

基于个人记忆的博物馆游客文化认同生成机制：建构主义学习视角

朱 丹, 陈 乐*

东华大学旭日工商管理学院, 上海

收稿日期: 2025年10月28日; 录用日期: 2025年12月3日; 发布日期: 2025年12月15日

摘 要

博物馆旅游是凝聚记忆、形塑认同的重要文化实践。携带个人记忆的游客如何在博物馆旅游中建立文化认同、建立什么样的文化认同尚有待解答。本文基于建构主义学习理论, 通过访谈、观察和主题分析法, 以期揭示这一问题。研究发现, 博物馆以实物展品、展陈设计、社会互动三种形式唤醒游客个人记忆; 随后通过同化、顺应两条学习路径, 达成记忆与展陈事实间的平衡状态; 并激发惊奇、震撼、自豪等积极情感催化个体生成多元文化认同, 包括群体文化认同、地方文化认同、历史文化认同和现代文化认同。通过这一路径机制, 揭示了博物馆游客个人记忆与文化认同建构的内在联系, 拓展了建构主义学习理论在博物馆游客体验研究中的解释力, 为博物馆方如何有效促进游客教育、履行文化传播功能提供参考。

关键词

博物馆旅游, 个人记忆, 文化认同, 建构主义学习

Mechanism of Cultural Identity Generation for Museum Tourists Based on Personal Memory: A Constructivist Learning Perspective

Dan Zhu, Le Chen*

Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai

Received: October 28, 2025; accepted: December 3, 2025; published: December 15, 2025

*通讯作者。

文章引用: 朱丹, 陈乐. 基于个人记忆的博物馆游客文化认同生成机制: 建构主义学习视角[J]. 社会科学前沿, 2025, 14(12): 227-239. DOI: 10.12677/ass.2025.14121085

Abstract

Museum tourism is an important cultural practice that consolidates memories and shapes identity. How tourists carrying personal memories can establish cultural identity in museum tourism and what kind of cultural identity they can establish remains to be answered. Based on constructivist learning theory, this article aims to address this question through interviews, observations, and thematic analysis. The study finds that museums awaken tourists' personal memories through three forms: physical exhibits, exhibition design, and social interaction; Subsequently, a balance between memory and exhibition facts is achieved through two learning paths: assimilation and adaptation; And this process stimulates positive emotions such as surprise, shock, and pride to catalyze individuals to generate diverse cultural identities, including group cultural identity, cultural identity of local place, historical cultural identity, and modern cultural identity. This article reveals the internal connection between personal memory and cultural identity construction of museum tourists by revealing this pathway mechanism, expanding the explanatory power of constructivist learning theory in museum tourist experience research, and providing reference for museums on how to effectively promote tourist education, fulfill cultural dissemination functions.

Keywords

Museum Tourism, Personal Memory, Cultural Identity, Constructivist Learning

Copyright © 2025 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

随着社会和经济发展,越来越多的居民“到博物馆去”,使博物馆旅游成为城市生活中文旅融合发展的热门业态。近年来,文化认同已经成为博物馆旅游的核心价值之一[1]。博物馆通过展陈空间与叙事策略传达藏品内涵,使游客与某种文化“绑定”,形成归属感[2]。

具体而言,博物馆游客的文化认同如何建构?既有研究发现,任何认同感的形成都是通过记忆来维持的[3]。记忆包括集体记忆和个人记忆。集体记忆指由群体成员共享的针对某一历史事件的共同记忆[4];个体记忆是指个体从社会生活中获得的经验,由自身的体验和经历塑造[5]。已有研究较多从博物馆视角研究如何通过官方叙事塑造集体记忆和国家、民族认同,而较少从游客视角关注到个体总是会带着自己鲜活、个性化的生活经验进入博物馆,他们必须借助其个人记忆吸纳、接收博物馆呈现的叙事,进而才可能进一步塑造与之相关的文化认同。那么,在参观过程中,游客异质化的个人记忆如何与博物馆的展陈环境互动,实现记忆重塑与文化认同的建构?由此生成的文化认同又呈现出怎样的类型细分?这些问题关乎博物馆如何更好地与游客互动、共创价值,帮助游客理解并自我建构文化知识,从而承担起文化传播的功能。然而,现有文献对此研究较少。

建构主义学习理论为打开此黑箱提供了参考。该理论指出,学习是主动进行的,经验记忆是学习的基础,意义建构是学习的结果[6]。文化认同作为人们对于某种文化形式的倾向性共识与认可[7],是博物馆游客在参观后自我完成的意义建构。因此,本文尝试将个人记忆视为学习起点、文化认同视为学习结果,通过建构主义学习理论,探索在博物馆旅游情境下,游客的个人记忆如何被唤醒、影响并引发文化认同的建构。而纵观现有文献,从建构主义学习视角理解文化认同形成机制的实证研究较少。这一视角

的引入有助于解释博物馆旅游中被忽视的游客个人记忆在文化认同构建中发挥的作用;同时,也通过在博物馆旅游中的应用,发展并拓展建构主义学习理论的解释力。

2. 文献综述

2.1. 博物馆旅游与文化认同

2.1.1. 博物馆旅游

博物馆作为公共文化服务的重要阵地,在国内外都经历了从最早期的文物收藏室到集文物收藏、研究、游客教育、休闲等复合型空间的转变[8]-[11]。对于博物馆旅游的定义,已有研究从博物馆和游客两个角度对其进行了概念界定。从馆方视角,已有学者强调博物馆及其衍生物的旅游吸引物价值[12] [13],将其定义为利用资金、技术手段对博物馆及其衍生物(包括藏品、文化符号、纪念品等)进行开发,吸地竞争力的提升作用,以及游客行为、满意度和重游意愿等消费、收益指标[14]-[16]。随着博物馆对商业与公共教育双重价值诉求的推广,更多研究开始转向关注博物馆如何促进游客文化素养提升、历史意识塑造及文化理解力培育[7] [17]。值得注意的是,博物馆旅游文化教育功能的实现,愈发重视游客主体与博物馆游览情境引导公众进行观光、休闲、娱乐、体验、修学教育等活动[18]。从游客视角,博物馆旅游被视为公众以观光、休闲、娱乐、审美、知识获取、文化体验或身份探索为目的,主动到访博物馆参观体验的活动[19] [20]。因此,“博物馆游客”这一概念关注所有到访博物馆的访客(visitor),既包括跨城流入的异地旅游者,也涵盖本地到访的居民。

在博物馆旅游领域,早期研究主要将游客视为博物馆文化的消费者,关注博物馆旅游的经济收益,对旅游目的的交互[21]。游客并非被动接受博物馆展陈知识的“容器”,而是基于既有认知、经验及记忆储备,主动建构认同与价值归属的“意义创造者”[22] [23]。相应地,博物馆的展陈设计与教育手段(包括展品陈列、解说系统、互动技术等)也正从单向信息传递转向促进对话与意义共建,以促进游客与展品、历史及文化叙事产生深度联结[24] [25],而这种联结通常表现为文化认同的建构与强化[26]。

2.1.2. 博物馆旅游中的文化认同生成

文化认同是对于文化的倾向性共识与认可,是个体对特定文化单位(如国家、民族、地域、符号等)产生归属感与依附感,从而获得、保持与创新自身文化的过程[7]。在博物馆旅游中,文化认同的生成贯穿于游客游览、解码博物馆文化的过程中,也是促进、衍生集体性文化认同形态(如国家认同、政治认同等)的基础[27] [28]。本文所界定的“认同生成”,是指在博物馆展陈场景中,受访者通过元素、互动激活个人记忆,进而唤起对特定对象的归属认知与情感联结的动态过程。该范畴不局限于首次建立认同,即便受访者此前对该文化对象存在模糊认知,只要其认同情感的唤起与明确直接依赖于个人记忆的触发,均纳入本研究认同生成的分析范畴。当前,博物馆旅游中的文化认同生成研究主要从其影响因素和内涵维度展开。

首先,在影响因素上,已有研究从博物馆和游客两方开展了相关的研究。博物馆呈现的物质展品、文本阐释、展陈设计、交互设施等都对游客文化认同的形成产生影响[29]。而游客在馆的认知、情感、具身等不同体验也与其最终形成文化认同有紧密的联系[30] [31]。例如,积极的认知和情感体验很大程度上会促进游客寻求更深层的价值归属,可能会推动游客对于博物馆展陈相关的某种时空、群体或符号产生文化认同的建构[32]。然而,现有成果多验证零散变量之间的影响关系,未能呈现游客与博物馆展陈设施互动如何影响其不同类型的体验、体验之间又如何关联推动文化认同建构的具体过程。同时,由于携带异质化的个人记忆,游客步入展馆参观游览获得的记忆重塑又如何影响其文化认同建构的具体内容?这些问题都有待开展详细的实证研究。

其次,在内涵维度上,已有研究对于文化认同的界定主要按照纵向分层和横向细分两种方式开展。纵向分层将文化认同视为不同层次行动表现的集合:如戴靖怡等将文化认同的生成表现划分为“情感-认知-行为”三个层次[30],也有研究依据游客对某种文化的接受程度提出了“承认-接受-融入”的文化认同递进模型[33]。纵向分层指出了文化认同具象表现在人们行动上的丰富层次性,而横向细分则强调了文化认同对象要素的多样性。例如,弗里德曼将文化认同横向细分为对种族、生活方式、传统族群和现代族群的认同[34]。其中,“传统族群-现代族群”的历时性轴线体现文化认同在传统与现代之间的张力与转化,“种族-生活方式”的共时性轴线则是对本土与全球、群体与地方等多元文化的多维度表征。类似地,刘强等在对国内外体育博物馆的研究综述中,也将文化认同细分为族群、地方、组织认同等维度[35];郭学松等基于传统体育活动宋江阵的研究,将文化认同分为历史文化认同、血脉文化认同、精神文化认同和礼仪文化认同[36]。这些研究基于不同情境,通过识别构成认同的核心文化要素,回答了“认同什么文化”的问题。在博物馆中,地方、族群、历史等多元文化线索交织,基于个人记忆的影响,不同游客如何选择性识别、解读这些线索,从而生成对不同文化要素的文化认同?这一过程机制仍有待明晰。

2.2. 游客记忆与文化认同

作为高级的认知和心理机制,记忆被认为是理解文化认同建构内在路径的突破点之一。Gillis 指出,记忆的维持是人们在时空推移中仍然能够产生认同感的关键[3]。博物馆具有较长的、可延伸的时间轴,记忆穿梭其中,成为游客回溯历史、建立文化认同的纽带[37]。目前,博物馆通过多样化的叙事手段,展演集体记忆并促进文化认同的影响机制已经得到较多研究的证实[23]。博物馆通过展示历史文物、组织官方叙事以塑造权威的集体记忆,引导游客接受其关于过去的描述,形成对于历史文化的共同看法,从而定位身份、建构认同[38]。

然而,博物馆作为“记忆之场”,不仅包括集体记忆,个人记忆也会参与其中[39]。相较于由博物馆官方叙事塑造的制度化集体记忆,个人记忆是个体从生活中获得的经验和知识,包括社会生活中的所见所闻,是更为普遍、鲜活、个性化的记忆形式[5]。毋庸置疑的是,游客会带着各异的生活经验进入博物馆,因此,博物馆也被视为个人记忆与历史事实交汇、碰撞的场所。个体记忆在博物馆旅游中的作用主要包括三个方面:一是帮助理解。游客会在参观中唤起相关经历,将遥远的历史事实转化为熟悉的经验,理解展览主题[40]。二是形成冲突。个人记忆可能与博物馆想要营造的集体叙事发生对抗,产生解码冲突[39]。三是价值升华。Smith 等发现游客在博物馆中回忆参与民权运动的经历,并与展览中塑造的群体价值观不谋而合,以此强化他们的社会理念,生成情感归属[2]。这些发现暗示了个人记忆可能通过认知-情感耦合催化文化认同的建构,但具体的路径是怎样的、个体记忆对认同什么文化会产生怎样的影响仍存在理论黑箱。

2.3. 建构主义学习理论

建构主义学习理论为探究个人记忆对于博物馆游客文化认同塑造的影响路径提供了理论视角。该理论强调学习的基础是个人原有经验和记忆,学习的结果是对事物形成意义建构。在建构主义学习视角下,游客不是“空着脑袋”进入博物馆,而是在原有经验和记忆的基础上进行参观,接收博物馆信息,开展建构主义学习[41]。因此,个人记忆被视为游客开启博物馆参观学习的起点;而文化认同作为对某一文化时空、群体或符号的身份归属和价值认可,是游客在个人记忆基础上经过博物馆游览开展意义建构的结果,是通过博物馆非正式学习自我达成的学习结果之一。

对于学习发生的具体机制,建构主义学习理论提供了两条路径。一是社会建构主义,强调外部环境的作用。Falk 和 Dierking 将建构主义引入博物馆旅游,提出学习情境模型,发现学习是在个人背景、物

理环境和社会文化三者的互动中发生的[42]。此时,博物馆游客的个人记忆不是自发出现的,而是在与博物馆物理、社会环境的互动中被唤醒。二是个人建构主义,进一步关注个体内在认知的变化。皮亚杰提出“平衡”的概念,认为学习者通过同化与顺应实现认知平衡,形成新的意义框架[43]。其中,同化是指将新信息纳入原有的认知图式,是对记忆的完善;顺应则是在不容易被同化时,调整原有的认知图式以适应新概念,是对原有记忆的改变[44]。并且,游客记忆的唤醒与重塑伴随着各种积极、消极的情感被激发,在促进认知向意义建构转变中可能发挥着较大的影响[45]。例如,当个体自身记忆与博物馆叙事匹配时,容易引发情绪共鸣,游客会因此产生好奇、自豪等情感[46]。积极的情感能够促进游客产生对展馆文物及其相关的地域、人文、符号等事物的表征性思考,并内化为相应的价值和意义认可[47];消极的情感则可能导致情绪失落,从而中断认同的建构[48]。

由此可见,社会和个人建构主义分别从外部互动和内部调整两个角度为个体的意义学习提供了概念性框架:认知变化激发了情感生成,情感牵引催化意义建构。因此,本文尝试综合学习情境模型与认知平衡模型对博物馆游客在参观中的记忆参与、认知动态与情感变化进行剖析,以详细揭示博物馆游客的个人记忆如何引致更深层次的文化认同。

3. 研究方法

基于以上研究问题与理论视角,本研究采用定性研究方法,通过观察、访谈捕捉博物馆游客参观体验过程性资料,并运用主题分析法分析、提炼个人记忆(学习起点)到文化认同(学习结果)的过程机制[49]。基于探索性研究的性质,本研究遵循信息最大化原则聚焦典型案例地[50],选取展示地方自然、历史、艺术各方面藏品的综合性博物馆作为本文关注的案例对象。工作详情如下:

首先,实地调研于2023年1~3月及7月展开,聚焦长三角文旅核心区的三家综合性博物馆:南京博物院、上海博物馆和杭州市博物馆。选择依据在于:均为具有广泛影响力的综合类国家一级博物馆,馆内复合性馆藏文物与文化叙事为系统考察游客个人记忆的唤醒、重塑与文化认同建构提供了契合的场域;年接待游客均破百万人次[51]-[53],为观察、访谈提供丰富样本。研究者在场馆内进行非参与式观察,基于包括物理环境互动(展品停留、展牌阅读、装置使用)、情绪反应(面部表情、语言反馈)、社会互动(同游客交流、陌生游客参与)等多方面的观察记录表,细致记录游客行为模式。

其次,深度访谈于线上线下同步招募有丰富博物馆参观经验的受访者。线下依托上述案例场馆接触潜在受访者;线上通过小红书、豆瓣小组(博物馆、历史文化类社群)发布招募信息。筛选标准包括:(1)过去一年有多次(≥ 3 次)综合类博物馆参观经历;(2)愿意详细回忆并分享至少一次博物馆参观体验。最终确定了25位受访者,通过预约安排访谈时间,于2023年1~3月、8月通过腾讯会议开展了两轮在线访谈(时长20~90分钟不等)。访谈邀请受访者自由描述其印象深刻的综合性博物馆旅游体验,访谈提纲设开放式核心问题(如参观体验过程、触动较深的展品、引发的个人记忆、对记忆的影响、情感变化、价值归属等)与追问,兼顾研究关联性与表达自由度,并在取得知情同意下对访谈进行了录音。

25位受访者回忆的博物馆旅游体验涉及地跨12个省市的19家综合性博物馆。游客结构覆盖多元职业群体及本地与外来访客,均是所在区域内具有文化传播影响力的核心文旅地标(详见表1)。同时,受访者较为集中在18~30岁年龄段,而这一年龄区间的人群正是当前博物馆旅游与学习最活跃、最典型的游客群体[53],能够为本研究问题提供最大的信息量[54][55]。

最后,遵循定性研究方法的循环归纳逻辑,资料分析与资料收集同步开展[56]:(1)将收集到的访谈和观察文本进行转录,并反复阅读文本以全面熟悉、了解内容。(2)在建构主义学习理论的指导下,采用主题分析法对材料进行编码分析。在编码过程中将材料 with 学习情境模型、认知平衡模型反复比较、对话,一方面用理论框架指导编码;另一方面,用材料细化、补充、或修正理论未尽之处[54]。同时,2位博物

馆学研究者对 10%访谈文本开展主题编码一致性检验(克里彭多夫 α 值 0.81~0.85, ≥ 0.8 , 符合定性研究规范), 同步以研究日志记录编码过程确保可追溯; 效度采用观察记录、访谈文本与博物馆展陈文本的三角互证, 且依据编码标准, 至 23 人时出现理论饱和(无新编码类别), 整体保障研究严谨性。

Table 1. Basic information of the respondents
表 1. 受访者基本信息

编号	性别	年龄	职业	访谈涉及博物馆	博物馆所在地	博物馆等级	年接待规模(万人次)
F01	女	18~22 岁	会计	上海博物馆	上海	国家一级	500~1000
F02	女	26~30 岁	律师	齐齐哈尔博物馆	哈尔滨	国家二级	50 以下
F03	女	18~22 岁	本科生	洛阳博物馆	河南	国家一级	100~500
F04	女	18~22 岁	本科生	扬州大运河博物馆	江苏	国家一级	100~500
F05	男	23~25 岁	律师	中国文字博物馆	河南	国家一级	100~500
F06	男	18~22 岁	销售	西双版纳民族博物馆	云南	地方综合	50 以下
F07	男	26~30 岁	记者	杭州西湖博物馆	浙江	国家一级	100~500
F08	女	23~25 岁	公务员	故宫博物院	北京	国家一级	1000 以上
F9	女	18~22 岁	公务员	中国国家博物馆	北京	国家一级	500~1000
F10	男	25~30 岁	公务员	首都博物馆	北京	国家一级	100~500
F11	女	26~30 岁	讲解员	上海博物馆	上海	国家一级	500~1000
F12	男	31~40 岁	软件开发	上海博物馆	上海	国家一级	500~1000
F13	女	18~22 岁	市场运营	上海博物馆	上海	国家一级	500~1000
F14	女	31~40 岁	教师	上海自然博物馆	上海	国家一级	500~1000
F15	女	26~30 岁	工程师	上海自然博物馆	上海	国家一级	500~1000
F16	女	26~30 岁	设计师	上海自然博物馆	上海	国家一级	500~1000
F17	女	26~30 岁	研究生	三星堆博物馆	四川	国家一级	500~1000
F18	男	31~40 岁	高校行政	杭州博物馆	浙江	国家一级	100~500
F19	女	18~22 岁	本科生	上海震旦博物馆	上海	非国有	未公布
				云南省博物馆	云南	国家一级	100~500
				宁波博物馆	浙江	国家一级	100~500
F20	女	19~22 岁	本科生	南京博物院	江苏	国家一级	500~1000
				平顶山博物馆	河南	国家一级	100~500
F21	男	41~50 岁	自由职业	中国国家博物馆	北京	国家一级	500~1000
F22	女	23~25 岁	研究生	湖南博物院	湖南	国家一级	500~1000
F23	女	23~25 岁	医生	陕西历史博物馆	陕西	国家一级	100~500
F24	女	18~22 岁	自由职业	广西壮族自治区博物馆	广西	国家一级	100~500
				故宫博物院	北京	国家一级	1000 以上
F25	女	31~40 岁	自由职业	湖南博物院	湖南	国家一级	500~1000
				云南省博物馆	云南	国家一级	100~500

最终提炼出三个主题分别对应个人记忆参与认同建构的三个核心阶段: 个人记忆唤醒、个人记忆重

塑与情感催化、文化认同建构。

4. 研究发现

4.1. 学习起始：个人记忆唤醒

游客携带异质的个人记忆进入博物馆，这些记忆在互动中被博物馆的实物展品、展陈设计和社会互动唤醒，使“自我”与展陈事实相联系，为后续认知学习提供了可能，学习由此开始。

4.1.1. 实物展品唤醒

在博物馆中，可以看到陈列和展出的各类实物展品：青铜器具、书画作品、雕刻建筑、历史图片等。一些展品本身具有较高的文化价值和知名度，游客在参观前就已经在生活中对其有所了解。因此，这些展品通过其外形、材质、功能、符号意义等属性，引发游客的注意，并唤醒其与之相关的记忆：“王阳明‘面黄肌瘦’的那个画像，一看到我就想到我之前历史书上那个图(F20)。”

对于较为陌生的展品，在参观过程中，展品物质上的细节也会激发游客开展迁移式联想，将其迁移到生活中见过的、有类似特征的事物上，并比较二者的不同：“那个头饰好复杂，之前看的《长安十二时辰》，也有提到头饰……感觉博物馆要比电视剧里繁复的多(F23)。”

此外，游客还可能借助物质展品，唤醒记忆中储存的与之相关的事件、人物、群体形象、文化符号等。这类唤醒在具有刻板印象的展品中最为常见：

“那个笔砚，大概是一个骆驼样子的。其实我当时感觉可以想到的故事就可以讲一串啊，有很多。像前些天敦煌很火，然后不是很多人去骑骆驼？对，这个让我想起了这个。然后还有这会不会是在丝绸之路？想到那时候是丝绸之路开始，从张骞那时候汉代开始嘛(F18)。”

4.1.2. 展陈设计唤醒

通过展品阐释解说系统、场景搭建、主题设计及参观动线的安排，博物馆构建出其官方的物质和话语系统，引导游客阅读、观看并唤醒其个人记忆。

首先，博物馆通过视频、动画甚至是真人展演实现展品及其相关内容的动态化呈现，唤起游客的联想记忆。游客观看动态化阐释，不仅能更直观地理解展品的背景、特征、用途，还能联想到与之相关的日常生活中亲身经历过、或看过的画面：“就是一层一层，这个人穿的衣服到底什么结构也通过这个动画的方式给演出来了。我看了之后就觉得和我们电视里看到的很像，那些人在层层穿戴的样子(F17)。”

其次，一间展厅通过一组展品的集中展示、搭配，其场景营造也能瞬间将游客带入某个鲜活的生活实践中，唤醒游客的相关记忆。正如受访者 F18 在参观杭州博物馆银器展时，经过西方银器展厅，一张桌子摆放了很多银器，复原了当时皇室贵族用银器用餐的场景，这种场景引发他产生了达芬奇名画的记忆联想：“它能坐 25 个人，我真的挺惊讶的。最有趣的是我当时站在哪里，突然间就想到一幅名画，就是那个达芬奇画的《最后的晚餐》，就虽然也不是完全一样，但是就是一下子产生对话了，好神奇(F18)。”

最后，博物馆还可以通过主题线索、参观动线、层次布局等对展厅进行整体规划，通过塑造时空布局唤醒游客的个人记忆。例如，多数博物馆使用时间顺序阐述地域历史，通过时间轴引导游客串联之前的学习记忆：

“当时看那个‘古代中国’的展……它的展品的这个走向也是把中国的从史前一直到近代的一个历史的脉络，这个时间线串得非常明白的，很多陈列的展品都是精品中的精品。看完之后就是自己学的知识真的在自己眼前了，都能串起来(F9)。”

4.1.3. 社会互动唤醒

博物馆面向大众开放，是社会化的场域，场馆中的社会互动也可能成为触发媒，唤醒个人记忆。除

游客本人外, 游客与同游者一起观看展品, 当展品内容触及共同的兴趣点时, 就会引发热烈的讨论, 随着讨论的深入, 会触发彼此更多的个人记忆:

“我们几个人印象最深刻的还是那个货币, 因为, 历史上学过比较多的相关的这种东西, 而且大家都很热烈的讨论。这个就是说在书上什么地方学到过、是哪个朝代的, 是会有这种反应。我们聊的比较多的, 应该是秦朝, 我记得学过大一统, 统一的那个钱币。可能是西汉之后? 它有一个蚁鼻钱就是一个比较特殊的, 蚂蚁的蚁, 鼻子的鼻, 就是长得比较特殊, 有点奇怪, 然后就觉得挺好玩儿的(F01)。”

同时, 游客还会与其他参观者同处一个空间中。游客会有意无意地接收其他陌生游客关于展品的讨论、评论等话语信息, 并唤醒、调动起自身的记忆储备。如受访者 F21 在分享参观平顶山博物馆中的鹰形白玉雕时提到, “边上有一个中年人吧, 就给我说这个是应国的遗产, 他们把老鹰当图腾。我就想起来确实之前见过很多老鹰的元素(F21)。”其他游客的讨论有时会与展馆或其所在地域的氛围相匹配, 激发游客对所在地域特征所持有的相关记忆: “有的时候会遇上一些知识储备很多的游客, 在看关羽像的时候, 他们就会对着展板上的介绍短文, 很热烈地讨论, 特别沉浸。我想到话本里三国本来是比较鲜活的, 再配合这样(讨论)的氛围, 就觉得很适配(F17)。”

4.2. 学习过程: 个人记忆重塑与情感催化

4.2.1. 同化与顺应

个人记忆被唤醒后, 博物馆成为个人记忆和历史事实交汇、碰撞的场所。在理解相关历史事实的过程中, 游客被唤醒的个人记忆主要经历了同化和顺应两种学习路径, 被不断重塑, 以达到认知平衡。

同化是游客基于外界信息串联、印证、完善自身个人记忆的学习过程。博物馆内真实可感的物质展品不仅印证了游客持有的记忆, 还使记忆具象化。如 F18 所言: “之前也知道说中西融合, 那这个青花瓷的西式花瓶就是告诉你, 这是真的存在的(F18)。”游客在参观过程中全方位、多角度观察甚至触摸到更多的细节, 补充了其原有记忆的模糊之处, 使记忆更完善、丰富、深刻: “我摸那个仿真的青铜器, 才知道原来这么硬, 知道它的铭文刻多深……过去对他的印象都是靠眼睛看, 现在更了解了(F10)”。此外, 展品的时代背景、制造工艺等话语信息也会帮助游客在参观过程中将原本碎片化的记忆串联起来, 对与展品相关的地域、人文、社会等更宏观的知识单元形成完整的记忆网络和认知体系:

“我知道江浙那边属于是思想曙光的存在……就是靠海, 政治宽松, 宋朝又重视文人, 所以就能理解为什么这些心学家都在江浙。你看的时候, 这些零碎的记忆反而都能和它(展品)结合起来(F20)。”

由此可见, 同化是在不改变原有认知框架的情况下协调、串联个人记忆的学习过程。而顺应的学习路径则更强调对个人记忆进行修正、拓展以契合博物馆参观所获得的新信息。如 F20 讲述自己参观玉度母佛牌、了解其寓意后对自身记忆的主动修正: “之前看到有人会用这个来占卜, 有一点恐怖……但是现在知道它的寓意就不可怕了(F20)。”又如, F18 提及博物馆中立体多元的阐释为他展现出事物的更多维度, 拓展了自己的原有记忆: “它(笔砚)不仅是实用的, 本身还有审美价值, 像是图腾崇拜, 之前我用家里的就没意识到(F18)。”

4.2.2. 情感催化

在个人记忆重塑的过程中, 与展品的具身互动及认知变化会激发游客产生多样的情感体验。本研究发现, 积极的情感体验能够进一步催化游客的个人记忆, 向更稳定的文化认同发展。惊奇、震撼和自豪三类积极情感的催化效果最为突出, 三者常常同时出现。例如, 当看到与长信宫灯环保概念一致的羽纹铜凤灯这一青铜灯具时, F24 油然而生出惊奇感, 并升华到对中华文明的自豪感:

“因为我觉得环保是很先进的理念, 看完之后发现原来这么早在这个羽纹铜凤灯里体现出了环保的想法。而且你看羽纹铜凤灯是在广西, 然后长信宫灯是在陕西(实际在河北出土), 但是其中有很多相似的

地方, 很奇妙。就感觉其实在当时也能进一步证明说我们中华文明是一直在交流, 没有被隔断的, 很了不起(F24)。”

又如, F22 在湖南博物院看到马王堆汉墓 T 型帛画所绘制的天上、人间、地下三重世界的生动内容, 更新了自身的记忆储备, 生发出惊奇和震撼的情感, 也进一步对西汉人的思想有了更深刻的认可:

“哇! 这个想象真的就是特别的完整, 特别的系统。因为当时这个画其实也是历史很久远的, 那个时候我觉得很多神话故事都还没有被我们所总结出来吧。但是它当时已经出现了系统的世界观, 会觉得很厉害很震撼……真的感觉到古人那种蓬勃的想象力(F22)。”

在某些情境下, 也会出现游客的个人记忆与展陈信息无法协调平衡的情况, 消极情感随之产生。此时, 消极情感并非仅仅表现为阻碍, 而是呈现出多元性特征。如 F25 提及参观藏族相关展览时最初的感受: “我了解过, 封建时期那边大部分平民的待遇是比较糟糕的……但这个又是精品展, 就会有一种割裂感(F25)”。这种割裂感产生的消极情感, 阻碍了游客与展陈在当下产生共鸣, 但同时也会使其以消极情感为起点展开思辨, F25 后续查阅了《西藏通史》中关于封建农奴制的记载, 还对比了西藏自治区博物馆“民族融合”主题展的叙事, 最终形成了更全面的认知: “现在明白不能只看单一的正面或负面叙事, 当时平民的生存困境是历史的一部分, 博物馆应该把这种复杂性讲清楚, 而我现在对藏文化的认同, 也不是非黑即白, 而是看到了历史发展的多面性”。

4.3. 学习结果: 游客文化认同建构

游客在博物馆参观中经历了个人记忆的唤醒、重塑以及情感催化, 生成了面向不同要素的多元文化认同, 包括对群体文化、地方文化、历史文化和现代文化的认同。

首先, 历史是由人创造的, 生动具体的文物让游客看到背后付出智慧与努力的祖先群像, 形成群体文化认同。

“你想古代没有任何先进的设备, 但还是能做这么好看的瓷器……我们的祖先, 我们中国人还是很智慧的(F21)。”

“看到这么多唯妙唯俏的陶俑, 代表了唐代的社会生活的一个, 缩影。我觉得可能是丰富了认识, 然后但是情感上也可能就是我会更深刻的体会到当时生活中的一些艰辛, 或者会感觉他们很伟大, 我们祖先的智慧和能力、毅力都是很伟大的(F19)。”

此时, 游客自发使用“祖先”、“我们”等词进行指代, 可见其已脱离个体叙事, 将自我身份定位于更广泛的群体血脉身份当中, 借此明确“我们是谁”。

其次, 与“人”相应的, 游客还会在学习中形成对“地方”的文化认同。博物馆扎根于特定的地方建设, 展陈内容也能历时性地呈现所在地域的文化和特质。通过参观, 游客对此地方的个人记忆通过同化顺应得到加强和重塑, 就很容易产生情感共鸣, 进而生发出对所在地方文化的认同。正如 F20 谈到在参观了宁波市博物馆之后对于宁波的地方文化认同:

“宁波我去了那个博物馆之前对他的印象就真的是, 本来以为他可能只是一个小城市, 但去了之后才发现非常富裕, 非常富庶。然后, 也看到像什么一些很多历史上的名人在那边很多, 就说明他们那边接触到新思想比较早, 然后就是开埠的比较早。确实能感觉到宁波这个城市的发展, 还是很有底蕴的(F20)。”

除了外地游客, 本地市民通过博物馆参观获得的地方文化认同感和归属感更强:

“平时光听长辈说这个平顶山是有历史积累的, 然后讲也不知道是啥, 现在去看了, 看一下会有一个全新的一个认知。我觉得平顶山就是个小城市嘛, 没有什么东西好讲的, 没想到从西周开始就开始有人的活动了……感觉自己在的城市一下子很有历史底蕴。看到这个城市过去的那种文化, 确实会增加一

些,对城市更加认同,感到我们这个小地方也是有东西可以讲的(F21)。”

“可以说我觉得这个应该是一种潜移默化的,因为我就是从小就在这儿嘛,然后安阳又就是甲骨文的发源地,看到这些城市历史在我面前一点点陈列的时候,会很自豪。感觉它已经注入了我的精神当中,跟我融入在一起了(F05)。”

第三,博物馆通过宏大的时空叙事,描绘历史文化在时间长河中的演变与发展,重塑游客的记忆;游客生发出对历史的敬畏与自豪,并自然形成对于历史文化的认可和归属感:

“看完之后,真的会有一种敬畏感、使命感,历史真的是很多元也很有趣。就觉得需要把这些东西都好好的保存起来。然后让我们接着去好好思考自己的历史、自己的文化,他们里面有太多东西可以挖掘了(F22)。”

“我觉得看博物馆的东西就有些时候也在告诉我们,不要忘记,不要一直往前看……虽然就是有些历史离我们很远,但是它是很有意义的,你会知道我们现在的很多东西都是从早就有的,而不是凭空出现的。我感觉对历史充满了更多的好奇。我们的世界,我感觉无论我们的历史还是世界历史,都有很多很多细节可以值得我们去探究(F18)。”

最后,游客也会通过对比现代和历史中的不同之处来反思社会的进步,生成现代文化认同。其中最普遍的是对封建制度的反思,游客会通过意识到过去制度中的局限性,反向建构对于现代文明价值的认同和归属:

“这是劳动人民迎合他(皇帝)的喜好去制作的……现在的艺术家都强调原创作品,那我觉得这个就是一种进步(F02)。”

“就有些时候有些不起眼的东西,可能他因为我们就像古代是分贵族和平民,就不同阶级。可能在那种时代里面,统治阶级可能会把一些被统治阶级的一些东西给压迫,就是压下去。使得现在我们看到很多可能是以这个精英化的,就是不够平民。有的时候想到这些,就确实觉得历史发展到现在这个状态,咱们现在的这个制度就是有自己的优势和合理性的。(F22)。”

5. 研究结论与贡献

5.1. 结论与讨论

本研究从建构主义学习理论视角出发,通过定性研究方法,探索了博物馆游客如何基于自身的个人记忆与博物馆发生互动,并在此基础上建构文化认同的路径机制(图1)。具体而言:游客在博物馆参观游览中,实物展品、展陈设计和社会互动唤醒其个人记忆,触发回忆联想。通过同化和顺应两条学习路径,游客的个人记忆实现了重塑,并激发了游客的情感体验;惊奇、震撼、自豪三种最重要的积极情感催化游客基于重塑的个人记忆生发深层次的价值追寻,进而建构出面向不同文化要素的多元文化认同:群体文化认同、地方文化认同、历史文化认同和现代文化认同。基于此,本文主要有以下三点研究贡献:

第一,博物馆游客异质化的个人记忆是其文化认同建构的重要起点。传统理论多强调博物馆作为“记忆权威”,通过集体记忆规训游客认知[26];虽然也有少量研究指出了游客不是完全被动地接受博物馆的叙事[23],游客记忆在博物馆参观中会不断演变[21],但未能解释个人记忆变化、文化认同建构与博物馆参观的内在关联。本研究细致剖析游客与博物馆的互动机制,揭示游客可基于个人记忆,在内化、学习展陈信息的过程中建构文化认同。这一发现揭示了个人记忆在博物馆文化传播中的关键作用,是对博物馆旅游记忆和认同研究的有益补充。同时,本文也发现,游客在博物馆参观中随着记忆的唤醒、重塑,各种情感体验被激发,积极的情感体验成为推动游客从记忆向更深层次的价值归属求索的催化剂,搭建了记忆与情感体验互联互通向文化认同的内在机制,是对现有研究零散验证游客认知、情感体验与文化认同影响关系[24][30][31]的进一步推进。

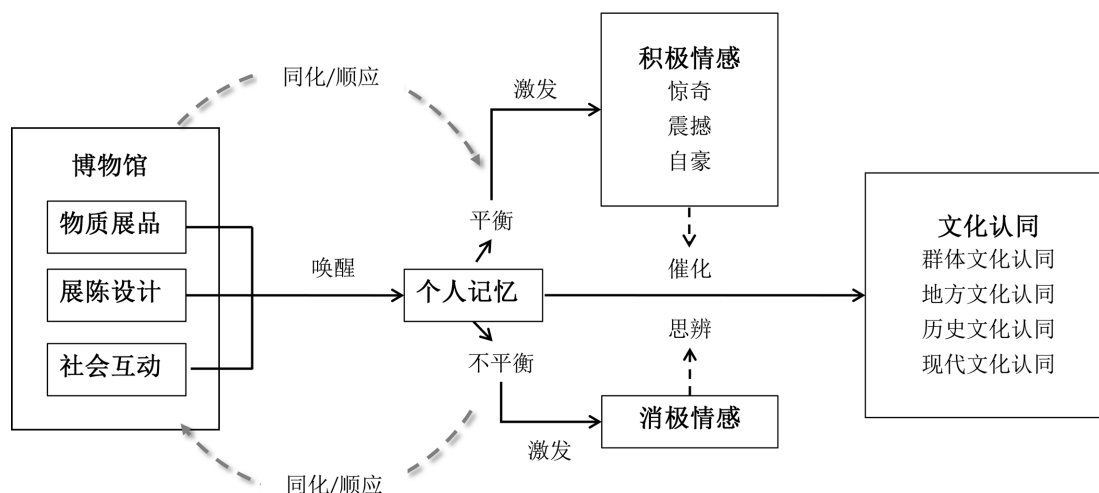


Figure 1. The generation mechanism of cultural identity of museum visitors based on personal memory

图 1. 基于个人记忆的博物馆游客文化认同生成机制

第二，博物馆游客文化认同的建构结果具有多样性。游客在与博物馆互动中，基于个人记忆可能会关注异质性的文化要素，最终表达出不同细分类型的文化认同。本研究得出的四种类型的文化认同响应了弗里德曼呼吁文化认同需回应“空间共时性”与“时间历时性”双重挑战的观点，并展现出博物馆经由大众旅游的文化传播特质：“群体-地方”文化认同维度映射人、地方等多元文化要素在空间中的共存与协调，体现博物馆跨文化交流功能[26]；“历史-现代”维度展现历史与现代思辨的张力，体现博物馆跨时间叙事功能[31]。因此，本研究丰富了博物馆-游客互动情境下文化认同的内涵维度，为博物馆能够提供多元、包容性的文化传播价值提供了有力依据。

第三，本文综合运用社会建构主义的学习情境模型和个人建构主义的认知平衡模型搭建研究框架，分析一手调研材料，揭示了博物馆旅游情境下游客如何基于个体记忆与展品、展陈设计和社会互动相联系，进而生成文化认同的内在机制。完善并细化了建构主义学习理论在博物馆旅游中的解释、应用。

5.2. 管理启示与研究局限

本研究为博物馆旅游管理实践提供了以下启示：首先，博物馆应努力构建学习友好的情境生态，可以从展品、展陈、社会互动入手，搭建游客的记忆唤醒、重塑媒介。包括(1) 加强游客与展品的近距离接触，如需对展品进行隔离保护，可在展柜旁增置复制品以辅助游客触摸、品鉴；(2) 增强动态化展示、场景还原和沉浸式场景搭建，理顺场馆的叙事逻辑与参观动线；(3) 重视同游者的交谈性互动，在博物馆的一些休闲-参观混合区域，可以增设一些提问互动装置，引导游客围绕参展体验展开交流、探讨。其次，重视情感催化机制，设置节日仪式、遗产课堂、文物修复等体验区域，强化游客记忆唤醒-重塑中的惊奇、震撼、自豪等积极情感，促进个人记忆向文化认同转化。

本研究基于综合性博物馆招募访谈对象，访谈对象集中在中青年游客。未来可拓展至红色博物馆、科技博物馆、艺术博物馆等特定博物馆类型，聚焦不同博物馆中游客与官方叙事的张力、协商过程并挖掘认同失败或抵抗性解读案例；或扩大样本的多样性，纳入不同年龄、教育背景和参观动机的游客，揭示文化认同生成机制的异同。内容上，本定性研究探索性地揭示了记忆-文化认体细化的情感体验对认同建构的差异化影响，未来研究可引入情感社会学或认知心理学相关理论，更深入地剖析不同效价(积极/消极/矛盾)的情感在认同建构中扮演的不同角色，并结合更多定性定量手法，验证“情感-认同”作用链路，更精准发现不同效价情感的影响差异，为智慧博物馆建设提供更扎实的数据支撑。

参考文献

- [1] 宋向光. 促进“认同”是当代博物馆的重要任务[J]. 东南文化, 2011(4): 9-13.
- [2] Smith, L. (2014) Visitor Emotion, Affect and Registers of Engagement at Museums and Heritage Sites. *Conservation Science in Cultural Heritage*, **14**, 125-132.
- [3] Gillis, J. (1994) Memory and Identity: The History of a Relationship. In: Gillis, J., Eds., *Commemorations: The Politics of National Identity*, Princeton University Press, 327.
- [4] 苏黄菲菲. 集体记忆视域下中华民族文化认同的理路[J]. 社会科学家, 2020(7): 157-158.
- [5] 刘亚秋. 从集体记忆到个体记忆: 对社会记忆研究的一个反思[J]. 社会, 2010, 30(5): 217-242.
- [6] Ernst, V.G. (1985) Reconstructing the Concept of Knowledge. *Archives De Psychologie*, **53**, 91-101.
- [7] 兰维. 文化认同: 博物馆核心价值研究[J]. 中国博物馆, 2013(1): 20-25.
- [8] 苗宾. 文旅融合背景下的博物馆旅游发展思考[J]. 中国博物馆, 2020(2): 115-120.
- [9] Larkin, J. (2016) 'All Museums Will Become Department Stores': The Development and Implications of Retailing at Museums and Heritage Sites. *Archaeology International*, **19**, 109-121. <https://doi.org/10.5334/ai.1917>
- [10] McPherson, G. (2006) Public Memories and Private Tastes: The Shifting Definitions of Museums and Their Visitors in the UK. *Museum Management and Curatorship*, **21**, 44-57. <https://doi.org/10.1080/09647770600602101>
- [11] 耿超, 刘迪, 陆青松, 等, 编著. 博物馆学理论与实践[M]. 北京: 科学出版社, 2018.
- [12] Sheng, J. and Lo, A. (2010) Evaluating the Tourism Potential of Public Museums in Hangzhou: A Supply-Side Perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, **27**, 287-305. <https://doi.org/10.1080/10548401003744719>
- [13] 贺嘉鸿. 试论博物馆旅游与文化创意产业的融合发展[J]. 中国博物馆文化产业研究, 2015, 357-360.
- [14] 张潇, 杨新军. 西安不同类型、级别旅游地的国内客源市场分析——以华山、翠华山、陕西历史博物馆为例[J]. 西北大学学报(自然科学版), 2011, 41(6): 1075-1080.
- [15] 谢礼珊, 韩小芸, 顾贇. 服务公平性、服务质量、组织形象对游客行为意向的影响——基于博物馆服务的实证研究[J]. 旅游学刊, 2007(12): 51-58.
- [16] Booth, E. and Powell, R. (2016) Museums: From Cabinets of Curiosity to Cultural Shopping Experiences. In: Katsoni, V. and Stratigea, A., Eds., *Tourism and Culture in the Age of Innovation*, Springer, 131-143. https://doi.org/10.1007/978-3-319-27528-4_9
- [17] Carnegie, E. and Kociatkiewicz, J. (2019) Occupying Whateverland: Journeys to Museums in the Baltic. *Annals of Tourism Research*, **75**, 238-247. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.010>
- [18] 徐永红. 博物馆旅游体验研究[D]: [硕士学位论文]. 开封: 河南大学, 2006.
- [19] Bideci, M. and Albayrak, T. (2018) An Investigation of the Domestic and Foreign Tourists' Museum Visit Experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, **12**, 366-377. <https://doi.org/10.1108/ijcthr-02-2018-0029>
- [20] Campos, A.C., Guerreiro, M.M. and Beevor, M.C. (2023) Storytelling in Heritage Tourism: An Exploration of Co-Creative Experiences from a Tourist Perspective. *Museum Management and Curatorship*, **40**, 225-250. <https://doi.org/10.1080/09647775.2023.2230194>
- [21] 邹润琪, 孙佼佼, 陈盛伟, 等. 红色博物馆的时空叙事与记忆场域建构——以上海淞沪抗战纪念馆为例[J]. 旅游学刊, 2023, 38(7): 36-51.
- [22] Afonso, A.S. and Gilbert, J.K. (2006) The Use of Memories in Understanding Interactive Science and Technology Exhibits. *International Journal of Science Education*, **28**, 1523-1544. <https://doi.org/10.1080/09500690600768828>
- [23] 燕海鸣. 博物馆与集体记忆——知识、认同、话语[J]. 中国博物馆, 2013(3): 14-18.
- [24] 蔡琪, 刘瑞麒. 文本叙事与认同建构: 解析湖南博物院的公共传播[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2023, 52(2): 98-105.
- [25] 毛若寒. 试论博物馆物的语境化阐释: 内涵、目标与策略[J]. 东南文化, 2021(1): 153-160.
- [26] 刘春呈. 铸牢中华民族共同体意识的博物馆建设进路[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 43(6): 28-36, 182.
- [27] 余凤龙, 张雨燕, 徐冬. 博物馆旅游对大学生国家认同的影响研究[J]. 地理与地理信息科学, 2024, 40(5): 134-142.
- [28] 唐长乐, 常梦婷. 红色档案展览强化国家认同: 价值维度、作用机理与设计策略[J]. 档案学研究, 2025(2): 30-36.

- [29] McLean, F. (1998) Museums and the Construction of National Identity: A Review. *International Journal of Heritage Studies*, 3, 244-252. <https://doi.org/10.1080/13527259808722211>
- [30] 戴靖怡, 黄潇婷, 孙晋坤, 等. 国家文化公园的旅游者文化认同生成机制研究——以黄河国家文化公园标志性自然景观为例[J]. 旅游学刊, 2023, 38(1): 31-41.
- [31] 潘宝. 时间维度与感官体验: 博物馆人类学视域中的观众[J]. 东南文化, 2017(5): 113-117.
- [32] 刘润佳, 黄震方, 余润哲, 等. 红色旅游对游客国家认同的影响[J]. 自然资源学报, 2021, 36(7): 1673-1683.
- [33] 欧阳康. 多元化进程中的文化认同与文化选择[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2011, 25(6): 1-7.
- [34] Friedman, J. (1994) *Cultural Identity and Global Process*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446222195>
- [35] 刘强, 杨海晨. 物件、空间、记忆与文化认同: 国内外体育博物馆研究的回顾与展望[J]. 体育科学, 2020, 40(5): 32-41.
- [36] 郭学松, 曹莉, 刘明云, 等. 中华文化认同的内涵、维度与路径: 基于两岸民族传统体育宋江阵文化视角[J]. 体育科学, 2022, 42(10): 77-86.
- [37] 焦丽丹. 记忆空间 + 文化空间 = 作为文化中枢的博物馆[J]. 中国博物馆, 2019(3): 7-12.
- [38] 陈蜀西, 李春华. 中华民族共同体意识视域下的民族博物馆叙事: 讲好中国故事[J]. 中国博物馆, 2022(4): 16-20.
- [39] 韩晓明, 乔凤杰, 杨慧. 博物馆的空间与记忆叙事对文化认同的建构与形塑——以中国太极拳博物馆为例[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2023(1): 125-133.
- [40] Kola-Olusanya, A. (2005) Free-Choice Environmental Education: Understanding Where Children Learn Outside of School. *Environmental Education Research*, 11, 297-307. <https://doi.org/10.1080/13504620500081152>
- [41] Fejes, A. and Andersson, P. (2008) Recognising Prior Learning: Understanding the Relations among Experience, Learning and Recognition from a Constructivist Perspective. *Vocations and Learning*, 2, 37-55. <https://doi.org/10.1007/s12186-008-9017-y>
- [42] Falk, J.H. and Dierking, L.D. (2000) *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. AltaMira Press.
- [43] Piaget, J. and Cook, M. (1952) *The Origins of Intelligence in Children*. International Universities Press.
- [44] 张裕鼎. 皮亚杰认知发展阶段论与机制观辨析[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2008(1): 117-120.
- [45] 霍恩施泰因, J., 穆苏里, T. 博物馆学习: 作为促进工具的理论和研究[M]. 罗踪, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2022: 31-81.
- [46] 林涵, 傅翼. 博物馆历史教育与观众情感体验——基于历史主题类展览[J]. 中国博物馆, 2022(6): 103-109.
- [47] Simon, R.I. (2011) A Shock to Thought: Curatorial Judgment and the Public Exhibition of ‘Difficult Knowledge’. *Memory Studies*, 4, 432-449. <https://doi.org/10.1177/1750698011398170>
- [48] Sinatra, G.M., Heddy, B.C. and Lombardi, D. (2015) The Challenges of Defining and Measuring Student Engagement in Science. *Educational Psychologist*, 50, 1-13. <https://doi.org/10.1080/00461520.2014.1002924>
- [49] Chen, S. and Xu, H. (2020) The Moral Gaze in Commercialized Dark Tourism. *Current Issues in Tourism*, 24, 2167-2186. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1828309>
- [50] 杭州市园林文物局. 从 1949 年的个位数, 到现在超过两百家! 杭州各类博物馆, 让文化之光“好运连连”[EB/OL]. 2024-10-10. https://www.hangzhou.gov.cn/art/2024/10/10/art_1228974689_59103425.html, 2025-09-02.
- [51] 南京博物院. 2023 年圆满收官! 南京博物院观众人数破 500 万, 创历史新高[EB/OL]. 2023-12-31. <https://www.njmuseum.com/zh/newsDetails?id=380052>, 2025-09-02.
- [52] 新华日报. 百万流量级博物馆, 上海有 8 家! [EB/OL]. <https://sghexport.shobserver.com/html/baijiahao/2025/06/05/1585643.html>, 2025-09-02.
- [53] 中国国家博物馆. 中国国家博物馆数据报告(2024 年度) [EB/OL]. 2025-03-20. https://www.chnmuseum.cn/shxg/zlxz/pdfdown/202503/t20250320_271313_wap.shtml, 2025-09-02.
- [54] 王宁. 个案研究中的样本属性与外推逻辑[J]. 公共行政评论, 2008(3): 44-54, 198.
- [55] Flick, U. and Kardorff, E.V. (2004) *Steinke I. A Companion to Qualitative Research*. SAGE.
- [56] Auerbach, C.F. and Silverstein, L.B. (2003) *Qualitative Data: An Introduction to Coding and Analysis*. New York University Press.