

博物馆解说中的游客疲劳、游客体验与行为

梁增贤 林诗玲

【摘要】博物馆逐渐成为城市居民日常休闲旅游的重要选择而备受推崇。各地博物馆普遍通过优化解说系统,丰富解说内容以延长游客停留时间、增加消费和促进知识传播。然而,上述操作又容易导致游客疲劳。以广东省博物馆新馆的314位游客为样本,探讨博物馆解说中的游客疲劳、游客体验以及行为意向的相互关系。首先基于现有研究构建并验证了博物馆游客疲劳量表,形成了身体疲劳、情感疲劳、认知疲劳和低成就感四个维度。研究表明,1.博物馆内的解说系统规划越有效,游客的疲劳程度越低;当游客疲劳程度越低时,他们的参观体验和行为意向会越高;2.解说系统、游客体验、行为意向三者之间呈显著的正相关关系。当博物馆解说系统得到有效的规划时,游客的体验质量会因此得到提高,行为意向也越强;3.游客疲劳和游客体验分别在解说系统和行为意向之间起到部分中介作用并形成中介链。基于上述结果,进一步提出管理建议。

【关键词】博物馆;解说系统;游客疲劳;游客体验;行为意向

【作者简介】梁增贤,中山大学旅游学院副教授,博士生导师,理学博士,主要研究方向:旅游地理学、主题公园、城市旅游、休闲与生活质量,E-mail:liangzx3@mail.sysu.edu.cn(广州 510275);林诗玲,中山大学旅游学院研究生,主要研究方向:博物馆旅游、游客疲劳。

【原文出处】《华侨大学学报》(哲学社会科学版)(泉州),2023.6.94~106

【基金项目】广州市哲学社科规划课题“广州加快公园城市建设研究”(2023GZYB02);国家发展改革委2023年度社会领域重大课题“优化重大文化工程实施及管理研究”。

随着社会的发展和人民日益增长的文化需求,博物馆作为公共文化空间,其功能已经超越了收藏、保护、展示文化和精神遗产的范围,发展成为具有教育、休闲、娱乐和社会意义的多功能机构。如今,博物馆不仅为人们提供学习知识的场所,还充当着城市的新旅游胜地^①。近年来,博物馆旅游逐渐在文化旅游和城市旅游发展中占据着越来越重要的位置,成为国内外逐渐兴起的一种旅游形式^②。2010—2019年我国博物馆数量逐年增长,截至2019年底全国已备案博物馆达5535家,比2018年增加181家,同年博物馆参观人次为112 225万人次,同比增长7.5%^③,中国博物馆旅游业呈现出良好发展态势。随着博物馆旅游业的发展,解说系统作为博物馆内信息传递的重要媒介,其开发与规划也受到了诸多关注,高质量

的解说系统能够吸引游客的注意力,延长他们的参观时长,促进消费和知识传播。然而,人体的生理和心理承受能力是有上限的。当游客在博物馆停留的时间过长,他们的身体机能、情绪状态会下降,这将促使他们寻找出口,离开博物馆^④。Falk等人也指出一开始时博物馆观众兴趣高涨,30~45分钟后降低至一个较低水平,他们停留在更少的展品面前,更频繁地更换展厅^⑤,这就是游客疲劳症状。目前国内外学者对博物馆旅游研究主要集中在参观期望、动机、满意度、参观体验等方面^⑥,对于游客在旅游过程中出现的生理和心理消极状态都鲜有关注^⑦,更不要说深入探讨疲劳症状。游客一旦产生了身体疲惫、不满情绪等负面现象,他们的游览体验、满意度等都会受到很大的影响。深入了解博物馆游客疲劳的影响

因素以及其所产生的后果,有助于博物馆做出应对措施,从而促进博物馆旅游更好发展。

因此,以博物馆游客为研究对象,基于现有研究修正和完善游客疲劳量表,并进一步探讨博物馆解说对游客疲劳、游客体验和行为意向的关系,将进一步完善游客疲劳的理论,为博物馆解说系统的设计和游客管理提供实证支持。

一、文献综述和研究假设

(一)博物馆

博物馆最初为面向大众开放的非营利性机构,出于教育、研究、娱乐之目的搜集、保护、研究、传播并展示人类及环境的物质和非物质文化遗产^①。因此,早期博物馆旅游的研究主要聚焦在游客的动机、体验和满意度^②,重点探讨博物馆解说如何更好地传播文化价值。Dumbraveanu D等人指出博物馆解说系统的作用需要从单一的展示向满足游客获取信息和文化知识的需求转变^③。Zhao Z将现有的博物馆解说方式分为4种模式,通过游客问卷调查比较了不同解说模式的传播效果和游客体验^④。然而,近年来随着博物馆学和新博物馆主义的兴起^⑤,博物馆的功能不断丰富,从以物为中心转向以人为中心^⑥,重视对游客需求的满足:一方面博物馆从传统的公共服务和教育功能逐渐融入消费和娱乐功能,集剧场、互动中心、咖啡店、茶馆和文创购物店于一体^⑦,甚至与旅游相结合实现共赢^⑧;另一方面博物馆在展览上继续深化两条路径,一是强调综合性,即建设大型综合性展馆,这导致游客在综合性展馆里一天也很难参观完所有展览内容;二是强调专业性,即做专题展览或针对单一展览提供丰富解说和互动体验。博物馆上述新的演化为游客提供丰富体验的同时,也容易导致游客疲劳,即所谓博物馆疲劳(Museum fatigue)^⑨。现有的一些研究表明,博物馆游客疲劳会导致其注意力下降、兴趣降低,从而影响游客知识的获得和博物馆文化价值的传播^⑩。因此,博物馆研究逐渐转向回答在多功能多体验情境下,博物馆解说如何避免游客疲劳以提高游客体验和满意度,促进游客重游。旅游学界已经较多地从积极心理的角度探讨游客动机、体验、原真性、愉悦以及恢复性等对游客行为意向的影响^⑪,然而疲劳、恐惧等消极心理因素影

响的讨论较少^⑫。近年来,学界开始逐步重视疲劳对个人感知、体验和行为的影响,但主要聚焦在服务场景和旅游景点^⑬,对博物馆情境的分析仍比较缺乏。

(二)游客疲劳

旅游疲劳(tourism fatigue)是指由于过度的旅游活动引起的身体衰退、动机减弱、情绪下降和认知障碍^⑭。与此相似的概念是旅游倦怠(tourism burnout)和游客饱足感(visitor satiation)。前者指随着旅游者在旅游过程中不断进行时空转移,出现的积极情感水平从顶峰跌到谷底、主动性和积极性逐渐下降,甚至想要逃离旅游目的地的消极状态^⑮;后者指参观者的注意力、情感和享受逐渐减少到对目的地内容或游览不再感兴趣的程度^⑯,它是对重复暴露于刺激的一种反应。从意指上看,游客疲劳大致涵盖了游客倦怠和饱足感,且游客疲劳的表达更温和,而倦怠是从轻度到重度病例的完整连续体,在某种程度上是一种病态表现^⑰,并不适合绝大多数短暂性疲劳的群体。

游客疲劳中的身体衰退主要表现为行动不便、肌肉酸痛和身体虚弱;动机减弱主要表现为对旅行或继续旅行的意愿、兴趣和好奇心的降低;情绪下降表现为喜欢、兴奋以及新颖感下降;认知疲劳表现为注意力、思维能力、反应速度和记忆力等能力的下降^⑱。各种类型的旅游活动都可能产生游客疲劳^{⑲⑳}。在博物馆游览中,游客也会出现博物馆疲劳(museum fatigue)症状:“脑袋像塞满棉絮一般昏沉,腿仿佛铅锤一般沉重,脚踝又酸又疼”^㉑,在此过程中,他们会逐渐精力耗竭、注意力涣散、认识活动机能衰退^㉒,从而对展览的注意力和兴趣不断减少或者感到无聊。这种现象的产生受很多因素的影响,例如游客的身体素质、解说系统和博物馆陈设布局等。正如服务领域的研究一样,除了情感、精力的衰减消耗殆尽,成就感降低也是造成疲劳的重要因素^㉓。如果游客在参观博物馆过程中对参观活动逐渐失去期待、成就感降低,疲劳也会产生。目前,大多数关于游客疲劳,尤其是博物馆疲劳的研究主要以定性访谈为主^㉔,鲜有开展定量研究。很重要的原因就是游客疲劳测量量表的缺乏^㉕。

(三)假设提出

解说是一种凭借实物、亲身体验或解说媒体来

揭示某种意义与关联的教育性活动,而非简单的信息传递和罗列^⑧,能够达到服务和教育的目的^⑨。在很多场景中,解说已不仅仅是一种教育性活动或信息传递活动,它还能起到娱乐观众的作用。尤其是在专业性强的博物馆中,游客对于解说有很强的依赖性,高质量的解说系统不仅可以向游客传递有关展品的知识信息,达到咨询传达和教育的目的,同时也能通过解说媒介的多样性、解说内容的生动性等为游客提供更为丰富有趣的体验。不少学者认为解说系统应该具备丰富性、逻辑性、启发性、多样性、交互性、趣味性等特点^⑩,具备这些特性的解说系统既能调动游客的注意力和探索欲,也能满足不同类型和层次游客的需求,并提供多样化的游览体验^⑪。丰富的讲解内容会在很大程度上提高观众的参观兴趣,如果讲解词乏味^⑫或者文字过多^⑬,很容易使观众疲劳。合理的参观线路和明确的标志则能够有效缓解观众疲劳^⑭。可见,有效的解说系统规划不但可帮助游客明晰参观动线,还能丰富游客体验形式,激发他们的好奇心和探索欲望^⑮。此外,不同解说形式会对游客体验产生不一样的效果。家长式解说在短时间内能够抓住游客的注意力,儿童式解说能够在游客疲劳之前活跃气氛的效果^⑯。基于上述研究,提出以下假设:

H1:解说系统与游客疲劳之间存在显著的负向相关关系。

旅游是以体验为核心的,旅游者购买的旅游产品是个整体,不仅包括实体产品,也包括旅游目的地带来的精神或心理层面的体验^⑰。游客体验是一种游客参与旅游活动所形成的内在心理感受状态,是旅游世界中旅游者在与其当下情境深度融合时的一种身心一体的畅爽感受^⑱,这种感受能让游客意识不到时间的流逝和自己的存在^⑲。行为意向是指消费者在消费之后,持有的某种主观意愿行为^⑳,应用到旅游领域,行为意向是在游览结束后游客对旅游目的地的重游和推荐倾向^㉑。作为游客的内在心理状态,游客体验和游后行为意向皆容易受到外在刺激如解说系统的影响。一个完整的解说系统通常能为游客带来一个充实并愉快轻松的参观体验^㉒。黄石楠认为解说服务是提高服务质量的一个关键点,能

够增加游客的娱乐体验^㉓。参与性是其中游客体验塑造的原则之一,完善景区的解说系统有助于提高游客的精神参与,增强游客对旅游吸引物的理解和感知,改变他们的态度和行为,提高他们的回头率和推荐率^㉔。此外,高科技技术(如VR+AR)、互动游戏等服务也能提高游客的身体参与,这样既能将文物信息以更容易理解的方式呈现给游客,也能使游客在情境中更好地体验展品的内涵,在沉浸式的体验中获取知识^㉕,甚至增强他们的重游意愿和分享推荐意愿。基于上述研究,提出以下假设:

H2:解说系统与游客体验之间存在显著的正向相关关系。

H3:解说系统与行为意向之间存在显著的正向相关关系。

当“畅爽”感受产生时,游客会全身心地投入在这种忘我的境界中,他们将获得最高的体验质量,当游客产生厌倦感时,他们的身心会受到负面影响,使得体验质量下降^㉖。当游客在旅游中出现精力衰减、主动性和积极性下降的现象时,他们会产生想要逃离旅游世界的心理和行为意向^㉗。也有学者指出对于持续购买的产品,较慢出现的倦怠感能够促使消费者反复购买该产品,而较快出现的倦怠感则会鼓励消费者尝试新产品^㉘。基于上述研究,提出以下假设:

H4:游客疲劳与游客体验之间存在显著的负向相关关系。

H5:游客疲劳与行为意向之间存在显著的负向相关关系。

消费者的总体体验越好,体验后的行为反应越积极^㉙。提高游客的体验质量不仅可以提高其重游意向还可以为景区带来正面的宣传^㉚。有学者研究了游客体验与满意度、忠诚度之间的关系,指出优质的旅游体验对旅游者的行为意向有积极的正面影响^㉛。旅游者形成的总体旅游体验,在一定时间内会影响游客对该次旅游的印象和下次出行的选择^㉜。因此,提出:

H6:游客体验与行为意向之间存在显著的正向相关关系。

游客体验和行为意向是会受外部因素和内部因素共同影响的心理状态。本文假设解说系统和游客

疲劳分别作为外部和内部因素对游客体验和行为意向产生影响。生动有趣的解说方式和内容能够激发游客的兴趣和探索欲,缓解他们在身体、情感、认知机能等方面的疲劳感,增强他们的投入性、享受性和吸引力体验,从而提高他们的回头率和推荐率^⑥。因此,提出以下假设:

H7:游客疲劳在解说系统和游客体验之间起到中介作用。

H8:游客疲劳在解说系统和行为意向之间起到中介作用。

H9:游客体验在解说系统和行为意向之间起到中介作用。

H10:游客体验在游客疲劳和行为意向之间起到中介作用。

H11:游客疲劳→游客体验在解说系统和行为意向之间起到链式中介作用。

综上所述,提出了以下研究框架:(见图1)

二、研究设计

(一)案例地概况

选取广东省博物馆(新馆)作为案例地。首先,广东省博物馆是广东省唯一的省级综合博物馆、国家一级博物馆,设计容量为5000人,疫情前年均接待参观200万人次左右。游客规模大、来源广泛,能够提供足够的样本。其次,广东省博物馆面积大,总建筑面积6.7万平方米,分为5层,藏品32万余件(套),全程参观完需要3小时以上,容易产生疲劳。最后,馆内解说媒介形式多样,除了宣传折页、定点指示牌、触摸屏等,还有语音导览租赁服务和人员讲解服务,不同的媒介具有不同的特点,游客可以自由选择不同的途径了解展品的信息。此外,馆内部分展览设

有互动小游戏,旨在让游客通过生动有趣的方式了解更多的展览信息和知识等。因此,广东省博物馆新馆是研究解说系统、游客疲劳的合适案例地。

(二)测量工具

游客问卷分为两部分:一是收集样本的社会人口特征信息和参观基本信息;二是运用解说系统、游客疲劳、游客体验和行为意向四个量表,均采用李克特5点量表进行测量,1表示非常不同意,5表示非常同意。

解说应该是引人、简短、清晰以及生动的^{⑥⑦}。Tilton指出,解说系统应该具备6项基本原则:(1)任何解说都应该和游客的性格或经验联系起来;(2)解说不是简单的知识和信息传递,而是启发游客去了解一个地方的内涵;(3)解说是一门艺术,要非常注意技巧;(4)解说不是教导,而是诱导和启发;(5)解说是一个整体,要考虑信息处理过程中感官与认识众多不同的层面;(6)解说方式要因人而异,要具有针对性^⑧。Moscardo等学者也提出解说系统应按照以下4点原则规划设计:(1)解说应为游客提供多种体验;(2)解说活动要令游客参与其中并控制其注意力;(3)建立解说员与游客个人体验和感受的纽带;(4)解说要具有启发性,能够激发游客思考^⑨。基于这些原则,甘露和卢天玲提出了包含六个题项的量表,该量表适用于测量中国博物馆情境下游客对解说系统的使用感知和评价^⑩。本文以此为基础,此量表中的题项“解说传输的知识量丰富”“解说形式多样化”“解说过程生动有趣”“解说内容通俗易懂”“解说互动性强”分别体现了解说系统的丰富性、多样性、趣味性、针对性、交互性,但“解说服务及设施优良”无法体现上述提到的解说系统设计原则。因此,本文删除这

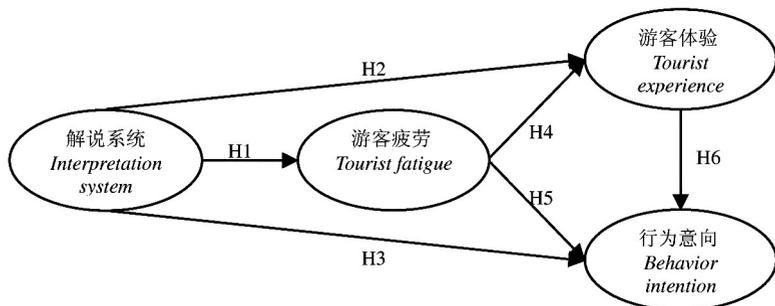


图1 研究概念框架

一题项,增加能够体现解说的吸引人这一特点的题项“解说能吸引我的注意力”,形成了包含6个题项的量表。

对于游客体验的测量,目前学界已有4E维度^②、游憩体验偏好量表(REP)^③,上述测量方法均从体验内容或目的来划分,将旅游环境或者旅游经历分解为相互分离的多种属性。本文采用谢彦君对游客体验的定义^④,更多地从体验深度的角度来探讨游客的参观体验,将旅游环境和旅游经历当作一个整体,描述游客在旅游中整体性和综合性的心理感受,因而借鉴李恒云等人在研究博物馆情境时使用的最佳体验量表,该量表主要测量了游客的“投入性”“享受性”与“吸引力”体验^⑤。对于行为意向的测量,常用指标有重游意愿、宣传意愿、推荐意愿和分享意愿等^{⑥⑦⑧},参考Lee等采用的量表,使用“推荐意愿”“重游意愿”及“分享意愿”三个指标对行为意向进行衡量。

Sun等开发了一个包含4个维度的旅游疲劳量表,他们认为过度的旅游活动容易引起游客身体衰竭、动机减弱、情感下降和认知障碍的现象。本文在该量表的基础上,根据博物馆情境,进一步细分和调整了动机和情绪维度的题项。例如,动机维度中“我对剩余的参观内容兴趣逐渐下降”等也可认为是情感疲劳的表现。因此,将Sun等人游客疲劳量表中动机和情绪维度合并为一个,并基于前期的访谈数据增删部分题项。另外,在工作领域学者们认为成就感逐渐降低是工作倦怠的表现^⑨,在前期的访谈调研

中也有部分受访者表示在参观博物馆过程中会出现期望值逐渐变低的现象,故本文增加低成就感这一维度,并借鉴了李东祎开发的旅游倦怠量表,形成了包含4个维度、19个题项的初始量表。

(三)数据收集

调查对象为正在参观广东省博物馆的游客。为了了解博物馆游客的人口特征、参观信息以及各量表的初始题项,于2021年1月23—29日对广东省博物馆新馆的14名游客进行了访谈,并结合文献形成了游客疲劳、解说系统、游客体验和行为意向初始量表。随后于2月5—7日发放问卷进行预调研,共回收115份问卷。根据主成分分析结果,对游客疲劳量表进行补充修改,删除了两个题项(EF6和EF7),形成了包括4个维度、17个题项的游客疲劳正式量表。随后于2021年2月19—29日发放正式问卷。

基于预调研的经验,为了提高样本的代表性,调研组分别在广东省博物馆新馆内的不同时段(周末和周中,早上和下午)、不同区域(入口区、出口区和主要展厅)访问游客,让16岁以上的受访者现场扫二维码连接问卷星电子问卷填写,回收了381份问卷。调研组对问卷进行清洗,剔除高度连续重复、逻辑错误的问卷,剩余314份有效问卷,是本文量表29个题项的10倍以上,符合用于SEM参数估计的样本需求标准,即用于SEM参数估计的最少样本需求为200以上,最好介于待估计自由参数个数的5~10倍之间,甚至10倍以上^⑩。样本的人口特征见表1。

表1 社会人口特征(N=314)

属性	频率	比例%	属性	频率	比例%
性别			职业		
男	106	33.8	公司职员	98	31.2
女	208	66.2	个体经营者	12	3.8
年龄			政府工作人员	13	4.1
16~18	23	7.3	学生	119	37.9
19~25	126	40.1	教师	17	5.4
26~35	86	27.4	离职退休人员	4	1.3
36~45	58	18.5	自由职业者	27	8.6
46~60	19	6.1	其他	24	7.6
>60	2	0.6	可支配月收入(元)		
学历			<1500	60	19.1
初中及以下	5	1.6	1500~3000	62	19.7
高中及中专	27	8.6	3000~6000	51	16.2
大专或本科	228	72.6	6000~10000	63	20.1
硕士及以上	54	17.2	>10000	78	24.8

三、研究结果

(一)信度检验

采用SPSS25.0进行正态性检验和可靠性分析,结果表明(见表2),所有变量题项的偏度绝对值均小于1,峰度绝对值小于3,因此,可以认为样本数据基本服从正态分布。此外,四个变量以及总体的Cronbach's Alpha值均大于0.8,因此,使用的量表具有很高的稳定性与内部一致性,可靠性较强。

(二)游客疲劳测量量表的验证

游客疲劳量表基于经典量表^{①②③}做了一定修正,需进行验证;而解说系统、游客体验和意向的量表借鉴了较成熟的量表,在较多文献中已经得到很好的测量,故不再验证。将314个有效样本随机分为两份,每一份均为157个样本。其中一份用于游客疲劳量表的探索性因子分析,另一份用于进一步的验证性因子分析。探索性因子分析结果表明,游客疲劳量

表2 信度检验结果

变量	题项	平均值	偏度		峰度		Cronbach's Alpha值
			统计量	标准误	统计量	标准误	
解说系统	IS1:解说传输的知识量丰富	4.00	-0.744	0.138	1.2	0.274	0.944
	IS2:解说形式多样化	3.84	-0.653	0.138	0.873	0.274	
	IS3:解说过程生动有趣	3.78	-0.41	0.138	0.486	0.274	
	IS4:解说内容通俗易懂	4.03	-0.826	0.138	1.455	0.274	
	IS5:解说互动性强	3.60	-0.349	0.138	-0.153	0.274	
	IS6:解说能吸引我的注意力	3.78	-0.382	0.138	0.058	0.274	
身体疲劳	PF1:我的体力下降了	3.38	-0.264	0.138	-0.305	0.274	
	PF2:我的步伐变得沉重了	3.30	-0.252	0.138	-0.504	0.274	
	PF3:我感到疲倦	3.22	-0.035	0.138	-0.537	0.274	
	PF4:我想坐下来休息一下	3.69	-0.614	0.138	0.224	0.274	
情感疲劳	EF1:我对剩余的参观内容兴趣逐渐下降	2.64	0.132	0.138	-0.567	0.274	0.939
	EF2:我对剩余的参观内容好奇心逐渐下降	2.60	0.237	0.138	-0.557	0.274	
	EF3:我继续参观的意愿逐渐下降	2.57	0.325	0.138	-0.551	0.274	
	EF4:当我想到要去参观下一个展品时不再像之前那么积极	2.61	0.252	0.138	-0.717	0.274	
	EF5:我的兴奋感逐渐减少	2.67	0.086	0.138	-0.704	0.274	
认知疲劳	CF1:我现在的思考速度变得缓慢	2.78	0.056	0.138	-0.381	0.274	
	CF2:我的注意力逐渐涣散	2.67	0.188	0.138	-0.523	0.274	
	CF3:我对外界的反应变得迟缓	2.61	0.354	0.138	-0.367	0.274	
	CF4:我的大脑很累	2.56	0.329	0.138	-0.3	0.274	
低成就感	LA1:这次参观旅程带来的成就感越来越低	2.33	0.377	0.138	-0.293	0.274	
	LA2:我对展品的期望逐渐下降	2.31	0.336	0.138	-0.453	0.274	
	LA3:参观这个博物馆逐渐失去了意义	2.00	0.57	0.138	0.365	0.274	
	LA4:我对这次参观旅程逐渐感到失望	1.94	0.639	0.138	0.271	0.274	
游客体验	TE1:这次博物馆游览,让我完全忘记忧虑	3.52	-0.107	0.138	-0.101	0.274	0.867
	TE2:我非常享受这次博物馆游览活动,以至于忘记了时间的流逝	3.68	-0.357	0.138	0.1	0.274	
	TE3:我深深地被博物馆中的体验吸引,忘记了身边的所有事物	3.41	-0.251	0.138	0.088	0.274	
行为意向	BI1:我愿意推荐其他人来这个博物馆游览	4.15	-0.563	0.138	0.811	0.274	0.896
	BI2:如果有机会,我会再次参观这个博物馆	4.18	-0.896	0.138	1.415	0.274	
	BI3:我愿意与他人分享此次游览经历	4.16	-0.678	0.138	0.979	0.274	
总体							0.831

表中的LA2“我对展品的期望逐渐下降”出现多重负荷情况,予以删除。剩余题项进行第二轮因子分析,结果如表3。最终形成了4个因子,与设定的一致。

为进一步验证上述结构的合理性,使用AMOS23.0对第二份的157个样本进行验证性因子分析,分析结果表明,4因子模型的拟合结果显示:卡方值(χ^2)=227.878,自由度(df)=87,卡方自由度比值(χ^2/df)=2.325,小于建议值3,近似误差均方根RMSEA=0.092,比较拟合指数CFI=0.947,表明游客疲劳的4因子模型总体拟合情况良好。从内在拟合结果来看,游客疲劳的16个题项在相应的维度上标准化载荷均高于0.7,4个维度的平均提取方差值均大于0.7,并且组合信度大于0.9,表明各维度的收敛效度良好。随后,采用Fornell-Larcker criterion方法来检验各维度的区别效度。结果显示,4个维度平均提取方差的算术平方根

在0.839—0.890之间,均高于该维度与其他维度的相关系数,这表明各维度的区别效度良好^⑧。总体来看,验证性分析结果和探索性分析结果一致,游客疲劳的4因子模型是合理的。

(三)结构方程模型

运用AMOS23.0软件,基于314份正式调研数据,采用极大似然法对理论模型进行参数估计,分析解说系统、游客疲劳、游客体验和行为意向之间的直接效应。经过分析, χ^2/df 为2.301,GFI为0.847,RMSEA为0.064,CFI为0.946,检验数据与模型拟合效果良好。

从具体路径看(见图2),6条路径系数显著性检验均达到了0.01的显著性水平,支持假设1—6。解说系统和游客疲劳、游客疲劳和游客体验、游客疲劳和行为意向之间在显著性水平 $p < 0.01$ 上呈现负向的相关关系,路径系数分别为-0.312、-0.21和-0.192,

表3 游客疲劳的探索性因子分析和验证性因子分析结果

维度/题项	探索性因子分析			验证性因子分析		
	因子载荷 (FL)	特征值 (EV)	方差解释率(%) (VE)	因子载荷 (FL)	平均提取方差值 (AVE)	组合信度 (CR)
情感疲劳		8.504	53.149		0.7038	0.9206
EF2	0.874			0.963		
EF3	0.865			0.857		
EF1	0.85			0.956		
EF4	0.837			0.75		
EF5	0.743			0.617		
身体疲劳		2.562	16.011		0.7858	0.9355
PF2	0.899			0.97		
PF3	0.894			0.949		
PF1	0.88			0.876		
PF4	0.847			0.731		
认知疲劳		1.383	8.646		0.7919	0.9382
CF3	0.846			0.903		
CF2	0.824			0.945		
CF1	0.812			0.819		
CF4	0.802			0.888		
低成就感		1.152	7.202		0.764	0.9058
LA3	0.93			0.93		
LA4	0.922			0.933		
LA1	0.602			0.746		

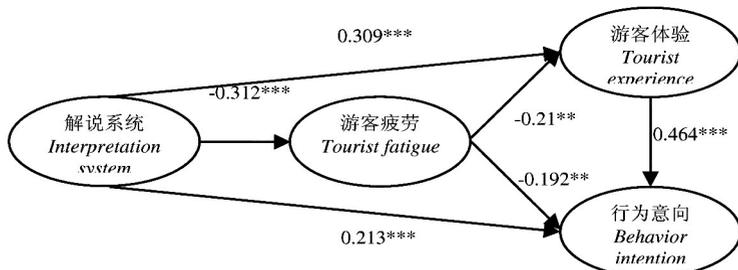


图2 研究模型

注:Note:*** $p < 0.001$,** $p < 0.01$ 。

表明当解说系统规划有效时,他们的疲劳程度会越低;当他们的疲劳程度越低时,游客体验和行为意向程度越高;解说系统和游客体验、游客体验和行为意向、解说系统和行为意向之间在显著性水平 $p < 0.001$ 上呈现正向的相关关系,路径系数分别为0.309、0.464和0.213,表明当解说系统规划越有效时,他们的游客体验和行为意向程度越高;当游客体验质量越好时,他们的行为意向也越高。

(四)中介检验

进一步使用AMOS23.0的偏差校正百分位Bootstrap法检验游客疲劳和游客体验的中介作用,抽取5000个Bootstrap样本,置信区间设置为95%。结果如表4所示。所有的中介路径对应的Bootstrap置信区间均不包含0,说明假设7—11均得到了支持。由于四个变量之间均存在直接的相关关系,游客疲劳在解说系统和游客体验、解说系统和行为意向之间起到部分中介作用,间接效应值分别为0.063和0.054;游客体验在解说系统和行为意向、游客疲劳和行为意向之间也起到部分中介作用,间接效应值分别为0.129和-0.119;且解说系统到行为意向之间的中介效应显著,形成了中介链。但游客疲劳和游客体验在解说系统和行为意向之间的对比中介效应置信区间为[-0.048,0.218],包含了0。因此,游客疲劳和游客体验在解说系统和行为意向之间的中介效应差异不显著。

四、讨论与结论

(一)研究结论

旅游景区单方面增加项目,丰富解说,延长游客停留时间,并不总能带来良好的游客体验。游客体验会随着时间发生变化^⑤。游客的身体素质、认知机能、情感等会因为游览距离、旅游目的地空间环境等因素逐渐下降衰竭,游客疲劳现象的出现会影响游览感受体验以及行为。这种现象在博物馆情境下尤为突出^⑥。

以广东省博物馆新馆游客为例,探讨博物馆解说对游客疲劳、游客体验和行为意向的关系,得出以下结论:

首先,实证结果表明,博物馆丰富解说系统并不一定会产生游客疲劳。如果解说系统设计合理、解说有效,游客疲劳反而降低,游客参观体验和行为意愿提升。正如现有研究指出,当人的兴趣点被激发时,人的疲劳度会减低^⑦。解说系统作为博物馆教育、服务、娱乐观众的重要手段,其解说内容和形式会对观众参观产生重要影响。如果解说系统设计科学、节奏合理、生动有趣,则会激发游客兴趣,缓解他们的疲劳,使其获得愉悦的体验。广东省博物馆新馆的解说形式多样化,除了宣传折页、人员讲解等一般形式,还设置了小游戏、讲座等,解说内容知识量丰富且通俗易懂,解说员在解说过程中会通过问答的方式与游客互动,这在一定程度上缓解了游客的疲劳程度,进而增强了他们在游览过程中的愉悦体验、沉浸体验等,并提高了他们的重游率、推荐率和分享率^{⑧⑨}。

其次,解说系统、游客体验和行为意向三者之间呈显著的正向关系。当博物馆解说规划越有效时,游客获得的体验越好,重游、推荐和分享意愿越强。一个完整的解说系统能为游客带来充实并愉快轻松的参观体验^⑩。当博物馆内的解说形式多样、解说内容能够激发游客的兴趣时,游客便能在参观博物馆中获得投入性、享受性和吸引性的体验,同时也能够提高游客的重游意向并为博物馆带来正面的宣传。本文进一步检验了游客疲劳在上述关系中的中介作用。结果发现游客疲劳和游客体验在这几个变量之间均起到了部分中介作用,且形成了中介链,但游客疲劳和游客体验在解说系统和行为意向之间的中介效应无显著差异。这说明预防和缓解游客疲劳的重要性。

(二)理论贡献

一方面在MBI职业倦怠量表和李东伟的旅游倦

表4

中介检验分析结果

路径	效应值	Boot Mean	Boot SE	p	95%置信区间	
					下限	上限
H7:解说系统→游客疲劳→游客体验IS→TF→TE	0.063	0.067	0.034	0.011	0.009	0.140
H8:解说系统→游客疲劳→行为意向IS→TF→BI	0.054	0.059	0.034	0.024	0.005	0.132
H9:解说系统→游客体验→行为意向IS→TE→BI	0.129	0.125	0.044	0.000	0.056	0.234
H10:游客疲劳→游客体验→行为意向TF→TE→BI	-0.119	-0.121	0.054	0.007	-0.247	-0.030
H11:解说系统→游客疲劳→游客体验→行为意向IS→TF→TE→BI	0.027	0.027	0.013	0.006	0.006	0.057
总中介应: H8+H9+H11	0.211	0.212	0.040	0.000	0.139	0.296
对比中介效应: H8-H9	0.075	0.066	0.069	0.237	-0.048	0.218

总量表的基础上对Sun等的旅游疲劳量表进行了修改,并通过实证检验,形成了包含身体疲劳、情感疲劳、认知疲劳和低成就感4个维度的游客疲劳量表。现有研究均表明,游客疲劳是一个多维度的测量。基于博物馆情境构建了游客疲劳量表,该量表同样适用于展览、艺术馆、创意空间等面积相对小、空间封闭、游客密度大、知识信息传播内容丰富的景区。另一方面目前很多学者研究了游客的满意度、幸福感等正面体验经历,但较少从负面消极的角度了解游客的体验和行为特征,引入游客疲劳这一概念,构建了游客疲劳和解说系统、游客体验、行为意向的关系,探究了它的影响因素以及产生的后果,丰富了在负面体验研究方面的研究成果,强调了注重对游客疲劳的研究在发展博物馆旅游业的重要性。

(三)管理建议

首先,博物馆需要遵循有效的解说原则,完善解说系统,融合游客的视觉、听觉、触觉体验。一方面丰富解说形式,除了宣传折页、讲解员等一般形式,还可以设计互动游戏,让游客在游玩中收获展品信息,同时也可以运用VR技术进行解说,让游客仿佛身临其境,增强其沉浸体验。另一方面无论运用何种解说形式,都需要在传达知识的前提下做到解说过程和内容的通俗易懂,并提高趣味性,否则游客很可能会因为信息过于繁杂或晦涩而产生疲劳症状。其次,博物馆可以通过合理布局休息区和展厅的方式降低游客疲劳程度。针对展线较长的展览,在展览结构允许的情况下,应当在参观动线内设置适量的休息场所^⑩。广东省博物馆新馆不但在展厅外围设置了大量休息区,也合理利用展厅内的空间放置了椅子,让游客在参观展览途中随时得到休憩。

(四)研究局限与展望

本文通过定量研究丰富了旅游领域的研究成果,并为博物馆管理提供了启示建议,但也存在一些不足需要改进。首先,只选取了广东省博物馆新馆为案例地,并未将其与其他类型的博物馆进行对比,构建的模型是否适合所有博物馆有待进一步探究。日后可同时选取艺术类专题、科技类专题等更多类型的博物馆或不同规模的博物馆作为案例地以进行比较,验证模型的推广性。其次,本文虽然探究了解

说系统与游客疲劳的关系,但影响游客疲劳的因素是比较复杂的,没有进一步探讨参观时长、参观次数等因素对游客疲劳的影响。未来的研究可通过定性定量相结合的方式探究游客疲劳的影响因素,以便为降低游客疲劳带来的负面影响提供更多启示。

注释:

①Tang J, Qiu C. Research on Motivation, Experience, Satisfaction and Behavioral Intention of Museum Tourism—A Case of Macau Museum. Springer Berlin Heidelberg, 2015.

②陈安泽:《旅游地学大辞典》,北京:科学出版社,2013年。

③产业信息网:《2020年中国博物馆数量、参观人次及文物数量分析》,(2020-7-23)[2022-4-30].<https://www.chyxx.com/industry/202107/964828.html>

④戴昕、陆林、杨兴柱,等:《国外博物馆旅游研究进展及启示》,《旅游学刊》2007年第3期,第85—90页。

⑤Falk J H, Koran J J, Dierking L D, et al. Predicting visitor behavior. Curator: The Museum Journal, 1985, 28(4), pp. 249—258.

⑥刘俊:《博物馆游客行为研究——以广州南越王基博物馆为例》,《桂林旅游高等专科学校学报》2005年第2期,第40—44页。

⑦Yousaf S. Travel burnout: Exploring the return journeys of pilgrim-tourists amidst the COVID-19 pandemic. Tourism Management, 2021, 84(2), pp. 104—285.

⑧安来顺:《今天的博物馆站在了哪里?——对ICOM博物馆定义修订的初步观察与分析》,《东南文化》2020年第3期,第126—133,189—192页。

⑨Falk J H, Dierking L D. The Museum Experience. Washington DC: Whalesback Books, 1992, pp. 1—7.

⑩Kozak M, Rimmington M. Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. Journal of Travel Research, 2000, 38(3), pp. 260—269.

⑪Dumbraveanu D, Craciun A, Tudoricu A. Principles of interpretation, tourism and heritage interpretation—The experience of Romanian museums. Human Geographies: Journal of Studies and Research in Human Geography, 2016, 10(1), pp. 59—75.

⑫Zhao Z. A study on the use experience of museum interpretation system. Journal of Communication Design, 2018, (65), pp. 529—538.

⑬Harrison J D. Ideas of museums in 1990s. Museum Management and Curatorship, 1993, 13(2), pp. 160—176.

⑭Stephen E W. From being about something to being for somebody: The ongoing transformation of the American museum. Daedalus, 1996, 128(3), pp. 229—258.

⑮Stephen A. The contemporary museum and leisure: recreation as a museum function. Museum Management and Curatorship, 2001, 19(3), pp. 297—308.

⑯王国秀:《博物馆建设与旅游业的发展》,《东南文化》2005年第5期,第94—96页。

- ⑰Kim M, Dillon J, Song J. The factors and features of museum fatigue in science centres felt by Korean students. *Research in Science Education*, 2020, 50(2), pp.419-436.
- ⑱Csikszentmihalyi M, Hermanson K. Intrinsic motivation in museums: Why does one want to learn? In E. Hooper-Greenhill (Ed), *The Educational Role of the Museum* (2nd ed., pp. 146-160). London: Routledge, 1999.
- ⑲Lamb R L, Annetta L, Meldum J, Vallett D. Measuring science interest: Rasch validation of the science interest survey. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 2011, 10(3), pp. 643-668.
- ⑳Filep S, Laing J. Trends and directions in tourism and positive psychology. *Journal of Travel Research*, 2018, 58(3), pp. 343-354.
- ㉑Fennell D A. Towards a model of travel fear. *Annals of Tourism Research*, 2017, (66), pp. 140-150.
- ㉒Li Z, Cheng Y, Xiao R. Electroencephalogram experiment based analysis of aesthetic fatigue on Chinese traditional garden. *NeuroQuantology*, 2018, 16(5), pp. 356-362.
- ㉓Zheng W, Liao Z, Qi J. Using a four-step heuristic algorithm to design personalized day tour route within a tourist attraction. *Tourism Management*, 2017, (62), pp. 335-349.
- ㉔Sun J, Zhang J H, Zhang H, et al. Development and validation of a tourism fatigue scale. *Tourism Management*, 2020, (81), pp. 104-121.
- ㉕Falconer E. Transformations of the backpacking food tourist: Emotions and conflicts. *Tourist Studies*, 2013, 13(1), pp. 21-35.
- ㉖李东祎:《旅游倦怠研究》,大连:东北财经大学硕士学位论文,2017年,第11页。
- ㉗Antón C, Camarero C, Garrido M J. A journey through the museum: Visit factors that prevent or further visitor satiation. *Annals of Tourism Research*, 2018, (73), pp. 48-61.
- ㉘Stephen B. Museum fatigue: A critical review. *Visitor Studies*, 2009, 12(2), pp. 93-111.
- ㉙Yousaf S. Travel burnout: Exploring the return journeys of pilgrim-tourists amidst the COVID-19 pandemic. *Tourism Management*, 2021, 84(2), pp. 104-285.
- ㉚Sun J, Zhang J H, Zhang H, et al. Development and validation of a tourism fatigue scale. *Tourism Management*, 2020, (81), p. 104-121.
- ㉛Cano A J, Salazar A, Rodríguez J. Evaluation of different crack driving forces for describing the fatigue crack growth behavior of PETG. *International Journal of Fatigue*, 2018, (107), pp. 27-32.
- ㉜Enoka R M, Duchateau J. Translating fatigue to human performance. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 2016, 48(11), pp. 2228-2238.
- ㉝Waldron M, Highton J. Fatigue and pacing in high-intensity intermittent team sport: An update. *Sports Medicine*, 2014, 44(12), pp. 1645-1658.
- ㉞Melton W. (Edited by Steven E R.) *Problems of installation in museums of art*. American Association of Museums, 1935, (14), pp. 1-10.
- ㉟严建强:《“博物馆疲劳”及其对策》,《中国博物馆》1992年第2期,第85—89页。
- ㊱Freudenberger H J. Staff burn-out. *Journal of Social Issues*, 1974, 30(1), pp 159-165.
- ㊲Yousaf S. Travel burnout: Exploring the return journeys of pilgrim-tourists amidst the COVID-19 pandemic. *Tourism Management*, 2021, 84(2), pp. 104-285.
- ㊳Sun J, Zhang J H, Zhang H, et al. Development and validation of a tourism fatigue scale. *Tourism Management*, 2020, (81), pp. 104-121.
- ㊴Tilden F. *Interpreting Our Heritage* (the 3th Edition). Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1977.
- ㊵吴必虎、金华、张丽:《旅游解说系统的规划和管理》,《旅游学刊》1999年第1期,第44—46页。
- ㊶Moscardo G. Mindful visitors. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(2), pp 376-397.
- ㊷Weng L, Liang Z, Bao J. The effect of tour interpretation on perceived heritage values: A comparison of tourists with and without tour guiding interpretation at a heritage destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2020, (16), pp. 100-431.
- ㊸甘露、卢天玲:《博物馆解说系统的游客期望、使用和评价研究——基于知识需求的分析》,《旅游学刊》2012年第9期,第56—64页。
- ㊹吕继熔:《观众心理与博物馆讲解接待》,《东方博物》2005年第3期,第127—130页。
- ㊺许璐:《论博物馆陈列展览中说明文字的运用》,北京:中央民族大学硕士学位论文,2013年,第31页。
- ㊻Jo S A, Ko J M. A study on museums rest area in Korea and Japan. *The Journal of the Korea Contents Association*, 2016, 16(6), pp. 248-259.
- ㊼周婧景:《从“博物馆疲劳”概念出发:参观博物馆的影响因素,检测方法与改善建议》,《中国博物馆》2018年第2期,第64—72页。
- ㊽Pierssené A. *Explaining Our World: An Approach to the Art of Environmental Interpretation*. E & FN Spon, 2003.
- ㊾吴必虎、高向平、邓冰:《国内外环境解说研究综述》,《地理科学进展》2003年第3期,第326—334页。
- ㊿王艳平、郝昭香:《“亲切”还是“捧杀”——赴日旅游目的地引入中国客源地符号氛围营销》,《华侨大学学报(哲学社会科学版)》2019年第2期,第77—84页。
- ①谢彦君:《基础旅游学(第3版)》,北京:中国旅游出版社,2011年。
- ②Csikszentmihalyi M. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper & Row, 1990.
- ③Smets E M A, Garssen B, Bonke B, et al. The multidimensional fatigue inventory (MFI) psychometric qualities of an instrument to assess fatigue. *Journal of Psychosomatic Research*, 1995, 39(3), pp. 315-325.
- ④余勇、田金霞、粟娟:《场所依赖与游客游后行为倾向的关系研究——以价值感知、满意体验为中介变量》,《旅游科学》2010年第3期,第54—62,74页。

- ⑤Grinder A L. The Good Guide: A Sourcebook for Interpreters, Docents and Tour Guides. Ironwood Publishing, 1985.
- ⑥Hwang S N, Lee C, Chen H J. The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks. *Tourism Management*, 2005, 26(2), pp. 143-156.
- ⑦张明珠、卢松、刘彭和、祝小迁:《国内外旅游解说系统研究述评》,《旅游学刊》2008年第1期,第91—96页。
- ⑧李经龙、彭开利:《文旅融合背景下博物馆旅游创新发展研究——以安徽博物院为例》,《湖南人文科技学院学报》2020年第3期,第49—54页。
- ⑨Csikszentmihalyi M. *Beyond Boredom and Anxiety*. Jossey-Bass, 1975.
- ⑩李东祎:《旅游倦怠研究》,大连:东北财经大学硕士学位论文,2017年,第11页。
- ⑪Redden J P. *Desire over Time: The Multi-faceted Nature of Satiation*. Chapter for the *Psychology of Desire*, Edited by Wilhelm H and Loran F N, 2014, pp. 1-35.
- ⑫Kim S S, Scott D, Crompton J L. An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure Research*, 1997, 29(3), pp 320-341.
- ⑬Gitelson R J, Crompton J L. Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of Tourism Research*, 1984, 11(2), pp. 199-217.
- ⑭Lee S, Jeon S, Kim D. The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea. *Tourism Management*, 2011, 32(5), pp. 1115-1124.
- ⑮黄向:《旅游体验心理结构研究——基于主观幸福感理论》,《暨南学报(哲学社会科学报)》2014年第1期,第104—111页。
- ⑯邹统钎、吴丽云:《旅游体验的本质、类型与塑造原则》,《旅游科学》2003年第4期,第7—10页。
- ⑰Jacobson S K. Evaluation model for developing, implementing and assessing conservation education programs: Examples from Belize and Costa Rica. *Environmental Management*, 1991, 15(2), pp. 143-150.
- ⑱Ryan L S, Lincoln R L, Gary T G, Sara T. Comparing interpretive methods targeting invasive species management at Cumberland Island National Seashore. *Journal of Interpretation Research*, 2012, 17(2), pp. 23-43.
- ⑲Tilden F. *Interpreting Our Heritage (the 3th Edition)*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1977.
- ⑳Moscardo G. Mindful visitors. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(2), pp. 376-397.
- ㉑甘露、卢天玲:《博物馆解说系统的游客期望、使用和评价研究——基于知识需求的分析》,《旅游学刊》2012年第9期,第56—64页。
- ㉒Pine B J, Gilmore J H. The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage. *Harvard Business Review*, 1999, pp. 252.
- ㉓Manfredo M J, Driver B L, Brown P J. A test of concepts inherent in experience based setting management for outdoor recreation areas. *Journal of Leisure Research*, 1983, 15(3), pp. 263-283.
- ㉔谢彦君:《基础旅游学(第3版)》,北京:中国旅游出版社,2011年。
- ㉕李恒云、龙江智、程双双:《基于博物馆情境下的旅游涉入对游客游后行为意向的影响——旅游体验质量的中介作用研究》,《北京第二外国语学院学报》2012年第3期,第54—63页。
- ㉖Lee S, Jeon S, Kim D. The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea. *Tourism Management*, 2011, 32(5), pp. 1115-1124.
- ㉗Zeithaml V A, Berry L L, Parasuraman A. The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 1996, 60(2), pp. 31-46.
- ㉘余勇、田金霞、粟娟:《场所依赖与游客游后行为倾向的关系研究——以价值感知、满意体验为中介变量》,《旅游科学》2010年第3期,第54—62,74页。
- ㉙Maslach C, Leiter M P. The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 1997, 23(2), p. 194.
- ㉚吴明隆:《结构方程模型:Amos 实务进阶》,重庆:重庆大学出版社,2013年,第8页。
- ㉛Maslach C, Leiter M P. The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 1997, 23(2), p. 194.
- ㉜李东祎:《旅游倦怠研究》,大连:东北财经大学硕士学位论文,2017年,第11页。
- ㉝Sun J, Zhang J H, Zhang H, et al. Development and validation of a tourism fatigue scale. *Tourism Management*, 2020, (81), pp. 104-121.
- ㉞Hair J F, Black B, Babin B J, et al. *Multivariate Data Analysis*. 北京:机械工业出版社,2011.
- ㉟李东祎:《旅游倦怠研究》,大连:东北财经大学硕士学位论文,2017年,第11页。
- ㊱严建强:《“博物馆疲劳”及其对策》,《中国博物馆》1992年第2期,第85—89页。
- ㊲孔艺冰:《浅析博物馆观众疲劳度的调节——以陕西历史博物馆临时展厅为例》,《陕西历史博物馆馆刊》2015年,第336—340页。
- ㊳张明珠、卢松、刘彭和、祝小迁:《国内外旅游解说系统研究述评》,《旅游学刊》2008年第1期,第91—96页。
- ㊴李经龙、彭开利:《文旅融合背景下博物馆旅游创新发展研究——以安徽博物院为例》,《湖南人文科技学院学报》2020年第3期,第49—54页。
- ㊵Grinder A L. The Good Guide: A Sourcebook for Interpreters, Docents and Tour Guides. Sue McCoy Ironwood Publishing, 1985.
- ㊶Falk J H, Koran J J, Dierking L D, et al. Predicting visitor behavior. *Curator: The Museum Journal*, 1985, 28(4), pp. 249-258.
- ㊷周婧景:《从“博物馆疲劳”概念出发:参观博物馆的影响因素,检测方法与改善建议》,《中国博物馆》2018年第2期,第64—72页。