

2 博物馆解说效果评估相关理论研究

2.1 相关概念

2.1.1 博物馆

（一）博物馆的定义

1946年，国际博物馆协会在巴黎成立。在章程中对博物馆作了如下规定：“博物馆是指向公众开放的美术、工艺、科学、历史以及考古学藏品的机构，也包括动物园和植物园，但图书馆如无常设陈列室者则除外”。

1962年国际博物馆协会章程对博物馆又作补充规定：“以研究、教育和欣赏为目的，收藏、保管具有文化或科学价值的藏品并进行展出的一切常设机构，均应视为博物馆”。

1974年6月，国际博物馆协会于哥本哈根召开第11届会议，其章程第三条进一步规定：“博物馆是一个不追求盈利、为社会和社会发展服务的公开的永久性机构。它把收藏、保存、研究有关人类及其环境见证物当作自己的基本职责，以便展出，公诸于众，提供学习、教育、欣赏的机会”。

1989年9月在荷兰海牙举行的国际博物馆协会第16届全体大会通过的《国际博物馆协会章程》第2条再次修改定义为：“博物馆是为社会及其发展服务的非赢利性的永久机构，并向大众开放。它为研究、教育、欣赏之目的征集、保护、研究、传播并展示人类及人类环境的见证物”^[96]。

这是迄今国际上比较通行也相对稳定的博物馆定义。不少博物馆学论著引用这个定义，许多国家确定本国博物馆定义时也往往以此为依据。

根据上述文献，本研究将博物馆定义整理为：博物馆是一个组织和永久性的专业机构，结合人与物的桥梁，以人为本，其主要目的在教育、服务、传达知识、发挥社会教育与促进文化沟通，并增进大众生活涵养。

（二）博物馆的功能和目的

博物馆的基本功能是收藏、研究和教育。《中国大百科全书·博

物馆卷》把博物馆看成收藏机构、宣传教育机构、科学研究机构。欧美比较通行的是博物馆的三E功能：“教育国民、提供娱乐、充实人生”（Education, Entertain, Enrich）。美国纽约自然历史博物馆把博物馆的职能标志画在馆徽上面：“Education（教育）、Expedition（探索）、Research（研究）。”我国学者也认为，博物馆的教育应与娱乐融合在一起，观众来博物馆，许多人是希望能通过赏心悦目的游览，消除疲劳，陶冶性情，焕发精神，以获得文化生活享受的满足(刘芳等, 2006)^[97]。随着现代旅游规模及影响的不断扩大，旅游活动也不断扩大，博物馆在旅游活动中承担了重要角色，承担了文化旅游活动的职能(倪杰, 2006)^[98]。

大致上来说，博物馆的基本功能经整理如下：

收藏（inclosure）：传统上博物馆最主要的功能——收藏有价值的物件，加以保存，或以供欣赏或研究之用。

研究（research）：除了从学术上对收藏物件加以鉴定、阐释外，还包括观众需求、展示设计和参观行为等实用性的研究。

陈列展示（exhibition）：博物馆通常按照性质将所收藏的文物、标本、模型、声光影像媒体等，按照主题作有系统的安排，以活泼生动的方式呈现在观众眼前，进而获得知识，以达到教育的效果。

教育（education）：1984年美国《新世纪的博物馆(Museurns for a New Century)》(倪杰, 2006)^[98]中对博物馆的教育功能有如下描述：“若典藏品是博物馆的心脏，教育则是博物馆的灵魂”。博物馆在许多国家被看作是配合学校教育的第二课堂和成年人理想的终身教育场所。

休闲（recreation）：Donald Adams 和 John Boatright 认为观众是带着度假的心情来参观博物馆，在一个轻松、友善的气氛中享受观赏解说得到的满足感，因此，博物馆越来越注重休闲功能。

可见，博物馆通过对文物的收集和保护达到收藏的功能，提供调查和研究资料达到研究的功能，陈列展示和信息传播达到教育的功能，为人们提供游览和休闲的场所而达到娱乐的功能。

随着社会的发展和博物馆本身的发展演进，现代博物馆的功能也不断扩展，正以多种功能和多种层次服务于社会，对社会发挥着越来越重要的作用。

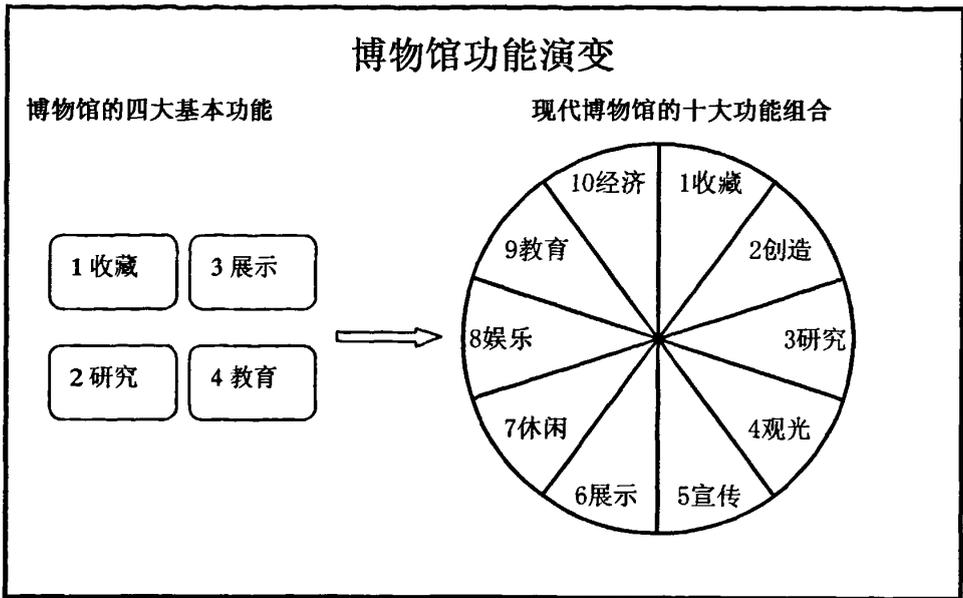


图 2-1 博物馆功能演变图

2.1.2 旅游解说

(一) 解说的定义

解说 (interpretation) 并无公认的定义, 费门·提尔顿 (Freeman Tilden) 在 1957 年所出版的《Interpreting Our Heritage》中所定义的: 解说是一种教育性活动, 其目的是籍着实物、亲身体验或解说媒体来显示某种意义与关联, 而非仅是传递一些表面的知识或事实。台湾环境解说博士吴忠宏认为“解说是一种信息传递的服务, 目的在于告知及取悦游客并阐释现象背后所代表之含意, 藉着提供相关的信息来满足每一个人的需求与好奇, 同时又不偏离中心主题, 期能激励游客对所描述的事物产生新的见解与热诚”^[100]。还有学者认为, 通过解说的独特功能, 实现“资源、游客、社区和旅游管理部门之间的相互交流” (NPS, 1997)^[101]。

(二) 旅游解说的定义

世界旅游组织阐释解说系统是旅游目的地诸要素中十分重要的组成部分, 是旅游目的地的教育功能、服务功能、使用功能得以发挥的必要基础, 是管理者管理游客的手段之一(世界旅游组织, 1997)^[102]。这一定义突出了解说系统的重要性及功能特征。

由上述定义可知道, 解说不只是传递信息而已, 它还有更崇高的目标。藉由解说服务增进游客对于该地区的认知, 欣赏, 提供良

好的游憩体验,进而启发游客对游憩地区产生保护环境的态度与行为;而在经营管理者方面,能达成机构经营管理的目标,并促进游客了解与支持管理者的目标(Sharpe, 1982)^[4]。

2.1.3 博物馆解说

借用 1984 年美国博物馆界名著《新实纪的博物馆(Museum s for a New Century)》中对博物馆的教育意义的描述,我们可以这样来形容博物馆的解说系统:若藏品是博物馆的心脏,解说则是博物馆的灵魂。

美国博物馆协会(AAM)把解说定义:一个博物馆借以执行使命和教育角色的媒介(活动)。这种解说媒体(活动)包括但是不限于:展览、参观、网址、班级授课讨论、学校计划、出版物还有扩展服务。

本研究将博物馆解说定义整理为:博物馆的管理方运用各种媒介传达沟通的一种教育性的活动,将展品的内涵、概念、技法等,以双向的方式沟通,传递信息,阐述现象及其背后所代表的涵义,并协助观众认知体验所参观的环境与资源,为非强制性的观众提供知性体验和有趣的休闲经验的一种服务。

2.2 解说的目的和功能

2.2.1 解说的目的

解说对管理方而言,是一种服务的工作,它是提供信息的服务,导引的服务,教育的服务,启发的服务。

McDonough & Lee(1990)认为解说目的在于游客能因为解说而了解,因为了解而欣赏,因为欣赏而爱护。期能透过解说让游客了解资源的价值和重要性,增加游客的欣赏能力,更进一步促使游客产生爱护资源的心,就是解说基本的目标。

美国国家公园署(U.S National Park Service)关于解说的三句名言,可以让我们对解说的目的有更深刻的理解。它的原话是:Through interpretation, we can understand; Through understanding, we can appreciate; Through appreciation, we can love and protect.即是透过解说,我们可以了解;通过了解,我们能够欣赏;通过欣赏,我们会热爱并采取保护(资源)行动。因此,解说的目的可以用三个词来概括,便是“了解”、“欣赏”,乃至最终的“保护”(NPS, 1997)^[103]。

综上所述,解说服务内容除了包括事实与知识外,其范围可以广及任何与参观场馆(地区)相关的设施,环境,资源,游客及经营管理政策等,目的在使游客获得新知识,并产生热忱,可说是游客与这些资源互动的沟通桥梁,并且有效的解说可以作为间接的景区管理工具,对游客进行引导和主动而隐性的管理。

2.2.2 解说的功能

博物馆教育功能是通过博物馆的解说系统展现出来的,参观者有时候看不懂展品的内容,博物馆解说的功能是让观众、博物馆与展品之间产生连接(余慧玉,1999),良好的解说可以诱发观众的兴趣,解说不仅是博物馆与观众间的桥梁,也是活化博物馆功能的重要因素^[104]。Grinder and McCooy(1985)认为一个完整的解说系统通常具有以下六大功能^[105]:

1. 提供信息的功能(information):解说可提供游客有关展示主题的正确、有趣的信息,对于充实游客的体验有直接的贡献。

2. 引导的功能(guiding):透过解说服务系统引导游客,减少游客初到陌生环境的不安全感,并对所参观地点的历史沿革,环境设施,及参观的游程有完整的认识。

3. 教育的功能(educational):透过解说可让来自不同背景,不同年龄层的游客与展品间发生互动,产生催化作用,除了让游客得到正确的信息外,还能引发其求知的兴趣,引导游客的后续的学习。

4. 娱乐的功能(entertainment):良好的解说可帮助游客得到一个愉快的,轻松的,美好的参观经验,达到寓教于乐的目的。

5. 宣导的功能(propaganda):解说是改善公共形象和建立大众支持的一种方式,并可增进游客与博物馆之间相互的了解,让游客了解博物馆设置的宗旨和目的。

6. 启发的功能(inspirational):解说能够使游客对所描述的事物产生新的见解与热诚,并激发其好奇心。

2.3 博物馆解说系统构成

博物馆旅游解说系统是一个复杂的系统,有多种要素组成,可以把这些要素归结为四类:解说资源(resources)——藏品本身、解说供给(provisions)、解说媒介(media)及解说受众(receivers),这四

个因素相互作用共同构成了博物馆解说系统。本节将重点论述这四个要素，从而对博物馆解说系统的构成有一个清晰的认识。

2.3.1 解说资源

博物馆解说资源就是其藏品。实物收藏，任何一个博物馆都必须收集并保藏文物和自然标本。因为藏品是博物馆全部活动的物质基础。没有藏品就不能称其为博物馆。因此，实物性是博物馆区别于其他任何社会组织机构的根本特征。而且大量藏品必须进行一系列的科学研究工作，只有研究工作才能揭示藏品所具有的科学、历史以及艺术价值，从而为充分利用提供前提条件。但是收藏、研究的目的是为了利用，一个博物馆存在的价值就在于有效地使收藏品及其研究成果为社会发展服务。

收藏品涉及广泛。从自然界到人类社会；从遥远的古代到现实生活；从本国本地区到异国他乡；从宏观到微观；负载和见证着有关人类和自然变迁的实物，都在收藏之列。

收藏、保存众多的珍贵文物和重要的自然标本。这些文物、标本经过历史的筛选、时间的考验，成为人类文化与文明的典范代表，是自然和社会发展的实物见证，记载了人类文化文明发展的轨迹，凝结了一代代人民的智慧与创造。

就现代博物馆而言，藏品资源文物资源是博物馆基础性资源，大致可分为以下几类：

一是博物馆自己收藏的文物，称为馆藏资源，其来源于征集、发掘和社会捐赠等。

二是博物馆根据展览陈列的需要，将无法展出的文物(如某重要文件)进行复制，将历史上已经消失的文物进行复制，将某些不可移动文物(如碑刻、石窟、墓葬)进行复制，这些复制(也包括全景绘画和半景绘画及其它一些辅助陈列品，如历史事件、历史人物的艺术作品等)称为复制资源。

三是博物馆为扩大合作，向其它博物馆(外地的、外国的)租借文物举办展览。租借来的文物虽不是博物馆自己的文物资源，但可为博物馆所用。因而，称这部分资源为馆外资源。

2.3.2 解说供给

博物馆方——旅游解说供给者。博物馆是旅游者参观游览的实

体对象，旅游者可以最直接、最明显地感受和利用博物馆提供的旅游解说。此类解说大部分为现场解说，即大都是由博物馆方实时提供的，此类旅游解说也是旅游者利用最多的，可直接引导旅游者参观游览博物馆。此类解说是我们通常意义上的、狭义的旅游解说的提供者大多为博物馆方。

博物馆方提供的服务项目：

（一）信息提供

1、公共信息。这部分内容主要是为了方便和提醒旅游旅游者，主要通过广播、电子显示屏及时获取票务信息以及参观详细信息。如公用电话、商店、厕所、垃圾桶等标志，同时还包括各种警示，如“请勿吸烟”、“禁止拍照”、“保护文物”、“请勿触摸”等等。这部分旅游解说在方便游客的同时，对旅游者也起了一定的引导和规范作用，有利于他们自觉地保护藏品。

2、博物馆简介。这部分内容大多以文字或图片的形式简要地介绍博物馆的历史以及其价值所在。通过这些内容，旅游者可以粗略地对该博物馆有一个全面的认识，以便在以后的游览过程中有一条主线。

3、藏品介绍。因为博物馆中有许多藏品的文化内涵极高，如果没有文字解说，旅游者单靠自己是很难体会到其中的文化。

（二）导览讲解。博物馆方一般都配有专业讲解员或志愿者，以提供导览和讲解服务。导览人员结合博物馆藏品实体来介绍其博物馆藏品的文化内涵，包括其真实的历史事件、典故、相关人物以及传说等等。一般也会为游客提供租赁语音导览器的服务。

（三）导览标识部分。主要是引导旅游者参观的道路指示牌、各种导览图等，它们通常置于显要位置处如道路交叉口或主入口，目的是引导游客能便利地游览，不致于走回头路。有的博物馆方配备有督导员为游客提供的解释疏导服务。

（四）购书购物。精品书屋备有各类有关博物馆研究、历史文物、民族民俗、艺术文化等方面的书籍，供游客选择，博物馆商店则为游客提供各类工艺品及纪念品，满足游客对文化、艺术的追求。

（五）咨询服务：如果游客有任何疑问，可以到服务台咨询。

2.3.3 解说媒介

解说媒体是博物馆与观众之间重要的媒介，解说媒体指将解说信息、主题传达给游客的方法、设置及工具，而使用解说媒体可以吸引观众，并抓住观众的注意力，唤起观众原有的知识，传达信息以及提供回馈。Sharp(1982)将解说媒体分为两大项目，一是人员(参与性)解说(peronal or attended services)，即利用解说员直接向游客解说有关的各种信息，或藉由活动及游客游览线路的设计安排，使游客能主动参与游憩活动而达到解说的效果，其方式包括提供信息服务、引导性活动、专题演讲、现场解说。二是非人员非参与性解说(non personal or unattended services)，利用静态解说设施的提供，以达到传达解说信息的解说方式，包括解说牌、自导式步道、解说折页、游客中心。

博物馆旅游解说媒介的类型比较复杂，按不同的标准划分会得到不同的类型，不同的标准之间又会有交叉与重合，若将各个标准的类型都加以讨论，未免显得臃肿，因而在本文中不再赘述。

我们将从是否有人员参与的角度来探讨博物馆旅游解说媒介的类型。

(一) 人员解说。包括一般性解说、专题解说、信息服务等。

(1) 一般性解说：通常分为固定解说和安排解说两种方式，前者每天固定时段提供解说服务，后者则需要观众事先预约管理方安排。

(2) 展览室讲解：主题性的导览，由研究人员或导览员针对展品进行深入的讲解。

(3) 专题解说：由一主题或讲题由研究人员或资深讲解人员针对特定作品进行深入讲解。

(4) 咨询服务：指询问中心和游客接待中心。

(二) 非人员解说。包括展示牌、解说手册、语音解说、多媒体解说等。

(1) 解说牌：这类导览解说表达信息最直接，以文字的形式将展示品的信息呈现在展示柜、墙面、展示板、说明牌上，其内容简单明了，容易阅读。

(2) 解说折页或解说手册：折页通常置于服务台免费索取，以书面形式呈现，内有文字与图片，对作者、藏品做概略说明。手册

内容比折页更丰富，通常需付费购买，然而这类媒体主要的优点是叙述详细，回家可以对照使用。

(3) 语音解说：观众用耳机接听收音机或手机导览解说，使用此类导览系统必须配合参观路线，而较新一代的语音导览手机只需依自己的喜好按下号码键。语音导览的优点可以弥补无法参与人员解说的不足，但缺点就是无法与人员解说一样产生互动。“语音导览手机”指选定展示厅中的某几项展示主题，录制比面板说明文字更深入且详细的语音说明。使用语音导览手机的好处在于任我行，不但提供语音解说，还有许多功能设定，如可自行决定参观展示厅或展品的先后顺序，不受固定路线或其他人员影响，甚至可重复聆听同一展品的说明，如同拥有一位私人导览员陪同参观，适合无法参加导览人员解说的个人使用。

(4) 多媒体解说：包括视听媒介和电脑多媒体。博物馆会配合展览，定时定点播放与展品相关的录像带、影片，以辅助静态展示无法表达的动态过程。电脑多媒体，在解说人员不足的情况下，可以提供双向沟通、立即回馈，并可以满足观众自我探索操作的乐趣。指利用电脑将参观指引的平面内容化为生动活泼的影像及语音，观众可利用触控式的萤幕预先浏览各个展示厅。

不同的解说媒体由于本身的特性不同，而有不同的优缺点。人的解说最大特点是双向沟通，能够回答游客提出的各种各样的问题，可以因人而异提供个性化服务。同时，由于解说员一般掌握了较多的专业知识，解说的信息量一般非常丰富，但它的可靠性和准确性不确定，这要由人的素质决定。

非人员的解说由于受篇幅、容量限制，提供的信息量有一定限度。从另一角度看，正是由于这一限制，使得非人员的解说内容一般都经过了精心地挑选和设计，具有较强的科学性和权威性。旅游者获取物的解说系统提供的信息，没有时间上的限制，他们可以根据自己的爱好、兴趣决定获取信息的时间长短和进入深度。但是物的解说一般只能做单向的传达信息，且容易受到自然的和人为的破坏。

表 2-2 博物馆解说媒介分类

分类	内容	优点	缺点
人员解说	一般性解说	<ul style="list-style-type: none"> • 面对面交流，具有亲切感，信息接受快 • 适时调整，能动性 & 互动性强 • 可依游客的兴趣和需要决定解说内容和方式 • 可处理突发性事故 • 提供个性化服务 • 信息量大 	<ul style="list-style-type: none"> • 无法保持服务水准， • 可靠性和准确性不确定。
	展览室讲解		
	专题解说		
	咨询服务		
非人员解说	解说牌	<ul style="list-style-type: none"> • 内容经过精心地挑选和设计 • 有较强的科学性和权威性 • 游客选择具有更大的自由 	<ul style="list-style-type: none"> • 受篇幅、容量限制，信息量有限 • 静态的，被动的，且无弹性
	解说折页		
	语音解说		
	多媒体解说		

资料来源：曾申. 游客对博物馆解说员解说服务满意度研究[D]硕士学位论文. 浙江大学, 2007

2.3.4 解说受众

按照国家旅游局颁布的《旅游统计管理办法》，游客这个概念包括国际(海外)游客和内地游客，指任何为休闲、娱乐、观光、度假、探亲访友或从事经济、文化、体育活动，离开常住国(或常住地)到其它国家(或地方)，其目的不是通过所从事的活动获取报酬的人。

本文把来参观或参观过博物馆陈列展览的社会公众称为博物馆的游客。但在过去的博物馆学研究中，人们一直习惯于称此主体为博物馆观众。所以，文中部分会有两个名词重叠之处，其游客，意同观众。这是需要提前说明的。

博物馆的观众研究，开始于德国的弗贺奈尔(G.T.Fechner, 1897)，他在博物馆率先运用问答方法了解观众对展示品的意见。

美国博物馆协会曾于1928年发表了一篇Edwards Robinson的专题论文《博物馆观众的行为模式》，这是一篇关于观众如何利用、看待博物馆的先驱研究(Hicks, 1986)。展示可以说是博物馆对观众进行情意或智识传递上的桥梁，由观众的角度切入分析展示效果，不仅可帮助了解展示期望达到的效果与观众反应之间的落差，也可获知观众于博物馆内特有的行为模式。

美国路米斯(1993, R.F.Loomis)，用一个叙述性的模型，将博物

馆观众研究内容区分为三个层面:

第一层面是“观众投入层面”(Visitor Commitment Dimension), 系利用观众在统计学(demographic)上与心理学(psychographic)上的特征, 来分析解释观众对博物馆的投入程度。例如性别, 年龄, 教育程度, 职业, 居住地区, 团体型态, 参观频率及参观期望等, 诸如观众参观博物馆的频度(frequency)、观众的社会族群(social groupings)、教育程度、年龄层与观众对博物馆的兴趣、期望与来馆动机等因子相互结合就会产生不同层次的投入程度(levels of commitment)。现有及潜在观众的分析是了解其投入程度的必备工具。

第二层面是“参观过程层面”(Visit Process Dimension)。此一层面是分析观众与展示环境的切合度(conformance), 展示环境包含社会(social)与物理(physical)二个层面。博物馆展示与教育活动的设计与其目的切合程度, 人性因素(human factors)如导览系统的使用, 观众导引的规划, 观众在展示厅内的行为等观众导引(orientation)是否顺畅、气氛是否舒适等都构成观众与展示环境切合度的分析一部分。

第三层面是“参观结果层面”(Visitor Outcomes Dimension), 即观众参观收获的分析。这方面分析的内容涵盖参观前与参观后的知识行为的比较, 如何明确地定义其满意程度与参观收获是此分析的重点(史吉祥, 2003) [106]。

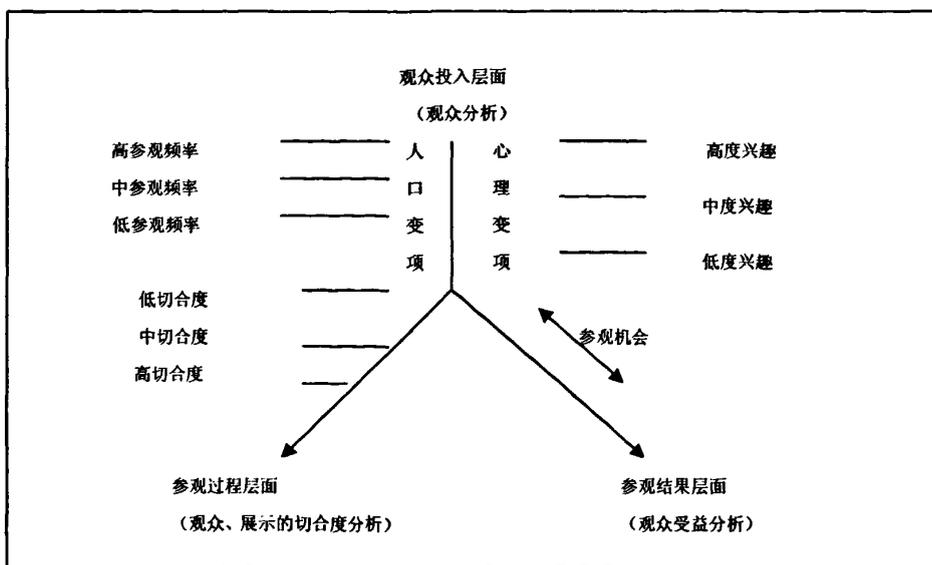


图 2-3 博物馆观众研究内容分类

资料来源:工启祥. 国内博物馆观众研究知多少[[J]. 博物馆学季刊, 2004, 18(2):95-104

Wager(1976)提出“测量游客反应层级图”(图 2-4), 主张层级图顶端的改变, 有赖于较低阶段的改变, 甚至有些情况的改变, 只发生在较低层级的阶段, 而高层级是否能改变, 则视低层级的信息传递是否能吸引游客的注意开始。Wage 也认为除了测量游客的接受解说比例外, 应该另外建立解说项目的目标, 以进一步评估游客记忆的解说信息量、评估游客态度是否改变、行为是否持续改变, 进而从认知与尊重自然中, 享受愉快的游憩体验^[107]。

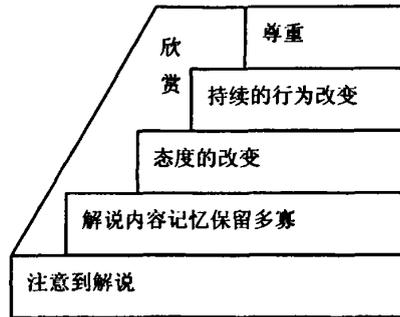


图 2-4 游客反应层级 (资料来源: Wager(1976))

我国大陆地区的博物馆观众研究发展缓慢, 从目前我国大陆地区的博物馆观众调查报告来看, 基本都涉及到了观众人口学特征(性别、年龄、学历、居住地、教育程度、职业、收入等)和游憩行为特征(参观目的、同游伴侣、知晓途径、重游意愿等), 当然, 并不是所有的调查都会涉及到这些问题, 人们会根据自己的研究目的而有所增删。目前的研究大多都是对参观人数的统计和观众特征的简要描述, 对观众行为的规律分析较少, 并且很少涉及观众心理需求的调查研究, 而对于观众与博物馆环境切合度的研究或参观结果的探讨。

2.4 解说效果评价估

2.4.1 博物馆旅游解说效果

解说是向观众传达信息的过程, 然而, 观众从中吸收的信息有多少, 是否真的如同管理单位所预期一样, 透过解说服务所获得的效益经常是无形的。因此, 必要有实际的评估结果 (Roggenbuck &

Propst, 1979), 其正确的评估结果可以让主管单位了解目前所使用的解说内容、解说方式是否适当, 并根据观众的行为来判断是否达到原来设定的解说目标^[108]。简而言之, 洪宝德(1988)认为评估意义可将检讨结果供馆内决策参考, 当作下次改进的依据^[109]。

解说效果评估可以从观众测评与专家评估两种方式来判断, 其中, 观众评估可分为行为、知识和情感三个方面。游客研究方向可分为游客的投入、参观过程以及参观结果三个层面。其中以研究参观结果层面的居多。知识获得: 主要测量游客对信息的记忆力和理解力。情感测量: 评估游客在参观后, 其态度、兴趣受到影响的情形。满意度是一个重要的指标。行为测量: 着重于那一种方式是能有效鼓励游客的适当行为, 希望游客能产生爱护环境的行为和态度。主要是观察记录游客的外显行为, 观察游客停留的时间长短或者采用衡量测量。

2.4.2 解说效果的评估内容

解说评估即是确认解说品质的方法, 辨识优缺点, 并且了解成效的高低, 其目的都是为了改进解说活动 (Medlin&Ham, 1992)。评估也被认为是作为规划和决策的有效工具 (Rubenstein, 1993; 引自 Wu, 1997) ^[100]。为促进解说服务更加完美与专业, 美国解说学会 National Association for Interpretation (NAI) 对解说评估的描述如下: 解说评估是一个确定解说品质的多面性过程, 且属于解说的一部分。此过程包括投入与回馈, 并衡量人、机构、环境与科技间的关系, 评估涵盖许多定量及定性的技巧 (NAI, 1990) ^[110]。

国外的学者按评估的过程, 一般将展览评估分为形成式评估和总结式评估两种形式。不同的学者也有不同的分类, 本研究认为, 评估既然是一个过程, 应该依据事物发展的规律, 按发展阶段来对这一过程进行划分, 这样更符合中国的国情。依据时间的先后整个评估可以划分为三个阶段评估的阶段:

前置式评估 (front-end evaluation): 对展览策划的评估, 即展览实施之前对展览策划进行的评估。从设计展示的内容到展览付诸实施之前, 先评估所要展示的项目是否符合预期规划的目标。对其预期所能达到的各种目标进行充分的估计和了解。使展览策划人员对展览本身在整体上有一个度的把握, 并可以协助展览设计人员与

展览活动的策划者选择最佳的展览实施方案，以确保展览实施的可行性。

形成式评估：针对展览实施过程中对展览本身进行的，评估目的是为了对展览进行必要的改进和提升。主要是指对展览内容和形式进行的评估。

总结式评估：是在展览完成后对整个展览效果进行的，评估目的是衡量展览的效果。

Knudson、cable 及 Beck 等人（1999）将评估解说效果的对象分为四类：

1、评估游客的态度和行为，以了解解说的安排、展示的文字和设计是否适当。

2、评估个人或团体对解说媒体的选择偏好，能有效发现与游客沟通的方式、信息，以作未来解说的媒介选择。

3、评估非人员解说媒体，列如展示馆、步道、解说牌等，以得知是否达到目标，也作为未来修正之用。

4、评估全面的规划和设施，了解投入的成本和努力是否有效。

由于评估的阶段不同，评估的内容各有不同，本研究整理如表（2-5）：

表 2-5 解说评估的的分类的标准

评估事项	评估阶段	在解说评估上的内容
对策划的评估	前置式评估	对展览主题的选定评估，主要看它是否能足够引起受众的兴趣，或反映社会的需求，确定目标受众展示解说是否能恰如其分地表现主题等，测量游客的数量、参与解说的工作人员多少
对执行适当性	形成式评估	测量现阶段的计划效果是否与原先期望的相符合，排定的解说时间表是否符合游客的需要，投入在解说主题上的设施是否足够，目前解说计划的规模是否能在游客身上找到预期的效果
接受解说后，其长短期效果的影响	形成式评估	比较各种解说方法的短期与长期效果，来决定何种解说方法有最大的效果与解说目标所达到程度之间的关系
效果评估	总结性评估	测量游客是否在学习效果、态度、行为等方面产生了预期的改变
经济效益评估	总结性评估	测量解说参与率，解说影响是否与投入经费的多少相符合，某些种类的解说媒介(自导式步道)是否比其他种类解说媒介(引导式)的参与比例和效果在花费上更为经济

2.4.3 解说效果的评估方法

据 Suchman(1967)提到几种常用的解说评估方法,通常评估的精确度和研究操作有密切的关系,也和花费呈正比,而多种评估方共同使用时,因为可互补,效果会更精确一些,列举如下:

- 1、由解说同事、专家或具有代表性的目标群游客评估。
- 2、游客行为残迹的观察,例如:步道上的垃圾量、展示玻璃上的印痕等。
- 3、游客自我试测设施,如:测验结果记录器(recording quiz board),电脑设备等。
- 4、解说活动时观察游客行为,如:参与率,注视及聆听解说的时间等。
- 5、游客问卷调查,如:满意程度,学习效果,行为改变等。
- 6、正式与非正式的评估。
- 7、观察解说活动后的游客行为。

Wagar(1976)对评估方法加以细分为 12 项,并加以评论,其中包括对游客行为的直接测量、游客反应的观察、游客投入解说过程的时间多少,以及游客问卷等其他正式与非正式的评估过程,同时也包含了这些评估技术的使用方法,以及每种评估技术的优缺点(吴凤珠, 1994),而后,陈茵美(2004)又整理有 13 种解说评估方法使用的衡量,本研究综合整理如表(2-6):

表 2-6 十三种解说评估方法的评述

考评方式	具体作法	评估的内容	优点	缺点
由同事间评估	由单位内解说人员同事间彼此评估	解说内容、各解说媒体表现	在展览策划阶段的评估(前置式评估),可用来评估解说内容信息、媒体及解说员表现	评估的对象是解说内容或解说员表现,并非游客的反应,因为受过专业训练的解说员与游客的反应有根本上的差异
外部专家评审	一般由外部、各学科的专家(包括历史学、考古学、美学等相关学科的专家)	解说内容、各解说媒体表现	对展览策划阶段的评估(前置式评估),可用来评估解说内容、媒体及解说员表现,并提供外来、专家看法,对改进、完善展	评估的对象是解说信息的内容或解说员表现,并非游客的反应。评审意见可能与游客有出入,并且不易找到合适的专家

			览起到关键作用	
局外人员的评审	由一群与游客特性相似的人员进行评审, 评审人员需未接受过解说训练。	解说内容、各解说媒体表现	对展览策划阶段的评估(前置式评估), 可评估解说内容、媒体及解说员表现, 并提供代表游客的看法	评估对象是解说内容或解说员表现, 并非游客的反应, 不一定能完全代表游客。并且很难找到适当的时间、地点召集评审人员
观察游客对解说服务的注意力	解说员用目光扫视游客, 确定其中注意力集中者的百分比。要领是查看观众的视线接触情形, 脸部表情及面对的方向	游客的行为	在解说进行时即可收集反馈的信息, 可使解说员能随机应变调整自己的解说方式(如音量、音调、快慢、姿态)	这种观察力需要特别训练; 很难测量游客注意力及解释其注意力变化的理由, 因为有时, 根本是毫无意义的注视而已
观察游客注视或倾听时间长短	解说员观察游客注视或聆听的时间长短, 并观察正常状况下阅读及聆听所需的时间	游客满意程度、偏好、游客行为	马上向游客收集反馈信息, 可为偏好的行为测量; 可测量游客的动向及环境认识程度	游客可能知道正受到观察而举止不自然, 需要进行训练, 否则, 无法观察游客态度或了解程度
间隔定时照相	利用照相机定时连续拍照纪录游客的动态(如注意力持续时间长短)	游客偏好、游客行为	可记录游客行为: 是一种游客偏好的行为测量; 可以将长时间的游客行为抽样缩短以有利于决策	可能侵犯隐私权; 可能发生机械故障; 无法记录游客动态、态度与认知程度等心理情况
测量游客对解说的偏好	依据游客对解说媒介(如自导式, 幻灯片...)的选择性偏好程度	游客偏好	可以记录游客行为; 了解游客对解说服务偏好, 并且不干扰游客活动	仅是一种选择性的测量, 无法测量其所选媒介的满意度; 游客可能知道他正受到观察; 无法获得有关游客动机、态度及了解程度等资料
行为观察法	这种方法只观察游客对解说内容反应的行为	游客偏好、游客行为	有利于测量解说效果以解决管理问题; 可正确测量游客反应	比较难测量游客的态度及了解程度, 游客可能知道受到观察而举止不自然
行迹观察法	观察游客对解说项目的反应在行为上的迹象	游客偏好、游客行为	只对解说项目的行为测量; 有益于测量解说效果以解决管理问题; 不干扰游客	很难测量游客的态度和了解程度, 行为痕迹与解说内容之间并无明显的相关性
游客自我	使用游客问答测验纪录器, 由游客自愿	游客满意程度、游	测量游客反应; 可测游客了解程度及满意	由游客自愿接受测验可能无法测量代表性的学

测验装置	接受测验以测量游客对解说内容了解的程度	客了解程度	程度；具娱乐性	习效果；如游客重复使用则发生统计上的偏差
问卷调查	选定游客样本进行问卷调查，收集游客满意度，了解程度，态度及行为	游客满意度、偏好、行为、知识获得、态度	可获得游客大量有效及可信赖的资料，可以评估游客了解程度、意见、态度和行为	需非常专业才能设计出合理的问卷，选取样本及分析结果；较费时
正式访谈	问卷调查法的变型，改用口头发问	游客满意度、偏好、行为、知识获得、态度	具有问卷调查的优点，可以获得幼龄游客资料；回收率高	具有问卷调查的缺点；较难保持对每一游客都发问同样完整的问题
非正式访谈	解说人员伪装成游客，聊天时套取游客的态度行为，满意程度，了解程度。需在游客不知情情况下。	游客满意度、偏好、行为、知识获得、态度	具有正式访问法的优点，可以收集较敏感的资料	限制因素如正式访问法；即无法对每一游客都发问同样的问题

综合比较上表提出的各种方法，采用问卷调查的方法，对游客满意程度、游客偏好、游客行为、知识获得、游客态度和意见等方面都有比较好的反映，但直接的调查问卷存在一些不足，比如观众不理解问卷的意思、问卷中选择项顺序的暗示性、观众漏答等，结合本研究的研究目的和资源预算及现实可操作性，本研究将采用对游客进行问卷调查法和访谈法结合来进行分析。因此，此次调查的主要部分是由调查人员在常设展览的出口处，手持调查问卷，亲自动口表述问题，让观众进行回答。

3 实证研究设计

本研究以湖南省博物馆的马王堆汉墓常设展厅为研究范围，评估博物馆解说系统的效果。以博物馆解说系统各要素为研究对象，了解博物馆方与游客重要性认知差异，分析研究博物馆解说系统的效果。在前文对文献进行梳理的基础上，本章将对研究设计和研究方法加以说明，包括：研究对象与研究设计的介绍、问卷的编制、抽样设计和调研过程、数据的分析方法。

3.1 研究对象

长沙历史悠久，有“楚汉名城”之称。灿烂的古代历史文化遗存遍布城乡，是国务院首批公布的 24 个历史文化名城和第一批对外开放的旅游城市之一。现有国家级文物保护单位 6 处，省级文物保护单位 51 处^①。

湖南省博物馆创办成立于 20 世纪 50 年代初，位于历史文化名城长沙市开福区，与风景秀丽的烈士公园毗邻，占地面积 5.1 万平方米，公用建筑面积 2.9 万平方米。是全省最大的综合性历史艺术博物馆、全国优秀爱国主义教育示范基地和湖南省 4A 级旅游景区之一^②。大楼通过空调和楼宇自动控制系统保持温度和湿度的恒定，设备先进。楼内设有陈列展室等，展示、接待功能齐全。《马王堆汉墓》、《湖南名窑陶瓷》、《湖南省商周青铜器》、《湖南十大考古新发现》、《馆藏明清绘画》等常设陈列及临时展览在这里展出。

《马王堆汉墓陈列》设在新陈列馆一、二楼和负一楼，展览面积 2000 平方米，展出文物 284 件（组）、辅助展品数十件。

1972 年至 1974 年发掘的长沙马王堆一、二、三号汉墓，是 20 世纪中国乃至世界的重大考古发现。三座汉墓出土的三千多件珍贵文物和一具保存完好的女尸，曾经轰动神州，震惊世界。马王堆是西汉轪侯家族墓地，第一代轪侯利苍、利苍夫人辛追和他们的一个儿子长眠于此。墓中出土大量珍贵文物，真实再现了轪侯家锦衣玉食、歌舞升平的生活；同时也反映出汉初农业、手工业的卓越成就

^①长沙市旅游景点大全 [EB/OL] <http://www.hnt.gov.cn/Info/Area.aspx>

^②湖南省博物馆，简介，[EB/OL]<http://www.hnmuseum.com/hnmuseum/learning>

以及领先的科学技术和灿烂的文化艺术。

新的《马王堆汉墓陈列》分“考古大发现”、“走进软侯家”、“彩棺巨椁”、“千古遗容”四个单元，涵盖政治经济、科技文化、宗教习俗和贵族生活风貌等各个方面，是了解 2100 年前汉初社会全貌的窗口。

在解说服务方面，每位观众均可享受专业讲解员或志愿者提供的定时全程免费的“马王堆汉墓陈列”导览和讲解服务。

大厅租赁台为游客提供免费租赁语音导览器的服务，需要支付押金。并提供免费的解说折页。此外，还配有电脑多媒体导览、解说牌等。

3.2 问卷编制

3.2.1 初始问卷

本研究的问卷分为：博物馆方和游客方两个问卷。

本研究的游客调查问卷分为五部分：游客的社会经济背景资料、游客的参观特性、解说基本功能调查、解说媒介表现调查，参观知识测验。

游客社会经济背景资料和参观特性的调查内容参考归纳的博物馆游客研究内容，参考前人对博物馆游客个人基本资料调查时所选用的因素，并针对游客对解说系统需求的特点，将从性别、年龄、文化程度、职业、个人月收入、家庭结构、住址等七个方面来讨论游客个人属性。游客的参观特性是从游客过去的经历、同伴、参观人数、参观目的四个方面来讨论的。

解说基本功能的调查，游客对博物馆解说系统的功能和目的重要性认知和实际表现量表。

解说媒介表现调查，游客对博物馆解说系统的媒介重要性认知和实际表现量表。在参考相关文献后，将湖南省博物馆现有的解说媒介分成：解说员、解说牌、影视放映厅、电脑触摸屏、解说折页、语音导览手机、出版物七项共 31 题。需求的选项从非常不重要到非常重要、实际体验的选项从非常不重要到非常重要分为五个等级，评分方面采用 Likert 五点量表方式由 5 分-1 分。

参观知识测试部分：主要是在测量参观前后对湖南省博物馆马王堆汉墓常设陈列展示知识的了解记忆程度，并进行比较有无使用

解说的两组有游客是否在知识获得上有显著差异。在设计测试题目参考马王堆导游词、解说牌、解说折页、初拟定问卷初稿，并请博物馆相关解说人员讨论，讨论哪些问题是博物馆方认为最为重要，期望观众能掌握的知识，也是每个解说员必讲解的。本问卷原题设计为 13 题，题目多可以增加可信度，但笔者考虑受试者是否会产生疲劳而随意填答，故删减一些题目，正式问卷为 8 道题目。

博物馆调查问卷分为两个部分：解说基本功能调查、解说媒介表现调查，内容和游客的调查问卷的这两个部分一样，只对博物馆方解说员对其重要性的认知进行调查。

态度量表通常采用李克特量表法，笔者认为，相对于 3 点和 7 点量表法，5 点量表既可以充分表达温和意见与强烈意见的差距，又有利于被访问者的回答保持信度，因此，本研究的重要性认知和实际体验的态度量表中，5 表示非常同意，1 表示非常反对。

3.2.2 初始问卷的修改

为了更好地筛选重复语句及明显不恰当语句，笔者请几位专家学者对自己设计的问卷进行了意见征询，其中包括两位资深博物馆解说员、一位博物馆的副馆长，两位教授以及三位硕士研究生，请他们对我设计的初始问卷提出意见。

各位专家学者对初始问卷给予了一定的肯定，同时也针对性地提出修改意见，总结如下：

(1) 句式杂揉、措词不当。不利于游客理解，拖沓冗余，应更改表达方式，如“内容符合您的理解程度”改成“内容简单明了，容易阅读”。

(2) 尽量通俗易懂，简洁。如“解说员能使用游客易懂的方式进行解说”改为“解说词通俗易懂”、“解说牌上的字体大小很容易看清楚”改为“字迹清晰”。

(3) 对重复的问项进行合并，如“吐词清晰、发音准确”、“说话音量适中、语速适中”合并成一项。“能清楚表达展品的概念”，“内容简单明白，容易阅读”合并成一项。

(4) 删除一些多余的词语，使整个行文看上去简单易懂，如“设备借用方便”，去掉“设备”。

(5) 对被调查者的称呼应统一，不宜“你”、“我”、“游客”等

混杂。

(6) 删除一些不恰当的、不易测量的问项。如“影像放映厅播放内容具有深度”，“解说折页包含关于展示内容的介绍”，“出版物插图清楚适当”。

(7) 调整各个语句顺序，注意各个语句直接的内部逻辑关系。例如

- 1、字数足以说明展品的内容；
- 2、字迹清晰；
- 3、文字与背景颜色搭配协调；
- 4、比较起眼；
- 5、清楚得指明参观路线；
- 6、能清楚表达展品的概念；
- 7、内容简单明白，容易阅读。

根据内部的逻辑层次调整为、

- 1、字迹清晰
- 2、字数足以说明展品的主要内容
- 3、很容易吸引您前去观看
- 4、文字与背景颜色搭配协调
- 5、清楚地指明参观路线
- 6、内容简单明白，容易阅读。

3.3 抽样设计与调研过程

3.3.1 抽样设计

游客调查问卷是以假设样本误差不大于 5%，且信赖度为 95% 的条件下，根据样本数计算公式得知样本参考大小为 384。考量测试问卷时的拒答率、废卷率与其他不可抗拒的因素所导致的误差，反推得出调查样本至少应有 500 份；此外为降低反应偏差，将问卷发放数提高至 630 份。

问卷分为两类，分别针对博物馆方和游客进行调查。

博物馆方的调查问卷的对象是由湖南省博物馆内的专职解说员，及其解说部门管理者进行问卷调查。

游客的调查以当日进入湖南省博物馆的参观游客为调查对象。游客分为两类，一类对有解说员提供导览解说服务的游客作调查。一类对无解说员提供导览解说服务，自行参观游客作调查。抽样方

式采取非概率抽样方法中的偶遇抽样(accidental sampling)、判断抽样(judgmental sampling)为主,对经过调查员面前的有能力并愿意进行问卷调查的游客,随机进行调查。且问卷均分为参观前,参观后二部分,让受访者于参观前、后分别作答(参见附录一、附录二)。

游客的调查问卷采用单组前测-后测设计(one-group pretest-posttest design),可使同组的受试者在参观前、后表现做比较。其优点是因接受前、后测的受测样本相同,也就是对于选样提供控制作用,间接地排除受测者本身之间做比较时,可能影响的无关变项(如:原先具有的知识背景,基本背景及参访状况等)已受到控制,实验处理后的结果,即具有有效性及代表性。

3.3.2 调研过程

研究主要采用问卷调查和现场访谈相结合的方法。游客调查问卷调查过程如下:调查员在参观入口处,首先对简要说明情况。调查人员首先向被随机选出的游客说明自己的身份、目的与意图,对有能力且愿意进行问卷、调查的游客立刻分发问卷,并现场填写回收。遇到团队游客时则以不超过团队人数的 1/3 为填写问卷的原则。将同一编号的参观前及参观后问卷均先交给受访者,然后根据参观前问卷问题由调查员一边读、观众一边看的形式进行调查。参观前卷调查完毕后,由访问员收回,参观后问卷则于结束参观后由受访者完填并交送至指定地点(一楼服务咨询台)。

调查时间为 2008 年 10 月 7 日至 2008 年 11 月 22 日,每日上午 10 点至下午 4 点,7 名调查员共发放问卷 631 份,回收问卷 580 份,游客填完问卷后立即检查,若有遗漏请受访者填补,若受访者遗漏过多或乱填答,则将以废卷处理,剔除信息填写不完整的问卷以及填写信息存在矛盾回答的问卷后,本研究无效问卷为 30,有效问卷 550 份,有效率 87.2%。

博物馆方的调查问卷是交给博物馆方的领导,由其分发给解说员,在回收。共 39 份。回收率 100%。

但由于本研究调查期间,湖南省博物馆的影视放映厅正在维修期间,以及语音导览手机的使用率不普遍,本研究所得的有效样本仅几份,因此,这两项解说媒介的结果并不列入游客的分析与讨论之中。

3.4 数据分析方法

本研究拟用采用 SPSS11.5 和 EXCEL 等软件对调查所得资料进行统计分析。方法包括描述性统计、信度分析、均值比较、配对样本 t-test 和 IPA 方格图。

3.4.1 问卷量表的信度分析

信度分析 (Reliability Analysis) 又称可靠性分析, 是一种度量综合评价体系是否具有一定的稳定性和可靠性的有效分析方法。信度反映了测验工具所得到的结果的一致性或稳定性, 是被测特征真实程度的指标。一般而言, 两次或者两个测验的结果越接近, 则误差越小, 所得的信度越高。信度值强调的是某一特定类型下的一致性, 信度系数会因不同时间、不同受试者或不同评分者而出现不同的结果。信度指标是对信度的一种量化的描述方式, 信度指标的量化值称为信度系数。信度系数越大, 表明测量的可信程度越大。不同研究者对信度系数的界限值有不同的看法, 一般认为, 0.6~0.65 认为不可信; 0.65~0.70 认为最小可接受值; 0.70~0.80 认为相当好; 0.80~0.90 就是非常好。对于本问卷, 采用的检验方法是 Cronbach's α 系数。

3.4.2 样本结构分析

样本结构分析是针对受测者的基本资料进行分析, 包括人口统计学指标(性别、年龄、文化程度、职业、个人月收入、家庭结构、住址等七个方面)和游客的参观特性(过去的经历、同伴、参观人数、参观目的四个方面)来分析, 以了解整体的样本结构。

3.4.3 均值比较

统计分析常常采取抽样研究的方法, 即从总体中随机抽取一定数量的样本进行研究来推论总体的特性。但是由于抽样误差等原因, 样本统计量与总体参数之间有所不同, 两个样本中某变量均值不同, 其差异是否具有统计意义, 能否说明总体差异这就要进行均值比较。

3.4.4 两独立样本 T 检验

独立样本检验, 用于检验是否两个不相关的样本来自具有相同均值的总体。两个样本方差相等与不相等时使用的计算 t 值公式不

同，因此应该先对方差进行齐性检验。SPSS 的输出，在给出方差齐与不齐两种计算结果的 t 值，和 t 检验的显著性概率的同时，还给出了方差齐性检验的 F 值和 t 检验的显著性概率。根据 F 检验结果判断选择 t 检验输出的哪个结果，得出最后结论。本研究运用独立样本 T 检验来分析有无导游员解说的游客在学习效果上是否存在显著性差异。对比博物馆方对解说功能和解说媒介解说要素（重要性）的认知与游客对其认知（重要性）是否有差异，就其结果进行分析并提出建议。

3.4.5 两配对样本 T 检验

配对样本 T 检验，用于检验两个相关的样本是否来自具有相同均值的总体。它实际上是先求出每对测量值之差值，对差值变量求均值。检验配对变量均值之间差异是否显著。其实质检验的假设，是差值变量均值与零均值之间差异的显著性。

本研究运用配对样本 T 检验，来分析游客对解说基本功能和各解说媒介的重要性认知与实际体验评价是否具有显著差异。对比接受解说前和接受解说后知识获得差异的显著性。

3.4.6 IPA 方格图

IPA 方格图(Importance-Performance Analysis Grid)(图 4-1)最初是由 Manilla&James (1977)在研究机车工业产品的属性中提出来的。它将产品或服务各属性的重要性与表现情况的平均得分归属到一个二维的方格图中，使两者的对比情况一目了然，便于根据图形分布提出实际建议。

方格图分为四个象限。第 I 象限表示重要性和表现情况的评价都很高，落在这个象限中表示受访者对落于此区的变项认为重要程度高且表现程度也高，应该继续保持(Keep up the Good Work)；第 II 象限是表示受访者落于此区的变项认为重要程度不高，但表现程度却高，也即落在此象限的变项已能满足游客需求，不用太过强调，属“供给过度”(Possible Overkill)；第 III 象限是重要性和实际表现评价都低的区域，在这个象限的属性改善的优先顺序较低(Low Priority)；第 IV 象限是表示受访者对落于此区的变项重要程度高，但表现程度却低这部分属性是今后工作应该加强改进的重点(Concentrate Here)。

本研究将运用 IPA 方格图来比较游客对博物馆解说功能和解说媒介各个属性的重要性和实际体验评价，从而把握博物馆解说服务现状，并依此提出管理建议。



图 3-1 重要-表现程度分析模式图

4 研究结果分析

4.1 样本的科学性检验

采用的检验方法是 Cronbach's α 系数。不同研究者对信度系数的界限值有不同的看法, 一般认为, 0.6~0.65 认为不可信; 0.65~0.70 认为最小可接受值; 0.70~0.80 认为相当好; 0.80~0.90 就是非常好(张红兵, 2007) [113]。对于本问卷, 检验结果如下:

表4-1 湖南省博物馆解说系统调查的信度系数

	Cronbach α 值
解说效果	0.8195
各媒介表现	0.9072
知识测试	0.8269
总体	0.8532

从表 4-1 可以看出, 湖南省博物馆解说系统调查问卷的标准化克朗巴哈 α 系数为 0.8532, 大于 0.8, 因此总体上该调查表的编制在内在信度是比较理想的。

4.2 样本结构分析

本节将对湖南省博物馆的游客特性作出描述分析, 包括游客的社会经济背景属性、参观特性, 以便了解湖南省博物馆游客的行为规律。

4.2.1 人口统计学特征分析

(1) 性别

从被调查者性别分布(表 4-2)来看, 来湖南省博物馆的游客男性略多于女性, 男性约占到参观总人数的 2/3。一方面男性游客确实比女性游客略多, 这与我国过去大多数博物馆观众调查问卷的结果

一致。另一方面也与男性游客更愿意配合问卷调查有关。

表 4-2 游客性别分布表

性别	样本数	百分比
男	344	62.55
女	206	37.45
总数	550	100.0

(2) 年龄

从游客年龄分布(表 4-3)来看,被调查者涉及年龄分布的各个层面,说明湖南省博物馆有较广泛的基础。老年游客由于身体和视力的原因拒答率较多,给结果带来一定偏差。但是,18-29 岁以及 30-39 岁两个年龄段的游客,分别占被调查者总数的 53.82%和 25.82%,占游客总数的 84.5%;这两个年龄阶段游客是社会活动的活跃分子,与过去的调查也基本吻合。

表 4-3 游客年龄分布表

年龄	样本数	百分比
17 岁及以下	27	4.91
18-29 岁	296	53.82
30-39 岁	142	25.82
40-55 岁	75	13.64
56 岁及以上	10	1.82
总数	550	100.0

(3) 受教育程度

从学历分布(表 4-4)来看,被调查者学历最主要集中在大专及以上学历以上者占 67.45%,高中(中专、职高)占 16.18%,硕士及以上 10.73%,这与我国人口整体教育情况基本吻合。

表 4-4 游客受教育程度表

学历	样本数	百分比
小学及以下	11	2.00
初中	20	3.64
高中（中专、技校、职高）	89	16.18
大专及本科	371	67.45
硕士及以上	59	10.73
总数	550	100.0

（4）职业

从职业方面（表 4-5），学生是主要的游客群体，占 30%，这是博物馆教育功能的体现，也和绝大多数国内外博物馆的游客结构相符合。

表 4-5 游客职业分布表

职业	样本数	百分比
学生	165	30.00
工人	31	5.64
农民	6	1.09
军人	15	2.73
公务员	50	9.09
教师	43	7.82
文体工作者	10	1.82
行政管理人员（包括企事业单位管理人员）	95	17.27
传媒工作者	12	2.18
销售人员	31	5.64
服务人员	13	2.36
专业技术人员	47	8.55
退休	8	1.45
无业	12	2.18
其他	12	2.18
总数	550	100.0

（5）月收入

从月收入分布（表 4-6）来看，1000 元及以下占 33.64%，

1001-2500 元占 29.64%，2501-4000 元占 24.18%，4001 元及以上占 12.55%，不同收入群体的人各自所占的比例差异不大。

表 4-6 游客月收入分布表

月收入	样本数	百分比
1000 元及以下	185	33.64
1001-2500 元	163	29.64
2501-4000 元	133	24.18
4001 元及以上	69	12.55
总数	550	100.0

(6) 家庭结构

从家庭结构分布（表 4-7）来说，单身占 53.09%，单身游客占到了总数的一半以上。已婚，孩子未成年占 23.09%，这两部分游客分别占被调查者总数的前两位。值得关注的是后者，据了解，这部分游客大多是怀有亲子教育的目的，故带着未成年的孩子前来参观。

表 4-7 游客家庭分布表

家庭结构	样本数	百分比
单身	292	53.09
已婚，无小孩	81	14.73
已婚但孩子未成年	127	23.09
已婚但孩子已成年	50	9.09
总数	550	100.0

(7) 游客的住址

从被调查者游客的家庭住址分布（表 4-8）来看，外地游客占大多数，并且超过了一半以上，外地游客占被调查者总数的 54.18%，其次是本市市区的游客也占相当一部分比重，主要是由于在市区，比较近。其次，有些人之所以参观主要是陪同远方的亲戚朋友。

表 4-8 游客的住址分布表

游客的住址（不包括宾馆和临时住址）	样本数	百分比
本市市区	188	34.18
本市郊区	64	11.64
外地	298	54.18
总数	550	100.0

4.2.2 参观特性分析

(1) 游客参观次数（含本次）

从调查结果（表 4-9）来看，大部分游客都是第一次来参观，占到总人数的 72.36%。

表 4-9 游客参观次数（含本次）分布表

游客参观次数	样本数	百分比
1 次	398	72.36
2 次	86	15.64
3 次	25	4.55
3 次以上	41	7.45
总数	550	100.0

(2) 参观形式

从调查结果（表 4-10）来看，游客大部分是结伴来参观，一个人来参观的仅占到总数的 10%，而在陪伴的人中，又以朋友陪伴居多，占到一半以上。这与我国过去大多数博物馆观众调查问卷的结果一致。

表 4-10 游客参观形式分布表

您今天和谁一起来参观	样本数	百分比
自己一人	55	10
家人亲戚（没带小孩）	101	18.36
家人亲戚（有带小孩）	47	8.55
朋友	287	52.18
旅行社组织	60	10.91
总数	550	100%

(3) 游客参观目的

从调查结果（表 4-11）游客参观湖南省博物馆的主要目的是增广见闻和放松心情，这两项占总数的 75.46%，而仅有少部分游客是因为工作需要而来参观的。说明大部分游客对历史文化有很强烈的兴趣，和对提高自身文化知识的强烈愿望，相当一部分游客比较注重自身的学习以及有效的休闲和放松。

表 4-11 游客参观目的分布表

参观的主要目的	样本数	百分比
增广见闻	302	54.91
放松心情	113	20.55
增进亲友感情	43	7.82
工作需要	16	2.91
打发时间	16	2.91
兴趣爱好	60	10.91
总数	550	100.0

(4) 游客对解说员解说服务的整体满意度

从调查结果（表 4-12）来看，对于参观的感受，非常满意和满意的游客达 72.55%，不满意和非常不满意的只有 2.18%。表明游客对解说员解说服务总体来说是比较满意。

表 4-12 游客对博物馆解说服务的整体满意度

整体满意度	样本数	百分比
非常满意	87	15.82
满意	312	56.73
一般	139	25.27
不满意	7	1.27
非常不满意	5	0.91
总数	550	100.0

4.3 解说功能及媒介重要性认知比较

比较博物馆方和游客对解说各基本功能要素和各媒介要素在重要性认知方面的感知差异，对其样本进行独立样本检验，其显著性水平说明游客和博物馆方在解说各功能和各解说媒介要素认知的差异显著程度不同。首先，以解说各基本功能要素和各解说要素为单位结合均值和标准差考察，对比分析博物馆方和游客的感知差异，其次，结合两独立样本 T-test 将有助于细致深入的剖析两者在解说重要性认知水平的差异显著程度。一般而言，李克特量表 1-5 等级评分平均值在 1-2.4 之间表示反对，2.5-3.4 之间表示立，3.5-5 之间表示赞同。（Cevat Tosun, 2002）

4.3.1 解说基本功能

根据博物馆方和游客在解说基本功能要素重要性认知的调查数

据进行对比发现（见表 4-13），认知差异比较显著的是在“使游客顺利完成参观”、“让游客了解博物馆设置的目的”（ $p < 0.01$ ）。无显著差异的有“使游客增长知识”、“唤起游客的学习兴趣”、“让游客“有愉快的参观体验”、“使游客从解说中受到启发”。就其总体而言，基本达成一致。“有愉快的参观体验”的均值很高，说明游客和博物馆方都认可解说具有游憩体验的功能。推论其原因主要是近年来，博物馆的管理方，越来越重视观众，不断研究观众，以观众的需要为博物馆的第一需要。

考察博物馆方调查数据的均值，发现博物馆方对解说基本功能要素重要性认知的均值都大于 4，多数接近或大于 4.4，表明博物方完全认同一个完整的博物馆解说系统效果具有的六大功能。并且认为“使游客增长知识”、“使游客顺利完成参观”是解说效果最为重要的功能，也就是说认为解说最为主要的是教育、导引、和传播知识。并且“使游客从解说中受到启发”的均值有 4.59，博物馆方认为这种解说是一种启发性的解说。说博物馆解说的教育与传统的学校教育有很大的区别。启发性解说是游客通过参观博物馆，增加了对藏品本身的认识和理解，感到意犹未尽，进一步自行进行更深入的探索。

考察游客调查数据的均值，“使游客增长知识”的均值为 4.60，最高，说明游客认为博物馆解说的功能最主要的是传播知识，这也与博物馆方达成一致看法。其次，“使游客从解说中受到启发”的均值排在第二位，说明游客也赞同博物馆解说是一种启发式的解说。“让游客了解博物馆设置的目的”这一项的均值最低，并且低于 4，说明游客认为“了解博物馆设置的目的”并不是非常重要。

表 4-13 博物馆方与游客解说基本功能要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		两独立样本 t-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值（双侧）
A1 使游客增长知识	4.670	0.577	4.60	0.60	0.653	0.514
a2 使游客顺利完成参观	4.620	0.590	4.21	0.83	3.084**	0.002
a3 唤起游客的学习兴趣	4.410	0.785	4.18	0.85	1.618	0.106
A4 让游客有愉快的参观体验	4.310	0.800	4.29	0.75	0.192	0.848
A5 让游客了解博物馆设置的目的	4.360	0.778	3.93	1.00	2.732**	0.006
A6 使游客从解说中受到启发	4.590	0.715	4.38	0.76	1.777	0.076

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$

4.3.2 解说员解说

根据博物馆方和游客在解说员解说要素重要性认知的调查数据进行对比发现, (见表 4-14), 认知差异比较显著的是在“解说时间”、“仪容整洁、身着制服” ($p<0.01$), 在“解说时间”、“仪容整洁、身着制服”博物馆方认知的重要程度要高过游客的需求, 有一定差异的是“解说内容通俗易懂” ($p<0.05$), 游客的需求是高于博物馆方的认知的。无显著差异的有“具备扎实的专业知识”、“解说内容符合主题”、“解说内容通俗易懂”、“掌握灵活的解说技巧”、“掌握灵活的解说技巧”、“吐词清晰、发音准确” ($p>0.05$)。

考察游客调查数据的均值, 在均值中最低的一项是“解说时间”的均值为 4.04, 通过与游客访谈得知, 游客对“解说时间”的要求不高, 尤其是外地游客, 由于时间也比较有限, 并不需要解说员讲解很长时间。其次, 均值较低的是“仪容整洁、身着制服”, 游客对解说员穿不穿制服无所谓, 需求不高, 只要外表形象干净整洁就可以了。

考察博物馆方调查数据的均值, 发现博物馆方对解说员解说要素重要性认知的均值都大于 4, 多数接近或大于 4.4, 表明博物馆馆方认为作为解说员这八项要素都应该具备。其中“解说内容通俗易懂”是这项内容中相对均值最低的。推其原因可能是因为湖南省博物馆马王堆常设展厅是主要讲解汉代历史的, 相对来说, 要求解说内容通俗易懂的重要性要弱化一些。并且通过实地听讲解时, 发现有些解说员在讲解的时候也倾向与引用一些古文及其典故。但考察游客调查数据的均值来看, 游客对“解说内容通俗易懂”的需求是很高的, 均值达到了 4.51, 认为解说词通俗易懂是非常重要的。

表 4-14 博物馆方与游客解说员要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		配对样本 t-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值 (双侧)
Ba1 具备扎实的专业知识	4.64	0.537	4.54	0.63	0.554	0.579
Ba2 解说内容符合主题	4.51	0.556	4.49	0.65	-0.131	0.896
Ba3 解说内容通俗易懂	4.24	0.832	4.51	0.73	-1.173*	0.024
Ba4 掌握灵活的解说技巧	4.38	0.711	4.23	0.73	0.954	0.340
ba5 解说时间灵活	4.42	0.724	4.04	0.82	1.658**	0.002
ba6 态度亲切有礼方面的	4.59	0.549	4.42	0.72	1.245	0.214
Ba7 仪容整洁、身着制服	4.54	0.555	4.19	0.82	3.067**	0.003
Ba8 吐词清晰、发音准确	4.74	0.442	4.69	0.521	0.422	0.675

注: * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

4.3.3 解说牌解说

根据博物馆方和游客在解说牌解说要素重要性认知的调查数据进行对比发现, (见表 4-15), 认知差异存在一定差异的是在“解说牌在很容易吸引游客前去”、“解说牌在文字与背景颜色搭配协调”、“解说牌在字数足以说明展品” ($p<0.05$), 通过对比博物馆方和游客调查数据的均值, 发现解说牌的“吸引力”、“颜色搭配协调”博物馆方认知的重要程度要高过游客的需求。而在“解说牌在字数足以说明展品” ($p<0.05$), 游客的需求是高于博物馆馆方对其重要程度的认知的。

考察游客调查数据的均值, 在均值中最低的两项是“解说牌在文字与背景颜色搭配协调”、“解说牌在很容易吸引游客前去”其均值分别为 4.06 和 4.08, 通过与游客访谈得知, 游客认为解说牌主要的功能是简要介绍说明藏品。并且游客主要是来看展品的, 并非来看解说牌的, 因此, 解说牌是否具有吸引力, 颜色搭配协调方面需求并不是很高, 并不认为非常重要。游客只要求解说牌字迹清晰, 能说明展品, 内容简单明白, 而这 3 项也是游客需求较高的, 其均值分别是 4.65、4.49、4.46。

考察博物馆方调查数据的均值, 在均值中最低的一项是“解说牌在字数足以说明展品”, 据了解, 博物馆官方认为解说牌上不需要有太多的解说, 而很多游客抱怨说牌示传达的信息量太小, 游客从牌示获得的信息很少。游客期望解说牌的解释说明的字数能多一些。

表 4-15 博物馆方与游客解说牌要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		配对样本 T-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值 (双侧)
bb1 解说牌在字迹清晰	4.74	0.498	4.65	0.55	1.375	0.176
bb2 解说牌在字数足以说明展品	4.21	0.711	4.49	0.69	-0.845*	0.039
bb3 解说牌在很容易吸引游客前去	4.44	0.718	4.08	0.87	2.470*	0.014
bb4 解说牌在文字与背景颜色搭配协调	4.38	0.747	4.06	0.82	2.256*	0.024
Bb5 解说牌在清楚地指明参观路线	4.49	0.721	4.36	0.77	0.979	0.328
Bb6 解说牌在内容简单明白, 容易阅读	4.62	0.510	4.46	0.66	3.042	0.456

注: * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

4.3.4 影像放映厅解说

根据博物馆方和游客在影像放映厅解说要素重要性认知的调查

数据进行对比发现, (见表 4-16), 其中, 存在显著差异的是“播放时间长度适中”、“画面清晰、音量适中”(p<0.001), 其次, 存在一定差异的是“播放内容生动、有吸引力”(p<0.01)。通过对比博物馆方和游客调查数据的均值发现, 就其总体来说, 博物馆方认知影像放映厅在解说中的重要性要高于游客的需求。

对比了博物馆方和游客调查数据的均值中存在差异的三项, 并通过与游客访谈得知, 游客对“影像放映厅在播放时间长度”的需要不高, 尤其是外地游客, 由于时间也比较有紧, 并不期望播放太长时间。“影像放映厅在播放内容生动, 有吸引力”和“影像放映厅在画面清晰、音量适中”, 通过访谈了解, 博物馆方比较关注播放内容的质感和吸引力, 而游客最为关注的“影像放映厅在播放内容易理解”, 其均值为 4.41, 而对影像放映厅播放内容是否生动, 有吸引力, 以及画面和音质的需求低一些。

表 4-16 博物馆方与游客影视放映厅解说要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		配对样本 T-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值 (双侧)
bc1 播放时间长度	4.62	0.493	4.11	0.798	3.918***	0.000
bc2 播放内容生动, 有吸引力	4.62	0.493	4.26	0.765	2.884**	0.004
Bc3 播放内容易理解	4.64	0.584	4.41	0.712	1.988	0.047
bc4 画面清晰、音量适中	4.64	0.486	4.26	0.785	4.444***	0.000

注: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

4.3.5 电脑触摸屏解说

首先, 根据博物馆方和游客在电脑触摸屏解说要素重要性认知的调查数据 (表 4-17) 进行对比发现, 博物馆方面对电脑触摸屏解说要素的重要程度的认知和游客对其重要性认知方面没有明显差异。

其次, 通过比较博物馆方和游客两者的均值排列顺序, 博物馆方“内容全面”这一要素的均值最高, 认为“内容全面”是电脑触摸屏解说要素中最为重要的要素。而游客调查数据的均值, “操作容易”的这一要素的均值最高, 说明游客认为电脑触摸屏解说要素中最重要的是操作容易, 这与博物馆方认为“内容全面”最重要, 略有所不同。

考察博物馆方调查数据的均值，发现博物馆方对电脑触摸屏解说要素重要性认知的均值都大于 4，多数处于 4.4-4.54 之间，并且表明博物馆方对电脑触摸屏解说要素重要性的认知比较集中。并且认为“内容全面”是电脑触摸屏解说要素中最为重要的要素，其次，是“操作容易”，最后是“文字有趣、易于理解”。

考察游客调查数据的均值，“操作容易”的均值为 4.49，最高，说明游客认为电脑触摸屏解说要素中最重要的是操作容易，这与博物馆方认为“内容全面”最重要，略有所不同。

表 4-17 博物馆方与游客电脑触摸屏解说要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		配对样本 T-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值（双侧）
bd1 操作容易	4.49	0.683	4.49	0.65	0.024	0.981
bd2 内容全面	4.54	0.682	4.40	0.69	1.325	0.186
Bd3 文字有趣、易理解	4.41	0.715	4.19	0.84	1.779	0.076

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$

4.3.6 解说折页

根据博物馆方和游客在解说折页解说要素重要性认知的调查数据进行对比发现，博物馆方面对解说折页解说要素的重要程度的认知和游客对其重要性认知方面有一定差异（见表 4-18）。认知差异存在一定差异的是在“放置于显眼处，容易取得”（ $p < 0.05$ ），无显著差异的有“携带方便”“具有保存价值”。通过考察博物馆方和游客调查数据的总体均值的平均数，发现总体上看，游客对解说折页的重要程度的认知要高过博物馆方对其认知。表明博物馆方略微低估了游客对解说折页的需求。

考察游客调查数据的均值，在均值中最高的一项是解说折页“放置于显眼处，容易取得，”而考察博物馆方调查数据的均值，解说折页“放置于显眼处，容易取得”是均值中最低的一项。通过与博物馆方和游客的认知在这一要素上存在一定差异。“携带方便”、“具有保存价值”这两项的均值，无论是博物馆方还是游客，均值都处于 4.2 左右，非常接近，没有不同。

表 4-18 博物馆方与游客解说折页解说要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		配对样本 T-test	
	均值	标准差	均值	标准差	T 值	P 值 (双侧)
be1 放置于显眼处, 容易取得	4.16	0.801	4.44	0.740	2.136*	0.033
be2 携带方便	4.22	0.641	4.24	0.825	1.136	0.617
be3 具有保存价值	4.26	0.818	4.22	0.980	1.075	0.583

注: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

4.3.7 电子语音导览解说

根据博物馆方和游客在电子语音导览解说要素重要性认知的调查数据进行对比发现, 博物馆方面对电子语音导览解说要素的重要程度的认知和游客对其重要性认知方面有显著差异 (见表 4-19)。认知差异最显著的要素是“播放的内容与展示相匹配” ($p<0.001$), 其次是“租借方便” ($p<0.01$), 有一定程度差异的是“容易携带” ($p<0.05$), 无显著差异的是“容易操作”。通过考察博物馆方和游客调查数据的总体均值的平均数, 发现整体上看, 博物馆方认知的电子语音导览解说要素的重要程度要远高于游客对其认知。推论其原因, 由于湖南省博物馆方提供免费的人员讲解服务, 所以游客对电子语音导览的需求不高。

考察游客调查数据的均值的排列顺序, 由高到低, 依次是“租借方便”、“容易操作”、“播放的内容与展示相匹配”、“容易携带”。而考察博物馆方调查数据的均值的排列顺序, 由高到低, 依次是“播放的内容与展示相匹配”、“租借方便”、“容易操作”、“容易携带”。从二者的均值排列顺序可以看出, 在电子语音导览解说各要素中游客认为“租借方便”是最为重要的, 而博物馆方则认为“播放的内容与展示相匹配”是最重要, 这也是二者之间的认知差异。

表 4-19 博物馆方与游客电子语音导览解说要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		配对样本 T-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值 (双侧)
bf1 租借方便	4.54	0.682	4.30	1.063	3.150**	0.002
bf2 容易操作	4.51	0.601	4.27	1.048	1.791	0.074
Bf3 容易携带	4.41	0.785	4.11	1.099	2.080*	0.038
bf4 播放的内容与展示相匹配	4.71	0.515	4.35	1.076	3.978***	0.000

注: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

4.3.8 出版物解说

根据博物馆方和游客在出版物解说要素重要性认知的调查数据进行对比发现，博物馆方面对出版物解说要素的重要程度的认知和游客对其重要性认知方面有显著差异（见表 4-19）。认知差异最显著的要素是“价格实惠”（ $p < 0.001$ ），有一定程度差异的是“信息全面，能辅助展品的说明”、“方便携带”（ $p < 0.05$ ）。通过考察博物馆方和游客调查数据的总体均值的平均数，发现整体上看，博物馆方认知的出版物解说要素的重要程度要远高于游客对其重要性认知。推论其原因，大部分游客认为出版物只是一个辅助性解说方式，因此需求相对较低。

考察游客调查数据的均值的排列顺序，由高到低，依次是“信息全面，能辅助展品的说明”、“价格实惠”、“方便携带”。通过访谈得知，游客认为如果需要购买出版物的话，首要考虑的是有没有他们需要的信息，再考虑价格要素，尤其是对一些中年人，经济相对来说比较宽裕，对价格并非特别敏感。

考察博物馆方调查数据的均值的排列顺序，由高到低，依次是“价格实惠”、“信息全面，能辅助展品的说明”、“方便携带”。从二者的均值排列顺序可以看出，在出版物解说各要素中游客认为“信息”是最为重要的，而博物馆方则认为“价格”是最重要，这也是二者之间的认知差异。

表 4-20 博物馆方与游客出版物解说要素重要性认知差异分析表

题号	博物馆方面		游客方面		配对样本 T-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值（双侧）
bg1 价格实惠	4.64	0.628	4.19	0.89	4.575***	0.000
bg2 信息全面，能辅助展品的说明	4.54	0.643	4.28	0.80	2.071*	0.039
bg3 方便携带	4.36	0.873	4.14	0.88	2.561*	0.023

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 、

4.4 游客体验博物馆解说效果

首先通过平均数和标准差分析游客对解说基本功能和各解说媒体各素的重要程度的进行评判。再采用配对样本 T-test 进行检验，了解游客的需求和实际体验之间的差异。其显著性水平说明游客的

预期和实际状况的差异显著程度状况。

4.4.1 游客对解说基本功能需求与实际表现的对比

从表 4-21 得知，受访者对于解说基本功能的期望是高于实际表现的；每一项 $p < 0.001$ 的显著差异。整体而言，湖南省博物馆的各项解效果的需求的平均值介于 3.93~4.60，实际体验平均值介于 3.72~4.14，游客对解说效果在“一般”到“非常重要”间，除了“让游客了解博物馆设置的的目的”这一解说效果游客需求相对较低，其他五项的解说效果都在“重要”到“非常重要”之间，其中以“使游客增长知识”这一项解说功能需求最高，“使游客从解说中受到启发”需求位居第二，说明游客认为博物馆的解说功能主要是一种启发性的解说来达到给游客增长知识的目的。实际体验介于“一般”到“比较好”的间，表示游客基本肯定湖南省博物馆的解说效果。

表 4-21 游客对解说基本功能要素的需求与实际表现的统计表

题号	需求		实际表现		配对样本 T-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值 (双侧)
a1 使游客增长知识	4.60	0.60	4.14	0.85	11.882***	0.000
a2 使游客顺利完成参观	4.21	0.83	4.05	0.87	3.810***	0.000
a3 唤起游客的学习兴趣	4.18	0.85	3.92	0.92	5.845***	0.000
A4 让游客有愉快的参观体验	4.29	0.75	3.98	0.92	7.161***	0.000
a5 让游客了解博物馆设置的的目的	3.93	1.00	3.72	1.01	4.200***	0.000
A6 使游客从解说中受到启发	4.38	0.76	3.97	1.04	8.437***	0.000
平均	4.27	0.80	3.96	0.93	6.889***	0.000

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$

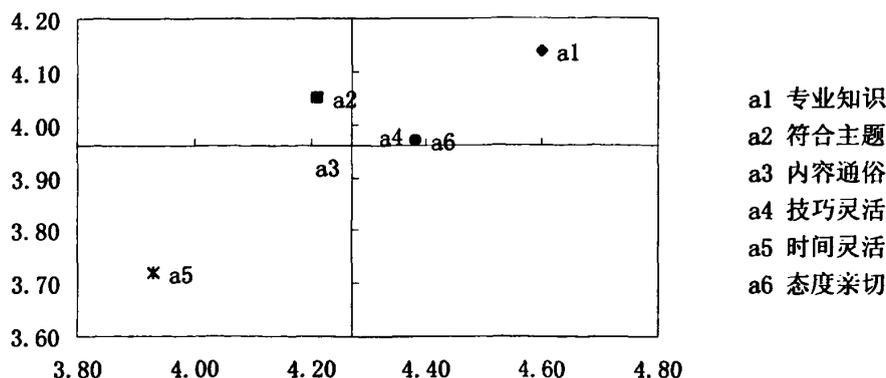


图 4-1 解说基本功能说之重要程度-表现程度坐标图

落在第一象限(keep up the Good Work)的是“a1, a4, a6, ”。也就是说湖南省博物馆的解说功能在：“能使游客增长知识”、“让游客有愉快的参观体验”、“能使游客从解说中受到启发”这 3 个方面，游客需求和实际体验都较高，以后应“继续保持”。

落在第二象限(Concentrate Here)只有“a2”能使游客顺利完成参观游程，此象限的意涵为实际的表现没有达到游客认为的重要性。也就是说，在湖南省博物馆解说效果各选项中“能使游客顺利完成参观游程”，是游客认为非常重要的，但实际体验却相对较低。这一项是是迫切需要“加强改善的重点”，值得反思，并深入探讨症结所在。

落在第三象限(Low priority)的是“a3、a5”这两项，分别为“能唤起游客的学习兴趣”、“让游客了解博物馆设置的目的”象限表示游客对落在该象限的选项重要性较低，实际体验也较低。在改善的进程上，属于相对而言“优先级较低”。

4.4.2 游客对解说员的需求与实际表现分析

游客对于解说员的需求方面，以“Ba1 具备扎实的专业知识”、“Ba8 解说员吐词清晰、发音准确”、“Ba2 解说内容符合主题”的平均值较高；在解说员的实际体验部分，以“Ba3 解说内容通俗易懂”、“Ba6 解说态度亲切有礼”、“Ba2 解说内容符合主题”的平均值较高。从表 3 得知，受访者对于解说员服务的预期想法是高于实际体验的；除“解说员仪容整洁、身着制服”这一项外，其余每一项都有显著差异就 ($p < 0.01$)。整体而言，湖南省博物馆的各项解说员预期想法的平均值介于 4.04~4.54, 实际体验平均值介于 3.86~4.30, 游客对解说员的期望在“重要”到“非常重要”间，实际体验介于“一般”到“比较好”的间，表示游客基本肯定解说员的效果。(见表 4-22)。

表 4-22 解说员解说各分项的预期想法与实际体验统计表

题号	预期想法		实际体验		配对样本 t-test	
	均值	标准差	均值	标准差	T 值	P 值 (双侧)
Ba1 具备扎实的专业知识	4.54	0.63	4.17	0.76	7.21***	0.000
Ba2 解说内容符合主题	4.49	0.65	4.27	0.74	4.63**	0.000
Ba3 解说内容通俗易懂	4.51	0.73	4.30	0.75	2.50*	0.013
Ba4 掌握灵活的解说技巧	4.23	0.73	3.98	0.83	4.02***	0.000
Ba5 解说时间灵活	4.04	0.82	3.86	0.92	2.86**	0.004
Ba6 解说态度亲切有礼	4.42	0.72	4.27	0.82	2.83**	0.005
Ba7 仪容整洁、身着制服	4.19	0.82	4.15	0.92	0.61	0.541
Ba8 吐词清晰、发音准确	4.69	0.65	4.00	1.02	8.76***	0.000
平均	4.38	0.72	4.13	0.85	9.73***	0.000

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$

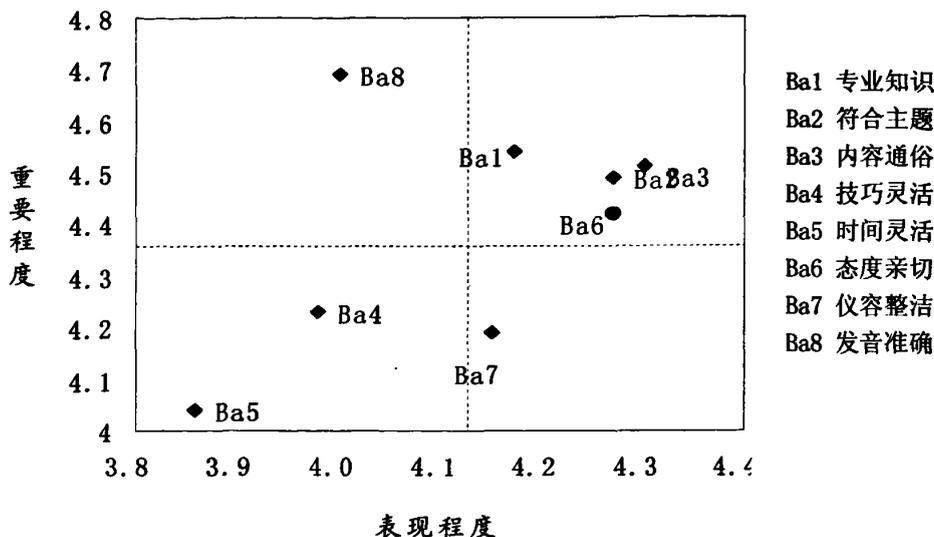


图 4-2 解说员解说之重要程度-表现程度坐标图

落在第一象限(keep up the Good Work)的是“Ba1, Ba2, Ba3, Ba6”。也就是说湖南省博物馆的解说员解说“具备扎实的专业知识”、“解说内容符合主题”、“解说内容通俗易懂”、“解说态度亲切有礼”、这 4 个方面，游客需求和实际体验都较高，以后应“继续保持”。

落在第二象限(Concentrate Here)只有“Ba8”，此象限的意涵为实际的表现没有达到游客认为的重要性。也就是说，在湖南省博物馆解说员解说各选项中，“吐词清晰、发音准确”，是游客认为非常重要的，但实际体验却相对较低。这一项是解说员解说服务质量的威胁，是迫切需要“加强改善的重点”，值得反思，并深入探讨症结所在。

落在第三象限(Low priority)的是“Ba4、Ba5”这两项，分别为“解说员是否有灵活的技巧”、“解说时间是否灵活”。此象限表示游客对落在该象限的选项重要性较低，实际体验也较低。在改善的进程上，属于相对而言“优先级较低”。

落在第四象限(Possible Overkill)的是“ba7”，解说员“仪容整洁、身着制服”项。说明该项已经满足游客的需求，不需要加强。

4.4.3 游客对解说牌各要素的需求与实际表现分析

从表得知，游客对解说牌各要素的重要程度的评判，结果表明游客对各要素的重要程度程度有比较一致的认识。整体而言，湖南

省博物馆的各项解说牌的需求的平均值介于 4.06~4.65, 游客对解说牌的各个要素的需求值都高于 4, 并且游客对解说牌的各个要素的需求主要分布在两个层次: 非常重要和重要。其中以游客对解说牌的“字迹清晰”、“字数足以说明展品的主要内容”、“清楚地指明参观路线”需求最高。在实际表现方面, 以“字迹清晰”、“内容简单明白, 容易阅读”的平均值较高。从表受访者对于解说牌的需求是高于实际体验的; 除“文字与背景颜色搭配协调”这一项外 ($P=0.003$), 其余每一项 $p<0.001$ 的显著差异。实际体验平均值介于 3.81~4.49, 实际体验介于“一般”到“比较好”的间, 表示游客基本肯定解说牌的效果。

表4-23游客对解说牌各要素的需求与实际表现的统计分析表

题号	需求		实际表现		配对样本 t-test	
	均值	标准差	均值	标准差	T 值	P 值 (双侧)
Bb1 字迹清晰	4.65	0.55	4.21	0.84	10.725***	0.000
Bb2 字数足以说明展品的主要内容	4.49	0.69	4.01	0.84	10.735***	0.000
Bb3容易吸引您前去观看	4.08	0.87	3.81	0.94	5.362***	0.000
Bb4 文字与背景颜色搭配协调	4.06	0.825	3.92	0.86	3.026***	0.003
Bb5清楚地指明参观路线	4.36	0.77	3.98	0.93	8.564***	0.000
Ba6 内容简单明白, 容易阅读	4.46	0.66	4.17	0.78	6.970***	0.000
平均	4.35	0.73	4.02	0.87	7.36	0.000

注: * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

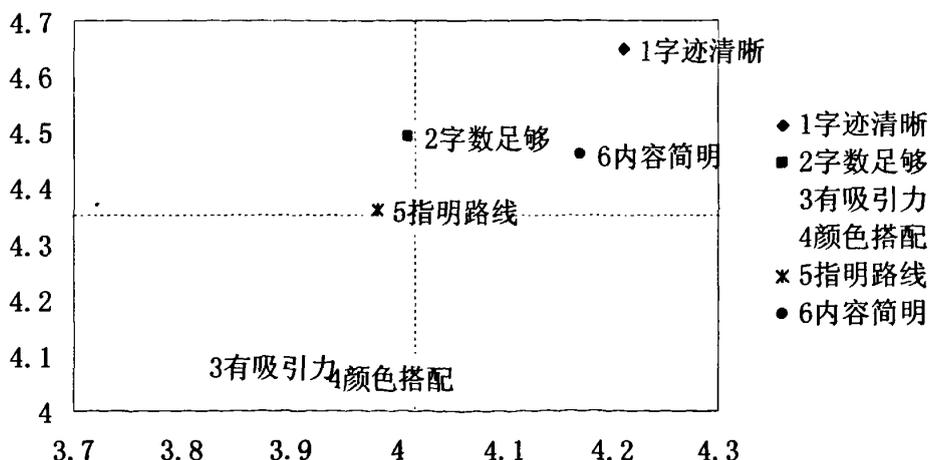


图 4-3 解说牌解说之重要程度-表现程度坐标图

落在第一象限(keep up the Good Work)的是“1, 2, 6”。也就是说湖南省博物馆的解说牌“字迹清晰”、“字数足够”、“内容简明”的这几项, 游客需求和实际体验都较高, 以后应“继续保持”。

落在第二象限(Concentrate Here)只有“2, 5”, 此象限的意涵为实际的表现没有达到游客认为的需求。也就是说, 在湖南省博物馆解说牌各选项中, “字数足够”、“指明路线”, 是游客认为非常重要的, 但实际体验却相对较低。这一项是解说牌的威胁, 是迫切需要“加强改善的重点”, 值得反思, 并深入探讨症结所在。

落在第三象限(Low priority)的是“3、4”这两项, 分别为解说牌“有吸引力”、“文字背景搭配协调”。此象限表示游客对落在该象限的选项重要性较低, 实际体验也较低。在改善的进程上, 属于相对而言“优先级较低”。

4.4.4 游客对电脑触摸屏的需求与实际表现分析

从表(4-24)得知, 游客对电脑触摸屏各要素的重要程度的评判, 结果表明游客对各要素的重要程度程度有比较一致的认识。整体而言, 湖南省博物馆电脑触摸屏各项需求的平均值介于 4.49~4.19, 游客对电脑触摸屏的各个要素的需求值都高于 4, 并且游客对其各个要素的需求主要分布在两个层次: 非常重要和重要。其中以游客对“操作容易”、“内容全面”需求最高。在实际表现方面, 平均值都很低。从表受访者对于电脑触摸屏的需求是高于实际体验的; 除“文字有趣、易于理解”这一项外, 其余每一项皆达 $p < 0.001$ 的显著差异。实际体验平均值介于 3.97-3.88, 实际体验介于“一般”到“比价好”的间, 表示游客基本还是肯定电脑触摸屏所发挥的效果。

表 4-24 游客对电脑触摸屏的需求与实际表现分析统计表

题号	预期想法		实际体验		配对样本 t-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值 (双侧)
Bd1 操作容易	4.49	0.65	3.97	0.64	6.811***	0.000
Bd2 内容全面	4.40	0.69	3.91	0.68	7.031***	0.000
Bd3 文字有趣、易于理解	4.19	0.84	3.88	0.85	5.504***	0.000
平均	4.36	0.73	3.92	0.73	6.812***	0.000

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

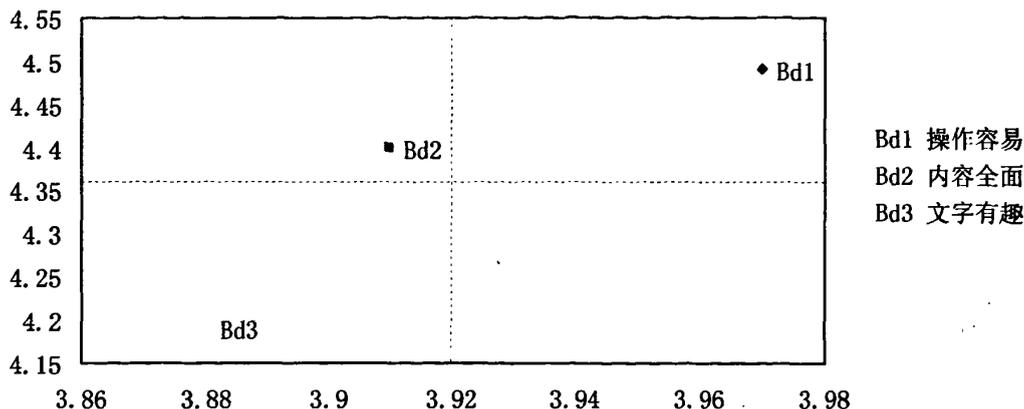


图 4-4 电脑触摸屏的重要程度-表现程度坐标图

落在第一象限(keep up the Good Work)的是“1”，也就是说湖南省博物馆的电脑触摸屏在“操作容易”的这一项，游客需求和实际体验都较高，以后应“继续保持”。

落在第二象限(Concentrate Here)只有“2”，此象限的意涵为实际的表现没有达到游客认为的需求。也就是说，在湖南省博物馆的电脑触摸屏中，“内容全面”、是游客认为非常重要的，但实际表现却很低。这一项是在电脑触摸屏方面，迫切需要“加强改善的重点”，值得反思，并深入探讨症结所在。

落在第三象限(Low priority)的是“3”，为“文字有趣”。此象限表示游客对落在该象限的选项重要性较低，实际体验也较低。在改善的进程上，属于相对而言“优先级较低”。

4.4.5 游客对解说折页的需求与实际表现的分析

从表(4-25)得知，游客对解说折页各要素的重要程度的评判，结果表明游客对其各要素的重要程度程度有比较一致的认识。整体而言，湖南省博物馆的解说折页的各项的需求的平均值介于 4.44~4.22，游客对解说牌的各个要素的需求值都高于 4，并且游客对解说牌的各个要素的需求主要分布在两个层次：非常重要和重要。其中以游客对解说折页“放置显眼处，容易取得”需求最高。在实际表现方面，平均值都不高，以解说折页“放置显眼处，容易取得”的实际表现的平均值最低。从表中的出，从表受访者对于解说牌的需求是高于实际体验的；除“文字有趣、易于理解”这一项外，其余

每一项皆达 $p < 0.001$ 的显著差异。实际体验平均值介于 3.28~3.67，实际体验介于“一般”的间，表示游客认为解说折页的效果评价一般。

表 4-25 游客对解说折页的需求与实际表现的分析

题号	预期想法		实际体验		配对样本 t-test	
	均值	标准差	均值	标准差	t 值	P 值 (双侧)
Be1 放置显眼处, 容易取得	4.44	0.74	3.28	1.138	10.603***	0.000
Be2 携带方便	4.24	0.825	3.67	1.069	6.116***	0.000
Be3 具有保存价值	4.22	0.98	3.46	1.121	7.185***	0.000
平均	4.30	0.85	3.47	1.11	7.37	0.000

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

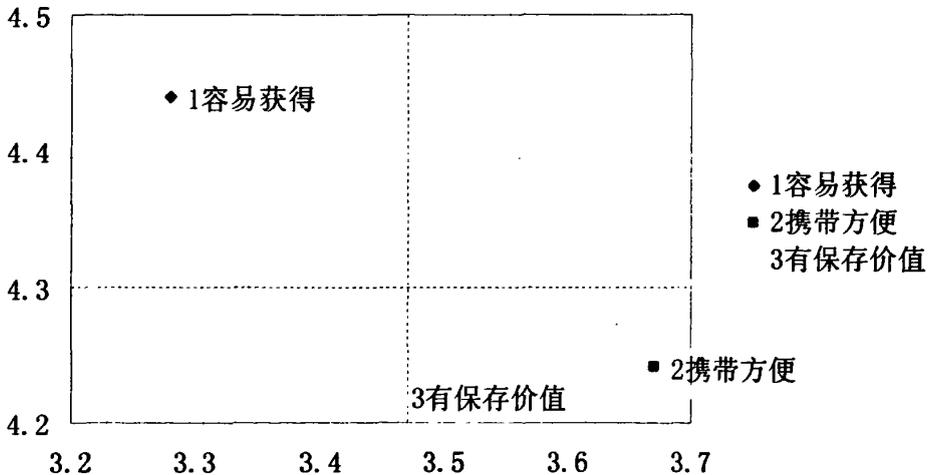


图 4-5 解说折页解说之重要程度-表现程度坐标图

落在第二象限(Concentrate Here)只有“1”，此象限的意涵为实际的表现没有达到游客认为的重要性。也就是说，在湖南省博物馆解说折页各选项中，“容易获得”，是游客需求非常高的，但实际体验却相对较低。这一项是在解说折页方面，迫切需要“加强改善的重点”，值得反思，并深入探讨症结所在。

落在第三象限(Low priority)的是“3”，此象限表示游客对落在该象限的选项需求不高，实际体验也较低。也就是说，在湖南省博物馆解说折页各选项中，“具有保存价值”，在改善的进程上，属于相

对而言“优先级较低”。

落在第四象限(Possible Overkil)的是“2”，解说折页“携带方便”这一项。说明该项已经满足游客的需求，不需要加强。

4.4.6 游客对出版物需求与实际表现的对比分析

从表(4-26)得知，游客对出版物各要素的重要程度的评判，结果表明游客对各要素的重要程度程度有比较一致的认识。整体而言，湖南省博物馆的出版物各项需求的平均值介于 4.28~4.14，游客对出版物的各个要素的需求值都高于 4，并且游客对出版物的各个要素的需求主要分布在两个层次：非常重要和重要。其中以游客对出版物“信息全面，能辅助展品说明”需求最高。在实际表现方面，平均值都不高，以出版物“价格实惠”的实际表现的平均值最低。从表中的出，从表受访者对于解说牌的需求是高于实际体验的；每一项皆达 $p<0.001$ 的显著差异。实际体验平均值介于 3.36~3.33，实际体验介于“一般”的区间，表示游客认为出版物的效果评价一般。

表 4-26 游客对出版物需求与实际表现的对比统计分析表

题号	预期想法		实际体验		配对样本 t-test	
	均值	标准差	均值	标准差	T 值	P 值 (双侧)
Bg1 价格实惠	4.19	0.89	3.56	0.891	54.384***	0.000
Bg2 信息全面，能辅助展品的说明	4.28	0.80	3.63	0.932	54.511***	0.000
Bg3 方便携带	4.14	0.88	3.33	1.000	49.073***	0.000
平均	4.20	0.857	3.50	0.94	52.542***	0.000

注：* $p<0.05$ ，** $p<0.01$ ，*** $p<0.001$

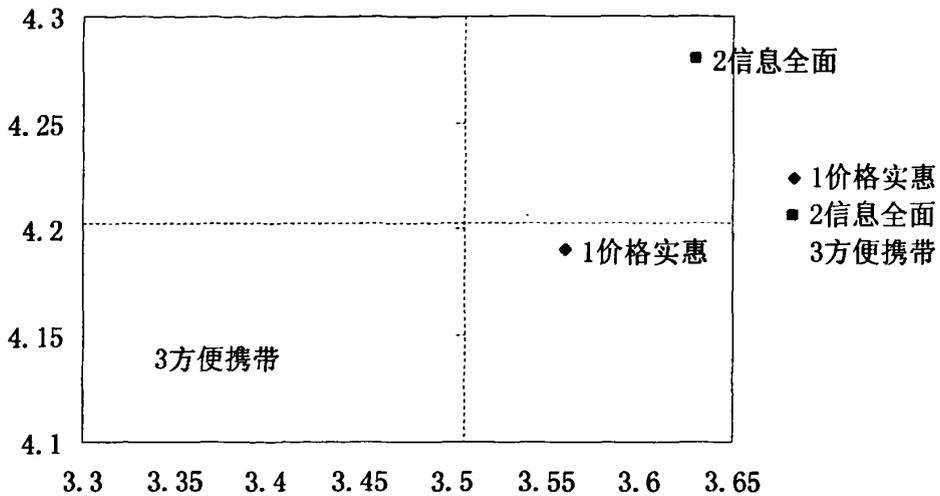


图 4-6 出版物解说之重要程度-表现程度坐标图

落在第一象限(keep up the Good Work)的是“2”，也就是说湖南省博物馆的出版物的“信息全面”这 1 项，游客需求和实际体验都较高，以后应“继续保持”。

落在第三象限(Low priority)的是“3”，出版物“方便携带”这一项。说明该项已经满足游客的需求，不需要加强。在改善的进程上，属于相对而言“优先级较低”。

落在第四象限(Possible Overkil)的是“1”，为出版物“价格实惠”。此象限表示游客对落在该象限的需求较低，实际体验也较低。

4.5 游客“知识获得”差异

知识获得部分主要是评估游客对湖南省博物馆马王堆常设陈列馆的知识获得的效果。本部分对游客实施两个阶段的测验（前测-后测测验），由 8 题测验总分平均值进行 T 检定，比较整体前后知识获得情形，并以各题答对率，分析游客接受解说前后对各主题展示内容记忆上的差异情形。本部分以 8 个问题选项来评估观众参观博物馆的知识获得情形，采用单选，答对一题得 1 分，答错一题得 0 分，分数越高表示对展示内容的知识获得越多。

4.5.1 前测-后测知识获得分析

（一）整体知识获得分析

首先, 结合均值和标准差考察对其知识获得从整体把握, 最后, 结合配对样本 T-test 将有助于细致深入的剖析两者在知识获得的差异显著程度。其结果如表 (4-27) 所示: 接受解说之前测总成绩平均数为 2.18 分, 而接受解说之后测总成绩平均数为 3.57 分, 显示后测总成绩显著高于前测总成绩, 其成绩相差为 1.39 分, 且接受解说之后测总成绩与接受解说之前测总成绩的平均分数间有显著差异 ($p < 0.001$)。其知识增长幅度为 64%。数据结果表明, 接受解说后, 游客答对题数比接受解说前要高, 解说前后游客知识有显著增长。

表 4-27 前测单元成绩与后测单元成绩在整体知识获得的差异分析表

成绩平均数 (分)		标准差 (分)		配对样本 t-test	
前测	后测	前测	后测	T 值	P 值
2.18	3.57	1.317	1.342	-13.500***	0.000

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

(二) 各题知识获得的分析

以均值、标准差、配对样本 t-test 分析游客接受解说前后各题答对率差异情形, 结果显示, 从下表结果可以看出, 对于每一个问题选项, 接受解说前与接受解说后的配对样本 T 检验结果, 其双尾概率 P 值均为 0.000 ($p < 0.001$), 可以认为在解说前后, 游客回答问题的答对率有显著差异, 解说对于知识获得有显著差异。这八道题目大多数都前测、后测的成绩差值都达到 30% 以上, (除第二题, 第四题前测、后测成绩差值分别为 24%、26%), 各题答对率方面, 几乎是接受解说前后之间答对率最小差距为 24% (第 6 题), 最大则为 38% (第 4 题)。数据结果表明, 湖南省博物馆解说系统具有极高的解说成效, 以下是分别对各题的详述。

表 4-28 前测单元成绩与后测单元成绩在各题知识获得的差异分析表

知识获得	答对率		标准差		前后差值 答对率	配对样本 t-test	
	前测	后测	前测	后测		T 值	P 值
第一题	31.0%	69.0%	0.465	0.464	38.0%	-17.543***	0.000
第二题	7.0%	31.0%	0.252	0.465	24.0%	-13.339***	0.000
第三题	18.0%	57.0%	0.386	0.496	39.0%	-18.084***	0.000
第四题	10.0%	36.0%	0.301	0.481	26.0%	-13.559***	0.000
第五题	41.0%	75.0%	0.492	0.436	34.0%	-16.248***	0.000
第六题	22.0%	59.0%	0.411	0.492	37.0%	-16.905***	0.000
第七题	21.0%	57.0%	0.405	0.496	36.0%	-16.877***	0.000
第八题	56.0%	88.0%	0.497	0.328	32.0%	-15.766***	0.000

注: * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

4.5.2 有无解说员在知识获得分析

本研究主要是想了解湖南省博物馆的游客在接受解说员服务或自行参观的状态下,知识获得的效果。分析有无解说人员在知识获得上的差异。分别以实验组和对照组(没有接受解说员,自行参观),比较这两组游客在对解说内容记忆多少之间的差别。

(一) 整体知识获得的差异分析

首先,结合均值和标准差考察对其知识获得从整体把握,最后,采用独立样本 t-test 分析,有助于细致深入的剖析两者在知识获得的差异显著程度。若 $p<0.05$ 即有显著差异。研究结果显示有无导游员在知识获得上具有非常显著的差异, ($p<0.001$)。本部分以 8 个问题测评游客参观博物馆后知识获得情形,采用单选,答对一题得 1 分,答错一题得 0 分,分数越高表示展示内容记忆越多。

全体有效样本数为 550,其中,使用人员解说的样本数为 359,没有使用人员解说的样本数为 191,使用人员解说组的均值为 4.50,没有使用人员解说组的平均数为 5.27,使用人员解说组在整体知识获得的均值上比没有使用人员解说组高出 0.77,有解说人员的答对题数比无解说人员组的答对题数高出 17.1%。说明使用解说员能使游客参观完湖南省博物馆后对展品内容有较多的记忆,博物馆采用的人员解说确实能够更好的传达知识的功能,取得更好的解说效果。可见,使用解说人员可显著强化解说教育功能。

表 4-29 有无解说员在整体知识获得的差异分析

有人员解说			无人员解说组			独立样本 t-test	
样本数	均值	标准差	样本数	均值	标准差	T 值	P 值
359	4.50	2.114	191	5.27	2.005	-4.042	0.000

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

(二) 各题知识分析

根据两组游客在知识获得测试的调查数据进行对比发现, (见表 4-30), 两组游客除了第一题 ($p=0.250$), 第六题 ($p=0.482$)、第七题 ($P=0.155$) 之外, 其余都有显著差异。差异比较显著的是在“第四题” ($p < 0.0001$)、其次是“第三题”、“第五题” ($p < 0.001$), 最后是“第二题”、“第八题” ($p < 0.05$)。以上数据结果表明, 使用人员解说的游客在参观完历史博物馆后对展品内容拥有较多的记忆。由表 (4-30) 可知, 在各题答对率方面, 几乎是使用人员解说组得答对率最对, 两组之间答对率最小差距为 3% (第 6 题), 最大则为 21% (第 4 题)。

表 4-30 有无解说员在各题知识获得差异分析

	有人员解说组		无人员解说组		T 值	P 值
	均值	标准差	均值	标准差		
第一题	0.75	0.483	0.70	0.459	-1.151	0.250
第二题	0.37	0.483	0.27	0.446	-2.262*	0.024
第三题	0.66	0.475	0.55	0.501	-3.430**	0.001
第四题	0.46	0.499	0.25	0.433	-4.931***	0.000
第五题	0.83	0.374	0.72	0.451	-2.912**	0.004
第六题	0.64	0.485	0.61	0.374	-0.704	0.482
第七题	0.62	0.485	0.56	0.498	-1.424	0.155
第八题	0.96	0.204	0.89	0.310	-2.482*	0.014

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

5 结论及建议

5.1 研究结论

本研究以博物馆的解说系统为研究对象，重点关注解说效果的评估，旨在构建博物馆解说效果的科学的评估体系，为博物馆方提供解说服务管理的可靠依据。本研究尝试了解博物馆方与游客重要性认知差异，再从游客体验、知识获得两个层次来评估博物馆的解说效果。运用均值比较、独立样本 T 检验、配对样本 T 检验，IPA 方格图等方式进行统计分析。得出主要结论如下：

(一) 知识的传播与教育是博物馆的解说核心功能，教育功能的焦点从传统教育向休闲教育转移。

博物馆方对解说基本功能要素重要性认知的均值都大于 4，多数接近或大于 4.4，表明博物馆方完全认同一个完整的解说系统所具有的六大功能。并从博物馆方的角度看，解说最主要的功能是教育、导引和传播知识。从游客的角度看，解说主要的功能是教育，启发、愉快的体验。现代社会的博物馆是一个公众教育(非正式教育)的实施机构，主要通过陈列展览宣传本地历史、文化、经济、科技的发展概况，并且通过解说努力建构与游客交流的平台，开设各种能激发兴趣的、有教育意义的活动，寓教于乐，寓教于游。博物馆的教育功能中“寓教于乐”的休闲因子是与生俱来的，这便是博物馆休闲教育功能(王露, 2007)^[114]。近年来，已有不少博物馆研究员们将博物馆的“休闲教育”视为国民素质教育的新领域，台湾博物馆研究专家桂雅文曾在《爱上博物馆》一书中对博物馆的休闲教育功能有这样的定义：“博物馆是基于提供全人类集体、个人的发展与其他公立教育机制上的合作，及教育灵感与美感的充实等目的而存在的，对人的教育启发作用不可估量。(桂雅文,2003)美国博物馆学会在《贝蒙特报告》(The Belmont Report)指出，博物馆的目的有两个，一是增进及传播知识，二是增进愉快喜悦的感觉。随着文化旅游的迅速发展，现代博物馆已不仅仅是知识的殿堂，更是游客寓教于乐的休闲游憩场所。而解说服务，便是博物馆实现其功能、信息传达的桥梁^[115]。

(二) 博物馆方和游客在解说各媒介要素重要性认知存在一定程

度的差异。

博物馆方和游客在解说各媒介要素重要性认知差异，以下将进行具体的描述及剖析：

解说员，“解说时间”、“解说内容通俗易懂”，游客对“解说时间”的需求不高，尤其是外地游客，由于时间比较紧张，并不需要解说员讲解很长时间。游客对“解说内容通俗易懂”的需求是很高，希望解说词能通俗易懂。

解说牌，“解说牌的吸引力”、“颜色搭配协调”博物馆方认知的重要程度要高过游客的需求。游客对其需求不高。但在“解说牌在字数足以说明展品”（ $p<0.05$ ），游客的需求是高于博物馆方对其重要程度的认知的。

影像放映厅，就其总体来说，博物馆方认知影像放映厅在解说中的重要性要高于游客的需求。“播放时间长度”存在显著差异。博物馆方认为时间长很重要，但游客对时间长度的需求不高。

解说折页，总体上看，游客对解说折页的重要程度的认知要高过博物馆方对其认知。表明博物馆方稍微低估了游客对解说折页的需求。认知差异存在一定差异的是在“放置于显眼处，容易取得”（ $p<0.05$ ）。

电子语音导览，发现整体上看，博物馆方认知的电子语音导览解说要素的重要程度要远高于游客对其认知。对电子语音导览媒介的需求并不高，所以其重要性的认知程度相对较低。

出版物，博物馆方认知的出版物解说要素的重要程度要远高于游客对其重要性认知。

（三）游客肯定了湖南省博物馆的整体的解说效果，但部分解说媒介的表现仍需要改进。

在所有的解说媒介表现评价中，游客肯定了湖南省博物馆的整体的解说效果和各解说媒介表现，其中以对解说员的表现评价最高。游客对解说员的需求最高，也对其表现最满意度。说明湖南省博物馆采用的人员解说取得了很好的解说效果。其次，排在第二位是解说牌。但游客评价最低的是解说折页，游客是高需求，低满意。也就是说解说折页是未来湖南省博物馆改善的重点。

下列表现具体需要改进的有：

博物馆的解说导引功能，没有达到游客的要求，并没有起到使

游客顺利完成参观游程。解说员，“吐词清晰、发音准确”。解说牌，“字数足够”、“指明路线”。游客抱怨说牌示传达的信息量太小。电脑触摸屏，“内容全面”。解说折页，“放置显眼处，容易获得”。

（四）湖南省博物馆解说系统对游客知识获得有显著成效

第一，对比游客在接受解说前和接受解说后的知识获得情况，两者之间存在显著差异（ $p < 0.001$ ）。在知识获得上，接受解说之后的各题成绩都高于接受解说之前的成绩，整体知识增长幅度达 64%。这足以说明湖南省博物馆解说系统具有极高的解说成效。

第二，对比有无解说人员解说对游客在知识获得上有显著差异。研究结果显示有解说员、无解说员两种解说情况下，游客的知识获得具有非常显著的差异（ $p < 0.001$ ）。整体上，有解说人员组的答对题数比无解说人员组的答对题数高出 17.1%，其中有解说人员的各题答对率比无解说人员解说的各题答对率高出 3%~21%之间。可见，使用解说人员解说能使游客参观完湖南省博物馆后对展品内容有更多的记忆，博物馆采用的人员解说确实能够更好的传达知识的功能，取得更好的解说效果。可见，使用解说人员可显著强化解说教育功能。

5.2 讨论与建议

通过对游客和博物馆方的调查分析，可以看出，解说系统为湖南省博物馆的功能发挥了积极的作用，湖南省博物馆除了要保持现有的优点，还需要需要改善的重点是：

（一）完善解说系统“导引”功能

湖南省博物馆的解说标识系统在总体的设置上都比较科学和规范，并能与博物馆的文化蕴涵相融合，但是解说牌示种类较少、牌示功能未充分发挥。尤其是在导览标示系统还是存在一些问题，主要是引导旅游者参观的道路指示牌、各种导览图等指示清晰程度方面还需要加强，通过调查，了解存在游客走回头路的现象。在标识的引导下，游客可以明确方位，根据自己所处的位置来合理安排旅游线路、调整旅游活动时间，轻松愉快地完成旅游活动。在以后的建设中要尤其注意“导引”功能的完善，能使游客畅通、便利地完成参观游程。

（二）科学的安排服务时间，提高服务技术水平

服务时间的安排要尽可能与游客的需求时间、计划相一致。否则，游客就会感到不方便，博物馆方在解说时间长短的认知与游客存在着一定的差异。游客对解说时间的需求低于博物馆方对时间的认知的。有必要科学安排解说时间。各种服务项目、服务时间的安排要多样化。根据观众的时间、及反映相应增减内容、变换技巧、随机应变。根据观众的注意力和兴趣，有选择地介绍展品。提高解说人员对解说时间的掌控能力。

此外，服务时间还要尽可能考虑到解说人员的心理和生理需要，这样可以保证解说人员始终以良好的心理状态和健康生理状态为旅游者提供服务。

提高服务技术水平，博物馆方有必要加强解说人员解说技能的培训，强化解说人员普通话的培训，根据调查得知，很多外地游客反映解说人员讲解听不大懂，解说员要做到做到吐词清晰、发音准确，提高服务语言表达效果。

（三）丰富解说牌的内容

在解说牌的设置上，存在解说牌示对于展品的说明不多的情况，观众从牌示获得的信息很少。很多游客抱怨说牌示传达的信息量太小，字数往往不足以说明藏品的内容。文物的文字说明太少，导致游客印象不深，很快便忘记了参观内容。从博物馆方角度看，在很多情况下，由于展览馆内的空间有限，或者因为太多的说明牌会使展室显得杂乱而干扰人们的视线，在这一点上许多国外博物馆的做法很值得借鉴，为展品编号，在解说牌的基础上加以书页式解说即可。书页式解说包含详尽的解释、轶闻趣事、示意图、地图等极其丰富的内容都可载入小册子，从而使人能更好地理解藏品的其历史和文化意义。有些国外博物馆甚至在馆内设置了图书馆，在展厅内摆放了百科词典方便观众有问题随时查阅。

（四）解说折页是提升解说效果、游憩体验不可或缺的重点

博物馆方低估了游客对解说折页的需求，在重要性认知上低于游客的认知，有必要进一步加强。尤其是在解说折页“放置于显眼处，容易取得”，很多游客反映找不到解说折页。在入口处发放解说折页，为游客对博物馆有个总体的认识 and 了解，激发起观众的兴趣。解说折页，尤其是有特色的解说折页是提升解说效果、游憩体验不可或缺的重点。

5.3 研究局限与展望

本研究的问卷调研在十月到十一月中旬进行，包含了周末和非周末，虽然时间比较长，但总体时间比较集中，没有包括寒暑假。抽样样本的代表性因此会有一定影响，若要更全面地覆盖游客群体，今后可采用更长期，甚至是整年度的调查，做纵向研究对比。

本研究根据代表性和知名度选取了湖南省博物馆作为调查基地，由于人力、物力、时间以及准实验设计上的缺陷，本研究仅能以湖南省博物馆的游客来做为研究对象，以马王堆常设展厅为研究范围，因此研究结果并不能推论到其他的展示馆。此次研究成果在其它类型博物馆中是否适用，有待今后进一步的研究验证。同时，也可以就不同类型博物馆的解说成效进行对比分析。

解说反馈体系的建立方面的研究。研究如何使游客对旅游解说的评价和建议快速准确地反映给博物解说供给方，并对旅游解说做出相应的改进。

参考文献

- [1]戴昕, 陆林, 杨兴柱, 王娟. 国外博物馆旅游研究进展及启示[J] 旅游学刊, 2007 (3):84-89
- [2]李 璘. 我国博物馆旅游产品的开发现状及发展对策分析[J]人文地理, 2004(8): 30-34
- [3]吴必虎等. 国内外环境解说研究综述[J] 地理科学进展, 2003 (5): 623-334
- [4]Sharpe G. W. Interpreting the Environment [M]. New York: John Wiley & Sons, Inc, 1982. 2-26.
- [5]Knapp, D. H. Validating a framework of goals for program development in environmental interpretation, Ph. D. dissertation, [D]Southern Illinois University at Carbondale. 1994.
- [6]McArthur, S. and C. M. Hall. 1993 Visitor Management and Interpretation at Heritage Sites. In Heritage Management in New Zealand and Australia [M]Oxford University Press, 1993:18-39..
- [7]Susan C B. Opening Minds:interpretation and conservation[J]. Blackwell Publishing, 2003, 56(3):86-93.
- [8]Moscardo, G And Pearce. P. L. (1986).Visitor centers and environmental interpretation. [J]. Environmental Psychology. (6):89-108
- [9]Ham, S. H. Meaning making-Theoretical and philosophical foundations of interpretation. [Z]2002Taiwan, U. S. , And Australia International Symposium on Environmental Interpretation and Eco-tourism. 2002.
- [10]Earnest, G. E. Environmental interpretation and visitor management for the eastern Lake On tarios and duneand Wet landarea. [D]MS dissertation, State University of New York Col. Of Environmental Science&Forestry. 1996.
- [11]Cable T T. An analysis of social and economic benefits associated with an environmental interpretation program [Z]. Purdue University, 1984.
- [12]Able, E. H. Jr. Nurturing the mind and the spirit is a museummission. [N] Museum News, 1991, 70(3):104. In Knudson, Douglas M. etc. Interpretation of cultural and natural resources. Venture Publishing, Inc. 1999.
- [13]Ham, S. H. Environmental interpretation - Apractical guide for people with big ideas and small budgets. [M]North American Press. 1992.
- [14]moscardo, G. Mindful visitors:Heritage and Tourism [J] Annals of Tourism Research. 1996, 23(2): 376- 397

- [15] Stewart, E. J., etc. The "place" of interpretation: a new approach to the evaluation of interpretation. [J] *Tourism Management*. 1998, 19 (3): 257-266.
- [16] Cherem, G. J. The professional interpreter: agent for an awakening giant [J]. *Journal of Interpretation*. 1977, 2 (1): 3-16
- [17] Nichols D R. Use of the tactual sense modality in environmental interpretation (outdoor education) [Z]. University of Orego, 1985
- [18] Hanna, J.W. Evaluating interpretive walks, video techniques, [z] in Marsh, J Natural and Cultural Heritage Interpretation Evaluation. Interpretation Canada. Ottawa. 1986.
- [19] Pierssen A. Explaining our world—An approach to the heart of environmental interpretation [M]. E & FN Spon press, 1999.
- [20] Uzzell D. Creating place identity through heritage interpretation [J] *Heritage Studies*, 1996, 1 (4): 219- 228.
- [21] McDonough, Maureen H. & Terence Lee (1990). Evaluation of interpretative Service: What Do We Know in 1990? What' s Past Is Prologue: 1990 [C] National Interoretters Workshop.
- [22] Bitgood, s. Designing effective exhibitbits: Criteria for success, exhibit design approaches, and research strategies. [J] *Vistor Behavior*; 1994, 9 (4), 4-15
- [23] Screven, C. G. Uses of evalnatinn before, during, and after exhibit design [J]. *ILVS Review: A Journal of Visitor Behavior*, 1990, 1(2): 36-66
- [24] Jacobson, s. k. Evaluation model for developing, implementing, and assessing conservation education programs: Example from Belize and Costa Rica [J]. *Environmental Managenment*, 1991, 15 (2): 143-150
- [25] Dierking, L. D. & Pollock, W. Questioning assumptions: An introduction to front-end studies in museums [J]. *Washington DC: Association of Science-Technology Centers*: 1998, 140-155
- [26] Cherem, G. J.. Visitor responsiveness to a nature trail environment. [D] Unpublished Doctoral Dissertation, University of Michigan, Ann Arbor. 1973
- [27] Roggenbuck, J. W. The field experiment: a suggested method for interpretive evaluation. *Journal of Interpretation*, 1979, 4 (1): 9-11.
- [28] Roggenbuck, J. W., & Passineau, J.. Use of the field experiment to assess the effectiveness of interpretation. *Proceedings of the 1986 Southern Recreation Research Conference*. [C] North Carolina State University and

University of Georgia. 1987

- [29]Morgan, J. M & Jarrett, T. R. Measuring audience response to interpretive modeling during a "live animal" program. In G. A. Vander Stoep and H. Y. Cho (Eds.), [C] National Interpreters Workshop Proceedings. 1994: 311-314.
- [30]Morgan, J. M. Understanding the effects of cognitive dissonance during interpretation: Implications for "hands-on" programming. In A. H. Weiss [C] National Interpreters Workshop Proceedings.. Fort Collins, CO: National Association for Interpretation. 1995:346-35
- [31]Uzzell D. Creating place identity through heritage interpretation [J] Heritage Studies, 1996, 1 (4): 219-228.
- [32]Krause, J. E. Stimulating attendance at interpretive programs. [D] Unpublished master's thesis, Colorado State University, Fort Collins. 1969.
- [33]Dutcher, R. L., & Asmuss, B. G. (). Visitor response to the nature center in Prince Albert National Park. [Z] Ottawa, Ontario, Canada: National Park Branch, 1970.
- [34]Cherem G. J. The professional interpreter: agent for an awakening giant [J]. Journals of Interpretation, 1977, 2 (1) : 3-16
- [35]Martinkovic, P. L. The effects of an interpreter's non verbal behavior on park visitors during an atural history presentation. [D] MA Thesis. Ohio State University. 1977
- [36]Nichols D R. Use of the tactual sense modality in environmental interpretation (outdoor education) [Z]. University of Orego, 1985.
- [37]Hanna J W. Evaluating interpretive walks, video techniques [Z]. Marsh J. Natural and Cultural Heritage Interpretation Evaluation, 1986.
- [38]Johnston, R. J. Exogenous factors and visitor behavior: a regression analysis of exhibit viewing time [J] Environment and Behavior, 1998, 30 (3): 322-347.
- [39]Veverka, J. A. The Language of Live Interpretation: Making Contact [Z]. The Language of Live Interpretation. , JeanMarc Blais, ed. Ottawa: The Canadian Museum of Civilization. 1997.
- [40]Ryan C, Dewar K. Evaluating the communication process between interpreter and visitor [J]. Tourism management, 1995, 16(4):295-303
- [41]Olson E C. Non-formal environmental education in natural resources management:

- A case study in the use of interpretation as a management tool for a state nature preserve system[Z].The Ohio State University, 1983.
- [42]Rice, A.D. The potential ' Greenline' park long the st.Larence river in New York State: A study of environmental Interpretation as an aid to design.MLA dissertation[D]State University of New York Col. Of Environmental Science &Forestry.1991.
- [43]Separate or Inseparable—Marketing and Visitor Studies. [J/OL] : <http://amol.org.au/evrsig/pdf/mprpap.pdf>
- [44]Michael belcher, Exhibition in museums [M]. Smithsonian Institution Press: 1991, 171-197.
- [45]Alma S. Wittlin, the Museum: Its History and Its Tasks in Education, 1949, P59.
- [46]Tony Walter. From museum to morgue? Electronic guides in Roman Bath [J]. TourismManagement, 1996, 17 (4): 241-245.
- [47]Stephen Clews. Frommuseum to mental massage: a response toTony Walter [J] Tourism Management, 1996, 17 (6): 401-403.
- [48]Ho, C. J. The Effectiveness of Orientation for Adult Learning in a Museum. [D] Unpublished doctoral dissertation, University of Wisconsin—Madison. 1993.
- [49]吴必虎, 金华, 张丽. 旅游解说系统研究—以北京为例 [J]. 人文地理, 1999, 14 (2): 27-29.
- [50]唐川. 台湾地区国家公园建设与发展 [J]. 云南地理环境研究, 1999 (2) : 16-23
- [51]胡宏友. 台湾地区的国家公园景观区划与管理 [J] 云南地理环境研究, 2001, 13 (3): 53-59
- [52]陶奎元. 台湾阳明山地景、保育与解说考察记——对建设国家地质公园的启示 [J] 火山地质与矿产, 2001, 22 (4): 300-306
- [53]王民, 陈晨和蔚东英. 环境解说的目的和目标之研究 [J] 环境教育, 2005 (7): 17-19
- [54]唐鸣镛. 景区旅游解说系统的构建 [J] 旅游学刊, 2006 (1): 64-68
- [55]王辉. 旅游解说系统的设计探讨——以重庆缙云山为例 [J]. 地域研究与开发, 2004, 23 (1): 56-58.
- [56]唐伽拉. 旅游解说系统规划初探——以浏阳道吾山引路松景区为例 [J]. 旅游学刊, 2003, 18 (3): 14-17.
- [57]杨强, 杨振之. 自导式解说系统设计要素研究——以邓小平故居景区为例 [J] 资源开发与市场, 2004, 20 (3) : 227-228
- [58]罗芬, 钟永德, 等. 黄山园内旅游解说类型与有效性分析 [J]. 旅游科学, 2005,

19(5): 34-37.

- [59]张静, 颜磊, 杨娟. 峨眉山生态旅游解说系统规划设计[J]. 乐山师范学院学报, 2005, 20(8): 78-80.
- [60]孟明浩, 俞益武, 顾晓艳等. 旅游景区环境解说系统设计方法及个案讨论[J]浙江林学院学报, 2005, 22(5), 572-576
- [61]于曦颖. 云蒙山国家森林公园内部旅游解说系统的改善[J]资源开发与市场, 2005, 21(6): 554-556
- [62]姜红莹, 杨美霞. 张家界旅游解说系统现状分析及对策[J]大连民族学院学报, 2006, 8(4): 123-125
- [63]周可华, 罗明春, 陈晓磐. 漂流旅游解说系统规划初探——以阳明山漂流为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2007, 18(1): 55-58.
- [64]罗燕. 周庄古镇旅游解说系统实证研究[J]. 资源开发与市场, 2008, 24(8): 753-756
- [65]张建萍, 梁莺莺, 朱亮. 百花山自然保护区解说系统问题分析及对策[J]北京交通大学学报 2008(04): 108-112
- [66]沈宝辉. 解说牌在公园管理上的作用广东园林, 2005(4): 28-29
- [67]钟永德, 罗芬. 旅游解说牌示规划设计方法与技术探讨[J]中南林学院学报, 2006, 26(1): 95-99
- [68]王淑芳, 张浩, 俞益武等旅游景区解说系统英译的现状与问题[J]北京第二外国语学院学报, 2004(3): 63-65
- [69]郝臻. 景区解说系统串联词的创作问题初探[J]桂林旅游高等专科学校学报, 2006, 17(2): 160-163
- [70]王淑芳, 谷慧敏景区英文解说系统的规划和管理[J]北京第二外国语学院学报, 2006(3): 76-80
- [71]洪艳, 陶伟. 游客对解说媒体的需求研究[J]. 旅游学刊, 2006, 21(11): 43-48.
- [72]刘改芳, 张东燕文化遗产类旅游景区解说系统评价——以平遥古城为例[J]. 山西大学学报, 2008, 31(5): 96-100
- [73]张建国, 潘百红, 王燕. 杭州西湖景区解说标识系统初步研究[J]福建林业科技, 2006, 33(4) 195-200
- [74]江宁, 陈建明. 从游客涉入角度对生态旅游景区解说系统满意度研究[J]桂林旅游高等专科学校学报, 2006, 17(5): 585-587
- [75]钟昌修. 解说折页对国小儿童解说效果之研究——以台北市立动物园无尾熊馆为例[D]台湾. 世新大学观光系, 2002
- [76]张诗悌. 板桥林家花园解说效果的探讨[D]台湾. 国立台湾大学园艺研究所, 1997

- [77] 吴春秀. 博物馆观众研究-以故宫博物院玉器陈列室为例[J] 博物馆学季刊 1996, 10(4): 23-30
- [78] 杨婷婷. 解说折页效果之讨论[D] 台湾. 国立台湾大学园艺系, 1996
- [79] 吴凤珠, 林晏州. 游客中心解说效果之评估[J]. 户外游憩研究, 1995(7): 31-47
- [80] 王德昌. 阿里磅生态农场生态旅游游客对人员解说满意度分析[D] 台湾, 国立东华大学自然资源管理研究所, 2007
- [81] Shiu-Nan Hwang, Chuan L, Huei-Ju Chen. The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks [J]. Tourism Management, 2005, 26(2): 143-156
- [82] 蔡喜信. 博物馆成人观众学习参与历程及其影响因素之研究—以国立自然科学博物馆为例[D] 国立中正大学成人及继续教育研究所硕士论文, 2002
- [83] 吴丽玲. 博物馆导览与观众涉入程度之研究—以达文西特展为例[D] 台北市立师范学院视觉艺术研究所, 2000
- [84] 许世璋、陈淑宝. 太鲁阁国家公园泰雅展示馆游客参观行为之研究. 博物馆学季刊, 2004, 18(1), 103-118
- [85] 陈茵美. 太鲁阁国家公园绿地质景观展示馆游客参观行为之研究, [D] 东华大学观光暨游憩管理研究所, 2004: 1-122
- [86] 张润峰, 孙桂茹. “九一八”历史博物馆智能分区解说系统[J] 房材与应用, 2002(6): 87-89
- [87] 孔旭红. 场所依赖理论在博物馆旅游解说系统中的应用[J] 软科学, 2008, 3, 22(3): 89-91
- [88] 辛儒. 开发博物馆旅游解说经营管理服务功能[J] 商场现代化, 2008, 3, (1): 135-136
- [89] 黄萍 (2008) 试论如何提高专业性科技博物馆讲解员的解说水平[J] 商业文化, .2008, (6) 150-152
- [90] 曾申. 游客对博物馆解说员解说服务满意度研究[D] 浙江: 浙江大学, 2007: 1-119
- [91] 吴忠宏, 江宜珍. 国立科学工艺博物馆观众参观动机与满意度之研究[J]. 科技博物, 2003. 7(1): 35-59.
- [92] 吴忠宏, 黄宗成, 蔡淑惠. 国立自然科学博物馆解说成效之研究: 以生命科学厅为例 [J] 环境教育学刊 2003, (2): 67-92
- [93] 萧乔茹, 国立历史博物馆 PDA 行动数位导览解说效果之研究[D] 硕士学位论文, 静宜大学, 2006
- [94] Ham, S. H. Environmental interpretation: A Practical guide for People with big Ideas and small budgets [M]. Golden, CO: North American Press, 1992
- [95] Hood, Marilyn G. After 70 years of Audience Research, What Have We

- Learned?—who comes to Museums, Why does not, and why ?[J] *Vistor Studies*, 1995, (5): 16-27
- [96] 国际博物馆协会章程[Z]. 国际博物馆协会第十六届全体大会, 海牙 1989
- [97] 刘芳, 盛海涛. 博物馆功能与观众[[J]. *重庆建筑大学学报*, 2006, 28(1): 31-34
- [98] 倪杰. 博物馆教育再探—从中西方教育理念的差异谈起[J]. *中国博物馆*, 2006(1): 26-31
- [99] Tilden, F. *Interpreting our heritage*[M]. Chapel Hill, NC: University of Vorth Carolina Press. 1957
- [100] Wu H C. Evaluation of interpretation: Effectiveness of The Interpretive Exhibit Centers in Taroko National Park, Taiwan[D]. Unpublished Doctoral Dissertation, Stephen F. Austin State University, Nacogdoches, Texas, 1997. 32-40.
- [101] National Park Service. Director' s order 6: interpretation and education[EB/OL]. <http://www.nps.gov>.
- [102] World Tourism Organization. 国家公园和旅游保护区的开发[A]. 何光纬, 等. *旅游规划工作纲要*[C]. 北京: 旅游教育出版社, 1997. 621-649
- [103] National Park Service. Director' s order 6: interpretation and education [EB/OL]. <http://www.nps.gov>.
- [104] 余慧玉. 博物馆导览员与博物馆, [J]. *社教双月刊*. 1999, (89), 11-14
- [105] Grinder, A. & McCoy, E. S. *The good guide—a source book for interpreters, docents and tour guide* [M]. Arizona: Ironwood Press, 1985: 15-32
- [106] 史吉祥. 对台湾地区博物馆观众研究的历史考察[J] *中国博物馆* 2003(1) 79-8
- [107] Wager, J. Alan. Evaluating the Effectiveness of Interpretation[J]. *Journal of Interpretation*, 1976, 1(1): 1-8
- [108] Roggenbuck, J. W. The field experiment: a suggested method for interpretative evaluation[J] *Journal of Interpretation*, 1979, 4(1): 9-11
- [109] 洪宝德. 评量就是工作检讨[J]. *博物馆学季刊* 1988, 2(2) 1-2
- [110] National Association for Interpretation. *Preparing for the 21st century: Solving management problems through interpretation.* [Z] Fort Collins, CO: Author. 1990
- [111] 吴凤珠, 林晏州. 游客中心解说效果之评估[J]. *户外游憩研究*, 1995(7): 31 — 47
- [112] 陈茵美. 太鲁阁国家公园绿水地质景观展示馆游客参观行为之研究, [D] 东华大学观光暨游憩管理研究所, 2004: 1-122

- [113]张红兵, 粟来喜, 李潞. SPSS 宝典[M]. 北京: 电子工业出版社, 2007: 170-185
- [114]王露. 博物馆的休闲教育研究[J]. 东方文物, 2007 (1): 124-128
- [115]桂雅文. 爱上博物馆[M]. 广西师范大学出版社, 2003: 24-25

附录 1

博物馆解说效果调查问卷（博物馆方）

尊敬的专家：

您好！

本问卷旨在研究博物馆解说系统。希望您能抽出宝贵的时间，在能代表您意见的选项上打“√”，谢谢！

湖南师范大学旅游学院

A. 解说媒介

	重要性				
	低	←	→	高	
	非	不	一	重	非
	常	重	般	要	常
	不				重
	重				要
	要				
解说员					
1 具备扎实的专业知识	1	2	3	4	5
2 解说内容符合主题	1	2	3	4	5
3 解说词通俗易懂	1	2	3	4	5
4 掌握灵活的解说技巧	1	2	3	4	5
5 解说时间灵活	1	2	3	4	5
6 态度亲切有礼	1	2	3	4	5
7 仪容整洁、身着制服	1	2	3	4	5
8 吐词清晰、发音准确	1	2	3	4	5
解说牌					
1 字迹清晰	1	2	3	4	5
2 字数足以说明展品的主要内容	1	2	3	4	5
3 很容易吸引您前去观看	1	2	3	4	5
4 文字与背景颜色搭配协调	1	2	3	4	5
5 清楚地指明参观路线	1	2	3	4	5
6 内容简单明白，容易阅读	1	2	3	4	5
影像放映厅					

1 播放时间长度适中	1	2	3	4	5
2 播放内容生动, 有吸引力	1	2	3	4	5
3 播放内容易理解	1	2	3	4	5
4 画面清晰、音量适中	1	2	3	4	5

电脑触摸屏

1 操作容易	1	2	3	4	5
2 内容全面	1	2	3	4	5
3 文字有趣、易理解	1	2	3	4	5

展览黄页

1 容易取得	1	2	3	4	5
2 携带方便	1	2	3	4	5
3 具有保存价值	1	2	3	4	5

电子语音导览手机

1 租借方便	1	2	3	4	5
2 容易操作	1	2	3	4	5
3 容易携带	1	2	3	4	5
4 播放的内容与展示相匹配	1	2	3	4	5

出版物

1 价格实惠	1	2	3	4	5
2 信息全面, 能辅助展品的说明	1	2	3	4	5
3 方便携带	1	2	3	4	5

B、解说效果

1 能使游客增长知识	1	2	3	4	5
2 能使游客顺利完成参观游程	1	2	3	4	5
3 能唤起游客的学习兴趣	1	2	3	4	5
4 让游客有愉快的参观体验	1	2	3	4	5
5 让游客了解博物馆设置的目的	1	2	3	4	5
6 能使游客从解说中受到启发, 引发其思考	1	2	3	4	5

衷心感谢您的合作和支持, 祝万事如意!

附录 2

问卷编号：_____

博物馆解说系统调查问卷（参观前卷）

尊敬的游客：

您好！

本问卷旨在研究博物馆解说系统，以期为您提供更好的解说服务。希望您能抽出宝贵的时间，在能代表您意见的选项上打“√”，谢谢！

湖南师范大学旅游学院

一、下列问题，请在您认为对的答案内打“√”

1. 马王堆汉墓是哪个家族的墓地？

(1) 利苍 (2) 楚王马殷 (3) 刘庆 (4) 其他 (5) 不知道

2. 哪件文物出土时鼎内尚有藕片浮在水面？

(1) 云纹漆鼎 (2) 凤纹漆盒 (3) “君幸食”漆耳杯 (4) 其他 (5) 不知道_____

3. 哪件文物是中国象棋的前身？

(1) 博具 (2) 木象牙 (3) 竹筭 (4) 其他 (5) 不知道

4. 哪张图被称为世界上现存最早的医疗保健体操图？

(1) “太一”图 (2) 导引图 (3) 驻军图 (4) 其他 (5) 不知道

5. 哪件文物被称为“轻若烟雾、薄如蝉翼”？

(1) 素纱禅衣 (2) 丝锦袍 (3) 文印花纱 (4) 其他 (5) 不知道

6. 哪件文物是世界上现存最早的天文专著？

(1) 《五星占》 (2) 《周易》 (3) 《十间》 (4) 其他 (5) 不知道

7. 下列哪件帛画是用来“引魂升开”，相当于招魂幡？

(1) T形帛画 (2) 人物御龙帛画 (3) 车马仪仗图 (4) 其他 (5) 不知道

8. 千年女尸的名字是？

(1) 辛追 (2) 李梅 (3) 王丽 (4) 其他 (5) 不知道

在您参观完之后我们还有些问题需要向您请教，谢谢您！

衷心感谢您的合作和支持，祝万事如意！

（访问员说明再次访问的地点）

附录 3

问卷编号: _____

博物馆解说系统调查问卷 (参观后卷)

尊敬的游客:

您好!

本问卷旨在研究博物馆解说系统, 以期为您提供更好的解说服务。希望您能抽出宝贵的时间, 在能代表您意见的选项上打“√”, 谢谢!

湖南师范大学旅游学院

A. 解说媒介

	(低) 重要性 (高)					(差) 实际体验 (好)					
	非 常 不 重 要	比 较 不 重 要	一 般	比 较 重 要	非 常 重 要	非 常 差	比 较 差	一 般	比 较 好	非 常 好	没 有 使 用
到省博物馆参观时, 您认为 ...											
解说员:											
1 具备扎实的专业知识	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 解说内容符合主题	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 解说词通俗易懂	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
4 掌握灵活的解说技巧	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
5 解说时间灵活	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
6 态度亲切有礼	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
7 仪容整洁、身着制服	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
8 吐词清晰、发音准确	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
解说牌:											
1 字迹清晰	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 字数足以说明展品的主要内容	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 很容易吸引您前去观看	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
4 文字与背景颜色搭配协调	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
5 清楚地指明参观路线	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
6 内容简单明白, 容易阅读	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0

到省博物馆参观时,您认为……	(低)重要性(高)					(差)实际体验(好)					
	非常不重要	比较不重要	一般	比较重要	非常重要	非常差	比较差	一般	比较好	非常好	没有使用
影像放映厅:											
1 播放时间长度适中	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 播放内容生动,有吸引力	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 播放内容易理解	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
4 画面清晰、音量适中	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
电脑触摸屏:											
1 操作容易	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 内容全面	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 文字有趣、容易理解	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
解说折页:											
1 容易取得	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 携带方便	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 具有保存价值	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
电子语音导览手机:											
1 租借方便	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 容易操作	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 容易携带	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
4 播放的内容与展示相匹配	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
出版物:											
1 价格实惠	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 信息全面,能辅助展品的说明	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 方便携带	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0

B、解说效果

1 能使游客增长知识	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
2 能使游客顺利完成参观游程	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
3 能唤起游客的学习兴趣	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
4 让游客有愉快的参观体验	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
5 让游客了解博物馆设置的日的	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0
6 能使游客从解说中受到启发,引发其思考	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	0

C、知识测试

1. 马王堆汉墓是哪个家族的墓地?
(1) 利苍 (2) 楚王马殷 (3) 刘庆 (4) 其他 (5) 不知道
2. 哪件文物出土时鼎内尚有藕片浮在水面?
(1) 云纹漆鼎 (2) 凤纹漆盒 (3) “君幸食”漆耳杯 (4) 其他 (5) 不知道_____
3. 哪件文物是中国象棋的前身?
(1) 博具 (2) 木象牙 (3) 竹筭 (4) 其他 (5) 不知道
4. 哪张图被称为世界上现存最早的医疗保健体操图?
(1) “太一”图 (2) 导引图 (3) 驻军图 (4) 其他 (5) 不知道
5. 哪件文物被称为“轻若烟雾、薄如蝉翼”?
(1) 素纱禅衣 (2) 丝锦袍 (3) 文印花纱 (4) 其他 (5) 不知道
6. 哪件文物是世界上现存最早的天文专著?
(1) 《五星占》 (2) 《周易》 (3) 《十间》 (4) 其他 (5) 不知道
7. 下列哪件帛画是用来“引魂升开”，相当于招魂幡?
(1) T形帛画 (2) 人物御龙帛画 (3) 车马仪仗图 (4) 其他 (5) 不知道
8. 千年女尸的名字是?
(1) 辛追 (2) 李梅 (3) 王丽 (4) 其他 (5) 不知道

D、参观行为

- D1. 您来过博物馆几次(含本次)?
(1) 1次 (2) 2次 (3) 3次 (4) 3次以上
- D2. 您今天和谁一起来参观?
(1) 自己一人 (2) 家人亲戚(没带小孩) (3) 家人亲戚(有带小孩) (4) 朋友 (5) 旅行社组织 (6) 单位或学校组织
- D3. 与您一起来参观博物馆的人数(包括自己)?
(1) 1人 (2) 2人 (3) 3~6人 (4) 7~10人 (5) 11人以上
- D4. 您前来省博物馆参观的主要目的?
(1) 增广见闻 (2) 放松心情 (3) 增进亲友感情 (4) 工作需要
(5) 打发时间 (6) 其他(请注明): _____
- D5. 您对省博物馆解说服务的整体满意度?
(1) 非常满意 (2) 满意 (3) 一般 (4) 不满意 (5) 非常不满意

E、个人基本情况

E1. 您的性别

- (1)男 (2)女

E2. 您的年龄

- (1)17岁及以下 (2)18-29岁 (3)30-39岁 (4)40-55岁 (5)56岁及以上

E3. 您的文化程度

- (1)小学及以下 (2)初中 (3)高中(中专、技校、职高) (4)大专及本科
(5)硕士及以上

E4. 您目前从事的职业类型

- (1)学生 (2)工人 (3)农民 (4)军人 (5)公务员
(6)教师 (7)文体工作者 (8)行政管理人员(包括企事业管理人员)
(9)传媒工作者 (10)销售人员 (11)服务人员 (12)专业技术人员
(13)退休 (14)无业 (15)个体商人

E5. 您个人的月收入大概是

- (1)1000元及以下 (2)1001-2500元 (3)2501-4000元 (4)4001元及以上

E6. 您的家庭结构

- (1)单身 (2)已婚,无小孩 (3)已婚但孩子未成年 (4)已婚但孩子已成年

E7. 您现在的住址在哪里(不包括宾馆和临时住地)

- (1)本市市区 (2)本市郊区 (3)外地

衷心感谢您的合作和支持,祝万事如意!

附录 4

攻读学位期间论文发表及研究成果

- [1] 张茜. 世界遗产地旅游解说系统优化研究 [J] 韶关学院学报, 2009, 30(1):118-120
- [2] 张茜, 杨林安, 李百春. 游客对电子语音导览的需求研究——以湖南省博物馆为例 [J] 湘潭师范学院学报, 2009, 31(3):96-98
- [3] 阎友兵, 何远红, 张茜, 李荣贵, 王艺, 张琴, 杨林安. 《导游员应急手册》
[M] 湖南科学技术出版社, 2007
- [4] 阎友兵, 何远红, 李荣贵, 王艺, 张琴, 张茜, 杨林安. 《导游员速查手册》
[M] 湖南科学技术出版社, 2007

后 记

时光荏苒，光阴如梭，三年的研究生生涯很快就要走到尽头。回顾这三年学习生活，我发现这是一段在我生命中弥足珍贵的三年，是它让我的思想趋于理性，让我的知识结构更加合理；是它让我能够有机会聆听众多名师的教诲，结交更多志同道合的朋友；是它让我从稚嫩走向成熟，从浅显走向深刻。

我这三年的学习，对我指导得最多，给我帮助最大的是我的导师夏赞才教授。感谢夏老师的教诲，他渊博的知识，严谨的治学态度，令我的学习研究受益良多；而他的言行举止，不但教会我如何为学，更重要的是教授我为人处世的道理，这一切无一不令我敬仰，自叹穷极一生也未必能得其一二。特别是好几次收到夏老师发给我的论文修改的邮件都是凌晨三、四点钟，在此表示真诚地感谢和深深的谢意。

感谢湖南省博物馆两位副馆长李建毛、刘小豹为我的论文实证研究提供帮助和支持！

感谢陪我一起做调研的师弟、师妹们，在这里请接受我诚挚的谢意！

感谢我的家人。感谢我的父母给我提供的如此良好的学习环境，女儿惟有珍惜光阴，努力学习方能报答你们的养育之恩！

小白，谢谢你，论文的能够完成凝集了你的智慧和心血！有我在你身边令我充满了向前的勇气和力量，感谢你为我做的一切，感谢你为我付出的一颗真挚的心。

还有我在研究生阶段结识的众位好友姐妹，跟你们在一起，连生活的节奏都变得欢快起来，虽然我们马上就要各奔东西，但我们的友谊永远不会变。