

**南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文**

**A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM  
MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
NAN HUA UNIVERSITY**

**博物館之復癒性知覺研究：以國立歷史博物館為例**

**A Study on Perceived Restoration in Museum :  
a Case Study at National Museum of History**



**研究生：洪嫻雪**

**GRADUATE STUDENT: Ying-Hsueh Hung**

**指導教授：許澤宇博士**

**ADVISOR: Che-Yu Hsui Ph.D.**

**中華民國一〇五年六月**

# 南 華 大 學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

## 博物館之復癒性知覺研究： 以國立歷史博物館為例

研究生：洪煥雪

經考試合格特此證明

口試委員：博偉賢  
丁誌敏  
許澤宇

指導教授：許澤宇

系主任(所長)：旅遊管理學系主任 丁誌敏

口試日期：中華民國 105 年 5 月 27 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班  
104學年度第2學期碩士論文摘要

論文題目：博物館之復癒性知覺研究：以國立歷史博物館為例

研究生：洪熒雪

指導教授：許澤宇 博士

論文摘要內容：

本研究以實證研究方式，探討國立歷史博物館之復癒性知覺效果。本研究以休閒活動參與者為對象，探討休閒涉入與知覺復癒之關係，並檢視情感連結的中介角色。首先，依據文獻提出研究假設，並以國立歷史博物館為研究場域，採用量化發放問卷方式進行研究，量表尺度設計為李克特5點量表，抽樣方式為隨機抽樣，在104年12月至105年3月共計施測有效樣本427位，並進一步以敘述性統計、差異性檢定，單因子變異數分析進行分析，再運用階層複迴歸分析與結構方程式(SEM)驗證模式之因果關係，探討情感連結所扮演的中介效果。研究結果發現：休閒涉入程度愈明顯的活動參與者，從事活動的場所環境對其產生知覺復癒涉入的程度也會愈高；休閒涉入特質愈明顯的休閒活動參與者，從活動所獲得的情感連結相對愈強烈；活動參與者情感連結的程度愈高，從活動場域所獲得的知覺復癒相對愈強烈。情感連結在休閒涉入與知覺復癒間扮演著中介的角色，亦即休閒涉入會透過活動場域的環境產生之情感連結，增強休閒參與活動者對場域之知覺復癒。本研究最後就結果進行討論，並提出相關之建議，以作為休閒遊憩規劃者及後續研究者之參考。

**關鍵字：**涉入程度、情感連結、復癒性環境

**Title of Thesis : A Study on Perceived Restoration in Museum :  
a Case Study at National Museum of History**

**Name of Institute : Master Program of Tourism management,  
Department of Tourism Management ,  
Nan Hua University**

Graduate Date : July 2016

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Ying-Hsueh Hung

Advisor : Che-Yu Hsui Ph.D.

## Abstract

As an empirical study, this study probes into the restorative perceived effects of the National Museum of History. With the participants of leisure activities as the research subjects, this study explored the relationship between leisure involvement and perceived restoration and reviewed the mediating effects of affective connection. First, this study proposed the research hypothesis according to academic documents. With the National Museum of History as the research field, it adopted the quantitative questionnaire, with the Likert 5-point scale and the random sampling. From December 2015 to March 2016, 427 valid samples were collected, and the descriptive statistics, the difference test, and the One-way ANOVA were adopted for further analysis. Then, the hierarchical multiple regression analysis and the structural equation modeling (SEM) were employed to demonstrate the causal relationship of the model and explore the mediating role of affective connection. According to the research results, if participants have higher leisure involvement, the environment of leisure activities would lead to higher perceived restorative involvement; if participants of leisure activities have more distinctive leisure involvement features, they would obtain stronger perceived restoration from the activity field. Affective connection plays a mediating role in the relationship between leisure involvement and perceived

restoration; in other words, leisure involvement would generate affective connection through activity field and reinforce the perceived restoration of field of leisure activity participants. Finally, this study discusses the research results and gives some suggestions to leisure activity planners and follow-up researches.

**Keywords:** involvement, affective connection, restorative environment



# 目錄

中文摘要 .....	I
英文摘要 .....	II
目錄 .....	IV
表目錄 .....	VII
圖目錄 .....	X
第一章 緒論 .....	1
1.1 研究背景與動機 .....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究流程.....	3
第二章 文獻回顧 .....	5
2.1 涉入程度的探討 .....	5
2.2 情感連結的探討 .....	11
2.3 知覺復癒的探討 .....	16
第三章 研究方法 .....	28
3.1 研究假說.....	28
3.2 研究架構.....	30
3.3 研究變項.....	31
3.4 問卷設計.....	32
3.4.1 問卷內容編製 .....	32
3.4.2 問卷預試與修正 .....	38
3.5 研究場域與對象 .....	41
3.6 資料分析方法 .....	42
第四章 資料分析與結果 .....	45
4.1 樣本基本資料分析 .....	45

4.2 描述性統計.....	49
4.2.1 涉入程度分析 .....	50
4.2.2 情感連結分析 .....	51
4.2.3 知覺復癒分析 .....	52
4.3 信度、效度分析 .....	54
4.3.1 涉入程度分析 .....	54
4.3.2 情感連結分析 .....	56
4.3.3 知覺復癒分析 .....	58
4.4 變數間之關係分析 .....	61
4.4.1 相關分析與迴歸分析 .....	61
4.4.2 結構方程式模式分析 .....	63
4.5 獨立樣本 t 檢定 .....	70
4.6 單因子變異數分析 .....	71
4.6.1 人口統計變項與遊客涉入程度之差異分析 .....	71
4.6.2 人口統計變項與遊客情感連結之差異分析 .....	74
4.6.3 人口統計變項與遊客知覺復癒之差異分析 .....	77
4.7 涉入程度與情感連結高低族群之知覺復癒差異分析 .....	82
4.7.1 涉入程度高低對於遊客知覺復癒的影響 .....	82
4.7.2 情感連結高低對於遊客知覺復癒的影響 .....	85
4.8 小結.....	90
<b>第五章 結論與建議.....</b>	<b>92</b>
5.1 人口統計變項對涉入程度、情感連結、知覺復癒之討論 .....	92
5.1.1 年齡、參觀次數在涉入程度、情感連結有顯著差異 .....	92
5.1.2 婚姻狀況在情感連結、知覺復癒有顯著差異 .....	94

5.2 建議與管理意涵 .....	95
5.3 研究限制與未來研究建議 .....	98
5.4 小結.....	99
參考文獻.....	100
附錄一：正式版問卷 .....	111



## 表目錄

表 2.1 國內外學者對「涉入」的定義 .....	7
表 2.2 涉入程度相關文獻回顧 .....	10
表 2.3 國內研究者有關自然連結、地方連結之相關研究.....	13
表 2.4 注意力恢復力的測量方式綜合比較表 .....	24
表 2.5 復癒性環境相關文獻回顧 .....	25
表 3.1 涉入程度的構面及問項 .....	33
表 3.2 情感連結的構面及問項 .....	35
表 3.3 知覺復癒的構面及問項 .....	36
表 3.4 修正後專家效度問項 .....	40
表 4.1 樣本基本資料分析表(N=427) .....	49
表 4.2 涉入程度描述性統計分析表(N=427) .....	50
表 4.3 情感連結描述性統計分析表(N=427) .....	51
表 4.4 知覺復癒描述性統計分析表(N=427) .....	53
表 4.5 涉入程度因素分析表(N=427) .....	55
表 4.6 涉入程度各構面區別效度分析表(N=427).....	56
表 4.7 情感連結因素分析表(N=427) .....	57
表 4.8 情感連結各構面區別效度分析表(N=427).....	58
表 4.9 知覺復癒因素分析表(N=427) .....	59
表 4.10 知覺復癒各構面區別效度分析表(N=427).....	60
表 4.11 涉入程度、情感連結與知覺復癒迴歸分析表.....	62
表 4.12 整體模型配適度指標 .....	64
表 4.13 涉入程度與知覺復癒構面之研究模式適配度 .....	65
表 4.14 涉入程度與情感連結構面之研究模式適配度 .....	65

表 4.15 涉入程度、情感連結、知覺復癒三構面之研究模式適配度.....	66
表 4.16 整體樣本之模式基本適配度指標 .....	67
表 4.17 潛在變數對觀察變數的標準化參數估計值 .....	68
表 4.18 性別對涉入程度構面獨立樣本 t 檢定分析表 .....	70
表 4.19 性別對情感連結構面獨立樣本 t 檢定分析表 .....	71
表 4.20 性別對知覺復癒構面獨立樣本 t 檢定分析表 .....	71
表 4.21 受訪遊客年齡對涉入程度之單因子變異數分析.....	72
表 4.22 受訪遊客婚姻狀況對涉入程度之單因子變異數分析.....	73
表 4.23 受訪遊客教育程度對涉入程度之單因子變異數分析.....	73
表 4.24 受訪遊客參觀次數對涉入程度之單因子變異數分析.....	74
表 4.25 受訪遊客年齡對情感連結之單因子變異數分析.....	75
表 4.26 受訪遊客婚姻狀況對情感連結之單因子變異數分析.....	76
表 4.27 受訪遊客教育程度對情感連結之單因子變異數分析.....	76
表 4.28 受訪遊客參觀次數對情感連結之單因子變異數分析.....	77
表 4.29 受訪遊客年齡對知覺復癒之單因子變異數分析.....	78
表 4.30 受訪遊客婚姻狀況對知覺復癒之單因子變異數分析.....	78
表 4.31 受訪遊客教育程度對知覺復癒之單因子變異數分析.....	79
表 4.32 以 Brown-Forsythe 或 Welch 統計量，進行不同教育程度之遊客知 覺復癒平均値之差異分析.....	79
表 4.33 受訪遊客參觀次數對知覺復癒之單因子變異數分析.....	80
表 4.34 年齡與涉入程度、情感連結之關係表 .....	81
表 4.35 次數與涉入程度、情感連結之關係表 .....	81
表 4.36 婚姻與情感連結、知覺復癒之關係表 .....	82
表 4.37 涉入程度各問項之因素負荷量與答題分數 .....	83

表 4.38 涉入程度各問項之因素負荷量與答題分數 .....	84
表 4.39 涉入程度分組對知覺復癒分析 .....	85
表 4.40 涉入程度分組對知覺復癒之獨立樣本 t 檢定 .....	85
表 4.41 情感連結各問項之因素負荷量與答題分數 .....	86
表 4.42 情感連結各問項之因素負荷量與答題分數 .....	87
表 4.43 情感連結分組對知覺復癒分析 .....	88
表 4.44 情感連結分組對知覺復癒之獨立樣本 t 檢定 .....	88
表 4.45 涉入程度分組對遊客知覺復癒分析 .....	89
表 4.46 涉入程度分組對知覺復癒之獨立樣本 t 檢定 .....	89
表 4.47 情感連結分組對知覺復癒分析 .....	89
表 4.48 情感連結分組對遊客知覺復癒之獨立樣本 t 檢定 .....	89
表 4.49 假設檢定總表 .....	91
表 5.1 本研究與國外歷史博物館之知覺復癒比較 .....	98

## 圖目錄

圖 1.1 研究架構圖.....	4
圖 3.1 研究架構圖.....	31
圖 4.1 歷史博物館正面、背面.....	46
圖 4.2 歷史博物館展場內部空間.....	46
圖 4.3 歷史博物館展場內部空間.....	47
圖 4.4 歷史博物館展場內部空間.....	47
圖 4.5 歷史博物館展場內部空間.....	47
圖 4.6 歷史博物館展場內部空間.....	48
圖 4.7 歷史博物館展場內部空間.....	48
圖 4.8 展覽主題：情繫背兒帶.....	48
圖 4.9 涉入程度、情感連結、知覺復癒之相關分析.....	61
圖 4.10 涉入程度、情感連結及知覺復癒之結構方程模式驗證圖.....	69

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

早期的博物館發展主要承襲了研究與典藏兩個重要功能，是學者及哲學家從事學術研究的場域（邱慧棻，2009）。近年來，博物館的功能早就已經跨越傳統的研究、展覽、教育、典藏等四大項目，目前強調休閒、娛樂及交流外，還有促進觀光事業與文化創意產業等功能。黃光男（2007:53）說：「博物館與觀光事業的關聯性就表現在藝術文化之中，能夠給予民眾一項知識的、美感的、有價值的感受，並且從中樂意接受與學習」。

博物館既是具備藝術美學與魅力有趣的集合體，似乎適合做為休閒場所，作為提升注意力恢復經驗的理想環境。但是根據過去的研究，博物館雖對某些人而言是有趣，甚至可以達到紓解身心壓力的效益，但對某些人卻常被認為是乏味的、枯燥的。在 Kaplan(1993)的「博物館作為恢復環境」(The museum as a restorative environment)一文中以注意力恢復理論(ART)為基礎來探討這個悖論。研究中讓 124 位遊客接受問卷調查，結果指出博物館是具有恢復的潛力，但是對於習慣或喜歡參觀博物館的遊客而言，比不常去博物館的遊客更容易提升其恢復力。這說明了博物館具有恢復專注力的潛能，使得人們可以修復(recovery)自己的認知及情緒的效用。過去有關博物館的相關研究，除了探討其教育功能、戶外教學、地方依附與滿意度外，較沒有針對歷史博物館是否具備知覺復癒之體驗？即便 Kaplan(1993)提出博物館具備某程度之知覺復癒性，但其機制卻是不明朗，此皆為本研究待釐清的問題。

Ulrich (1983), Kaplan & Kaplan (1989), Harting & Evans (1993) 研究指出，自然環境能夠帶給人們在心理上或生理上較多正面效果，讓人們從壓力中得到精神恢復。另外自然環境相較於人工環境有較佳的知覺復癒體驗。這些研究大都指出自然的環境知覺復癒效果優於人工環境，其中最常被用來討論的變數為自然度。近年來亦有研究發現，某些人認為自然度不高的地方，另一些人卻能感受到自然度，因此 Leopold (1949), Mayer 與 Frantz (2004), Dutcher (2007) 等學者，提出"自然連結(connection to nature)"的概念，並有效解釋了同一自然/人工景觀，對自然度測量之差異。這些研究指出之重點，不再只是景觀對視覺的刺激，反之強調知覺復癒的產生與受測者個體和自然連結之程度，也就是說個體達到知覺復癒之效果是其心理與自然產生連結。這些見解，似乎亦可呼應 Kaplan (1993) 的「博物館作為復癒性環境」(The museum as a restorative environment)一文中之討論。究竟博物館，此等高度人工化非自然景觀，對受測者之知覺復癒影響如？Kaplan 當時雖也指出，對受測者亦有知覺復癒之效果，但卻未進一步說明在此場域影響知覺復癒之機制為何？換言之，高度人工化的場域其自然度理應偏低，若依過去文獻見解，知覺復癒效果應該不佳，但何以參觀像博物館這樣高度人工化的展場，對某些遊客會有知覺復癒的效果。

2010 年學者 Packer and Bond 的「博物館復癒性環境」(Museums as Restorative Environments)一文，其研究中發現博物館亦能提供遊客恢復性的經驗，進而讓遊客產生減壓及喘息的機會，讓遊客恢復其疲勞，與 Kaplan (1993) 的研究結果一致。一般人對博物館的印象往往讓人覺得乏味且枯燥，為何對某些人而言博物館亦可讓人恢復其疲勞呢？若參酌自然連結的概念，吾人推論博物館對某些族群亦可達到恢復其疲勞之效是因

對該場域產生共鳴，例如：對該場域的展示品、文物產生濃烈的興趣或與過往的經驗有關。因為與該展示品、文物產生某種程度上的精神連結，本研究假設該精神連結為情感連結(affective connection)。

本研究欲探討國立歷史博物館是否具有恢復性環境的特徵？欲了解到底是那些人在參觀博物館的過程中會有滿意舒服的經驗，才有可能獲得知覺復癒潛力這項利益。如果歷史博物館具有恢復性環境的特徵，其影響之因素為何？此外，從自然連結相關研究結果發現，自然連結的概念運用在大自然環境可以達到良好的注意力恢復性效果；那麼，是否可以將連結的概念推展到室內的展場？皆是本研究待釐清之課題。

## 1.2 研究目的

回顧以上論述及理論基礎，本研究以國立歷史博物館作為研究場域，從涉入程度與情感連結的觀點，探討對歷史博物館復癒性環境特徵之影響。易言之，本研究試著回答以下的研究問題：

- 一、探討遊客涉入程度對知覺復癒性環境之影響關係。
- 二、探討遊客涉入程度對情感連結(affective connection)之影響關係。
- 三、探討遊客情感連結對知覺復癒性環境之影響關係。
- 四、探討情感連結是否為涉入程度影響知覺復癒的重要中介變數。

## 1.3 研究流程

本文以涉入程度、情感連結、知覺復癒理論作為本研究理論架構依據，並以國立歷史博物館之遊客作為實證研究對象。研究內容如圖 1.1。

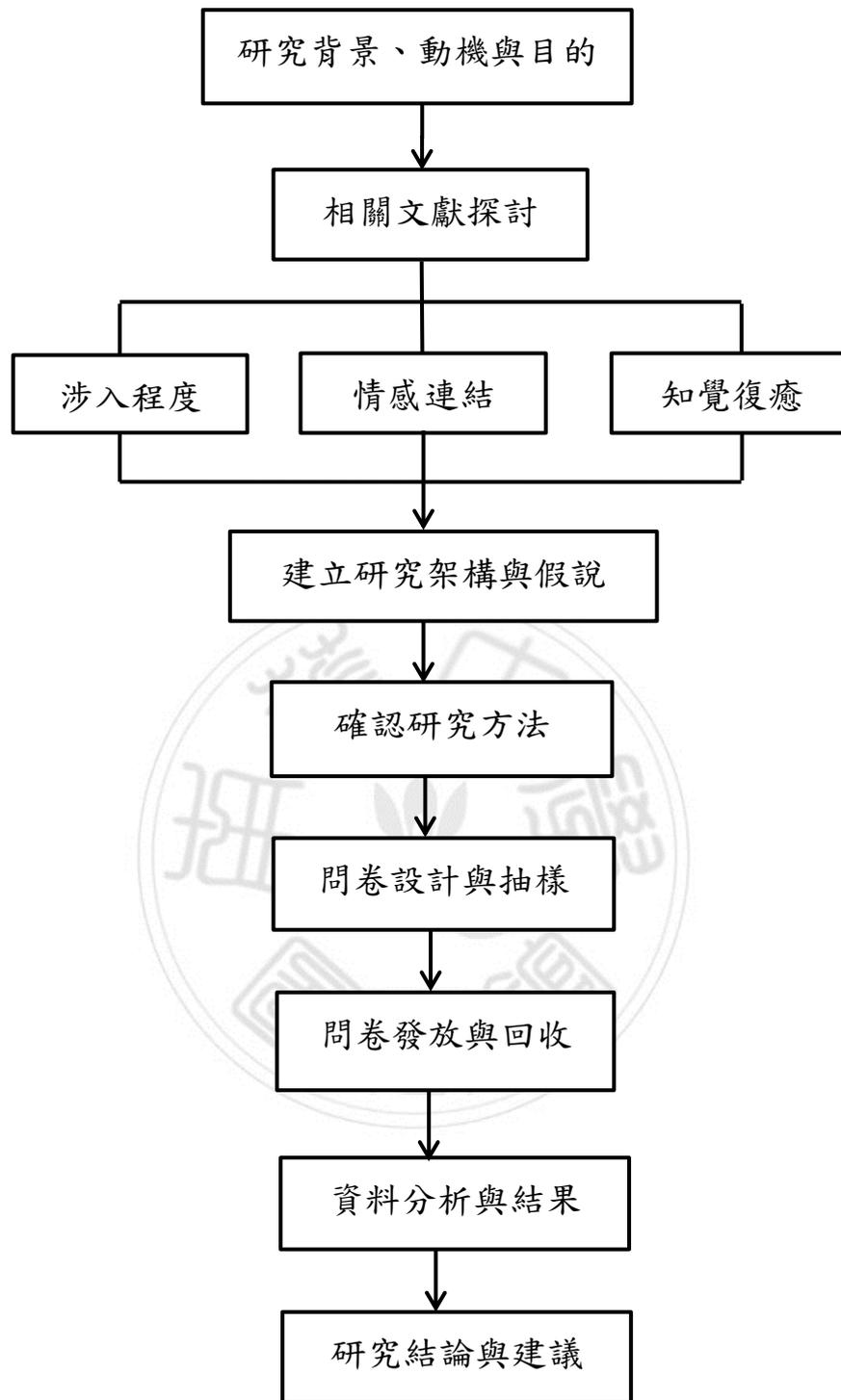


圖 1.1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

## 第二章 文獻回顧

本章文獻探討主要以涉入程度、情感連結與知覺復癒之理論及相關研究來進行。全章共有三部分，第一部分為涉入程度之探討；第二部分為情感連結之探討；第三部分為知覺復癒之探討。

### 2.1 涉入程度的探討

#### 一、涉入的定義

「涉入」(involvement) 概念的發展，最早是源自於 Sherif 與 Cantril(1947)的社會心理學研究，以「社會判斷理論」(Social Judgment Theory)作為理論基礎所提出來的論述。社會判斷理論認為：個人的態度是經由社會環境交互作用的過程中所學習而來的行為，他們認為當個體與某活動處於高度相關時，則個人所認定對該事物的關心程度會愈高，涉入程度則會加深，並產生後續一連串關心該事物的行為。涉入廣義的定義被認為是個人基於自身的需求、興趣、價值觀等，對目標物所關心的程度(Zaichkowsky,1985)。

涉入是一種多元的概念，早已廣泛被運用在各個不同的領域，包含消費者行為、行銷、廣告、休閒遊憩等，各個領域的學者也對不同專業領域研究出不同的衡量方式與涉入定義。早期的涉入概念是運用在消費者行為，後來則導入消費者理論，近年來涉入理論已經成為消費者行為研究的主流之一。Krugman (1965) 將涉入的概念引進到消費者行為的相關研究中，主要用來探討消費者涉入觀念與電視廣告之間的效果，認為消費者在不同涉入程度下會產生不一樣的消費行為，因此，消費者不同的涉入程度，在購買行為和溝通行為有產生顯著差異。Dimanche, Havitz & Howard 在 1991 年研究提出消費者在情感上投入的差異會造成不同的

選擇。另外，許多學者的研究均證實，涉入的程度與消費者的選擇行為之間具有高度的關聯性，消費者會因為對特定產品的不同情感而有不同的消費習慣 (Krugman,1965；Bloch 與 Richins, 1982)。

到了1980年代開始，涉入的觀念逐漸運用到休閒遊憩領域當中。Selin 與 Howard (1988)進一步整合自我涉入 (ego involvement) 與休閒行為相關研究後，立即在休閒領域引起了廣泛的注意與興趣 (McIntyre 和 Pigram,1992; Schuett,1993)。McIntyre (1989)認為當人們從參與的過程中得到愉悅，並且將活動視為具有自我意涵、重要性以及生活休閒中心時，參與者對該活動的涉入就逐漸產生，此種涉入的概念可以運用於休閒領域當中。Dimanche, Havitz, and Howard (1991)指出涉入是休閒活動中相當重要的成分，該活動投入的心力愈多，個體能夠持續參與該活動。涉入程度可說是一種存在但又無法直接測量的心理狀態，個人對事物的知覺程度。Havitz and Dimanche(1997)將休閒涉入程度更進一步定義，指出休閒活動是參與者對某一活動或相關產品所產生的一種行為動機及覺醒，是被特定的激勵或情況所引發而產生的行為。在某一時間點上此狀態會表現在重要性、愉悅價值、象徵價值、風險的可能性和遭遇風險的結果等五個元素的知覺上，該定義提供了完整的衡量涉入程度的概念，被廣泛運用在休閒遊憩的研究當中(翁士軒，2007)。

涉入涵蓋的層面甚廣，包含社會心理學、心理學政治、消費行為、行銷、廣告、休閒遊憩等多種領域的概念，學者會因研究的主題不同而進一步延伸涉入的定義，故目前對涉入的定義眾多分歧，有關涉入的定義彙整如表 2.1 國內外學者對「涉入」的定義：

表 2.1 國內外學者對「涉入」的定義

研究者/年份	涉入的定義
Sherif & Cantril (1947)	涉入是當該活動目的與自我領域有關時，就會出現的個人經驗。(引自湯斯凱，2015)
Slama & Tashchian (1985)	涉入代表一個人對於某活動或相關產品所投入的程度。(引自任國晏，2010)。
Zaichkowsky (1985)	涉入是個人對標的物所感受到的攸關程度。(引自湯斯凱，104-朝陽)
Celsi & Olson (1988)	涉入是基於本身價值、目標及自我概念，反應個人攸關的決策程度。
Mittal(1989)	涉入是關心事物或活動的心理動機狀態，顯現出對事物或活動的關注程度。
Andrews, Durvasula & Akhter (1990)	涉入是個人內心決定如何回應外來的刺激的狀態，其具有強度、方向性及持續性等屬性。
Dimanche, Havitz & Howard(1991)	涉入是個人對某特定產品所接收到的重要程度。
黃俊英、賴文彬 (1990)	個人對某項事或物所感覺的攸關程度。
林宏靈 (1994)	個人在特定的情境之下，由特定的刺激所引起的興趣。
林衢良 (2004)	涉入的本質在於消費者個人對其自身攸關性的知覺程度。
朱家慧 (2006)	個人的心理因為個體參與活動而產生的滿足感或回憶。
陳肇芳 (2007)	個人與其休閒活動之間的一種動機、激勵或興趣的心理狀態。
潘明全 (2010)	涉入是一種個人內在的心理狀態，通常會依個人對事物所感受、認知到重要性程度的不同來判斷。(引自湯斯凱，104-朝陽)
吳佳純(2010)	參與者對於參與該活動的態度或價值，透過此態度與遊憩活動之間相結合時，可以找出本身最息息相關的關聯性。

資料來源：本研究整理自任國晏 (2010)、湯斯凱 (2015)

綜合上述涉入程度屬於個人心理狀態，涉入的概念可以廣泛的運用在以人為主要研究領域，因此學者對涉入程度的定義提出不同的看法，涉入程度會對研究之主題不同時，涉入定義也有所不同，而涉入程度也會因身邊周遭環境影響而個體本身同時也產生了吸引力，並開始嘗試參與。本研究將涉入定義為：遊客在參與投入喜愛的休閒活動時，在過程中獲得滿足感以及察覺該休閒活動對自身具有重要的意義，是一種心理狀態與關心程度。

## 二、涉入程度的衡量

學者 Gunter & Gunter (1980)、Kim, Scott & Crompton(1997)等認為涉入應包括「行為涉入」與「社會心理涉入」兩個層面來衡量，說明如下：

### (一)行為層面的涉入

Stone (1984)將行為涉入定義為個人參與休閒活動時所投入的時間與努力的程度。Csikszentmihayi (1975)將比賽次數、花費時間、擁有相關書籍數量等衡量西洋棋棋手之行為涉入。另外，Kim, Scott, 與 Crompton (1997)亦指出參與頻率、金錢支出、旅遊哩程數、技能、擁有的設備、相關書籍及參與協會的數量等皆可作為行為涉入的衡量項目(引自朱家慧，95)。在郭淑菁 (2003) 研究登山社員之行為涉入，分為參與登山活動次數、天數和從事登山活動的年資與花費。由上述可行為層面的涉入衡量項目會因為研究議題不同而有所改變。

### (二)社會心理層面的涉入

社會心理的涉入，是屬於內在心理涉入所表現的模式，也就是個人參與休閒活動的內在心理歷程。有關於社會心理層面的衡量方式，主要是以個人涉入量表(Personal involvement inventory, PII)及消費者涉入剖面 ( consumer involvement profile, CIP ) 兩種量表來進行測量。Zaichkowsky(1985)根據完整的涉入建構基準，進而發展出包含個人因素、產品因素及情境因素之個人涉入量表(PII)。但是該量表是單一構面的結構，只關係到個人對受體間知覺到的相關程度。Laurent 與 Kapferer(1985)認為(PII) 量表無法完整的描述、解釋或預測「涉入」狀態，因為涉入的本質是具有多元性及複雜性的特徵，有多種因素會影響涉入，必須同時考慮到所有構面，因此兩位學者在其研究中提出了消費者涉入剖面量表(CIP)，此量表分別為：重要性 (importance)、愉悅價值 (pleasure value)、

象徵價值 (symbolic)、風險結果 (risk consequences)、風險可能性 (risk probability) 等五個構面所組成。McIntyre 及 Pigram (1992) 以 CIP 量表為基礎，認為個體會因為情感態度因素，因此做出不同的選擇，進而發展出休閒涉入量表，並參考 Wellman, Roggenbuck 與 Smith(1982)的觀點，分析海岸露營遊客的涉入程度，經過因素分析將重要性以及愉悅價值聚合成為同一個構面，並且命名為吸引力，再加上自我表現 (self expression) 以及生活中心性 (centrality of lifestyle) 等兩個向度，成了涉入程度最重要的概念，而這三個項度被廣泛的運用在休閒遊憩相關領域中 (Kyle & Chick, 2002; Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2003)。以下針對涉入程度的三大構面分述如下：

- 1.吸引力(Attraction)：個體將某一種刺激連結到某種特定情境的程度，這種活動對於個人而言具有重要性及意義。
- 2.自我表現 (self expression)：個體追求自我實現的需求，並進一步參與認同此活動，足以代表自我可被說服他人參與活動的印象，進而促使他人願意參與活動(Laurent & Kapferer,1995)。
- 3.生活中心性 (centrality of lifestyle)：個體的生活型態和社交圈，在參與者的生活當中扮演著重要性和影響力。

綜合以上相關文獻敘述，在探討休閒涉入之行為時，雖然各家學者所提出的構面不盡相同，但可發現大多數的構面仍然是以吸引力、自我表現及生活中心性三大構面為主。最後，本研究則採用 McIntyre 及 Pigram (1992)、Kyle et al. (2003)所提出之吸引力、自我表現、及生活中心性三大構面作為問項發展之主軸，再參考其他學者之相關研究，加以修改成為本研究之涉入程度測量工具問項，以作為探討參與者在休閒涉入影響部分之研究方向。

### 三、涉入程度的相關研究

在本研究中涉入的程度是遊客對國立歷史博物館該場域的參觀活動所產生的吸引力、生活中心性與自我表現三大構面作為涉入程度的衡量，以便了解遊客涉入的程度是否對其心理、生活與行為有所差異。本研究針對不同休閒活動涉入程度，進行相關文獻回顧，如表 2.2 所示：

**表 2.2 涉入程度相關文獻回顧**

作者/年份	研究題目	研究摘要
McIntyre (1989)	The personal meaning of participation: enduring involvement	分析 347 名海岸露營遊客之持久涉入程度的研究上，提出吸引力、自我表現與生活中心三個構面為測量持續涉入最適合的變項。除此之外，亦發現露營者對其生活型態的中心性構面，是用來分辨其專業化程度的最好變項；而更推論出，中心性的衡量可適度預測露營者對其遊憩環境的選擇。
方怡堯 (2002)	溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究—以北投為例	瞭解溫泉遊客之人口統計變項與溫泉消費行為、遊憩體驗及遊憩涉入，探討遊客參與溫泉活動之遊憩及消費行為。
郭淑菁 (2003)	登山社員休閒涉入、休閒滿意度與幸福感之研究	研究登山社員的休閒涉入、些間滿意度與幸福感之間皆呈現顯著正相關。
吳科驊 (2006)	登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究	研究結果發現登山遊客的持續涉入會受到不同婚姻狀況、年齡、教育程度的影響，而持續涉入與幸福感有正相關存在。
曾慈慧、沈進成 (2010)	探討休閒涉入、地方感與環境復癒知覺之間的關係	結果發現休閒涉入對於環境復癒知覺有顯著正向影響，地方感是休閒涉入對環境復癒知覺的重要中介變項，休閒涉入對地方感有正向影響關係，此結果與 Kyle et al.(2003)談到登山客的地方認同可由自我表達與吸引力來預測相同，以涉入的中心性對涉入的貢獻最大。
洪嘉雯 (2014)	探討博物館遊客的活動涉入、地方依附與滿意度之關係	結果發現參與陶藝體驗活動能有效提升遊客的地方依附感，活動涉入三構面(自我表現、吸引力、生活中心性)與地方依附兩構面(地方依賴及地方認同)呈現正向相關，且活動涉入對地方依附及滿意度具有正向影響。
陳儒賢 (2015)	休閒涉入、環境復癒知覺與地方依戀之相關研究：以麻豆總爺藝文中心為例	研究結果發現休閒涉入對地方依戀與環境復癒知覺顯著正向影響。環境復癒知覺在休閒涉入與地方依戀間扮演著中介的角色，亦即休閒涉入會透過活動場域的環境產生之復癒知覺，增強休閒參與活動者對場域之地方依戀。

資料來源：本研究整理

根據上述相關研究可發現，涉入程度的理論已經被廣泛應用於各個領域中，學者們想要藉此理論了解個人對刺激所產生的心理狀態、行為。本研究採用 McIntyre 及 Pigram (1992)、Kyle et al. (2003) 所提出之吸引力、自我表現、及生活中心等三大構面來了解遊客對於該場域、活動等之間的心理狀態，經由這些狀態可以推估影響參與者從事該活動時所產生的動機為何。

## 2.2 情感連結的探討

### 一、情感連結的概念(affective connection)

學者 Elisabeth 等人(2014)指出情感連結(affective connection)是從許多理論延伸而出，迄今尚未有統一的用詞而常以不同的名詞稱呼，例如：對自然之情感承諾 (emotional commitment to nature)(Markus, Elisabeth & Ramune, 2014)、自然關聯(nature relatedness) (Markus, Elisabeth & Ramune, 2014)等等，此類研究，近年也是環境心理學中一重要研究標的。以下將從「地方連結」與「自然連結」兩個概念切入進行討論。

首先，在「自然連結」(connection to nature) 的部分，自然連結的定義，根據 Nisbet et al.(2009)之說法為：「個人對與自然環境產生深層的謝意及歸屬(one's appreciation for, and understanding of our interconnectedness with all other living things on the earth)，並展現與自然環境產生共鳴的動機。」當個人對自然連結度偏高時，會認為自然環境是具有吸引力與魅力，當接觸自然環境時，更能自在投入自然環境中進而產生共鳴。而前述之自然環境並非指環境所呈現之外自然度，根據近年之研究發現，同樣的環境，例如公園綠地，對某些人來說自然度不高，但某些人卻能感受到自然度，因此 Leopold (1949)、Mayer 與 Frantz (2004)、Dutcher (2007) 等學者，認為這其間的差異，應是受試者與所見之景觀有否產生「自然

連結」所致。而根據唐宜君(2014)的研究指出自然連結特徵提高了個人在自然環境中知覺恢復性品質的能力，因而提高了個人在自然環境中充分知覺自然恢復性的可能。自然連結程度高者對自然環境的偏好範圍較為廣泛，自然連結程度低者，對自然環境有特定的偏好。這些研究之重點，不再只是著重景觀對視覺的刺激，才可達到知覺復癒的效果；換言之，個體達到知覺復癒之效果是個體在情感上與自然產生關連。

此外，從『地方連結』的角度切入，亦可看出情感連結的端倪。地方連結一直都是環境心理學所重視的議題。依學者 Hidalgo and Hernandez (2001)對地方連結的定義為「個人對某環境、場域經過長時間互動所產生特殊的熟悉感、認同感與價值感。人們對於地方的情感連結意味著對於人們與環境間具有某種特殊情感，從暫時性的情感轉變成長時間根深蒂固感。」數十年來已經有許多學者探討人的情感議題，以不同的名稱探討，例如：社區感、社區依附、地方感、地方依附、地方連結等；雖然以不同的名稱出現，但是共同的概念皆是探討個體與其生活重要的地方、場域所形成的情感連結(Hammit et al.,2004)。而地方連結可說是環境心理學測量地方情感最常用的方式之一(Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2003)，也就是說地方連結是個體對地點的情感連結，對地點所產生的情感依附(Low & Altman, 1992; Lewicka, 2013)。

事實上，情感連結是一種複雜的心理現象，Ng (1998)指出，個體會對某個地方產生連結以及對環境產生某種特殊情感，是因為這個地點的意義是我們成長過程中社會文化經驗的反射，也就是說受到個體過去生長經驗、個人偏好所影響。基於上列所述，吾人將情感連結定義為：個體在參觀某個地方或場域的過程中，對於該場域所陳列的展示品感到興趣，透過視覺的傳達進而內化產生共鳴，達到情感上的連結。

在本研究中，情感連結之構面是以自然連結以及地方連結作為理論的依據，有關自連連結及地方連結的相關研究如表 2.3 國內研究者有關自然連結與地方連結之相關研究。

表 2.3 國內研究者有關自然連結、地方連結之相關研究

作者/年份	研究題目	研究摘要
曾慈慧、沈進成 (2010)	遊客的休閒、地方感與環境復育知覺關係之研究：以美國德州大灣國家公園為例	研究發現休閒涉入對地方感與環境復癒知覺有顯著正向影響，地方感是休閒涉入對於環境復癒知覺的重要中介變項。
任國晏 (2010)	睡眠品質對溯溪者遊憩專業化、休閒涉入與地方感影響之研究	研究發現，溯溪參與者不同的遊憩專業化程度對地方感有顯著差異；溯溪參與者不同的休閒涉入程度對地方感有顯著差異；溯溪參與者不同的遊憩專業化程度與休閒涉入程度對地方感有顯著差異。
王興文 (2014)	懷舊情感對地方連結之影響	結果發現懷舊傾向會正向影響地方連結的產生；懷舊感會正向影響地方連結的產生。
洪嘉雯 (2014)	新北市立鶯歌陶瓷博物館遊客之活動涉入、地方依附與滿意度之關係	結果發現，陶藝體驗活動參與與否對於遊客的地方依附程度有差異；活動涉入對地方依附及滿意度皆具有正向影響，地方依附對滿意度亦具有正向影響。
唐宜君 (2014)	個人自然連結對自然景觀知覺之影響	研究發現，自然連結特徵提高了個人在自然環境中知覺恢復性品質的能力，因而提高了個人在自然環境中充分知覺自然恢復性的可能。自然連結程度高者對自然環境的偏好範圍較為廣泛，自然連結程度低者，對自然環境有特定的偏好。
曾鈺琪 (2014)	自然連結、美感體驗與環境敏感性發展：十位都市青少年的自然經驗之紮根理論研究	研究發現在持續的自然經驗中所體驗到的自然連結感是發展環境敏感性的重要關鍵。自然連結感是個人與自然直接互動而逐漸融入周遭環境的心理過程，會表現為對自然環境的多元感官體驗、以及隨著自然情境產生的各種有關自我與環境的正負向情緒變化，並在離開自然後產生對環境的情感連帶。

資料來源：本研究整理

依據上述發現自然連結的內涵是不同個體與自然之間的關係存在著

不同的感受，也就是說某些人的自然感知度較深入，有些人則相反(Schultz, 2001)。個體對一個地方產生情感是經過長時間累積而來的，經由一連個體與環境、物品等交互作用後，逐漸形成對個體產生具有意義、情感的空間。本研究所提的情感連結是以自然連結理論為概念並且以學者 Hammitt 等人 (2006)所提的熟悉感、歸屬感、認同感、依賴感以及根深蒂固感五構面探討地方連結。

## 二、情感連結的衡量

由於目前鮮有針對情感連結所設計且公認具代表性之量表，前述業已說明此一構面可由自然連結或地方連結的概念而來，因此本研究在情感連結之衡量，乃採用自然連結及地方連結之概念予以發展。Nisbet 等人 (2009)曾提出自然連結(Nature relatedness, NR)量表，唯 NR 量表之研究設計當初是以自然戶外場域為標的地，與本研究之室內場展示場有差異，故該量表不適合直接引用於衡量本研究之情感連結構面，但自然連結的精神內涵與本研究中的情感連結有相同之概念，因此，吾人採取自然連結的精神在本研究情感連結的構面上。

地方連結的相關研究不勝枚舉，且有不同的量表可以衡量；其中在遊憩資源領域中又以 Hammitt 等人(2006)所提出之地方連結量表，廣被使用，該量表之建構分為五構面，包括熟悉感、歸屬感、認同感、依賴感、以及根深蒂固感，茲詳述如下。

### (一)、熟悉感

熟悉感是個體來自於過往的經驗、體驗而逐漸在心中產生情感，例如：當個體初次接觸某個地點、場域後，產生正向的回憶，如開心、愉快、喜歡、興奮等等，會考慮再度拜訪該地方，因此對該地建立起熟悉感。在熟悉的地方，人們會感到有安全感、自在，感覺自己是環境的一

份子。熟悉感是情感連結的最初階段，一個點的熟悉感及經驗會讓人與該地產生連結，並且透過對地點的辨認(例如：親身體驗、閱讀書籍等等)而感到熟悉，因此熟悉感能幫助個體與地點產生連結(Roberts, 1996；Stedman, 2003)。

## (二)、歸屬感

歸屬感是與環境連結後產生的情感。學者 Hammitt (2006)等人對歸屬感的定義為：當個體對一個地方產生歸屬感，把自己視為這個地方的一份子，是一種社會層級的連結。因為個體與在該地的人互相交流並且建立情感，產生一種「自己屬於這個地方」的情感，進一步把該地是為自己的延伸。當人把自己視為屬於某個特殊場所時，便會和場所產生強烈的情感連結(Bogac, 2009)，這種連結不容易被取代。

## (三)、認同感

地方認同是個體透過地方來表達自我認同的一種方式，這種情感是超越歸屬感的(Twigger ross, 1996)。地方認同的產生在於個體認定屬於這個地方的一份子，人們透過與地方的情感連結來進行自我身分的認同，因此場所的存在與否和自我認同密不可分。

## (四)、依賴感

依賴感的產生是因為該地點可以滿足個體特定需求，會有這樣的情感產生通常由相似地點比較而來，個體透過相似地點的比較與選擇，能顯現出對無特定地點的依賴程度，「非這個地方不可」是依賴感這個階段的重要特徵。學者們認為依賴感包含熟悉感、認同感、歸屬感等特徵，還有一個重要概念是，該地必須提供個體所需要的特定資源 (Hammitt et al., 2006)。

## (五)、根深蒂固感

根深蒂固感為個體對於該地點的感情強烈到不會輕易更換地點，這個地方對個體在精神上有絕對特殊意義，使個體無法離開的情形，是情感連結五個構面中最深的構面。當某個地點與個體因為長時間相處產生了安定、自在或習慣的感覺，將這個地方視為理所當然的存在，產生一種彷彿身在家中的感覺，而這種連結的產生與個體在此地點的活動經驗息息相關(Hammitt et al., 2006)。

## 2.3 知覺復癒的探討

### 一、注意力恢復理論

注意力 (attention) 一詞最早係由 James (1892) 提出詮釋，其認為注意力包含有非自主性注意力 (involuntary attention) 以及自主性注意力 (voluntary attention) (Kaplan, 1995)。而注意是一種心力集中的狀態而使心力聚焦在一個特別的事物上，注意可視為一種過程或一種狀態 (邵郊，1993)。

非自主性注意力 (involuntary attention) 所指的是較容易吸引注意的事物，不需要花費太大心神之注意力，甚至是無須費心。像一些令人感到興奮而有趣的事物通常會引起我們的注意或關注，James 舉出一些容易引起非自主性注意力的事物，例如：奇怪的事物、移動中的事物、野生動物、明亮的事物、美麗的事物、金屬的事物、文字、聲響、鮮血... 等等 (Kaplan & Kaplan, 1989)。而非自主性注意力的吸引往往來自具有魅力性 (fascination) 的特質，因此 Kaplan (1995) 對於非自主性注意力提出了「魅力性」的觀點。

自主性／直接注意力 (voluntary / directed attention) 最主要是包含一種「禁止」(inhibition) 的概念，就是專注在某一焦點上，受到自我意識的控制，並且禁止一切會造成人分心 (distractions) 事物的能力

(Kaplan & Kaplan, 1989)。James (1892)提及自主性注意力需要精神上的努力，去維持預期活動的目標以及避免分心，當集中注意力在不具有吸引力或不有趣的事物中時，需要投入更多心力以集中精神避免分心，自主性注意力所需要的強度與時間，可能會導致注意力疲憊，減低每日生活中競爭(competing)與效能(引自曾慈慧, 2002)，進而造成精神疲勞(mental fatigue)的發生 (Kaplan & Kaplan, 1989)。

一個人若長時間使用直接注意力將會遭受耗損，也就是精神專注使用過度所導致的「直接注意力疲勞」(directed attention fatigue, DAF) (Kaplan, Bardwell & Slakter, 1993)，此種直接注意力之疲勞也稱為精神疲勞，而精神疲勞會對人類產生解決問題的能力下降、負面的情緒、易怒(iritability)、高度的分心(high distraction)衝動、缺乏耐心、挫折容忍度降低、漠視人際關係、助人行為減少、工作效能降低、錯誤次數增加、吸收資訊能力降低、冒風險之可能性增加等等(Herzog 等人, 1997; Kaplan & Kaplan, 1989; Hartig 等人, 1991)。為了避免過度使用直接注意力引起精神疲勞所帶來的負面影響，Kaplan & Kaplan (1989)提出了「注意力恢復理論」(attention restoration theory, ART)。

## 二、知覺復癒理論

### (一)恢復的定義

「恢復」或「復癒」、「復原」(restoration)在牛津字典(Oxford)中定義為「恢復一個人的健康與身體的力量」(tending to restore health and strength)。而在本研究中強調的是其對於恢復性環境的認知，因此將其稱為「恢復」。若一個人長時間使用直接恢復力專注在某事物上必定會造成精神上損耗，因此 Kaplan & Kaplan (1989)提出了「注意力恢復理論」(attention restoration theory, ART)，此一理論源於自然景觀、特殊景觀、園

藝特殊景觀、園藝、荒野遊憩而產生的 (Kaplan et al., 1993)，根據此種理論，使精神疲勞獲得恢復及其他相關好處，稱之為恢復性 (restorative experience)，而具有此類效果的環境稱之為恢復性環境 (restorative experience)。

## (二)恢復性環境知覺之構面

Kaplan & Kaplan(1989)提出了「注意力恢復理論」，一個恢復環境是會讓人產生恢復性體驗，這些體驗能幫助人們從這些心理疲勞組成之要素中恢復，而恢復性環境應具備下列四大特徵：

### 1.遠離 (being Away)：

「遠離」並非真的要離開本身環境很遠的地方，指的是一種心理狀態上逃離 (Escape)，也就是人們努力尋找改變原本環境之一切事物而能讓身心稍作休息，在心理學上，遠離日常生活意味著本身參與與平時不同之認知內容 (Kaplan & Kaplan, 1989)，包括遠離日常生活中常會需要費心神的事物，以及暫時停止某種特定目標的追尋，都可以算是遠離。因此 Kaplan 與 Kaplan (1989) 認為遠離可以分為三種層面，第一種是遠離環境中不相關或是令人不悅的刺激物，如噪音、擁擠以及塞車等等 (Hartig et al., 1996；Hartig et al., 1997; Laumann et al., 2001)；第二種為遠離日常的環境、活動與掛心的事物，以及遠離會令人聯想起這一切的相關事物 (Hartig et al., 1991; Kaplan, 1995)；第三種則是暫時停止對特定目標的追求 (Hartig et al., 1997；Laumann et al.,2001)。若能兼具這三種層面，則最有可能達到恢復之效果。

### 2.延展性 (extent)：

遠離的確可提供恢復的效果，但若只有遠離是不夠的，一個優質的恢復環境需包含延展性 (Hartig et al., 1996)。延展性指的是一種在時間或

空間上擴展成為一個更大且不同世界的環境 (Kaplan, 1995)。大致上可分為有形的 (physically) 與無形 (perceptually) (Kaplan & Kaplan, 1989)，有形的延展性指的是一種豐富而協調的環境資源，可吸引人們的留意，並有探索 (exploration) 的可能 (Herzog et al., 1997)；而無形的延展性所強調的是一種想像 (imagined) 的概念，人們可以在一個較抽象的程度上體驗延展性，在所體驗的事物上與對整個世界的了解之間產生關聯性 (connectedness) 的概念 (Kaplan & Kaplan, 1989)。具延展性的環境應該有充分的時空範疇，讓人在其實質環境或在頭腦想像中提供豐富之探索及體驗，因此可讓人將大部分的心力專注在其中，進而避免使用直接注意力，使其能夠有機會復原，並可藉由感官或認知之運作，讓人們將心思投入於現實或想像之世界中，進而產生擴展延伸之感覺 (韓可宗, 2002)。

### 3. 魅力性 (fascination)：

魅力性是恢復性體驗中之主要元素 (content) (Kaplan, 1995)，其指的是某些特定事物、內容、事件或過程的本質，能夠輕易吸引人的注意與興趣者 (Hartig et al., 1997)。一般而言，富有魅力性之事物，是不需要直接注意力就可以被吸引且注意，例如：人類、野生動物、危險、洞穴、鮮血等。魅力性提供了非自主性注意，而間接降低精神疲勞之程度 (Kaplan, 1995)。Kaplan (1995) 認為魅力性可分為「剛性魅力」(hard fascination) 與「柔性魅力」(soft fascination)。剛性魅力是一種強烈而固定住個體的注意力，只留下一點空間可供思考 (例如：觀賞賽車比賽)；而柔性魅力則大部分是自然環境所帶給我們的體驗 (例如：漫步在自然環境當中)。柔性魅力的要素有二種：一種是由於其強度適中而不需要花費心神去注意；第二種則是環境所誘發的魅力是種美質的愉悅感 (Hartig

et al., 1997)，並可以幫助抵銷重大事件所造成的痛苦（Herzog et al., 1997）。

#### 4.相容性（compatibility）：

相容性指的是一個能夠支持個人喜好與意圖的環境，當個人想做的事情符合環境的要求與所提供的資源時，便會使人產生相容性的感覺（Harting et al,1991）；自然環境常被認為具有高度的相容性，因為自然環境可與人們的喜好產生興趣與共鳴（Kaplan, 1995）。當個人想做的事情符合環境的要求所提供的資源時，便會產生相容性（Hartig et al., 1997）。而基於此基礎，人們所從事的行為是自然且自在的，也與環境整體相容，因此人們可以順利地追求目標，輕易地完成其活動（Kaplan, 1995）。

#### 三、知覺復癒的相關研究與測量方法

Kaplan & Kaplan 提出了注意力恢復理論(ART)，指出恢復性環境具有四大特質，然而並未進一步發展出測量「環境恢復性知覺」的工具。目前最常使用的測量方式有「知覺恢復性量表」(perceived restorativeness scale, PRS; Hartig, 1996、1997)、「恢復性組成量表」(restorative components scale, RCS; Laumann et al.,2001)、「知覺恢復性潛能量表」(perceived restorative potential, PRP; Herzog, 2003)，根據上述量表在知覺復癒的構面大多採用魅力性、遠離、一致性、相容性，而本研究特別把新奇這個構面從遠離性獨立出來探討的原因為，學者 Laumann 等人(2001)的知覺恢復性組成量表(RCS)，經探索性因素分析萃取出新奇、逃離、延展、魅力性、相容性等五個構面，研究顯示知覺恢復性組成量表可描述自然環境(強恢復性環境)和城市環境(弱恢復性環境)，而本研究場域為國立歷史博物館，該場域屬於城市環境(弱恢復性環境)；再者，學者 Pals, Steg, Siero, van der Zee (2009)所編製的 PRCQ (Perceived Restorative

Characteristics Questionnaire) 量表雖然針對動物園(具活體動物之景觀), 該研究的重點在展示場而非一般研究在衡量尺度較大的景觀, 而本研究的場域屬於人工展示場, 符合衡量尺度較小的景觀; 其三、在知覺復癒問卷 PRCQ 的問項中, 皆採用正面的敘述方式, 因為有顯著的證據證明, 同時存在著正面敘述的問項與負面敘述的問項將導致不同的反應類型 (Benson et al.1985)。各量表間之差異及其適用範圍與限制說明如下。

#### (一) 知覺恢復性量表(perceived restorativeness scale, PRS)

Hartig 等人分別於 1996 年與 1997 年發展出了『知覺復癒量表』(Perceived Restorativeness Scale, PRS) 此量表針對自然或建築、室內或是室外之環境。並針對測量環境的復癒性內容發展出量表, 研究中建構的對象以美國、芬蘭以及瑞典的學生為樣本, 以不同的環境跟媒介將量表的因素結構有效化。整體而言, 16 個問項經由因素分析萃取出四項因素, 分別為遠離、一致性、魅力性及相容性。在 Hartig 等人 (1996) 的研究中, 將一致性視為具有復性潛在可能的象徵, 並代表延展性的測量而提出 PRS。Hartig (1997) 後續將易讀性與一致性 (coherence) 概念結合, 發展出知覺恢復量表修訂版 (RPRS)。Hartig 提出知覺恢復量表修訂版是因為發現, 運用一致性作為 PRS 的測量構面是無法測量出延展性的全部範圍。而無形的延展性強調的是一種想像的空間, 此與 Kaplan & Kaplan 所提的環境偏好矩陣的推論、預測的程度的概念相符合, 因此加入了易讀性發展出可以確切代表延展性的測量方式。

#### (二)、知覺恢復性組成量表(Restorative Components Scale, RCS)

Laumann 等人(2001)認為 Hartig(1996、1997)在一系列針對測量 Kaplan 提出四項恢復力成分的研究中, 所發展的知覺恢復性量表 (PRS), 結果與四項恢復性組成特徵 (遠離、延展、魅力、相容) 不盡相符, 量

表中的一致性都是由負向 (negatively) 的敘述所構成，這個結果顯示 Hartig(1996, 1997)的研究結果，未明確地界定出四個因素，而且還存在著其他元素之整合。因此 Laumann 等人也針對 PRS 的缺點提出補救，提出了一套皆適用於自然與都市的恢復性組成量表(Restorative Components Scale RCS)。

恢復性組成量表(Restorative Components Scale RCS)透過主軸分析法(principal axis analysis, PA)及EFA萃取出五個構面，分別為新奇(novelty)、逃離(escape)、延展性(extent)、魅力性(fascination)、相容性(compatibility)，這是由 Kaplan (1989)理論中的恢復性組成「遠離日常生活 (being away)」被分離成新奇與逃離兩個因素，生理上的遠離日常生活，即是新奇所指的處於另一環境或做新事情；而逃離則是心理上的遠離日常生活的感受。恢復性組成量表(Restorative Components Scale RCS)，可同時應用在自然與都市環境，能具體表現四項恢復性環境的組成特徵，並且改善 PRS 負面問項的缺失。

### (三)知覺恢復性潛能量表(perceived restorative potential, PRP)

Herzog (2003) 以「直接評值」之方法來測量 Kaplan 所提出之恢復性環境四個因素；因為過去的研究在測量恢復環境四個特徵的因子，易造成受測者的負擔，及對問項的疲乏。「直接評值」之方法用單項問句測量每一個變項，而非多項量表進行測量，該量表具有省時、省力的優點。

經由上述討論有關注意力恢復力的測量方式，本研究進行綜合性的比較(見表 2.4)，探討其適用範圍及限制，釐清彼此之間的異同，選擇出最適合本研究的測量工具。

### (四) PRCQ 量表(Perceived Restorative Characteristics Questionnaire, PRCQ)

Pals 等人(2009)發展一套專門於動物園施測的知覺復癒量表 PRCQ。

PRCQ 是從 PRS(Hartig et al., 1997)與 RCS(Laumann et al., 2001)得到啟發，應用在量測動物園知覺復癒，PRCQ 共分為五個構面，分別有魅力性(fascination)、新奇性(novelty)、遠離性(escape)、一致性(coherence)與相容性(compatibility)。在 Laumann 等人 2001 年的研究中新奇是物質上的抽離(physical being away)要素，而遠離則是心理上(psychological)的要素，這樣的定義符合注意力恢復理論(Kaplan,1989)。本研究中將延展性 extent 構面縮減為一致性，是指環境中成份之間的一致程度或彼此搭配的程度。魅力則被定義為環境中能減少注意力的程度。相容性被定義為人與環境的搭配程度，此搭配程度包含了四個要素：資訊的配合(環境是否提供遊客所需要的資訊)、動機的配合(環境是否提供了遊客想要進行的活動)、清楚的行為規範(遊客是否知道在情境下的舉止該如何)、期望的配合(環境是否與期望吻合)。清楚的行為規範與期望的配合與思維模式的作用有關。在擁有清楚的行為準則的環境中，運行一個簡單的思維模式已經足夠，因此直接注意力消耗得較少。在符合遊客期望的環境中，也會符合遊客所設定下的思維模式，也會使得直接注意力消耗得較少。Kaplan 於 2001 年所提出的四個相容性的因素之一的能力層次(competence)，在研究中從相容性的構面中剔除，Pals 等人認為在動物園的場合中是沒有關聯性的。

在知覺復癒問卷 PRCQ 的問項中，皆採用正面的敘述方式，因為有顯著的證據證明，同時存在著正面敘述的問項與負面敘述的問項將導致不同的反應類型(Benson et al., 1985)。綜合上述，故本研究採用 Pals 等人(2009)之 PRCQ 量表作為量測景觀知覺復癒之工具。

表 2.4 注意力恢復力的測量方式綜合比較表

量表名稱	知覺恢復性量表 (PRS)	知覺恢復性組成量表(RCS)	知覺恢復性潛能量表 (PRP)	PRCQ 量表
研究學者	Hartig (1996, 1997)	Laumann (2001)	Herzog (2003)	Pals et al. (2009)
研究對象	美國、芬蘭和瑞典的學生	挪威大學生	美國中西部的大學生	荷蘭動物園遊客
測量媒體	現地、錄影帶、照片、幻燈片	想像、幻燈片、錄影帶	幻燈片	現地
適用景觀	恢復力高低各異的環境	自然與都市環境皆適用	自然與都市環境皆適用	動物園
測量因子	遠離日常生活、延展性 (以一致性替代)、魅力性、相容性	遠離日常生活 (包含新奇與逃離)、延展性、魅力性、相容性	遠離日常生活、延展性、魅力性、相容性、知覺恢復性潛能、偏好、開闊性、視野穿透性、穿越便利性, 以及環境管理程度	魅力性、新奇性、遠離性、一致性與相容性
應用層面	1.可具體表現四項恢復性環境的組特徵 2.可有效地辨別各種不同恢復性環境的潛力 3.適用於各種測量媒體	1.同時應用於自然和都市環境 2.可具體表現四項恢復性環境的組特徵 3.符合 Carmines & Zeller (1979) 的多面像測量準則 4.改善 PRS 負面問項的缺失	1.同時應用於自然和都市環境 2.除測量恢復性環境的組特徵外, 亦包含其他影響因素 3.可同時測量注意力與偏好 4.採用單項問句的「直接評值」, 可節省時間與精力	1.應用於動物園 2.採用正面的敘述方式, 更清楚易懂
檢驗方式與信效度	1.探索性因素分析 (EFA) 2.驗證性因素分析 (CFA) 3. Cronbach's alpha > 0.70	1.探索性因素分析 (EFA) 2. Cronbach's alpha > 0.82	1.迴歸分析 2. Cronbach's alpha > 0.85	1. 迴歸分析 2.相關分析 3. Cronbach's alpha > 0.87
適用限制	1.無法有效測量無形的延展性 2.一致性採用負面問項 3.有適當的因素分析結果, 才可結合易讀性問進行測量	1.所適用的測量媒體較少 2.無其他特殊限制	1.知覺恢復性潛能 (PRS) 與偏好兩者為不同的直線方程式 2.其他變數影響非常有限 3.適用的測量媒體較少	1.現場蒐集資料, 易受天氣影響

資料來源：本研究整理

#### 四、知覺復癒的相關研究

本研究對知覺復癒的操作型定義為遊客在國立歷史博物館之展場，透過復癒性環境的體驗使得精神疲勞獲得恢復、放鬆。本研究針對，進行相關文獻回顧，如表 2.5 所示：

表 2.5 復癒性環境相關文獻回顧

作者/年份	研究題目	研究摘要
周先捷 (2005)	環境偏好與環境恢復性知覺關係之研究—以山景景觀為例	研究結果歸納出二點建議：首先，觀光資源規劃及經營者可以運用具有探索向度的複雜性與神祕性塑造一個可使人偏好的環境；其次，延展性並無法反映出環境恢復性知覺，且一致性與易讀性亦無法反映環境偏好，因此為了能夠測量出更佳的环境偏好與環境恢復性知覺之關係，必須發展更具信、效度的量表以作為測量工具。
詹智勝 (2007)	景觀空間涵構對景觀偏好與注意力恢復之影響	研究結果中得知，空間距離對於人們在環境感受中是具有高度的敏感性且相當重要的，建議景觀設計及規劃單位可運用空間距離上的變化，塑造使人更偏好的環境。其次，建議後續研究可進一步探討空間距離對於視覺反應的影響，並且與心理反應之間關係加以深入探討。
吳靜思 (2008)	都市居民知覺居住環境品質、鄰里依附與知覺恢復性之相關性研究—以台中市為例	本研究結果，建議未來公私部門在進行都市計畫通盤檢討或都市規劃設計時，應考量遊憩設施及綠地空間作為提升居住環境品質的重要指標，並且可加強空間及機能方面的規劃來提高對居住環境的依附程度並促進恢復產生。
黃韻璇 (2009)	自然旅遊環境四項心理效益交互影響關係之探討-以南投縣惠蓀林場為例	本研究所提出之舒適度、景觀偏好、注意力恢復與健康度之交互影響模式，經過分析驗證後，此模式成立且四項整體心理效益之關係皆為正向的相互關係；本研究結果驗證出心理效益交互影響關係，且發現性別與年齡的差異，四項心理效益交互影響亦有所不同。

表 2.5 復癒性環境相關文獻回顧 (續)

作者/年份	研究題目	研究摘要
張秀蓉 (2010)	環境恢復性知覺與復癒效益之研究—以大學校園綠化空間為例	綜合校園空間與自然環境的研究顯示環境特性的差異會影響環境恢復性知覺的判斷，且不同的校園綠化能預測的復癒效益也會有所不同。營造良好的綠化環境更關係著學生的身心健康發展，以及影響著學生的學習成效，對於校園的設置與開放空間品質的提昇有相當助益。
張純婉 (2011)	醫療院所內益康花園的恢復性知覺與生心理效益之研究—以台中榮總為例	依據研究結果，建議醫療院所未來對於戶外庭園綠地空間，應納入包括整體性、水景、多樣性的植栽、具神秘感的路徑設計、公共和私密空間、可及性與安全性、以及戶外設施的提供等，並將這些元素以「整合性設計」手法模擬出具恢復性環境特質的益康花園作為設計之參考依據，對於病患、家屬、以及醫護人員等使用者在生心理效益感受上有更佳之提升效果。
羅焱文 (2012)	校園環境恢復性知覺與心理效益之研究-以逢甲大學為例	本研究結果發現，模擬健康校園在恢復性環境與生心理效益的知覺上，確實均顯著高於現有校園。，因此建議逢甲大學圖書館、丘逢甲紀念館、科學與航太館腹地校園環境可參考本研究所歸納的健康校園環境設計準則，作為基地的復癒設計準則，建造出恢復性環境校園空間，讓校園環境的使用者更有復癒的空間提升學習的效率。
曾慈慧、 沈進成 (2010)	探討休閒涉入、地方感與環境復癒知覺之研究：以美國德州大灣國家公園為例	結果發現休閒涉入對於環境復癒知覺有顯著正向影響，地方感是休閒涉入對環境復癒知覺的重要中介變項，休閒涉入對地方感有正向影響關係，此結果與 Kyle et al.(2003)談到登山客的地方認同可由自我表達與吸引力來預測相同；以涉入的中心性對涉入的貢獻最大。

表 2.5 復癒性環境相關文獻回顧 (續)

作者/年份	研究題目	研究摘要
蘇媿文 (2014)	動物園環境景觀之知覺復癒研究	研究結果顯示複合式景觀元素不同，知覺恢復性有顯著差異，且臺北市立動物園景觀具有恢復性環境知覺效益。受測者對可親近接觸動物景觀恢復性知覺最強，此外，受測者對具攻擊性動物或具危害性動物景觀之恢復性環境感受偏低，證明人類會運用演化物競天擇過程中學到的適應反應，避開危險、不確定、令人困惑，或感到壓力的場所。
劉力仁 (2015)	醫療院所療癒性庭園恢復性環境知覺與情緒效益之研究—以台中榮民總醫院為例	本研究導入 Kaplan & Kaplan (1989)「恢復性環境」的觀點及 Ulrich(1983)所提出的「心理演化論」作為理論架構，透過景觀模擬比對現況庭園與療癒性庭園恢復性環境知覺及情緒效益之差異性，進一步探討恢復性環境知覺及情緒效益之關係。
陳儒賢 (2015)	休閒涉入、環境復癒知覺與地方依戀之相關研究：以麻豆總爺藝文中心為例	研究結果發現休閒涉入對地方依戀與環境復癒知覺顯著正向影響。環境復癒知覺在休閒涉入與地方依戀間扮演著中介的角色，亦即休閒涉入會透過活動場域的環境產生之復癒知覺，增強休閒參與活動者對場域之地方依戀。

資料來源：本研究整理

## 第三章 研究方法

本章節重點在闡述本研究的研究設計與實施方式，共分為六節，首先根據研究目的與文獻回顧提出研究假說與定義各研究變項，依此建立本研究的架構；然後，說明問卷設計、發放及介紹研究場域；最後，呈現分析資料所使用的研究方法。

### 3.1 研究假說

本研究依據研究彙整與研究目的，提出研究假說，陳述如下：

#### 一、涉入程度與環境知覺復癒

涉入最早的概念源自於社會判斷理論，當個人對一個活動、主題產生興趣時，會喚起個體內在動機，並產生一連串對該活動、主題關心的行為(Zaichkowsky, 1985)。當人們在喜愛的環境中投入活動的程度會愈高，因此達到放鬆、減壓的效果也隨之提升。根據學者 Korpela and Hartig (1996)的研究指出，人們對於喜愛地點通常具備高度的復癒環境特徵，因此推論喜愛地點可作為復癒性經驗的來源，並藉由環境的知覺減輕壓力且放鬆心情。有關涉入程度與環境知覺復癒關係的研究有：曾慈慧、沈進成(2010)針對美國德州大灣國家公園進行研究，結果發現休閒涉入對環境復癒知覺有顯著正向影響。劉嘉豪(2012)以陽明山國家公園為研究場域，針對健行遊客為研究對象，結果發現涉入程度與環境復癒之間有正向相關。陳儒賢(2015)以麻豆總爺藝文中心的遊客進行研究調查，結果發現休閒涉入與環境復癒之間有正向相關，休閒涉入程度愈明顯的活動參與者，其所從事活動的場所環境對其產生復癒知覺涉入的程度也會愈高。根據上述文獻探討發現涉入程度對復癒性環境知覺具有正向關係，因此本研究提出假設一：

**H1：遊客涉入程度對知覺復癒具有顯著正向影響。**

## 二、涉入程度與情感連結

學者研究指出，個人休閒遊憩活動的涉入具有意義與情感依附的作用（王正平、朱笠瑄，2003），當個人對某項活動的涉入程度提高，對於該活動相關地點以及設施有更強的情感依附。換言之，當個人對某遊憩地點產生非常強烈的連結時，會對該場域所從事的活動的地點容易產生正向的情感連結(Bricker, & Kerstetter, 2000)，而學者 Ng (1998)指出，個體會對某個地方產生連結以及對環境產生某種特殊情感，是因為受到個體過去生長經驗、個人偏好喜愛程度所影響。有關涉入程度與情感連結的研究有：Bricker 與 Kerstetter (2000)指出活動涉入程度會影響地方依戀的程度。沈進成、林映秀(2005) 針對南投水里蛇窯陶藝文化園區進行研究，結果發現遊憩涉入對依戀有正向影響效果。戴有德、陳冠仰及李素馨(2008)以東豐綠色走廊為研究場域，針對自行車者為研究對象，結果發現自行車使用者之遊憩涉入對場所依賴有正向影響。因此本研究提出假設二：

**H2：遊客涉入程度對遊客的情感連結有顯著正向影響。**

## 三、情感連結與環境知覺復癒

有關於以情感連結為議題的論文目前尚未有人研究，誠如本研究文獻探討，情感連結的概念可從自然連結以及地方連結的概念切入。而學者 Nisbet et al. (2009)認為當個人對某一物品或環境有高度的情感連結時，個體會認為環境是具有吸引力與魅力，當接觸該環境時，更能自在投入環境中產生共鳴，進而達到放鬆、療癒之效果。有關情感連結與知覺復癒的研究有：陳儒賢(2015)以麻豆總爺藝文中心的遊客為對象，研究結果發現遊客所從事活動的場所環境對其產生復癒知覺的程度也會愈高。活

動參與者環境復癒知覺的程度愈高，從活動場域所獲得的地方依戀感相對愈強烈。因此本研究提出假設三：

**H3：情感連結對遊客的知覺復癒有顯著正向影響。**

#### 四、涉入程度與情感連結對知覺復癒

個人休閒遊憩活動的涉入產生的原因來自於個人的興趣與偏好，當人們在喜愛的環境中從事喜歡的休閒活動，環境帶來給個體的知覺復癒也會越高，因此環境提供放鬆、減壓的效果。有關環境復癒知覺的研究場域大多是自然環境、特殊景觀、園藝等，過往對知覺復癒的研究著重在景觀對視覺的刺激，才可達到知覺復癒的效果，然而根據近年研究發現，同樣的環境對某些人來說自然度不高，但某些人卻能感受到自然度，因此 Leopold (1949)、Mayer 與 Frantz (2004)、 Dutcher (2007)等學者，認為這其間的差異，應該是受試者與所見之景觀有否產生「自然連結」所致。本研究之研究場域為室內展示館，一般人會認為室內展示館給人的感覺是枯燥、乏味、無趣，此環境並不能帶達到放鬆、療癒之效果，但在 Kaplan(1993)的研究中以 ART 為基礎來探討這個悖論。這其中的差異在於室內展示場對某些族群亦可達到恢復其疲勞之效，是因對該場域產生共鳴，與該展示品、文物產生某種程度上的精神連結，本研究假設該精神連結為情感連結。本研究認為涉入程度與知覺復癒之關係有其探討的必要性。由於國內外文獻並沒有以情感連結作為涉入程度與知覺復癒之中間變項。因此，本研究提出研究假設四：

**H4：情感連結在涉入程度與知覺復癒間扮演中介角色。**

### 3.2 研究架構

本研究方法的建立，基於上述兩章的研究動機、目的以及相關文獻探討為基礎，據以編製問卷進行抽樣調查。將本章分為研究架構、研究

假設、研究變項之操作型定義、問卷設計、問卷調查及問卷分析等六小節進行說明。本研究採取量化研究，透過問卷調查探討涉入程度、情感連結以及環境復癒知覺三個變項之間的影響關係，其研究架構圖如圖 3-1 所示。

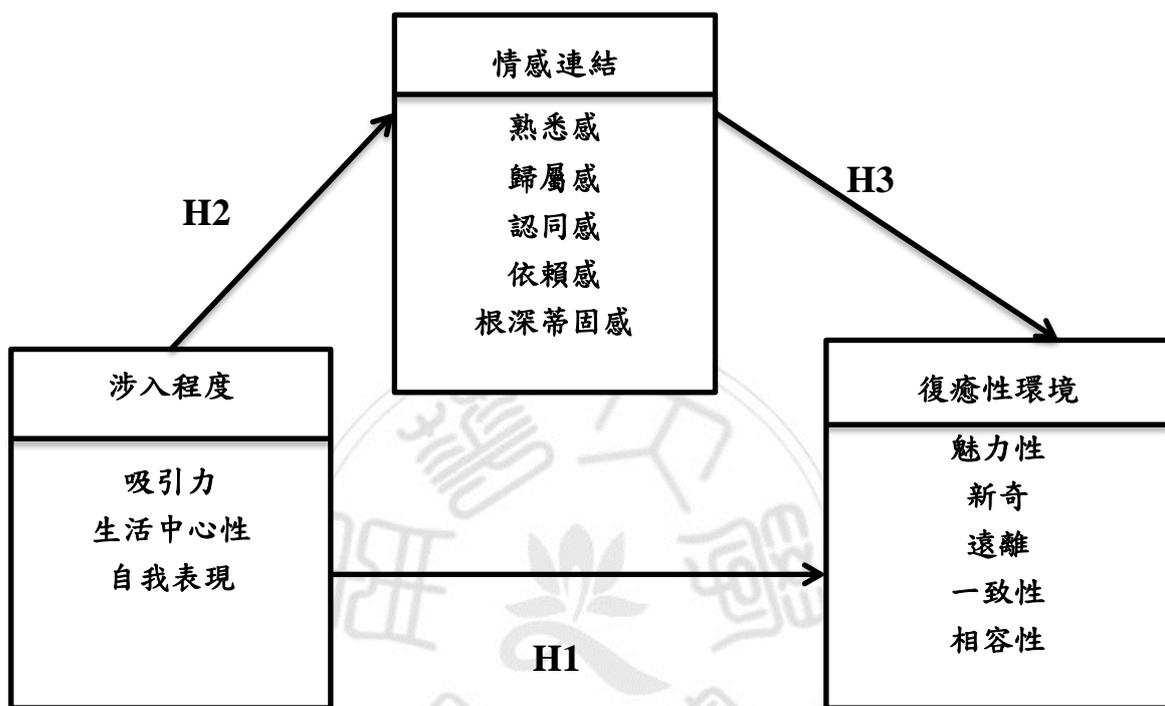


圖 3.1 研究架構圖

### 3.3 研究變項

#### 一、遊客背景

探討涉入程度議題時，遊客個人的背景如性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、收入情況、居住地、遊伴及參觀動機等，皆可能與涉入程度有關，因此將以上的類別作為研究變數。

#### 二、涉入程度

本研究採用 Kyle 等人(2003)的見解，將涉入程度定義為：遊客在參觀歷史博物館所投入的程度，是一種心理狀態與關心程度，遊客從持續參與活動過程中得到愉悅、滿足。其中此一變數包含吸引力、中心性及

自我表現等三個子構面。

### 三、情感連結

情感連結被看作是一種複雜的心理現象，故本研究參酌 Nisbet 等人(2009)NR 量表的觀點，並參考 Hammitt 等人(2006)、Kyle 等人(2003)的地方連結量表。本研究將情感連結操作型定義為：遊客參觀「國立歷史博物館」過程中，對於展示的文物感到興趣，透過視覺的傳達進而內化產生共鳴，達到情感上的連結。

### 四、知覺復癒

本研究採用 Kaplan 與 Kaplan (1989) 所提出的 ART 概念，認為復癒性環境應有的四項特徵（遠離、一致性、魅力性、相容性）作為知覺復癒所需具備之元素之定義。而本研究知覺復癒構面採用 PRCQ 量表，但題項來源參酌知覺恢復性量表(PRS)、恢復性組成量表 (RCS)、知覺恢復性潛能量表(PRP)。在本研究中將知覺復癒定義為：遊客在參觀「國立歷史博物館」過程中及參觀後，透過復癒性環境的體驗使得精神疲勞獲得恢復。

## 3.4 問卷設計

本研究採用問卷調查法，研究者依據前述研究架構與研究假設以及文獻回顧進行問卷設計工作，問卷設計則採用國內外學者之相關文獻與其所發展的量表，確立本研究變項之間的關係。問卷內容分為涉入程度、情感連結、知覺復癒以及個人基本資料。問卷設計的量表及尺度及內容分述如下：

### 3.4.1 問卷內容編製

問卷整個架構分為四個部分，除了三個主要構面外，還包括遊客基本資料。採用李克特五點量表之單選題型作為測量尺度，分為「非常不

同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，以下將分別說明各個構面題項之編製：

### 一、涉入程度

本研究對涉入程度的操作型定義為：遊客參觀「國立歷史博物館」活動所投入的程度，是一種心理狀態與關心程度，遊客從持續參與活動過程中得到愉悅、滿足。本研究參考 McIntyre 與 Pigram (1992) 以及 Kyle 等人(2003)的涉入程度量表，依據本研究施測的目的、研究範圍及對象，再加以修改問項內容，發展出適合本研究的量表，來衡量遊客涉入程度，其構面及題項如表 3.1。

表 3.1 涉入程度的構面及問項

構面名稱	問卷內容	題項來源
吸引力	原始問項	1.Hiking is important to me。
	本研究修改	1.我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館，否則就白活。
	自編問項	2.我覺得參觀「歷史博物館」過程我能獲得許多樂趣。
	自編問項	3.參觀「歷史博物館」讓我感到愉快。
	原始問項	4.Participate in hiking is one of the most enjoyable things that I do。
	本研究修改	4.參觀「歷史博物館」是我最喜歡的活動之一。
	原始問項	5.I really enjoy hiking。
	本研究修改	5.我非常享受從事這項活動。
		Kyle et al. (2003)

表 3.1 涉入程度的構面及問項 (續)

構面名稱	問卷內容	題項來源	
生 活 中 心 性	自編問項	1.我常和朋友討論「歷史文物」的相關話題。	Kyle et al. (2003)
	原始問項	2.I find a lot of my life is organized around hiking。	
	本研究 修改	2.我會主動蒐集有關「歷史文物」的相關資訊。	
	原始問項	3.Hiking has a central role in my life。	
	本研究 修改	3.我發現我的生活有許多歷史的相關物品，如：書籍、圖片、影片等。	
	原始問項	4.I find a lot of my life is organized around hiking activites。	
	本研究 修改	4.我常接觸歷史相關物品，如：書籍、圖片、影片等。	
	自編問項	5.對我而言，探索「歷史」相關知識是很重要的。	
自 我 表 現	自編問項	1.參觀歷史博物館時，我可以盡情表現我對歷史文物知識的了解。	
	原始問項	2.You can tell a lot about a person by seeing them hiking。	
	本研究 修改	2.當他人聊到歷史文物或相關議題，我可以與他侃侃而談。	
	自編問項	3.我能為他人解答歷史文物相關問題。	
	原始問項	4.When I participate in hiking others see me the way I want them to see me。	
	本研究 修改	4.參觀「歷史博物館」符合我的個性、品味與風格。	

資料來源：本研究整理

## 二、情感連結

本研究對情感連結的操作型定義為：遊客參觀「國立歷史博物館」過程中，對於展示的文物感到興趣，透過視覺的傳達進而內化產生共鳴，達到情感上的連結。情感連結的量表使用 Kyle et al.(2003)、Hammit(2006)

地方連結量表，依據本研究施測的目的、研究範圍及對象，修改問項內容，發展出適合本研究的量表，來衡量遊客情感連結，其構面及題項如表 3.2

表 3.2 情感連結的構面及問項

構面名稱	問卷內容	題項來源
熟悉感	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚。</li> <li>2.因常接觸與歷史有關的資訊(如書籍)，因此我熟悉這裡所展示的內容。</li> <li>3.當我進到這裡我覺得似曾相識。</li> </ol>	Kyle et al. (2003) Hammitt (2006)
歸屬感	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.參觀這裡，我認為我是歷史脈絡發展的一份子。</li> <li>2.參觀這裡，我覺得我的思緒、心情和這裡所展示的情境連結在一起。</li> <li>3.當我進入這裡，讓我覺得像家一樣有安全感/放鬆</li> </ol>	
認同感	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.我認為知道歷史相關知識是重要的。</li> <li>2.我認為保存歷史相關文物是重要的。</li> <li>3.歷史博物館的環境對我而言很特別。</li> <li>4.參觀歷史博物館對我而言有很重要的意義。</li> <li>5.我有責任維護類似歷史文物展品。</li> </ol>	
依賴感	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.如果臺灣沒有歷史博物館，我會覺得很可惜。</li> <li>2.就我所喜歡從事的活動而言，沒有其他地方比得上參觀歷史博物館。</li> <li>3.如果可能的話，我願意花更多的時間研究博物館內之歷史文物展品。</li> <li>4.對我而言，歷史博物館是我空閒時最喜歡去的地方。</li> </ol>	
根深蒂固感	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.當我想要參觀博物館時，我總是先想到歷史博物館。</li> <li>2.逛完歷史博物館，我會想要蒐集跟博物館有關的周邊商品。</li> </ol>	

資料來源：本研究整理

### 三、知覺復癒

本研究對知覺復癒的操作型定義及為：遊客在參觀「國立歷史博物館」過程中及參觀後，透過復癒性環境的體驗使得精神疲勞獲得恢復透

過復癒性環境的體驗。知覺復癒的量表本研究參考 Hartig(1996,1997)、Laumann(2001)、PRCQ(2009)的量表，依據本研究施測的目的、研究範圍及對象，修改問項內容，發展出適合本研究的量表，來衡量遊客的知覺復癒性環境，其構面及題項如表 3.3

**表 3.3 知覺復癒的構面及問項**

構面名稱	問卷內容	題項來源	
魅力性	修正後 PRS 原始量表	1. The setting is fascinating.	Hartig et al. (1996,1997)
	本研究修改	1.我認為是「歷史博物館」是迷人的。	
	PRCQ 原始 量表	2. Butterflies are fascinating animals.	Pals et al. (2009)
	本研究修改	2.我認為「歷史博物館」是有魅力的。	
	RCS 原始 量表	3. There are many objects here that attract my attention.	
	本研究修改	3.在「歷史博物館」裡，有許多有趣的事物會無意間吸引我的注意。	
	修正後 PRS 原始量表	4. I want to spend more time looking at the surroundings.	
	本研究修改	4.我想要更加瞭解「歷史博物館」這個地方。	
	RCS 原始 量表	5. There is plenty to discover here.	
	本研究修改	5.我覺得在「歷史博物館」可以有很多的探索與發現。	
	RCS 原始 量表	6. There is plenty that I want to linger on here.	
	本研究修改	6.我願意花更多的時間在「歷史博物館」觀察體驗。	
	PRS 原始 量表	7. The setting has fascinating qualities.	
	本研究修改	7.這裡展示的東西強烈吸引我的目光。	

表 3.3 知覺復癒的構面及問項 (續)

構面名稱	問卷內容	題項來源	
新奇	RCS 原始 量表	1. I am in a different setting than usual.	Hartig et al. (1996,1997)
	本研究修改	1. 「歷史博物館」與我日常生活環境是相當不同的。	
	RCS 原始 量表	2. I do something different than I usually do.	Pals et al. (2009)
	本研究修改	2. 當我在「歷史博物館」內所進行的活動與我日常活動相當不同。	
	PRCQ 原始量表	3. There are many things to see in the butterfly garden that are new to me.	
	本研究修改	3. 在「歷史博物館」內所看見的展示品，對我而言是新鮮未見過的。	
	PRCQ 原始量表	4. There are many new things to see on Baboon island.	
	本研究修改	4. 「歷史博物館」內有很多新奇事物。	
	PRCQ 原始量表	5. Baboon island is unique.	
	本研究修改	5. 「歷史博物館」是獨一無二的。	
遠離	PRS 原始 量表	1. Being here is an escape experience.	
	本研究修改	1. 在這裡，我感覺到我不受工作及日常生活所拘束。	
	RCS 原始 量表	2. I am in a different environment than usual.	
	本研究修改	2. 在這裡，我覺得可以遠離所有心煩的事情。	
	RCS 原始 量表	3. When I am here I feel free from other peoples' demand and expectations.	
	本研究修改	3. 在這裡，我不用理會他人的眼光與期待。	

表 3.3 知覺復癒的構面及問項 (續)

構面名稱	問卷內容	題項來源
一致性	PRS 原始 量表	1.The surroundings are coherent.
	本研究修改	1.在這裡，我覺得周圍展示陳列品是協調的。
	RCS 原始 量表	2. All the elements constitute a larger whole .
	本研究修改	2.在這裡，我覺得這個展場的佈置很有規劃、具整體感。
	原始量表	3. The elements here go together.
	本研究修改	3.這裡的展示品與環境相融合。
	原始量表	4. The existing elements belong here.
	本研究修改	4.這裡展示的物品與這個展場不會格格不入。
相容性	修正後 PRS 原始量表	1. Being here suits my personality.
	本研究修改	1.這裡呈現的風格我喜歡。
	RCS 原始量表	2. The environment gives me the opportunity to do activities that I like.
	本研究修改	2.在這裡，我可以做我喜歡做的事情。
	修正後 PRS 原始量表	3. I can find ways to enjoy myself here.
	本研究修改	3.在這裡，我可以自得其樂。
	修正後 PRS 原始量表	4.There are landmarks to help me get around.
	本研究修改	4.在這裡，我可以很快適應、融入這裡的情境。

資料來源：本研究整理

### 3.4.2 問卷預試與修正

本問卷於 2015 年 12 月 16 日，前往國立歷史博物館進行現場遊客之預試。問卷回收 85 份，扣掉無效卷 2 份，有效卷為 83 份。之後進行信度 Cronbach's  $\alpha$  值及收斂效度之驗證性因素分析，結果發現：「遊客對涉入程度」構面，Cronbach's  $\alpha$  值是 0.917；「遊客對情感連結」構面，

Cronbach's  $\alpha$  值是 0.911;「遊客對知覺復癒」構面, Cronbach's  $\alpha$  值是 0.919, 其值皆大於 0.60 以上, 表示具有信度。預試修正後, 再委請專家針對問卷內容與語句敘述提供修正意見。以下擷取修改部分作說明, 如表 3.4

- 一、將涉入程度構面中之題項「參觀歷史博物館對我來說很重要。」建議修正為「我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館, 否則就白活。」文字表達上比較傳神、具體。
- 二、將涉入程度構面中之題項「我能為他人解答歷史文物相關問題, 我覺得我很了不起。」修正為「我能為他人解答歷史文物相關問題。」建議刪掉「我覺得很了不起」, 因為能回答問題, 不一定需要覺得了不起才可視為涉入高。
- 三、將涉入程度構面中之題項「我認為參觀歷史博物館, 可以展現我的個性與風格。」修正為「參觀歷史博物館, 符合我的個性品味與風格。」文字敘述比較容易順暢。
- 四、將情感連結構面中之題項「我對歷史發展演變非常清楚。」建議改成「我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚。」在這個地方強調的是展館內的展示陳列文物, 而不是整個大範圍的歷史演變。
- 五、將情感連結構面中之題項「我常常閱讀歷史相關書籍, 我對它非常熟悉。」修正為「因常接觸與歷史有關的資訊(如書籍), 因此我熟悉這裡所展示的內容。」文字語意表達比較流暢。
- 六、將情感連結構面中之題項「我經常接觸歷史相關資訊, 當我進到這裡我覺得似曾相似。」修正為「當我進到這裡我覺得似曾相似。」文字語意表達比較簡潔有力, 容易閱讀理解。
- 七、將情感連結構面中之題項「參觀這裡, 我感覺我和歷史展示品是好朋友。」修正為「參觀這裡, 我認為我是歷史脈絡發展的一份子。」

- 八、將情感連結構面中之題項「若沒有歷史相關文物展品，我覺得在歷史博物館沒有好參觀。」將此題目刪除，不適合。歷史博物館的場域和動物園不盡相同，歷史博物館內不可能有歷史文物展品。
- 九、將知覺復癒構面中之題項「在這裡，我覺得這個展場的佈置很有規劃。」建議增加「具整體感」，文字敘述表達更清楚。
- 十、將知覺復癒構面中之題項「這裡展示的物品屬於這個空間/展場。」建議修改「這裡展示的物品與這個展場不會格格不入。」兩個負向詞彙，就變成正向問題；在 belong 這個字強調的是一種協調性、融合性。
- 十一、將知覺復癒構面中之題項「這裡展示的東西強烈吸引我的目光」(The setting has fascinating qualities)在自然旅遊環境四項心理效益交互影響關係之探討—以南投縣惠蓀林場為例(黃韻璇，2009)將該問項內入一致性的構面，經過再次查證原始文獻並確認，應把「這裡展示的東西強烈吸引我的目光。」應納入魅力性較妥當。

**表 3.4 修正後專家效度問項**

構面	原始題項	修正題項
涉 入 程 度	1. 參觀歷史博物館對我來說很重要。	1. 我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館，否則就白活。
	2. 我能為他人解答歷史文物相關問題，我覺得我很了不起。	2. 我能為他人解答歷史文物相關問題。
	3. 我認為參觀歷史博物館，可以展現我的個性與風格。	3. 參觀歷史博物館，符合我的個性品味與風格。

表 3.4 修正後專家效度問項 (續)

構面	原始題項	修正題項
情感連結	1. 我對歷史發展演變非常清楚。	1. 我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚。
	2. 我常常閱讀歷史相關書籍，我對它非常熟悉。	2. 因常接觸與歷史有關的資訊(如書籍)，因此我熟悉這裡所展示的內容。
	3. 我經常接觸歷史相關資訊，當我進到這裡我覺得似曾相似。	3. 當我進到這裡我覺得似曾相似。
	4. 參觀這裡，我感覺我和歷史展示品是好朋友。	4. 參觀這裡，我認為我是歷史脈絡發展的一份子。
	5. 若沒有歷史相關文物展品，我覺得在歷史博物館沒有好參觀。	5. 刪除
知覺復癒	1. 在這裡，我覺得這個展場的佈置很有規劃。	1. 在這裡，我覺得這個展場的佈置很有規劃、具整體感。
	2. 這裡展示的物品屬於這個空間/展場。	2. 這裡展示的物品與這個展場不會格格不入。
	3. 問項「這裡展示的東西強烈吸引我的目光。」原本放在一致性構面。	3. 經查證文獻 (PRS 量表)，再次查證並確認原始量表，應將此題納入到魅力性次構面較妥當。

資料來源：本研究整理

### 3.5 研究場域與對象

國立歷史博物館建於 1955 年 12 月開幕，位於臺北市中正區南海路，是中華民國政府遷往臺灣後恢復成立的第一個國立博物館。在開館初期並無任何館藏，曾有「真空館」的窘稱。1956 年，教育部撥交戰後日本歸還古物以及原河南博物館所收藏的文物，最早入藏的文物成為館藏的重要基礎。現有的館藏共分為國畫、書法、西畫、玉石、陶器、瓷器等等十九類文物。文物品類包括史前彩陶，商周甲骨青銅器、唐三彩、石刻佛雕、玉器、民初家具戲偶、當代書畫等，文物樣貌多元，古今兼備，並深具民間性與生活性。近年來，歷史博物館積極策辦引進各類型國際

性展覽，藉由展覽推動國際文化交流，吸引大批參觀人潮。歷史博物館自開館以來，除了積極推展各項文創業務外，以及提高品牌能見度及國家文化形象，並持續不斷努力，提供民眾更優質的參觀經驗、更理想的休閒環境，致力打造首都文化空間新亮點。

本研究以國立歷史博物館為研究場域，調查該場域內從事休閒活動者對於活動的涉入、情感連結與環境復癒知覺之間的關係。本研究採取便利抽樣法，於2015年12月至2016年3月，在國立歷史博物館進行實地調查，針對在館內從事休閒的參觀者進行問卷發放，總計發放份450問卷，扣除填答不完整的無效問23卷份後，有效問卷共427份，有效問卷回收率為94.8%。根據文獻理論基礎，在前測83份的問項中的最大變

異數，利用公式  $n \geq \frac{\sigma^2 z_{\alpha}^2}{\varepsilon^2}$ （n為樣本數，z為標準常態分配值， $\alpha$ 為顯著水準， $\varepsilon$ 為容許誤差， $\sigma^2$ 為變異數）算出樣本數，由前測題項中所得的最大變異數為1.026，當 $\alpha$ 設為5%， $z=1.96$ ，若 $\varepsilon$ 設為0.1，則 $n \geq 395$ ，而本研究有效抽樣樣本數為427份，已多於395份。

### 3.6 資料分析方法

本研究收集之問卷資料採用SPSS統計分析軟體進行資料分析。根據本研究之目的與假設，採用下列統計方法進行資料分析：

#### 一、描述性統計分析

針對本研究樣本的基本資料及受訪者參觀國立歷史博物館的情形，進行描述性分析，包括：性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業等人口統計變數。另外針對各變數進行最大值、最小值、平均數的計算。

#### 二、信度分析

信度分析指測量結果的一致性與穩定性，也就是測量結果的可靠性

本研究以「Cronbach's  $\alpha$  係數」測驗各構面之題目內部間的一致性，數值若高於 0.7，則具有高度可信度。

### 三、效度分析

效度是指的是一份問卷的題項是否準確衡量構面的意義。本研究將進行收斂效度與區別效度的檢定，以了解題項與構面之間的關聯性是否高，及各構面之間是否有差別。本研究因為構面與題目關係已知，所以採用驗證性因素分析。

### 四、差異檢定

本研究利用問卷方式探討參觀國立歷史博物館的遊客，問卷共分為四個部分，第一部份測量涉入程度，分為「吸引力」、「中心性」、「自我表現」三構面，共14題問項；第二部份為測量情感連結分為「熟悉感」、「歸屬感」「認同感」「依賴感」「根深蒂固」五構面，共17題問項；第三部份為復癒性環境，分為「魅力」、「新奇」「遠離」「一致」「相容」五構面，共23題問項。變項測量採用李克特5點量表，由1至5分表示「同意」程度；第四部份為遊客的社經背景，問卷設計分別詢問性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、個人收入、居住地、一年參觀次數、參觀的同伴性質、參觀理由、參觀目的共11題問項。

### 五、迴歸分析

迴歸分析使用時機是自變數與依變數之間線性關係的基礎上，進一步探討變項間的解釋與預測的統計方法，透過迴歸方程式的建立，檢測變項之間的關係或進行預測。本研究在此檢測遊客涉入程度對環境復癒知覺是否有顯著影響；遊客涉入程度對遊客的情感連結是否有顯著影響；遊客的情感連結對遊客環境復癒知覺是否有顯著影響。

### 六、結構方程式

本研究利用 Amos 軟體進行結構方程式 (Structural Equation Model, SEM) 的實證分析，以最大概似估計法 (maximum likelihood estimation) 對模式中各個變項間之因果關係進行估計。結構方程式稱為線性結構關係模式 (Linear Structural Relationships, 簡稱 LISREL) 或稱為共變異數結構分析 (Covariance Structure Analysis)，是一種用來處理因果關係模式的統計方法。SEM 主要目的是在檢驗潛在變數與觀察數之關係，以及與數個潛在變數間的因果關係，同時還考慮誤差變數。它結合了潛在變數和觀察變數、測量模型和結構模型及因素分析和路徑/迴歸分析。其中測量模型在於建立潛在變數與觀察變數間之關係，對於研究者言，主要是透過驗證性因素分析 (CFA) 以考量測量模型的信效度。至於結構模型則主要在考驗潛在變項間之因果路徑關係，主要針對潛在變項進行路徑分析，以考驗結構模型的適配度。因此，SEM 可同時處理一系列互相關聯之相依關係，是一種以多個線性模式呈現分析性變數間關係之統計模式。本研究利用 SEM 進行資料分析，探究各個變數間之因果關係，以檢定本研究所提出的假說是否成立。

#### 七、獨立樣本 T 檢定(T-test)與單因子變異數分析(one-way-ANOVA)

獨立樣本 T 檢定與單因子變異數分析時機主要是當自變項使用是名目變項(Nominal scale)，依變項是區間變項(Interval scale)時使用，是用來比較兩組不同樣本測量的平均數，瞭解二個獨立樣本間是否有差異存在。本研究利用獨立樣本 T 檢定檢視性別在知覺復癒上是否有顯著差異；利用單因子變異數分析檢視不同人口統計變項，例如：、年齡、教育程度、參觀次數在知覺復癒上是否有顯著差異。

## 第四章 資料分析與結果

本章將針對樣本進行資料分析，對分析所得的結果加以說明。第一節基本資料分析，第二節進行描述性統計分析，第三節進行信、效度分析，第四節進行變數間之關係分析，包含結構迴歸分析、結構方程模式分析，第五節進行獨立樣本 T 檢定，第六節進行單因子變異數分析，第七節進行差異檢定，最後一節進行假設驗證與討論。

### 4.1 樣本基本資料分析

本研究針對國立歷史博物館之遊客進行問卷調查，於 2015 年 12 月 16 日至 2016 年 2 月 28 日在博物館內進行實地調查，針對參觀後的遊客進行問卷發放，衡量其對歷史博物館展場(展示物)之涉入程度、情感連結及知覺復癒等變數。總計發出 450 份問卷，實際獲得有效問卷 427 份。根據回收的樣本分析國立歷史博物館之遊客屬性，結果顯示如表 4.1，茲詳述如下：

在樣本基本資料分析，於國立歷史博物館從事休閒活動之遊客，其性別以女性居多，佔 66.5%，男性則佔 44.4%；年齡大多集中在 20~29 歲以下，佔 27.4%，其次是 30~39 歲以下，佔 26.9%；婚姻方面，未婚比例佔 70.0%；教育程度以專科/大專程度的比例最多，佔 55.35%，其次是研究所以上，佔 24.8%；職業以學生佔的比例最高，佔 33.0%，其次為軍公教警人員，佔 28.3%；個人收入以無最多，佔 25.5%，其次是 30001~40000 元，佔 15.2%；居住地區以新北市比例最高，佔 42.2%，其次為台北市，佔 36.3%；一年內參觀次數以一次居多，佔 48.0%，其次是一年內參觀次數二次，佔 24.8%；同遊的同伴性質以朋友或同事居多，佔 49.9%，其次

為家人或親戚，佔 46.88%；參觀該展館的理由以展覽的主題比例最高，佔 77.3%，其次為個人興趣，佔 43.8%；參觀目的以休閒娛樂為主佔 76.6%，其次是教育目的，佔 46.4%。各項樣本基本資料分析之統計結果整理於表 4.1。



圖 4.1 歷史博物館正面、背面

圖片來源：本研究拍攝



圖 4.2 歷史博物館展場內部空間

圖片來源：本研究拍攝



圖 4.3 歷史博物館展場內部空間

圖片來源：本研究拍攝



圖 4.4 歷史博物館展場內部空間

圖片來源：本研究拍攝

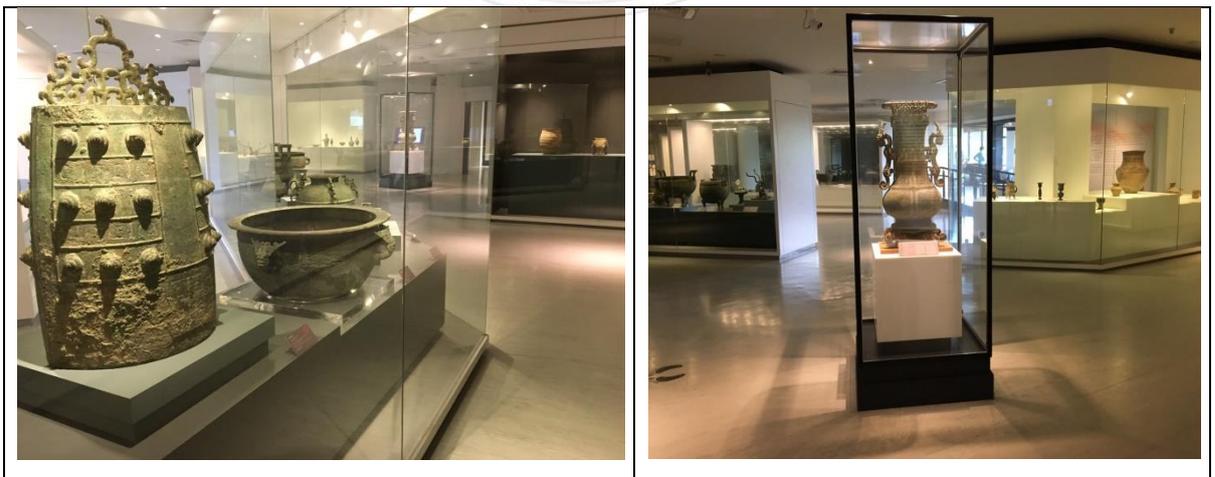


圖 4.5 歷史博物館展場內部空間

圖片來源：本研究拍攝



圖 4.6 歷史博物館展場內部空間

圖片來源：本研究拍攝



圖 4.7 歷史博物館展場內部空間

圖片來源：本研究拍攝



圖 4.8 展覽主題：情繫背兒帶

圖片來源：本研究拍攝

表 4.1 樣本基本資料分析表(N=427)

變項	類別	人數	百分比(%)	變項	類別	人數	百分比(%)
性別	男	143	33.5	居住地	台北市	155	36.3
	女	284	66.5		新北市	180	42.2
年齡	12歲以下	6	1.4		桃園基隆	31	7.3
	12~19歲以下	83	19.4		中部	48	11.2
	20~29歲以下	117	27.4		南部	6	1.4
	30~39歲以下	115	26.9		東部	7	1.6
	40~49歲以下	67	15.7	參觀次數	第一次	205	48.0
	50歲以上	39	9.2		第二次	106	24.8
婚姻狀況	未婚	299	70.0		第三次	48	11.2
	已婚，沒有小孩	43	10.1		第四次	11	2.6
	已婚，有小孩	80	18.7		第五次	8	1.9
	其他	5	1.2		第六次以上	49	11.5
教育程度	國小	6	1.4	同伴性質	獨自參觀	104	24.4
	國中	20	4.7		家人或親戚	200	46.8
	高中/職	59	13.8		同學	124	29.0
	專科/大學	236	55.3		朋友或同事	213	49.4
	研究所以上	106	24.8		團體旅遊(學校、公司、社團、社區)	30	7.0
職業	學生	141	33.0	參觀理由	展覽的主題	330	77.3
	軍公教	121	28.3		園方的知名度	25	5.9
	工商業	40	9.4		園方整體環境	47	11.0
	服務業	49	11.5		門票價格合理	89	20.8
	農林漁牧	1	0.2		體驗活動	53	12.4
	家管	12	2.8		個人興趣	187	43.8
	退休人員	17	4.0		其他	48	11.2
	其他	46	10.8	參觀目的	教育目的	198	46.4
月收入	無	109	25.5		休閒娛樂	327	76.6
	2萬元以下	59	13.8		增進親友感情	93	21.8
	20,001~30,000	53	12.4		提供生活經驗	201	47.1
	30,001~40,000	65	15.2		其他	40	9.4
	40,001~50,000	54	12.6				
	50,001~60,000	45	10.5				
	60,001以上	42	9.8				

## 4.2 描述性統計

本研究利用各變數的平均數與標準差，探討遊客對量表中各問項的看法。藉由平均數觀察變項集中情形，本研究採用五點量表計分，平均數在 3 分以上，代表遊客對於問項的看法表示認同；反之，平均數在 3

分以下則對此問項較不認同。而標準差可衡量觀察值的散佈情形，偏離平均值有多遠，也就是說，標準差愈小，表示受測者看法一致；反之，表示受訪者看法的差異程度愈大。

#### 4.2.1 涉入程度分析

涉入程度量表構面，共有 14 題問項。其構面的平均數、標準差與構面平均數如表 4.2 所示。

表 4.2 涉入程度描述性統計分析表(N=427)

構面名稱	代號：題項	平均數	標準差	構面平均
吸引力	1.我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館，否則就白活。	3.77	1.034	<b>3.843</b>
	2.從參觀「歷史博物館」過程中我能獲得許多樂趣。	4.02	0.722	
	3.參觀「歷史博物館」讓我感到愉快。	4.00	0.736	
	4.參觀「歷史博物館」是我最喜歡的活動之一。	3.55	0.872	
	5.我非常享受從事這項活動。	3.83	0.809	
生活中心性	6.我常和朋友討論「歷史文物」的相關話題。	3.06	0.983	<b>3.388</b>
	7.我會主動蒐集有關「歷史文物」的相關資訊。	3.15	1.004	
	8.我發現我的生活有許多歷史的相關物品，如書籍、圖片、影片等。	3.48	1.024	
	9.我常接觸有關歷史相關物品，如書籍、圖片、影片等等。	3.46	1.032	
	10.對我而言，探索「歷史」相關知識是很重要的。	3.79	0.922	
自我表現	11.參觀歷史博物館時，我可以盡情表現我對歷史文物知識的了解。	3.45	0.939	<b>3.263</b>
	12.當他人聊到歷史文物或相關議題，我可以與他侃侃而談。	3.18	0.983	
	13.我能為他人解答歷史文物相關問題。	3.00	0.957	
	14.參觀「歷史博物館」符合我的個性、品味與風格。	3.42	0.877	

資料來源：本研究整理

如表 4.2 所示，在涉入程度問項中，平均數最高為「從參觀歷史博物館過程中我能獲得許多樂趣」，為 4.02；其次為參觀「歷史博物館」讓我感到愉快，為 4.00；平均數最低的為「我能為他人解答歷史文物相關問題」，為 3.00。涉入程度以「吸引力」的構面所呈現的平均得分較高，為 3.843；其次為「生活中心性」，為 3.388，最低者為「自我表現」，為 3.263。標準差方面，遊客對吸引力的看法呈現較一致的看法(0.85~0.94)，遊客對生活中心性及自我表現構面的看法較一致，其構面介於 1.05~1.14。

#### 4.2.2 情感連結分析

情感連結量表構面分成熟悉度、歸屬感、認同感、依賴感、根深蒂固共五個子構面。構面之平均數、標準差與構面平均數如表 4.3 所示。

表 4.3 情感連結描述性統計分析表(N=427)

構面 名稱	代號：題項	平均數	標準差	構面 平均
熟悉感	1.我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚。	3.11	0.872	<b>3.12</b>
	2.因常接觸與歷史有關的資訊（如書籍），因此我熟悉這裡所展示的內容。	3.07	0.906	
	3.當我進到這裡我覺得似曾相識。	3.18	0.954	
歸屬感	4.參觀這裡，我認為我是歷史脈絡發展的一份子。	3.39	0.911	<b>3.413</b>
	5.參觀這裡，我覺得我的思緒、心情和這裡展示的情境連結在一起。	3.48	0.894	
	6.我進入這裡，讓我覺得像家一樣有安全感/放鬆。	3.37	0.892	
認同感	7.我認為知道歷史相關知識是重要的。	4.13	0.727	<b>4.03</b>
	8.我認為保存歷史相關文物展品是重要的。	4.45	0.649	
	9.歷史博物館的環境對我而言很特別。	3.76	0.811	
	10.參觀歷史博物館對我而言有很重要的意義。	3.63	0.818	
	11.我有責任去維護歷史文物展品。	4.18	0.740	

表 4.3 情感連結描述性統計分析(N=427) (續)

構面 名稱	代號：題項	平均數	標準差	構面 平均
依賴感	12.如果臺灣沒有歷史博物館，我會覺得很可惜。	4.36	0.738	<b>3.425</b>
	13.就我所喜歡從事的活動而言，沒有其他地方比得上歷史博物館。	2.89	0.919	
	14.如果可能的話，我願意花更多的時間研究博物館內之歷史文物展品。	3.45	0.911	
	15.對我而言，歷史博物館是我空閒時最喜歡去的地方。	3.00	0.901	
根深蒂固	16.當我想要參觀博物館時，我總是先想到歷史博物館。	3.02	0.997	<b>3.03</b>
	17.逛完歷史博物館，我會想要蒐集跟博物館有關的周邊商品。	3.04	0.942	

資料來源：本研究整理

如表 4.3 所示，在情感連結問項中，平均數最高的為「我認為保存歷史相關文物展品是重要的」，為 4.45；其次為「如果臺灣沒有歷史博物館，我會覺得很可惜」，為 4.36。平均數最低的為「就我所喜歡從事的活動而言，沒有其他地方比得上歷史博物館」，為 2.89。就構面的平均數中，以「認同感」得分最高，為 4.03；其次為「依賴感」，為 3.425，最低者為「根深蒂固感」，為 3.03。

#### 4.2.3 知覺復癒分析

知覺復癒量表構面分成魅力性、新奇、遠離、一致性、相容性共五個子構面。構面之平均數、標準差與構面平均數如表 4.4 所示。

表 4.4 知覺復癒描述性統計分析表(N=427)

構面 名稱	代號：題項	平均數	標準差	構面 平均
魅力 性	1.我認為「歷史博物館」是迷人的。	3.63	0.786	<b>3.711</b>
	2.我認為「歷史博物館」是有魅力的。	3.68	0.786	
	3.在「歷史博物館」裡，有許多有趣的事物會無意間吸引我的注意。	3.84	0.703	
	4.我想要更加瞭解「歷史博物館」這個地方。	3.56	0.746	
	5.我覺得在「歷史博物館」可以有更多的探索與發現。	3.82	0.706	
	6.我願意花更多的時間在「歷史博物館」觀察體驗。	3.60	0.760	
	7.這裡展示的東西強烈吸引我的目光。	3.85	0.692	
新奇	8.「歷史博物館」與我日常生活環境是相當不同的。	3.79	0.811	<b>3.736</b>
	9.當我在「歷史博物館」內所進行的活動與我日常活動相當不同。	3.71	0.791	
	10.在「歷史博物館」內所看見的展示品，對我而言是新鮮的。	3.62	0.851	
	11.「歷史博物館」內有很多新奇事物。	3.83	0.742	
	12.「歷史博物館」是獨一無二的。	3.73	0.828	
遠離	13.在這裡，我感覺到我不受工作及日常生活所拘束。	3.70	0.821	<b>3.713</b>
	14.在這裡，我覺得可以遠離所有心煩的事情。	3.68	0.828	
	15.在這裡，我不用理會他人的眼光與期待。	3.76	0.781	
一致 性	16.在這裡，我覺得周圍展示陳列品是協調的。	3.75	0.727	<b>3.725</b>
	17.在這裡，我覺得這個展場的佈置很有規劃、具整體感。	3.80	0.736	
	18.這裡的展示品與環境相融合。	3.79	0.716	
	19.這裡展示的物品與這個展場不會格格不入。	3.56	0.818	
相容 性	20.這裡呈現的風格我喜歡。	3.71	0.677	<b>3.675</b>
	21.在這裡，我可以做我喜歡做的事情。	3.53	0.797	
	22.在這裡，我可以自得其樂。	3.72	0.725	
	23.在這裡，我可以很快適應、融入這裡的情境。	3.74	0.724	

資料來源：本研究整理

如表 4.4 所示，在知覺復癒問項中，平均數最高的為「這裡展示的東

西強烈吸引我的目光」，為 3.85；其次為「在歷史博物館裡，有許多有趣的事物會無意間吸引我的注意」，為 3.84。平均數最低的為「在這裡，我可以做我喜歡做的事情」，為 3.53。就構面的平均數中以「新奇」得分最高，為 3.736；其次為「一致性」，為 3.725，最低者為「相容性」，為 3.675。

### 4.3 信度、效度分析

本研究採用 SPSS18 版進行因素分來檢驗量表中涉入程度、情感連結、知覺復癒各構面信度。本研究採用 Cronbach's  $\alpha$  係數來衡量問卷的信度。Nunnally(1978)認為信度值為 0.7 以上表示信度良好，而根據蕭文龍(民 96)建議採取因素負荷量大於 0.5 之題項。

#### 4.3.1 涉入程度分析

涉入程度方面，如表 4.5 所示，在「吸引力」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.890，因此題項具有信度；解釋變異量為 72.069%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具備收斂效度。在「生活中心性」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.893，因此題項具有信度；解釋變異量為 70.039%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具備收斂效度。在「自我表現」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.870，因此題項具有信度；解釋變異量為 71.990%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具備收斂效度。

表 4.5 涉入程度因素分析表(N=427)

構面 名稱	代號：題項	因素負 荷量	解釋變 異量%	Cronbac h's $\alpha$ 值
涉入程度				<b>0.932</b>
吸 引 力	1.我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館，否則就白活。	0.713	72.069	<b>0.890</b>
	2.我覺得參觀「歷史博物館」過程我能獲得許多樂趣。	0.897		
	3.參觀「歷史博物館」讓我感到愉快。	0.903		
	4.參觀「歷史博物館」是我最喜歡的活動之一。	0.855		
	5.我非常享受從事這項活動。	0.847		
中 心 性	6.我常和朋友討論「歷史文物」的相關話題。	0.817	70.039	<b>0.893</b>
	7.我會主動蒐集有關「歷史文物」的相關資訊。	0.851		
	8.我發現我的生活有許多歷史的相關物品，如：書籍、圖片、影片等。	0.851		
	9.常接觸歷史相關物品，如：書籍、圖片、影片等。	0.895		
	10.對我而言，探索「歷史」相關知識是很重要的。	0.765		
自 我 表 現	11.參觀「歷史博物館」時，我可以盡情表現我對歷史文物知識的了解。	0.809	71.990	<b>0.870</b>
	12.當他人聊到歷史文物或相關議題，我可以與他侃侃而談。	0.905		
	13.我能為他人解答歷史文物相關問題。	0.867		
	14.參觀「歷史博物館」符合我的個性、品味與風格。	0.809		

資料來源：本研究整理

涉入程度各子構面作雙變數相關分析後，製成區別效度表（表4.6），表中對角線位置為各構面解釋變異量AVE之根號值，非對角線位置為各構面的相關係數值，由表4.6中可得知：

0.849(吸引力)>0.548(自我表現)>0.563(生活中心性)；

0.837(生活中心性)>0.777(自我表現)>0.548(吸引力)；

0.848(自我表現)>0.877(生活中心性)>0.563(吸引力)；

各子構面皆與其他子構面有顯著的區別，表示各子構面的題項具有良好的區別效度；綜上所述，涉入程度同時具有收斂效度與區別效度，建構效度良好。

表 4.6 涉入程度各構面區別效度分析表(N=427)

	吸引力	生活中心性	自我表現
吸引力	<b>0.849</b>	0.548**	0.563**
生活中心性	0.548**	<b>0.837</b>	0.777**
自我表現	0.563**	0.777**	<b>0.848</b>

資料來源：本研究整理

#### 4.3.2 情感連結分析

情感連結方面，如表 4.7 所示，在「熟悉感」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.923，因此題項具有信度；解釋變異量為 75.609%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在「歸屬感」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.830，因此題項具有信度；解釋變異量為 74.757%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在「認同感」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.810，因此題項具有信度；解釋變異量為 57.105%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在「依賴感」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.798，因此題項具有信度；解釋變異量為 62.710%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在「根深蒂固感」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.693，因此題項具有信度，解釋變異量為 76.549%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。

表 4.7 情感連結因素分析表(N=427)

構面 名稱	代號：題項	因素負 荷量	解釋變 異量%	Cronbach 's $\alpha$ 值
<b>情感連結</b>				<b>0.923</b>
熟 悉 感	1.我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚	0.879	75.069	<b>0.836</b>
	2.因常接觸與歷史有關的資訊(如書籍),因此我熟悉這裡所展示的內容。	0.910		
	3.當我進到這裡我覺得似曾相識。	0.818		
歸 屬 感	4.參觀這裡,我認為我是歷史脈絡發展的一份子。	0.846	74.757	<b>0.830</b>
	5.參觀這裡,我覺得我的思緒、心情和這裡所展示的情境連結在一起。	0.908	0.839	
	6.我進入這裡,讓我覺得像家一樣有安全感/放鬆。	0.839		
認 同 感	7.我認為知道歷史相關知識是重要的。	0.776	57.105	
	8.我認為保存歷史相關文物展品是重要的。	0.750		
	9.歷史博物館的環境對我而言很特別。	0.767		
	10.參觀歷史博物館對我而言有很重要的意義。	0.720		
	11.我有責任去維護歷史文物展品。	0.728		
依 賴 感	12.如果臺灣沒有歷史博物館,我會覺得很可惜。	0.518	62.710	<b>0.798</b>
	13.就我所喜歡從事的活動而言,沒有其他地方比得上參觀歷史博物館。	0.848	0.861	
	14.如果可能的話,我願意花更多的時間研究博物館內之歷史文物展品。	0.861		
	15.對我而言,歷史博物館是我空閒時最喜歡去的地方。	0.883		
16.當我想要參觀博物館時,我總是先想到歷史博物館。	0.875	76.549	<b>0.693</b>	
根深蒂固	17.逛完歷史博物館,我會想要蒐集跟博物館有關的周邊商品。	0.875		

資料來源：本研究整理

情感連結各子構面作雙變數相關分析後，製成區別效度表(表4.8)，表中對角線位置為各構面解釋變異量AVE之根號值，非對角線位置為各構面的相關係數值，其中由表4.8中可得知：

0.869 (熟悉感)>0.623 (歸屬感)>0.568 (根深蒂固)>0.542 (依賴感)>0.458 (認同感)；  
 0.864 (歸屬感)>0.662(認同感)>0.655 (依賴感)>0.623 (熟悉感) >0.595(根深蒂固)；  
 0.756 (認同感)>0.662(歸屬感)>0.627 (依賴感)>0.458 (熟悉感) >0.452(根深蒂固)；  
 0.791(依賴感)> 0.741 (根深蒂固)>0.655 (歸屬感) >0.627(認同感)>0.542 (熟悉感)；  
 0.875(根深蒂固)> 0.741 (依賴感)>0.595 (歸屬感)>0.568 (熟悉感) >0.452(認同感)；

各子構面皆與其他子構面有顯著的區別，表示各子構面的題項具有良好的區別效度；綜上所述，情感連結同時具有收斂效度與區別效度，建構效度良好。

**表 4.8 情感連結各構面區別效度分析表(N=427)**

	熟悉感	歸屬感	認同感	依賴感	根深蒂固
熟悉感	<b>0.869</b>	0.623**	0.458**	0.542**	0.568**
歸屬感	0.623**	<b>0.865</b>	0.662**	0.655**	0.595**
認同感	0.458**	0.662**	<b>0.756</b>	0.627**	0.452**
依賴感	0.542**	0.655**	0.627**	<b>0.791</b>	0.741**
根深蒂固	0.568**	0.595**	0.452**	0.741	<b>0.875</b>

資料來源：本本研究整理

#### 4.3.3 知覺復癒分析

知覺復癒方面，如表 4.9 所示，在「魅力性」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.924，因此題項具有信度；解釋變異量為 68.742%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在「新奇」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.837，因此題項具有信度；解釋變異量為 61.021%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在「遠離」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.888，因此題項具有信度；解釋變異量為 81.657%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在「一致性」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.867，因此題項具有信度；解釋變異量為 72.267%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。在

「相容性」題項構面 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.868，因此題項具有信度；解釋變異量為 71.806%、各題項之因素負荷量皆大於 0.5，因此題項具有收斂效度。

表 4.9 知覺復癒因素分析表(N=427)

構面 名稱	代號：題項	因素負 荷量	解釋變 異量%	Cronbac h's $\alpha$ 值
<b>知覺復癒</b>				<b>0.945</b>
<b>魅力 性</b>	1.我認為「歷史博物館」是迷人的。	0.889	68.742	<b>0.924</b>
	2.我認為「歷史博物館」是有魅力的。	0.873		
	3.在「歷史博物館」裡，有許多有趣的事物 會無意間吸引我的注意。	0.806		
	4.我想要更加瞭解「歷史博物館」這個地方。	0.829		
	5.我覺得在「歷史博物館」可以有更多的探 索與發現。	0.808		
	6.我願意花更多的時間在「歷史博物館」觀 察體驗。	0.811		
	7.這裡展示的東西強烈吸引我的目光。	0.782		
<b>新奇</b>	8.「歷史博物館」與我日常生活環境是相當 不同的。	0.773	61.021	<b>0.837</b>
	9.當我在「歷史博物館」內所進行的活動與 我日常活動相當不同。	0.809		
	10.在「歷史博物館」內所看見的展示品，對 我而言是新鮮的。	0.842		
	11.「歷史博物館」內有很多新奇事物。	0.802		
	12.「歷史博物館」是獨一無二的。	0.669		
<b>遠 離</b>	13.在這裡，我感覺到我不受工作及日常生活 所拘束。	0.905	81.657	<b>0.888</b>
	14.在這裡，我覺得可以遠離所有心煩的事 情。	0.917		
	15.在這裡，我不用理會他人的眼光與期待。	0.889		
<b>一 致 性</b>	16.在這裡，我覺得周圍展示陳列品是協調 的。	0.846	72.267	<b>0.867</b>
	17.在這裡，我覺得這個展場的佈置很有規 劃、具整體感。	0.901		
	18.這裡的展示品與環境相融合。	0.884		
	19.這裡展示的物品與這個展場不會格格不 入。	0.762		

表 4.9 知覺復癒因素分析表(N=427) (續)

構面名稱	代號：題項	因素負荷量	解釋變異量%	Cronbach's $\alpha$ 值
相容性	20.這裡呈現的風格我喜歡。	0.745	71.806	<b>0.868</b>
	21.在這裡，我可以做我喜歡做的事情。	0.866		
	22.在這裡，我可以自得其樂。	0.885		
	23.在這裡，我可以很快適應、融入這裡的情境。	0.885		

資料來源：本研究整理

知覺復癒各子構面作雙變數相關分析後，製成區別效度表(表4.10)，表中對角線位置為各構面解釋變異量AVE之根號值，非對角線位置為各構面的相關係數值，其中由表4.10中可得知：

0.829 (魅力性)>0.622 (相容性)>0.588 (遠離)>0.572 (一致性)>0.487 (新奇)；  
 0.781 (新奇)>0.572 (一致性)>0.505 (遠離)>0.487 (魅力性)>0.391 (相容性)；  
 0.904 (遠離)>0.654 (相容性)>0.635 (一致性)>0.588 (魅力性)>0.505 (新奇)；  
 0.850 (一致性)>0.651 (相容性)>0.635 (遠離)>0.572 (新奇)>0.572 (魅力性)；  
 0.847 (相容性)>0.654 (遠離)>0.651 (一致性)>0.622 (魅力性)>0.391 (新奇)；

各子構面皆與其他子構面有顯著的區別，表示各子構面題項具有良好的區別效度；綜上所述，知覺復癒同時具有收斂效度與區別效度，建構效度良好。

表 4.10 知覺復癒各構面區別效度分析表(N=427)

	魅力性	新奇	遠離	一致性	相容性
魅力性	<b>0.829</b>	0.487**	0.588**	0.572**	0.622**
新奇	0.487**	<b>0.781</b>	0.505**	0.572**	0.391**
遠離	0.588**	0.505**	<b>0.904</b>	0.635**	0.654**
一致性	0.572**	0.572**	0.635**	<b>0.850</b>	0.651**
相容性	0.622**	0.391**	0.654**	0.651**	<b>0.847</b>

資料來源：本研研究整理

## 4.4 變數間之關係分析

### 4.4.1 相關分析與迴歸分析

相關分析可以簡單檢視變數之間的關聯性，並可判斷彼此之間是否具有共線性，相關係數的數值範圍是從 1.000 到-1.00，相關係數 1.00 表示完全正相關，相關係數-1.00 表示完全附相關，相關係數 0.00 表示沒有相關，因此相關係數可作為研究驗證研究結果之依據。在本研究中將涉入程度、情感連結及知覺復癒三變項執行雙變數相關分析，研究結果顯示涉入程度與知覺復癒之間具正向相關( $r=0.438$ ， $P=0.000^*$ )；涉入程度與情感連結具之間具正向相關( $r=0.807$ ， $P=0.000^*$ )；情感連結與知覺復癒之間具正向相關( $r=0.847$ ， $P=0.000^*$ )。如圖 4.9 所示：

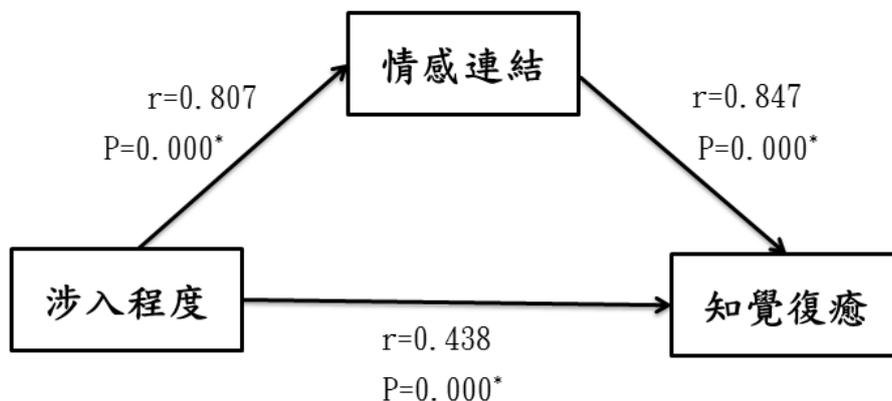


圖 4.9 涉入程度、情感連結、知覺復癒之相關分析

在 pearson 績差相關分析中已經證明涉入程度、情感連結及知覺復癒，但是無法證明哪一個變數是另一個變數的原因，因此本研究利用迴歸分析統計法進一步檢視涉入程度、情感連結以及知覺復癒之間的因果關係。

本研究以迴歸分析統計法回應假設檢定 H1：遊客涉入程度對環境復癒知覺具有顯著正向影響、H2：遊客涉入程度對遊客的情感連結有顯著

正向影響， H3：遊客情感連結對遊客的知覺復癒有顯著正向影響，分析結果如表 4.11 涉入程度、情感連結與知覺復癒迴歸分析表：

**表 4.11 涉入程度、情感連結與知覺復癒迴歸分析表**

模式	自變項	依變項	調整後 R <sup>2</sup>	標準化係 數(β)	T 值	顯著性
模式一	涉入程度	知覺復癒	0.190	0.438	10.031	0.000***
模式二	涉入程度	情感連結	0.651	0.807	28.180	0.000***
模式三	情感連結	知覺復癒	0.439	0.847	13.790	0.000***
	涉入程度			-0.246	-4.010	0.000***

資料來源：本研究整理 註：\*P<0.05 \*\* P<0.01 \*\*\* P<0.001

由迴歸分析表得知 H1 遊客涉入程度對環境復癒知覺的影響，研究結果顯示涉入程度對知覺復癒有顯著之預測力( $\beta=0.438$ ,  $P<0.001$ )，表示涉入程度愈高的遊客，其知覺復癒愈高，表示此模式具有意義，因此 H1 成立。

在假設 H2 遊客涉入程度對遊客的情感連結的影響，研究結果顯示涉入程度對情感連結有顯著之預測力( $\beta=0.807$ ,  $P<0.001$ )，表示涉入程度愈高的遊客，其情感連結愈高，表示此模式具有意義，因此 H2 成立。在假設 H3：遊客情感連結對遊客的知覺復癒的影響，研究結果顯示情感連結對知覺復癒有顯著之預測力( $\beta=0.847$ ,  $P<0.001$ )，表示涉入程度愈高的遊客，其情感連結愈高，表示此模式具有意義，因此 H3 成立。

由上述結果得知涉入程度、情感連結、知覺復癒之間，存在著互影響的關係，而在涉入程度與知覺復癒的關係中，情感連結可能以中介者的角色存在迴歸方程式中，而所謂的中介效果依學者Baron and Kenny (1986)指出如因中介變數置入，使自變數對因變數的影響，由原來的顯著消退(Drops Out)至不顯著則為完全中介。但如果中介變數的置入使自變數對因變數的影響下降，但仍達顯著水準時，表示其中有多重的中介因子

(Multiple Mediating Factors)在運作，僅具有部分的中介效果。

而本研究以以知覺復癒為依變項，涉入程度及情感連結為自變項進行迴歸分析(模式三)，發現原本在表4.11中模式一中的涉入程度對應知覺復癒的 $\beta$ 值由0.438降為-0.246，亦呈現顯著效果( $P < 0.001$ )，這似乎也說明本研究假設H4，情感連結在涉入程度與知覺復癒間扮演中介角色成立。然檢視模式發現，此時涉入與知覺復癒所呈現之負向關係，與學理所稱及常理並不相符。事實上，此模式在應用迴歸分析過程，有可能因線性重合所致之誤差造成模式失準，因此為減少此等誤差，以下以結構方程(SEM)進行變數間關係之驗證。

#### 4.4.2 結構方程式模式分析

本研究首先採取迴歸分析涉入程度、情感連結、知覺復癒三構面之間的關係，分析結果出現明顯的線性重合的問題，因此改採用 AMOS18.0 軟體進行整體結構概念之線性結構模式分析，並以最大概似法 (ML, Maximun Likelihood) 進行參數估計，並進行研究架構模型之模式適配度評鑑。整體模式之適配度檢定主要在檢定整體模式與觀察資料的適配程度，也就是理論模式與實際觀察資料的差距有多大，模式之適配度愈高，亦代表模式可用性愈高。

##### (一)、測驗研究模式配適度評鑑

測量模型必須由所蒐集的資料進行驗證其配適度，配適度衡量有許多指標，詳如表 4.12 所示。整體模式之適配度主要在於了解觀察資料與所要考驗之理論模式間的契合情形，也可以說是一種模式的外在品質檢定 (洪芳銘，2007)。評鑑指標分為三種類型，絕對適配指標、增值適配指標與簡約適配指標。本研究以三種研究模式進行模式適配度評鑑，以檢驗是否符合及標準。

表 4.12 整體模型配適度指標

	評鑑指標類型	判斷值
絕對 適配 指標	$\chi^2$ (Chi-square)	越小越好 ( $P > 0.005$ )
	CMIN/DF (卡方自由度比)	1~5 之間
	GFI (最佳適配度指標)	大於 0.90
	AGFI (調整後適配度指標)	大於 0.80
	RMR (殘差均方根)	小於 0.08
	RMSEA (漸進誤差均方根)	小於 0.08
增值 適配 指標	NFI (基準適配度指標)	大於 0.90
	CFI (比較適配度指標)	大於 0.90
簡約 適配 指標	PNFI (精簡的適配指標)	大於 0.50
	PGFI (精簡的基準適配指標)	大於 0.50
	CN (臨界樣本數)	大於 200

資料來源：吳明隆 (2007)

為了同時呈現潛在變數與觀察變數的衡量效果及潛在變數間之因果效果，對假設模型進行驗證，因此分為三個模型的適合度統計量如表 4.13、4.14、4.15 所示，根據數值顯示樣本資料與假設模式兩者之間具有相當程度的適配。由模式所獲得之指標均達到理想範圍之要求，顯示此模式之整體適配度良好，因此，可適當的解釋變數之間的因果關係。針對三個假設模式分別敘述如下：

模式一：涉入程度與知覺復癒構面之研究模式適配度

此模式主要在驗證涉入程度與知覺復癒構面之間是否具備良好的適配度。在絕對適配指標中，雖然「知覺復癒」構面的 CMIN/DF 值 (4.273) 未達到標準，但是 CMIN/DF 值較嚴標準  $< 3$ ，較鬆標準  $< 5$ ，也符合較鬆標準值。RMR 值 (0.096)、RMSEA (0.088) 雖未達到其標準，但也接近其標準值，因此，模式一的適配度評鑑符合一般學術研究的要求。

**表 4.13 涉入程度與知覺復癒構面之研究模式適配度**

適配指標	整體模式適配度	評估準則	是否符合評鑑標準
CMIN/DF	4.273	$P < 5$	是
RMR (Root Mean square Residual)	0.096	$RMR < 0.08$	接近
GFI (Goodness of Fit Index)	0.959	$GFI > 0.90$	是
AGFI (Adjust Goodness of Fit Index)	0.886	$AGFI > 0.80$	是
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	0.088	$RMSEA < 0.08$	接近

資料來源：本研究整理

**模式二：涉入程度與情感連結構面之研究模式適配度**

此模式主要在驗證涉入程度與情感連結構面之間是否具備良好的適配度。在絕對適配指標中，雖然「情感連結」構面的 CMIN/DF 值 (3.685) 未達到標準，但是 CMIN/DF 值較嚴標準  $< 3$ ，較鬆標準  $< 5$ ，也符合較鬆標準值，其餘的適配指標皆符合及標準值。模式所獲得之指標值均達到理想範圍之要求，顯示此模式之適配度良好，因此，模式二的適配度評鑑符合一般學術研究的要求。

**表 4.14 涉入程度與情感連結構面之研究模式適配度**

適配指標	整體模式適配度	評估準則	是否符合評鑑標準
CMIN/DF	3.685	$P < 5$	是
RMR (Root Mean square Residual)	0.057	$RMR < 0.08$	是
GFI (Goodness of Fit Index)	0.959	$GFI > 0.90$	是
AGFI (Adjust Goodness of Fit Index)	0.887	$AGFI > 0.80$	是
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	0.079	$RMSEA < 0.08$	是

資料來源：本研究整理

### 模式三：涉入程度、情感連結、知覺復癒三構面之研究模式適配度

此模式主要在驗證涉入程度與情感連結構面對知覺復癒之間是否具備良好的適配度。在絕對適配指標中，雖然「知覺復癒」構面的 CMIN/DF 值 (3.743) 未達到標準，但是 CMIN/DF 值較嚴標準  $< 3$ ，較鬆標準  $< 5$ ，也符合較鬆標準值。GFI 值 (0.897) 雖未達到其標準，但相當接近其標準值，因此，模式三的適配度評鑑符合一般學術研究的要求。

表 4.15 涉入程度、情感連結、知覺復癒三構面之研究模式適配度

適配指標	整體模式適配度	評估準則	是否符合評鑑標準
CMIN/DF	3.743	$P < 5$	是
RMR (Root Mean square Residual)	0.073	$RMR < 0.08$	是
GFI (Goodness of Fit Index)	0.897	$GFI > 0.90$	接近
AGFI (Adjust Goodness of Fit Index)	0.820	$AGFI > 0.80$	是
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	0.080	$RMSEA < 0.08$	是

資料來源：本研究整理

### (二)、模式配適度檢定

本研究涉入程度、情感連結與知覺復癒關係模式之基本適配狀況，如表 4.16 所示，除了涉入程度構面對知覺復癒構面呈現負值且接近於 0，其標準化係數值介於 0.548 至 0.962 之間，觀察變項因素負荷量均達顯著水準，表示研究者所提的概念性模型和實際資料的適配情形頗佳，顯示此模式整體基本適配度良好，符合一般學術研究的要求。

表 4.16 整體樣本之模式基本適配度指標

變項關係	因素負荷量		T 值	P 值
	未標準化	標準化		
涉入程度 → 情感連結	0.932	0.956	14.885	***
情感連結 → 知覺復癒	0.950	0.962	3.885	***
涉入程度 → 知覺復癒	-0.48	-0.050	-0.201	0.841
涉入程度 → 吸引力	1.000	0.846	-	-
涉入程度 → 中心性	1.036	0.776	0.067	***
涉入程度 → 自我表現	1.112	0.884	0.062	***
情感連結 → 熟悉感	1.000	0.768	-	-
情感連結 → 歸屬感	1.022	0.808	0.062	***
情感連結 → 認同感	0.722	0.781	0.054	***
情感連結 → 依賴感	1.016	0.851	0.058	***
情感連結 → 根深蒂固	1.020	0.716	0.074	***
知覺復癒 → 魅力性	1.000	0.943	-	-
知覺復癒 → 新奇	0.538	0.548	0.056	***
知覺復癒 → 遠離	0.775	0.655	0.052	***
知覺復癒 → 一致性	0.749	0.725	0.051	***
知覺復癒 → 相容性	0.820	0.784	0.047	***

資料來源：本研究整理 註：\* $P < 0.05$  \*\*  $P < 0.01$  \*\*\*  $P < 0.001$

測驗模式中潛在變數對觀察變數的標準化參數估計值整理於表 4.17，可得知涉入程度、情感連結與知覺復癒三構面之間的關係。由表 4.17 得知，在假設 H1：遊客涉入程度對知覺復癒的影響研究結果顯示涉入程度對知覺復癒有顯著之預測力( $\beta=0.745$ ,  $P < 0.001$ )，表示涉入程度愈高的遊客，其知覺復癒愈高，表示此模式具有意義，因此 H1 成立。在假設 H2：遊客涉入程度對情感連結的影響，研究結果顯示涉入程度對情感連結有顯著之預測力( $\beta=0.956$ ,  $P < 0.001$ )，表示涉入程度愈高的遊客，其情感連結愈高，表示此模式具有意義，因此 H2 成立。在假設 H3：遊客情感連結對知覺復癒的影響，研究結果顯示情感連結對知覺復癒有顯著之預測

力( $\beta=0.962$ ,  $P<0.001$ ), 表示涉入程度愈高的遊客, 其情感連結愈高, 表示此模式具有意義, 因此 H3 成立。

由上述結果得知涉入程度、情感連結、知覺復癒之間, 存在著互影響的關係, 而在涉入程度與知覺復癒的關係中, 情感連結以中介的角色存在迴歸方程式中, 而所謂的中介效果依學Baron 與 Kenny (1986)指出如因中介變數置入, 使自變數對因變數的影響, 由原來的顯著消退(Drops Out)至不顯著則為完全中介。但如果中介變數的置入使自變數對因變數的影響下降, 但仍達顯著水準時, 表示其中有多重中介因子(Multiple Mediating Factors)在運作, 僅具有部分的中介效果。

而本研究以以知覺復癒為依變項, 涉入程度及情感連結為自變項進行迴歸分析。發現原本在模式一中的涉入程度對應知覺復癒的 $\beta$ 值由0.745降為-0.050, 且由顯著變成不顯著( $P=0.0001$ 變為 $P=0.841$ ), 因此情感連結完全中介了涉入程度對知覺復癒的效果。因此本研究假設H4: 情感連結在涉入程度與知覺復癒間扮演中介角色成立。

**表 4.17 潛在變數對觀察變數的標準化參數估計值**

模式	構面關係	標準化因素負荷值	T 值	P 值
模式一	涉入→復癒	0.745	12.255	0.000 ***
模式二	涉入→情感	0.956	14.855	0.000 ***
模式三	情感→復癒	0.962	3.885	0.000 ***
	涉入→復癒	-0.050	-0.201	0.841

資料來源：本研究整理 註：\* $P<0.05$  \*\*  $P<0.01$  \*\*\*  $P<0.001$

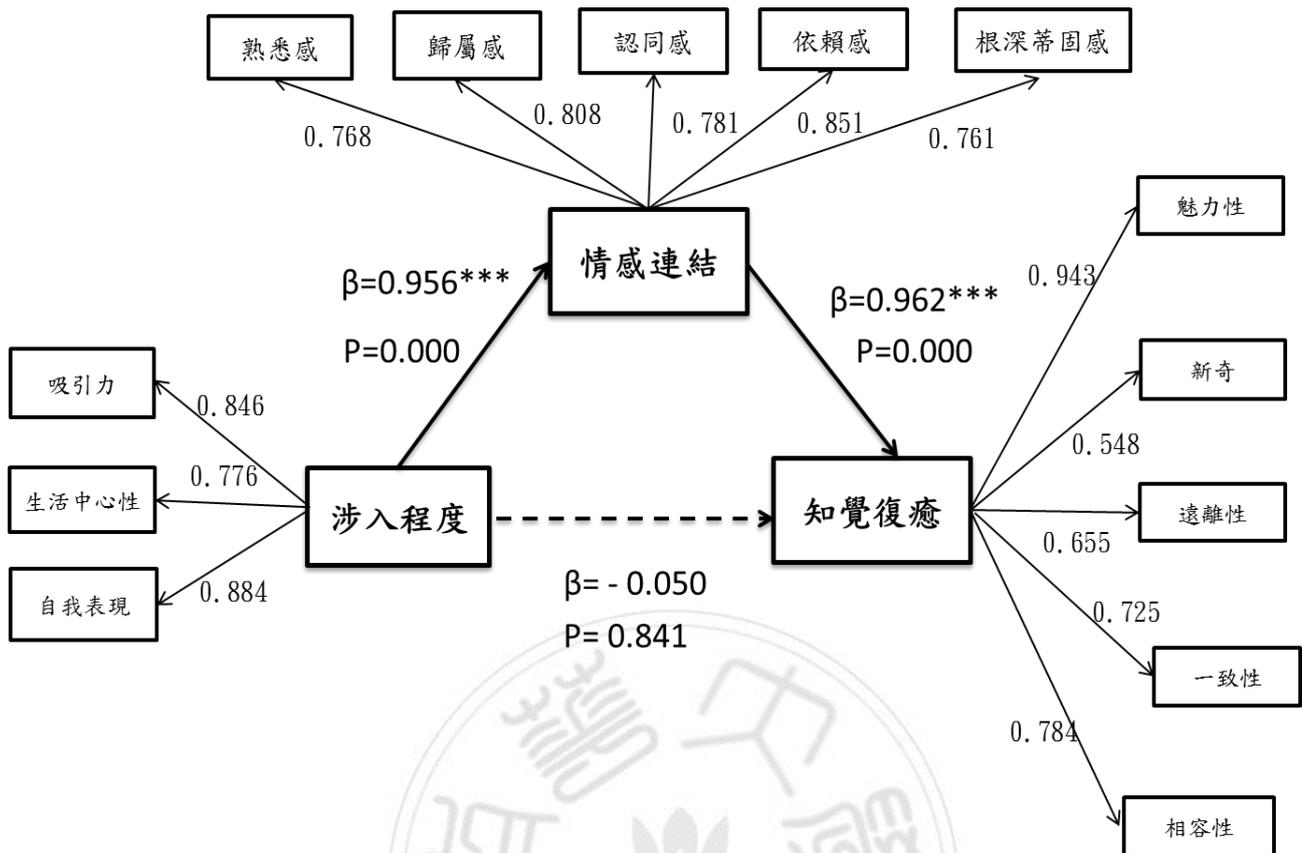


圖 4.10 涉入程度、情感連結及知覺復癒之結構方程模式驗證圖

### (三)、研究假設之 AMOS 實證分析結果

運用 AMOS 統計軟體時分析，對本研究之假設進行驗證，藉以了解涉入程度、情感連結與知覺復癒三者之關係。分析結果顯示如下：

假設 1：遊客涉入程度對知覺復癒性環境有正向影響。由表 4.17 分析結果顯示，遊客涉入程度對知覺復癒性環境之  $\beta$  係數為 0.745， $P < 0.05$ ，達顯著水準，亦即本研究假設 (H1) 成立。

假設 2：遊客涉入程度對情感連結有正向影響。由圖 4.10 分析結果顯示，遊客涉入程度對情感連結之  $\beta$  係數為 0.956， $P < 0.05$ ，達顯著水準，亦即本研究假設 (H2) 成立。

假設 3：遊客情感連結對知覺復癒性環境有正向影響。由圖 4.10 分析結

果顯示，遊客涉入程度對情感連結之  $\beta$  係數為 0.962， $P < 0.05$ ，達顯著水準，亦即本研究假設（H3）成立。因此本研究假設 1、2、3 在結構方程式分析中獲得支持。

假設 4：本研究顯示涉入程度、情感連結及知覺復癒性環境影響關係模式中。由表 4.17 分析結果顯示，若以「涉入程度」、「情感連結」當作自變項，則依變項「知覺復癒」之  $\beta$  係數為 -0.050，由原來的 0.745 降為 -0.050， $P$  值沒有達到顯著水準，亦即涉入程度對知覺復癒的直接效果為 0.745，而間接效果為 -0.050，說明情感連結在涉入程度與知覺復癒性環境扮演中介角色，本研究假設（H4）也獲得支持。

#### 4.5 獨立樣本 t 檢定

本研究以性別為自變項，分別以涉入程度、情感連結及知覺復癒為依變項進行獨立樣本 t 檢定了解遊客社經背景的不同對涉入程度、情感連結及知覺復癒是否存在差異，分析結果如下：

性別對涉入程度分析結果顯示 t 值為 1.269， $P$  值為 0.205 ( $< 0.05$ ) 無顯著差異，表示男生、女生對於涉入程度並無顯著的差異，如表 4.18 性別對涉入程度構面獨立樣本 t 檢定分析表。

表 4.18 性別對涉入程度構面獨立樣本 t 檢定分析表

構面	人口統計變項	個數	平均數	標準差	t 值	P 值
涉入程度	性別					
	男	143	.0865	.9768	1.269	0.205
	女	284	-.0435	1.0104		

資料來源：本研究整理 註：\*表  $P$  值  $< 0.05$

性別對情感連結分析結果顯示 t 值為 0.206， $P$  值為 0.837 ( $< 0.05$ ) 無顯著差異，表示男生、女生對於情感連結並無顯著的差異，如表 4.19 性別對情感連結構面獨立樣本 t 檢定分析表。

表 4.19 性別對情感連結構面獨立樣本 t 檢定分析表

構面	人口統計變項	個數	平均數	標準差	t 值	P 值
情感連結	性別					
	男	143	.0141	.9786	0.206	0.837
	女	284	-.0071	1.0122		

資料來源：本研究整理 註：\*表 P 值<0.05

性別對知覺復癒分析結果顯示 t 值為-0.847，P 值為 0.397(P>0.05) 無顯著差異，表示男生、女生對於知覺復癒並無顯著的差異，如表 4.20 性別對知覺復癒構面獨立樣本 t 檢定分析表。

表 4.20 性別對知覺復癒構面獨立樣本 t 檢定分析表

構面	人口統計變項	個數	平均數	標準差	t 值	P 值
知覺復癒	性別					
	男	143	-.0578	.9857	-0.847	0.397
	女	284	.0291	1.0076		

資料來源：本研究整理 註：\*表 P 值<0.05

## 4.6 單因子變異數分析

本研究以以年齡、婚姻狀況、教育程度及參觀次數為自變項，分別以涉入程度、情感連結及知覺復癒為依變項進行單因子變異數分析，了解遊客社經背景的不同對涉入程度、情感連結及知覺復癒是否存在差異，分析結果如下：

### 4.6.1 人口統計變項與遊客涉入程度之差異分析

#### 一、在年齡變項差異情形

在年齡方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客年齡對涉入程度的構面上是否有差異(表 4.21)。以變異數同質性進行檢定發現，不同年齡層的遊客在涉入程度之變異數同質性檢定上是不顯著(Levene= 1.056,

P=0.384)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為  $0.002 < 0.05$ ，代表著不同年齡層對參觀歷史博物館的涉入程度會因為年齡的不同而有所變化。藉由 Scheffe 事後檢定，可以更明確的分析不同年齡層在涉入程度上的差異。檢定結果發現：50 歲以上遊客涉入程度分別顯著高於 12-19 歲遊客、20-29 歲遊客。換言之，50 歲以上年齡層之遊客，其對歷史文物或歷史博物館之涉入程度顯著高於其他年齡層(表 4.21)。

表 4.21 受訪遊客年齡對涉入程度之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 年齡	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA		事後 檢定
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值	
涉入程度	(1)12 歲以下	6	3.74	0.72	1.056	0.384	3.981	0.002*	(6)>(2) (6)>(3)
	(2)12-19 歲	83	3.39	0.75					
	(3)20-29 歲	117	3.41	0.60					
	(4)30-39 歲	115	3.49	0.64					
	(5)40-49 歲	67	3.66	0.72					
	(6)50 歲以上	39	3.86	0.58					

資料來源：本研究整理 \* $p < 0.05$

## 二、在婚姻狀況變項差異情形

在婚姻狀況方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客婚姻狀況對涉入程度的構面上是否有差異(表 4.22)。以變異數同質性進行檢定發現，不同婚姻狀況的遊客在涉入程度之變異數同質性檢定上是不顯著 (Levene= 2.074,  $P=0.103$ )，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為  $0.075 > 0.05$ ，代表著不同婚姻狀況對參觀歷史博物館的涉入程度不會因為年齡的不同而有所變化。

表 4.22 受訪遊客婚姻狀況對涉入程度之單因子變異數分析

構面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA	
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值
涉入程度	(1)未婚	299	3.46	0.65	2.074	0.103	2.320	0.075
	(2)已婚沒小孩	43	3.62	0.61				
	(3)已婚有小孩	80	3.61	0.78				
	(4)其他	5	4.00	0.62				

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

### 三、在教育程度變項差異情形

在教育程度方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客教育程度對涉入程度的構面上是否有差異(表 4.23)。以變異數同質性進行檢定發現，不同教育程度的遊客在涉入程度之變異數同質性檢定上是不顯著(Levene= 1.776, P=0.133)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.025，藉由 Scheffe 事後檢定，分析結果顯示不同教育程度對參觀歷史博物館在涉入程度上沒有顯著的差異。但藉由 LSD 方式做事後檢定，分析結果顯示國中教育程度顯著大於高中職與專科大學的教育程度、研究所以上顯著大於專科大學教育程度，也就是說國中教育程度者，推估是因為課程學習過程而對歷史文物有濃厚的興趣，而研究所以上的遊客，可能是對歷史文物有高度興趣或與本身專業所學有關，因此比專科大學教育程度者有較大差別。

表 4.23 受訪遊客教育程度對涉入程度之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 教育程度	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA		LSD 事後 檢定
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值	
涉入程度	(1)國小	6	3.71	0.55	1.776	0.133	2.820	0.025	(2)>(3) (2)>(4) (5)>(4)
	(2)國中	20	3.78	0.85					
	(3)高中職	59	3.43	0.75					
	(4)專科大學	236	3.45	0.63					
	(5)研究所以上	106	3.64	0.68					

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

#### 四、在參觀次數變項差異情形

在參觀次數方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客參觀次數對涉入程度的構面上是否有差異(表 4.24)。以變異數同質性進行檢定發現，參觀次數多寡的遊客在涉入程度之變異數同質性檢定上是不顯著(Levene=1.465, P=0.200)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.000<0.05，代表著不同參觀次數對歷史博物館的涉入程度會因為參觀次數的不同而有所變化。藉 Scheffe 事後檢定，可以更明確的分析參觀次數多寡的遊客在涉入程度上的差異：由檢定結果發現：參觀第六次遊客分別大於參觀第一次、第二次、第三次；參觀第四次、第三次、第二次之遊客分別大於第一次之遊客，如表 4.24。

表 4.24 受訪遊客參觀次數對涉入程度之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 參觀次數	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA		事後 檢定
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值	
涉入程度	(1)第 1 次	205	3.26	0.64	1.465	0.200	20.848	0.000*	(6)>(1)
	(2)第 2 次	106	3.55	0.61					(6)>(2)
	(3)第 3 次	48	3.68	0.47					(6)>(3)
	(4)第 4 次	11	3.92	0.74					(4)>(1)
	(5)第 5 次	8	3.94	0.43					(3)>(1)
	(6)第 6 次以上	49	4.16	0.59					(2)>(1)

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

#### 4.6.2 人口統計變項與遊客情感連結之差異分析

##### 一、在年齡變項差異情形

在年齡方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客年齡對情感連結的構面上是否有差異(表 4.25)。以變異數同質性進行檢定發現，不同年

齡層的遊客在情感連結之變異數同質性檢定上是不顯著(Levene=0.746, P=0.589)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.000<0.05，代表著不同年齡層對歷史文物的情感連結會因為年齡的不同而有所變化。藉由 Scheffe 事後檢定，可以更明確的分析不同年齡層在情感連結上的差異：由檢定結果發現：50 歲以上遊客情感連結分別顯著高於 40-49 歲、20-29 歲遊客、12-19 歲遊客；40-49 歲遊客情感連結顯著於於 12-19 歲遊客。

表 4.25 受訪遊客年齡對情感連結之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 年齡	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA		事後 檢定
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值	
情感連結	(1)12 歲以下	6	3.75	0.53	0.746	0.589	5.547	0.000*	(6)>(4)
	(2)12-19 歲	83	3.34	0.65					(6)>(3)
	(3)20-29 歲	117	3.43	0.53					(6)>(2)
	(4)30-39 歲	115	3.49	0.56					(5)>(2)
	(5)40-49 歲	67	3.65	0.54					
	(6)50 歲以上	39	3.81	0.52					

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

## 二、在婚姻狀況變項差異情形

在婚姻狀況方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客婚姻狀況對情感連結的構面上是否有差異(表 4.26)。以變異數同質性進行檢定發現，不同年齡層的遊客在情感連結之變異數同質性檢定上是不顯著(Levene=0.2360, P=0.071)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.001<0.05，代表著婚姻狀況對歷史文物的情感連結會因為婚姻狀況的不同而有所變化。藉由 Scheffe 事後檢定，可以更明確的分析不同年齡層在情感連結上的差異，由檢定結果發現：已婚有小孩大於未婚者。

表 4.26 受訪遊客婚姻狀況對情感連結之單因子變異數分析

構面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA		事後檢定
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值	
情感連結	(1)未婚	299	3.44	0.57	2.360	0.071	5.834	0.001*	(3)>(1)
	(2)已婚沒小孩	43	3.62	0.43					
	(3)已婚有小孩	80	3.64	0.63					
	(4)其他	5	4.11	0.64					

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

### 三、在教育程度變項差異情形

在教育程度方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客教育程度對情感連結的構面上是否有差異(表 4.27)。以變異數同質性進行檢定發現，不同教育程度的遊客在情感連結之變異數同質性檢定上是不顯著(Levene= 3.143, P=0.155)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.141>0.05，代表著不同教育程度對參觀歷史博物館的情感連結不會因為教育程度的不同而有所變化。

表 4.27 受訪遊客教育程度對情感連結之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 教育程度	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA	
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值
情感連結	(1)國小	6	3.80	0.49	3.143	0.155	1.737	0.141
	(2)國中	20	3.52	0.76				
	(3)高中職	59	3.45	0.68				
	(4)專科大學	236	3.46	0.54				
	(5)研究所以上	106	3.60	0.55				

### 四、在參觀次數變項差異情形

在參觀次數方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客參觀次數對情感連結的構面上是否有差異(表 4.28)。以變異數同質性進行檢定發現，參觀次數多寡的遊客在情感連結之變異數同質性檢定上是不顯著

(Levene=1.824, P=0.107)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為  $0.000 < 0.05$ ，代表著參觀次數不同的遊客對歷史文物的情感連結會因為參觀次數多寡而有所變化。藉由 Scheffe 事後檢定，可以更明確的分析參觀次數多寡的遊客在情感連結上的差異：由檢定結果發現：參觀第 6 次以上遊客情感連結分別顯著高於參觀第 2 次、第 1 次；參觀第 4 次、第 3 次、第 2 次遊客情感連結分別顯著高於參觀第 1 次。在 Packer and Bond (2010) 的文章亦提到，從 Kaplan (1993) 的研究結果得知，經常參觀博物館的遊客比第一次或偶爾參觀博物館的遊客較能獲得恢復的效益，兩位學者研究結果亦與本研究互相呼應。

表 4.28 受訪遊客參觀次數對情感連結之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 參觀次數	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA		事後 檢定
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值	
情感連結	(1)第 1 次	205	3.29	0.57	1.824	0.107	15.341	0.000*	(6)>(2)
	(2)第 2 次	106	3.54	0.53					(6)>(1)
	(3)第 3 次	48	3.70	0.41					(4)>(1)
	(4)第 4 次	11	3.95	0.49					(3)>(1)
	(5)第 5 次	8	3.84	0.39					(3)>(1)
	(6)第 6 次以上	49	3.89	0.53					(2)>(1)

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

#### 4.6.3 人口統計變項與遊客知覺復癒之差異分析

##### 一、在年齡變項差異情形

在年齡方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客年齡對知覺復癒的構面上是否有差異(表 4.29)。以變異數同質性進行檢定發現，不同年齡層的遊客在知覺復癒之變異數同質性檢定上是不顯著(Levene=2.077, P=0.067)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於

ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.341>0.05，代表著不同年齡層對參觀歷史博物館的知覺復癒不會因為年齡的不同而有所變化。

表 4.29 受訪遊客年齡對知覺復癒之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 年齡	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA	
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值
知覺復癒	(1)12 歲以下	6	3.96	0.68	2.077	0.067	1.136	0.341
	(2)12-19 歲	83	3.63	0.59				
	(3)20-29 歲	117	3.73	0.55				
	(4)30-39 歲	115	3.71	0.44				
	(5)40-49 歲	67	3.69	0.46				
	(6)50 歲以上	39	3.84	0.50				

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

## 二、在婚姻狀況變項差異情形

在婚姻狀況方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客婚姻狀況對知覺復癒的構面上是否有差異(表 4.30)。以變異數同質性進行檢定發現，不同婚姻狀況的遊客在知覺復癒之變異數同質性檢定上是不顯著 (Levene=0.757, P=0.519)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表示有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.016<0.05，代表著婚姻狀況對歷史博物館的知覺復癒會因為婚姻狀況的不同而有所變化。藉由 Scheffe 事後檢定，可以更明確的分析不同年齡層在知覺復癒上的差異，由檢定結果發現：已婚有小孩大於未婚者。

表 4.30 受訪遊客婚姻狀況對知覺復癒之單因子變異數分析

構面	婚姻狀況	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA		事後 檢定
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值	
知覺復癒	(1)未婚	299	3.66	0.53	0.757	0.519	3.493	0.016*	(3)>(1)
	(2)已婚沒小孩	43	3.79	0.46					
	(3)已婚有小孩	80	3.83	0.48					
	(4)其他	5	4.07	0.46					

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

### 三、在教育程度變項差異情形

在教育程度方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客教育程度對知覺復癒的構面上是否有差異(表 4.31)由於進行 ANOVA 的條件之一，是變異數需具同質性，因此本研究以 Levene 變異數同質性進行檢定，結果發現(表 4.31)不同教育程度的遊客在涉入程度之變異數同質性檢定上具顯著差異(Levene =3.138, P=0.015)，換言之，各組樣本之變異數不具同質性，故 ANOVA 表無意義。

表 4.31 受訪遊客教育程度對知覺復癒之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 教育程度	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定	
					Levene 統計量	P 值
知覺復癒	(1)國小	6	4.04	0.52	3.138	0.015
	(2)國中	20	3.70	0.69		
	(3)高中職	59	3.69	0.61		
	(4)專科大學	236	3.72	0.48		
	(5)研究所以上	106	3.69	0.49		

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

此時可改採 Brown-Forsythe 或 Welch 統計量，來檢定平均數的強韌性 (Robust Tests of Equality of Means)，此二者都服從 F 分配，且不需符合變異數同質性假設。結果如表 4.32，發現各組樣本之平均值不具顯著差異，代表教育程度的不同在知覺復癒方面是沒有顯著差異的。

表 4.32 以 Brown-Forsythe 或 Welch 統計量，進行不同教育程度之遊客知覺復癒平均值之差異分析

	統計量 <sup>a</sup>	分子自由度	分母自由度	顯著性 P 值
Welch	0.777	4	30.205	.549
Brown-Forsythe	0.681	4	63.161	.608

資料來源：本研究整理

### 四、在參觀次數變項差異情形

在參觀次數方面，採用單因子變異數分析來檢定受訪遊客參觀次數

對知覺復癒的構面上是否有差異(表 4.33)。以變異數同質性進行檢定發現，不同參觀次數的遊客在知覺復癒之變異數同質性檢定上是不顯著 (Levene=0.517, P=0.763)，亦即變異數具同質性，因此 ANOVA 表是有意義的。由於 ANOVA 表之 F 統計量之 p 值為 0.12，代表著不同參觀次數對參觀歷史博物館的知覺復癒上沒有顯著的差異。

表 4.33 受訪遊客參觀次數對知覺復癒之單因子變異數分析

構面	人口統計變項 參觀次數	個數	平均數	標準差	變異數同質性檢定		ANOVA	
					Levene 統計量	P 值	F 值	P 值
知覺復癒	(1)第 1 次	205	3.62	0.53	0.517	0.763	3.475	0.12
	(2)第 2 次	106	3.74	0.46				
	(3)第 3 次	48	3.89	0.46				
	(4)第 4 次	11	4.15	0.49				
	(5)第 5 次	8	3.86	0.57				
	(6)第 6 次	49	3.76	0.50				

資料來源：本研究整理 \*p<0.05

本研究以以年齡、婚姻狀況、教育程度及參觀次數為自變項，分別以涉入程度、情感連結及知覺復癒為依變項進行單因子變異數分析，了解遊客社經背景的不同對涉入程度、情感連結及知覺復癒是否存在差異。結果發現在涉入程度、情感連結方面，「年齡」與「參觀次數」有顯著差異(如表 4.21、4.24、表 4.25、表 4.28)。另外，經過檢測發現 50 歲以上年齡層的遊客在各變項構面的平均值皆呈現顯著(如表 4.34)，在涉入程度構面以「吸引力」最高，在情感連結構面以「認同感」最高。另外檢測涉入程度、情感連結是否因為遊客的「參觀次數」的不同而有差異，另外，經過檢測發現參觀 6 次以上的遊客相較於其他次數，在各變項構面的平均值皆呈現顯著(如表 4.35)，在涉入程度構面以「吸引力」最高，在情感連結構面以「認同感」最高。

經過檢測後發現在情感連結、知覺復癒方面，「婚姻狀況」有顯著差

異(如表 4.26、4.30)，發現「已婚，有小孩」的遊客在各變項之子構面所得的平均值皆較顯著(如表 4.36)，在情感連結構面中以「認同感」此構面平均數最高，在知覺復癒中的「遠離」此構面平均最高。

表 4.34 年齡與涉入程度、情感連結之關係表

變項	子構面(M)	12-19 歲	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50 歲以上
涉入 程度	吸引力	3.699	3.752	3.795	3.982	4.179
	生活中心性	3.219	3.311	3.407	3.492	3.718
	自我表現	3.208	3.118	3.204	3.451	3.645
情感 連結	熟悉感	2.980	3.023	3.127	3.259	3.462
	歸屬感	3.225	3.305	3.460	3.517	3.718
	認同感	3.935	4.027	4.062	4.084	4.154
	依賴感	3.208	3.340	3.061	3.631	3.891
	根深蒂固	2.843	2.880	2.978	3.351	3.474

資料來源：本研究自行整理

表 4.35 次數與涉入程度、情感連結之關係表

變項	子構面(M)	參觀 1 次	參觀 3 次	參觀 6 次
涉入 程度	吸引力	3.612	4.017	4.380
	生活中心性	3.102	3.6	4.122
	自我表現	3.006	3.38	3.918
情感 連結	熟悉感	2.868	3.333	3.741
	歸屬感	3.177	3.6	3.755
	認同感	3.848	4.236	4.290
	依賴感	3.221	3.628	3.832
	根深蒂固	2.815	3.222	3.469

資料來源：本研究自行整理

表 4.36 婚姻與情感連結、知覺復癒之關係表

變項	子構面(M)	未婚	已婚、沒有小孩	已婚、有小孩
情感連結	熟悉感	3.080	3.114	3.221
	歸屬感	3.332	3.634	3.554
	認同感	4.011	4.156	4.025
	依賴感	3.325	3.573	3.678
	根深蒂固	2.910	3.232	3.325
知覺復癒	魅力性	3.652	3.827	3.839
	新奇	3.691	3.823	3.84
	遠離	3.656	3.80	3.866
	一致性	3.686	3.756	3.858
	相容性	3.635	3.703	3.788

資料來源：本研究自行整理

#### 4.7 涉入程度與情感連結高低族群之知覺復癒差異分析

本小節第一部分探討涉入程度高低對於遊客知覺復癒的影響，第二部分探討情感連結高低對於遊客知覺復癒的影響。

##### 4.7.1 涉入程度高低對於遊客知覺復癒的影響

為了探討遊客的涉入程度對知覺復癒是否造成影響，吾人將對樣本中屬於高(或低)涉入程度之遊客作分類。以下將考慮樣本族群中屬於高(或低)涉入程度之遊客，對遊客知覺復癒之影響是否具增強(或減少)之效果。故以下先進行涉入程度族群之分組，首先由涉入程度之統計結果(表 4.5)中萃取各題項之因素負荷量，再由每個遊客的填答分數，彙整如表 4.37。再將各問項之因素負荷量乘上其所對應的分數，再除以各題項因素負荷量之加總。

表 4.37 涉入程度各問項之因素負荷量與答題分數

編號	題項	因素負荷量	遊客填答分數
1	我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館，否則就白活。	0.713	S1
2	從參觀「歷史博物館」過程中我能獲得許多樂趣。	0.897	S2
3	參觀「歷史博物館」讓我感到愉快。	0.903	S3
4	參觀「歷史博物館」是我最喜歡的活動之一。	0.855	S4
5	我非常享受從事這項活動。	0.847	S5
6	我常和朋友討論「歷史文物」的相關話題。	0.817	S6
7	我會主動蒐集有關「歷史文物」的相關資訊。	0.851	S7
8	我發現我的生活有許多歷史的相關物品，如書籍、圖片、影片等。	0.851	S8
9	我常接觸有關歷史相關物品，如書籍、圖片、影片等等。	0.895	S9
10	對我而言，探索「歷史」相關知識是很重要的。	0.765	S10
11	參觀歷史博物館時，我可以盡情表現我對歷史文物知識的了解。	0.809	S11
12	當他人聊到歷史文物或相關議題，我可以與他侃侃而談。	0.905	S12
13	我能為他人解答歷史文物相關問題。	0.867	S13
14	參觀「歷史博物館」符合我的個性、品味與風格。	0.809	S14

資料來源：本研究整理

#### 加權後的分數

$$= \frac{S1 \times 0.713 + S2 \times 0.897 + \dots + S13 \times 0.867 + S14 \times 0.809}{0.713 + 0.897 + \dots + 0.867 + 0.809}$$

表 4.38 涉入程度各問項之因素負荷量與答題分數

編號	題項	因素負荷量	平均分數
1	我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館，否則就白活。	0.713	3.77
2	從參觀「歷史博物館」過程中我能獲得許多樂趣。	0.897	4.02
3	參觀「歷史博物館」讓我感到愉快。	0.903	4.00
4	參觀「歷史博物館」是我最喜歡的活動之一。	0.855	3.55
5	我非常享受從事這項活動。	0.847	3.83
6	我常和朋友討論「歷史文物」的相關話題。	0.817	3.06
7	我會主動蒐集有關「歷史文物」的相關資訊。	0.851	3.15
8	我發現我的生活有許多歷史的相關物品，如書籍、圖片、影片等。	0.851	3.48
9	我常接觸有關歷史相關物品，如書籍、圖片、影片等等。	0.895	3.46
10	對我而言，探索「歷史」相關知識是很重要的。	0.765	3.79
11	參觀歷史博物館時，我可以盡情表現我對歷史文物知識的了解。	0.809	3.45
12	當他人聊到歷史文物或相關議題，我可以與他侃侃而談。	0.905	3.18
13	我能為他人解答歷史文物相關問題。	0.867	3.00
14	參觀「歷史博物館」符合我的個性、品味與風格。	0.809	3.42

資料來源：本研究整理

依據表4.38，可求得分組的加權平均數，方法如下：

$$\begin{aligned}
 &= \frac{3.77 \times 0.713 + 4.02 \times 0.897 + \dots + 3.42 \times 0.809}{0.713 + 0.897 + 0.903 + \dots + 0.867 + 0.809} \\
 &= \mathbf{3.510252}
 \end{aligned}$$

為檢驗分群的有效性，將涉入程度各題項的加權後的分數作分組，本研究採用兩種分組方式：將加權後的分數與分組的加權平均數(3.510252)做比較，超過加權平均數(3.510252)者為涉入高的組別，未滿加權平均數(3.510252)者為涉入低的組別，作獨立樣本t檢定。

表 4.39 涉入程度分組對知覺復癒分析

涉入程度分組		個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
知覺復癒	高涉入	333	3.807	.484	.0265
	低涉入	94	3.381	.4888	.0504

資料來源：本研究整理

表 4.40 涉入程度分組對知覺復癒之獨立樣本 t 檢定

	同質性檢定	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
知覺平均	假設變異數相等	.001	.973	-7.521	425	.000	-.4256	.0566	-.537	-.314
	不假設變異數相等			-7.472	148.455	.000	-.4256	.0569	-.538	-.313

資料來源：本研究整理

涉入程度高之組別(N=333), 平均分數高於涉入程度低之組別(表4.39), 為檢驗高、低分組於干擾變數的認同度上是否有顯著差異(陳寬裕, 2010), 本研究以獨立樣本t檢定進行, 進行獨立樣本t檢定的目的, 在於證明不同組別是有顯著差異的, 在表4.40可以看出「知覺平均」變異數相等的Levene檢定顯著性0.973>0.05, 因此假設變異數相等成立, 此時平均數相等之t檢定, t值為-7.521, 顯著性為0.000小於0.05, 因此吾人可說涉入程度不同, 其所對應之知覺復癒平均值有顯著差異, 簡言之, 涉入程度高分組的受訪者, 相較於低分組者具有較高之知覺復癒。

#### 4.7.2 情感連結高低對於遊客知覺復癒的影響

為了探討遊客的情感連結對知覺復癒造成哪些影響, 我們將對樣本中屬於高(或低)情連結之遊客作分類。以下將考慮樣本族群中屬於高(或低)情感連結之遊客, 對遊客知覺復癒之影響是否具增強(或減少)之效果。故以下先進行情感連結族群之分組, 首先由情感連結程度之統計結果(表

4.7)中萃取各提項之因素負荷量，再由每個遊客的填答分數，彙整如表4.41。再將各問項之因素負荷量乘上其所對應的分數，再除以各題項因素負荷量之加總。

**表 4.41 情感連結各問項之因素負荷量與答題分數**

編號	題項	因素負荷量	遊客填答分數
1	我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚。	0.879	S1
2	因常接觸與歷史有關的資訊（如書籍），因此我熟悉這裡所展示的內容。	0.910	S2
3	當我進到這裡我覺得似曾相識。	0.818	S3
4	參觀這裡，我認為我是歷史脈絡發展的一份子。	0.846	S4
5	參觀這裡，我覺得我的思緒、心情和這裡所展示的情境連結在一起。	0.908	S5
6	我進入這裡，讓我覺得像家一樣有安全感/放鬆。	0.839	S6
7	我認為知道歷史相關知識是重要的。	0.776	S7
8	我認為保存歷史相關文物展品是重要的。	0.750	S8
9	歷史博物館的環境對我而言很特別。	0.767	S9
10	參觀歷史博物館對我而言有很重要的意義。	0.763	S10
11	我有責任去維護歷史文物展品。	0.720	S11
12	如果臺灣沒有歷史博物館，我會覺得很可惜。	0.518	S12
13	就我所喜歡從事的活動而言，沒有其他地方比得上參觀歷史博物館。	0.848	S13
14	如果可能的話，我願意花更多的時間研究博物館內之歷史文物展品。	0.861	S14
15	對我而言，歷史博物館是我空閒時最喜歡去的地方。	0.883	S15
16	當我想要參觀博物館時，我總是先想到歷史博物館。	0.875	S16
17	逛完歷史博物館，我會想要蒐集跟博物館有關的周邊商品。	0.875	S17

資料來源：本研究整理

**加權後的分數**

$$= \frac{S1 \times 0.879 + S2 \times 0.910 + \dots + S16 \times 0.875 + S17 \times 0.875}{0.879 + 0.910 + \dots + 0.876 + 0.875}$$

表 4.42 情感連結各問項之因素負荷量與答題分數

編號	題項	因素負荷量	平均分數
1	我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚	0.879	3.11
2	因常接觸與歷史有關的資訊(如書籍),因此我熟悉這裡所展示的內容。	0.910	3.07
3	當我進到這裡我覺得似曾相識。	0.818	3.18
4	參觀這裡,我認為我是歷史脈絡發展的一份子。	0.846	3.39
5	參觀這裡,我覺得我的思緒、心情和這裡所展示的情境連結在一起。	0.908	3.48
6	我進入這裡,讓我覺得像家一樣有安全感/放鬆	0.839	3.37
7	我認為知道歷史相關知識是重要的。	0.776	4.13
8	我認為保存歷史相關文物展品是重要的。	0.750	4.45
9	歷史博物館的環境對我而言很特別。	0.767	3.76
10	參觀歷史博物館對我而言有很重要的意義。	0.763	3.63
11	我有責任去維護歷史文物展品。	0.720	4.18
12	如果臺灣沒有歷史博物館,我會覺得很可惜。	0.518	4.36
13	就我所喜歡從事的活動而言,沒有其他地方比得上參觀歷史博物館。	0.848	2.89
14	如果可能的話,我願意花更多的時間研究博物館內之歷史文物展品。	0.861	3.45
15	對我而言,歷史博物館是我空閒時最喜歡去的地方。	0.883	3.00
16	當我想要參觀博物館時,我總是先想到歷史博物館。	0.875	3.02
17	逛完歷史博物館,我會想要蒐集跟博物館有關的周邊商品。	0.875	3.04

資料來源：本研究整理

依據表4.42，可求得分組的加權平均數，方法如下：

分組的加權平均數

$$= \frac{3.11 \times 0.879 + 3.07 \times 0.910 + \dots + 3.02 \times 0.875 + 3.04 \times 0.875}{0.879 + 0.910 + \dots + 0.876 + 0.875}$$

$$= 3.456243$$

表 4.43 情感連結分組對知覺復癒分析

情感連結分組		個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
知覺復癒	情感連結高	347	3.82	.470	.0252
	情感連結低	80	3.25	.445	.0497

資料來源：本研究整理

表 4.44 情感連結分組對知覺復癒之獨立樣本 t 檢定

	同質性檢定	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
知覺平均	假設變異數相等	.246	.620	-9.891	.425	.000	-.5711	.0577	-.6846	-.4576
	不假設變異數相等			-10.236	123.004	.000	-.5711	.0558	-.6815	-.4606

資料來源：本研究整理

情感連結高之組別(N=347)，平均分數高於涉入程度低之組別(表4.43)，為檢驗高、低分組於干擾變數的認同度上是否有顯著差異(陳寬裕, 2010)，本研究以獨立樣本t檢定進行，進行獨立樣本t檢定的目的，在於證明不同組別是否有顯著差異。在表4.44可以看出「知覺平均」t值為-9.891，顯著性為0.000小於0.05，呈顯著，故可推論高分組與低分組的受訪者，對知覺復癒確實是存在顯著差異的。

以下，採取另一種涉入程度高、低分組比較，以中間值(3分)作為判定高、低涉入之臨界值，超過中間值3分視為涉入程度高、情感連結高之組別、未滿中間值3分為涉入程度低、情感連結低之組別，作獨立樣本t檢定。

表 4.45 涉入程度分組對遊客知覺復癒分析

涉入程度分組		個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
知覺復癒	高涉入	344	3.798	.4814	.0259
	低涉入	83	3.361	.5060	.0555

資料來源：本研究整理

表 4.46 涉入程度分組對知覺復癒之獨立樣本 t 檢定

	同質性檢定	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
知覺平均	假設變異數相等	.112	.738	-7.360	425	.000	-.4377	.0594	-.5546	-.3208
	不假設變異數相等			-7.140	120.465	.000	-.4377	.0613	-.5591	-.3163

資料來源：本研究整理

表 4.47 情感連結分組對知覺復癒分析

情感連結分組		個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
知覺復癒	高情感	361	3.806	.4680	.0246
	低情感	66	3.205	.4682	.0576

資料來源：本研究整理

表 4.48 情感連結分組對遊客知覺復癒之獨立樣本 t 檢定

	同質性檢定	變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
知覺平均	假設變異數箱等	.001	.977	-9.602	.425	.000	-.6017	.0626	-.7248	-.4785
	不假設變異數相等			-9.599	90.372	.000	-.6017	.0626	-.7262	-.4771

資料來源：本研究整理

以涉入程度而言，高涉入的組別(N=344)，分數顯著高於低涉入之組別(表4.45)，在情感連結中，高情感的組別(N=361)，分數顯著高於低情感連結之組別(表4.47)。由此可知，涉入程度與情感連結會影響遊客的環境

知覺復癒的效果。

為檢驗高、低分組於干擾變數的認同度上是否有顯著差異(陳寬裕，2010)，本研究以獨立樣本t檢定進行，進行獨立樣本t檢定的目的，在於證明不同組別是有顯著差異的。在表4.46可以看出涉入程度對「知覺復癒」t值為-7.360，小於0.05，具顯著，故可推論高分組與低分組的受訪者，對知覺復癒性環境確實是存在顯著差異的，再由表4.46「差異的95%信賴區間欄」中可發現，其上下界皆屬於負值，也就是說「低分組減高分組」的範圍落在負數區間，而此結論也再次說明，分組狀態是有效的、有意義的。(陳寬裕，2010)。在表4.48可以看出情感連結對「知覺復癒」t值為-9.602，小於0.05，具顯著，故可推論高分組與低分組的受訪者，對知覺復癒性環境確實是存在顯著差異的，再由表4.48「差異的95%信賴區間欄」中可發現，其上下界皆屬於負值，也就是說「低分組減高分組」的範圍落在負數區間，而此結論也再次說明，分組狀態是有效的、有意義的。(陳寬裕，2010)。

#### 4.8 小結

經由人口統計變項之單因子變異分析結果顯示，在涉入程度方面，不同年齡對於涉入程度具有顯著影響，年齡愈大的遊客其涉入程度相對較高；參觀次數的不同對於涉入程度具有顯著影響，參觀6次以上的遊客其涉入程度最高。在情感連結方面，年齡愈大的遊客其情感連結程度相對較高；已婚有小孩的遊客之情感連結高過於未婚者；參觀次數較多次的遊客其情感連結程度亦較明顯。在知覺復癒方面，已婚有小孩的遊客之知覺復癒高過於未婚者。

經由上述研究結果證實，當遊客涉入程度越高時，對該場域的情感連結越高，能與該場域展示文物產生共鳴，使遊客恢復疲勞且放鬆，亦

即該場域具有復癒性環境之效果，情感連結愈強的遊客越能達到復癒性環境之效果。本研究將其研究假設支持與否，整理彙整於表4.39。

**表 4.49 假設檢定總表**

研究假設	結構方程式
H1：遊客涉入程度對復癒性環境有正向影響	支持
H2：遊客涉入程度對情感連結有正向影響	支持
H3：遊客情感連結對復癒性環境有正向影響	支持
H4：情感連結在涉入程度與復癒性環境扮演中介角色	支持

資料來源：本研究整理



## 第五章 結論與建議

本研究以參觀國立歷史博物館的遊客做調查對象，藉以探討遊客之涉入程度、情感連結與知覺復癒之間的關係。先經由涉入程度、情感連結與知覺復癒的相關文獻回顧，整理其問項參考依據。本研究最後歸納出 14 題涉入程度之問項、17 題情感連結之問項、23 題知覺復癒之問項，針對參觀民眾進行問卷調查。本章節就研究假設以及研究結果做進一步探討，並提出相關管理意涵與未來建議。

### 5.1 人口統計變項對涉入程度、情感連結、知覺復癒之討論

#### 5.1.1 年齡、參觀次數在涉入程度、情感連結有顯著差異

本研究以以年齡、婚姻狀況、教育程度及參觀次數為自變項，分別以涉入程度、情感連結及知覺復癒為依變項進行單因子變異數分析，了解遊客社經背景的不同對涉入程度、情感連結及知覺復癒是否存在差異。分析結果發現「年齡」與「參觀次數」在涉入程度、情感連結方面有顯著差異(如表 4.21、4.24、4.25、4.28)，進一步剖析各年齡層對涉入程度做探討，發現 50 歲以上年齡層的遊客在各變項構面的平均值皆呈現顯著(如表 4.34)，經獨立樣本 t 檢定發現年齡經事後檢定為  $6 > 2$ 、 $6 > 3$ (如表 4.21)。本研究推論 50 歲以上的遊客因為涉入程度高，其中以博物館具有「吸引力」(如表 4.2)，此構面平均數最高，代表歷史博物館所展示的文物可以吸引年紀較長的遊客，遊客在參觀過程中產生興趣、狂熱、放鬆及專注力等心理狀態，並知覺到休閒活動的價值與重要性，進而對休閒活動產生投入的意願。在參觀過程中與他人互動時具有連結情感與分享經驗，其心靈層面的重要性大過於其他。當遊客投入喜好的休閒活

動時，50 歲以上遊客對歷史博物館涉入程度較高且環境回饋給他的知覺復癒也會提高，環境中的情境會受到活動所塑造的情境影響，進而產生知覺復癒，此結果與曾慈慧、沈進成(2001)的看法相同。

進一步剖析各年齡層對情感連結做探討，結果發現 50 歲以上年齡層的遊客在各變項構面的平均值皆呈現顯著(如表 4.34)。經獨立樣本 t 檢定發現年齡經事後檢定為  $6 > 4$ 、 $6 > 3$ 、 $6 > 2$ 、 $5 > 2$  (如表 4.25)，本研究推論 50 歲以上的遊客因為情連較高，其中以「認同感」(如表 4.3)，此構面平均數最高。另外檢測情感連結是否因為遊客的「參觀次數」的不同而有差異，結果發現在「參觀次數」有顯著差異(如表 4.28)。經獨立樣本 t 檢定發現參觀次數經事後檢定為  $6 > 2$ 、 $6 > 1$ 、 $4 > 1$ 、 $3 > 1$ 、 $2 > 1$  (如表 4.28)，進一步剖析遊客參觀次數對情感連結做探討，結果發現參觀 6 次以上的遊客在各變項構面的平均值皆呈現顯著(如表 4.35)。研究調查中發現歷史博物館所陳列的文物展示品並非定期更換，甚至有些是經年累月的常設展，這些令人覺得枯燥無趣的歷史文物展示品，為何對這群遊客有如此大的吸引力？這證實學者 Bricker 與 Kerstetter (2000)的看法：當個人對遊憩地點產生強烈的連結時，會對在該場域所從事的休閒活動產生正向的情感連結。亦呼應學者 Leopold (1949)、Mayer 與 Frantz (2004)、Dutcher (2007)等人提出自然連結(connection to nature)的概念，令人覺得枯燥、乏味、單調的歷史文物展示品，對涉入程度較高的遊客具有吸引力，這是因為該族群的遊客對該場域的展示品、文物產生濃厚的興趣或與過往的經驗有關，或與該展示品、文物產生某種程度上的精神連結。

本研究以二因子變異數分析探討年齡與參觀次數對涉入程度是否具有交叉作用，事後檢定發現「參觀次數」呈現顯著性效果( $P < 0.001$ )，進一步針對每年參觀 6 次以上之遊客( $N=49$ )進行分析，結果發現遊客以女

性為主，年齡在 30~39 歲以下居多；婚姻狀況以未婚為主；教育程度以研究所以上居多；職業以軍公教警居多；居住地區以台北市、新北市為主；參觀同伴性質以家人或親戚居多，其次是獨自參觀；參觀理由以展覽主題居多，其次為個人興趣；參觀目的以休閒娛樂為主，其次為教育目的。涉入程度較高的遊客其職業以軍公教警居多，可能因為家庭背景與生活經歷有關，讓他們有機會更早接觸與培養參觀博物館的習慣，而參觀理由以展覽主題居多，其次為個人興趣，與休閒涉入的子構面「吸引力」相互對應，代表展覽的主題會影響遊客之休閒涉入程度。參觀目的以休閒娛樂為主，其次為教育目的，亦表示博物館的功能已經跨越傳統的功能，除了提供一個教育場域外，就觀光休閒的角度來說，亦能扮演使遊客精神恢復的角色(Kaplan, 1993)。

#### 5.1.2 婚姻狀況在情感連結、知覺復癒有顯著差異

本研究以年齡、婚姻狀況、教育程度及參觀次數為自變項，分別以涉入程度、情感連結及知覺復癒為依變項進行單因子變異數分析，了解遊客社經背景的不同對涉入程度、情感連結及知覺復癒是否存在差異，結果發現在情感連結、知覺復癒方面，「婚姻狀況」有顯著差異(如表 4.26、4.30)。進一步剖析各年齡層對情感連結做進一步探討，發現「已婚，有小孩」的遊客在各變項之子構面所得的平均值皆較顯著(如表 4.36)。經獨立樣本 t 檢定發現婚姻狀況經事後檢定為  $3 > 1$  (如表 4.26、4.30)，本研究人口統計變項中「已婚，有小孩」以情感連結的「認同感」此構面平均數最高，在知覺復癒中的「遠離」此構面平均最高。本研究推論「已婚，有小孩」的遊客對過去的生活經驗、回憶、文化認同有較深的情感連結，能透過潛意識的信念、偏好、價值與環境產生連結；亦說明遊客因認同感較深而產生強烈的情感連結，更容易與此場域達到共鳴進而達到覺復

癒的效果。

在知覺復癒構面中，「已婚，有小孩」的遊客可以藉由參觀歷史博物館暫時遠離熟悉的環境，以避開生活中所面對的壓力與責任，在此環境可以使遊客處於一個與平常生活完全不同的環境，做一些不同於平常的事情，與展場的展示文物產生較深的連結，暫時享受獨處空間。

本研究認為 Kaplan (1989) 所提出的復癒條件中，魅力與遠離的觀點接近於地方認同的情感脈絡，因為遊客對環境產生情感連結進而容易與地方產生關係，亦加深對地方的認同感。具有情感連結的環境可以滿足人們的情感需求，使人們維持環境認同感或偏好，進而此環境可以對個人產生恢復與治療的效果，也影響遊憩行為與重遊意願。

## 5.2 建議與管理意涵

(一) 根據本研究的人口統計基本資料分析，發現參觀遊客的年齡以 20~29 歲以下居多，職業以學生族群為主，但是經由單因子變異數分析發現學生族群在涉入程度、情感連結以及的知覺復癒都未呈現顯著性，既然學生族群是博物館的重要參觀來源，未來館方應該如何加強此族群的參觀動機。故本研究建議可以透過網路、手機 APP、電視雜誌媒體加強行銷策略管道，亦可增加周末夜間展覽，舉辦相關活動以吸引更多的遊客。

(二) 在人口基本資料析中，遊客參觀理由以「展覽的主題」佔 77.3%，代表展覽主題會吸引遊客參觀的意願，館方應該從被動的立場轉為積極的態度，將博物館生活化納入民眾的生活中。例如：配合電視戲劇的演出加強情感、行動體驗，在展示清朝服飾時，館方人員親自示範如何穿著清朝服飾，亦或是現場能有親自體驗如何穿著清朝服飾的體驗活動，藉此拉近與民眾之間的距離增加情感上的連結，亦創造展覽品的體驗價

值。

(三) 參觀目的以休閒娛樂為主佔 76.6%，就觀光休閒的角度來說，亦能扮演使遊客精神恢復的角色。未來博物館如何加強經營，繼續保持優勢並加強改善重點，以提升服務的品質。

(四) 在涉入程度，以「自我表現」構面平均數最低，尤其以「當他人聊到歷史文物或相關議題，我可以與他侃侃而談」、「我能為他人解答歷史文物相關問題」。應該加強學生的歷史教育知識及歷史文化認同，這些需要從基本教育來著手，從小培養學生的歷史人文素養及興趣。

(五) 在情感連結方面，以「根深蒂固」構面平均數最低，「當我想要參觀博物館時，我總是先想到歷史博物館」、「逛完歷史博物館，我會想要蒐集跟博物館有關的周邊商品」在一般民眾的印象中，國立故宮博物院的知名度高過於歷史博物館，館方應該加強經營國立歷史博物館之展覽主題特色，建立品牌能見度。另外，館方可以增加文創商品的種類與實用性，以故宮文創商品為例，目前已累積文創商品逾四千種，其中九成以上是為故宮獨家開發的專屬商品，形塑出市場差異，打響故宮品牌，創下新台幣七·五億元營業額。

(六) 在知覺復癒方面，本研究採用 Pals et al.於2009年所提出的 PRCQ 問卷在館內施測，知覺復癒之五個構面之平均數依序分別為：

新奇(3.736) > 一致性(3.725) > 遠離(3.713) > 魅力性(3.711) > 相容性(3.675)  
展場情境設計讓遊客具有較高之「新奇性」與「一致性」，但在「魅力性」、「相容性」上卻表現欠佳。以「相容性」構面平均數最低，其中以「在這裡，我可以做我喜歡做的事情。」之平均數最低，歷史博物館大多數以靜態展覽歷史相關文物為主，所以建議博物館增加歷史相關之體驗活動，藉此提高遊客的感受程度，以達到復癒性環境之效果。

由 Packer and Bond (2010) 的「博物館復癒性環境」(Museums as Restorative Environments)一文中，針對 591 名遊客進行問卷調查，其受訪者之平均數為 3.6，研究結果顯示有 56% 遊客認為博物館具備環境知覺復癒的效果。進一步，本研究與 Packer and Bond (2010) 進行分析比較，由表 5.1 可知相同場域兩次不同問卷之發放，遊客在知覺復癒之平均數皆高於平均值。在魅力性方面，Packer and Bond (2010) 的研究中，遊客在「魅力性」具有最高的感受；本研究中，遊客雖在「魅力性」上的感受偏低，但在「新奇性」的感受最強。在 Packer and Bond (2010) 的研究中，遊客在「一致性」的感受最低；在本研究中，遊客在「相容性」的感受最低。在過往的研究，知覺復癒的研究範疇大多以自然環境為主，但是從 Kaplan (1993) 與 Packer and Bond (2010) 的研究發現，不同類型的博物館是具備提供恢復性環境的潛力，讓遊客放鬆與減輕壓力。

在本研究中，遊客在「相容性」的感受最低，其中以「在這裡，我可以做我喜歡做的事情。」此平均數最低。相容性指的是一個能夠支持個人喜好與意圖的環境，自然環境常被認為具有高的相容性，因為自然環境可與人們的喜好產生興趣與共鳴 (Kaplan, 1995)，在高度相容性的環境中將需要更少的精力，能幫助從直接注意力引起的疲勞中恢復；反之，若要停止直接注意力則必須避免不相容之情況發生，亦即在不相容之環境中更需要直接注意力 (Kaplan, 1989)。Laumann 等人 (2001) 指出，相容性是預測自然環境最主要的構面，因此施測場域內之綠色植栽越多，相容性越高；而歷史博物館屬於室內人工展場並非自然展場，其展覽型態以靜態展示文物為主，較欠缺動態體驗活動，其相容性相對較低亦為合理。當個人想做之事情符合環境之要求與所提供之資源時，就會使人產生相容感覺 (Hartig et al., 1997)。

在 Packer and Bond (2010)的研究中，遊客在「延展性（一致性）」的感受最低，展場的情境設計讓遊客無法達到的延展性。延展性指的是一種在時間或空間上擴展成為一個更大且不同世界的環境(Kaplan, 1995)。具延展性特徵的環境，讓人藉由其感官或認知上之運作，在頭腦想像中提供豐富之探索及體驗，將大部分的心力專注在其中，進而避免使用直接注意力，使其能夠有機會復原，並可藉由感官或認知之運作，讓人們將心思投入於現實或想像之世界中，進而產生擴展延伸之感覺(韓可宗，2002)。

因此雖同樣是博物館展館，兩者間之研究結果存在些許的不同，在本研究中，新奇與一致性是得分相當高的構面，但在 Packer and Bond (2010)的研究中，延展性（一致性）卻是得分最低的構面。因此亦建議往後研究可以就其他不同類型的博物館進行施測並增加質性研究，探究不同類型的館是否影響知覺復癒之各項結果。

**表 5.1 本研究與國外歷史博物館之知覺復癒比較**

本研究(PRCQ) (五點量表：1~5分)			Packer and Bond(2010) (七點量表：0~6分)		
構面	平均值	排序	構面	平均值	排序
魅力性	3.711	4	魅力性	4.4	1
新奇性	3.736	1	遠離	4.2	3
遠離	3.713	3			
一致性	3.725	2	延展性	4.1	4
相容性	3.675	5	相容性	4.3	2

資料來源：本研究整理、Packer and Bond (2010)

### 5.3 研究限制與未來研究建議

本研究受限於人力、物力及時間的影響，無法進行更周全的探討與研究，惟以本研究之問卷調查與初步分析結果，提供後來研究者繼續討論方向：

(一) 研究屬於量化研究，建議後續研究加入質性研究進行深度訪談，以得到更完整的資訊，提供相關單位在規劃經營時能更符合遊客之需求。

(二) 本研究進行問卷調查期間，歷史博物館正展出「普普·塗鴉開斯哈林特展」，部分遊客參觀理由受到此展覽主題吸引才前往參觀，未來研究應該針對歷史博物館的常設展館加以研究調查。

(三) 本研究以自然連結的概念延伸推廣到室內的展場，當遊客與歷史文物展示品產生共鳴時，達到情感上的連結，亦說明說室內展場具有復癒性環境的特徵。建議未來可以針對不同的室內展場進行研究，不同的室內展場是否具有相同的環境復癒效果。

#### 5.4 小結

博物館的功能常常被用來當作教育的項目，從某些博物館的工作人員來看，教育並不是其主要目的，只是一個使參觀博物館的行為可能被合理化的看法而已；另一方面，有些理論的建議也許能藉由博物館經驗而得到相當不一樣的需求，除了博物館教育的功能，它還能扮演恢復的角色(Kaplan, 1993)。換句話說，它可能可以創造平靜及冷靜的感覺，使得人們可以修復他們自己的認知及情緒的效用。此外，從自然連結相關研究結果發現，自然連結的概念運用在大自然環境可以達到良好的注意力恢復性效果；經由本研究證實可以將連結的概念推展到室內的展場，經，當遊客涉入程度越高時，對該場域的情感連結越高，能與該場域展示文物產生共鳴，使遊客恢復疲勞且放鬆，亦即該場域具有復癒性環境之效果，情感連結愈強的遊客越能達到復癒性環境之效果。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

1. 林震岩(2007)，「多變量分析：SPSS 的操作與應用」，再版，台北：智勝文化。
2. 曾慈慧、沈進成(2010)，「遊客之休閒涉入、地方感與環境復癒知覺關係之研究：以美國德州大彎國家公園為例」，新竹教育大學人文社會學報，第三卷第二期，頁 119-145。
3. 潘明全 (2010)，「支付機制及購物情境對購買意願的影響：以產品涉入為干擾變數」，行銷評論，7:1，頁 25-50。
4. 鄭佳昆、郭蕙瑜(2014)，「與未造訪過地點之地方連結發展探討」，地理學報，73.06，頁 29-52。
5. 韓可宗 (2002)，「自然環境對健康恢復的影響」，科學農業，50:3/4，頁 209-218。
6. 韓可宗 (2002)，「療癒型環境理論評介」，中華心理衛生學刊，15:1，頁 47-71。
7. 戴有德、陳冠仰、李素馨，(2008)，「遊憩涉入、場所依賴與場所認同因果關係之研究：以東豐綠色走廊遊憩自行車使用者為例」，戶外遊憩研究，21(4)，頁 27-57，中華民國戶外遊憩學會出版。
8. 黃光男，(2007)，博物館企業，頁 53，臺北市:藝術家出版。
9. 陳寬裕、王正華，(2010)，結構方程模型分析實務 AMOS 的運用，臺北市:五南出版社。
10. 王興文(2014)，「懷舊情感對地方連結之影響」，國立臺灣大學園藝暨景觀學系。

11. 王婷萱 (2014)「地方依附與環境衝擊之相關性探討」，國立臺灣大學園藝學研究所。
12. 方怡堯 (2002)「溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究—以北投為例溫泉」，國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所。
13. 任國晏(2010)「睡眠品質對溯溪者遊憩專業化、休閒涉入與地方感影響之研究」，國立新竹教育大學人資處。
14. 朱家慧 (2006)「涉入、體驗、依戀之影響關係研究—以鶯歌地區為例」，南華大學旅遊事業管理學研究所。
15. 朱笠瑄 (2003)「東北角海岸攀岩冒險遊憩活動之研究」，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班。
16. 汪少強 (2016)「阿里山鄉樂野部落鄒族民宿旅客之住宿體驗、地方依戀及行為意向之研究」，南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班。
17. 吳佳純(2010)「花蓮居民健行活動涉入與砂卡礑步道依附之關係」，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所。
18. 吳靜思 (2008)「都市居民知覺居住環境品質、鄰里依附與知覺恢復性之相關性研究—以台中市為例」，靜宜大學觀光事業學系研究所。
19. 吳科驊 (2006)「登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究」，國立臺灣體育學院體育研究所。
20. 邱慧茶 (2009)「陶瓷博物館展示環境觀眾滿意度之研究」，國立臺灣藝術大學藝術與文化政策管理研究所。
21. 林映秀(2005)「涉入、體驗、依戀影響關係之研究-以南投水里蛇窯陶藝文化園區為例」，南華大學旅遊事業管理學研究所。

22. 林志遠(2010),「以交易成本與涉入理論探討遊客參與社頂生態旅遊」,屏東科技大學森林系所。
23. 林素美(2014),「國小教師參與海洋保育活動的計畫行為、涉入與偏好」,國立臺南大學生態科學與技術學系環境生態碩士在職專班。
24. 林衢良(2004),「大學生撞球參與者撞球場館滿意度、涉入程度與忠誠度之關係研究」,國立體育學院體育研究所。
25. 周先捷(2005),「環境偏好與環境恢復性知覺關係之研究—以山景景觀為例」,靜宜大學觀光事業學系研究所。
26. 洪嘉雯(2014),「新北市立鶯歌陶瓷博物館遊客之活動涉入、地方依附與滿意度之關係」,國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系碩士論文。
27. 翁士軒(2007),「休閒涉入、心理承諾、知覺可掌握的資源對遊憩替代意願的影響關係之研究—以自行車為例」,靜宜大學觀光事業學系研究所。
28. 唐宜君(2014),「個人自然連結對自然景觀知覺之影響」,國立台灣大學園藝景觀學系博士論文。
29. 陳肇芳(2007)「大學校院學生休閒運動參與、涉入與滿意度關係之研究」,國立嘉義大學體育與健康休閒研究所。
30. 陳儒賢(2014),「休閒涉入、環境復癒知覺與地方依戀之相關研究：以麻豆總爺藝文中心為例」,國立嘉義大學管院碩士在職專班。
31. 郭淑菁(2003),「登山社員休閒涉入、休閒滿意度與幸福感之研究」,大葉大學休閒事業管理學系碩士班。
32. 郭蕙瑜(2012),「景觀元素對延續地方連結之影響」,國立臺灣大學園藝學研究。
33. 曾鈺琪(2014),「自然連結、美感體驗與環境敏感性發展：十位都市

青少年的自然經驗之紮根理論研究」，國立臺灣師範大學環境教育研究所。

34. 張秀蓉 (2010)，「環境恢復性知覺與復癒效益之研究—以大學校園綠化空間為例」，逢甲大學景觀與遊憩研究所。
35. 張純婉 (2011)，「醫療院所內益康花園的恢復性知覺與生心理效益之研究—以台中榮總為例」，東海大學景觀學系。
36. 黃韻璇(2009)，「自然旅遊環境四項心理效益交互影響關係之探討-以南投縣惠蓀林場為例」，國立中心大學農村規畫研究所。
37. 黃韋傑 (2012)，「解說活動涉入野生動物觀光餵食的效益：以烏山獼猴保護區為例」，南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班。
38. 劉力仁 (2015)，「醫療院所療癒性庭園恢復性環境知覺與情緒效益之研究—以台中榮民總醫院為例」，逢甲大學景觀與遊憩碩士學位學程。
39. 劉嘉豪(2012)，「健行者在自然環境休閒涉入與休閒滿意度對其心理復癒之研究」，國立體育大學休閒產業經營學系碩士班。
40. 詹智勝 (2007)，「景觀空間涵構對景觀偏好與注意力恢復之影響」，逢甲大學景觀與遊憩研究所。
41. 廖晏秋 2015，「景觀庭園風格對恢復性環境知覺與復癒效益之影響」，逢甲大學景觀與遊憩碩士學位學程。
42. 廖婉婷 (2012)，「不同公園情境對自然度感受及偏好影響之研究」，國立臺灣大學園藝學研究所。
43. 羅焱文 (2012)，「校園環境恢復性知覺與心理效益之研究-以逢甲大學為例」，逢甲大學景觀與遊憩碩士學位學程。
44. 蘇佩文 (2014)，「動物園環境景觀之知覺復癒研究」，南華大學旅遊

事業管理學研究所。

## 二、英文文獻

1. Andrews, J. C., Durvasula, S. & Akhter, S. H. (1990). *A framework for conceptualizing and measuring the involvement construct in advertising research*. *Journal of Advertising*, 19(4), 27-40.
2. Bogac, C. (2009). *Place attachment in a foreign settlement*. *Journal of Environmental Psychology*, 29(2), 267-278.
3. Bricker, K. S., & Kerstetter, D. L. (2000), *Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists*, *Leisure Sciences*, 22(4), 233-257.
4. Celsi, R. L., & Olson, J. C. (1988). *The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes*. *Journal of Consumer Research*, 210-224.
5. Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety: The experience of play in work and games*. San Francisco: Jossey-Bass.
6. Dimanche, F., Havitz, M, E., & Howard, D. R. (1991). *Testing the Involvement Profile Scale in the Context of Selected Recreational and Touristic Activities*. *Journal of Leisure Research*, 23, 51-66
7. Dutcher, D. D., Finley, J. C., Luloff, A. E., & Johnson, J. B. (2007). *Connectivity with nature as a measure of environmental values*. *Environment and Behavior*, 39, 474-493.
8. Elisabeth Kals(2014)*Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*pp 83-88.
9. Gilles, L. & Kapferer, J. (1985), *Measuring Consumer Involvement Profiles*, *Journal of Marketing Research*, 23, 41-53.
10. Hammitt, W.E., Backlund, E.A., & Bixler, R.D.(2004). *Experience use history, place bonding, and resource substitution of trout anglers during recreation engagements*. *Journal of Leisure Research*, 36, 356-378.

11. Hammitt, W. E., Backlund, E. A., & Bixler, R. D. (2006). *Place Bonding for Recreation Places: Conceptual and Empirical Development*. *Leisure Studies* 25(1), 17-41.
12. Hartig, T., & Evans, G.W.(1993).*Psychological Foundations of Nature Experience*. In Garling, T., & Golledge, R.G., (eds).*Behavior and Environment: Psychological and Geographical Approaches* :427-457. Amsterdam: Elsevier/ North Holland.  
DOI:10.1016/S0166-4115(08)60053-9
13. Hartig, T., Korpela, K. M., Evans, G. W. and Gärling, T. (1996). *Validation of a measure of perceived environmental restorativeness*.(Göteborg Psychological Reports, 26: 1-64). Göteborg: Göteborg University, Department of Psychology.
14. Hartig, T., Kaiser, F. and Bowler, P. A. (1997). *Further development of a measure of perceived environment restorativeness* (Working Paper No.5). Gävel, Sweden: Uppsala University, Institute for Housing Research.
15. Hartig, T. A., Mang, M., & Evans, G. W. (1991), *Restorative effects of natural environment experiences*, *Environment and Behavior*, 23, 3-26.
16. Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). *Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts*. *Leisure Sciences*, 12 (2), 179-195.
17. Herzog, T. R., Black, A. M., Fountaine, K. A., & Knotts, D. J. (1997), *Reflection and attention recovery as distinctive benefits of restorative environment*, *Journal of Environmental Psychology*, 17, 165-170.
18. Herif, M., & Cantril, H. (1947). *The psychology ego involvements, social attitudes and identifications*. New York: John wiley & Son.
19. Hidalgo, M. C., and B. Hernandez. (2001). *Place attachment: Conceptual and empirical questions*. *Journal of Environmental Psychology* 21: 273-81, doi: 10.1006/jevp.2001.0221.

20. James, W. (1892), *Psychology: Briefer Course*, New York: Henry Holt.
21. Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C. (2001), *Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties*, *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248.
22. Kals, E. (2014). *Affective Connection to Nature*. Germany, Germany: Springer Netherlands. Social and Organizational Psychology, Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt Email author, *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* pp 83-88.
23. Kaplan Stephen, Lisa V. Bardwell Lisa V., & Slakter Deborah B. (1993). *The Museum as a Restorative Environment. Environment and Behavior*, 725-742.
24. Kaplan, R., & Kaplan S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective* : Cambridge University Press.
25. Kaplan, R. & Talbot, J. F. (1988). *Ethnicity and preference for natural settings: A review and recent findings*. *Landscape and Urban Planning*, 15, 107-117.
26. Kaplan, S. (1995), *The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework*, *Journal of Environmental Psychology*, 15, pp.169-182.3. Kaplan, S., Bardwell, L. V., & Slakter, D. B. (1993), *The museum as a restorative environment*, *Environment and Behavior*, 25(6), 725-742.
27. Korpela, K., Hartig, T., Kaiser, F. G. & Fuhrer, U. (2001), *Restorative experience and self-regulation in favorite places*, *Environment & Behavior*, 33(4), 572-589.
28. Kim, S., Scott, D. & Crompton, J. L. (1997). *An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching*. *Journal of Leisure Research*, 29, 320-341.

29. Korpela, K., & Hartig, T. (1996). *Restorative qualities of favorite places*, Journal of Environmental Psychology, 16(3), 221-233.
30. Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. & Bacon, J. (2003). *An Examination of the Relationship Between Leisure Activity Involvement and Place Attachment Among Hikers Along the Appalachian Trail*. Journal of leisure research, 35, 249-273.
31. Kyle, G., Bricker, K. Graefe, A., & Wickham, T. (2004). *An examination of recreationists relationships with activities and settings*, Leisure Sciences, 26(2), 123-142.
32. Kyle, G., & Chick, G. (2002). *The social nature of leisure involvement*. Journal of Leisure Research, 34(4), 426-448.
33. Kyle, G. T., Graefe, A. R., Manning, R.E., & Bacon, J. (2004). *Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting*. Journal of Environmental Psychology, 24(2), 213-225.
34. Laumann, K., Gärling, T., & Stormark, K. M. (2001), *Rating scale measures of restorative components of environment*, Journal of environment psychology, 21, 31-44.
35. Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). *Measuring Consumer Involvement Profiles*. Journal of Marketing Research, 23, 41-53.
36. Leopold, A. (1949). *A Sand County Almanac: With essays on conservation from Round River*. New York: Ballantine Books.
37. Lewicka, M. (2013). *Memory as Enabler of Place Attachment*. Place Attachment, 49.
38. Low, S. M., and I. Altman. 1992. *Place Attachment: A Conceptual Inquiry*. In Place Attachment, I Altman and S. M. Low, 1-12. New York: Plenum Press.
39. Mayer, F. S., & Frantz, C. M. (2004). *The connectedness to nature scale*:

- A measure of individuals feeling in community with nature.*  
Journal of Environmental Psychology, 24, 503-515.
40. McIntyre, N. (1989). *The personal meaning of participation: enduring involvement*. Journal of Leisure Research, 21(2), 167-179.
41. McIntyre, N., & Pigram, J. (1992), *Recreational specialization reexamined: The case of vehicle-based campers*, Leisure Sciences, 14(1), pp.3-15. Mittal, M. (1989). *Measuring purchase-decision involvement profiles*. Psychology & Marketing, 6(2), 147-162. Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). *Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users*. Leisure Sciences, 17, 17-31.
42. Mugica, M., & Vicente, J. (1995). *The role of on-site experience on landscape preferences: A case study at Donana National Park*. Journal of Environmental Management, 47, 229-239.  
DOI: 10.1006/jema.1996.0049
43. Ng, C. F. 1998. *Canada as a new place: The immigrant's experience*. Journal of Environmental Psychology 18: 55-67,  
doi:10.1006/jevp.1997.0065.
44. Nisbet, E. K., Zelenski, J. M., & Murphy, S. A. (2009). *The Nature Relatedness Scale: Linking individuals' connection with nature to environmental concern and behavior*. Environment and Behavior, 41, 715-740.
45. Packer, J., & Bond, N. (2010, 10). *Museums as Restorative Environments*. Curator: The Museum Journal, 53(4), pp. 421-436.
46. Roberts, E. (1996). *Place and spirit in public land management*. In Driver, B. L. et al. (Eds.), *Nature and the Human Spirit and the Huma* College, PA: Venture Publishers.
47. R. Pals, L. Steg, F.W. Siero, K.I. van der Zee. (2009). *Development of the PRCQ: A measure of perceived restorative characteristics of zoo*

- attractions*. 29(4), 441-449.
48. Schultz, P. W. (2001). *The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere*. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 327-339.
- Selin, S. & Howard, D. (1988). *Ego Involvement and Leisure Behavior: A Conceptual Specification*. *Journal of Leisure Research*, 237-244.
49. Schultz, P. W. (2001). *The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere*. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 327-339.
50. Sherif, M., & Cantril, H. (1947). *The psychology ego involvements, social attitudes and identifications*. New York: John Wiley & Son.
- Slama, M. E. & Tashchian, A. (1985). *Select Socioeconomic and Demographic Characteristics Associated with Purchasing Involvement*. *Journal of marketing*, 49(1), 72-82.
51. Singh, N. A., Clements, K. M., & Fiatarone, M. A. (1997). *Sleep, sleep deprivation, and daytime activities: A randomized controlled trial of the effect of exercise on sleep*. *Sleep*, 20(2), 95-101.
52. Stone, R. N. (1984). *The marketing characteristics of involvement*. *Advances in Consumer Research*, 11(1), 210-215.
53. Stedman, R. C. (2003). *Sense of Place and Forest Science: Toward a Program of Quantitative Research*. *Forest Science*, 49(6), 822-829.
54. Thapa, B., Graefe, A. R., & Meyer, L. A. (2006). *Specialization and marine based environmental behaviors among scuba divers*. *Journal of Leisure Research*, 38(4), 601-615.
55. Ulrich, R.S.(1983).*Aesthetic and Affective Response to Natural Environment*,In Altman,I and Wohlwill,J.F.,*Behavior and the Natural*.
56. Wellman, J. D., Roggenbuck, J. W. & Smith, A. C. (1982). *Recreations pecialization and norms of depreciative behavior among canoeists*.

Journal of Leisure Research, 14, 323-340.

57. Zaichkowsky, J.L. (1985). *Measuring the Involvement Construct*. Journal of Consumer Research, 341-352.



## 附錄一：正式版問卷

親愛的先生/小姐，您好：

歡迎您來到國立歷史博物館，這是一份學術問卷，主要在探討遊客對國立歷史博物館是否具有讓人放鬆、療癒的看法，您能抽空協助填寫十分感謝！本問卷採不記名方式進行，所得的資料均予以保密，請放心作答。敬祝您旅途愉快！

南華大學旅遊管理研究所

指導教授：許澤宇 博士

研究生：洪熒雪敬上

第一部分：涉入程度	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我覺得一輩子至少要參觀一次歷史博物館，否則就白活。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2. 我覺得參觀「歷史博物館」過程我能獲得許多樂趣。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3. 參觀「歷史博物館」讓我感到愉快。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4. 參觀「歷史博物館」是我最喜歡的活動之一。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5. 我非常享受從事這項活動。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6. 我常和朋友討論「歷史文物」的相關話題。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
7. 我會主動蒐集有關「歷史文物」的相關資訊。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
8. 我發現我的生活有許多歷史的相關物品，如：書籍、圖片、影片等。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
9. 我常接觸歷史相關物品，如：書籍、圖片、影片等。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
10. 對我而言，探索「歷史」相關知識是很重要的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11. 參觀歷史博物館時，我可以盡情表現我對歷史文物知識的了解。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
12. 當他人聊到歷史文物或相關議題，我可以與他侃侃而談。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
13. 我能為他人解答歷史文物相關問題。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
14. 參觀「歷史博物館」符合我的個性、品味與風格。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

第二部分：情感連結	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我對展館內所呈現的歷史發展演變清楚。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2. 因常接觸與歷史有關的資訊（如書籍），因此我熟悉這裡所展示的內容。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3. 當我進到這裡我覺得似曾相識。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4. 參觀這裡，我認為我是歷史脈絡發展的一份子。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5. 參觀這裡，我覺得我的思緒、心情和這裡所展示的情境連結在一起。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6. 當我進入這裡，讓我覺得像家一樣有安全感/放鬆。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
7. 我認為知道歷史相關知識是重要的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
8. 我認為保存歷史相關文物展品是重要的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
9. 歷史博物館的環境對我而言很特別。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
10. 參觀歷史博物館對我而言有很重要的意義。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11. 我有責任去維護歷史文物展品。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
12. 如果臺灣沒有歷史博物館，我會覺得很可惜。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
13. 就我所喜歡從事的活動而言，沒有其他地方比得上參觀歷史博物館。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
14. 如果可能的話，我願意花更多的時間研究博物館內之歷史文物展品。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
15. 對我而言，歷史博物館是我空閒時最喜歡去的地方。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
16. 當我想要參觀博物館時，我總是先想到歷史博物館。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
17. 逛完歷史博物館，我會想要蒐集跟博物館有關的周邊商品。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

第三部分：復癒性環境	非常 不同 同意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 我認為「歷史博物館」是迷人的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2. 我認為「歷史博物館」是有魅力的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3. 在「歷史博物館」裡，有許多有趣的事物會無意間吸引我的注意。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4. 我想要更加瞭解「歷史博物館」這個地方。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5. 我覺得在「歷史博物館」可以有很多的探索與發現。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6. 我願意花更多的時間在「歷史博物館」觀察體驗。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
7. 這裡展示的東西吸引我的目光。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
8. 「歷史博物館」與我日常生活環境是相當不同的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
9. 當我在「歷史博物館」內所進行的活動與我日常活動相當不同。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
10. 在「歷史博物館」內所看見的展示品，對我而言是新鮮未見過的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11. 「歷史博物館」內有很多新奇事物。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
12. 「歷史博物館」是獨一無二的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
13. 在這裡，我感覺到可以不受工作及日常生活所拘束。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
14. 在這裡，我覺得可以遠離所有心煩的事情。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
15. 在這裡，我不用理會他人的眼光與期待。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
16. 在這裡，我覺得周圍展示陳列品是協調的。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
17. 在這裡，我覺得這個展場的佈置很有規劃、具整體感。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
18. 這裡的展示品與環境相融合。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
19. 這裡展示的物品與這個展場不會格格不入。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
20. 這裡呈現的風格我喜歡。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
21. 在這裡，我可以做我喜歡做的事情。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
22. 在這裡，我可以自得其樂。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
23. 在這裡，我可以很快適應、融入這裡的情境。	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

個人基本資料〈以下題目均為單選題，請依據您實際情形在欄位上打勾〉

1. 性別：1 男 2 女
  
2. 年齡：1 12 以下 2 12~19 歲以下 3 20~29 歲以下  
4 30~39 歲以下 5 40~49 歲以下 6 50 歲以上
  
3. 婚姻狀況：1 未婚 2 已婚，沒有小孩 3 已婚，有小孩 4 其他
  
4. 教育程度：1 國小 2 國中 3 高中/職〈含〉以下  
4 專科/大學 5 研究所以上
  
5. 職業：1 學生 2 軍公教警 3 工商業 4 服務業  
5 農林漁牧 6 家管 7 退休人員 8 其他
  
6. 個人月收入(學生、家管或退休人員請填選可支配所得)平均為：  
1 無 2 2 萬以下 3 20001~30000 4 30001~40000  
5 40001~50000 6 50001~60000 7 60001 以上
  
7. 居住地：1 台北市 2 新北市 3 桃園基隆  
4 中南部 5 東部 6 國外
  
8. 請問您每次來參觀『歷史博物館』的同伴性質？(可複選)  
1 獨自參觀 2 家人或親戚 3 同學  
4 朋友或同事 5 團體旅遊〈學校公司社團社區〉
  
9. 請問您每年參觀『歷史博物館』的次數是？  
1 第一次 2 第二次 3 第三次  
4 第四次 5 第五次 6 六次以上
  
10. 你會來此展場的理由：(可複選)  
1 展覽的主題 2 園方的知名度 3 園方整體環境  
4 門票價格合理 5 體驗活動 6 個人興趣 7 其他
  
11. 參觀目的：(可複選)  
1 教育目的 2 休閒娛樂  
3 增進親友感情 4 提供生活體驗 5 其他

**【問卷到此結束，再次感謝您的協助！】**