

# 首都博物馆临时展览白领观众调查研究

李 征

中国社会科学院大学(中国社会科学院研究生院), 北京

Email: 729409613@qq.com

收稿日期: 2020年11月13日; 录用日期: 2020年12月21日; 发布日期: 2020年12月28日

---

## 摘 要

调查选择首都博物馆中具有代表性的临时陈列为调查地点, 运用跟踪观察法、问卷调查法、访谈法等多种调查方法, 对参观首都博物馆的部分观众进行调查。探讨博物馆针对观众群在常设基本陈列和常设精品陈列中存在的普遍性问题, 最终探寻相应解决措施, 给出相关建议。

## 关键词

博物馆, 观众, 展览, 需求

---

# Investigation and Research of the Audience of the Capital Museum Temporary Display

Zheng Li

University of Chinese Academy of Social Sciences (Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences), Beijing

Email: 729409613@qq.com

Received: Nov. 13<sup>th</sup>, 2020; accepted: Dec. 21<sup>st</sup>, 2020; published: Dec. 28<sup>th</sup>, 2020

---

## Abstract

I select one temporary exhibitions of Capital Museum as survey representatives, and use investigation methods, like tracking observation, questionnaires, interviews, in order to investigate a part of audiences in Capital Museum. After the museum explores the diversity issues from audiences in the permanent basic exhibition and boutique exhibitions, I will search for appropriate solutions, suggestions eventually.

## Keywords

Museum, Audiences, Exhibition, Demands

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

白领观众是博物馆的重要目标观众群，数目十分庞大，在社会经济活动中占据很大的位置。他们对文化生活有一定需求，且有不断提高自己文化修养的内在动机。选取博物馆观众中的白领为调查对象，是因为该人群在当前博物馆尤其是大中型博物馆中具有一定代表性，是博物馆需要面对的重要服务对象，也是博物馆扩大观众数量和提高观众质量的主要潜在群体[1]。

临展是博物馆现有展览体系的补充和延伸。调查选择首都博物馆中具有代表性的临时展览——“白山·黑水·海东青——纪念金中都建都 860 周年特展”（以下简称金中都展）为调查地点，这种类型的展览是博物馆展览体系架构中最能体现综合实力的，该展荣获了第十一届全国博物馆十大陈列展览精品评选精品奖。运用跟踪观察法、问卷调查法、访谈法等多种调查方法，对参观首都博物馆的部分特殊目标群体白领观众进行调查[2]。

观众在游览博物馆过程中，会根据自己的目的和需要，规划行走路线[3]。经过调查和研究白领观众群的人员构成、参观需求、参观行为等内容，深入了解白领观众的观展行为规律与内在需求。探讨博物馆针对不同观众群在临时展览中存在的普遍性问题，最终探寻相应解决措施，给出相关建议，供首都博物馆在展览策划方面进行参考。这种调查结果和研究对于其他博物馆今后发展也具有一定借鉴意义[4]。

## 2. 参观临时陈列的白领观众调查

### 2.1. 跟踪观察观众参观行为

最终确定了 34 位被跟踪观察的白领观众，对其进行数据统计分析。

观众概况：22~29 岁的年龄层来此展人数比重最大，女性观众明显多于男性观众。大部分观众都有亲朋好友等陪伴。参观时长在 35 分钟内的人数占了绝大部分。

观展行为：行走路线方面，共有 2 人从出口进厅。5 人观看了前言，3 人浏览了尾声部分，仅有 1 人观看了前言和尾声。展项参观方面，34 位观众中有 16 位观看了复原模型。共 6 人注意到了展墙上的壁画。放大镜是为了帮助观众更加清晰地欣赏文物上的细微之处，一般装置放大镜的文物也是较为精美或重要的文物，策划人员希望观众能领略到可能会忽视的地方。12 人仔细观看了放大镜下的文物。悬挂的金时期疆域图地图充分的利用了展厅内的立体空间，不仅使观众在观展过程中视觉愉悦，还巧妙地起到了分隔不同的区域的作用。共有 6 人仔细浏览了地图。策展人员精心打造的立柜群是整个展览的精华荟萃之地，从地面铺设清朝地图，到单独展板与立柜的组合，可以看出，作为连接出口和视频播放区的必经之地，布展人员将这里看作是展览结尾部分的重点。有 24 位观众在立柜群展区仔细的浏览。其他观展行为方面，共计 3 位男性和 9 位女性白领观众在观展时拍摄了照片，其中 6 名女性观众使用的是手机，另外 3 名女性和 3 名男性观众使用的是专业相机。从拍照的种类看，平均每人照了 10 类不同的文物、展板。21 位有陪同参观的观众中有 19 人在观展过程中互相交谈。

另外，白领观众对彩页、手机导览、视频及触摸屏的关注情况是观展需求的具体表现。取彩页的观众全部为女性。手机导览是首博新推出的移动导览方式，区别以往单调陈旧的语音导览器，能为观众呈现一个看得见、听得到的全新视听天地。然而，这一全新的用户体验并未得到大部分观众关注，仅有 1/5 的人群操作、使用，其中包括 5 名男性和 2 名女性。与历史文化陈列不同的是，金中都陈列播放视频处为观众提供了休息座椅，然而观看视频的观众只占了总数的 35%。金中都展厅中提供了游戏触屏，但仅有 1 人认真操作了游戏，时间很短。

## 2.2. 问卷调查观众参观行为原因

针对跟踪观察的结果，通过问卷调查可以进一步采集白领观众参观临时性陈列的行为原因，并探寻他们对于此展览类型及博物馆服务的需求[5]。共计收到 30 份有效白领观众参观行为原因调查问卷。

问卷收集到的观众基本情况：观众年龄、性别的构成百分比与跟踪观察得出的结论基本保持一致，其中 11 人为独自参观。白领观众多表示自己是非常渴望汲取文化知识。

在观展情况方面：8 人观看了前言或尾声部分；19 位在观展过程中拍照了；有 12 人取了彩页；10 位观众使用了门口的 NFC 手机导览；17 人观看了视频；2 人使用了触摸屏(图 1)。

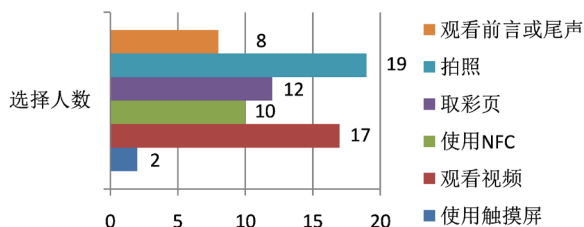


Figure 1. Questionnaire results

图 1. 问卷结果

## 2.3. 访谈调查观众参观情况

在观众参观完展览后，采取随机抽样的方式对参观者进行访谈，以了解观众参观展览的主观体验，共访谈 8 位观众，并不是每位观众都回答了所有问题，因而统计了比较有价值的观众访谈内容。观众对展览提出了一些很好的建议与和建议。

官网：白领观众对于首博临时展览的动态十分关注，他们多是事先了解开展、闭幕时间，然后选择到官网上预约门票。因此，首博的网站是他们了解新展览信息的重要渠道，也有部分观众是通过微博、微信和豆瓣等社交媒体获悉的。

观展行为：大部分观众将博物馆看做一个教育机构，对博物馆最主要的兴趣是通过展览了解不同地域的文化[6]。临展的主题多是国内外文博事业上的重大考古发现或文化交流的珍品等，白领观众的学习意愿更为浓厚，他们认同自己的博物馆行为是想以有目标、系统的方式来学习，而非四处闲逛，东瞧西看似的文化逛街，观展目的性很强[7]。大多数人是因为后天的专业学习、工作等而对博物馆产生了浓厚的兴趣，他们渴望通过欣赏临时展览来提高自身的文化修养水平。有一部分人是参观过某馆(包括首博)四次以上的经常性观众，这说明喜爱临展的人是有经常看展览的习惯的，这对挖掘锁定博物馆特定观众群有很重要的意义。

观展需求：大部分观众认为临时展览不错，会向家人，同事等推荐，如果方便，也愿意邀请亲朋好友一同参观。许多观众对在开放的出仓库内触摸搬动部分展品或仿制品这一举措表示欢迎，这能增强人们的五感体验，更直观的了解展品内涵[8]。另外，临时展览由于没有特定的展厅，展线布局多是不

规则的形状，因此，一份展厅空间及设施清晰的地图，随票一起给出会利于观众参观临时展览。展厅的出入口等标识不明显，有增加和重新设计的必要。

其他需求：许多人没有注意到咨询台旁的衣帽间和位于地下一层的自助餐厅，馆方应予以提示。目前，观众在博物馆内吃饭的情形并不太多，价位和餐食好坏都是他们考虑的因素。首博中的饮用水自助设备对观众的帮助很大。

### 3. 首都博物馆白领观众调查结果分析

#### 3.1. 观众概况

##### 3.1.1. 年龄与性别

参观临时展览则呈现出完全不同的形态，以 20~29 岁观众为主。白山·黑水·海东青——纪念金中都建都 860 周年特展是陈列内容新颖和丰富的临时性展览，较基本陈列及常设陈列多年一成不变的风格，其布展手法更为灵活多变，更贴近当下设计潮流的特点，自然会比较受年轻观众的青睐。通史展和佛教展拍照的观众使用的设备大多是手机，而该展的观众大多携带的是专业拍照设备，且拍照数量明显多于常设展，可见他们在看展前已经做了充分的准备。

在观众性别构成方面三展均是女性多于男性。目前，社会中男性平日忙于工作，而女性群体工作压力相对较小，拥有更为充裕的休闲时间，他们选择与亲朋为伴参观的情况也更多。另外有不少女性观众偏爱把参观博物馆作为教育子女的绝佳文化场所。

##### 3.1.2. 参观时长

观众在博物馆内的时间贯穿了自始至终的参观路线，不同的展览性质，决定了参观时间的差异性[9]。临展观众可根据自己的浏览目的安排时间，展览能为有不同需求的人提供相应的知识。临时展览的参观在 40 分钟以后的观众越来越少，但仍存在 70 分钟等长时间浏览的观众，与其他旅游、老年团体表现不同，白领群体中存在博物馆爱好者，虽然比例并不算高。

相较于其他类型的展览，参观金中都展的白领观众中，没有浏览时间低于 1 分钟的人。不难看出，这在一定程度上能说明短时间内展览是否容易一下子吸引住观众，进而让他们决定留步仔细观展。

#### 3.2. 参观行为与需求

##### 3.2.1. 观看展览行为

参观路线：金中都展仅有 2 人从出口进入逛展。

阅读说明：金中都展厅的跟踪观察中，仅有 5 人看前言，3 人浏览尾声部分。该展厅的前言在入口的左侧墙壁上，灯光昏暗，不容易被观众注意到。问卷调查显示，部分观众选择注意到会看，这说明他们还是愿意观看前言/结语部分的，只是它们并不很明显，没有引起观众的察觉。

使用触摸屏：金中都展中的触摸屏屏幕大，上面载有以展厅内文物为元素的“找相同”游戏，人们点击后可以看到一些文物的文字介绍。屏幕的位置显眼，处于展线的必经之地，然而，关注的人非常少。跟踪观察中仅有 2 人短暂的使用触摸屏，问卷调查中则有 11 人玩了，从观众的反馈来看，触摸屏对于他们的帮助不大，这就需要馆方推出更多能吸引人的亮点，而非为“添置”而“添置”。从侧面也可看出，该群体以参观展览为主。像金中都展厅中的触摸屏手感、反应速度明显好于前两个展览中的机器，从笔者使用后的体验是它的作用并不十分突出。里面是一些文物的图片和文字介绍，观众观看这些“不真实”的资料还不如去欣赏旁边精美绝伦的文物，触摸屏存在的意义并不太大，观众想知道的是一些其他的差异化信息，这样不仅让他们感到欣喜，满足好奇心，同时还能收获额外的知识[10]。

观看视频：跟踪观察数据显示，观看通史展和金中都展视频的人数比例大致相当，约为 39%，这说明视频在此类人群中并没有受到特别的关注。问卷调查数据表明，通史展中有 50% 的观众看视频，金中都展有 62% 的人观看短片。观看金中都展视频的 14 人中，有 10 名女性和 4 名男性观众，其中 1 名男性观众为独自观看，而 10 名女性中也仅有两位是独自观看视频，另外 3 名男性观众有女性随行。

### 3.2.2. 其他观展需求

拍照：与基本陈列和佛教展拍照人数呈个数不一样的是，金中都展拍照人数明显增多。跟踪观察的数据显示，39% 的人拍摄了照片，问卷调查中有 73% 的观众拍照了。另外，通史展和佛教展拍照的观众使用的皆为手机等移动设备，可以看出他们在观展时的拍摄是比较随机的举动。金中都展中有部分观众明显是有要拍摄的准备，因而有部分人携带的是专业相机。通史展和佛教展中大部分人拍照的照片都不多，种类也单一，原因可能在于人们对于常见的“眼熟”文物没有“收藏”的想法，因为它们总是会在博物馆展厅中看到[11]。观众在金中都展厅中拍摄的照片明显多于以上二展，原因可能在于临展的展览时间有限，展示的文物大多数是从众多文博机构借调来的，其中一些为平常并不示人的珍品，因此，许多观众会抓紧机会，“收藏”留念。临展一般会紧跟时代主题，配合某种重大历史事件，从文物到展览设计内容都丰富精美，所以会更加吸引摄影爱好者、文博爱好者前来参观，如案例 8 的拍摄范围很广，包括前言，单元标题介绍，展板，说明牌等文字性内容，陶猪、皮毛等精美文物，狩猎、金中都等复原模型。每向前浏览，都是拍摄行为优先，而后再站立审视拍照的对象，并且遇到重要文物较多的展柜，不会按照正常展线顺序行走。此外，如单膝跪地的拍摄姿势、拍完一张后即查看、反复拍、换角度拍、途中喝自带的热热水等行为都在揭示他作为一个重度摄影爱好者的身份。然而，他对构架、壁画及展柜等并没有拍摄，可见他的目的很明确，只是以文物及相关历史性介绍为主题来开展拍摄的。壁画(被跟踪对象 12、13、16、17、31)，构件(被跟踪对象 12、31)，展厅局部(问卷案例 31)等辅助性设计场景也会被部分观众拍摄，他们会比较重视临时展览中陈列内容的变化和更新[12]。由此可见，白领人群对陈列中富于美感的设计有一定的需求。

## 4. 针对白领观众的优化与提升

### 4.1. 展览设置

#### 4.1.1. 语音导览方面

展方可配备一个负责人指导白领观众如何使用导览器，以培养白领观众了解新科学技术的兴趣，推广展览的辅助设备。调查发现，很多白领人群对 NFC 语音导览器兴趣颇大，纷纷拿出手机试用，该展的语音导览吸引不少年轻白领尝试，在试验连接过程中，部分人出于各种原因未成功，摆弄许久后仍不成功，于是作罢。白领人士是使用电子设备很高的群体，但由于该设备运用较新，许多人没有接触过，不知如何连接。曾有展厅工作人员叫连接成功的观众帮助其他未连接成功的观众，但尝试许久仍未果。NFC 并不是首博第一次使用该设备，如何让观众学会使用新技术新设备，普及使用方法及技巧应成为馆方不可忽视的细节[13]。目前，NFC 包含了文物音频及图片内容，但在展厅内几乎没有观众将 NFC 作为辅助展览工具使用，这说明白领观众在观展时更喜欢通过视觉途径浏览真实的文物及介绍。

#### 4.1.2. 文字说明方面

在文字使用规范上，博物馆作为公共文化机构，理应具有表率作用[14]。有博物馆爱好者看出了该展鸣谢部分的英文陕西拼写出现了错误，这种硬伤问题不应出现在文化机构之中，影响其学术研究形象。调查显示，白领观众认为该展信息量充足，但在脉络承接上应该强化，有部分观众忽略了一些单元说明，不能了解女真族与满族的一脉相承关系，展板可考虑配色统一的颜色或形状以解决这类问题。

### 4.1.3. 展线方面

合理的展线需要工作人员要对参观路线进行仔细的推敲，必要时实际的推演出来[15]。(图 2)博物馆要使自己的工作具有针对性和效率，一个最有效的方法是，博物馆组织者站在观众的立场来考虑自己的工作[16]。跟踪观察后发现，白领观众自己行进的线路并没有像设计人员当初预想好的展线进行参观。造成这种情况的原因很多，例如文字不明显、展柜布局不规整等等。针对此类问题，采用更为科学的格式塔心理学做理论指导，利用对比色、互补色以突出主题与背景的关系，直观上让观众一目了然各单元板块的相互关联[17]。



Figure 2. Exhibition line  
图 2. 展线

### 4.1.4. 互动装置方面

这种前所未有的文化体验应鼓励观众自主探索，对培育他们的创造性思维意义深远。运用多种感官对于增强理解是有积极意义的。在展览中安排一些可供参与的操作项目会提高观众的自主意识和投入感，对他们理解展览具有意想不到的效果[18]。互动装置是吸引观众兴趣，增进他们之间情感、交流的最佳方式。但从这三个展览中，我们发现，互动装置仅仅停留在触摸屏的层面上，这远远不能满足观众的需求。德国 ZKM 博物馆内的“笑脸”参与性作品很具代表性，艺术家创作了一个互动装置的形式，观众在参与之后，这个作品才完成，而完成的作品会成为下一个作品的基础。这将是未来策展设计人员深挖白领观众内在需求的前进方向。

## 4.2. 辅助设置

### 4.2.1. 展览信息

在调查的过程中，虽然在入口处有立式宣传牌，但来馆参观的白领观众仍然不知道金中都临展的信息。博物馆没有在布展的同时或布展结束后抓住机遇，利用各种传播媒介对展览进行必要的宣传和介绍[19]。博物馆运用通讯设备对入馆之后的白领观众进行展览信息推送服务，直接点对点沟通，拉近参观者与博物馆之间的距离。如今大数据运算的支持，智能化的运用解放人们的有限时间。为博物馆爱好者提供定制服务项目，展览信息推送服务势在必行[20]。会所、电梯、广播、公交、地铁等纸媒、电煤户外的广告宣传花费多，招标费用大于 50 万元时，预算审批时间耗费周期长，劣势明显。白领群体热爱微博、微信等网络宣传客户端，博物馆可以利用这些平台进行展览信息推送。短信也是有效的推送手段之一，如某些博物馆会给备案的会员发送短信邀请参加专场的活动，效果十分显著。非预约观众来首博参观需

要在咨询台记录身份证、手机号等信息，这不仅为馆提供一个庞大的观众数据库，还可以找到目标观众群体，将展览活动等信息第一时间推送到白领观众手机上。目前，首博在门票的背面附上了各展区的图示及展览信息，但由于临展变动频繁，上面的信息早已与现实脱节。馆方应及时完善细节，以避免误导观众观展。

#### 4.2.2. 拍照方面

在为白领观众提供更多优质服务的同时，考量其他的损害。金中都展是白领人群的观展重点，许多人都携带相机拍摄。其中观察个别摄影爱好者是专门避开放大镜进行拍照，放大镜在放大了局部的同时也阻挡了文物的整体美。

#### 4.2.3. 视频方面

博物馆要有完整的后续应急服务，这是服务机构的最低要求。视频在展览中期因为设备原因损坏，导致许多人不能观看，然而，在门口处未有任何告示，馆方应该张贴通知告知观众情况，以免使白领观众对展览的完整性产生疑问。

#### 4.2.4. 触摸屏

许多白领观众表示对于临时展览的布展及背后的过程很感兴趣，很少地方能看到详细的介绍，如果触摸屏中能有相关的图片或视频，一定能增强观众对设计者布展意图的理解，加深对展品的印象(图 3) [21]。



Figure 3. Exhibition arrangement  
图 3. 布展情况

#### 4.2.5. 专题讲座

针对性的服务会培育白领观众对博物馆更持续、更长久的忠诚度。临展主题会紧贴时代的脉搏，在展览开放期间，博物馆往往会推出学术讲座供参观者进一步学习与了解，但目前的宣传力度仍显不足。

白领人士对讲座有很高的参与热情,希望博物馆能够增加场次。纵观首博推出的讲座时间安排不难发现,讲座次数并不算多。除1月、2月无讲座,3月、5月和9月各两场外,剩余月份几乎每月只推出一场讲座。举办的13场讲座中有10场是在工作日,且都是在白天的上班时间。首博推出的八场“纪念金中都建都860周年特展”系列讲座,仅有第一场和第二场是在休息日举办的,其余都是在工作日的下午两点开始。白领大多在工作,没有闲暇时间参加讲座。以科技界为代表的白领群体综合素质强,国外文化积淀的较多,对于传统文化了解不够,博物馆应该积极抓住这个群体,专为这个人群开展相应的讲座,供他们在休息时间“充电”。针对白领人群大多因工作冲突而无法亲临现场聆听讲座的矛盾,国博推出的讲座视频在线服务颇受好评。国博讲堂每期的讲座和新展开幕发布会都会进行录影,观众可以登陆优酷网站搜索查看,十分方便。访谈结果显示,很多白领观众都期待首博也能开拓此项业务,为传播首都博物馆展览多层面的价值,丰富他们的业余生活提供更多有力支持。而在网络信息化平台之下,该延展服务对提升首博在白领群体中的声望与地位意义非凡。

## 5. 结语

根据以上调查与研究,发现白领观众在参观博物馆方面有其特殊的需要与行为,大致归纳为以下几点:

第一,白领观众对临时陈列形式设计的需求。临时陈列中的单元说明从形式设计方面要利于观众清晰地观看。此外,合理的展线也是观众获得和掌握完整知识的前提。

第二,白领观众对博物馆辅助设施需求。临时展览中的触摸屏还需要更多智能化和人性化的设计,这样才能起到良好的辅助展览作用。

第三,白领观众对博物馆服务需求。临时陈列公告信息的推送要通过即时通讯软件第一时间发布到目标观众群手中。合理的讲座时间设置、讲座信息的有效传达及后续网络信息平台的建立,都是培育白领观众对博物馆忠诚度的渠道。现今,博物馆硬件设施已经提升到一个全新的层次,智能化的高科技设备得到普遍应用,然而在软件方面还有亟待提升的空间。

白领观众人群是博物馆不可忽视的重点关注对象,他们的职业身份是经济领域中最为活跃的部分,观众的综合素质出类拔萃。博物馆应该成为他们进行创造力质的提升的首选场所,这两个链条的碰撞结合对于整个社会的发展,将会起到关键作用。博物馆实行门票免费政策为培养国民文化素养,普及科学历史知识提供了坚实基础,越来越多的民众都把博物馆当作了休闲娱乐的好去处[22]。白领观众与普通观众比较,整体素质较高,参观博物馆的目的和需求也有自身特征。但博物馆作为白领提升自身素质方式之一,明显存在与其他文化娱乐场所的竞争。现今,国人热衷外国艺术文化的学习,并以此为荣,因为它们在国际的影响力大,更显时尚。与此形成对比的是,传统文化却得不到普遍的重视。博物馆作为宣扬传统文化的重地,应该努力宣传自己,让看传统文物展览变成一种时尚及生活方式,使得崇尚文化变成大众的价值观,这对于继承、发扬优秀的传统文化将更有利。博物馆的最终使命是要把文化素质未达到一定水平的人容纳进博物馆中,并帮助他们提高。

## 参考文献

- [1] (美)乔治·E·海因. 学在博物馆[M]. 李中, 隋荷, 译. 北京: 北京燕山出版社, 2010.
- [2] 风笑天. 社会研究方法(第5版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2018.
- [3] 张婉真. 当代博物馆展览的叙事转向[M]. 台湾: 台北艺术大学, 2017.
- [4] 严建强. 博物馆观众研究述略[J]. 中国博物馆, 1987(3): 17-22.
- [5] 吴明隆. SPSS操作与应用—问卷统计分析实务[M]. 北京: 五南图书出版公司, 2010.



- 
- [6] (美)玛格丽特·霍尔. 展览论——博物馆展览的 21 个问题[M]. 环球启达翻译咨询有限公司, 译. 北京: 北京燕山出版社, 2007.
- [7] 史吉祥. 博物馆观众调查的几个问题[J]. 中国博物馆, 2000(1): 54-59.
- [8] (加)盖尔·洛德, 拜伦·洛德. 博物馆管理手册[M]. 杨康明, 郝黎, 译. 北京: 北京燕山出版社, 2007.
- [9] (英)蒂莫西·阿姆布罗斯, 克里斯平·佩恩. 博物馆基础[M]. 郭卉, 译. 南京: 译林出版社, 2016.
- [10] 田甜. 从使命(Mission)到创造力(Creativity)——来自英国 V&A 博物馆的展览启示[J]. 东南文化, 2019(5): 121-126.
- [11] (美)戴维·温伯格. 知识的边界[M]. 胡泳, 高美, 译. 太原: 山西人民出版社, 2014.
- [12] 郭文钠. 将观众观展体验纳入陈列展览的评估体系——以广东省博物馆历代端砚艺术展览观众调查为例[J]. 中国博物馆, 2012(2): 78-82.
- [13] (美)布莱恩·阿瑟. 技术的本质[M]. 曹东冥, 王健, 译. 杭州: 浙江人民出版社, 2014.
- [14] 严建强. 博物馆的理论与实践[M]. 杭州: 浙江教育出版社, 1998.
- [15] (美)珍妮特·马斯汀. 新博物馆理论与实践导论[M]. 钱春霞, 陈颖隽, 华建辉, 苗杨, 译. 南京: 江苏美术出版社, 2008.
- [16] Marstine, J. and Bauer, A. (2013) Chelsea Haines: New Directions in Museum Ethics. Routledge, London. <https://doi.org/10.4324/9781315868585>
- [17] 吴莹, 韦庆旺, 邹智敏. 文化与社会心理学[M]. 北京: 知识产权出版社, 2017.
- [18] (美)妮娜·西蒙. 参与式博物馆: 迈入博物馆 2.0 时代[M]. 喻翔, 译. 杭州: 浙江大学出版社, 2018.
- [19] 尹凯. 重置与转向: 当代博物馆理念的梳理与思考[J]. 东南文化, 2018(4): 86.
- [20] 滕琳. 生活形态与旅游消费行为模式研究[D]. [硕士学位论文]. 广州: 暨南大学, 2011.
- [21] Levent, N. and Pascual-Leone, A. (2014) The Multisensory Museum: Cross-Disciplinary Perspectives on Touch, Sound, Smell, Memory, and Space. Rowman & Littlefield, Lanham.
- [22] ICOM (2016) Museums, Ethics and Cultural Heritage. Routledge, London. <https://doi.org/10.4324/9781315560151>