

國立交通大學

管理學院碩士在職專班經營管理組

碩士論文

懷舊情懷與文化消費行為 -

以國立故宮博物院之台灣，日本，美國觀眾為例



**Nostalgia and the Cultural Consumption Behavior -
a Study on the Visitors from Taiwan, Japan and United States in
the National Palace Museum**

研究生：臧若昀

指導教授：唐瓔璋 教授

中華民國九十八年六月

懷舊情懷與文化消費行為 -
以國立故宮博物院之台灣，日本，美國觀眾為例

**Nostalgia and the Cultural Consumption Behavior -
a Study on the Visitors from Taiwan, Japan and United States in the
National Palace Museum**

研究生：臧若昀

Student : Emma Ruoyun Tsang

指導教授：唐瓔璋 教授

Advisor : Dr. Edwin Yingchan Tang

國立交通大學
管理學院碩士在職專班經營管理組
碩士論文

A Thesis

Submitted to The Master Program of Business and Management

College of Management

National Chiao Tung University

in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master

of

Business Administration

June 2009

Taipei, Taiwan, Republic of China

中華民國九十八年六月

懷舊情懷與文化消費行為－ 以國立故宮博物院之台灣，日本，美國觀眾為例

研究生：臧若昀

指導教授：唐瓊璋 教授

國立交通大學管理學院碩士在職專班經營管理組

摘 要

「懷舊」風潮席捲消費市場，近二十年來也成為行銷學上的研究標的。本研究以國立故宮博物院做為「虛擬懷舊」之研究場域，以台灣，日本，美國的觀眾為研究對象，並利用美國學者Holbrook於1993年所提出的懷舊量表與李克特七點量表為測量工具，採取面對面問卷調查法，總共回收360份有效問卷。在資料分析上，首先以因素分析在懷舊量表的20道題項中萃取出五個懷舊傾向的構念，再以集群分析將受訪的觀眾分為四大懷舊傾向族群，分別為「懷舊厭今，悲觀未來」族、「物件懷舊，相信未來」族、「戀舊惜今，看好未來」族、「期待不多，實際度日」族。

接下來利用卡方檢定，將國家變數，人口統計變數，消費行為變數與「懷舊傾向」做交叉分析，得知除了年齡之外，不同國家，性別與教育程度的觀眾，其懷舊傾向都有顯著差異，而不同懷舊傾向的族群，表現在參觀次數，參觀時間，選用的導覽方式，與是否購買紀念品等選項上，亦出現顯著差異。同時，將不同的國家變數，與歷史物像記憶變數之間，以卡方檢定做交叉分析，也得知來自不同國家的觀眾，在參觀後對於不同的歷史物像與特展，保留了不同的記憶與喜好。

本研究以懷舊為出發點，利用歷史性博物館為研究平台，再加入不同的文化背景為變數，來探討三者之間的關係。在全球化的今日，希望這一份跨國的研究，也能做為文化創意產業的策略發展與消費者研究的參考。

關鍵詞: 懷舊，懷舊傾向，虛擬懷舊，文化消費行為，國立故宮博物院

Nostalgia and the Cultural Consumption Behavior – a Study on the Visitors From Taiwan, Japan and United States in the National Palace Museum

Student: Emma Ruoyun Tsang

Advisors : Dr. Edwin Yingchan Tang

The Master Program of Business and Management
College of Management
National Chiao Tung University

ABSTRACT

In recent decades, “nostalgia” has been a fashionable tendency in consumer markets as well as a new research topic in the Marketing discipline. This study is conducted by using the “Nostalgia Scale” proposed by Holbrook in 1993 and the seven-point Likert Scale as the measurement tools, and the National Palace Museum as the venue of research. Visitors from Taiwan, Japan and United States are interviewed personally and totally 360 effective samples of interview questionnaires are collected. In the process of the data analysis, the Factor Analysis is firstly used to reduce the 20 statements in the “Nostalgia Scale” to five major factors which are the basis for classifying the 360 interviewees into four nostalgia-proneness groups with the Cluster Analysis: Group 1, “nostalgic for the past and negative for future”; Group 2, “nostalgic for objects but positive for future”; Group 3, “nostalgic for the past but positive for future” and Group 4, “Realistic about life and without much expectation”.

Meanwhile, we use the Chi-Square Statistic to cross-tabulate the “nostalgia-proneness” with variables of the visitors’ native countries, demographics and consumption behavior. The results show that except the age, visitors’ native countries, genders, and levels of education do cause significant differences in their nostalgia-proneness. Besides, interviewees of different nostalgia-proneness groups also show differences in visiting frequency, time spending, tour guide tool selection and souvenir shopping. Furthermore, having cross-tabulated the variable of the native-country with the ones about historical-image-memory, we find that visitors from different countries do remember differently in the museum.

This study starts from the discovery of nostalgia and then includes a historical museum as the research platform and different cultural backgrounds as independent variables in order to discover the relationship among these three subjects. It is expected that this study will be regarded as a reference for the strategy development and consumer research of the culture and creativity industry, especially in the current trend of globalization.

Key words: Nostalgia, Nostalgia Proneness, Virtual Nostalgia, Cultural Consumption Behavior,
National Palace Museum.

致 謝

剛進交大的時候，翻著學長姐論文前的致謝，常常讓我感動不已。今天終於到了我自己來寫致謝的這一刻，心中真是百感交集。回顧在交大三年的時間，的確是一段苦樂參半的歲月。對於來自文科背景的我來說，這裡許多課程的要求，都是一個全新的挑戰。然而在面對每一個挑戰之後，都是一次刻骨銘心的學習與成長。

我首先要感謝的，是我敬愛的指導教授，唐瓊璋老師。唐老師所教導我的，不只是學術知識或是如何寫論文而已。在老師每一次的課堂上，與每一回的對話裡，他都能帶給學生視野的開拓與思考層次的提升，雖然常常令我遭遇回答不出來的窘境，但終究讓我畢生難忘而且受用無窮。同時，我也萬分感激唐老師在我面臨論文寫作的低潮期時，所給予的理解，包容，指導，督促與鼓勵，終於讓我得以順利畢業，完成夢想。

論文內審期間，感謝丁承老師撥冗指導。口試期間，感恩曾芳代老師，陳美芳老師與故宮朱惠良老師在百忙中審閱，並且給予豐富的建議與指正，讓本論文得以修正以臻完整。

我也要特別謝謝在職專班的大姊姊謝安慈小姐，在這三年之中，所提供之源源不絕的協助，耐心與聆聽，讓我渡過了許多學習上的關卡。並且，也謝謝碩班的怡娟與彥棠，與我一起在台北故宮收集問卷：拿著日文小抄，提著五六個厚重的墊板與三種不同語文的問卷，在故宮大廳甚至庭院中尋找觀眾填寫，還必須三頭六臂地輪番遞上紙筆、輔助圖片與紀念贈品，如果沒有二位，我將無法完成這份論文。

謝謝我的中國藝術史啟蒙老師，也是現今國立故宮博物院的院長周功鑫博士，您當年的啟發引領我今日的論文；謝謝故宮展示服務處王士聖女士提供的協助，以及三處中我實在應稱之為老師的叔叔伯伯阿姨們所慷慨分享的寶貴知識。謝謝故宮圖書館內親切的大哥大姊們，也謝謝ANTENNAUDIO語音導覽的服務人員、馥榕與泱曦，所友善提供的日文翻譯幫忙。

謝謝所上曾經一起修課的同學，無論是在職專班、碩班或是MBA學程的伙伴，彼此間溫暖的互動與幫助。謝謝登訓大哥，花蘭，芸青，永泉，宏傑的經驗分享，以及最終與我並肩作戰，互相扶持，決心要一起畢業的怡真。謝謝如來行苑的孔家芯小姐與好朋友們，我在BBDO的主管傅文瑛小姐，以及好友羽漾與青燕在這段時間給我陪伴與支持。感恩蕭弘大哥臨時抽空幫我惡補日文！

最後，我要謝謝我的父母，在這段期間給我的信心，以及無條件的關懷與支持。謝謝我的奶奶，忍耐我常常缺席家庭聚會。謝謝我的弟弟常常逗我笑。

應該要感謝的人實在太多，所有接受過的溫暖幫助，點滴都在我心頭。謹將本篇論文，獻給所有幫助我，關心我的人。

臧若昀 謹誌

2009年6月

目 錄

摘 要.....	i
ABSTRACT.....	ii
致 謝.....	iii
目 錄.....	iv
表目錄.....	v
圖目錄.....	v
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究問題與目的.....	2
1.3 研究對象.....	2
1.4 研究流程.....	3
第二章 文獻回顧.....	3
2.1 「懷舊」.....	4
2.1.1 懷舊的歷史與定義.....	4
2.1.2 懷舊的分類.....	7
2.2 博物館經驗與懷舊.....	9
2.3 文化，文化消費行為與跨文化能力.....	11
第三章 研究方法.....	12
3.1 研究架構.....	12
3.2 變數的操作性定義與衡量.....	13
3.3 研究假設.....	14
3.4 問卷設計.....	15
3.5 抽樣設計.....	19
3.6 資料分析方法.....	20
第四章 資料分析.....	21
4.1 樣本結構分析.....	21
4.2 因素分析.....	24
4.3 集群分析.....	26
4.4 懷舊傾向的不同國家變數、人口統計變數、文化消費行為變數之卡方分析.....	28
4.5 不同國家變數與歷史物像記憶變數之卡方分析.....	33
第五章 結論與建議.....	40
5.1 研究結論.....	40
5.2 研究建議.....	40
參考文獻.....	42
附錄.....	44
A. 本研究台灣版問卷與輔助圖片.....	45
B. 本研究日本版問卷與輔助圖片.....	52
C. 本研究美國版問卷與輔助圖片.....	59

表目錄

表 2-1 懷舊分類 (Holak and Havlena, 1996, 2006)	8
表 4-1 樣本國家別統計 (本研究整理)	21
表 4-2 樣本性別統計 (本研究整理)	21
表 4-3 樣本年齡統計 (本研究整理)	22
表 4-4 樣本教育程度統計 (本研究整理)	22
表 4-5 參觀次數統計 (本研究整理)	22
表 4-6 參觀所花費之時間統計(本研究整理)	23
表 4-7 導覽服務選用統計 (本研究整理)	23
表 4-8 懷舊傾向量表的因素分析結果 (本研究整理)	25
表 4-9 集群數分析判斷值	26
表 4-10 集群分析	26
表 4-11 集群命名資料整理	26
表 4-12 集群命名	27
表 4-13 卡方分析	28
表 4-14 研究假設 H1-H8 檢定之結果整理	29
表 4-15 卡方分析結果整理	30
表 4-16 「最吸引您的中國歷史朝代」分析結果	33
表 4-17 六朝隋唐，明代，清代受到各國觀眾喜愛之分佈狀況	33
表 4-18 「最讓您印象深刻的文物」分析結果	35
表 4-19 「最讓您印象深刻的文物」列聯表內容	36
表 4-20 「象牙鏤雕套球」受到各國觀眾喜愛之分佈狀況	36
表 4-21 「您是否有注意到二樓的繪畫特展追索浙派」之分析	38
表 4-22 研究假設 H9-H11 檢定之結果整理	39

圖目錄

圖 2-1 懷舊偏好整合模型 (Holbrook and Schindler, 2003)	6
圖 2-2 博物館互動經驗模式	10
圖 3-1 本研究架構圖	12

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

「懷舊」(nostalgia)一詞，是源自於兩個希臘字根「返回家鄉」(nostos)，以及「痛苦」(algos)，最初出現於十七世紀，由瑞士醫生 J. Hofer 於 1678 年的論文中提出，並提出以「nostalgie」一詞來代表思鄉病。

當時的歐洲，剛經歷過三十年宗教戰爭，瑞士在戰事中是向四周輸出傭兵的小國，Hofer 在瑞士籍的傭兵身上發現了「nostalgie」這種「渴望歸鄉」的疾病，其徵狀為：不斷地想念家鄉，並伴隨憂鬱、失眠、厭食與心悸等症狀，最後可能致死，或是進一步導致犯罪行為 (McCann, 1941)。

然而，演變至今日，「懷舊」已經從醫學用詞，轉變成用來形容人們對於過去事物所懷抱的一種懷念與思慕之情。這種情緒是正面的，如 Davis (1979)所述：懷舊是一種「對活著的過去的一種正面的召喚」，也就是過去的歲月是比眼前的日子美好的，而人們在懷舊的當下，情緒可以獲得真正的放鬆。其實自古以來，「懷舊」就是人類與天俱來的本能，無論國籍、年齡、個性剛強或文弱，每個人都免不了會有懷舊的情緒湧上心頭。在古希臘的荷馬史詩中，即使是木馬屠城記的英雄尤里西斯(Ulysses)都難逃的思鄉之苦 (McCann, 1941)。他也將思鄉化為力量，克服了海中仙女 Calypso 的誘惑，順利返鄉與妻子團聚。

現代的人們可以透過許多管道抒發自己的懷舊之情，例如收藏童玩，參觀古蹟，買一份鐵路便當與彈珠汽水，聆聽舊時的「懷念金曲」，甚至台灣本土電影「海角七號」與電視連續劇「光陰的故事」的熱映，都是一種懷舊情懷風行的現象。正如英國學者 Goulding 所說，「懷舊是門大生意」(Goulding, 2001)。當社會變動越大，人們也就越容易產生懷舊的情緒 (Unger et al., 1991)。當然，步入博物館，藉由欣賞古文物，而發思古之情，則是一種「虛擬懷舊」的表現 (Holak and Havlena, 1996)。本研究即選擇國立故宮博物院(以下簡稱為台北故宮)為「懷舊」的研究場域。

1.2 研究問題與目的：

「文化」是記憶，價值觀，與生活風格的共同累積。台灣獨特的歷史背景，發展出今日綜合的文化風貌。因此，即使是我們的日常生活中的懷舊情緒，也時常在不同的文化背景的框架中輪番浮現。例如：人們可以在參觀古蹟的當下懷念著老台灣；也可以在享用中式茶點時，感受古中國的文人風雅。人們在日據時代的建築裡緬懷我們的祖先，但也會在西洋金曲中，懷念流逝的青春。在這些懷舊的時刻中，不同的文化背景與懷舊情緒是交錯的。而我們對文化解讀的能力，會影響到我們的懷舊感受。

在博物館學的分類上，台北故宮屬於藝術與歷史博物館。其收藏主要來自北京的紫禁城，典藏了宋代以來的皇室收藏。藏品的跨越的時代非常寬廣：自距今七千多年前新石器時代的玉耳飾玦、管珠等，綿延到清代的書畫與工藝美術品，不但勾勒奢華富麗的宮廷情調，更可重現中國古代文人生活的典雅精緻。種種的生活用器與藝術作品，常呈現中外不同的歷史源流與文化相互融合的軌跡。台北故宮可稱為世界上最豐富的中國文化寶藏。來台灣觀光的世界各國遊客，幾乎都要到此一遊，駐足於豐富的展品前，感受古代中國文化的豐富，多元與輝煌。

數千年以來，多種文化的交流激盪，既呈現於豐富的古文物裡，也存在於人潮洶湧的觀眾間。來自不同國家的觀眾，各帶著自己的文化框架，來探索華夏文化的遺跡。他們是如何欣賞、觀察、解讀這些古老的藝術文物？在故宮展覽廳中，「懷舊情懷」正悄悄地在遊客心田裡發酵，除了影響文化消費行為之外，「懷舊情懷」與「不同文化背景」間，又碰撞，交織出了什麼樣的光譜呢？

此一研究，是利用量化分析方法，將「懷舊」課題放入「博物館」與「文化」的範疇中來探索。在全球化的今日，希望這一份跨國的研究，也能做為文化創意產業之策略發展與消費者研究的參考。

1.3 研究對象

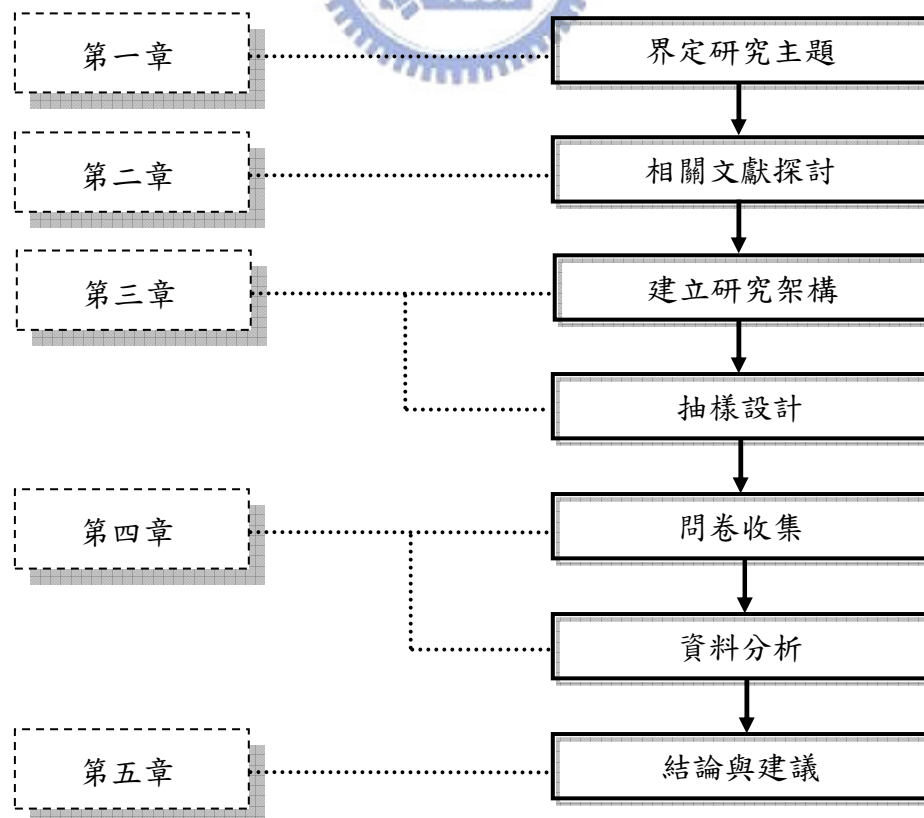
本研究對象為來自台灣，日本與美國的觀眾，各國的男女性別比例皆控制為各50%，年齡則維持常態分佈。此外，受訪者在填寫問卷之前，均已先行參觀完台北故宮。

本研究鎖定這三個國家之觀眾的原因，是因為他們都與台灣以及中國有著清楚地歷史

關連：台灣觀眾在成長過程中，本身就長時間沐浴在中華文化之中，與台北故宮的展覽品，屬於同一個文化血脈；日本在歷史上，自古代以來即接收到漢文化深刻的影響，並曾是台灣的殖民者，目前仍有過半數的日本民眾對台灣抱持著親近感(中國時報，2009年5月2日A12版)。至於美國，自19世紀以來就與中國接觸，二次大戰在亞洲參戰，其後又經歷韓戰與越戰，並曾於台灣駐軍，與亞洲的淵源也相當深刻。因此，這三個國家的觀眾，背後即有可能是因為受到這些歷史淵源的驅動，而前來台灣觀光旅遊，並到台北故宮參觀。然而不同的國籍，又代表了他們是來自不同的文化背景，擁有各自不同的文化框架。由文獻中得知，懷舊傾向是因人而異的。因此，本研究即以這三個國家的參觀者為訪問對象，探討不同文化背景，如何影響懷舊傾向。

1.4 研究流程

本研究流程如下圖。在界定了研究主題，目的與研究對象後，將回顧國外與懷舊相關的文獻，進而建立起研究架構與假說，並設計研究問卷進行調查，問卷回收後加以量化方法分析與解釋。最後綜合分析結果，提供實務上的建議與未來研究的方向。



第二章 文獻回顧

2.1 「懷舊」

2.1.1 懷舊的歷史與定義

當17世紀的瑞士醫生J. Hofer在提出「懷舊」一詞時，他所陳述的「懷舊」是一種「思鄉病」，症狀有沮喪，哭泣，缺乏食慾，以及自殺等症狀。Hofer以醫學的角度，試圖在生理學與神經解剖學中尋找這個「神經系統的疾病」的起源。Hofer指出，「思鄉病」是人腦中一種動物特質的遺留，其不斷的振動引發了中腦所儲存的家鄉印象，因而發病 (Hofer, 1688, 轉引自Davis, 1979)。1731 世紀，瑞士德語區的醫生J.J. Schienzer (轉引自Sedikides et al., 2004) 認為，懷舊是大氣壓力造成人身壓力過大，導致血液由心臟流回大腦，因而造成了情緒失常 (Davis, 1979)。當時，這個病症被認為是瑞士地區獨有的，並歸類為一般外科疾病。甚至有軍醫認為，思鄉病是緣起於阿爾卑斯山上斷斷續續傳來的牛鈴聲，傷害了人腦的神經系統。到了19世紀的拿破崙戰爭後，歐洲受戰役的影響面擴大，讓思鄉病在歐洲各地的士兵身上出現，這個病症就不再侷限於瑞士地區了。到該世紀末，隨著精神科醫學的發展，思鄉病從大腦疾病，又被歸類到身心失調之疾病，與憂鬱症同屬一系。佛洛伊德曾經這樣形容「懷舊」：「以過去殘存的記憶，混合了當下的幻想，形成一種回到一個隱藏的家的渴望」(Freud, 1906, 轉引自Havlena and Holak, 1991)。這個觀念一直延續到20世紀中，思鄉病仍然被視為一種沮喪的心裡症狀，並常發生在軍人，海員，移民與大學一年級的學生身上。

一直到20世紀後期，人們才將「懷舊」與「思鄉病」分開。心裡臨床學家認為，懷舊的成因是源於人類渴望回到母親的子宮中(Martin, 1954)。人們感到出生之前，是身處在一個安全又舒適的環境裡(Foder, 1950)。隨著學術發展，「懷舊」不但脫離了軍事與醫學，更進而開始被人們與「溫暖」、「舊時光」、「童年」與「渴望」等觀念相提並論，最終也脫離了心理學，而進入了社會學的研究範疇(Davis, 1979)，近幾年來更在行銷廣告的領域上靈活運用，而戰後嬰兒潮世代，即是主要以「懷舊」來動之以情的行銷溝通對象 (Havlena and Holak, 1991)。

社會學家 Davis定義「懷舊」為「一種痛苦的返家渴望」。同時，他認為懷舊是一種特殊的機制，讓人們在面對從過去，現在到未來，所要面臨的生命角色的建構，維持，與解構時，還能擁有的自我身份認同。Davis是由社會學的角度出發，以人生角色之移轉與適應

機制來分析「懷舊」，他認為生命中的不確定性與與生活中的改變，會引發出懷舊的情緒。同時，人們在面對中年危機，或轉換跑道，或接近退休，或面對離婚或失去摯愛時，也特別容易感到懷舊。而談到「懷舊傾向」(nostalgia-proneness)的強弱，Davis 則認為這是一種個人特質的表現 (Holak and Havlena, 2006)。

在1979年Davis的「Yearning for Yesterday」一書中，他認為男性面對生命中各種角色改變的機會(例如：參加戰爭，工作轉換等)是高過女性的，因此男性比女性容易懷舊。然而Davis在提出這個觀點時的社會背景，還有著「男主外，女主內」的觀念影響。以目前的社會環境來說，這個論點可能就無法成立了。比較有趣的是，學者們發現女性容易藉由物件來保存過往的回憶。而男性傾向於記憶「行動物件」(objects of action)，例如：運動器材，電視與汽車；女性則傾向記憶「靜觀物件」(objects of contemplation)，例如：照片，藝術品，紡織品 (Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton, 1981)。

以Davis的研究為基礎，Holbrook (1993)定義「懷舊」為：「一個人對其年輕時期之普遍事物的偏愛」，而且將上述每一個詞語，都加強了清楚的定義：「年輕時期」，包含了成年早期，青少年，童年時期，以及出生之前；「普遍」，代表了流行的，受歡迎的，或是廣為流傳的；「事物」含括了人、地、物；「偏愛」則指一般的喜愛，或是正面的態度，與喜愛的情感 (Holbrook, 1993)。同時，他也整合了歷史學家 Lowenthal、社會學家 Davis、心裡學家 Fodor 與 Nawas and Platt等五位學者的研究，發展出了一套「懷舊量表」(the nostalgia scale)，表中有二十項陳述，並以Davis 對於「簡單懷舊」的定義「我覺得過去比現在好」為基礎，將這二十項陳述，以「對過去帶有正面態度」與「對過去感到負面情緒」為各半混和組成。本研究即以Holbrook的量表為基礎，搭配李克特七點量表，來進行「懷舊傾向」的測量。

同時，Holbrook與Schindler兩位學者將「懷舊」往消費行為的方向做結合。他們於1989，1994，1996與2003年，分別以1932到86年的28首流行歌曲、62位不同年代的電影明星、1927到88年的奧斯卡最佳影片，以及1915年到94年的轎車來當刺激物，來研究人們最容易回憶的年齡點 (age-related preference peak)。總結他們的研究發現，青春期晚期 (late adolescence) 與成年初期(early adulthood)是形成個人一生偏好的關鍵時期，而且「懷舊傾向」的確影響了消費者的購買偏好。Holbrook與Schindler將懷舊偏好(nostalgia preferences)的模式整合如圖 2-1：

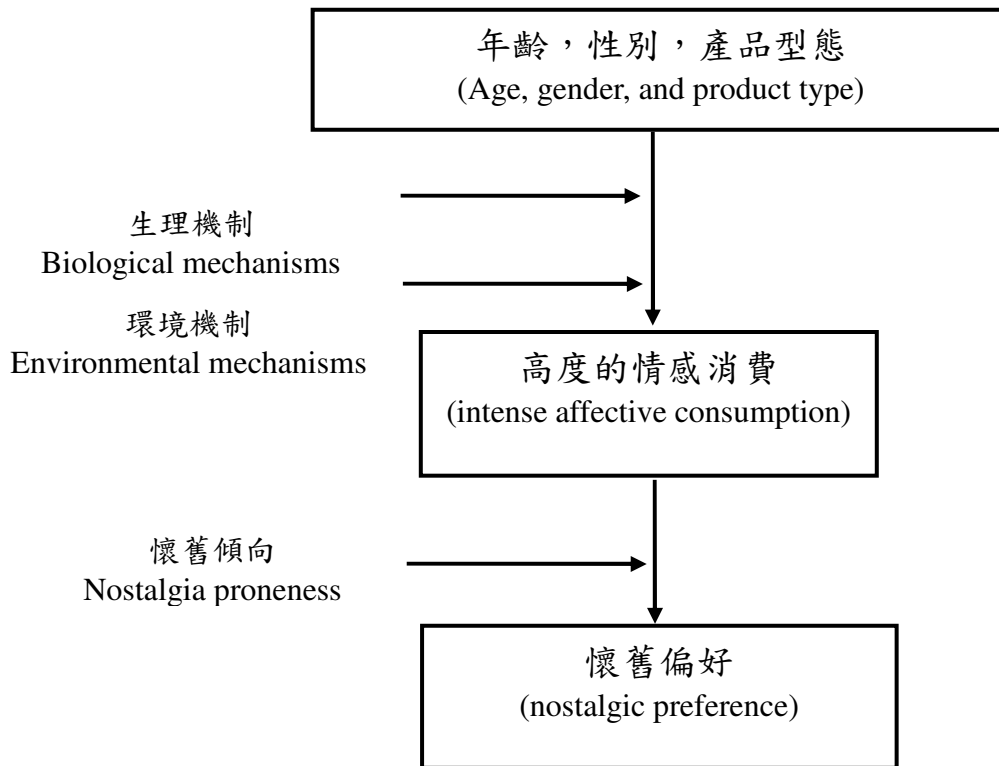


圖 2-1 懷舊偏好整合模型 (Holbrook and Schindler, 2003)

學者Havlena與Holak(1991)認為，懷舊是一種情緒，愉悅與不愉悅的成分同時存在其中，而「苦樂參半」(bittersweet)是「懷舊」主要的特質。當人們懷舊時，是用一種選擇性的記憶的方式，去回想個人早年的生活(Havlena and Holak, 1991)。然而，並不是所有過往的人事物，對於引發「懷舊」，都能具有相同的能力。Havlena與Holak(1991)指出，有關青少年晚期與成年早期的回憶，最是容易引發懷舊情緒，而人們的懷舊傾向則在中年之後或是年屆退休時分達到高峰。這個結論，也呼應了Davis(1979)，Holbrook與Schindler(1989, 1993)三位學者的研究成果。另外，學者Baker與Kennedy(1994)則指出，自心理學的角度來看「懷舊」時，探討的是這種「類似疾病」之狀態的成因為何，也就是從「個人」為切入點來研究。但若從社會學的角度來看，則是探討人類對於過去的態度，與當下的生活狀態的關係，即是從社會領域的層面來觀察。同時他們定義懷舊為「個人對於過去的經驗，產品或是服務的一種善感或是苦樂參半的渴望」，可說是很明確地將過去針對「懷舊」的研究與行銷的思維結合在一起。

「懷舊」的題材，其實在歷史文獻中不斷重複，從聖經詩篇(Biblical psalms)，荷馬史詩(Homer)，西波克拉提斯(Hippocrates)到凱薩大帝(Caesar)的相關記錄中，都曾經出現。如同 Beardsley Ruml 所說，「懷舊」比人類的天性都還要基本與古老，所有的人類，不分年齡，氣質，或是個性強弱，多多少少都會受到其影響(轉引自Havlena and Holak, 1991)。綜上所述，「懷舊」是一種與天俱來，人人都會擁有的心境，然而「懷舊傾向」的強弱，則是依不同的人格特質而有所差異。最容易引發「懷舊」心情的情境，則多在人生面臨變動，或是中年時期，或退休的前後，而十幾二十歲的青少年晚期與青年早期，則是最容易被懷舊的時間。

2.1.2 懷舊的分類

社會學家Davis在1979年談到懷舊的經驗時，他認為懷舊的經驗雖然有世代傳承的現象，但仍然必須是一種「必須個人親身經歷過」的經驗。對於「個人的歷史」中沒有含括的時代，人們不可能藉由故事或書本的敘述來產生懷舊的情緒。然而這一點在之後的研究中，隨著時代的發展而出現了不同的看法。我們可以由學者們對於懷舊經驗的分類來了解懷舊的情緒是如何在人們生活中發揮的。

Davis認為懷舊的型態，可以區分為個人的(私人的)，或是集體的(社會的)(Davis, 1979)，這兩者可以互相交織。同一世代之人們的懷舊經驗中，會存在一種「集體認同」。Davis把懷舊分為三類：「簡單懷舊」(Simple nostalgia)、「反思懷舊」(Reflexive nostalgia)，以及詮釋懷舊(Interpretive nostalgia)：

(一) 簡單懷舊 (Simple nostalgia)，即「我感到懷舊」(I feel nostalgia)：

懷舊的個人單純地覺得「過去比現在好」：過去是美好的，感受是正面的，而當下生活是無趣的，感受是負面的。

(二) 反思懷舊 (Reflexive nostalgia)，即「我在我感受到的懷舊中思考」(I reflect upon the nostalgia I feel)：

懷舊的個人會在懷舊情緒中加入質疑與反思，例如：

「如果我能回到過去，事情真的會有所改變，如我所願嗎？我是否已經遺忘了當時一些不愉快的事情，所以我才會覺得懷念？」

(三) 詮釋懷舊 (Interpreted nostalgia)，即「我在我的懷舊情緒所反映出來的意象中思考」

(I reflect upon the reflection of the nostalgia I feel):

懷舊的個人會嘗試將其懷舊經驗具體化，他會分析懷舊情緒來源，特質與意涵，並檢視心中潛藏的目的：「為什麼我會感到懷舊？這樣對於我的過去與現在有什麼特殊的意義？我是不是特別容易對某一段人、事、物感到懷舊呢？這樣懷舊對我或對他人有好處嗎？」

在 Havlena 與 Holak 針對懷舊情緒的分類中，則是使用了兩大面向：個人(personal)與集體(collective)；直接(direct)與間接(indirect)，其間的關係如下表：

社會經驗 (Social Experience)		
經驗本質 (Nature of Experience)	個人 (personal)	集體 (collective)
	直接 (direct)	個人懷舊 文化懷舊
	間接 (indirect)	人際懷舊 虛擬懷舊

表 2-1 懷舊分類 (Holak and Havlena, 1996, 2006)

(一) 個人懷舊 (Personal nostalgia)：

即直接的個人經驗，所形成的懷舊情緒。這也是最符合心理學與社會學所分析的標的。也就是 Davis 所稱的真實懷舊 (true nostalgia)。

(二) 人際懷舊 (Interpersonal nostalgia)：

即間接的個人經驗，也就是基於其他個體的記憶，所形成的懷舊情緒。最常見於家人與朋友之間。這也就是前面 Davis 所提出的懷舊經驗的世代傳承現象。這種類型懷舊情緒依靠人際互動來傳遞，有可能結合自己與他人的直接經驗，例如：「我小時候，媽媽曾經告訴我...」。與前述的個人懷舊相比，人際懷舊的情緒強度也就緩和許多。

(三) 文化懷舊 (Cultural nostalgia)：

即直接的集體經驗，也就是將個人懷舊建立在一套共同的社會符號上，這類型的懷舊情緒反應了個人與同儕團體的連結。例如參加同學會，就是「文化懷舊」的表現。

(四) 虛擬懷舊 (Virtual Nostalgia)：

即間接的集體經驗，有可能是基於個人所屬的歷史與文化圈，並藉由書本，傳媒，或是學者專家的論述中，去間接的接觸另一個時代或另一個文化。在參觀博物館中欣賞古文物，聆聽導覽，進而抒發思古之幽情，即屬於「虛擬懷舊」的範疇，也是本研究所設定的調查環境。而「虛擬懷舊」之觀念的提出，也打破了 Davis 所提倡之「必須個人親身經歷」過的限制。

學者 Baker 與 Kennedy 也針對懷舊提出了三個分類：

(一) 真實懷舊 (Real nostalgia):

一種多愁善感或是苦樂參半的，對於過去的渴望。也就相當於 Holak 與 Havlena 所提出的個人懷舊。例如聽到一首老歌，或是看到大學畢業的照片時，心頭所產生的一種既苦澀又甜美的感受。

(二) 模擬懷舊 (Simulated nostalgia):

即一種對於非直接的經驗，產生的懷舊感受。有可能是經由其他人所傳述的經驗，或是過去的歷史事件等。收藏古董，以及由古物所產生的懷想，就是「模擬懷舊」的體現，非常類似於前述 Holak 與 Havlena 所提之「虛擬懷舊」。

(三) 集體懷舊 (Collective nostalgia):

即針對對某一種文化，世代，甚至國家的懷舊情緒，也就是一種「集體記憶」(Belk, 1990)，有可能是同一世代的相同偏好，也可能是同一個文化中，或是同一個國家裡，所共有的習俗與日常活動等。

由上述三類懷舊情緒的分類方式，我們可以看出關於「懷舊」的研究，是隨著時代的進展，而逐漸走出學術討論的框架，而貼近人們真實的生活。其中，又以 Holak 與 Havlena 的分類，能夠最清楚且精準的描述懷舊情緒的類型。同時，這兩位學者所提出之「虛擬懷舊」(Virtual nostalgia)的情境，與本研究設定之研究環境與對象—台北故宮中的參觀群眾—相符合，讓「懷舊」與「博物館」之間，產生了合理的關連。

2.2 博物館經驗與懷舊

博物館在近數十年的發展中，已逐漸從以文物收藏、研究和維護為宗旨的機構，轉型為一種服務大眾，以文物展示，詮釋和溝通為目的之社會教育機構(Falk and Dierking, 1992)。而人們到博物館參觀的行動，也是「文化消費行為」的一環。如前所述，博物館是一個可以發抒懷舊情緒的場所。換言之，博物館觀眾的參觀經驗，會引發個人的懷舊情緒，進而影響他們的參觀行為與參觀後的記憶。Falk 與 Dierking (1992) 由博物館參觀者的角度來進行研究，並提出三個脈絡 (context)來建構博物館與觀眾的互動經驗模式：

(一) 個人脈絡 (the Personal context) :

每一位進入博物館的觀眾，都有獨特的個人脈絡，而此一脈絡是由各種生活的經驗與

知識所組成，且影響著觀眾本身對博物館展覽內容與設計的感知。個人脈絡也包括了參觀者的興趣，動機，對博物館的期待，進而影響其參觀的行為，與其喜愛並選擇欣賞的事物。在本研究中，個人脈絡還包含了觀眾的國家別，性別，年齡，教育程度，以及在其個人歷史中，與台北故宮有相關性的部分(問卷第四部分第一題)。而反應出來的項目，則包含觀眾到館的次數，參觀所花費的時間，選用的導覽方式，注意力與喜好的分佈，以及紀念品購買與否等。同時，「懷舊」的情緒也潛藏在個人脈絡之中，影響著觀眾整體的文化消費行為。

(二) 社會脈絡 (the Social context):

社會脈絡包含參觀博物館的活動。大多數人都是與同伴一同來到博物館，而單獨參觀的觀眾，也必定會與其他參觀者，導覽員，博物館服務人員產生互動。而這些社會脈絡都會影響觀看的角度。例如，在本研究中，與家人一起前來的人，其時間安排就與跟著旅行團前來者不同，而參觀路線與選擇也會不同，進而留下不同的歷史物像記憶。

(三) 環境脈絡 (the Physical context):

即博物館本身。從博物館建築，建築物傳達出來的「感覺」，以及博物館內的藏品與氛圍，進而影響到參觀者的經驗與記憶。在本研究中，屬於「個人脈絡」的懷舊情緒，也在與整個台北故宮的陳列展示方式互動。

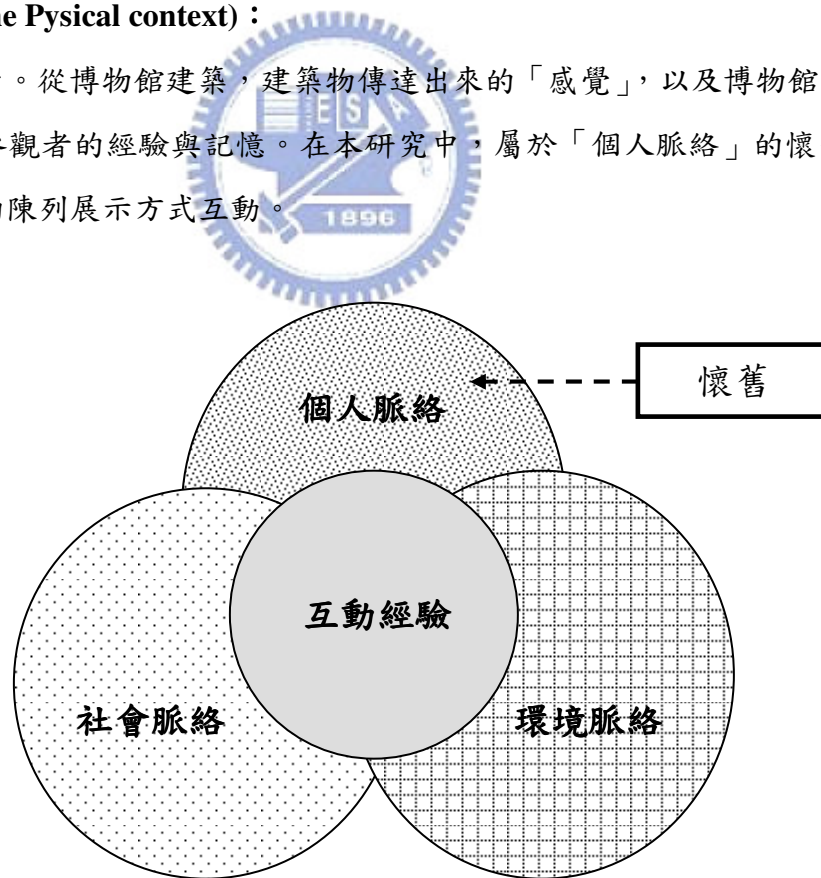


圖2-2 博物館互動經驗模式

(Falk and Dierking, 1992, 虛線部分為本研究增加之觀點)

2.3 文化，文化消費行為與跨文化能力

文化(culture)是一套價值觀，文物，與象徵符號，用以協助人們溝通、解讀並成為社會的一員，也就是人類在社會中活動的藍圖與行為模式。文物(cultural artifacts)為文化的實體要素，除了實用性之外，文物在社會中也可提供象徵意義，或是被使用在特定儀式中。文化提供人們認同感，以及規範社會中所能接受的行為特徵，例如：溝通與語言，穿著與外觀，價值觀與規範等(Blackwell et al., 2006)。

文化會影響消費者行為，尤其是「為何」與「如何」購買消費產品，其影響力甚至凌越於行銷手段之上。同時，文化也會影響消費者如何定義與使用產品 (Blackwell et al., 2006)。因此，當懷舊融入文化之中的時候，也會影響到消費者的選擇。

本文所談到的「文化消費」(cultural consumption)是一種社會活動，也是日常實踐。透過「文化消費」的過程，人們創造了文化，而我們所做的文化消費的內容與模式，說明了我們是怎樣的人，以及我們想要成為什麼樣的人(Storey, 1999)。

然而，當觀眾走入博物館時，最重要的就是觀眾的「跨文化能力」(cultural competence) (Kesner, 2006)。當觀眾對於與自己不同的文化接受與解釋能力各有能力有強弱不同的狀況時，他們對於整個博物館的參觀，也就有不同的行為與記憶。本研究取樣自三種不同文化背景的觀眾：台灣，日本與美國，而觀眾本身具有的文化框架，反應出了不同的參觀結果。

總結本章，我們知道懷舊是人人與生俱來的特質，只是強弱各異。在交通與媒體的迅速發展之下，人們可以透過各種資訊與描述，走入對歷史之「虛擬懷舊」的情境，而博物館則是「虛擬懷舊」展現的平台。此時，若懷舊情懷再與個人的文化背景交會時，又會在觀眾心中激盪出對於文化與文物的不同解讀。本研究即是以「懷舊」為核心，以台北故宮為平台，來探索不同的文化背景所反應出來的懷舊傾向，以及文化消費行為，與歷史物像記憶。

第三章 研究方法

3.1 研究架構

本研究之目的，在於運用懷舊理論，來探討來自不同國家的觀眾，當他們帶著自身的文化背景，來參觀台北故宮這樣一個呈現中華古文明的博物館時，所呈現的懷舊傾向、文化消費行為、以及歷史物像記憶。為清楚呈現以上的研究目的，制訂研究架構(如圖3.1)。

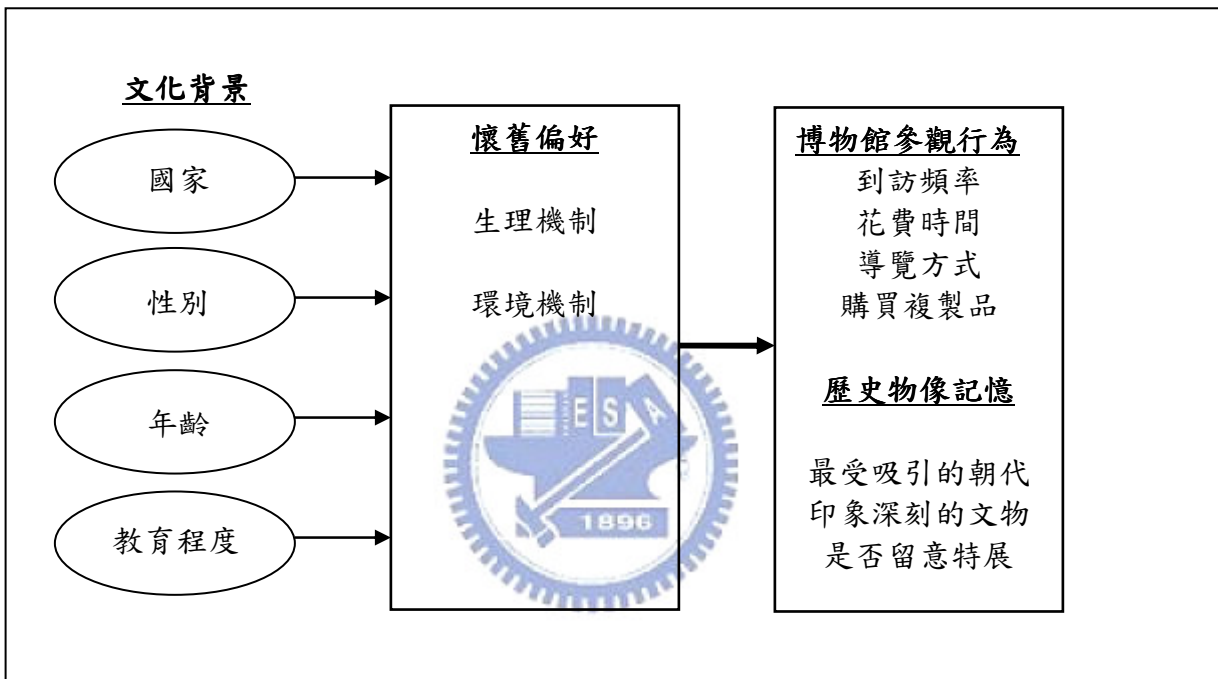


圖 3-1 本研究架構圖 (本研究整理)

一、探索不同國家之觀眾的懷舊傾向：

以Holbrook於1993年所發展出來的懷舊量表，應用於台北故宮的觀眾身上，並選擇取樣於三個國家：台灣，日本與美國，來檢視國家之間的差異性。如前所述，本研究設定在這三個國家的原因，是因為他們都與台灣及中國有著清楚地歷史關連：台灣觀眾可以代表研究本地的觀眾族群，日本除了是我們地理與歷史上的近鄰，也是另一個東方國家與文化的代表。而美國與東亞關係緊密，同時也代表了西方國家與文化。在注重全球化的現在，本研究特別將取樣的範圍國際化，來探索東西方的差異。

二、瞭解不同國家之觀眾的文化消費行為與懷舊傾向如何相互作用：

既然觀眾們是來自不同的文化框架，當他們進入博物館內，開始與博物館整個環境脈絡互動，就會構成了不同的參觀行為(Falk and Dierking, 2001)。這會反應在他們重複來訪的次數，參觀所花費的時間，尋求的導覽方式，以及購買複製品(或博物館紀念品)與否等文化消費行為上。本研究更進一步探討，上述的文化消費行為，又如何與觀眾內在的懷舊傾向互動？

三、發掘不同國家之觀眾的歷史物像記憶：

在觀眾參觀台北故宮的過程裡，博物館員藉由視覺物像的陳列，傳達出來的歷史畫面，為觀眾留下了什麼樣的記憶？最吸引他們的中國歷史朝代為何？最讓他們印象深刻的文物又為何？在本研究的問卷調查期間，位於台北故宮展廳二樓的繪畫特展「追索浙派」，是否捕捉住了遊客的注意力？而來自不同國家的觀眾，所擷取的歷史物像記憶，又有什麼不同？本研究在最後，會針對上述問題，做進一步的發掘與探討。

3.2 變數的操作性定義與衡量



一、懷舊傾向變數

本研究之懷舊傾向量表，是引用Holbrook於1993年所發展出之懷舊量表的20道敘述題，用以衡量台北故宮之參觀者的懷舊傾向。本研究先以因素分析法，萃取出懷舊傾向的構念，再以集群分析法，將受訪觀眾區分為不同類型之懷舊傾向的族群。

二、國家變數

本研究係取樣自三個國家的觀眾：即台灣，日本與美國。依據研究架構，不同的國家代表了不同的文化背景，本研究將使用卡方獨立性檢定，檢測不同國家的觀眾之間，在懷舊傾向上是否存在顯著差異。

三、人口統計變數

即參觀者的「性別」，「年齡」與「教育程度」。本研究將使用卡方獨立性檢定，檢驗不同的人口統計變數間，在懷舊傾向上是否存在顯著差異。

四、文化消費行為變數

即「參觀次數」、「參觀時間」、選用的「導覽方式」以及「是否購買複製品」。本

研究將使用卡方獨立性檢定，檢驗不同的懷舊傾向，與不同的文化消費行為間，是否存在顯著差異。文化消費行為變數之完整定義，詳如下述：

1. 「參觀次數」是指觀眾曾經到訪參觀台北故宮博物院的次數。
2. 「參觀時間」是指觀眾本次參觀所花費的時間。
3. 「導覽方式」是指觀眾本次參觀所採用的導覽方式。
4. 「是否購買複製品」是由觀眾自行認定，本次參觀後是否會依喜愛的文物，購買複製品或紀念品。

五、歷史物像記憶變數

即「最吸引您的中國歷史時代」，「讓您最印象深刻的文物」，以及「是否留意特展」。本研究將以卡方獨立性檢定，檢驗不同的國家族群，與歷史物像的記憶變數間，是否存在顯著差異。變數之定義詳如下述：

1. 「最吸引您的中國歷史時代」是指本研究後附之問卷中，根據台北故宮實際的展覽方式，所列出的中國歷史時代。
2. 「最讓您印象深刻的文物」是指本研究後附之問卷中，所列出的台北故宮陳列文物。文物的選件，主要是根據台北故宮每日定時導覽之中，英文導覽內容，與進駐於台北故宮的 ANTENNAUDIO 之語音導覽內容，以及台北故宮實際的展覽陳設。
3. 「是否留意特展」是指本研究調查期間，於二樓展廳展出的「追索浙派」繪畫大展。

3.3 研究假設

本研究以「懷舊傾向變數」作為族群描繪變數，並據此建立研究假設一，二，三：

假設一：不同「國家變數」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異。

H₁：不同「國家」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異

假設二：不同「人口統計變數」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異。

H₂：不同「性別」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異

H₃：不同「年齡」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異

H₄：不同「教育程度」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異

假設三：不同「文化消費行為變數」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異。

H₅：不同懷舊傾向之觀眾族群在「參觀次數」上無顯著差異

H₆：不同懷舊傾向之觀眾族群在「參觀時間」上無顯著差異

H₇：不同懷舊傾向之觀眾族群在「導覽方式」上無顯著差異

H₈：不同懷舊傾向之觀眾族群在「是否購買複製品」上無顯著差異

同時，本研究亦以「國家變數」做為族群描繪變數，並據此建立研究假設四。

假設四：不同國家變數之觀眾族群在「歷史物像記憶變數」上無顯著差異。

H₉：不同國家之觀眾族群在「最吸引您的中國歷史時代」上無顯著差異

H₁₀：不同國家之觀眾族群在「最讓您印象深刻的文物」上無顯著差異

H₁₁：不同國家之觀眾族群在「是否留意特展」上無顯著差異

3.4 問卷設計

本研究之問卷設計過程，主要包括兩大部分：

1. 預先測試：在設計完問卷後，即進行預先測試，其主要目的，是為了測試問卷中的問題與敘述是否能讓受測者清楚地瞭解，並計算問卷填寫所需時間。因此在問卷設計完成後，先進行第一輪的預先測試：以中文版問卷，隨機選取十五位台灣觀眾填寫，再根據測試結果與收到的意見回饋來進行問卷修正，之後執行英、日文版問卷的翻譯。第二輪的預先測試，是以三個語言版本各隨機選取五位台、日、美籍觀眾填寫之，並詢問受測者的填寫的感受與意見，以做最後的修正。這其間經過多次修訂，才得行文國立故宮博物院，正式執行問卷調查。

2. 正式問卷：經過預先測試後，正式問卷內容分為四部分：(1) 懷舊量表(Holbrook, 1993)，(2) 文化消費行為與歷史物像記憶，(3) 衡量參觀經驗之量表，(4) 受訪者基本資料(人口統計變數)。

(1)第一部份：懷舊傾向量表 (翻譯自Holbrook, 1993)：

變數名稱	衡量尺度	內容
懷 舊 傾 向	李 克 特 七 點 尺 度	1. 現代產品的做工，已經達不到過去的水準了。 (They don't make'em like they used to.)
		2. 新的總是比舊的好。 (Newer is almost always better.)
		3. 未來的生活，會比現在更好。 (In the future, people will have even better lives.)
		4. 過去那段黃金歲月的生活，真的比較好。 (Things used to be better in good old days.)
		5. 我相信時代一直在進步。 (I believe in the constant march of progress.)
		6. 回憶過去，那真是段無憂無慮的歲月啊。 (Yesterday, all my troubles seemed so far away.)
		7. 現代產品的做工，真是越來越粗糙了。 (Products are getting shoddier and shoddier.)
		8. 跟爸媽的年代相比，我們已經過得很好了。 (Compared to our parents, we've got it good.)
		9. 科技的進步，讓未來充滿新希望。 (Technological change will insure a brighter future.)
		10. 當我年輕時，我比現在過的開心。 (When I was younger, I was happier than I am today.)
		11. 今日影壇新秀們，應該要向老前輩們學習。 (Today's new movie stars could learn from the old pros.)
		12. 我認為我們的生活，是不斷地變得更好。 (I must admit it's getting better all the time.)
		13. 真正了不起的英雄都已經辭世了。 (The truly great sports heroes are long died and gone.)
		14. 歷史的發展，也包括了人類福祉的進步。 (History involves a steady improvement in human welfare.)
		15. 人類的生活水準，已經發展到頂點了。 (Today's standard of living is the highest ever attained.)
		16. 有時候，我好希望人生能重新來過。 (Sometimes, I wish I could return to the womb.)
		17. 我們的生活品質正在往下降。 (We are experiencing a decline in the quality of life.)
		18. 穩定的經濟發展，會為人類帶來更多幸福。 (Steady growth in GNP has brought increased human happiness.)
		19. 與古典音樂相比，流行音樂實在沒啥內涵。 (Compare to the classics, today's music is mostly trash.)
		20. 當代社會的商業活動，會建立更美好的明天。 (Modern Business constantly builds a better tomorrow.)

(二) 第二部分：文化消費行為與歷史物像記憶：

變數名稱	衡量尺度	內容
參觀次數	名目尺度	(1) 第1次 (2) 1~3 次 (3) 4~6 次 (4) 7~10 次 (5) 10~20 次 (6) 20次以上
參觀時間	名目尺度	(1) 少於1小時 (2) 1~2 小時 (3) 2~3 小時 (4) 3~4 小時 (5) 4~5 小時 (6) 全天
導覽方式	名目尺度	(1) 無使用(自行參觀) (2) 故宮定時導覽 (3) 您的旅行團導覽 (4) 租用語音導覽機 (5) 團體預約導覽 (6) 其他
最吸引您的朝代	名目尺度	A.新石器時代 B. 銅器時代 C.秦~漢 D.六朝隋唐 E.宋~元 F.明代 G. 清代 H. 其他
您最印象深刻的文物	名目尺度	A. 良渚文化玉琮 B. 毛公鼎 C. 玉辟邪 D. 灰陶加彩仕女俑 E. 汝窯青瓷花式溫碗 F. 定窯白瓷嬰兒枕 G. 青花穿蓮龍紋天球瓶 H. 翠玉白菜 I. 肉形石 J. 象牙鏤雕套球 K. 多寶格 L. 傢俱展 M. 宗教雕塑藝術 N. 古代圖書 O. 古輿圖特展 P. 書法 Q. 繪畫
是否購買複製品	名目尺度	(1) 會 (2) 不會
是否留意特展	名目尺度	(1) 有留意，且有印象深刻的作品與畫家名 (2) 有留意，但無法指出作品與畫家名 (3) 有留意，且對該特展有其他心得 (4) 未留意

(三)第三部分: 受訪者基本資料:

變數名稱	衡量尺度	內容
參觀經驗	李克特七點尺度	<p>我彷彿進入了時光隧道。</p> <p>我懷念過去社會的人情味。</p> <p>我懷念過去的生活步調。</p> <p>我好羨慕古代皇帝的收藏!</p> <p>我覺得收藏公仔, 比收藏古董有趣。</p> <p>我對古東方的神秘, 感到有興趣。</p> <p>我並不喜歡時下流行的「復古風」。</p> <p>看完展覽, 我很想去買個相同的複製品。</p> <p>與古代中國藝術相比, 我對現代中國藝術比較感興趣。</p> <p>我只是來看看, 並沒有特別深刻的感受。</p>

(四)第四部分: 受訪者基本資料:

變數名稱	衡量尺度	內容
追本溯源	名目尺度	<p>1. 台灣</p> <p>(1) 是否為1949年國共戰爭後新移民</p> <p>(2) 是否長期在大陸發展事業</p> <p>(3) 是否保留祖譜</p> <p>2. 日本</p> <p>(1) 是否知道中國曾割讓台灣予日本</p> <p>(2) 是否知道日本曾統治台灣五十年</p> <p>3. 美國</p> <p>(1) 是否為American Born Chinese</p> <p>(2) 是否有下列經驗</p> <ul style="list-style-type: none"> - 在19世紀移居中國 - 二次世界大戰在亞洲服役 - 二次戰後是否協防台灣 - 參與韓戰 - 參與越戰 - 是否曾駐兵於菲律賓蘇比克灣 - 曾學過中文
性別	名目尺度	(1) 男 (2) 女
年齡	名目尺度	(1) 20~29 歲 (2) 30~39 歲 (3) 40~49 歲 (4) 50~59 歲 (5) 60歲以上
教育程度	名目尺度	(1) 中學 (2) 大學 (3) 碩士 (4) 博士
過去經驗	名目尺度	<p>(1) 中國, (北京)故宮博物院 (2) 美國, 大都會博物館</p> <p>(3) 英國, 大英博物館 (4) 法國, 羅浮宮</p> <p>(5) 日本, 東京博物館 (6) 以上皆無 (7) 其他</p>

3.5 抽樣設計

抽樣設計的目的，在使抽樣所得的樣本，對欲研究之母體具有代表性，包括界定研究對象、選擇抽樣方法、收集樣本資料等步驟。

一、界定研究對象：

本研究的調查母體，為至台北故宮參觀的台灣，日本與美國之二十歲以上的觀眾，並且於調查當時，已經參觀完畢者。

二、調查時間與地點：

本研究於2008年10月1日至10月18日，於台北故宮1樓與B1大廳現場，進行配額抽樣(quota sampling)的問卷調查。由於考量台北故宮的平日、周六夜間開放時段與假日期間之觀眾組成與數量有明顯的差異，因此調查期間對上述時段皆有涵蓋，以提高樣本代表性。

三、選擇抽樣方法：

由於研究設計中，須要精準地捕捉正確的國家別，並了解參觀者的文化消費行為，歷史物像記憶與當下的參觀經驗，因此本研究採用面對面訪談法(Mall-Intercept Personal Interviews)來取得第一手資料。

四、收集樣本資料：

問卷共五頁，以紙本方式發放，研究者並備有輔助圖片，方便受訪者即時回憶參觀所見。在調查期間，研究者即每日檢閱當日回收問卷，將無效問卷剔除。至調查截止後，再度檢視所有問卷，剔除不合格卷，最後共回收有效問卷360份，分別為台灣142份，日本104份，美國114份。

五、問卷調查限制：

1. 年齡限制與分佈：本研究聚焦於成年後的觀眾，因此設定受訪者的年齡必須為二十歲以上。另外，調查前原計劃，將採樣的年齡分佈，保持為常態分配的型態。但由於美國到訪台灣的遊客較少，其中40歲族群的女性樣本非常不易取得，因此美國女性的年齡分佈，無法維持常態分配。
2. 本研究變數的衡量多採用李克特尺度，分為七個等級，並假設各等級間距相等，然觀眾的態度與感受實因人而異，因此，資料雖有利於統計分析，但與觀眾實際狀況仍會有些許出入。

3.6 資料分析方法

一、描述性分析

利用次數分配，統計分析樣本在國籍，性別、年齡、教育程度、參觀次數、參觀時間，導覽方式上的分佈狀態，藉此了解樣本基本結構及問卷回收情形。

二、因素分析

因素分析是自較多觀測變數中，找出變數間潛在的關係結構，萃取出少數幾個的潛伏的共同因素，希望以最少的共同因素，能對總變異量作最大的解釋。本研究將20道衡量懷舊傾向之題項，利用直交轉軸法(Orthogonal Rotation)之Kaiser變異極大法(Varimax)萃取懷舊傾向構念，並將變數分類與構念命名，以達到將變數構念縮減之目的。

三、信度檢測

信度即測量的可靠性，指測驗結果的一致性或穩定性，如果一個量表的信度愈高，代表量表愈穩定。Cronbach(1951)提出判斷信度之準則： α 係數值小於0.35代表低信度， α 係數值介於0.35和0.7間代表中信度， α 係數值大於0.7代表高信度。Cronbach's α 係數是目前社會科學研究中最常使用的信度，因此本研究以Cronbach's α 係數作為信度衡量指標，並進行量表的信度檢測。

四、集群分析

集群分析的旨在辨認某些特性上相似的事物，並將這些事物按照這些特性劃分成幾個集群，使在同一集群內的事物具有高度的同質性，而不同集群間的事物則具有高度的異質性。本研究採用非層次集群方法(Non-Hierarchical methods)之K均值法(K-Means Method)，將樣本劃分成不同懷舊傾向之觀眾族群。

五、卡方檢定

卡方檢定之目的在探討兩個離散變數之間是否獨立不相關。本研究利用交叉列聯表進行卡方檢定，分析國家變數，人口統計變數，文化消費變數與懷舊傾向之間的相關性，也將其應用於檢驗來自不同國家之觀眾族群與歷史物像記憶之間是否具有顯著差異。

第四章 資料分析

本章的目的，在於利用統計軟體 SAS 9.1 分析回收的 360 份問卷並進行意義闡述。其中觀眾之不同的文化背景，則由不同的國家來代表。依循研究目的，將研究結果分為以下五個部分說明：一、對樣本結構做描述性分析；二、懷舊傾向量表之因素分析；三、懷舊傾向量表的集群分析；四、懷舊傾向的不同國家變數、人口統計變數、消費行為變數的卡方分析；五、不同國家變數在歷史物像記憶變數之卡方分析。

4.1 樣本結構分析

本研究總共訪問了 360 位參觀者，分別來自台灣 (142 位，佔 39.44%)，日本 (104 位，佔 28.89%)，以及美國 (114 位，佔 31.67%)，如表 4-1 所列：

國籍	參觀人數	百分比	累積百分比
台灣	142	39.44 %	39.44 %
日本	104	28.89 %	68.33 %
美國	114	31.67 %	100 %
總計	360	100 %	

表 4-1 樣本國家別統計 (本研究整理)

在性別比例上，男性與女性各佔 50 %，如表 4-2 所列：

性別	人數	百分比	累積百分比
男性	180	50 %	50 %
女性	180	50 %	100 %
總計	360	100 %	

表 4-2 樣本性別統計 (本研究整理)

年齡分佈大致呈現常態分配的型態 (如表4-3)。調查中以50至59歲佔比最高，為24.44%，其次為40至49歲，佔22.50%。最年輕的20至29歲的族群佔比19.17%；30至39歲的族群佔比20.28%；60歲以上則佔13.61%。

年齡	人數	百分比%	累積百分比
20~29	69	19.17%	19.17%
30~39	73	20.28%	39.44%
40~49	81	22.50%	61.94%
50~59	88	24.44%	86.39%
60 and above	49	13.61%	100%
總計	360	100%	

表 4-3 樣本年齡統計 (本研究整理)

在教育程度的分佈上，以大學畢業佔比最高，為54.44%，其次為擁有碩士學位者，佔比18.06%，中學畢業者佔16.94%，擁有博士學位者佔9.73%，詳如表4-4。

教育程度	人數	百分比	累積百分比
未回答	3	0.83 %	0.83 %
中學	61	16.94 %	17.78 %
大學	196	54.44 %	72.22 %
碩士	65	18.06 %	90.28 %
博士	35	9.73 %	100%
總計	360	100%	

表 4-4 樣本教育程度統計 (本研究整理)

在台北故宮的參觀次數的部分(表4-5)，台灣地區多集中在參觀過1至3次(28.87%)與4至6次 (23.24%)，由於地緣關係，第一次參觀的人數為三國中最低，僅佔16.90%。日本地區則集中在第一次參觀(57.69%)與參觀過1至3次(30.77%)，美國訪客則集中於第一次參觀 (80.70%)，或是參觀過1至3次 (13.16%)。然而在表中我們可以看出來，參觀次數越多，則人數越少，但有趣的是，在「20次以上」的部分，則形成了一個次群體。

	第一次		1~3 次		4~6 次		7~10 次		10~20 次		20 次以上		總計	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
台灣	24	16.90	41	28.87	33	23.24	20	14.08	8	5.63	16	11.27	142	39.44
日本	60	57.69	32	30.77	8	7.69	2	1.92	0	0.00	2	1.92	104	28.89
美國	92	80.70	15	13.16	3	2.63	1	0.88	0	0.00	3	2.63	114	31.67
總計	176	48.89	88	24.44	44	12.22	23	6.39	8	2.22	21	5.83	360	100

表 4-5 參觀次數統計 (本研究整理)

在參觀所花費的時間上，三個國家的參觀者，幾乎都是以花費1~2個小時，與2~3個小時為為主(表4-6)。台灣觀眾方面，以花費2至3小時參觀的人數最多，佔全台灣觀眾的40.85%，其次為花費1至2小時者，佔全台灣觀眾的37.32%。日本的部分，有高達64.42%的旅客花費1至2小時，這反應了日本觀光客多數是跟隨旅行團到訪的，另外也有20.19%的日本旅客花費2至3小時參觀。美國觀眾方面，與台灣類似，是以花費2至3小時為主，佔全部美國觀眾的41.23%，其次是花費1至2小時者，佔美國觀眾的35.09%。

	1 小時以內		1~2 小時		2~3 小時		3~4 小時		4~5 小時		整天		小計	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
台灣	8	5.63	53	37.32	58	40.85	10	7.04	10	7.04	3	2.11	142	39.44
日本	7	6.73	67	64.42	21	20.19	6	5.77	0	0.00	3	2.88	104	28.89
美國	3	2.63	40	35.09	47	41.23	19	16.67	4	3.51	1	0.88	114	31.67
總計	18	5	160	44.44	126	35	35	9.72	14	3.89	7	1.94	360	100

表 4-6 參觀所花費之時間統計(本研究整理)

在參觀時的導覽服務使用上(表4-7)，台灣觀眾多以自行參觀(未使用導覽器材)為主，佔比71.13%；使用故宮定時導覽，旅行團導覽，或租用語音導覽機的觀眾各佔7.04%。日本觀眾則集中於旅行團導覽，佔比52.88%，其次是自行參觀者，佔32.69%；租用語音導覽機的佔10.58%，在美國觀眾的部分，自行參觀者佔60.53%，其次為租用語音導覽機者佔17.54%，另外，參加故宮定時導覽與團體預約導覽者，各佔8.77%。

國籍	自行參觀		故宮 定時導覽		旅行團 導覽		租用語音 導覽機		團體預約 導覽		其他		總計	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
台灣	101	71.13	10	7.04	10	7.04	10	7.04	5	3.52	6	4.23	142	39.44
日本	34	32.69	0	0.00	55	52.88	11	10.58	3	2.88	1	0.96	104	28.89
美國	69	60.53	10	8.77	4	3.51	20	17.54	10	8.77	1	0.88	114	31.67
總共	204	56.67	20	5.56	69	19.17	41	11.39	18	5.00	8	2.22	360	100

表 4-7 導覽服務選用統計(本研究整理)

4.2 因素分析

將問卷中第一部份的20道衡量懷舊傾向之題項，經過因素分析後發現，特徵值(eigenvalue)大於1者共包含5個因素。並且經過信度檢測，發現本量表的Cronbach's α 為0.737150，顯示20道衡量題項之信度已足夠。

因素一的組成成分內容為「科技的進步，讓未來充滿新希望」、「當代社會的商業活動，會建立更美好的明天」、「我認為我們的生活，是不斷地變得更好」、「我相信時代一直在進步」、「跟爸媽的年代相比，我們已經過得很好了」、「未來的生活，會比現在更好」、「穩定的經濟發展，會為人類帶來更多幸福」、「歷史的發展，也包括了人類福祉的進步」。因此，將因素一命名為「**相信未來更好**」。

因素二的組成成分內容為「當我年輕時，我比現在過的開心」、「過去那段黃金歲月的生活，真的比較好」、「回憶過去，那真是段無憂無慮的歲月啊」、「真正了不起的英雄都已經辭世了」、「我們的生活品質正在往下降」將因素二命名為「**懷念過去時光**」。

因素三的組成成分內容為「與古典音樂相比，流行音樂實在沒啥內涵」以及「今日影壇新秀們，應該要向老前輩們學習」，因此，將因素三命名為「**珍惜過去經典**」。

因素四的組成成分內容為「新的總是比舊的好」、「人類的生活水準，已經發展到頂點了」、「有時候，我好希望人生能重新來過」，然而最後一項之因素負荷量為負數。因此，將因素四命名為「**滿足當下生活**」。

因素五的組成成分為「現代產品的做工，已經達不到過去的水準了」以及「現代產品的做工，真是越來越粗糙了」因此，將因素五命名為「**不喜現代工藝**」。

構念因素	題號	題項內容	因素負荷量	特徵值	解釋比例	累積解釋	共同性
相信未來更好	9	科技的進步，讓未來充滿新希望。	0.71745	3.8796	0.1940	0.1940	0.5387
	20	當代社會的商業活動，會建立更美好的明天。	0.69657				0.5166
	12	我認為我們的生活，是不斷地變得更好。	0.65967				0.4485
	5	我相信時代一直在進步。	0.65279				0.4796
	8	跟爸媽的年代相比，我們已經過得很好了。	0.64649				0.4984
	3	未來的生活，會比現在更好。	0.62225				0.5712
	18	穩定的經濟發展，會為人類帶來更多幸福。	0.58360				0.5745
	14	歷史的發展，也包括了人類福祉的進步。	0.54589				0.3999
懷念過去時光	10	當我年輕時，我比現在過的開心。	0.72505	3.1371	0.1569	0.3508	0.5534
	4	過去那段黃金歲月的生活，真的比較好。	0.64927				0.5118
	6	回憶過去，那真是段無憂無慮的歲月啊。	0.64303				0.5552
	13	真正了不起的英雄都已經辭世了。	0.52712				0.4536
	17	我們的生活品質正在往下降。	0.50852				0.4986
珍惜過去經典	19	與古典音樂相比，流行音樂實在沒啥內涵。	0.65698	1.6789	0.0839	0.4348	0.4794
	11	今日影壇新秀們，應該要向老前輩們學習。	0.63434				0.4999
滿足當下生活	2	新的總是比舊的好。	0.66366	1.0562	0.0528	0.4876	0.5861
	15	人類的生活水準，已經發展到頂點了。	0.59929				0.6227
	16	有時候，我好希望人生能重新來過。	-0.62389				0.64383
不喜現代工藝	1	現代產品的做工，已經達不到過去的水準了。	0.82712	1.0317	0.0516	0.5392	0.7378
	7	現代產品的做工，真是越來越粗糙了。	0.67898				0.6137
				10.7835	0.5392		10.7835

表 4-8 懷舊傾向量表的因素分析結果 (本研究整理)

4.3 集群分析

本研究以非層次集群方法來決定集群數為多少，並使用立方集群準則(CCC, Cubic Clustering Criterion)、似 F 統計量(Pseudo F Statistic)和判定係數(Approximate Expected Over-All R-Squared)作為判斷依據。選擇 3 群時， R^2 值為最大；但選擇 4 群時，Pseudo F 值最為顯著，且 CCC 值也最大。基於整體考量，決定將集群數分為 4 群。以下將不同集群數所對應之相關統計值整理如表 4-9：

集群數	Pseudo F Statistic	Approximate Expected Over-All R-Squared	Cubic Clustering Criterion
3	46.82	0.45454	-6.582
4	52.32	0.37241	-6.079
5	49.81	0.27477	-9.338

表 4-9 集群數分析判斷值 (本研究整理)

集群分析的結果必須進行命名，才能賦予群別意義。我們在每個集群中，根據集群均值(Cluster Means)的較大值與較小值所對應之因素進行群別命名，各集群所選擇之因素與其命名結果整理如表 4-10, 4-11, 4-12:

Cluster Means					
集群	A. 相信未來更好	B. 懷念過去時光	C. 珍惜舊有經典	D. 滿意當下生活	E. 不喜現代工藝
1	-1.128014767	0.312617447	-0.430038267	-0.192936227	0.436368977
2	0.394817955	-0.887377766	0.313136275	0.543854001	0.732595675
3	0.624152432	0.750777182	-0.348162879	0.456976268	-0.238400175
4	-0.002761868	-0.359819650	0.493251366	-0.755890970	-0.712393588

表 4-10 集群分析 (本研究整理)

Cluster Means					
集群	A. 相信未來更好	B. 懷念過去時光	C. 珍惜舊有經典	D. 滿意當下生活	E. 不喜現代工藝
1	A-	B+	C-	D-	E+
2	A+	B-	C+	D+	E+
3	A+	B+	C-	D+	E-
4	A-	B-	C+	D-	E-

表 4-11 集群命名資料整理 (本研究整理)

集群	人數	重視因素
1	79	此觀眾族群不認同未來會更好，不喜愛現代的工藝，而且懷念過去的時光，不滿意當下生活。
2	73	此觀眾族群相信未來會更好，而且也滿足當下的生活。不會懷念過去時光，然而會珍惜舊有經典，也不喜歡現代工藝。
3	97	此觀眾族群相信未來更好，也滿足於當下的生活，同時也懷念過去時光，但也喜愛現代的工藝。
4	91	此觀眾族群不相信會更好，也不滿意當下生活，並且不懷念過去時光，然而喜愛現代的工藝，也珍惜舊有的經典。

表 4-12 集群命名 (本研究整理)

根據各集群所重視的各種懷舊因素構面，將此四大觀眾族群分別命名為：

1. 「懷舊厭今，悲觀未來」族：這群觀眾有明顯的懷舊傾向，覺得過去的時光是美好的，而不滿意當下的生活，也高度地不看好未來，是明顯的懷舊族群，對未來則抱持悲觀的態度。
2. 「物件懷舊，相信未來」族：這群觀眾雖然沒有懷舊的心情，但是不喜歡現代的工藝，顯示出物件懷舊的傾向，並且還是會珍惜過去的經典。對於當下以及未來，也都抱持正面的態度。是能享受當下，並樂觀相信明天會更好的一群人。
3. 「戀舊惜今，看好未來」族：跟上述的「享受當下，相信未來」族比較，這一群人更能享受現代的工藝與科技。雖然他們依然會感到懷舊，但是他們在珍惜過去的時分，對未來也抱持樂觀與正面的期待。
4. 「期待不多，實際度日」族：這群觀眾並沒有懷舊的情緒，當下生活也甚為不滿意，對未來也沒有正面的期待。但是他們享受現代工藝技術的便利，也還是維持對舊有經典的珍惜。整體來說，這個族群的觀眾，屬於沒有特別期望，實際度日的一群人。

在分類出來的四個族群中，皆具有內容與程度不同的懷舊的傾向。第一族群「懷念過去，悲觀未來」是懷舊傾向最明顯的一群人；第二族群「物件懷舊，相信未來」雖然沒有顯示懷念過去時光的情緒，但是他們的懷舊反應在「不喜現代工藝」上，表示他們還是有某種程度的「物件懷舊」的。第三族群「珍惜過去，看好未來」則是明顯具有「懷念過去時光」的情緒，但是對當下與未來得態度都是高度正面的。第四族群「期待不多，實際度日」，無論對過去，現在，未來都表現出負面的態度，但是他們還是尊重舊有的經典事物的。

4.4 懷舊傾向與不同國家變數、人口統計變數、文化消費行為變數之卡方分析

		懷舊厭今 悲觀未來		物件懷舊 相信未來		戀舊惜今 看好未來		期待不多 實際度日		
		人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	Chi-Square Pro
總人數		79		73		97		91		-
	台灣	20	15.04	9	6.77	68	51.13	36	27.07	<.0001**
	日本	26	26.53	11	11.22	11	11.22	50	51.02	
	美國	33	30.28	53	48.62	18	16.51	5	4.59	
性別	男	31	17.61	38	21.59	61	34.66	46	26.14	0.0201*
	女	48	29.27	35	21.34	36	21.95	45	27.44	
年齡	20~29	21	32.81	10	15.63	20	31.25	13	20.31	0.1099
	30~39	11	15.71	11	15.71	27	38.57	21	30.00	
	40~49	15	19.74	15	19.74	21	27.63	25	32.89	
	50~59	21	25.00	25	29.76	16	19.05	22	26.19	
	60 以上	11	23.91	12	26.09	13	28.26	10	21.74	
教育程度	中學	12	21.82	8	14.55	11	20.00	24	43.64	0.0004**
	大學	46	24.73	33	17.74	53	28.49	54	29.03	
	碩士	17	27.42	14	22.58	22	35.48	9	14.52	
	博士	3	8.82	17	50.00	10	29.41	4	11.76	
參觀次數	第一次	44	26.04	54	31.95	34	20.12	37	21.89	0.0004**
	1~3 次	15	18.29	11	13.41	29	35.37	27	32.93	
	4~6 次	12	28.57	3	7.14	13	30.95	14	33.33	
	7~10 次	4	19.05	1	4.76	11	52.38	5	23.81	
	10~20 次	0	0	0	0	4	80.00	1	20.00	
	20 次以上	4	19.05	4	19.05	6	28.57	7	33.33	
參觀時間	少於 1 小時	3	16.67	2	11.11	9	50.00	4	22.22	0.0337*
	1~2 小時	31	20.67	31	20.67	38	25.33	50	33.33	
	2~3 小時	37	31.09	22	18.49	39	32.77	21	17.65	
	3~4 小時	7	20.59	11	32.35	6	17.65	10	29.41	
	4~5 小時	0	0.00	4	30.77	4	30.77	5	38.46	
	全天	1	16.67	3	50.00	1	16.67	1	16.67	
導覽方式	自行參觀	42	21.76	41	21.24	66	34.20	44	22.80	0.0003**
	故宮定時	2	10.00	9	45.00	7	35.00	2	10.00	
	旅行團導覽	13	20.00	8	12.31	13	20.00	31	47.69	
	語音導覽機	14	35.90	13	33.33	5	12.82	7	17.95	
	團體預約	5	31.25	2	12.50	4	25.00	5	31.25	
	其他	3	42.86	0	0.00	2	28.57	2	28.57	
購買複製品	會	18	17.65	22	21.57	41	40.20	21	20.59	0.0043**
	不會	59	25.99	51	22.47	54	23.76	63	27.75	

表4-13 卡方分析 (本研究整理) *表示P-value <0.05, **表示P-value <0.01為顯著, 拒絕虛無假設。

經由前述之卡方檢定，以下將本研究所提出的研究假設之H₁至H₈的檢定結果，做一總整理，如表4-14所示：

假設	假設內容	檢定結果
假設一	不同「國家變數」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異	
H ₁	來自不同「國家」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異	非常顯著
假設二	不同「人口統計變數」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異	
H ₂	不同「性別」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異	顯著
H ₃	不同「年齡」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異	不顯著
H ₄	不同「教育程度」之觀眾族群在懷舊傾向上無顯著差異	顯著
假設三	不同懷舊傾向之觀眾族群在「文化消費行為變數」上無顯著差異	
H ₅	不同懷舊傾向之觀眾族群在「參觀次數」上無顯著差異	顯著
H ₆	不同懷舊傾向之觀眾族群在「參觀時間」上無顯著差異	顯著
H ₇	不同懷舊傾向之觀眾族群在「導覽方式」上無顯著差異	顯著
H ₈	不同懷舊傾向之觀眾族群在「是否購買複製品」上無顯著差異	顯著

表 4-14 研究假設 H1-H8 檢定之結果整理 (本研究整理)

同時，再將本研究所探討之不同懷舊傾向的消費族群，在國家變數，人口統計變數和消費行為變數上之分析結果，歸納整理如表4-15，並總結如後：

族群	懷舊厭今 悲觀未來	物件懷舊 相信未來	戀舊惜今 看好未來	期待不多 實際度日	Chi-Square Pro
樣本數/ 比例	79 (23.23%)	73 (21.47%)	97 (28.53%)	91 (26.76%)	-
國家變數					
國籍	美國觀眾之 30.28% 日本觀眾之 26.53%	美國觀眾之 48.62%	台灣觀眾之 51.13%	日本觀眾之 51.02% 台灣觀眾之 27.07%	<.0001**
人口統計變數					
性別	男性觀眾主要集中在「戀舊惜今，看好未來」族(佔全部男性之 34.66%)，其次為「期待不多，實際度日」族(26.14%)。 女性觀眾分佈較平均，主要集中在「懷舊厭今，悲觀未來」族(佔全部女性之 29.27%)，其次為「期待不多，實際度日」族(27.44%)。				0.0201*
年齡 (不顯著)	20~29 歲之 32.81% 50~59 歲之 25.00%	50~59 歲之 29.76% 60 歲以上之 26.09%	30~39 歲之 38.57% 20~29 歲之 31.25% 60 歲以上之 28.26% 40~49 歲之 27.63%	40~49 歲之 32.89% 30~39 歲之 30.00% 50~59 歲之 26.19%	0.1099
教育 程度	碩士之 27.42% 大學之 24.73%	博士之 50.00% 碩士之 22.58%	碩士之 35.48% 博士之 29.41% 大學之 28.49%	中學之 43.64% 大學之 29.03%	0.0004**
文化消費行為變數					
參觀 次數	4~6 次之 28.57% 第 1 次之 26.04%	第 1 次之 31.95%	10~20 次之 80% 7~10 次之 52.38% 1~3 次之 35.37% 4~6 次之 30.95%	4~6 次之 33.33% 20 以上之 33.33% 1~3 次之 32.93%	0.0004**
參觀 時間	2~3 小時之 31.09%	全天之 50.00% 3~4 小時之 32.35% 4~5 小時之 30.77%	少於 1 小時 之 50.00% 2~3 小時之 32.77% 4~5 小時之 30.77% 1~2 小時 25.33%	4~5 小時之 38.46% 1~2 小時 33.33%	0.0337*
導覽 方式	其他導覽方式之 42.86% 租用語音導覽機之 35.90% 團體預約導覽之 31.25%	故宮定時導覽之 45.00% 租用語音導覽機之 33.33%	故宮定時導覽之 35.00% 自行參觀之 34.20%	旅行團導覽之 47.69% 團體預約導覽之 31.25%	0.0003**
購買 複製品	「會」購買複製品者，集中在「戀舊惜今，看好未來」族(佔該族群之 40.20%)，其次為「享受當下，相信未來」族(21.57%) 「不會」購買者，呈現平均分配，以「期待不多，實際度日」族最高(27.75%)。				0.0043**

表4-15 卡方分析結果整理 (本研究整理) *表示P-value <0.05, **表示P-value <0.01為顯著, 拒絕虛無假設。

總結表4-15，本研究首先以懷舊為主體，探討來自台灣，日本，美國等不同的國家的觀眾所呈現之懷舊傾向上的差異。接下來探索懷舊傾向與本調查中的「人口統計變數」與「文化消費行為變數」之間的關係。研究發現，不同懷舊傾向的觀眾族群，除了年齡之外，在國家變數，人口統計變數，以及文化消費行為變數上，都呈現顯著差異：

(一)「懷舊厭今，悲觀未來」族：

這一族群的觀眾，明顯地懷念過去時光，並不滿意現在的生活，且明顯不認同未來會更好。構成這一族群的，是以美國觀眾(佔美國總人數的 30.28%)與日本觀眾(佔日本總人數的 26.53%)為主。以性別來看，也是女性多於男性。年齡主要集中在 20~29 歲與 50~59 歲。這符合文獻中所提到的：中年或接近退休的族群，容易表現出懷舊的傾向。年輕的 20~29 歲族群，則是正在長成大人的過渡期，反而對年幼時有懷念之情。在文化消費行為上，這一族的人多為首次到館參觀，或是到訪 4~6 次者。參觀時間主要是花費 2~3 小時。並且，這一族群的人除了自行參觀外，也會主動租用語音導覽機來協助參觀。

(二)「物件懷舊，相信未來」族：

這群觀眾雖然沒有懷舊的心情，但是他們不喜歡現代的工藝，並且還是會珍惜過去的經典，是潛在的「物件懷舊」族群。對於當下以及未來，則是抱持正面的態度。構成此一族群的，是以美國觀眾為主(佔美國總人數的 48.62%)為主。比較特別的是，本族群以年齡來看，主要落在 50~59 歲與 60 歲以上的較年長遊客。而且多為首次來訪的族群(佔全部首次來訪的 31.95%)，停留參觀的時間較長，多落在 3~4 小時，4~5 小時，甚至全天，導覽方式則會跟隨故宮的定時導覽，或是主動租用語音導覽機。

(三)「戀舊惜今，看好未來」族：

跟上述的「享受當下，相信未來」族比較，這一群人是在期待未來的同時，也富有懷舊的心境，但也更能享受現代的工藝與科技。根據本研究結果，這個族群是以台灣觀眾為代表(佔台灣總人數的 51.13%)。在性別上則集中於男性(佔全體男性的 34.66%)，並且以較年輕的族群為主幹，即 30~39 歲(佔本年齡區間的 38.57%)，與 20~29 歲(佔本年齡區間的 31.25%)。若以參觀次數來看，問卷中許多區間都落在此一族群，高參觀次數者如 10~20 次者的 80%，其次為 7~10 次(佔本區間的 52.38%)，再來是 1~3 次(佔本區

間的 35.37%)與 4~6 次(佔本區間的 30.95%)。所花費的時間，最短不到一小時，最長為 4~5 小時。選用的導覽方式為參加故宮定時導覽，或自行參觀。比較特別的是，參觀後會購買複製品的，也多集中這個族群(佔會購買者的 40.20%)。

(四) 「期待不多，實際度日」族：

這群觀眾並沒有懷舊的情緒，對當下生活也不滿意，對未來並沒有正面的期待。但是他們享受現代工藝技術的便利，也維持了對舊有經典的珍惜。所以台北故宮所反應的歷史面貌，相信還是能在這一群懷舊程度較低的觀眾群中引起共鳴。這個族群是以日本觀眾為代表(佔日本總人數的 51.02%)，其次是台灣觀眾(佔台灣總人數的 27.07%)。在年齡的部分，則集中在青壯年的 40~49 歲 (佔本年齡區間的 32.89%)，與 30~39 歲 (佔本年齡區間的 30.00%)。教育程度則集中在中學(佔中學全部的 43.64%)，與大學 (佔大學全部的 29.03%)。若以參觀次數來看，則是較鬆散的分佈：訪 4~6 次的族群與參觀 20 次以上的族群(皆佔該族群全部的 33.33%)為主，其次為到訪 1~3 次的族群 (佔該族群全部的 32.93%)。參觀時間則呈現較極端：長時間的 4~5 小時 (佔本區間的 38.46%)與倉促的 1~2 小時 (佔本區間的 33.33%)。因此推估，這個族群中有部分是團客，另一部份則是將參觀博物館視為日常休閒的散客。而在導覽方式上，本族群則偏重旅行團導覽與團體預約導覽。另外，在勾選「不會」購賣複製品者，亦以本族群為最高 (佔所有不會購買者的 27.75%)。

4.5 不同國家變數與歷史物像記憶變數之卡方分析

將問卷第二部分第四題(最吸引您的中國歷史時代)與第五題(最讓您印象深刻的文物)定義為歷史物像記憶變數，與國家變數利用卡方分析，解讀如表4-16：

題號	朝代敘述	Chi-square Value	P-value
A	A. 新石器時代 (Pre-1600 B.C.E)	3.3330	0.5037*
B	B. 銅器時代 (1600-211 B.C.E)	3.1351	0.5355
C	C. 秦~漢 (221B.C.E – 220 C.E.)	3.4547	0.4848
D	D. 六朝隋唐 (960 – 1350)	13.0960	0.0108*
E	E. 宋~元(221 – 960)	5.3752	0.2509
F	F. 明代(1350 – 1644)*	13.0106	0.0112*
G	G. 清代 (1645 -1911)**	28.0887	<0.0001**
H	其他	3.6040	0.4622

表 4-16 「最吸引您的中國歷史時代」分析結果(本研究整理)

*表示P-value <0.05，**表示P-value <0.01為顯著，拒絕虛無假設。

由上表顯示，出現顯著差異的為D.六朝隋唐，F.明朝與G.清朝。表4-17是將D, F, G的列聯表內之數據摘要出來，以及勾選該朝代的觀眾之分析。其中，受到D.六朝隋唐吸引者以台灣觀眾為主(佔台灣觀眾全體的20.42%)，受到F.明代吸引者則以美國觀眾為主(佔美國觀眾全體的38.84%)，其次為日本觀眾(佔日本觀眾全體的33.65%)；對G.清代感到吸引者則為台灣觀眾最多(佔台灣觀眾全體的46.48%)，其次為日本觀眾(佔日本觀眾全體的42.31%)。

表	台灣		日本		美國		Total
D. 六朝隋唐	29	20.42%	15	14.42%	7	6.14%	51
F. 明代	28	19.72%	35	33.65%	42	38.84%	105
G. 清代	66	46.48%	44	42.31%	20	17.54%	130

表4-17 六朝隋唐，明代，清代受到各國觀眾喜愛之分佈狀況 (本研究整理)

觀眾針對「最吸引你的中國歷史時代」的回答，有可能來自參觀當天的印象，也有可能來自觀眾本身既有的認知，更有可能是這兩者的混和。由以上的調查資料來分析，懷舊

還是有時間上的天然限制。太過久遠之前的朝代，人們無法想像，難以感受，所以較難引發記憶，也較難引起懷舊之情。而近代的明、清兩朝，時間距離近，同時人們在日常生活中，有許多機會接觸該時代風貌。再加上台北故宮豐富的藏品刺激，自然容易被這兩個時期所吸引。

對於台灣觀眾，隋唐時期(581~907)雖然距今較為久遠，但是這是一段中華文化發展的黃金時期，對於台灣觀眾必然耳熟能詳，相信這個因素在無形中影響了台灣觀眾選擇。清代不但在時間上接近現在，其展品的工藝技術細緻精巧，引人入勝，並且包括了台北故宮最受歡迎的「翠玉白菜」，「肉形石」，「象牙鏤雕套球」等展覽文物，自然受到同屬中華文化圈的台灣觀眾喜愛。

中日兩國的關係，已經在歷史上綿延兩千多年。從西元七世紀開始，兩國有正式的邦交，日本並在中國的隋唐兩個朝代，陸續的遣使至中國，學習文化與典章制度。在此之後，兩國間的僧侶與商賈，帶動了貿易與文化的交流。到了中國的明代，兩國關係更加密切。十六世紀的日本，隨著市民階級的興起，飲茶的風潮也隨之普及，由中國輸入之格式端正的書院茶與其專屬的茶壺茶具，更為日本貴族所講究(謝明良, 2008)，而這也加強了日本追求「唐物」的風潮。同時，中國的明朝後期，正逢日本歷史上的戰國時期，明朝與改變日本歷史的大將軍織田信長、豐臣秀吉，德川家康等時代重疊。本研究發現，有33.95%的日本觀眾，在參觀完台北故宮後，選擇明代為印象最深刻的朝代，即有可能與上述的這些歷史片段有所關連。而接下來的清代，則是對應日本歷史的江戶時期與明治時期，中日兩國貿易頻繁，至19世紀則是戰事多端，1895年，中國將台灣割讓給日本。中國的清代對日本觀眾來說，除了時間接近，以及歷史事件為人熟知以外，其精緻的工藝美術與皇室收藏，也符合日本觀眾的喜好，因此本研究結果中，有42.31%的日本觀眾都選擇清代為感到吸引的朝代。除了明，清之外，也有26.92%的日本人認為中國的宋元時期為他們感到吸引的時代，這可能是因為在宋代的三百多年間，中國的圖書，繪畫，書法，佛教藝術等，都東傳到了日本，並對日本的文化藝術與宗教思想有重大的影響。

38.34%的美國觀眾，認為明代是他們印象最深刻的朝代。這應可歸因於當時中國活躍的海上貿易，將明代著名的青花瓷器帶到西方世界的結果。明代出口至國外的商品以絲織品與青花瓷為主。十六世紀的大航海時代，為中國帶來了歐洲買主。透過英國與荷蘭東印度公司的轉口貿易，青花瓷器遠銷到歐洲各國，荷蘭東印度公司甚至藉由拍賣的機制，將

精美的中國瓷器高價拍出。而現代的美國即為當時的歐洲移民所建立的國家。因此，對於許多美國的觀眾來說，青花瓷器的圖像，能夠喚起他們對中國的印象。

接下來，再看「最讓您印象深刻的文物」的調查結果（表4-18）：

	敘述	Chi-square Value	P-value
A	新石器時代，良渚文化玉琮	10.4075	0.0341*
B	西周晚期，毛公鼎	7.6210	0.1065
C	東漢，玉辟邪	3.9137	0.4178
D	唐代，灰陶加彩仕女俑	7.8774	0.0962
E	宋代，汝窯青瓷花式溫碗	2.8643	0.5808
F	宋代，定窯白瓷嬰兒枕	4.6400	0.3263
G	明代，青花穿蓮龍紋天球瓶	3.2100	0.5233
H	清代，翠玉白菜	19.8006	0.0005**
I	清代，肉形石	14.3376	0.0063**
J	清代，象牙鏤雕套球	2.1645	0.7055
K	清代，多寶格	3.7485	0.4411
L	清代，傢俱展	8.5012	0.0749
M	宗教雕塑藝術	2.9585	0.5648
N	古代圖書	4.6810	0.3216
O	古輿圖特展	5.0287	0.2844
P	書法	9.4715	0.0503*
Q	繪畫	3.3309	0.5041

表4-18 「最讓您印象深刻的文物」分析結果（本研究整理）

*表示P-value < 0.05，**表示P-value < 0.01為顯著，拒絕虛無假設。

由上表顯示，在「讓您最印象深刻的文物」的調查中，呈現非常顯著的為「新石器時代玉琮」、「翠玉白菜」、「肉形石」與「書法」，呈現部分顯著的為「清代傢俱」。我們再將列聯表的内容並列來看（表 4-19）：

	台灣		日本		美國		Total
A. 新石器時代玉琮	7	4.93%	6	5.77%	16	14.04%	51
H. 翠玉白菜	71	50.00%	58	55.77%	33	28.95%	162
I. 肉形石	29	20.42%	14	13.46%	6	5.26%	49
P. 書法	9	6.34%	11	10.58%	2	1.75%	22
L. 清代家具	2	1.41%	6	5.77%	9	7.89%	17

表 4-19 「最讓您印象深刻的文物」列聯表內容 (本研究整理)

在「新石器時代玉琮」的部分，吸引了美國遊客的注意力。在鎮館之寶的「翠玉白菜」的部分，主要吸引的為台灣觀眾，其次為日本觀眾，而著名的「肉形石」也呈現相同的情形。以「清代家具」展來看，吸引的是美國觀眾，可能傢俱展間的布置，完整地呈現中國的室內擺設，反而最讓西方人留下深刻的印象。最後一項為「書法」展，很明顯的吸引了日本觀眾的目光。

本研究另外提出一個個案，即是項目 J. 清代的「象牙鏤雕套球」。這是台北故宮內相當受歡迎的展覽品，卻在統計結果中的差異性。實際上，這一件是平均的受到三個國家的觀眾喜愛，以致於差異性不顯著。表 4-20 為其列聯表的資料：

	台灣		日本		美國		Total
J. 象牙鏤雕套球	34	23.94%	25	24.04%	27	23.68%	86

表 4-20 「象牙鏤雕套球」受到各國觀眾喜愛之分佈狀況 (本研究整理)

針對「象牙鏤雕套球」，三個國家的觀眾中，均有 23%~24% 勾選對其「印象深刻」。在所有問卷所列的受測文物中，這一件展品是受到喜愛的程度是相當平均的。

在「讓您印象最深刻的文物」一題中，國家之間有顯著差異的，為「新石器時代玉琮」一吸引美國觀眾；「翠玉白菜」與「肉形石」一吸引台灣及日本觀眾；「書法」一吸引日本觀眾。呈現部分顯著的為「清代家具」一吸引美國觀眾。

首先，「新石器時代玉琮」，讓 14.04% 的美國遊客感到印象深刻。這件玉琮是大約距今四千五百至四千二百年前，新石器時代良渚文化晚期居民製作的。它是直孔的方柱體，外壁垂直分為十七層，一共雕琢了六十八個代表神祇祖先面孔的紋飾。在上古時代有中孔的圓形玉璧常與有中孔的方柱形玉琮組配來祭祀神祖，中孔就象徵「溝通」。這種用帶有光澤的美玉製作象徵天圓地方宇宙觀的祭器，對於美國觀眾來說，真是充滿古代東方的神秘吸引力。一位美國遊客即在觀眾留言本上寫下他的感受「A great introduction to Chinese

culture and the advances made in the East far before the West」，另一位則指出「 I enjoyed the history of China, especially the old time」。

「翠玉白菜」是台北故宮的明星展品。尤其是第一次到訪的觀眾，幾乎都會去參觀這一件遠近知名的清末玉器精雕。這件作品與真實白菜相似度近乎百分之百，是利用了翠玉天然的綠色與白色的分佈，雕琢出菜身、綠葉與棲息在其上的蝨斯和蝗蟲。在傳說中這是清末瑾妃的嫁妝，代表了清清白白多子多孫。工匠細膩的心思與技巧，搭配美好的寓意，對於東亞文化圈的觀眾來說，這樣的精巧工藝，是極為打動人心的作品。由調查數據來看，有 55.77% 的日本遊客，以及 50% 的台灣遊客，都將「翠玉白菜」選為印象最深刻的作品，對美國遊客來說，也有 28.95% 的人對其印象深刻。在觀眾留言本中，充滿了許許多多日本觀眾對翠玉白菜之精美的讚嘆。

與「翠玉白菜」齊名的「肉形石」，乍看之下，就是令人垂涎三尺、肥瘦相間的「東坡肉」。這是在大自然岩洞中，富含二氧化矽的水在其間流動，帶來不同的雜質沈積而成的瑪瑙類礦物，因而呈現一層一層不同的色帶。製作此件肉形石的工匠，將原來質感豐富的石材加工琢磨，做成了這件肉皮、肥肉、瘦肉層次分明，毛孔和肌理都逼真展現的作品。讓打動了 20.42% 的同屬中華美食文化圈的台灣與日本觀眾。一位日本觀眾俏皮地在留言本上寫下「白菜，角煮，滿腹滿足」(按：看到了翠玉白菜與肉形石，彷彿吃的好滿足)。另一位日本觀眾則留言：「白菜+肉石=美味」，而另一位台灣觀眾則寫下「妙不可言...玉石潤朗，寶物有趣」，可見以上這兩件作品的確深得台灣與日本的人心。

日本是亞洲除了中國與台灣以外，唯一至今仍使用漢字的國家。日本本身並沒有發明獨特的文字，而其使用漢字的最早紀錄是出現在中國正史的三國時期(西元三世紀)。之後隨著佛教經典的傳播與翻譯，漢字在日本更為普及。逐漸地，由漢字的偏旁與草書中發展出了日文的「片假名」與「平假名」。書法藝術在中國與日本，都具有崇高的地位。現代的日本，民間書法社團興盛，因此也反應在日本觀眾於北故宮的參觀行為上，有 10.58% 的日本觀眾認為書法展品是讓他們最印象深刻的文物。在觀眾留言本中，有日本觀眾特別提到了王羲之的書法，也有另一位強調「書道」很優美，希望漢字文化能一直保存下去。

傢俱是兼具造型與實用的雙重藝術。中國傢俱的發展，約在 15 至 17 世紀之間達到高峰，匠人運用紫檀等堅實細緻的硬木，融入文人品味，將「明式傢俱」帶向開闊又典雅的境界。而 18 世紀，皇室品味驅使清代傢俱走向穩重，威嚴，甚至轉化為華貴的氣勢(張麗端，

2006)。台北故宮的清代傢俱展間中，有兩套主題擺設，一為「起居之室」，另一為「文房之所」，主要是運用來自清代恭親王府所流傳的紫檀木傢俱，再參考清代院畫中的場景來恢復當時的面貌。展間雖小，卻成功的吸引了 7.89% 美國遊客的目光。一位來自美國 Boston 的觀眾，即在留言本中提到，他特別喜歡中國傢俱藝術。

以上的分析是在 SAS 9.1 統計軟體中，能看的出在三個國家間有顯著差異的藝術品。另外台北故宮的幾件名品，如「象牙鏤雕套球」，是受到三個國家觀眾平均的歡迎；著名的鎮宮之寶毛公鼎，與許多紀念品上都看的到的「灰陶加彩仕女俑」，則是留在許多台灣觀眾的記憶中。

在本研究的進行期間，故宮也正推出繪畫特展「追索浙派」。「浙派」是指十七世紀以降，中國明代浙江地區為中心的職業畫派。浙派畫家的畫風生動活躍，其山水畫作充滿力感，而人物花鳥則常引用通俗題材，洋溢活潑的民間氣息，晚期則走向恣肆放逸，具有戲劇性的視覺效果。同時浙派也影響了鄰近的日本與朝鮮的畫家們。「追索浙派」特展分為兩個檔次展出，兩檔次各有四十多幅作品，陳列於台北故宮二樓的空間。本研究問卷中亦問及觀眾對這個大型特展的印象。分析時以國家變數來做卡方檢定，得到的 P value 為 <.0001，顯示三個國家的觀眾間，對本特展的注意力有顯著差異，如表 4-21 所列：

	台灣		日本		美國		總計
沒有	92	64.79%	76	73.08%	52	45.61%	220 (61.11%)
有	50	35.21%	28	26.92%	62	54.38%	140 (38.89%)
有印象深刻的作品與畫家	15	10.56%	3	2.88%	16	14.04%	34 (9.44%)
無 (無法再指出)	34	23.94%	24	23.08%	36	31.58%	94 (26.11%)
其他心得	1	0.70%	1	0.96%	10	8.77%	12 (3.33%)
總計	142	39.44%	104	28.89%	114	31.67%	360 (100%)

表 4-21 「您是否有注意到二樓的繪畫特展追索浙派」之分析 (本研究整理)

結果發現以美國觀眾的反應最為熱烈，有高達 54.38% 的美國遊客在參觀結束後，表示對該展覽有印象。台灣與日本則僅有 35.21% 與 26.92% 的觀眾在參觀後還記得。推測其背後原因，第一，美國文化本身即高度欣賞繪畫藝術與其背後象徵的精神文明。第二，中國繪畫講求的是胸中丘壑的呈現與筆墨運用，與西方繪畫強調的透視法構圖與色彩發揮，兩者的表現方式完全不同，這個原因，可能更吸引美國觀眾的眼光，期待透過中國繪畫來了解中國的文化、藝術與哲學思想。最後也就造成了美國觀眾對本特展的注意力反而高於亞洲的台、日兩國觀眾。

經由前述之卡方檢定，以下將本研究所提出的研究假設之H₉至H₁₁的檢定結果，做一總整理，如表4-22所示：

假設四	不同國家變數之觀眾族群在「歷史物像記憶變數」上無顯著差異	
H ₉	不同國家之觀眾族群在「最吸引您的中國歷史時代」上無顯著差異	具顯著差異： 六朝隋唐 明代 清代
H ₁₀	不同國家之觀眾族群在「最讓您印象深刻的文物」上無顯著差異	具顯著差異： 新石器玉琮 翠玉白菜 肉型石 書法 部分顯著： 清代家具
H ₁₁	不同國家之觀眾族群在「是否留意特展」上無顯著差異	具顯著差異

表4-22 研究假設H₉-H₁₁檢定之結果整理 (本研究整理)

第五章 結論與建議

5.1 研究結論

本研究以台北故宮為研究場域，以台灣，日本，美國的觀眾為研究對象。在回收的360份有效問卷中，先以因素分析萃取出五個懷舊傾向的構念，再以集群分析將受訪的觀眾分為四大族群，分別為「懷舊厭今，悲觀未來」族、「物件懷舊，相信未來」族、「戀舊惜今，看好未來」族、「期待不多，實際度日」族。

接下來利用卡方檢定，將國家變數，人口統計變數，消費行為變數投入與「懷舊傾向」做交叉分析，得知除了年齡之外，不同國家，性別與教育程度的觀眾，其懷舊傾向都有顯著差異，而不同懷舊傾向的族群，表現在參觀次數，參觀時間，選用的導覽方式，與是否購買紀念品等選項上，亦出現顯著差異（表4-15）。而在Holbrook 1993年的文獻中即已指出，年齡與懷舊傾向之間並不相關，在本研究中再度證實之。

同時，將不同的國家變數，與歷史物像記憶變數之間，以卡方檢定做交叉分析，也得知來自不同國家的觀眾，在參觀後對於不同的歷史物像，保留了不同的記憶與偏好。而對於特展，也展現出顯著不同的注意力。



5.2 研究建議

懷舊是人人都會有的心境，只是程度強弱不一。台北故宮在近年，推出「Old is New 時尚故宮，數位生活」的行銷主題，除了積極推動「數位典藏」、「數位博物館」與「數位學習」等計畫，也結合許多新銳設計師，在博物館商店中，呈現出新潮設計的衍生商品，試圖讓時代久遠的文物，融入現代生活，成為領導流行的新指標。之後，「故宮晶華」開幕，其空間與菜單的設計，也充滿古文物的特色。這些以現代科技重現歷史經典文物風采的行銷手法，雖然力圖表現「新潮」與「時尚」的一面，但其出發點實際上是基於人類天生具有的「懷舊情懷」，方能成之。然而，根據本研究的結果，懷舊有不同的型態，而觀眾本身的文化框架，會影響其懷舊傾向，進而影響了其歷史物像記憶與文化消費行為。台北故宮的外籍遊客佔了總觀眾數的一半以上，如果在「Old is New」的框架下，再加入對不同國家，不同文化的觀眾研究，相信未來台北故宮在對不同觀眾族群的行銷區隔，目標與定位等策略上，將會更為精準。

同時，本研究也建議台北故宮，在積極推出各類特展的同時，也應加強觀眾研究，以了解特展與觀眾之間的互動，與觀眾對特展的理解，接受以及喜愛的程度。以使未來在推出特展時，能夠更精準的打動目標觀眾族群，讓觀眾之間的口碑傳遞來幫台北故宮精心推出的特展打響知名度。

另外，本研究發現，當受訪者在回答「最吸引你的中國歷史時代」時，大多還是集中於年代較接近，較容易記憶與理解的朝代。而在調查現場，受訪者也常會出現一時難以回答，必須先參考調查所提供的文物輔助圖片，方能回想與作答的狀況。可見，目前台北故宮以編年方式，來呈現長達八千年的中華文化，對大部分的觀眾來說，是難以記憶與理解的。尤其對於外國觀眾，更難在腦海中清晰的畫出中國歷史朝代的時間線。因此，本研究建議，在未來的展示陳列上，不妨回歸以「物件」為主陳列，讓觀眾藉由對物件圖像的理解，進而理解物件背後的歷史，以及它所連結的思想與意義，甚至透過物件進一步去理解政治，經濟與宗教等更深的層面。

最後，回顧目前有關「懷舊」之研究，在國外其實相當豐富，而在國內也越來越多見，其中不少是探索「懷舊」與老街、遺跡觀光、故事館等充滿「古早味」的休閒場所之間的關係，而這的確也反應了台灣目前流行的懷舊風潮，以及積極發展觀光業的狀況。然而，在博物館這個「虛擬懷舊」的平台上，懷舊，文化與觀眾之間如何激盪出不同的觀點與參觀經驗，是值得再繼續探討的。尤其在開放大陸民眾來台觀光後，未來更應該將之列入研究對象中，來了解大陸遊客在台灣旅遊參觀時的種種文化消費心裡。此外，目前的懷舊量表多為美國學者所歸納整理，而未來在台灣以及華語世界，研究者也可以試著結合各學門的研究，發展出最適合東方文化的懷舊量表，以求在這個全球化的時代，將東西方不同的文化特質研究的更透徹，也使「懷舊」的相關研究更為圓滿。

參考文獻

中文部分：

1. 鄧淑蘋，1999，群玉別藏續集，台北：國立故宮博物院。
2. 陳燮君，汪慶正主編，2000，日本文物精華，上海：上海書畫出版社。
3. 鄭樑生，2001，中日關係史，台北：五南圖書出版股份有限公司。
4. 蘇啟明主編，2005，鄭和與海洋文化—鄭和下西洋六百年特展，台北，國立歷史博物館。
5. 稽若昕主編，2007，天工寶物，台北：國立故宮博物院。
6. 謝明良，2008，陶瓷手記—陶瓷史思索和操作的軌跡，台北：石頭出版。
7. 陳階晉，賴毓芝主編，2008，追索浙派，台北：國立故宮博物院。
8. 黃菁菁，「逾半日人親台，民調看得見」，中國時報，A12版，2009年5月2日。

英文部分：

1. Baker, S. M., Kennedy, P. F. (1994), Death by nostalgia: a diagnosis of context-specific cases, *Advances in Consumer Research*, 21, 169-174.
2. Belk, R. W. (1990), The role of possessions in constructing and maintaining a sense of past. *Advances in Consumer Research*, 17, 669-676.
3. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel, J. F., 2006, *Consumer behavior*, 10th edition, Thompson Higher Education.
4. Chodorow, S., Gatzke, H. W., Schirokauer, C., 1986, *A history of the world*, Harcourt Brace Jovanovich Publishers, New York.
5. Csikszentmihalyi, M., Rochberg-Halton, E., 1981, *The meaning of things: domestic symbols and the self*, Cambridge: Cambridge University Press.
6. Davis, F., *Yearning for yesterday: a sociology of nostalgia*, 1979, The Free Press, New York.
7. Falk, J. H., Dierking, L. D., 1992, *The Museum Experience*, Howells House, Washington, DC.
8. Foder, N., (1950), Varieties of nostalgia. *Psychoanalytic Review*, 37, 25-38.
9. Goulding, C. (2001), Romancing the past: heritage visiting and the nostalgic consumer. *Psychology & Marketing*, 18 (6), 565-592.
10. Holbrook, M. B. (1989), Some exploratory findings on the development of musical tastes, *Journal of Consumer Research*, 16 (1), 119-124.
11. Holbrook, M. B. (1993), Nostalgia and consumption preference: some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, (20) 2, 245-256.
12. Holbrook, M. B. (1994), Age, Sex and attitude toward the past as predictors of consumers' aesthetic tastes for cultural products, *Journal of Marketing Research*, 31 (3), 412-422.

13. Holbrook, M. B. & Schindler, R. M. (1996), Market segmentation based on age and attitude toward the past: concepts, methods, and findings concerning nostalgic influences on consumer tastes, *Journal of Business Research*, 37 (1), 27-39
14. Holbrook, M. B. & Schindler, R. M. (2003a), Nostalgic bonding: exploring the role of nostalgia in the consumption experience, *Journal of Consumer Behavior*, 3, 107-127.
15. Holbrook, M. B. & Schindler, R. M. (2003b), Nostalgia for early experience as a determinant of consumer preference, *Psychology & Marketing*, 20, 275-302.
16. Havlena, W. J., Holak, S. L. (1991), The good old days: observations on nostalgia and its role in consumer behavior, *Advances in Consumer Research*, 18, 323-329.
17. Holak, S. L., Havlena, W. J. (1992), Nostalgia: an exploratory study of themes and emotions in the nostalgic experience, *Advances in Consumer Research*, 19, 380-387.
18. Havlena, W. J., Holak, S. L. (1996a), Exploring nostalgia imagery through the use of consumer collages, *Advances in Consumer Research*, 23, 35-42.
19. Holak, S. L., Havlena, W. J. (1998), Feelings, fantasies, and memories: An examination of the emotional components of nostalgia, *Journal of Business Research*, 42, 217-226.
20. Holak, S. L., Havlena, W. J. (2006), Exploring nostalgia in Russia: testing the index of nostalgia-proneness, *European Advances in Consumer Research*, 7, 195-200.
21. Kesner, L. (2006), The role of cognitive competence in the art museum experience, *Museum Management and Curatorship*, 1-16.
22. Malhotra, N. K., 2007, *Marketing Research*, 5th edition, Pearson Education, New Jersey.
23. Martin, A. R. (1954), Nostalgia, *The American Journal of Psychoanalysis*, 14, 93-104.
24. McCann, W. H. (1941), Nostalgia: A review of the literature, *Psychological Bulletin*, 38 (3), 165-182.
25. Sedikides, C., Wildschut, T., Baden, D. (2004), Nostalgia: conceptual issues and existential functions. In J. Greenberg (Ed.), *Handbook of experimental existential psychology* (pp. 200-214), New York, NY: Guilford publications.
26. Storey, J., 1999, *Cultural consumption and everyday life*, Oxford University Press.
27. Unger, L. S., McConocha, D. M., Faier, J. A. (1991), The use of nostalgia in television advertising: A content analysis. *Journalism Quarterly*, 68, 345-353.

附錄

- A. 本研究台灣版問卷與輔助圖片
- B. 本研究日本版問卷與輔助圖片
- C. 本研究美國版問卷與輔助圖片

A. 本研究台灣版問卷與輔助圖片

您好：

這是一份關於『文化消費』相關的學術研究問卷。本問卷純粹作為學術研究之用，絕不對外公開，懇請您協助作答。您的寶貴意見對本研究有極大之助益，感謝您於百忙之中填寫此問卷。

敬祝 身體健康 萬事如意

交通大學經營管理研究所
指導教授 唐瓔璋 教授
研究生 臧若昀 許怡娟 趙彥棠

Q1: 請問您是否來自下列三個國家或地區:

- 台灣 日本 美國
 以上皆非，我是來自_____ (問卷停止)

Q2: 請問您的年齡?

- 20 歲以下(問卷停止) 20~29 歲 30~39 歲 40~49 歲 50~59 歲 60 歲以上

第一部份：

以下敘述，請根據您第一時刻的感覺，依您的感受程度，由 1~7 圈選。

(1: 表非常不同意，7: 表非常同意)。

順序	敘述	非常不同意	不同意	不太同意	沒有感覺	有點同意	同意	非常同意
1	現代產品的做工，已經達不到過去的水準了。	1	2	3	4	5	6	7
2	新的總是比舊的好。	1	2	3	4	5	6	7
3	未來的生活，會比現在更好。	1	2	3	4	5	6	7
4	過去那段黃金歲月的生活，真的比較好。	1	2	3	4	5	6	7
5	我相信時代一直在進步。	1	2	3	4	5	6	7
6	回憶過去，那真是段無憂無慮的歲月啊。	1	2	3	4	5	6	7
7	現代產品的做工，真是越來越粗糙了。	1	2	3	4	5	6	7

順序	敘述	非常不同意	不同意	不太同意	沒有感覺	有點同意	同意	非常同意
8	跟爸媽的年代相比，我們已經過得很好了。	1	2	3	4	5	6	7
9	科技的進步，讓未來充滿新希望。	1	2	3	4	5	6	7
10	當我年輕時，我比現在過的開心。	1	2	3	4	5	6	7
11	今日影壇新秀們，應該要向老前輩們學習。	1	2	3	4	5	6	7
12	我認為我們的生活，是不斷地變得更好。	1	2	3	4	5	6	7
13	真正了不起的英雄都已經辭世了。	1	2	3	4	5	6	7
14	歷史的發展，也包括了人類福祉的進步。	1	2	3	4	5	6	7
15	人類的生活水準，已經發展到頂點了。	1	2	3	4	5	6	7
16	有時候，我好希望人生能重新來過。	1	2	3	4	5	6	7
17	我們的生活品質正在往下降。	1	2	3	4	5	6	7
18	穩定的經濟發展，會為人類帶來更多幸福。	1	2	3	4	5	6	7
19	與古典音樂相比，流行音樂實在沒啥內涵。	1	2	3	4	5	6	7
20	當代社會的商業活動，會建立更美好的明天。	1	2	3	4	5	6	7

第二部分:

在參觀過國立故宮博物院後，請問：

1. 您是第一次來到國立故宮博物院嗎？

是 否

1A. 請問您過去曾經來參觀過幾次？

1~3 次 4~6 次 7~10 次 10~20 次 20 次以上

2. 您這次參觀，總共花了多少時間？

少於 1 小時 1~2 小時 2~3 小時 3~4 小時 4~5 小時 全天

3. 請問您有使用導覽服務，或語音導覽嗎？

有 無，自行參觀

3A. 導覽方式:

故宮定時導覽 您的旅行團導覽 租用語音導覽機 團體預約導覽
 其他 _____

4. 在參觀後，請問最吸引您的中國歷史時代是（可單選，或複選兩項以內）:

A. 新石器時代（文明曙光） B. 銅器時代（古典文明:夏商周） C. 秦～漢（從古典到傳統）
 D. 六朝隋唐（銜接與交融） E. 宋～元（新典範的建立）
 F. 明代（新裝飾與官民競技） G. 清代（盛世工藝與走向現代）
 其它（請說明） _____

5. 請問「最」讓您印象深刻的文物是（可單選，或複選兩項以內）

A. 新石器時代，良渚文化玉琮 B. 西周晚期，毛公鼎 C. 東漢，玉辟邪
 D. 唐代，灰陶加彩仕女俑 E. 宋代，汝窯青瓷花式溫碗 F. 宋代，定窯白瓷嬰兒枕
 G. 明代，青花穿蓮龍紋天球瓶 H. 清代，翠玉白菜 I. 清代，肉形石
 J. 清代，象牙鏤雕套球 K. 清代，多寶格 L. 清代，傢俱展
 M. 宗教雕塑藝術 N. 古代圖書 O. 古輿圖特展
 P. 書法(請說明作品) _____
 Q. 繪畫(請說明作品) _____

6. 承上題，您會購買該文物之複製品嗎？ 會 不會

7. 參觀過程中，您是否有注意到，二樓的繪畫特展「追索浙派」？

是 否，未留意

7A. 您有印象深刻的作品嗎？

有，作品與畫家名 _____
 無
 對該特展的其他心得 _____

第三部分：

在參觀過故宮博物院的展覽後，請問您是否認同下述感受，請依感受程度由 1~7 圈選。
(1：表非常不同意，7：表非常同意)。

順序	敘述	非常不同意	不同意	不太同意	沒有感覺	有點同意	同意	非常同意
1	我彷彿進入了時光隧道。	1	2	3	4	5	6	7
2	我懷念過去社會的人情味。	1	2	3	4	5	6	7
3	我懷念過去的生活步調。	1	2	3	4	5	6	7
4	我好羨慕古代皇帝的收藏！	1	2	3	4	5	6	7
5	我覺得收藏公仔，比收藏古董有趣。	1	2	3	4	5	6	7
6	我對古東方的神秘，感到有興趣。	1	2	3	4	5	6	7
7	我並不喜歡時下流行的「復古風」。	1	2	3	4	5	6	7
8	看完展覽，我很想去買個相同的複製品。	1	2	3	4	5	6	7
9	與古代中國藝術相比，我對現代中國藝術比較感興趣。	1	2	3	4	5	6	7
10	我只是來看看，並沒有特別深刻的感受。	1	2	3	4	5	6	7

第四部分：受訪者基本資料(不含姓名電話)

1. 追本溯源：

(1) 請問您本人，或您的家人中，是否有人於 1949 年國共戰爭前後由中國來到台灣？

是 否

(2) 請問您本人，家人與子女中，是否有人長期在大陸發展事業？ 是 否

(3) 請問您家族中是否保存祖譜？ 是 否

2. 您的性別： 男 女
3. 您的年齡： 20~29 30~39 40~49 50~59 60 歲以上
4. 您的教育： 中學 大學 碩士 博士
5. 除了台北國立故宮博物院之外，您是否參觀過下列世界級博物館 (可複選)：

中國，(北京)故宮博物院 美國，大都會博物館

英國，大英博物館 法國，羅浮宮

日本，東京博物館 以上皆無

其他 _____

6. 接續上題，您是否計畫未來去參觀過下列博物館 (可複選)：

中國，(北京)故宮博物院 美國，大都會博物館

英國，大英博物館 法國，羅浮宮

日本，東京博物館 以上皆無

其他 _____

7. 您的聯絡 email: _____



本問卷至此填寫完畢，我們由衷感謝您的協助與配合，本問卷純粹作為學術研究之用，絕不對外公開。
對於本問卷若有任何相關疑問，請與本人聯絡：

臧若昀：886-913-671-397

Email：emmatsang@hotmail.com

許怡娟：886-933-004-976

Email：nanaco.bm96g@g2.nctu.edu.tw

趙彥棠：886-912-171-007

Email：u1302052@nccu.edu.tw

<p>A. 新石器時代</p> 	<p>B. 銅器時代 (夏商周)</p> 	<p>C. 秦~漢</p> 
<p>D. 六朝隋唐</p> 	<p>E. 宋~元</p> 	<p>F. 明代</p> 
<p>G. 清代</p> 	<p>追索浙派特展</p> 	

<p>A. 玉琮</p> 	<p>B. 毛公鼎</p> 	<p>C. 玉辟邪</p> 	<p>D. 仕女俑</p> 	<p>E. 汝窯溫碗</p> 
<p>F. 白瓷嬰兒枕</p> 	<p>G. 天球瓶</p> 	<p>H. 翠玉白菜</p> 	<p>I. 肉形石</p> 	<p>J. 象牙球</p> 
<p>K. 多寶格</p> 	<p>L. 清代傢俱</p> 	<p>M. 宗教雕塑</p> 	<p>N. 古代圖書</p> 	<p>O. 古輿圖</p> 

B. 本研究日本版問卷與輔助圖片

この度は本アンケートにご協力くださり、誠にありがとうございます。

本アンケートは「消費文化」に関する学術研究のために作成されたものです。収集したデータは学術研究のみに使用し、第三者に公開することはありませんので、どうぞご安心してご回答ください。皆さまの貴重なご意見は、本研究の大きな助けとなります。お忙しい中でのご協力に深く感謝申し上げます。

台湾交通大学経営管理研究所（大学院）

指導教授 唐瓊璋

研究生 臧若昀

許怡娟

趙彦棠

Q1: ご出身地はどちらですか。下記の三つの国・地域からお選びください。

台湾 日本 アメリカ

以上のどれにも該当しない。出身地は_____です。(アンケート終了)

Q2: ご年齢を教えてください。

20 歳以下 (アンケート終了) 20~29 歳 30~39 歳 40~49 歳 50~59 歳

60 歳以上

第一部

以下の内容について直感的にお答えください。

(当てはまる程度に○をしてください。1：非常に同意できない 7：非常に同意できる)

順序	内容	非常に同意できない	同意できない	あまり同意できない	何も感じない	やや同意できる	同意できる	非常に同意できる
1	現代の工匠技術は過去の水準に及ばない。	1	2	3	4	5	6	7
2	新しいものはいつでも古いものより良い。	1	2	3	4	5	6	7
3	未来の生活は今よりずっと良くなる。	1	2	3	4	5	6	7
4	今より過去の黄金時代の生活の方が良い。	1	2	3	4	5	6	7
5	時代は常に進歩していると信じている。	1	2	3	4	5	6	7
6	昔は本当に憂いのない日々だった。	1	2	3	4	5	6	7
7	現代のモノの作りはますます雑になってきている。	1	2	3	4	5	6	7

順序	内容	非常に同意できない	同意できない	あまり同意できない	何も感じない	やや同意できる	同意できる	非常に同意できる
8	両親の時代に比べ、生活はとて良くなった。	1	2	3	4	5	6	7
9	科学技術の進歩は、未来に希望を与える。	1	2	3	4	5	6	7
10	今より若い頃の方が楽しかった。	1	2	3	4	5	6	7
11	今の映画若手役者は先輩たちを見習うべきだ。	1	2	3	4	5	6	7
12	生活は絶えず良くなっていると思う。	1	2	3	4	5	6	7
13	本当に素晴らしいと言える英雄は既に他界している。	1	2	3	4	5	6	7
14	歴史の発展は人類の福祉の進歩も含んでいる。	1	2	3	4	5	6	7
15	人類の生活水準は既にピークに達した。	1	2	3	4	5	6	7
16	たまに人生をやり直せたらと思う。	1	2	3	4	5	6	7
17	生活の質が落ちてきている。	1	2	3	4	5	6	7
18	安定した経済発展は人類の生活により多くの幸せをもたらす。	1	2	3	4	5	6	7
19	クラシック音楽と比べると、現在のポップスには中身がない。	1	2	3	4	5	6	7
20	現代社会の商業活動はより良い明日をつくる。	1	2	3	4	5	6	7

第二部

国立故宮博物院を参観された後でのご質問です。

1. 故宮博物院は初めてですか。

はい いいえ

2.1A. これまで何回故宮博物を参観されましたか。

1～3回 4～6回 7～10回 10～12回 20回以上

2. 今回はどれぐらいかけて参観されましたか。

1時間未満 1～2時間 2～3時間 3～4時間 4～5時間 1日

3. ガイドサービス、または音声ガイドをご利用されましたか。

- はい いいえ

3A. ガイドの種類

- 故宮博物院の定時のガイド ツアーガイドによるガイド 音声ガイドをレンタル 団
体でガイドを予約
- その他 _____

4. 参観後、どの時代に興味を持たれましたか。(2つまで選択可)

- A. 新石器時代(文明の曙光) B. 銅器時代(古典文明:夏殷周)
- C. 秦~漢(古典から伝統へ)
- D. 六朝隋唐(繋がりと融合) E. 宋~元(新規範の確立)
- F. 明代(新装飾時代と官民が技を競う時代) G. 清代(盛世の工芸と現代に向かう)
- H. その他(具体的にお答えください)_____

5.最も印象に残った文物はどれですか。(2つまで選択可)

- A. 新石器時代—良渚文化玉琮 B. 西周晚期—毛公鼎 C. 後漢—玉辟邪
- D. 唐代—灰陶加彩仕女俑 E. 宋代—汝窯青瓷花式温碗 F. 宋代—定窯白瓷嬰兒枕
- G. 明代—青花穿蓮龍紋天球瓶 H. 清代—翠玉白菜 I. 清代—肉形石
- J. 清代—象牙鏤雕套球 K. 清代—多宝格 L. 清代—家具展
- M. 宗教彫塑芸術 N. 古代図書 O. 古代地図
- P. 書法(具体的な作品名)_____
- Q. 絵画(具体的な作品名)_____

6. 上の質問で興味を持たれた文物のレプリカを購入しますか。 はい いいえ

7. 二階で行われている絵画特別展「浙派を探る」をご覧になりましたか。

- はい いいえ、気付きませんでした

7A. 印象に残った作品はありますか。

- はい。作品名と作者名_____
- いいえ。
- 同展覧へのその他感想_____

第三部:

故宮博物院の展覧をご覧になった後のご感想をお聞かせください。

(当てはまる程度に○をしてください。1：非常に同意できない、7：非常に同意できる)

順序	内容	非常に同意できない	同意できない	あまり同意できない	何も感じない	やや同意できる	同意できる	非常に同意できる
1	タイムトンネルに入ったかのようにだった。	1	2	3	4	5	6	7
2	昔の社会に見られた人情味を懐かしく思う。	1	2	3	4	5	6	7
3	昔のゆったりとしたペースの生活を懐かしく思う。	1	2	3	4	5	6	7
4	古代皇帝のコレクションが羨ましい。	1	2	3	4	5	6	7
5	アンティークよりぬいぐるみのコレクションの方が楽しい。	1	2	3	4	5	6	7
6	古代東方の神秘的な雰囲気に惹かれる。	1	2	3	4	5	6	7
7	今はやりの「復古ブーム」は好きではない。	1	2	3	4	5	6	7
8	参観後、レプリカを購入したいと思った。	1	2	3	4	5	6	7
9	古代中国の芸術より現代中国の芸術に興味がある。	1	2	3	4	5	6	7
10	ただ参観しに来ただけで、特に深い印象はない。	1	2	3	4	5	6	7

第四部

ご自身についてお聞かせください(お名前とお電話番号はうかがいません)。

いただいた資料は本研究の統計のみに使用しますので、ご安心ください。

1. 過去について

(1) 中国がかつて台湾を日本に割譲した事実をご存知ですか? はい いいえ

(2) 日本がかつて台湾を50年間統治していた事実をご存知ですか? はい いいえ

2. ご性別 : 男 女

3. ご年齢 : 20~29 30~39 40~49 50~59 60歳以上

4. 最終学歴 : 中学 高校 大学 修士 博士

5. 台北の故宮博物院のほかに、以下の博物館を参観されたことはありますか。

(複数選択可)

- 中国—(北京)故宮博物院 アメリカ—メトロポリタン美術館
 イギリス—大英博物館 フランス—ルーブル美術館
 日本—東京国立博物館
 上記のいずれも参観したことはない
 その他_____

6. 以下の博物館を参観されるご予定はありますか。(複数選択可)

- 中国—(北京)故宮博物院 アメリカ—メトロポリタン美術館
 イギリス—大英博物館 フランス—ルーブル美術館
 日本—東京国立博物館
 上記のいずれも参観する予定はない
 その他_____

7. メールアドレス：_____



本アンケートはこれで終了です。皆さまのご協力に心から感謝申し上げます。なお、本アンケートは学術研究にのみ使用し、第三者に公開することはありません。本アンケートについてご質問がありましたら下記までご連絡ください。よろしく願いいたします。

臧若昀：886-913-671-397 E-mail：emmatsang@hotmail.com
許怡娟：886-933-004-976 Email：nanaco.bm96g@g2.nctu.edu.tw
趙彦棠：886-912-171-007 Email：u1302052@nccu.edu.tw

<p>A. 新石器時代</p>  <p>國立故宮博物院 The Dawn of Civilization ISBN: 9789570612127 定價: 300</p> <p>中文 English 國語</p> <p>國立故宮博物院版權所有 Copyright National Palace Museum. All Rights Reserved.</p>	<p>B. 銅器時代：夏殷周</p>  <p>國立故宮博物院 古典文明 ISBN: 9789570612134 定價: 300</p> <p>中文 English 國語</p> <p>國立故宮博物院版權所有 Copyright National Palace Museum. All Rights Reserved.</p>	<p>C. 秦～漢</p>  <p>國立故宮博物院 從古典到傳統 ISBN: 9789570612141 定價: 300</p> <p>中文 English 國語</p> <p>國立故宮博物院版權所有 Copyright National Palace Museum. All Rights Reserved.</p>
<p>D. 六朝隋唐</p>  <p>國立故宮博物院 銜接與交融 ISBN: 9789570612158 定價: 300</p> <p>中文 English 國語</p> <p>國立故宮博物院版權所有 Copyright National Palace Museum. All Rights Reserved.</p>	<p>E. 宋～元</p>  <p>國立故宮博物院 新古典的建造 ISBN: 9789570612165 定價: 300</p> <p>中文 English 國語</p> <p>國立故宮博物院版權所有 Copyright National Palace Museum. All Rights Reserved.</p>	<p>F. 明代</p>  <p>國立故宮博物院 新裝飾的時代 ISBN: 9789570612172 定價: 300</p> <p>中文 English 國語</p> <p>國立故宮博物院版權所有 Copyright National Palace Museum. All Rights Reserved.</p>
<p>G. 清代</p>  <p>國立故宮博物院 減法工藝 ISBN: 9789570612189 定價: 300</p> <p>中文 English 國語</p> <p>國立故宮博物院版權所有 Copyright National Palace Museum. All Rights Reserved.</p>	<p>繪畫特別展「浙派を探る」</p>  <p>國立故宮博物院 追尋浙派 ISBN: 9789570612196 定價: 300</p> <p>English 國語</p>	 <p>國立故宮博物院 NATIONAL PALACE MUSEUM</p>

第二部：5. 最も印象に残った文物はどれですか。(2つまで選択可)

<p>A. 玉琮</p> 	<p>B. 毛公鼎</p> 	<p>C. 玉辟邪</p> 	<p>D. 仕女俑</p> 	<p>E. 汝窯温碗</p> 
<p>F. 白瓷嬰兒枕</p> 	<p>G. 天球瓶</p> 	<p>H. 翠玉白菜</p> 	<p>I. 肉形石</p> 	<p>J. 象牙球</p> 
<p>K. 多宝格</p> 	<p>L. 家具展</p> 	<p>M. 宗教彫塑</p> 	<p>N. 古代図書</p> 	<p>O. 古代地図</p> 

C. 本研究美國版問卷與輔助圖片

Dear Sir / Madame :

Good day. This is a questionnaire about “cultural consumption”, which is designed only for academic research use. We will highly appreciate you if you could take a moment to share us your precious opinions by fulfilling it.

Wish you have a nice trip!

Institute of Business and Management
National Chiao Tung University
Advisor: Professor Edwin Tang
Students: Emma Tsang, Cherry Hsiu , Yentang Chiao

Q1: Are you from the three countries listed below?

- Taiwan Japan United States
 None of above , I am from _____(the questionnaire stops)

Q2: Your age please?

- Below 20 yrs (the questionnaire stops) 20~29 yrs 30~39 yrs 40~49 yrs
 50~59 yrs 60 yrs and above.

Part I:

Please rate the degree of agreement for the statements below: (1: strongly disagree, 7: strongly agree)

	Statements	Strongly Disagree	Disagree	Somewhat Disagree	No opinion	Somewhat Agree	Agree	Strongly Agree
1	They don't make things like they used to.	1	2	3	4	5	6	7
2	Newer is almost always better.	1	2	3	4	5	6	7
3	In the future, people will have even better lives.	1	2	3	4	5	6	7
4	Lives used to be better in good old days.	1	2	3	4	5	6	7
5	I believe in the constant march of progress.	1	2	3	4	5	6	7
6	Yesterday, all my troubles seemed so far away.	1	2	3	4	5	6	7
7	Products are getting shoddier and shoddier.	1	2	3	4	5	6	7

	Statements	Strongly Disagree	Disagree	Somewhat Disagree	No opinion	Somewhat Agree	Agree	Strongly Agree
8	Compared to our parents, we've got a better quality of life.	1	2	3	4	5	6	7
9	Technological changes will ensure a brighter future.	1	2	3	4	5	6	7
10	When I was younger, I was happier than I am today.	1	2	3	4	5	6	7
11	Today's new movies stars could learn from the old pros.	1	2	3	4	5	6	7
12	I must admit it's getting better all the time.	1	2	3	4	5	6	7
13	The truly great sports heroes are long died and gone.	1	2	3	4	5	6	7
14	History involves a steady improvement in human welfare.	1	2	3	4	5	6	7
15	Today's standard of living is the highest ever attained.	1	2	3	4	5	6	7
16	Sometimes, I wish I could return to the womb.	1	2	3	4	5	6	7
17	We are experiencing a decline in the quality of life.	1	2	3	4	5	6	7
18	Steady growth in GNP has brought increased human happiness.	1	2	3	4	5	6	7
19	Compare to classics, today's music is mostly trash.	1	2	3	4	5	6	7
20	Modern Business constantly builds a better tomorrow.	1	2	3	4	5	6	7

Part II:

About your visit of National Palace Museum (NPM), May we know:

1. Is this your first time visiting the National Palace Museum?

Yes No

1A. How many times have you visited the National Palace Museum?

1~3 times 4~6 times 7~10 times 10~20 times More than 20 times

2. How much time did you spend for this visit in NPM?

less than 1 hour 1 to 2 hrs 2 to 3 hrs 3 to 4 hrs 4~5 hrs a full day or above

3. Did you use the tour guide service during the visit?

- Yes No

3A. Types of the tour guide:

- Free guided tours by NPM Guided tours by your travel agent Audio tour service
 Group tour system by NPM Others (please specify) _____

4. Which is the most attractive period of Chinese history for you? (**Single choice or Two choices at most**) :

- A. The Neolithic Age: The Beginning of Civilization (pre-1600B.C.E.)
 B. Classical Civilization: The Bronze Age (1600-211 B.C.E.)
 C. Ch'in and Han Dynasties: From Classic to Tradition (221 B.C.E.-220 C.E.)
 D. Six dynasties, Sui and Tang Dynasties : Transitions and Convergences (220-960)
 E. Song and Yuan Dynasties: Prototype of Modern Styles (960-1368)
 F. Ming Dynasty : New Era of Ornamentation and the Contest of Craft (1368-1644)
 G. Ch'ing Dynasty : Age of Prosperity and Toward Modernity (1644-1911)
 Others (Please specify) _____

5. Which is the most impressive cultural object for you? (**Single choice or Two choices at most**):

- A. (Jade) Ts'ung Tube (Liang-chu Culture, late Neolithic age)
 B. Mao-kung Ting (Late Western Chou period)
 C. Pi-hsieh (Han Dynasty)
 D. Pottery figurine of a standing lady with colors (T'ang Dynasty)
 E. Ju Ware Bowl in the Shape of a Lotus (Northern Sung Dynasty)
 F. Ting Ware White Ceramic Pillow in the Shape of a Child (Northern Sung Dynasty)
 G. Celestial globe vase with underglaze blue decoration of dragon among lotus blossoms (Ming Dynasty)
 H. Jadeite Cabbage with Insects (Ch'ing Dynasty)
 I. Banded jasper resembling a slab of meat Ch'ing dynasty
 J. Set of concentric ivory balls with human figures in openwork relief (Ch'ing Dynasty)
 K. Curios (Ch'ing Dynasty)
 L. Splendors of Ch'ing Furniture
 M. Compassion and Wisdom: Religious Sculptural Arts
 N. Gems in the Rare Books Collection
 O. Historical Maps
 P. Calligraphy (Please specify) _____
 Q. Paintings (Please specify) _____

6. Following the above question , will you buy the duplicates / souvenirs of the object which impress you ?

Yes No

7. Have you noticed the special painting exhibition “Tracing the Che School in Chinese Painting” located on the 2nd floor?

Yes No, I didn’t notice it.

7A. Is there any painting in this exhibition which impresses you ?

Yes, I like (painting and the painter) : _____

No

Other comments/ memories : _____

Part III:

After visiting the National Palace Museum, please rate the degree of agreement for the statements below: (1: strongly disagree, 7: strongly agree)

	Statements	Strongly Disagree	Disagree	Somewhat Disagree	No opinion	Somewhat Agree	Agree	Strongly Agree
1	It seemed that I’ve just entered the time tunnel.	1	2	3	4	5	6	7
2	I miss the friendliness in old days.	1	2	3	4	5	6	7
3	I miss the life pace in the past.	1	2	3	4	5	6	7
4	I envy the collection of the ancient emperors!	1	2	3	4	5	6	7
5	It is more interesting of collecting toy figures rather than antiques.	1	2	3	4	5	6	7
6	I am interested in the mystery of the ancient East.	1	2	3	4	5	6	7
7	I don’t like the “retro style” which is trendy now.	1	2	3	4	5	6	7
8	I do want to buy a duplicate as the souvenir after visiting the museum.	1	2	3	4	5	6	7
9	Compared with ancient time, I am more interested in contemporary Chinese art.	1	2	3	4	5	6	7
10	I just come to take a look and there are no special feelings.	1	2	3	4	5	6	7

Part IV : Demographics

2. Your heritage path:

(1) Are you American-Born-Chinese? Yes No

(2) Have you, your spouse or your families had the below experiences:

- A. Living in China during the late 19th century (Ch'ing Dynasty).
- B. Military service at Asia Pacific region during the World War II.
- C. Military service for the garrison of Taiwan after the World War II (1950's).
- D. Participating in the Korean War (1950~1953).
- E. Participating in the Vietnam War (1959~1975).
- F. Military service for the garrison at Subic Naval Base, Philippines
- G. Having learned Chinese before.
- H. None of above.

2. Your gender : Male Female

3. Your Age : 20~29 yrs 30~39 yrs 40~49 yrs 50~59 yrs 60 yrs and above

4. Your Education : High school graduate College graduate Master Degree
 Doctorate

5. Have you visited the world top museums listed below aside from NPM (multiple choices) :

- The Palace Museum (China) The Metropolitan Museum of Art (USA)
- British Museum (United Kingdom) Musée du Louvre (France)
- Tokyo National Museum (Japan) None of above
- Others (Please specify) _____

6. Following the above question , which museum do you plan to visit ? (multiple choices) :











- The Palace Museum (China) The Metropolitan Museum of Art (USA)
- British Museum (United Kingdom) Musée du Louvre (France)
- Tokyo National Museum (Japan) None of above
- Others (Please specify) _____

7. Your email: _____

This is the end of the questionnaire. We are grateful for your kind support. If any question please contact us:

Emma Tsang : 886-913-671-397 Email : emmatsang@hotmail.com
Cherry Hsu: 886-933-004-976 Email : nanaco.bm96g@g2.nctu.edu.tw
Yentang Chiao: 886-912-171-007 Email : u1302052@nccu.edu.tw

<p>A. The Neolithic Age</p> 	<p>B. The Bronze Age</p> 	<p>C. Ch'in and Han Dynasties</p> 
<p>D. Sui and Tang Dynasties</p> 	<p>E. Song and Yuan Dynasties</p> 	<p>F. Ming Dynasty</p> 
<p>G. Ch'ing Dynasty</p> 	<p>Tracing the Che School in Chinese Painting</p> 	

<p>A. (Jade) Ts'ung Tube</p> 	<p>B. Mao-kung Ting</p> 	<p>C. Pi-hsieh</p> 	<p>D. A Tang lady</p> 	<p>E. Ju Ware Bowl</p> 
<p>F. White Ceramic Pillow</p> 	<p>G. Celestial globe vase</p> 	<p>H. Jadeite Cabbage</p> 	<p>I. Jasper a slab of meat</p> 	<p>J. Concentric Ivory Balls</p> 
<p>K. Curios</p> 	<p>L. Ch'ing Furniture</p> 	<p>M. Religious Sculptures</p> 	<p>N. Rare Books</p> 	<p>O. Historical Maps</p> 