

東海大學

景觀學系

碩士論文

Thesis for the Degree of Master
Department of Landscape Architecture
Tunghai University

指導教授：蔡淑美 博士

Advisor：Su-May Tsai Ph.D.

閒置再利用空間的懷舊意象與場所依附關係之探討：以華山 1914 文化创意園區為例
The Relationship between Nostalgia Images and Place Attachment of the Reused Space：A Case Study on Huashan 1914 Creative Park

研究生：李明汝

Graduate Student：Ming-Ju Li

中華民國 102 年 07 月

July, 2013



閒置再利用空間的懷舊意象與場所依附關係之探討： 以華山 1914 文化創意園區為例

摘要

閒置空間的產生是一個全球性的變遷過程，國外於 1960 年代開始發展再利用的觀念，國內閒置空間再利用的議題於 1990 年代逐漸展開，同時藝術創作者提出非制式藝文空間的需求，因此閒置空間再利用成為我國藝文空間發展與文化政策的重點目標（陳華志，2005）。

產業結構發生變化造就了機能不再的閒置空間，但這種充滿歷史痕跡的空間，卻吸引了藝術創作者的目光。劉舜仁（2000）指出閒置空間的利用，最普遍且最直接的想法就是轉變為藝文空間。然而，閒置空間與藝文活動的結合是必然性的嗎？無論舊建築物以何種的方式轉化或是改變，對於空間新舊之間去認知的主角始終是使用者（邱銘珠，2003），但相關文獻探討主要以經營管理模式和個案研究為主（陳華志，2005；黃盈嘉，2011），較少從參觀者的角度來探討，因此了解使用者對於空間轉換與改變的看法是有其重要的意義。

對於記憶的延伸所產生的認知與情感是為懷舊意象（nostalgia image）。而使用者對於空間機能的體驗可解釋為場所依附（place attachment）。值得探討的是產業閒置空間具有歷史記憶，其記憶的延伸到新機能藝文活動的引入之間的轉變，是否可以獲得使用者認同並且願意去參與，因此本研究欲探討產業空間記憶的延伸對於藝文活動新機能引入的依附是否有所影響，並嘗試以懷舊意象的概念探討使用者對於產業空間記憶認知與情感，以場所依附的概念探討使用者對於藝文活動機能引入後的需求與認同，並探討懷舊意象與場所依附之間的關係，驗證產業空間的歷史記憶與藝文活動之間的關係。本研究利用台北華山 1914 文化創意園區作為研究基地，以了解現地參觀遊客對於閒置再利用空間的懷舊意象與場所依附感。問卷調查於 2013 年 1 至 2 月間實施，抽樣對象為現地遊客，採用便利抽樣法，共獲得 466 個有效樣本。

研究結果顯示懷舊意象與場所依附皆會受到個人社經屬性與藝文活動參與頻率的影響，且懷舊意象會正向影響場所依附感。得知使用者對於閒置空間歷史記憶的延伸會影響新機能引入後使用者的認同程度，顯示閒置空間再利用為藝文活動使用是受到使用者所認同且願意參與的。因此，從使用者的角度探討如何保留空間的記憶與藝文活動新機能的結合，給予學術研究、規劃設計、行銷與經營管理層面提出建議以做為後續研究發展的方向。

【關鍵字】閒置空間再利用、藝文活動、懷舊意象、場所依附



The Relationship between Nostalgia Images and Place Attachment of The Reused Space : A Case Study on Huashan 1914 Creative Park

Abstract

The occurrence of the useless place is a global changing process. The other countries began to develop the concept of adaptive reuse in 1960s. The issue of the adaptive reuse space started from 1990s in Taiwan. Meanwhile, the designers offered a demand of informal artistic space. Therefore, the reused space became the main target of the development of domestic artistic space and cultural policy (Hua-Chih Chen, 2005).

The industrial structure faced the change and it created the non-functional useless space. But these spaces were full of historical trace spaces attracted the artist. The scholar, Liou Shuenn-Ren pointed out the direct idea of useless space is reused to the artistic space. But, did it necessary for the combination of the useless space and cultural activities? No matter how the old architecture converted or changed, the user is always the main character to cognize between the old and new (Ming-Chu Chic, 2003). But the relevant researches were according to the management mold and the case study (Hua-Chih Chen, 2005; Ying-Jia Huang, 2011). It's less from the perspective of visitors to explore. Therefore, it's important to explore the users' opinions about the change of the useless space.

The nostalgic images is the cognition that extended by the memory. And the experience of the space function for the visitors can be interpreted as place attachment. There are worth that the industrial useless space had the historical memory and the change of the extension of its memory to the cultural activities. Whether it can get the recognition of the visitors and they wanted to participate. Therefore, this research attempted to discuss if the extension of the memory of the industrial space towards the attachment of the artistic activities had the influence. And tried to use the concept of the nostalgia images explored the cognition and emotion of the memory of the industrial space to the visitors. According to the concept of place attachment, it explored the demand and the recognition after introduced the cultural activities to the visitors. And explore the relationship between the nostalgia images and place attachment. Verify the relationship between the historical memory of the industry space and cultural activities. This research instanced the Huashan 1914 Creative Park to have a questionnaire to realize the nostalgia images and place attachment of the reused space to the visitors. Surveys using a self-administered questionnaire were conducted from January to February, 2013. A total of 466 valid questionnaires were obtained.

The result of the research showed that both the nostalgia images and place attachment would affect by the personal social background and the degree to participate the cultural activities. And the nostalgia images positively impact on place attachment. According to the result of the research, the extension of the historical memory of the useless space to the visitors would affect the recognition of introducing the new function. It showed that the reused space as cultural activities was accepted by the visitors. It was recognized by them and they wanted to participate. Therefore, explore how to retain the memory of the space and the combination of the new function of the cultural activities from the perspective of the visitors to give the suggestions for academic research, planning and design, and marketing and management were be the direction of the future researching development.

【Keywords】 Adaptive Reuse of Space, Culture Activity, Nostalgia Images, Place Attachment



謝誌

時光飛逝，從大學到研究所，在東海近七年的時光即將在此劃下句點，研究所的生涯轉眼間已接近尾聲，從對景觀一無所知的大學新鮮人到研究所畢業，對於設計、規劃、論文等等的學習與磨練，一路上經歷了不少的挑戰與考驗，面對自我的期許，以及周圍的期待，當然也曾茫然過、挫折過，雖然過程辛苦艱難，但是收穫良多。

首先感謝蔡淑美老師在明汝這三年的研究所生活裡，對於學生的寬容、體諒學生的狀況，感謝老師在論文上與處事上總是對明汝不厭其煩的指導，在學生思緒陷入無法跳脫的迴圈時，適時的提點以及指引正確的方向，給予學生學習的機會與能力的磨練，明汝永遠銘記在心，深懷感謝。

在研究論文調查上，感謝華山 1914 文化創意園區遊客的協助與幫忙；感謝黃宜瑜老師對於統計分析上的指導與建議；感謝柯嘉鈞老師與謝宗恒老師百忙之中抽空前來擔任明汝的口試委員審閱，對論文寫作上的給予建議與鼓勵，使本研究論文更為豐富完整。

再來感謝研究所同窗的韻英、學俞，在生活與學業上給予我很多的幫助與鼓勵；感謝研究室學長隆賢平日給予的建議；感謝研究室學弟妹麟翰、小鐵、依蓉、乃玉、于彤在問卷發放、準備口試繁瑣雜事的幫忙；感謝在我研究所三年裡陪我抒發壓力、疑難解惑的奈奈，並感謝口試前許多替我加油的師長、家人、親戚、朋友們。

最後感謝我的家人，從花蓮獨自離鄉背井到台中就讀大學與研究所的這七年裡，不論是在物質上或是精神上都不予匱乏，使我無後顧之憂，並體諒我無法時刻陪伴你們，包容我疲憊下的情緒與壓力，謝謝你們。僅以本文，獻給我的雙親、家人、師長及所有同學朋友們，謝謝你們一路上的鼓勵與陪伴，讓我度過這段人生中重要的階段歷程。

李明汝 2013 謹謝於

東海大學景觀學系研究室



目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究範圍與限制	4
第四節 名詞定義	4
第二章 文獻回顧	5
第一節 藝文活動	5
第二節 閒置空間再利用.....	10
第三節 懷舊意象.....	17
第四節 場所依附.....	27
第五節 懷舊意象與場所依附之關係.....	37
第三章 研究方法	39
第一節 研究架構與假設.....	39
第二節 研究範圍對象與資料收集.....	40
第三節 問卷設計.....	45
第四節 資料分析方法.....	48
第四章 研究結果	51
第一節 樣本特性.....	51
第二節 研究變項測量結果.....	56
第三節 假設檢定結果.....	77
第五章 結論與建議	93
第一節 結論與討論.....	93
第二節 建議.....	101
參考文獻	103
附錄	111
附錄一 懷舊情感研究構面測量問項表	111
附錄二 場所依附研究構面測量問項表	115
附錄三 正式問卷	121

圖目錄

圖 3-1	研究架構圖	39
圖 3-2	華山文化創意園區地理位置圖	41
圖 3-3	華山文化創意園區導覽圖	42
圖 4-1	懷舊意象一階驗證性因素分析之最終修正模式參數估計路徑圖	59
圖 4-2	場所依附一階驗證性因素分析之最終修正模式參數估計路徑圖	67
圖 4-3	懷舊意象與場所依附二階驗證性因素分析之模式參數估計路徑圖	72
圖 4-4	懷舊意象與場所依附結構模式參數估計路徑圖	91



表目錄

表 2-1	國內外學者對於場所依附之相關構面整理表	33
表 3-1	華山 1914 文化創意園區建築空間介紹表	43
表 3-2	藝文活動參與程度問項表	45
表 3-3	認知性懷舊意象問項表	46
表 3-4	情感性懷舊意象問項表	46
表 3-5	場所依附問項表	47
表 3-6	個人基本屬性資料問項表	47
表 4-1	社經屬性特性次數分配表	52
表 4-2	藝文活動參與程度次數分配表	55
表 4-3	懷舊意象問項之平均數、標準差、偏態與峰度分配表	56
表 4-4	懷舊意象一階驗證性因素分析之模式第五次修正變項參數估計表	59
表 4-5	基本模式適配指標 (preliminary model-fit measures)	60
表 4-6	懷舊意象測量模式適配指標估計摘要表	60
表 4-7	懷舊意象驗證性因素分析之構面組成信度與聚合效度摘要表	63
表 4-8	懷舊意象測量模式區別效度檢定表	64
表 4-9	場所依附問項之平均數與標準差分配表	65
表 4-10	場所依附一階驗證性因素分析之模式初次修正變項參數估計表	66
表 4-11	基本模式適配指標 (preliminary model-fit measures)	68
表 4-12	場所依附測量模式適配指標估計摘要表	68
表 4-13	場所依附驗證性因素分析之構面組成信度與聚合效度摘要表	71
表 4-14	場所依附測量模式區別效度檢定表	71
表 4-15	懷舊意象與場所依附二階驗證性因素分析之模式參數估計表	72
表 4-16	基本模式適配指標 (preliminary model-fit measures)	73
表 4-17	懷舊情感測量模式適配指標估計摘要表	73
表 4-18	懷舊意象與場所依附驗證性因素分析之構面組成信度與聚合效度摘要表	75
表 4-19	懷舊意象測量模式之問項表	76
表 4-20	場所依附測量模式之問項表	76
表 4-21	遊客之性別與懷舊情感構面之差異分析表	77
表 4-22	遊客之藝術相關訓練經驗與懷舊情感構面之差異分析表	78
表 4-23	遊客之年齡與懷舊情感構面之差異分析表	78
表 4-24	遊客之職業與懷舊情感構面之差異分析表	79
表 4-25	遊客個人月所得與懷舊情感構面之差異分析表	79
表 4-26	遊客家庭狀況與懷舊情感構面之差異分析表	80
表 4-27	遊客偏好的藝文展覽空間與懷舊情感構面之差異分析表	80
表 4-28	遊客藝文活動參與程度與懷舊情感構面之差異分析表	81
表 4-29	遊客參觀停留時間與懷舊情感構面之差異分析表	82

表 4-30	遊客參觀活動次數與懷舊情感構面之差異分析表.....	82
表 4-31	遊客參觀的原因與懷舊情感構面之差異分析表.....	83
表 4-32	遊客特性與懷舊意象構面之差異分析結果表.....	83
表 4-33	遊客之性別與場所依附構面之差異分析表.....	84
表 4-34	遊客之藝術相關訓練經驗與場所依附構面之差異分析表.....	85
表 4-35	遊客之年齡與場所依附構面之差異分析表.....	85
表 4-36	遊客之職業與場所依附構面之差異分析表.....	86
表 4-37	遊客個人月所得與場所依附構面之差異分析表.....	86
表 4-38	遊客家庭狀況與場所依附構面之差異分析表.....	86
表 4-39	遊客偏好的藝文展覽空間與場所依附構面之差異分析表.....	87
表 4-40	遊客藝文活動參與程度與場所依附構面之差異分析表.....	88
表 4-41	遊客參觀停留時間與場所依附構面之差異分析表.....	88
表 4-42	遊客參觀活動次數與場所依附構面之差異分析表.....	89
表 4-43	遊客參觀的原因與場所依附構面之差異分析表.....	90
表 4-44	遊客特性與場所依附構面之差異分析結果表.....	90
表 4-45	懷舊意象與場所依附結構模式參數之因素負荷量統計表.....	91
表 4-46	懷舊意象與場所依附測量模式適配指標估計摘要表.....	91



第一章 緒論

第一節 研究動機

國外舊建築再利用的觀念從 1960、1970 年代開始發展，對於舊建築與環境關係的認知從忽視到質疑與關注、從閒置到再利用，且將經營管理概念帶入開啟了新的機能以活化原有的空間(陳嘉萍, 2002)。而國內則是於 1997 年引入再利用的觀念，2001 年文化建設委員會試辦閒置空間再利用實施要點，政策推動人民對於棄置空間的關心，開始引發尋找城市中被遺忘的閒置空間，使棄置的空間重新被討論規劃與經營，而賦予棄置空間新的詮釋以及使用意義。因此，可以看出閒置空間的發生並非是個別的、地方性的課題，而是一個全球性、跨時性的變遷過程(陳華志, 2005)。

國內的閒置空間類型眾多，王惠君(2001)提到公有閒置空間的分類像是古蹟、歷史建築、具特色之建築局部或遺構等等，具有懷舊的歷史意義以及空間氛圍可喚醒多數人的記憶與感受。而王麗卿、何明泉(2001)以空間過去使用機能區分為像是產業機構、行政機構、公有宿舍、軍事機構等等。從產業機構遺址的角度而言，傳統產業是台灣早期的重要經濟命脈，曾經創造了進出口產業的興盛時期，但在全球發展趨勢的改變下，傳統產業的地位逐漸被高科技產業所取代。其面臨像是管理機能不足以應付組織規模、研發創新精神不足、經營者的限制、資金籌措不易等等的危機(晉麗明, 2000)，導致產業結構面臨變遷，老舊的廠房被迫面對型態的轉變，造就了機能不再的閒置空間，像是華山酒廠、松山菸廠、二十號鐵道倉庫等等。

舊建築空間被棄置後其機能不再，並受到都市計畫、道路拓寬、土地變更使用等等狀況下被迫拆除，成為充滿殘破地景與歷史痕跡的邊緣化空間，以及受到空間所有者與制度的忽略成為社會邊緣團體的佔用，和使用方向不確定的延宕造成無法重新開發使用等等問題(陳嘉萍, 2002)。而舊建築長期被閒置的解決方法是為可適用性再利用(adaptive reuse)，其來自於國外對歷史建物保存的觀念(陳嘉萍, 2002)。國內將再利用的類型分為展演設施、藝術村、社福機構、社會大學、地方文史工作室、商業設施等等，且受到國內文建會與藝文界的推動，最常使用的再利用方式為將其作為藝文空間。

台灣的政治因素、政策決策長期偏重經濟建設，而較少論及藝術文化與生活尺度的設施，導致在經濟與藝文發展上的比例嚴重失衡(陳華志, 2005)。藝文空間的發展從美術館、畫廊的空間模式，到 1980 年代末替代空間(alternative space)第三類選擇的出現(錢善盈, 2003)，1990 年代發展的私人美術館、藝術村、藝術家工作室、閒置空間再利用等模式，可發現藝文及其展演空間逐漸介入於社會與都市空間之中。而閒置空間再利用的議題透過對空間權力的抗爭、論述、實踐等議題的不斷擴大，乃至成為我國藝文空間發展與文化政策之重點目標(陳華志, 2005)。

閒置空間與藝文活動的結合是必然性的嗎？劉舜仁（2000）指出閒置空間的利用，最普遍且最直接的想法就是轉變為藝文空間。陳華志（2005）認為閒置空間再利用為藝文空間是因其處於藝術生態、公部門文化政策與政治經濟為社會背景，交互影響下所產生的空間關係。且閒置空間經過歷史演變留下時代背景的氛圍，具有浪漫的想像空間，符合現代藝術創作者的實驗精神，而空間的再生是將空間回收再利用，對建築師則是涵構歷史建築並保留具有歷史意義的空間，對藝術創作者則是打破傳統展覽空間的邊界，成為跨領域的藝術天堂（陳欽河，2002；陳嘉萍，2002）。

舊空間的利用不同於新建築的營造，其開發的潛力來自於對既存環境、歷史與空間資源的考掘（劉舜仁，2000）。但陳欽河（2002）認為閒置的歷史建築物並不全然得作藝術使用，藝術使用只是其中一種對待歷史建築的方式，必須思考原有歷史場所的訊息並還原過去空間的資訊。總括而言，再利用所追求的是對歷史的連續性、空間記憶的延續，將人對原有建築更緊密的串聯（邱銘珠，2003）。

從建築體的思維、政策的發展、藝術創作者的需求角度去議論閒置空間與再利用方式，從閒置的產業空間經過藝文活動新機能的引入，去認知新舊空間與接受認同轉化，我們想保存或傳承的，無非是使用者對舊建築的記憶延伸（邱銘珠，2003）。空間在「過去」、「現在」時間軸的改變上，除了「建物」本身的新舊轉化，也是使用者於再利用建築中，對於舊記憶和新認知延續與衝突的轉化。但陳華志（2005）與黃盈嘉（2011）整理過去關於閒置再利用的相關文獻探討，主要以經營管理模式以及個案研究為主（陳嘉萍，2002；陳明億，2007；林品秀，2008；黃盈嘉，2011；湯舒婷，2011）。前人的說法多從時代社會背景、文化政策、藝術創作者的角度出發，較少以參觀者的角度來探討，因此針對國內產業舊建築空間再利用，了解使用者對舊建築空間的歷史意義，於再利用的轉換與改變後是否能延續其空間記憶與認知，是具有其重要的討論意義。

過去文獻對於記憶、回憶的了解與探討最多者為懷舊研究，是為對於過往事物的喜好、現在生活與過去做比較、之前記憶的重現，能讓個人開心聯想的某時期或地點。懷舊是一種對過去產生的渴望或憧憬感受，對於記憶的延伸所產生的認知與情感。而劉沛瑜（2007）與王維靖（2008）整理懷舊相關研究中發現過往的懷舊研究方向可分為醫學領域、心理層面、行銷領域、觀光領域。行銷領域透過商品營造懷舊讓消費者體驗（如懷舊餐廳、懷舊商店等等），而觀光領域利用歷史遺跡讓消費者體驗懷舊情感（如老街、老舊房舍等等）。因此可看出懷舊在閒置空間與再利用為藝文上的研究與探討議題上的文獻較少，所以產業閒置空間本身具有歷史記憶，到新機能藝文引入後的轉變，使用者對於空間是否仍能體會其記憶的延伸、對回憶的一種想像，以致於可以獲得使用者願意參與，以形成不可取代得認同感是值得探討的。

場所依附的概念為個人與地方之間的一種正面的情感聯繫，Williams、Patterson、Roggenbuck 與 Watson（1992）發現場所依附的形成與場所的功能性和情感意涵有密

切的關係。可反應出場所實質功能上的重要性，可用於評估環境是否合乎目的和活動（鍾士佳，2005），以及強調人對地方的認同感，使人區分出此地不同於別處的不可取代性（Lynch, 1960；Moore & Graefe, 1994）。因此利用場所依附探究閒置空間再利用為藝文空間，其營造得是否良好，可讓使用者達到參觀藝文活動的目的以及區分出閒置再利用空間與其他藝文展覽空間的不同處與認同感。

從文獻回顧中得知，懷舊意象間(nostalgia image)與場所依附(place attachment)之關係，在過去的研究較少被討論。而根據王維靖（2008）指出在襲產觀光領域之研究懷舊意象會正向影響場所依附，但是在閒置再利用的領域，並沒有相關研究探討此議題。過去的文獻是以襲產觀光遊憩區作為研究對象，強調保留歷史意義的懷舊的物件較為完整，而本研究選定華山 1914 文化創意園區作為研究基地，其是閒置空間再利用議題的重要操作地點，其舊產業建築空間保留了片段的歷史意義，並且注重空間記憶的延伸，將藝文活動作為新機能引入，經過適切性的修繕以及重新規劃，成為被認可的代表性案例。

綜合上述所論，本研究欲探討產業遺址空間的氛圍、記憶的延伸對於藝文活動新機能引入的依附是否有所影響，並嘗試以懷舊意象的概念探討使用者對於產業空間記憶認知與情感，以場所依附的概念探討使用者對於藝文活動機能引入的認知需求與情感認同，運用懷舊意象與場所依附之間的影响驗證產業空間的歷史記憶與藝文活動之間的關係。

第二節 研究目的

選擇以華山 1914 文化創意園區為主要探討範圍，其作為閒置空間再利用發展時間較長，藝文活動的引入類型也較為多元，因此以華山為例，了解此類非制式展演空間的參觀遊客個人屬性背景，對於藝文活動參與頻度以及偏好部分，對於舊建築環境空間記憶與氛圍所產生的懷舊意象，對於再利用作為藝文活動使用後產生的場所依附感其之間的關係進行探討。

- 一、探討參觀遊客之藝文活動參與類型
- 二、探討參觀遊客對閒置再利用空間之懷舊意象
- 三、探討參觀遊客對閒置再利用空間之場所依附感
- 四、探討參觀遊客對閒置空間再利用為藝文使用之懷舊意象與場所依附之關係

第三節 研究範圍與限制

台灣的閒置再利用空間眾多，再利用的類型也大不同，對應藝文空間發展的連結，此研究範圍僅限於再利用作為藝文空間使用的場所，且以原為產業遺址之閒置再利用空間為主。在基地選定上，因人力物力等外在因素之侷限，無法針對全台所有閒置再利用後之藝文空間的場所觀感進行研究，目前選擇以華山 1914 文化創意園區為主要探討。

其原為產業遺址，是為台灣閒置空間再利用的重要發展案例之一，同時在藝文空間演變的過程中佔有一席之地，華山文化創意園區不僅跨越了藝文空間以往的型態，連帶成為台灣閒置空間再利用的雛型，讓公、私部門在此一過程中逐漸正視相關的議題，因此不論於閒置再利用或是藝文發展過程中都具有代表性意義（陳華志，2005）。

第四節 名詞定義

一、閒置空間

依文建會《2001 年度試辦閒置空間再利用實施要點》第二條定義，係指「依法指定為古蹟、登錄為歷史建築或未經指定有閒置之建物或空間，在結構安全無虞，仍具有可再利用以推廣文化藝術價值者。」廣義而言，只要是曾經有人使用過的空間、被廢棄了的人造環境，像是都市畸零地、可極性低的河岸、倉庫等可定義為閒置空間（陳欽河，2002）。

二、懷舊意象 (Nostalgia image)

指人們對過去年代之人、事、物所產生認知，而這種認知會讓人們聯想到以前年代，進而產生懷舊的情感，於是對旅遊區形成整體懷舊認知與情感之總合（劉沛瑜，2007）。

三、場所依附 (Place attachment)

場所依附是一種情感的歸屬，是使用者感覺到自己與地點的結合程度 (Bricker & Kerstetter, 2000)，被形容對於環境的情緒及環境對使用者對象徵的意義與感覺 (Willams & Wastot, 1992)。

第二章 文獻回顧

第一節 藝文活動

一、藝文活動的定義

廣義而言，與藝術、文化有關的活動均可屬藝文活動。依行政院文化建設委員會「文化統計」定義，藝文展演文化活動係指在某一特定時間內，開放給民眾自由參與或觀賞，且主要以展出或演出方式為之的文化活動。

2004 年以前文建會將展演的的方式分為美術、音樂、戲劇、舞蹈、民俗、影片、講座及其它等等八大類，2005 年起依據「全國藝文活動資訊系統」蒐集各縣市展演地點之藝文活動與相關學者意見匯整歸類為十三類，分為視覺藝術、工藝、設計、音樂、戲劇、舞蹈、說唱、影片、民俗、語文、圖書、其他、綜藝等。將原先的美術類細分為視覺藝術類、工藝類、設計類，將講座類修改為語文類，其他類細分為說唱類、圖書類、其他類、綜藝類。

1. **視覺藝術類**：繪畫（水墨、油畫、水彩等）、版畫、書法及篆刻、攝影、媒體藝術、裝置藝術、其他、綜合
2. **工藝類**：陶瓷、玻/琉璃、紙藝、雕塑、編織、其他、綜合
3. **設計類**：平面視覺、包裝、服裝、首飾、傢(飾)具、花藝、建築、其他、綜合
4. **音樂類**：演唱（獨唱、合唱、歌劇、音樂劇、流行音樂等）、國樂演奏（吹管樂器、拉弦樂器、彈撥樂器、國樂團、南北管樂等）、西樂演奏（管樂、弦樂、鍵盤樂、室內樂、交響樂團等）、打擊樂、爵士樂、宗教音樂、其他、綜合
5. **戲劇類**：傳統戲曲（歌仔戲、客家戲、北管戲、南管戲、臺灣其他劇種、平劇、中國各省劇種等）、偶戲（布袋戲/掌中戲、傀儡戲、皮影戲等）、現代戲劇（舞台劇、默劇等）、其他、綜合
6. **舞蹈類**：現代舞、芭蕾舞、民族舞、踢躡舞、爵士舞、其他、綜合
7. **說唱類**：相聲、唸歌/相褒歌、其他、綜合
8. **影片類**：劇情片、紀錄片、動畫片/卡通片、紀實片、其他、綜合
9. **民俗類**：節慶（本國節日、廟會、客家節慶、臺灣原住民節慶等）、祭典（臺灣原住民、其他）、技藝（陣頭藝陣、民俗體育、特技、童玩、棋藝/橋藝等）、文物（常民文物、宗教文物、地方文獻、古物/古董等）、傳統美食、地方物產、古蹟/歷史建物、地方采風、其他、綜合
10. **語言類**：文學、語言、綜合
11. **圖書類**：書展、圖書館、其他、綜合
12. **其他類**：無法歸類於上述類者入此
13. **綜藝類**：包含上述一種以上者入此

在傳統範疇上，藝術可分為三大類型（陳華志，2005）：

- （一）視覺藝術類型：包括繪畫、建築、雕刻
- （二）聽覺藝術類型：包括音樂、文學
- （三）綜合藝術類型：包括電影、舞蹈、戲劇

就與空間相關的特性而言，視覺藝術的繪畫、雕刻需要持續性的展示空間；綜合藝術在展演上有著及時性的生命，所有前置作業必將在舞台上的那一刻高密度的綻放，與空間的互動最為緊密；聽覺藝術的音樂表現與空間關係又比文學要求強。

藝文活動在被使用時其內涵往往和文化活動（cultural activities）與特殊事件（special events）有所交集。文化活動泛指與文化、生活、經濟、人文藝術、科技等相關的活動而言（文建會，2002）。Getz（1989）提出特殊事件則是為了慶祝或展示一個主題（例如美食、音樂、藝術、設計等）而邀請民眾參與，通常舉辦時間是有限的，往往是每年一次或較不常舉行的活動，其中不包括永久性的博覽會、展覽，和歷史遺址與休憩地點舉辦的特殊活動（轉引自賴晨嘉，2011）。

（一）文化活動

在官方及學界上的範圍類型異界定，文建會（2002）將文化活動大致分為知識性文化活動、創作性文化活動、展演性文化活動、休閒性文化活動及交流性文化活動等五大類。郭靜晃（2002）對文化活動的分類，其包含了菁英文化（藝術類、音樂類、文學類、展覽類）、常民文化（地方民俗活動、民俗技藝）、消費文化（消費類）、媒體文化（資訊類）、利他文化（公益類）、體能文化（運動類）（洪得惠，2003；轉引自賴晨嘉，2011）。

（二）特殊事件

Getz（1997）的策劃事件（planned event）發現七大類的活動類型，其中包含了音樂、藝術和電影等藝文相關的節慶活動，其性質和藝文活動有所關聯的（許惠姍 2010；轉引自賴晨嘉，2011）。

1. 文化慶典：節日、狂歡節、宗教事件、歷史紀念活動、大型展演
2. 文藝娛樂事件：音樂會、文藝展覽
3. 商貿及會展：展覽會/展銷會、博覽會、會議、廣告促銷、募捐/籌資活動
4. 體育賽事：職業比賽、業餘競賽
5. 教育科學事件：研討會、專題學術會議、學術討論會
6. 休閒事件：遊戲和趣味體育、娛樂事件
7. 政治/政府事件：就職典禮、授職/授勳儀式、貴賓 VIP 觀禮、群眾集會
8. 私人事件：個人慶典：週年紀念、家庭假日、宗教禮邦；社交事件：舞會、節慶，同學/親友聯歡會

二、台灣藝文空間的發展轉變

根據各學者研究成果，陳華志（2005）將影響 80 年代至今藝文空間發展的背景與力量歸納為三大部分：

（一）在藝文生態系自身的發展，此部分來自西方理論、社會背景與自身創作的影響，而此發展與「空間」的關聯性密不可分。

（二）經濟、政治所築構而成的社會背景，經濟發展、解嚴與民主化的潮流影響藝文空間的主流論述與實踐。

（三）公部門文化政策與建設的時代意義，成為主導美術環境最重要的力量。

林惺嶽（1995）指出戰後至 1970 年代末期影響台灣藝文發展決定性力量與時代背景分為三點。戰後國民政府的文化撥遷，為了鞏固政局而實施戒嚴，用以框限人民文化思想，並試圖促成保守的藝文風格。其二是戰後美國的力量介入台灣，受到西方的現代主義、新潮畫派、抽象繪畫的直接衝擊，並支配了台灣美術現代化的走向。最後是戰後的經濟與政治發展衝擊都市經濟與社會結構，當時大政策方針集中在國防與經濟的建設，使得經濟與藝文發展的資源比例嚴重失衡（轉引自陳華志，2005）。藝文空間仰賴精英式與畫會團體的默默經營，畫展與畫會的形式使得展覽生態形成「官辦」與「私營」兩條脈絡。

1980 年代年輕藝術家的創作取向，將台灣藝壇帶入多元化的國際走向，而企業為了商業形象以贊助藝術之名成立基金會並從事公益活動，成為推動台灣當代藝文發展的重要推手之一。文化政策的轉向與自 1981 年文建會成立以來陸續推動文化政策、文化機構，代表著公部門藝文資源在時空上的對應。最具代表性的空間為文化中心、畫廊、美術館。

1980 年代末期，出現了一個挑戰官方藝術體制和商業畫廊系統所代表的角色和物質主義為主的空間，即「替代空間（alternative space）」，此後台灣的藝文界開始以「替代空間」一詞區隔美術館、文化中心及畫廊以外的展覽空間。替代空間的意涵與特質，其一是「藝文空間所出現的對立性」，相較於美術館與商業主流機制，成為現代藝術工作者的另類選擇。其二是「由下而上的觀念」，替代空間的運作乃由藝術家主動集結籌設與行政，製作企劃申請文化單位補助。最後是「畫廊與非強調營利性的理念」，替代空間為藝術工作者提供作品買賣機會，同時並非無實質營利行為，而是其他營利設施（入場費、咖啡屋、展覽場租費用等）在此空間中並非收入的主要理念。但這類由藝術家主動發起的替代空間，在理想和現實的落差之間往往面臨經營困難的事實與宿命（轉引自陳華志，2005）。

1990 年代對就藝文生態而言，來自於 80 年代與解嚴前後時期藝文界人士的自覺，桎梏式藝文生態的解放往往孕育著更寬廣的視野。就經濟面向而言動盪的經濟導向藝術市場體質惡化，卻也促進了美術專業分工與生態圈的成長。就政策面向而言，90 年代文化與產業的關係隨著社會變遷而顯得更錯綜複雜，以「經濟」的思維

模式取代「社會文化」的反思，進而使文化政策成為國家面臨全球化下的產業思考，並積極的參與、介入文化議題(轉引自陳華志,2005)。因此成就了多元藝文環境下，藝文空間最重要的替代性出口，包括私人美術館、國際舞台與公共藝術、藝術村以及閒置空間再利用。

1992年文建會頒布的「文化藝術獎助條例」、1997年「文化資產保存法」的修訂，影響了1990年代藝文空間的論述與發展。1997年「文化資產保存法」則將過去冷凍是保存歷史建築的方式趨向為活化利用，並將指定古蹟的權力下放，隨後展開了一連串的古蹟、歷史建築、閒置空間的調查登錄與再利用的規劃，也因此成就了多元藝文環境下，閒置空間成為藝文展演替代性出口趨勢的可能性。

陳華志(2005)指出文建會積極打造國家藝術村的同時，閒置空間再利用之觀念亦伴隨浮現，不僅在歷史建築的保存、公有閒置空間的處置以及解決文化、藝術空間不足的問題點上提供了較周全與可行的解決方，同時也在保存記憶空間與追求文化藝術的創造上找到了「連結點」。在國家藝術村轉型、文建會投入大量資源於閒置空間再利用計畫前，藝術團體透過正式或非正式的管道，租用或佔用這些看似破敗，卻蘊含生機與無限創作潛能的空間，藉以發洩或實踐其創作理念。相較於機構化的藝術村、藝術家工作室，閒置空間初期所散發的特質乃較為接近城市邊緣、底層的藝術創作工廠。

三、藝文活動參與者之社經背景

吳宗瓊(2000)把休閒參與定義為非工作的自由時間所從事之休閒活動的情境與行為，包括了「休閒」、「遊憩」及「觀光旅遊」。古宜靈(2000)在其研究中則把藝文活動參與定義為個人為滿足對藝文活動或更深層之生活與文化需求，產生文化行為之動機而有行為的發生。

賴晨嘉(2011)依據過去關於藝文活動參與的研究，以下歸納五個方向來做討論：藝文活動參與、人口統計特徵與社會經濟狀況、人格特質、生活型態、參與動機。藝文活動參與的主要研究為調查參與者的活動選擇和參與頻次(McManus & Furnham, 2006; Michalos, 2005; Roberts, 2004)，主要的發現為參與頻率最高的活動類型大致可分為音樂類、文學類、藝術類和電影類，其中在音樂類上的參與頻率最多。

過去使用人口統計以及社會經濟為主要變數的研究探討了包括藝文活動的選擇(Bihagen & Katz-Gerro, 2000; Kim et al., 2007)，和特定藝文活動類型的偏好。不同藝文活動的參與模式，取決於人口統計特徵社會經濟狀況、學習背景和旅遊的次數和距離(Kim et al., 2007; Mcmanus & Furnham, 2006)。賴晨嘉(2011)提出人口統計和社會經濟乃研究者描繪參與者和消費者特質之基本工具，在藝文活動參與的相關研究上，影響藝文活動參與的人口統計和社會經濟因素大多為性別、年齡、教育程度、學習背景、收入和職業階級。

賴晨嘉(2011)台北藝文活動參與者之特質、動機與活動參與之有關研究中分

析結果得知藝文活動參與者，在個人特性方面以 24-29 歲之女性學生族群為主，月所得收入以 22,999 以下為多，在藝術學習背景方面以沒有藝術背景族群為多，其研究發現為性別的影響在藝文活動的參與上是顯著的，符合 Bihagen 和 Katz-Gerro (2000) 指出性別在藝文活動參與上的差異性，發現女性在藝文活動的參與上較男性來的主動。

綜合上述所論，本研究參考 2005 年全國藝文活動資訊系統之分類，將義文活動分為視覺藝術、工藝、設計、音樂、戲劇、舞蹈、說唱、影片、民俗、語文、圖書、其他等 12 類。並依據義文活動參與者之社經背景部分，擬定個人基本屬性資料性別、年齡、教育程度、收入、職業以及是否受過藝術相關訓練作為後續問卷設計之參考。



第二節 閒置空間再利用

空間與人的關係隨著科技發展與社會結構轉型，環境變遷讓這些舊有建築物和土地的原本機能停擺且轉變，當階段性功能消失後，便只留下歷史記憶呈現閒置狀態，而目前閒置空間再利用的議題於藝文界與文建會的努力下，成為社會不可忽視的部分。

一、閒置空間的定義與討論

閒置空間再利用的議題必須分別由「閒置空間」與「再利用」兩個的概念來談論。隨著時代的變遷，城市的發展過程中，許多空間經過時間的演變，其使用機能逐漸消失，當空間所賦予的精神以及任務褪下後，慢慢的被人所遺忘，不再使用而棄置在都市的角落成為「閒置空間」，且都市內的土地資源使用有限，土地通常會被發揮最大的使用效益，所以位居都市內的閒置空間，比位居於鄉村更容易被注意到（陳嘉萍，2002）。

根據文化資產保存法第三條第六款，指未被指定為古蹟、但具有歷史、文化價值之古建築物、傳統聚落、古市街及其他歷史文化遺跡。依據行政院文化建設委員會《2001年度試辦閒置空間再利用實施要點》第二條定義，係指「依法指定為古蹟、登錄為歷史建築或未經指定有閒置之建物或空間，在結構安全無虞，仍具有可再利用以推廣文化藝術價值者。」從政府對於閒置空間的認知以及再利用方向來看，閒置空間必須具有一定的歷史或文化的價值，且主要傾向於引入藝文以推廣文化創意產業與空間再利用的結合。

在都市發展過程中，廢棄或未受到妥當利用的空間，不一定指古蹟、公共建築物、工廠倉庫、尚未被利用的建地或廢棄空地、水岸橋樑及高架道路下等等；而再利用也不應被窄化為只能蓋博物館（丘如華，2000）。文建會（2000）針對藝術村經營管理系列之《閒置空間·新造化》中指出其所探討的閒置空間不等於廢棄空間，也不一定與古蹟相同，而市政府在都市開發計畫中，未妥善安排規劃的新空間或因都市發展不平均而形成的閒置空間（楊智富，2000；轉引自黃盈嘉，2011）。簡而言之，原有階段性功能消失，目前使用性功能不彰，可以有更積極的使用方式者，且不限定於舊建築的再利用，有些新的建築物因為使用功能不彰而遭到閒置也在此廣義的範圍內（王惠君，2000）。

學術界對於閒置空間再利用之相關研究，可將其定義為廣義與狹義之解釋。廣義而言，閒置空間可以是一間被廢棄的工業廠房、一座被人遺忘的教堂古堡、一棟具有歷史價值的建築物、一棟富含時代意義卻認為是多餘的古蹟，亦或是壞掉的、過度的、懸盪的空間（王婉如，2001；劉舜仁，2001；蔡文婷，2003；轉引自黃盈嘉，2011）。

陳建北（2000）認為閒置空間可以有形的，也可以是無形的。有形的可概分

為三類：封閉式空間，如農舍、荒廢工廠、沒落村莊、不符合時代的醫院；半開放式的空間，它可能是有架構，但是沒有壁垣，如屠宰場、大型穀倉、或原先具有某種特殊生產功能，廠房內部架構較特別的，如酒廠...；完全開放式的空間，在大片土地上少數建築，整區原來是特殊活動的，(如鹽田、置鹽場、採石場、採礦場、古蹟、具有歷史價值之建築物)，乃至學校校舍、一片森林...等等。無形的閒置空間則無所不在且未達成其最好使用價值。

就狹義而言，閒置即是空間不被使用，沒有機能的特質(傅朝卿，2001)。曾能汀(2006)指出閒置空間為原有空間機能因不符合使用需要，故甚少或停止使用的建築及其周邊(轉引自黃盈嘉，2011)。閒置空間的產生源自於一些既有或老舊的建築，經由社會演變的過程及都市幾近失控地擴展，諸多對應當時特定的使用方式及需求的空間隨著都市機能的擴張及使用上的改變，而呈現空間中的一種閒置狀況(曾梓峰，2001)。總括而言，閒置空間是原有的機能不再，經過歷史變遷以及使用改變而失去功能不被使用的空間。

陳嘉萍(2002)針對許多學者以不同角度對「閒置空間」提出的分析整理出三種分析角度：

(一) 以都市規劃的角度分析

Roger Trancik 將「失落的空間」(Lost Space) 形成與形式作一界定，認為是以往推行都市更新期間所清除的衰頹地區，卻因種種原因未進行再開發利用的土地(謝慶達譯，1989)。

(二) 以功能主義的角度分析

劉舜仁(2001)認為閒置空間是被廢棄的空間，因空間利用價值喪失而被廢棄；是多餘的空間，因過量的供給或需求的降低造成空間的剩餘；是失去作用的空間，原先的空間因一時的外力改變而受損，無法正常運作。

(三) 以系統學的角度分析

陳覺惠(2000)以系統學來檢視都市空間，她認為都市空間是由眾多子系統變動消長下產生，外部變動的力量則是因人力、資源與技術的進出、或全球化的影響，而不斷產生新生的地區而老舊空間在都市中被遺忘。黃海鳴(2001)依此提出閒置空間產生的原因為在都市聚落複雜系統中機能的式微，而留下缺乏生命力，無法適應的空間軀殼。

黃盈嘉(2011)將閒置空間定義為兼具有形與無形的空間概念。有形空間為實體之空間(例如古蹟、歷史建築、產業建物、鐵道倉庫等等)，而有形的空間與無形的社會及文化意義產生離根作用，然而閒置空間再利用的目的是希望能夠保存具有歷史價值的舊有建築物，善用現有資源達到再利用的可能。

陳嘉萍（2002）將閒置空間未被公部門正式使用前的特質分為三種：

（一）場所特質：具「頹廢」美感的邊緣化空間

閒置空間的「無結構」殘破地景，時間性將歷史感自然痕刻於建物之上，這些組合成的元素與環境產生的氣氛，讓閒置空間成為浪漫主義者帶著懷舊的情感緬懷過去與想像的空間，並產生了與以往不同的身體經驗，受到頹廢氛圍的感染進而與空間進行「對話」。

（二）使用者特質：邊緣而非中心的社會團體

空間被閒置遺落於都市一角，也意指已受到空間所有者或法律制度的忽略。常被社會邊緣團體入內佔用，國家公權力無法即時進行驅離，因此邊緣化空間成為社會邊緣化團體公開而暫時地佔用。追求利益的投機者或社會主義者，會對此類所有權不明確的空間進行佔領，並適時的與公部門進行協調或抗爭運動，來達到所欲求的目的。

（三）時間特質閒置或再利用是時間的過渡性或使用方式的不確定性

空間所有權者因暫時性的忽略，或是政治、經濟因素造成使用方向的不確定下，延宕空間的重新開發或空間再利用，所以，閒置空間未被再利用是的原因可分為未找到「合理性」使用的意義與目的，其二為未到適切的開發時機，總括而言，外在因素造成空間被閒置，也因人為的因素而決定是否繼續被重新再利用。

公有閒置空間的種類有古蹟、歷史建築或風貌建築、一般建築、具有特色之建築局部或遺構、空地或外部開放空間等類（王惠君，2001）。從過去的使用機能來看，可分為交通機構、產業機構、行政機構、教育機構、醫療機構、公有宿舍、軍事機構、其他設施如監獄或隧道等幾種類型（王麗卿、何明泉，2001）。而「文化空間創意再造：閒置空間再利用國外案例彙編」一書中提到閒置空間的類別有住宅類、產業遺構、倉庫、軍事設施、公共建築、商業設施、宗教建築、學校、聚落以及其他等等。

文化建設委員會以土地之型態將閒置空間區分為以下六種：

1. 古蹟：已經指定為文化資產者。
2. 歷史建築或風貌建築：具有歷史風貌特色，且未經指定為古蹟者。
3. 一般建築：以現代營建技術建材所構築者。
4. 其它：具有特色之建築局部或遺構，如一堵舊磚牆或一方紀念碑等。
5. 空地或外部開放空間：由具有特色之自然或人為構造所圍塑之外部虛空間。
6. 荒廢建築：包括以上各類建築，但空間主體與結構窳陋頹敗者。

綜合上述所論，本研究僅選擇閒置空間中的產業機構遺址作為研究對象，而產業遺址分類眾多，像是酒廠、菸廠、林場、鐵道倉庫等等，僅以華山 1914 文化創意

園區作為個案研究對象。

二、再利用的定義與討論

「再利用」於國外未有一個相對應的專有名詞，傅朝卿（2001）指出常見的再利用名詞有整修（renovation）、修復（rehabilitation）、改造（remodeling）、再循環（recycling）、改修（retrofitting）、環境重塑（environmental）、延續使用（ex-tented use）、再生（reborn）、可適用性再利用（adaptive reuse）等等，其中以可適用性再利用最能表達舊屋新用的觀念，因此一般簡稱為再利用（黃盈嘉，2011）。

「再利用」主要來自於國際古蹟保存界對歷史建物保存觀念的演進；國內的「再利用」一詞則是受到藝文界將閒置的建物作為藝文空間而產生，而對於再利用最常見的使用名詞為再生、活用、再利用。文建會提出運用新的空間設計與規劃的技術，重新塑造舊空間以滿足新需求，並利用藝文活動「活化」空間生命，來求達到閒置空間「再生」的目的（陳嘉萍，2002）。

在國外歷史建物保存的案例中，不論是保存公有或私有閒置歷史的建物，通常不是被一般文化組織作為推廣文化教育的空間（如：藝文展演空間）；就是以追求實質的經濟利益為目的（例如：餐廳、大賣場、旅社）。所以，將閒置的歷史空間活化再利用方式，實質上是將空間回收使用並得以節省資源上的浪費，且又能把具有歷史意義的空間保留，保存了地方地區性的文化特色，並在有計畫性的空間重整規劃下，刺激當地經濟再開發與成長（陳嘉萍，2002）。

舊建物被保留後，並賦予建物空間新的使用功能，必須重新與周邊環境與社會的藝文力量之系統整合，除了成為藝文空間資源交流的節點，將有助於其周邊地區環境的改善，歷史舊建物也成為持續發展都市的特殊「新的歷史空間」之地景。

邱銘珠（2003）認為再利用所追求的是一種對歷史的連續性、空間記憶的延續。是以一種新的生命呈現，試圖的帶動舊建築本身，更帶動其周邊環境的活力與發展；更重要的是如何將人對原建築的記憶的延伸，再利用不是全然的斷層，它應該是將人與原有舊建築更緊密的串聯，甚至於將人的生活結合於其中。

國外對於歷史建物活化用途主要分為四大類：博物館、作為學校圖書館或各種文化行政機關使用、改作旅館或餐館、利用建物本身為參觀遊覽對象（王瑞珠，1992）。而國內則將再利用的類型則分為：

1. 展演設施：劇場、蚊子電影院
2. 藝術村：鐵道藝術村、糖廠藝術村、酒廠藝術村
3. 生態育成空間：生態園區、植物園
4. 社福機構：收養中心、孤兒院
5. 社會大學：媽媽教室、長青教室
6. 地方文史教室、工作室

7. 商業設施：咖啡廳、餐廳、書店
8. 休閒產業設施：網咖、兒童遊樂園、生存遊戲場
9. 其它：符合空間使用需求機能者

陳嘉萍（2002）、黃盈嘉（2011）依據各學者之論述，將再利用規劃至執行過程分為三個層次，政治、經濟、社會與文化：

（一）政治為文化政策的制定

在文化政策的推動下，都市開發政策必須與文化保存政策相互調整配合，促使兩者真正開始聯繫，閒置空間再利用潛藏對社區資源與公共設施建設的可能。

（二）經濟為重新轉化後延伸之附加價值

重塑舊建物之新生命與意義，在最低限的整修改變下，增加空間使用的新機能，將會有效地節省地球資源，回收再利用具歷史特色的舊建物。簡而言之，在歷史文化空間與經濟活動並存時，是將『產業文化化、文化產業化』、以及『文化與生活』結合的理念實踐。

（三）社會為文化價值被重新賦予歷史記憶的可能

1. 地方性：可成為地區聯繫的新活動空間，亦是社區總體營造另一種方式。
2. 美學：將建物的歷史性特質保存，在增加空間新機能時，必然呈現出不同時代的新舊審美價值，在操作者的規劃設計下，產生出不同原本空間意識型態的異質空間

陳嘉萍（2002）根據相關文獻分析出促成閒置空間再利用為文化政策有四個導因：

- （一）都市計劃積極開發再利用閒置的公地
- （二）提出將權威化空間轉換為文化空間的空間解嚴概念
- （三）非制式藝文展演空間的需求
- （四）國際歷史建築活化再利用運動的影響

經由再利用的方式，重新創造建築物新生命的開始，以最少的破壞與預算來達到再利用的最佳效果為原則。再利用在社會實踐上是保存舊建築之主要特徵和風格為最高原則，而設計師應在尊重史實性之態度下發揮其構想，為了使老建築能符合新機能，對原有建築做適度的改造並且導入現代化的設備是不可避免的，但為了維持原建築之主要特徵，應以儘量只作最低限度之改變為原則。

藝術工作者集結下所提出的訴求，是早期閒置空間再利用為藝文空間的主要爭取方式。因現代藝術的影響下，現代視覺藝術家或表演家都認為傳統的展覽空間，已無法適用於各類新型作品的展演方式，進而提出非制式藝文空間的需求。在政治

與文化的支配與反支配力量下，閒置空間再利用為藝文空間已成為文建會主要規劃的方向，這些最早再利用為藝文空間的案例多位於都市之中，同時反應了都市藝文工作者對於非制式藝文空間的需求。

陳華志（2005）將閒置空間再利用的藝文活動進駐類型概分為三大型態：

- （一）當代藝術使用：包括華山藝文特區、台北當代藝術館、草山行館、台北國際藝術村、台北故事館
- （二）綜合藝術使用：包括牯嶺街小劇場、紅樓、台北之家、蔡瑞月舞蹈研究
- （三）聽覺藝術使用：官邸藝文沙龍、中山堂、林語堂故居、錢穆故居

三、閒置空間再利用的發展

1960年代前舊建築常被視為是某些基地利益開發之阻礙，到1960年代以後對於舊建築與環境關係的認知逐漸改變以及提升，但1970年代初舊建築的保存運動是基於歷史與維護的觀點，只是單純的想保留人類的過去，因此許多建物被凍結成博物館般的展品（傅朝卿，2001），直至1970年代後歐洲國家對於過去展品式的保存方式提出了質疑，認為雖然保留了建築的物體，但卻使其失去了原有的空間生命力，到了1980年代舊建築的活化再利用觀念開始盛行，且將經營管理的概念帶入其中，引入了新的機能與活動以活化原有的沉寂空間，達到建物生命的延續與文化傳承的目的（陳嘉萍，2002）。

行政院文化建設委員會《舊建築再利用法令程序探討》文中提及1977年國際景觀建築師勞倫斯哈普林來台演講帶入舊建築再利用的觀念，並由馬以工小姐為文「古屋的再循環使用」加以介紹，推動台灣對於重新使用的概念，不過當時再利用的概念並無獲得廣大的迴響，直至1992年後開始陸續出現建築再利用的相關研究，因此再利用的觀念才逐漸興起，到1998年行政院文化建設委員會開始推動閒置空間再利用政策，且2001年文化建設委員會試辦閒置空間再利用實施要點，推動人民對於棄置空間的關心，使棄置角落的空間重新被討論，於重新規劃與經營下賦予棄置空間新的詮釋以及使用。

閒置空間最早並非國家的力量介入，是由藝術家透過由下而上的爭取進而成為今日藝文空間之替代性容器，其符合閒置空間作為「廢棄空間（derelict or obsolete spaces）」、「邊緣性邊緣空間（marginal spaces）的意涵與特質」，是為替代空間精神的延續，但由國家介入乃至主導空間發展後無法單純視為替代空間。

陳華志（2005）整理關於閒置再利用的相關文獻探討，將論文部分歸納為三大類型：

- （一）偏重閒置空間與文化政策的評估進行討論，並提出對閒置空間再利用政策實施效益的整體評價
- （二）探討閒置空間再利用為藝文場所之經營模式

(三) 是個案研究探討場所精神或經營模式

由研究篇數與年代閒置空間再利用發展趨勢，並以研究主題歸納，主題多以經營管理與再利用之個案研究。黃盈嘉（2011）將眾多主題歸納區分為四個層面，分別為政策、經營、社會和環境層面，其中以環境層面的個案研究以及經營層面的運作經營模式為最多研究的核心主題。

(一) 政策層面：文化政策、政治干預

(二) 經營層面：運做經營模式、委外經營管理、經營成功因素、公私協力與行銷策略

(三) 社會層面：地方滿意度、居民參與、公民教育推廣、社會關係與地方認同

(四) 環境層面：永續發展、二度閒置、都市再生、再利用情形、再利用策略、評估模型與發展歷程

小結

舊空間的利用不同於新建築的營造，其開發的潛力來自於對既存環境、歷史與空間資源的考掘，思考原有歷史場所的訊息與還原過去空間的資訊（劉舜仁，2000；陳欽河，2002）。總括而言，再利用所追求的是對歷史的連續性、空間記憶的延續，將人對原有建築更緊密的串聯，且從閒置的產業空間經過藝文活動新機能的引入，去認知新舊空間與接受認同轉化，想保存或傳承得無非是使用者對舊建築的記憶延伸（邱銘珠，2003）。因此針對國內產業舊建築空間再利用，選定華山 1914 文化創意園區，了解使用者對華山酒廠舊建築空間的歷史意義，於再利用的轉換與改變後是否能延續其產業空間的記憶與認知。

第三節 懷舊意象

閒置空間之所以被保留後再利用其著重的重點在空間氛圍與歷史記憶的延續，因此以懷舊意象探討在華山 1914 文化創意園區內的懷舊物件以及引發使用者對於華山舊空間氛圍的感受。

一、懷舊觀念的演變

「懷舊」為一種念舊與懷念過去的心理狀態，懷舊 (Nostalgia) 一詞最早源於希臘文中，由 nostos-「返家、返回祖國」及 algia「一種引起痛苦的狀態」兩個字根組合而成，為一種痛苦並渴望返回家鄉之情感，其成為懷舊情感最早的意義 (Hofer, 1688; Daniels, 1985; Davis, 1979; Holak & Havlena, 1991;1992)。

早期懷舊一詞最早出現於精神醫學相關文本中 (Baker & Kennedy, 1994)，是一種較負面、疾病、貶抑的字眼。逐漸地懷舊這個名詞開始去軍事化及去醫學化 (demedicalization)，後來才在社會學上受到重視並且獲得許多意含從一種心理疾病甚至是短暫性格依戀，在精神病學領域兩個世紀，開始迅速透過正面的肯定而驅散，並在商業上的使用受到歡迎 (Davis, 1979；轉引自周怡岑，2007)。

懷舊情感代表的意義在經許多改變後，Greenberg、Pyszczynski 與 Sander (2004) 將懷舊觀念的轉變分成四種時期 (程柏舒，2006；劉子菁，2008)：

(一) 醫藥疾病時期

在十八、十九世紀，懷舊 都被定義為一種生理上的疾病 1688 年瑞士醫生 Hofer 將症狀解釋為懷舊症狀或是思鄉病，主要是敘述瑞士士兵希望重返阿爾卑斯山脈的鄉愁所提之醫學名詞，並將懷舊定義為著魔式的大腦疾病，作為一種醫學或神經病學疾病概念 (程柏舒，2006；甘蘭，2009)。

(二) 精神錯亂 (Psychiatric Disorder) 時期

十九世紀末和二十世紀初，懷舊的定義從大腦病變到精神病或者心理壓力引起的紊亂，大多數的學者才逐漸的將懷舊從生理上的疾病轉向解釋為一種心裡症狀 (Batcho, 1998)。而在二十世紀中期，懷舊甚至被認為是一種移民者的精神病 (Frost, 1938)。Davis (1979) 說明懷舊 (nostalgia) 一詞已完全地去軍事化與去醫學化，顯示懷舊一詞開始去心理學化的過程。

(三) 異於思鄉病 (homesick) 時期

二十世紀末期，研究指出不認同思鄉病 (homesick) 等同於懷舊情感，比起思鄉病，懷舊更常會與溫暖的、過去時光、孩童時期與心裡渴望等形容詞聯結在一起 (Davis, 1979)。懷舊是關於過去的渴望、昨日的思念，或對擁有物的鐘愛，以及與往昔相聯結的一種行為 (Hotbrook, 1993)。

(四) 正面情緒時期

正面情緒時期，懷舊體驗是一種正面的，像是愉悅的體驗，Sedikides、Wildschut 及 Baden (2004) 等學者也偏向將懷舊定義為一種正面體驗，特別是他們認為懷舊是一種情緒；一種正面與自我相關的情緒反應。臨床心理學研究者更進一步提出，造成懷舊的原因乃人類渴望回歸到母體子宮的慾望 (Havlena, 1991)。

簡而言之，懷舊情感發展演變由醫藥疾病時期、精神錯亂 (Psychiatric Disorder) 時期、異於思鄉病 (homesick) 時期到正面情緒時期，可以看出「懷舊」此一名詞，從過往為一種負面的、是一種疾病的定義，轉成為一種心理層面的情緒表現狀態，甚至加以延伸成為一種商業行銷的媒介。懷舊名詞意義上的轉變，造就日後廣泛的研究興趣，包含運用在遊憩體驗、視覺藝術、消費領域等等。

二、懷舊的定義

懷舊 (nostalgia) 從 Webster 字典的定義上可區分為兩個面向，一為處於思鄉的狀態；二是一種留戀或極具情感上的渴望，再一次體驗真實或想像的舊時樂事。新牛津英文辭典 (New Oxford Dictionary of English) 則將懷舊定義為對於家的一種情感上的渴望或是一種感傷的情緒，通常與個體的一段過去的快樂時光或是地方有所連結。維基百科則說明懷舊是指對過去的憧憬，通常是理想化而不現實的，經常和一個溫暖的童年回憶、某種遊戲或者珍貴的私人物品聯繫在一起。Fredric Jameson 提到懷舊是一種「對當下的戀舊」(nostalgia for the present)。

懷舊其從疾病狀態發展為情緒狀態到可利用之概念 (Davis, 1979)，回顧過去相關研究領域後，發現關於懷舊定義的論述可從四個領域來探討，分別是醫學領域、心理層面、行銷領域及觀光領域 (劉沛瑜，2007；王維靖，2008)。

(一) 醫學領域

在醫學領域上把懷舊當成是一種治療之工具，國外學者 Butler 於 1963 年針對懷舊治療予以定義，認為懷舊治療為老人透過活動去體驗過去生活的片段，包括回憶、體驗和參與社交互動的活動，以促使其得到滿足與自我肯定。Burnside 與 Haight (1992) 認為懷舊治療為回想心裡長期遺忘的經驗或事實，可經由思考或訴說來呈現過程，且常使用於兩個人以上 (轉引自張源利，2010)。因此，定義懷舊團體治療可以促進老人的自我統整、強化個人認同，增進生命的價值感和促進老人的生活滿意度，進而讓老人覺得晚年具有生命意義與價值 (魏雪卿，2005；轉引自王維靖，2008)。

(二) 心理層面

在心理學的研究領域中，多把懷舊看待為心理層面的議題，著重在詮釋引發懷舊情緒的刺激物 (Daniels, 1985)，換句話說心理學著重於個人層次懷舊的研究，尋找個人懷舊的情緒以及懷舊情緒對個人的價值 (轉引自楊賀捷，2006；王維靖，2008)，像 Davis (1979) 表示懷舊指的是急切渴望回到過去時光的心理狀態。而 Belk (1990)

認為懷舊能幫助人們在心理上強化對自我的認同，是源自於過去真實生活之經歷所喚起個人私密的懷舊情懷。(轉引自 Muehling & Sprout, 2004；劉沛瑜，2007)。

(三) 行銷領域

近年來行銷領域大量運用懷舊來吸引消費者的目光，對於流行懷舊風的現象有很多學者提出懷舊被運用在引起消費者的共鳴，懷舊餐廳收藏者也在有意與無意中，投入了生產懷舊的行列(林文，2006；轉引自周怡岑，2007)。

對於懷舊是否得有切身真實的生活經歷有了迥然不同的主張與觀點，Davis (1979)認為懷舊是個人情緒，只能從現實生活經驗中所激發的。Goulding (2001)支持 Holbrook (1993)的論點，認為可以從人、地方或是其他事物，如過往經驗、書中經驗或者電影所獲得懷舊情感(劉子菁，2008)。

Holbrook (1993)定義懷舊是對年青時期曾流行的事物所產生的喜好，其中所謂的「年青時期」包括了成年初期、青春期、童年時期，甚至出生之前，認為懷舊不以實際生活經驗為分際。同時表示懷舊不以切身實際生活經歷為條件，可以透過書本、電影或其他轉述也可以了解過去的時代，並進一步懷念過去時代裡的人物、地方或物品。Holak 與 Havlena (1998)指出懷舊是對能反映過去的事件(如物件、人物、體驗或是信念)，所產生的正面複雜感受、情感或是心境，換句話說，懷舊不再只是曾經經歷過以前時代的人之感受，而是可以從物件來塑造當代之懷舊情感，這樣的觀點與 Holbrook 的主張不謀而合。

(四) 觀光領域

Chhabra、Healy 與 Sills (2003)認為許多遊客希望以襲產觀光的形式，讓自己置身於時空交錯的文化地景之中。Hall 與 Zeppal (1990)則表示以遊客參與襲產觀光主要的動機是懷舊，希望可以體驗多樣化的文化景觀和形式以回顧過去時光。Vesey 與 Dimanche (2003)主張襲產能展現的昔日風采能讓遊客感受到地方過去的樣貌，而感受到的懷舊相似於 Hall 與 Zeppal 提出的觀點。程柏舒 (2006)在探討襲產觀光懷舊情感及影響因素之研究結果顯示懷舊所觸發的正面情緒可以帶給遊客追求休閒真正的價值，且遊客動機、遊客態度、遊客偏好、年齡對懷舊造成正向影響，擁擠感受與重遊次數對懷舊情感造成負向影響。劉沛瑜 (2007)認為懷舊不需具有親身真實生活經驗為必要條件，而以人們能意識到物件是聯結過去年代為前提，進而產生之感受、情感或是心境即為懷舊。而劉子菁 (2008)遺跡觀光的懷舊情感是一種情感上的體驗，不僅限於對於歷史的緬懷，在旅遊的過程中隱含想要回到過去時光的心裡渴望。

劉沛瑜 (2007)參考旅遊度假區意象模式，建構懷舊意象模式，由認知性懷舊意象與情感性懷舊意象構成。並指出懷舊意象是指一旅遊區內存有過去之物件，從物件引發人們對過去年代的人、事、物之看法、知識，形成認知，並會讓人們聯想到過去而產生情感，進而對旅遊區形成整體懷舊認知與情感之總合(劉沛瑜，2007；

轉引自王維靖，2008)。

三、懷舊的組成與內涵

劉沛瑜(2007)以懷舊物件(object)與懷舊情感(affection)的觀點來說明懷舊的組成。懷舊物件指的是一些特殊的物件、事件或是人物會促使遊客產生懷舊，而懷舊情感就是遊客的懷舊感受、情緒。

(一) 懷舊物件(object)

在懷舊的懷舊物件部分，回顧過去文獻發現可以促進或激發遊客懷舊的物件包括了歷史文化、老舊物品與物件、過去傳統的保存及重返過去的主張等四個構面。

(二) 懷舊情感(affection)

在懷舊情感部分，Holak 與 Havlena (1998) 檢視懷舊的情感成分，結果顯示懷舊情感包括了正面與負面情感高度交織在一起，認為懷舊乃是一個相當複雜的情感。回顧過去文獻將懷舊的情感向度大致可分為四個構面，分別是興高采烈、溫和、平靜及憂鬱等。

Baloglu 與 McCleary (1999) 認為認知性意象是指對物件(object)的信念與知識；情感性意象是指對物件的感覺。劉沛瑜(2007)參考 Baloglu 與 McCleary(1999) 所提出的意象結構，將懷舊意象分為認知性懷舊意象與情感性懷舊意象，認知性懷舊意象為對過去的物件所存有的信念與知識；情感性懷舊意象為對過去物件的感覺。提出了認知性懷舊意象包括了文化真實、浪漫想像、去現代、展演過去四個構面，而情感性懷舊意象則包括了欣喜、歡娛、激昂、平和四個構面。

(一) 認知性懷舊意象

1. 文化真實

係指若襲產旅遊區能保存完整或較真實的物件，能喚起遊客的懷舊感受，顯示遊客接觸到源自過去時代，所保存下來的物件時，能感受到懷舊，也就是遊客從事襲產觀光時，除了探索過去年代，也相當重視旅遊度假區當地的歷史、自然及文化價值(Boyd, 2002; Bonn, Joseph-Mathews, Dai, Hayes & Cave, 2007)，呼應 Prideaux 與 Kininmont (1999) 表示之觀光中展現的文化真實可以促進遊客與過去年代聯結，讓遊客感受旅遊度假區當地過去(劉沛瑜，2007；王維靖，2008)。

2. 浪漫想像

遊客在接觸到襲產旅遊區之黑白照片、餐廳陳設及整體環境時，會讓他們聯想到過去生活的浪漫，Prideaux 和 Kininmont (1999) 論述旅遊度假區利用歷史事件營造觀光意象，會讓遊客感受過去的浪漫與懷舊，且 Boyer (1994)、Roach (1996)

與 Tolendano (1984) 的實證研究結果發現觀光引起了文化的轉換，遊客記憶中的過去是對歷史浪漫的憧憬。

3. 去現代

遊客希望襲產旅遊區仍保留傳統的文化風格，也就是遊客懷舊的內涵是渴望這些具有傳統或是源自以前年代的物件，能妥善的保存，不受現代化的影響，即是期待傳統的物件能去現代化。呼應 Davis (1979) 認為積極召喚過去生活的人們，會對現況或未來具有負面的看法，並且信仰以前的事物總是比現在的事物好，也就是希望事物都保留原始感。

4. 展演過去

懷舊能使人們體驗或回想起年青時期 (Davis, 1979)，也有可能讓人們想到孕育自己的地方 (Fodor, 1950)，也就是遊客沉溺在展現過去樣貌的環境裡，便會短暫的將自己錯置在昔日的空間。

(二) 情感性懷舊意象

1. 欣喜

Holak 與 Havlena (1998) 對懷舊心境的研究結果中懷舊心境的「溫和」構念中包括了欣慰、深情、幸福。劉沛瑜 (2007) 分析遊客覺得回想這樣的心情是「欣喜」的，也就是比較不激動，而有豐富情感的心境，可能的原因是回想起過去時光，總是美好的片段，所以才會產生欣慰、幸福的感受。

2. 歡娛

Holak 與 Havlena (1998) 對懷舊心境的研究結果相似，其懷舊心境的「興高采烈」構念中包括了歡樂、快樂。當遊客在接觸到源自過往時代的場景或是物件時，所產生的這樣的心情是「歡娛」，可能的原因是遊客看到以前小時候看過的東西，或是耳聞過的物品就活生生的出現在眼前，而感到歡樂、快樂。

3. 激昂

激動、渴望是來自 Holak 與 Havlena (1998) 的懷舊情緒度量。遊客回想到過去的心情是激動、渴望，可能的原因是現在生活環境，生活步調不像以前社會那麼緩慢而且安全，於是那樣悠閒、安全的環境使人們有些許激動的感受，於是回想到過去的心境是「激昂」。

4. 平和

遊客回想起過往的心情是平靜、溫柔、純淨，這樣的心境是「平和」。與 Holak 與 Havlena (1998) 對懷舊心境的研究結果雷同，其對懷舊心境的研究構念包括了「平靜」的構念，其內容包括了平靜等。

四、懷舊的測量與分析

懷舊的現象在吸引了很多學門的探討，如歷史學、心理學、社會學、人類學、環境心理學以及其他社會科學的重視 (Holbrook, 1993)，台灣在最近幾年才開始出現以懷舊為主題的研究 (轉引自劉子菁, 2008)。這些研究大部份都是以行銷及廣告的觀點探究懷舊，少部分研究關於懷舊餐廳的消費者特質 (林雨潔 2005; 王若文, 2006)、遺跡觀光懷舊情感 (陳貞吟, 2005; 程柏舒, 2006)。

懷舊是一種情感上的體驗，而這種體驗是在內心深層所表現出來的，個人特質、懷舊物件及旅遊型態都可能影響到旅遊的懷舊體驗，雖然有很多領域的研究已經在討論懷舊情感，但在觀光領域的研究，卻一直忽視了懷舊情感逐漸重要的議題 (Kim, 2005; 轉引自劉子菁, 2008)。

從學者的論述中發現懷舊重要元素是過往時間與空間，其中有的是對親身經驗的回憶，也有對個人未出生前時代的想像，引人懷舊之來源與個人的關係程度及懷舊的時空範疇，呈現出幾種不同的方向，許多研究為了解人們的心理及行為而試圖去分類懷舊的類型 (何杰, 2009)。

懷舊類型有許多學者皆提出不同的懷舊分類與測量，Davis (1979) 認為懷舊是一種對過去生活、昨日的嚮往，其將懷舊分為簡單懷舊、反思懷舊、詮釋懷舊三種，簡單懷舊指是一種單純地想要回歸過去美好的時光，認為過去的日子比現在來得好。反思懷舊為一種不再只是耽溺於過去，加入了分析與質疑。對單純懷舊的內容產生批判性的調查，也對引發懷舊情緒的物件與懷舊主題作自我意識的調查。詮釋懷舊是對於懷舊的內容作更多的分析，包含懷舊的特質、來源、重要性、心理目的，且包含對懷舊問題探討的詮釋。

Stern (1992) 將懷舊分為個人懷舊 (personal nostalgia) 和歷史懷舊 (historical nostalgia)，個人懷舊是指懷舊經驗是呈現個人的過去，藉由個人覺得珍貴而難忘的物件作為刺激而引發懷舊的情緒。歷史懷舊是將「過去」定義為個體出生以前的年代，亦即個體歷史之外的時代，歷史懷舊藉由個人栩栩如生的想像力表現，強調個人未知的部分。

Baker 與 Kennedy (1994) 則將懷舊分為真實的 (real)、模擬的 (simulated)、集體的 (collective) 三種。真實懷舊是指是基於一種對於真實經驗重現的情感或渴望，利用真實或對過去重要的事物 (如照片、歌曲等) 喚醒過去真實的感受。模擬懷舊是當真實事物無法取得時借用過去的歷史、故事或人物去體驗過去。如同 Stern (1992) 所定義的懷舊是一種個人情緒的狀態。因此我們可以感到懷舊的情緒賦予物品象徵的意義，即使我們從來沒有經歷過這些事物。集體懷舊是一種對於文化、世代或國家的懷念或感情。在相似背景、相同世代或是相同脈絡下的人們，會出現較為一致的懷舊傾向。

Holak 與 Havlena (1998) 認為懷舊可以從本質與起因，懷舊本質是個人和集體，

起因是直接或間接經驗，兩個構面思考由兩構面進而形成四個象限。懷舊的本質是屬於個人 (personal) 本身單純的對於過去生活經驗的回憶或是集體 (collective) 的共同回憶。懷舊的起因則是直接的 (direct) 或間接的 (indirect) 經驗，直接經驗泛指跟個人本身生活經驗密切相關的經驗，間接經驗則是相反的情況。分別為：個人的 (Personal)：懷舊是個人且直接的經驗；文化的 (Cultural)：懷舊是集體的直接經驗；人際的 (Interpersonal)：懷舊是個人但間接的經驗；虛擬的 (Virtual)：懷舊是集體上間接的經驗。

Holbrook (1993) 以六十二部 1927 至 1988 年奧斯卡得獎電影作為懷舊情緒刺激物，並運用九點 量表供受測者選取，問卷問項擬定參考 Davis(1979)、Fodor(1950)、Lowenthal(1985) 以及 Nawas 和 Platt(1965) 之研究，探索消費者對老電影的喜好，發展出含有 20 個問項的懷舊量表 (Holbrook Nostalgia Scale, HNS)，是當今測量懷舊傾向的主要量表 (轉引自周怡岑，2007)。Holak 與 Havlena (1998)，於是從測量情感的量表進行修正，研究發現消費者領域中測量懷舊情感內涵可透過成對語義量表 (bipolar scales) 或離散不連續 (discrete scales) 的量表來進行度量。

Holak 與 Havlena(1998) 研究結果也確實發現懷舊是一種複雜的情緒(劉子菁，2008)。認為懷舊情感的背後應該是由許多情緒所構成的，回顧過去研究發現沒有直接可用來度量懷舊情感的量表，於是從測量情感的量表進行修正，延伸使用 Holbrook 的 HNS 量，並結合 Mehrabian 與 Russell(1974) 的情緒量表 pleasure-arousal-dominance (PAD) 探討懷舊情感。研究發現消費者領域中測量懷舊情感內涵可透過成對語義量表 (bipolar scales) 或離散不連續 (discrete scales) 的量表來進行度量，Havlena 與 Holbrook(1986) 表示語義 量表或許適合用來分析消費者體驗，但 Plutchik(1980) 則建議採用離散量表來直接分析情感的表達是較恰當的 (轉引自劉子菁，2008；王維靖，2008)。

陳貞吟 (2005) 探討遺跡觀光的懷舊情感，研究結果顯示，旅客在遺跡觀光中產生個人與集體兩種懷舊反應，且此兩種反應都直接或間接影響旅客的懷舊情緒與價值。個人懷舊反應主要是旅客對於個人過去真實的記憶，旅客的年齡、懷舊傾向與旅遊動機顯著影響個人懷舊。集體懷舊反應則是旅客對於文化、歷史或集體共通的生活經驗所產生的懷舊反應，不受性別、年齡的影響。

張文如 (2006) 延用 HNS 量表，研究老街商圈的懷舊情感。程柏舒 (2006) 相同使用 HNS 分析遺跡觀光客的懷舊情感，以個人懷舊與歷史懷舊為參考並經由訪談結果，將其分為時間懷舊、空間懷舊以及情緒懷舊三個構面。劉子菁 (2008) 探討遺跡觀光者之懷舊情感，個人懷舊 10 個問項和歷史懷舊 9 個問項。戴有德 (2010) 等人探討老街觀光客的懷舊情感，就襲產觀光特性修正 Holbrook (1993) 提出的懷舊量表，個人懷舊 6 個問項和歷史懷舊 6 個問項。

從當代學者分類的方式來說，懷舊情感的類型大致上可以從兩個面向來看，個人懷舊與歷史懷舊，個人懷舊主要是從個人本身的經驗出發，重點在於個人對於過

去的經歷以及生活經驗所引發的懷舊情感；歷史懷舊指的是一群具有相同文化、歷史、生活經驗的人們，因為具有相似的記憶、經驗所產生出的懷舊情感（劉子菁，2008）。

劉沛瑜（2007）、王維靖（2008）、林宗賢（2009）等人從旅遊意象的觀點出發，旅遊區意象是對一旅遊區屬性或活動之信念、概念與印象之總和，且能代表地區吸引遊客的注意，並且成為遊客對旅遊區的粗略印象，藉由文獻回顧與訪談方式發展出測量懷舊情感的題項，因懷舊意象亦採用旅遊意象的結構為基礎，分為認知性懷舊意象與情感性懷舊意象，其度量方式與旅遊意象度量方式相同。指出旅遊區內承襲過去物件，引發人們對過去年代的人、事、物之看法與知識而形成認知，讓人們聯想到過去而產生情感，進而對旅遊區形成懷舊認知與情感之總合。

「懷舊」它不僅是只有心理上的感受，還能應用於實質環境中，也就是說懷舊不一定要親身經歷過以前年代，而是可以由過去年代之物件來喚起懷舊的情感。行銷領域透過行銷商品營造懷舊氣氛，讓消費者擁有不同的消費體驗，如市場上的懷舊餐廳、商店、商品等，是；觀光領域則利用襲產旅遊區的歷史遺跡，如老街、老舊房舍、神社、舊時代的車站等（王維靖，2008）。

五、影響懷舊的因素

Batcho（1995）與 Davis（1979）的觀點表示懷舊不只是回憶，更是種複雜的情感，它會受到不同的要素誘發，也因不同的展示樣貌而異（劉沛瑜，2007）。Holak 與 Havlena（1992）針對 62 名受訪者進行懷舊經驗的研究，提出了許多方面的影響因素，將刺激人們懷舊的人、事、物大致分成人、事、物三種類型，人包含了家庭、朋友、祖父母、同事、同學；事為個人的（例如結婚典禮、生日、服兵役、畢業、假期、聚會、新年）；物分為有形的（例如衣服、珠寶、玩具、書、相片）與無形的（例如音樂、歌曲、紀錄影片、電影）。由此可知，懷舊會經由個人本身與外在環境所影響。

Goulding（2001）所整理出影響懷舊的因子中可以歸納出三種誘發懷舊的因子，分別為藝文、行銷及觀光，這些誘發物的影響之外，個人特性也會使得懷舊有所差異，包括年齡、性別、個人在家庭與朋友間的角色等等，呼應了 Wang（1999）主張懷舊容易被喚起。曾光華等人（2004）針對遺跡觀光提出了一些引起懷舊的屬性（古文物、老街道、當地的自然環境與氣氛）。程柏舒（2006）認為運用在遺跡觀光方面，懷舊的影響因素是由個人和旅遊地而來，將影響因素分成遊客因素與旅遊地因素與個人特性，遊客因素包含遊客態度與遊客動機，旅遊地因素包含媒體、農特產、空氣中的味道、舊東西，個人特性包含性別、教育程度、年齡、職業、每月所得、婚姻狀況等等。

（一）誘發物

1. 藝文

偏屬藝文類的誘發因子包括了，電影 (Fowler, 1992; Lee, 1993)，音樂 (Holbrook & Schindler, 1989, 1991) 等。

2. 行銷

行銷領域的透發因子則包括了廣告 (Howell, 1991; Stern, 1992)，消費者個人服飾與舉止 (Schindler & Holbrook, 1993)。

3. 觀光

在觀光領域中則以襲產 (Goulding, 1999; Hewison, 1987; Lowenthal, 1981) 為主。

(二) 個人特性

1. 性別

懷舊傾向的探討，在早期的研究認為西方文化中的男性較女性更容易懷舊，研究顯示男人比女人更容易懷舊，因為他們體認到人生週期當中更多的斷裂 (disruptiveness) 與不連續性 (discontinuities)，包含地位、角色和地理位置 (Davis, 1979)。Csikszentmihalyi 與 Rochberg-Halton (1981) 指出引發懷舊情緒的內容，則顯示女性比男性、孩童更容易珍惜物品，以作為回憶的來源。男性對於動態的事物 (object of action) 較感興趣，例如運動器材、電視、腳踏車等，女性則對視覺物品較感興趣，例如照片、藝術品、紡織品、器皿等。但更多學者卻認為性別與懷舊沒有影響，像 Sherman 與 Newman (1977~1978) 認為性別在懷舊的傾向上面並無分別，女性不一定比男性更容易懷舊，性別的差異存在於引發懷舊的商品屬性不同，也許可能只是社會化的結果 (Rudmin, 1991; Holak & Havlena, 1991)。杜宜芳 (2004) 針對年輕人的對懷舊商品的認知研究中，也認為性別對於懷舊內容並無明顯差異 (轉引自程柏舒，2006；林冠瑜，2007)。

2. 年齡

當人們基於個人或集體懷舊的理由陷入懷舊回憶時，這些回憶對下一代的人而言卻是全新的體驗。當下一個世代的年輕人步入中年後，開始產生懷舊的情感，其懷舊內容除與個人過去象徵性片段回憶有關，也承襲上一個世代曾經懷念過的人、事、物 (Davis, 1979; Holak & Havlena, 1991；轉引自林冠瑜，2007)。

Havlena 與 Holak (1991) 的研究中發現，學者明確的指出懷舊商品和感受懷舊的對象有三大主要消費族群，一群是嬰兒潮出生的人們，另一群是資深國民 (銀髮族)，而 Goulding (1999) 認為 60 歲以上有高度的懷舊情感。

Holbrook (1993) 與 Holbrook 及 Schindler (1994) 主張人們在不同的年齡會有不同的懷舊傾向，懷舊不單只與資深國民有關，一些年青人對懷舊也具有正面的看法。Holbrook 及 Schindler (1996) 進一步以年齡和態度對消費者的懷舊偏好做研

究，證實年齡會造成懷舊物件與時間的不同，國內學者曾光華等人（2004）則認為30歲為分界的兩個族群所認為的懷舊情感不盡相同。雖學者間的看法略有出入，但卻也直接的提供了人們本身的年齡差異與懷舊是有關聯的線索。

3. 教育程度

國外的學者研究中認為教育程度因素無法影響遺跡觀光遊客的體驗（Prentice, Richard C., Herbert, D.T., Thomas, C.J., 1989），程柏舒（2006）將其加入個人特性變項，以了解遺跡觀光的遊客特性。

4. 個人在家庭與朋友間的角色

Holak與Havlena(1992)主張的個人在家庭與朋友間的角色會影響懷舊的反應。Goulding（2001）主張個人對生活現況的負面體驗或是對個人生活現況的不滿，也容易誘發懷舊的情感（轉引自劉沛瑜，2007）。

小結

懷舊的測量量表與分類眾多，本研究欲了解於華山1914文化創意園區內之歷史物件是否可以讓使用者產生懷舊的認知，以及處於此地使用者是否可以因歷史物件的認知而產生懷舊情感，因此本研究選定劉沛瑜（2007）、王維靖（2008）、林宗賢（2009）等人的懷舊意象量表作為後續問卷設計以及測量華山1914文化創意園區的空間氛圍、記憶延伸的參考依據。

第四節 場所依附 (place attachment)

一、場所 (place) 與地方感 (sense of place)

場所 (place) 是為一個有意義、意向和感覺價值的中心，一個動人的，有感情所附著的焦點，一個令人感覺到充滿意義的地方。但場所 (place) 與空間 (space) 經常被混用，相較於空間的概念，「場所」顯得具有歷史、經驗、情感、意義，且在經驗之中，空間的意義常被併入地方的概念中 (鐘士佳, 2005)。整個環境的構成是由建物組織成空間，當我們對空間感到非常熟悉之後，空間便轉化為場所 (Tuan, 1980; 潘桂成, 1998)。

地理學家 Tuan (1977) 提出「地理信仰 (geopiety)」概念，指的是人對自然及特殊地點的依戀 (Moore and Graefe, 1994)。由人們賦予空間價值後，使原本沒有差別的空間成為場所，也就是人們經由體驗空間後而使空間產生了意義才成為場所，不再只是一個僅容納自然物體的單純物理空間，藉由自然物體的相對的位置關係而界定，而且承載了人們對於一個空間之歷史、經驗、情感、意義與符號 (Tuan, 1977)。

人文地理學者瑞爾夫 (Relph, 1976) 從環境觀點來看，認為「場所」是生活環境中被感知有意義的地理單元，主張場所包括了三種要素：實質設境 (physical setting)、活動和意義。在人與環境研究中指出「地方」的概念逐漸被重視，藉由居住以及經常性的活動涉及，由親密性的記憶累積其過程，再經由意象、情感、觀念及符號等給予價值與意義 (魏裕庭, 2008)。

Norberg-Schulz (1979, 1986) 提出場所不僅是抽象的區位而已，我們所指的是由具有物質的本質、型態、質感及顏色的具體物所組成的一個整體。這些物的總合決定了一種環境的特質，亦即場所的本質。且場所所有其基本結構，即空間和品行。雖然依其根源不同而可以分為自然場所與人為場所，但兩者都是人類為了生存而集結身旁的物加以建構，其結果是一方面人們建立了對場所的認同，形塑出所謂的「場所感」(轉引自陳欽河, 2002)。

Kaltenborn (1997) 認為場所對個人是具有正面的價值與意義，而且會使個人對場所產生依附的感覺，在社會科學上有三個涵義 (轉引自陳慧蓉, 2006; 蔡松齡, 2010)：

- (一) 地理區位 (location)：人們從事社會和經濟活動分布的區域。
- (二) 場所 (locale)：日常生活和社會相互影響的地方。
- (三) 地方感 (sense of place)：是個人對地方認同和歸屬的情感連結。

場所是由文化所定義的，常與地點作為比較。當人定居下來，一方面他置身於空間中，同時也暴露於某種環境特質中。這兩種相關的精神，可稱為「方向感」與「認同感」。要想獲得一個存在的立足點，他必須要曉得他和某個場所是怎樣的關係

(李鐵男, 1992: 100)。

場所是個複合性的概念, 因此成為一個場所其必須具備的要素為(謝宗恆, 2003; 黃妙嫻, 2009):

- (一) 實質的物體 (Object): 指建物、自然景觀等可見之物。
- (二) 可以觀察的活動 (Activity): 在場所上進行的一切活動。
- (三) 蘊含的意義 (Meaning): 個人的體驗, 意為在內心所引起的感受。

場所可以視為各式各樣的經驗現象, 對於場所評價的產生本於我們對場所的經驗和程度而來 (Christian Norberg Schill, 1979; 施植明譯, 1997)。場所は體驗構成的意義中心, 會受個人生活經驗與實際體驗而產生情感與區域之連繫。當人們瞭解場所並賦予場所價值後, 場所便成為凝聚經驗的專屬空間 (黃妙嫻, 2009)。這種人與場所的關係, 代表的是一種認同以及情感的歸屬與依附。對於場所在情感上關係的建立, 是由個人依照場所對於個人的意義, 而主動的去選擇和建立與場所之間的關係 (陳慧蓉, 2006; 劉俊志, 2004; Tuan, 1977)。

地方感是一個廣泛又模糊的概念, 指涉人們對一個地方的感受。而地方感包含了兩個層面: 一是實質層面, 二是情感層面。實質層面所涵蓋的意義可細分為實體區位、自然物體和空間組織。情感層面則包含人們對於地方情緒、觀感、所賦予的意義與象徵、人與空間之間的關係, 以及關係形成的過程 (Williams, 1995; Kaltenborn, 1997; 李英弘、林朝欽, 1997; 呂怡儒, 2001; 鍾士佳, 2005)。

陳慧蓉 (2006) 回顧了 Hummon (1992) 認為地方感是環境與情感互動而產生的反應, 因個人記憶與情感重複互動, 與地方資源的功能性及情感意義產生的依附行為, 這種依附為人與特殊地點重要的連結。

Tuan (1977) 認為地方感受 (sense of place) 影響場所認同 (place Identity) 影響場所依附 (place attachment), 亦即個人可由親切感感受到深長的、根深蒂固的依戀關係 (魏裕庭, 2008)。Jorgensen 與 Stedman (2001) 提出地方感由場所認同 (place identity)、場所依附 (place attachment) 與場所依賴 (place dependence) 所組成, 分別代表人們在認知 (cognition)、情感 (affect)、行為 (behavior) 上對地方的連結關係 (曾慈慧、沈進成、陳麗如, 2011)。

二、場所依附的意涵

場所依附 (place attachment) 國內一般亦翻譯為地方依附、地方依戀、場所依戀。場所依附的概念源自於環境心理學的研究, 是環境心理學家衡量地方情感的方法, 為使用者對環境的情緒以及環境對使用者所象徵的一種感覺 (Altman & Low, 1992; Williams & Waston, 1992)。而「依附」是一種人與地之間情感上的關係, 包括了認知、偏好或判斷, 或是一種情緒上及情感上的情結。而且依戀的對象與行為方式, 會隨著年齡成長、經驗等, 在不同的階段會有不同的改變 (Tuan, 1977; 蔡秀玲,

1998；轉引自魏裕庭，2008）。

地方感是從人文地理學派的角度出發，而場所依附則是從環境心理學派的角度去思考場所精神與城市意象。李英弘（1997）從社會心理學的理性行動（theory of reasoned Action）的四個要素：行為（action）、活動標地（target）、背景（context）及時間（time）說明場所依附與地方感與認同感的不同，場所依附可視為一種行為，當對地方的認同感強烈到將自己納入環境內部，這種依戀行為即可能建立。

Hummon（1992）指出場所依附是個體對於場所的一種情感性的涉入與歸屬，屬於使用者感覺到自己與特殊場所在認知或情感上的結合程度，其意義為人與環境交互作用形成的過程，並對地方有情感連結的行為（Altman & Low, 1992; Brown & Perkins, 1992; Giuliani & Feldman 1993; Bricker & Kerstetter, 2000）。

McAndrew（1993）指出場所依附和個人對地方的記憶與個人的經驗密不可分，此種人們與環境之間的情感連結是一種正向的情感連結。場所依附顯示了人與自然環境間複雜的關係，經由對場所的歸屬感與目的，人們會對生活的場所產生情感並賦予其特殊的意義（Tuan, 1980），且會經由情感及行為而展現出被概念化為個體對於特殊地點的人認同與評價（Moore & Graefe, 1994）。

呂怡儒認為（2001）場所依附是指認知到在地方獲得的滿足與對地方永恆的期待，對地方具有正面的情感且願意去維持或促進地方的發展。且在經驗過地方後，對於環境中所能滿足自己的機能而產生的依賴感，以及對於地方在情感層面所產生的認同感、歸屬感與其他情感層面的連結，這種對地方的依附會影響到個人的行為（劉俊志，2004；鐘士佳，2005）。

陳慧蓉（2006）提出形成場所依附感的因素或特徵包含：

- （一）能夠引起強烈情感反應的地方。
- （二）一個可以顯示個人的身分或信念的地方。
- （三）地方可提供個人一個可控制、隱私和寧靜的感覺。
- （四）穩定個人與社會關係間交互作用的地方。

Shumaker（1981）認為場所依附是種正面的情感上的聯繫或個人與他們居住環境之間的關係。Low（1992）指出場所依附則是在特定的環境中，個人的認知或情感的連接。場所依附是指使用者對遊憩環境所賦予的情感意義，是人體驗過環境、活動參與和涉入加上時間的累積、對地方情感的連結，對場所產生的感受（鐘士佳，2005；彭逸芝，2005；朱家慧，2006）。

總括而言，場所依附的概念為個人與特定地方之間的一種正面的情感聯繫，其最主要特性在於個人對此地方欲維持親密的歸屬感，是人與特殊場地互動後產生評價、依賴，且隨著長時間的感受漸而形成情感上的聯繫（鐘士佳，2005；林欣怡，2009）。

隨著研究對象的改變，場所依附的議題開始探討遊憩使用者的依附情感與行為。Williams 和 Roggenbuck (1989) 以遊憩地點為例的初探性研究中，發現遊憩區使用者的場所依附形成，與場所的功能性和情感象徵的意涵有著密切的關係。

Williams、Patterson、Roggenbuck 與 Watson (1992) 承襲環境心理學所提及的場所依附概念，指出對地方上的實體環境產生了依賴，即為場所依賴，而人們對於場所在情感層面上所產生的依附感與歸屬感，即是一種場所認同，經多次預試與測量之後，發展出場所依附的量表，包含「功能性：場所依賴 (place dependent)」、「情感性：場所認同 (place identity)」等面向。

簡而言之，場所依附是從對於場所環境的依賴，而逐步轉變到對於場所情感的認同，於是構成了對於場所的依附。因此過去探討有關「場所依附」的研究文獻，大多以「場所依賴」與「場所認同」兩個面向來做為了解使用者對場所依附的研究。

三、場所依附的構面

場所依附理論在於遊憩環境的相關研究應用上，應該與重要的人及場所變項相關，包括使用場所的歷史，對於環境的關心以及如何使用環境或管理環境，甚至是與其他的旅遊以及使用者的特質之間的關係 (Williams & Waston, 1992; 轉引自歐陽慧真, 2002)。

Schreyer、Jacob 與 White (1981) 提到用來描繪評估使用者對於遊憩地點的場所依附程度，最常用來驗證的兩個面向為地方認同與地方依賴感 (Williams & Roggenbuck, 1989; 轉引自陳慧蓉, 2006)。Williams 與 Roggenbuck (1989) 以環境心理學中所提到的場所依戀與休閒行為中活動涉入理論形成場所依戀的主要問項，並對遊憩地點進行研究。Williams、Patterson、Roggenbuck 與 Watson (1992) 承襲環境心理學概念，發展出包含場所依賴與場所認同的場所依附量表。Williams (2000) 進一步整理過去有關於場所依戀測量的文獻，列出 61 個問項，分析後提出場所依賴與場所認同二個構面的問項 (Williams and Vaske, 2003; 轉引自蔡松齡, 2010)。

在探討場所依附的相關文獻中，提出場所依附有『場所依賴 (place dependent)』與『場所認同 (place identity)』兩個面向，作為了解使用者對於特殊場所之依戀情形，此兩個面向從前人的研究中已得到驗證，而後續的研究者也大都以場所依賴與場所認同兩個構面用於不同遊憩地點與不同遊憩活動的調查。(Bicker & Kerstetter, 2000; Moore & Graefe, 1994; Williams, 2000; Williams & Waston, 1992; 歐陽慧真, 2002; 謝宗恆, 2003; 鍾士佳, 2005; 蔡松齡, 2010)。

以地方活動的場所空間，透過行為與活動的傳導產生特別的依賴，達到使用者目標和價值的是屬於功能性的依附，這種由於使用功能所產生依附是可以被取代的；透過心理層面強調對於地方產生的情感是屬於心理依附，其在使用者心中是無法被取代的 (鍾士佳, 2005)。

(一) 場所依賴 (place dependence)：功能性依附

場所依賴為一種『功能性的依附 (functional attachment)』。Williams and Patterson (1999) 認為場所依賴反映出場所在實質功能上的重要性 (黃妙嫻, 2009)。場所依賴的概念為在特殊場所其實質環境的特質對於用以滿足使用者的目的以及需求之重要性 (Stokols & Shumaker, 1981; Williams & Waston, 1992; 謝宗恆, 2003; 鍾士佳, 2005)。場所依賴為使用者對於環境的需要, 此需要必須在特殊的地方從事進行特別的活動, 以滿足使用者的行為目標而突顯地方對於使用者的價值 (謝宗恆, 2003; 鍾士佳, 2005)。

在遊憩研究領域中, 資源的特有性 (resource specificity) 與場所依賴概念相類似 (劉俊志, 2004)。場所依賴面向屬活動導向, 認為遊憩者的場所依戀建立於該地能否提供良好的遊憩條件, 並便利遊憩者從事遊憩活動 (黃妙嫻, 2009)。

場所依賴強調對於環境一種不間斷的聯繫, 在滿足使用者經常性的活動需求。Jacob 與 Schreyer (1980) 認為當特殊地點可滿足需求時, 會促使人們繼續在此地點進行活動, 這功能性意義與環境屬性有關, 就像滿意度一樣 (危芷芬譯, 2001; 轉引自陳慧蓉, 2006)。如果遊客對與地方的滿意度愈高, 產生的場所依賴程度也愈高。因此場所依賴也可用於評估環境是否合乎目的和活動 (鍾士佳, 2005)。

(二) 場所認同 (place identity)：心理依附

場所認同為一種『情感性的依附 (emotional attachment)』。場所認同是心理層面的感受, 經過一段時間對於地方的接觸與體驗, 滿足特定目的後, 進而產生的情感聯繫和象徵上的意義 (鍾士佳, 2005)。反映出場所在情感 聯繫及象徵意義上的重要性, 是一種呈現使用者對於場所特殊的情感或對於場所的歸屬感, 可從個人對場所的態度、想法、意義等展現出來 (黃妙嫻, 2009)。

Proshansky (1978) 發展出場所認同的概念, 認為心理層面的依附是個人對於實質環境 (physical places) 的認同, 是一種自我對環境調整的程序, 指的是定義個人對於自然環境認同的自我面向 (Williams & Waston, 1992)。Proshansky et al. (1983) 認為場所認同通常來自對於場所的歸屬感, 有強烈的慾望及情感的依附 (Moore & Graefe, 1994), 可藉由態度 (attitudes)、價值 (value)、思想 (thoughts)、信仰 (beliefs)、意義 (meanings)、行為傾向 (behavior tendencies), 對於特殊地點有歸屬感 (Moore & Graefe, 1994; Bricker & Kerstetter, 2000; 謝宗恆, 2003; 鍾士佳, 2005; 黃妙嫻, 2009)。故場所認同是強調一種人對地方的認同感, 且可以使人區分出此地方與其他地方的不同 (Lynch, 1960; Moore & Graefe, 1994)。

有關場所依附的研究雖然大多以場所依賴與場所認同兩個面向來進行研究, 但除了此兩個主要面向外, 仍有少數研究者提出不同的衡量量表來進行場所依附的研究。

Bricker 與 Kerstetter (2000) 在衡量划船者的專門化與場所依附時，經分析後將場所依附區分為「場所依賴」、「場所認同」以及「生活中心性」(centrality of lifestyle) 三個構面。生活型態依附是場所與使用者生活間的關係，以及此場所如何整合使用者的生活。其因子原先架構於場所認同之面向中，先前的研究大多將其歸入場所認同之論述中，因此此面向仍處於概念階段 (歐陽慧真，2002；謝宗恆，2003；鐘士佳，2005)。而國內研究者曾秉希 (2003)、陳慧如 (2004) 與彭逸芝 (2005) 採用場所依賴、場所認同與生活型態中心三個構面，分別研究台中梅川親水公園、國家公園與東豐綠色走廊的場所依附。

陳心怡 (2004) 在探討自行車騎乘者專業化與場所依附關係之研究中，認為遊憩者對於某場所產生依賴或認同時，其所選擇的特定環境可以藉由場所偏好得知，因此以「場所依賴」、「場所認同」、「場所偏好」三個構面探討場所依附感。

Hammit、Backlund 與 Bixler (2004) 針對 鱒魚釣客對遊憩場所之場所連結 (place bonding) 的研究中，參考 Shumaker 與 Taylor (1983) 的觀點，以使用者經驗、地方連結與資源替代性的研究驗證五個面向組成的場所依附感，包括「地方熟悉感 (Familiarity)」、「地方歸屬感 (place belongingness)」、「地方認同 (place identity)」、「地方依賴 (place dependence)」與「地方根屬感 (rootedness)」作為探討之 量表構面。國內研究者陳慧蓉 (2006)、魏裕庭 (2008) 與陳秀位 (2009) 採用相同的五個構面，分別研究在高雄美濃鎮、台南市古蹟地區與澎湖的場所依附感。

簡而言之，場所依賴主要特質是環境的資源本身讓使用者能做出滿足自身需求和目的的活動之強度；而場所認同面向著重於人對環境所產生的情感、認知等反應。因此在本研究中所指的場所依附是指在經過地方後對於環境中所能滿足自己機能而產生的依賴感 (場所依賴)，以及對於地方在情感層面上所產生的認同感、歸屬感與其他情感層面之聯結 (場所認同)，以前人所驗證過的兩個面向為主做為場所依附的次面向進行探討，了解使用者對於華山 1914 文化創意園區是否會產生目的需求以及心理認同。

表 2-1 國內外學者對於場所依附之相關構面整理表

作者	年份	構面	研究主題
Williams & Roggenbuck	1989	場所依賴、場所認同、 地方評價	
Williams et al.	1992	場所依賴、場所認同	初探性研究野地遊憩活動之地方依附與及遊客特性之關係
Moore & Graefe	1994	場所依賴、場所認同	測量鐵道活動使用者之場所依附
Bricker & Kerstetter	2000	場所依賴、場所認同、 生活型態	測量泛舟划船者之場所依附
Williams	2000	場所依賴、場所認同	探究場所依戀的測量方式
Williams & Vaske	2003	場所依賴、場所認同	測量四種森林資源為主的遊憩地點評估，並檢測場所依附問項的效度和一般通用性
Kyle et al.	2003	場所依賴、場所認同	測量阿帕拉契山登山者之場所依附
呂怡儒	2001	場所依賴、場所認同	測量登山健行者之場所依附
歐陽慧真	2002	場所依賴、場所認同	測量七股溼地賞鳥者之場所依附
曾秉希	2003	場所依賴、場所認同、 生活型態	測量台中梅川親水公園地方居民之場所依附
謝宗恆	2003	場所依賴、場所認同	測量北埔地區遊客之場所依附
陳心怡	2004	場所依賴、場所認同、 場所偏好	測量自行車騎士之場所依附
劉俊志	2004	場所依賴、場所認同	測量鯉魚潭風景特定區居民與遊客之地方依附
陳慧如	2004	場所依賴、場所認同、 生活型態	測量國家公園之場所依附
彭逸芝	2005	場所依賴、場所認同、 生活型態	測量東豐綠色走廊的場所依附之場所依附
鍾士佳	2005	場所依賴、場所認同	測量高雄城市光廊居民與遊客之場所依附
歐雙磐	2005	場所依賴、場所認同	測量登山者之場所依附
李海清	2006	場所依賴、場所認同	測量臺灣地區休閒潛水者之場所依附
林宗賢	2008	場所依賴、場所認同	測量谷關溫泉旅遊渡假區遊客之場所依附
王維靖	2008	場所依賴、場所認同	測量金九旅遊區遊客之場所依附
黃妙嫻	2009	場所依賴、場所認同	測量澎湖縣西嶼鄉二崁聚落之觀光遊客之場所依附
蔡松齡	2010	場所依賴、場所認同	測量澎湖元宵節參與者之場所依附

資料來源：參考李海清（2006）、魏裕庭（2008），本研究彙整

四、場所依附的測量與分析

場所依附是個存在已久且複雜的現象，許多不同領域的研究者對地方感的測量感到興趣，發展出多樣的量測方式。根據過去研究顯示，對於場所依附有兩種測量方法，一種是針對遊客或遊憩地點使用 Likert-type 來測量場所的依附，而另一種方法則把場所視為多元的地理尺度，採用 Guttman-type 來衡量場所意識(Williams, 2000；轉引自歐陽慧真，2002；黃妙嫻，2009)。

Williams 與 Roggenbuck (1989) 以遊憩地點作為場所依附的初探性研究，其量表是以 Proshansky、Fabian 與 Kaminof (1983) 以及 Wellman、Roggenback 與 Smith (1982) 以環境心理學中提到的場所依附與休閒行為中活動涉入理論形成問項的主要來源。從 27 個原始問項 (11 個為場所依賴問項與 16 個場所認同問項)，縮減成 22 個問項進行量表測量。發展以 Likert 尺度測量場所依附，利用因素分析萃取出兩個面向 (Moore & Graefe, 1994)。

研究顯示遊憩資源使用者因對場所屬性的偏好而產生依附情感。Williams 與 Roggenbuck (1989) 認為使用者在尋求適合從事休閒屬性的地點時，會透過行為、活動的功能性依戀來評估特殊地點是否滿足使用者的目標和效益；另一個原因為在特殊地方(例如荒野地、國家公園以及文化遺址地點)所從事的活動有關。之後的研究大多以 Williams 與 Roggenbuck 的問項進行調查，地方認同與地方依賴構面成為大部分以不同地點與不同類型的樣本調查中最可靠的問項 (Moore & Graefe, 1994; Moore & Scott, 2003)。經多次的測試後有著良好的效度與信度 (Williams & Roggenbuck, 1989; Williams, 2000; Williams & Vaske, 2003)。

Moore 與 Graefe (1994) 針對鐵道使用者探討其對於鐵道周遭遊憩設施的依戀研究中，將場所依附分為場所依賴及場所認同，提出遊客對遊憩場所的認知與感受應受到重視。沿用 Williams 與 Roggenbuck (1989) 量表，並參考消費者行為觀點為量表修改的基礎，將「所從事的活動」加入問項內容，以 Likert 五點尺度進行測量。從結果分析得知影響場所依戀的因素為使用者對目的地涉入程度、活動與才能或知識 (Equipment)。並在其研究中指出，較具功能性的場所依賴會在較短的時間內形成，具情感依賴成分的場所認同就需要較長的時間來養成。

Williams(2000)根據過去 數篇關於測量場所依附的文獻(Williams & Roggenbuck, 1989; Williams et al., 1992)，整理出測量場所依附變項的 61 個問項，經由驗證性因素分析後依其數據高低排序，將場所依賴與場所認同兩個面向進行交叉檢測出場所依附問項的效度分析，提出場所依賴、場所認同這兩構面各 6 個常用且穩定的題項 (Williams & Vaske, 2003；轉引自黃妙嫻，2009)。強調問項通常使用 Likert 五點尺度來衡量，從未有人使用七點尺度或其他尺度來衡量場所依戀變項。

Bricker and Kerstetter(2000)探討泛舟遊憩者專門化程度與場所依附間的關係，根據五個測量遊憩專門化的構面分別給予低、中、高的等級，進一步分析這五個構

面與場所依戀重要性認知間的關係。以場所依賴與場所認同面向發展 15 個變項，並採用 Likert 五點尺度進行測量，利用成分分析法得到場所依賴、場所認同與生活形態 (centrality of lifestyle) 等三個構面。研究結果顯示，高專門化與場所認同、生活型態有關，而場所依賴不會影響專門化的層級。

Williams 與 Vaske (2003) 基於 Williams 與 Roggenbuck 的測量結果，從 Williams 和其他研究者 (Williams & Roggenbuck, 1989; Williams et al., 1992) 中得到 61 個問項，以驗證型因素分析 (Confirmatory factor analysis) 釐清地方依賴感與地方認同感，發現不同的地區或環境屬性會產生不同的地方依附水準。

Kyle、Graefe、Manning 與 Bacon (2003) 以阿帕拉契山步道為例，探討健行客休閒活動涉入與場所依附之間的關係，測量場所依附發展場所依賴 4 個問項與場所認同 4 個問項，以 Likert 五點尺度測量分析。

國內研究學者也多以依循國外前人研究之兩個構面進行發展，像是呂怡儒 (2001) 測量登山健行者之場所依附提出了 6 個場所依賴問項和 2 個場所認同問項；歐陽慧珍 (2002) 探討賞鳥者之場所依附發展出 11 個問項；謝宗恆 (2003) 探討北埔地區遊客之場所依附發展出 12 個問項；林宗賢 (2009) 等人探討襲產觀光金九旅遊區遊客場所依附，參考 Bricker 與 Kerstetter (2000)、Williams 等人 (1992) 之問項發展場所依賴 7 個問項和場所認同 3 個問項。

從這些學者的研究中發現，測量場所依附的方式大多採用五點 Likert 尺度，顯示出場所依附經由場所依賴與場所認同的探討已經有一套標準的模式 (歐陽慧真，2002；謝宗恆，2003)。而某些研究會直接使用場所名稱取代「這個地點」、「這個地區」或「這裡」(Williams, 2000)。

五、影響場所依附感的因素

個人對於地方的情感並非由單獨的感受形成，而是與內在經驗、外在環境和社會參與，以及長期與地方互動而產生深刻的意義。從先前的研究得知，使用者的社經背景、從事的活動與頻率及環境屬性會影響地方依附的形成與程度上的差異。而遊憩活動的涉入與地方依附間的關係也被證實有所關聯 (Bricker & Kerstetter, 2000; Kyle et al., 2004)。

根據 Lee (2001) 的研究指出，觀光地點的資源屬性或所提供的功能性，可以滿足資源使用者從事活動的需求或身心理恢復的休閒效益時，觀光地點也會產生依附的情感。遊客的旅遊特質也會影響地方依附的形成，像是從事活動的選擇、停留時間的長短與參與活動團體的大小及所處位置皆會影響地方依附的層級 (Williams et al., 1992；轉引自陳慧蓉，2006)。

Moore 與 Graefe (1994) 針對鐵道觀光的使用者進行研究，發現地方依附的形成與使用者特性、環境屬性與從事活動類型與活動的頻率、距離的遠近有關，且地

方依賴影響到地方認同的表現。認為場所依附的產生，除了實質環境與心理層面的影響因素之外，使用者本身的社經背景特性及活動行為的相關變化，都會造成使用者對於遊憩場所的使用頻度的差異，進而影響到場所依附的產生（轉引自陳慧蓉，2006；鍾士佳，2005）。

場所依附感和個人對於地方的記憶與個人經驗是不可分的。呂怡儒（2001）指出活動者透過持續的造訪，使造訪者對於地方逐漸產生認同甚至場所依附行為。常居於同一地點的人對於當地的依附感和逗留時間短的人，對於場所依戀感的感受程度不同。因此，在場所體驗活動的特質，成為一種活動的經驗，如活動的選擇、停留時間的長短、重遊意願和場所依附感相關（Williams, Patterson, Roggenbuck & Waston, 1992；歐陽慧真，2002；鍾士佳，2005）。

鍾士佳（2005）根據學者對於場所依附與遊憩活動的相關研究上，可以歸納為使用者特性、旅行特性（trip characteristics）及時間頻度三大類。

（一）使用者的特性會影響其選擇遊憩場所的好惡與意願，更影響在此遊憩場所內的活動類型與停留時間。

（二）旅行特性上，活動的選擇、停留時間等的不同的遊客，對於遊憩區中環境、設施的使用，或情感的認同的方式和程度不相同，在場所依戀的形成與表現程度上亦會不同。

（三）時間或使用頻率的影響，在地方情感的形成上扮演一個創造回憶、累積情感的作用。對於遊憩場所設施環境的依賴感，轉化成對於遊憩場所的認同，以及將認同感更進一步深化，而有不同的情感表現形式（Moore & Graefe, 1994; Williams & Waston, 1992）。

小結

場所依附的測量量表多分為場所依賴與場所認同兩個構面，本研究欲了解華山 1914 文化創意園區的新機能與舊空間氛圍的結合是否能達到使用者對於華山的目的需求，以及對於此地的情感層面上產生的認同感與歸屬感用以區分華山與其他藝文空間的不同。因此本研究選定 Bricke & Kerstetter（2000）、Williams et al（1992）、謝宗恒（2003）、林宗賢（2008）、王維靖（2008）等人的場所依附量表作為後續問卷設計以及測量華山 1914 文化創意園區場所依附感的參考依據。

第五節 懷舊意象與場所依附關係之相關研究

參考 Baloglu 與 McCleary (1999) 的旅遊區意象模式，包括認知意象與情感意象，以認知性與情感性來探討懷舊意象的組成。認知性懷舊意象是指對過去物件所引發的想法與知識，而情感性懷舊意象則是對過去物件所產生的懷舊感受與情緒。

Vesey & Dimanche (2003) 發現促進或激發遊客懷舊的物件包括歷史文化、老舊物品及過去傳統保存，其主張懷舊意象會影響遊客的旅遊行為，且過去文獻一致認為意象在旅遊決策過程裡扮演了很重要的角色 (Baloglu & McCleary, 1999; Hunt, 1975; Woodside & Lysonski, 1989; 轉引自林宗賢、王維靖、劉沛瑜、王乃玉, 2009)。

場所依附包含場所依賴與場所認同兩個構面。場所依賴的概念為在特殊場所其實質環境的特質對於用以滿足使用者的目的以及需求之重要性 (Stokols & Shumaker, 1981; Williams & Waston, 1992; 謝宗恆, 2003; 鐘士佳, 2005)。而場所認同是心理層面的感受，經過一段時間對於地方的接觸與體驗，滿足特定目的後，進而產生的情感聯繫和象徵上的意義 (鐘士佳, 2005)。

有關場所依附的研究大多以 Williams 等人 (1992) 所提出的場所依賴 (認知成分) 與場所認同 (情感成分) 兩個面向來進行研究，且此兩構面亦經重覆檢驗皆有不錯的信效度 (Bricker & Kerstetter, 2000; Lee & Allen, 1999; Moore & Graefe, 1994; 林宗賢、王維靖、劉沛瑜、王乃玉, 2009)。

場所依附與懷舊意象間之關係，過去的研究較少討論。依據場所依附的定義，場所依附為對環境的一種情感回應，而懷舊意象依據旅遊意象為對依戀目標屬性的信念、概念與印象 (林宗賢、王維靖、劉沛瑜、王乃玉, 2009)。依據陳慧蓉 (2006)、王維靖 (2008)、林宗賢等人 (2009) 及 Lin 與 Morais (2009) 的研究結果，發現懷舊意象正向影響場所依附，即遊客所知覺的懷舊意象會影響場所依附之形成。



第三章 研究方法

本研究之目的在於探討懷舊意象與場所依附之關係，本章內容包含研究架構與研究假設、測量工具、研究對象抽樣及資料收集、資料分析方法等。

第一節 研究架構與假設

依據文獻回顧之理論及基礎，得知懷舊意象由認知性懷舊意象與情感性懷舊意象所組成；場所依附是由場所認同與場所依賴所組成；因此本研究擬定以懷舊意象、場所依附及遊客之特性（參觀遊客社經背景、藝文活動參與程度）探討參觀遊客對於閒置再利用作為藝文空間使用之感受。

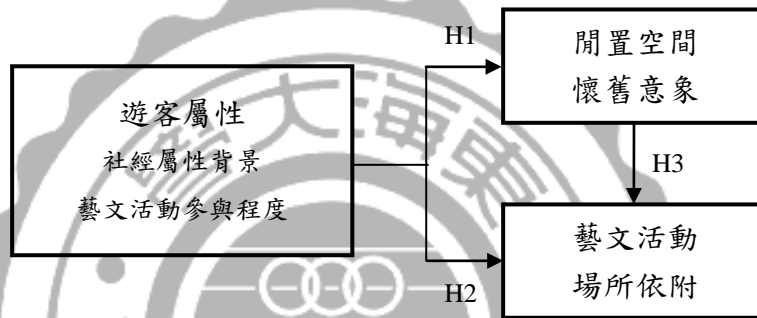


圖 3-1 研究架構圖

H1：不同社經屬性背景與藝文活動參與類型之遊客對懷舊意象有顯著差異

H2：不同社經屬性背景和藝文活動參與類型之遊客對場所依附有顯著差異

H3：閒置空間之懷舊意象正向影響閒置再利用作為藝文活動之場所依附

第二節 研究範圍對象與資料收集

一、研究對象

問卷調查於 102 年 1 月至 2 月間選定假日與非假日實施，非假日時段共四日，假日時段共五日，抽樣對象為問卷調查期間台北華山 1914 文化創意園區的現地參觀遊客作為研究對象。

二、樣本數

Comrey (1973) 建議樣本數在 100 以下不宜進行因素分析，一般進行因素分析的樣本數宜大於 300。Boomsma (1982, 1983) 認為 SEM 之最恰當的樣本數目為 400 份，而 Shumacker 和 Lomax (1996) 則發現大部分研究的樣本數界於 200 到 500 份之間 (黃芳銘, 2007)。

本研究依據 CFA (confirmatory factor analysis) 與 SEM (structural equation modeling) 相關文獻探討之標準，問卷發放結果需 400 份有效問卷，再者，考量調查結果可能產生無效樣本，將其比例設定為一般常使用的 10%，故正式問卷調查份數為：

$$N = 400 / (1 - 0.1) = 445$$

因此，問卷調查樣本數超過以 445 人較佳。

三、抽樣方法

抽樣方法採便利抽樣法 (Convenience sampling)，由訪員先行詢問受訪者是否為參觀完畢且願意接受調查，若所選取的受訪者不同意參與本研究調查，訪員則再選擇詢問下一位願意接受本研究調查之受訪者，若受訪者接受同意協助調查，訪員再以口頭敘述說明問卷內容與填答方式，並給予受訪者自行填答，填答完畢經由訪員檢查後才收回。

四、研究範圍

台灣的閒置再利用空間眾多，再利用的類型也大不同，對應藝文空間發展的連結，本研究範圍選擇以華山 1914 文化創意園區作為研究基地，其原為傳統產業遺址，是為台灣閒置空間再利用的重要發展案例之一，同時在藝文空間演變的過程中佔有一席之地。其座落於台北市忠孝東路、八德路口及金山南、北路交叉處，是日治時代興建的酒廠。



圖 3-2 華山文化創意園區地理位置圖

資料來源：華山 1914 文化創意園區 <http://www.huashan1914.com/index.php>

(一) 歷史背景

目前華山全區範圍共 7.21 公頃，園區內的建築是以廠區進行階段性的擴建，具有台灣近代產業歷史上的特殊價值與意義，其製酒產業的縮影不但與百姓生活息息相關，更見證了從日治時期到國民政府時期的台灣酒類專賣的歷史。

華山園區所保存完整的日治時期製酒產業建築群兼容不同時期、不同類型之建築構造技術與工法，極具建築史學上的意義，其建築群興建於二十世紀初，第一棟建築完成於 1920 年，因係巨大廠房的建築結構規劃，採用當初最進步堅固的建材，成為國內最早的鋼構建築之一。

建築物及設施創建於 1916 年（日大正五年），原本為民營的芳釀珠式會社，初期以生產清酒為主，是當時台灣最大的製酒工廠之一。1922 年由日據政府實施專賣制度予以收買，改稱為台灣總督府專賣局台北酒工廠，以製造米酒及各種再製酒為主。台灣光復後改稱為省菸酒公賣局第一酒廠，酒廠也改為公營；1975 年再度改名為「台灣省菸酒公賣局台北酒廠」，習稱「台北酒廠」。直至 1987 年因台北市地價日漸攀升，廢水處理成本負荷劇增，公賣局自覺無力負擔在台北經營工廠的工業機制，決定配合都市計畫及環保政策，將工廠遷往林口工業區內，開啟該址舊工廠閒置的命運。

1992 年立法院在 33 位立法委員投票同意下，選定華山特區為新立法院用址，並立即公告為機關預定用地；為因後續所涉經費過於龐大而告吹。直至 1997 年 6 月藝術家湯皇珍等人因籌辦「你說我聽」中法藝術交流，意外發現歷經十年閒置的

廠房建物，仍保有過去台北產業與生活的空間記憶，極適合再利用為真正與城市生活結合的多元化藝文展演空間，從而展開爭取此公有地為藝文展演空間的行動，希望保留舊建築作為提供戲劇、美術、音樂、舞蹈、電影之展演空間，並舉辦各項國際性大型藝文活動，使其成為一個全民共享文化活動的重要基地，並獲得省政府文化處的積極回應。這群跨領域的藝文人士於1998年10月正是依法組成具有社團法人地位的中華民國藝術文化環境改造協會，而自1999年1月起，台灣省公賣局將華山特區委託當時省文化處代管；省文化處再委託該改造協會負責特區營運管理業務。

資料來源：華山1914文化創意園區 <http://www.huashan1914.com/index.php>

(二) 園區空間型態

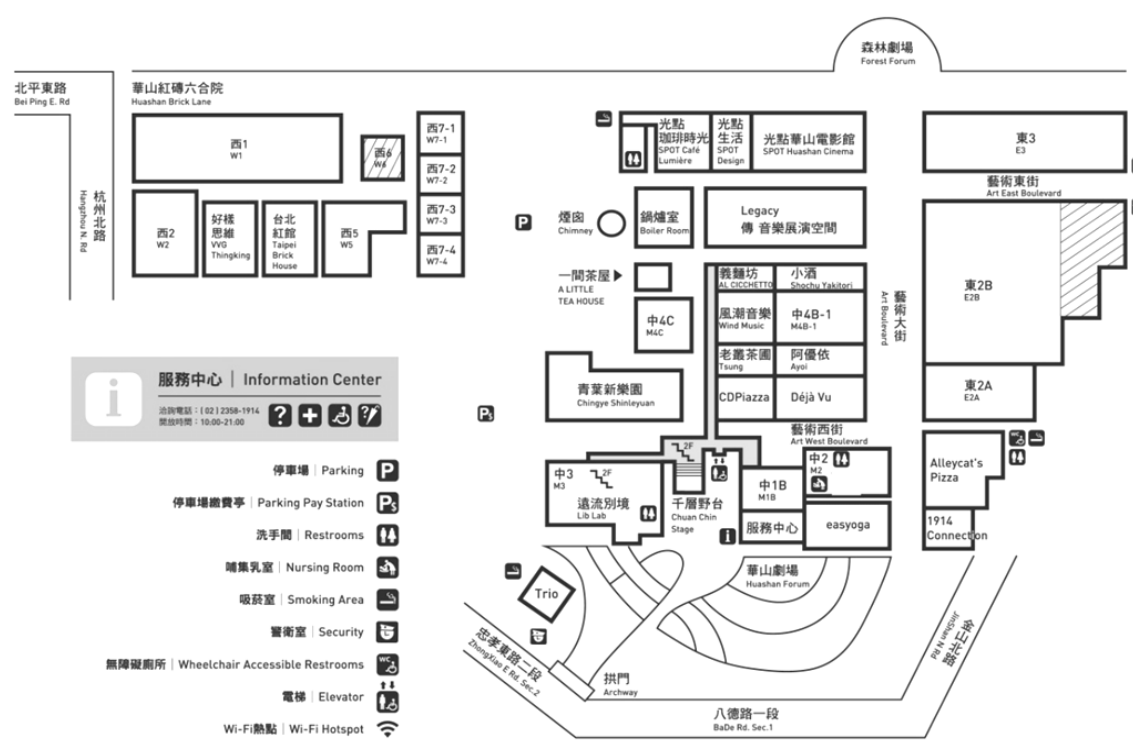


圖 3-3 華山文化創意園區導覽圖

資料來源：華山1914文化創意園區 <http://www.huashan1914.com/index.php>

2004年為因應政府推動「挑戰2008國家發展重點計畫」項下之文化創意產業計畫，行政院文化建設委員會將「華山藝文特區」正式轉型為「華山創意文化園區」，園區被塑造為兼具藝文展演、創作工作坊、創意產業平台、附屬休閒消費性設施之場域。

目前區內開放藝文使用的空間包括藝術大街、果酒大樓、行政大樓、四連棟、烏梅酒廠、千層野台、華山光點、紅館、華山劇場及森林劇場以作為戲劇、美術、音樂、舞蹈、電影等活動空間，另外設置了咖啡廳以及餐廳等服務設施。

表 3-1 華山 1914 文化創意園區建築空間介紹表

四連棟（歷史建築）



四連棟為連續但長度不一的建築，建造於 1933 年，最初做為紅酒貯藏庫。空間特質為獨棟式長形廠房建築，室內為長廊式的空間，立面有山牆，牆面有弧拱窗、洗石子窗櫺、洗石邊框裝飾、水平裝飾帶。

烏梅酒廠（古蹟建築）



烏梅酒廠建造於 1931 年，原為貯酒庫。空間特質為獨棟式廠房建築，其建築物開窗設有窗柵，代表倉庫存物防曬的特性。混凝土框架的斜撐樑、與屋架相接的托樑石、大跨距的鐵骨屋架，表現 1930 年代台灣工業建築的技術。

紅磚六合院



華山紅磚六合院的六座獨棟建，不同於華山酒廠區建築的灰色風格，建於 1918 紅磚院落自成一格，有近百年歷史的紅磚牆面、相對應的白漆與三角的黑瓦屋頂。

鍋爐室



建於 1931 年，為鐵骨屋架挑高一層磚造建築，內遺有與煙囪相連之磚砌爐口、鍋爐機具，表現酒廠記憶的時間魅力。

高塔區（古蹟建築）



高塔區為三層磚造水泥結構，建於1920年，是做為釀造米酒的空間，因分別於不同年代逐次修建而成，整區樓高起伏錯落有致，搭配局部木桁架及斜屋頂，呈現不同時代的工法及建材特性。高塔部分正面有山牆、拱圈、飾帶裝飾，牆面為洗細石，並有間隔合宜之溝縫形成立面水平元素，搭配直立木窗及木構弧拱窗。

<http://ketty-veebo.blogspot.tw/2011/12/1914-112611.html>

煙囪（古蹟建築）



煙囪建於1931年酒廠新工場建設時期。煙囪底部內徑2.5m，頂上內徑1.2m，初建時高達50m，一度成為台北進步的地標。

<http://yuntravel.blogspot.tw/2010/11/1914.html>

資料來源：華山1914文化創意園區 <http://www.huashan1914.com/index.php>

第三節 問卷設計

本研究以問卷為測量工具，問卷設計根據前述之理論、文獻、假設及目的而設計，以各研究變項的概念發展出問卷內容。問卷型式採用封閉式，由使用者自行填答問卷，共可分成「藝文活動參與類型」、「懷舊意象」、「場所依附」、「個人基本屬性資料」四大部分，變項之測量方法說明如下。

一、藝文活動參與類型

藝文活動參與類型由「藝文偏好及參與頻度」和「參觀經驗及看法」組成。偏好及參與頻度包含了偏好的藝文活動類型、偏好的展覽空間類型、參觀過活動類型、參觀過展覽空間、重視空間之需求條件、使用者對於藝文之參與頻率等六項，為了解使用者本身對於藝文活動以及空間之看法。參觀經驗及看法包含了停留時間、資訊來源、同行對象、參觀次數、參觀原因、空間缺乏條件等六項，以了解使用者的現次參觀狀況（藝文活動參與類型問項如表 3-2）。

表 3-2 藝文活動參與類型問項表

構面	測量問項	測量選項	尺度
偏好及參與頻度	偏好的藝文活動類型	視覺藝術類、工藝類、設計類、音樂類、戲劇類、舞蹈類、說唱類、影片類、民俗類、語言類、圖書類、其他	類別尺度
	參觀過的藝文活動類型	視覺藝術類、工藝類、設計類、音樂類、戲劇類、舞蹈類、說唱類、影片類、民俗類、語言類、圖書類、其他	類別尺度
	偏好的藝文展覽空間	美術館、博物館、畫廊、閒置再利用空間、其他	類別尺度
	參觀過的藝文空間	美術館、博物館、畫廊、閒置再利用空間、其他	類別尺度
	藝文空間的需求條件	展場空間氛圍、視聽設備、服務導覽設備、展覽動線規劃、空間清潔度、空調設備、服務導覽人員、展品販售區	類別尺度
	藝文活動的參與頻率	每週一次、兩週一次、每月一次、三個月一次、半年一次、每年一次、不太參與	順序尺度
參觀經驗及看法	參觀的停留時間	1 小時以內、1-2 小時、2-3 小時、3-4 小時、4 小時以上	順序尺度
	參觀的資訊來源	曾經來過、傳媒宣傳、親友介紹、摺頁宣傳、網路	類別尺度
	參觀的同行對象	單獨前來、同學或朋友、親戚或家人、公司或團體、其他	類別尺度
	參觀活動的次數	1 次、2-3 次、4-5 次、5 次以上	順序尺度
	參觀的原因	展覽活動內容、服務設施設備、空間氣氛、無，是偶然來此	類別尺度
	作為藝文空間缺乏的條件	展場空間氛圍、視聽設備、服務導覽設備、展覽動線規劃、空間清潔度、空調設備、服務導覽人員、展品販售區	類別尺度

二、懷舊情感

從文獻回顧中得知懷舊情感的測量研究主要可分為個人懷舊與歷史懷舊，以及從旅遊意象角度發展出的懷舊意象，其包含認知性與情感性懷舊意象，本研究選擇參考劉沛瑜（2007）、王維靖（2008）的測量問項，以懷舊意象的角度將懷舊情感分為認知性懷舊意象與情感性懷舊意象兩部分，其認知性懷舊意象有 8 個問項、情感性懷舊意象有 13 問項，如表 3-2、表 3-3。皆採用李克特五點尺度，度量遊客對懷舊意象的同意程度，5 分為最高表示非常同意，1 分為最低表示非常不同意（Baloglu & McCleary, 1999）。

表 3-3 認知性懷舊意象問項表

問項	來源	尺度
此地傳統風格的建築展現過去年代的設計風格	劉沛瑜（2007）、 王維靖（2008）、 戴有德、林濰榕、陳冠 仰（2010）	等距尺度
修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值		
此地舊時代的遺物如同是某個歷史時期的展現		
無法感受此地產業的興衰變遷 ^a		
此地建築運用的材質具有傳統色彩		
此地的黑白照片與歷史介紹帶領我重返過去的產業時光		
拼磚脫落的牆壁、時間遺留的老舊汗痕呈現出歷史性意義		
本區保留的建築特色會讓我想到過去先民的智慧		

註：a 予以反向計分，但問項陳述與問卷中一致

表 3-4 情感性懷舊意象問項表

問項	來源	尺度	問項	來源	尺度
懷念	Holak&Havlena（1998）、 蔡明達、許立群（2007）、 劉沛瑜（2007）、 王維靖（2008）	等距尺度	親切	Holak&Havlena（1998）、 蔡明達、許立群（2007）、 劉沛瑜（2007）、 王維靖（2008）、	等距尺度
幸福			熟悉		
感動			嚮往		
休閒			輕鬆		
感性			歷史		
有趣			期望		
好奇					

三、場所依附

依據場所依附相關文獻得知其構面由場所依賴以及場所認同組成，參考 Bricker 與 Kerstetter（2000）、Williams 等人（1992）、林宗賢（2008）、王維靖（2008）之問項，本研究場所依附度量分為場所依賴與場所認同兩部分，場所依賴有 5 個問項、場所認同有 6 個問項，見表 3-4。皆採用李克特五點尺度，度量遊客對場所依附問項的同意程度，5 分為最高表示非常同意，1 分為最低表示非常不同意。

表 3-5 場所依附問項表

問項	來源	尺度
場所依賴	園區內的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識此地 園區內的建築和展覽空間是我想來的主要原因 園區內的景觀讓我覺得最適合從事藝文參觀活動 園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因 來此處參觀藝文展覽活動讓我覺得不值得 ^a	Bricke & Kerstetter, (2000)、 Williams et al., (1992) 林宗賢(2008)、 王維靖(2008) 等距尺度
場所認同	我非常認同園區內的舊建築藝文展覽空間 比起其他地方，園區內的藝文展覽活動讓我留下更深刻的印象 在體驗過園區內的藝文展覽活動後更能讓我認識自己 我能與他人分享關於此地的藝文展覽且以此為榮 比起其他藝文空間，我願意花更多時間參觀閒置空間再利用的藝文空間 我對此地舊建築景觀與藝術文化結合的感受，比其他藝文空間還要深刻	Bricke & Kerstetter, (2000)、 Williams et al., (1992)、 林宗賢(2008)、 王維靖(2008) 等距尺度

註：a 予以反向計分，但問項陳述與問卷中一致

四、個人基本屬性資料

本研究受訪者基本屬性資料變項分別為性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月所得、現住地、家庭狀況、是否受過藝術相關訓練等八項，以分析樣本資料結構、基本資料變項及尺度（個人基本屬性資料問項如表 3-5）。

表 3-6 個人基本屬性資料問項表

測量問項	測量選項	尺度
性別	男、女	類別尺度
年齡	19 歲以下、20-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、60 歲以上	順序尺度
教育程度	國小、國中、高中職、專科、大學、研究所	類別尺度
職業	農林漁牧、工、商、軍公教、家管、自由業、學生、服務業、無（含退休者）	類別尺度
月所得	20,000 以下、20,001 - 40,000、40,001 - 60,000、60,001 - 80,000、80,001 - 100,000、100,000 以上	順序尺度
現居住地	北部地區、中部地區、南部地區、東部地區、離島、外籍	類別尺度
家庭狀況	未婚、已婚（無小孩）、已婚（有小孩）、其他	類別尺度
藝術相關訓練	是、否	類別尺度

第四節 資料收集分析方法

本研究資料分析方法運用之資料處理系統為 SPSS17.0 SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 與 LISREL 8.72 進行資料分析工具。

一、描述性統計分析 (descriptive statistics)

針對受訪者之社經背景、藝文活動參與類型、懷舊意象與場所依附進行描述性統計，可初步了解受訪者遊客之社經背景、藝文活動參觀特性的分布情形及懷舊意象、場所依附之同意程度，作為後續分析之基礎。受訪者的基本屬性資料，包括人口統計變項中之性別、年齡、職業、教育程度、居住地等 8 項以及藝文活動參與類型等 12 項之項目分析，測量結果以次數分配來表示。

二、獨立樣本 t 檢定 (t-test)

獨立樣本 t 檢定係用來檢定兩組平均數差異是否達顯著差異之統計方法。採用此法時，自變項需為二分類別變項，依變項則為連續變項。

針對受訪者遊客的基本屬性資料以及藝文活動參與類型問項分析，目的為了解參觀使用者之特性與懷舊意象、場所依附是否有顯著差異。以獨立樣本 t 檢定檢驗基本屬性資料中的性別、是否受過藝術相關訓練等 2 項對於懷舊意象或場所依附是否有所差異。

三、單因子變異數分析 (one-way ANOVA)

單因子變異數分析係用來檢定三組或三組以上平均數差異是否達顯著差異之統計方法。採用此法時，自變項需為三分類別變項，依變項則為連續變項。

針對受訪者遊客的基本屬性資料以及藝文活動參與類型問項分析，目的為了解參觀使用者之特性與懷舊意象、場所依附是否有顯著差異。以單因子變異數分析檢驗基本屬性資料中的年齡、職業、個人平均月所得、家庭狀況等 4 項以及藝文活動參與類型變項中的偏好藝文展覽空間、活動參與程度、參觀停留時間、參觀活動的次數、參觀的原因等 5 項對於懷舊意象或場所依附是否有所差異。

四、驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis, CFA)

驗證性因素分析的目的是為驗證在理論基礎架構下觀察變項與潛在變項的假設關係。本研究將針對「懷舊意象」與「場所依附」中的構面進行驗證性因素分析，檢定其量表的適配性。驗證性因素分析所進行的分析包括基本模式適配度之評鑑、整體適配指標之評鑑、模式的修正、內在結構適配指標之檢測。

五、結構方程模式 (structural equation modeling, SEM)

結構方程模式指潛在變項間的關係，或指假設性因果模型中潛在變項間相關性

檢定的部份，又稱為「潛在變項模式」。本研究利用結構方程模式（SEM）驗證懷舊意象與場所依附之間的關係，進而判斷整體模式的理論配適度，即為理論架構與觀察資料的配適程度。





第四章 研究結果

本研究經問卷調查後，對受測樣本進行分析，首先對受訪者之社經屬性與藝文活動參與類型進行描述性統計分析，結果以次數分配來表示；接著以平均數、標準差、次數分配來表示懷舊情感與場所依附之特性。

第一節 樣本特性

問卷調查於 102 年 1 月至 2 月間的 9 天實施，抽樣對象為問卷調查期間台北華山 1914 文化創意園區之現地參觀遊客作為研究對象。經問卷調查後，共計抽取 499 個樣本，扣除無效樣本 33 份，有效樣本數共 466 份，其廢卷率為 7%。

一、社經屬性特性

社經屬性包括性別、年齡、教育程度、職業、個人平均月所得、現居住地、家庭狀況、是否受過藝術相關訓練等八項，其結果之次數分配比例分析詳見表 4-1。

(一) 性別

男性佔總樣本數 38.2%，女性佔總樣本數 61.8%。

(二) 年齡

有效樣本中比例最高的年齡層是 20-29 歲佔總樣本數 59.0%，其次為 30-39 歲佔總樣本數 19.8%，第三高者為 19 以下歲佔總樣本數 15.0%，顯示受訪者為大多為青壯年族群。

(三) 教育程度

以教育程度為大學院校者佔總樣本數 64.4% 為最多，其次為研究所以上佔總樣本數 19.3%。

(四) 職業

職業以學生佔總樣本數 41.0% 為最多，其次職業為服務業佔總樣本數 20.6%，第三高者為從事商業佔總樣本數 17.4%。

(五) 個人平均月所得

個人平均月所得以 20,000 以下者佔總樣本數 43.1% 為最多，其次為 20,001-40,000 者佔總樣本數 31.3%。

(六) 現居住地

目前居住於北部地區者佔總樣本數 87.6% 為最多，其次為居住於中部地區佔總樣本 5.6%，第三者為居住於南部地區佔總樣本 4.5%。

(七) 家庭狀況

以未婚者佔總樣本數 82.4% 為最多，其次為已婚有小孩者佔總樣本 14.4%。

(八) 藝術相關訓練

未受過藝術相關訓練者佔總樣本數 57.1% 為多，受過藝術相關訓練者佔總樣本數 42.9%。

表 4-1 社經屬性特性次數分配表

社經屬性 (N=466)					
變項	樣本數	百分比	變項	樣本數	百分比
性別			月所得		
男	178	38.2	20,000 以下	201	43.1
女	288	61.8	20,001-40,000	146	31.3
年齡			40,001-60,000	88	18.9
19 歲以下	70	15.0	60,001-80,000	23	4.9
20-29 歲	275	59.0	80,001-100,000	4	0.9
30-39 歲	92	19.8	100,000 以上	4	0.9
40-49 歲	26	5.6	現居住地		
50-59 歲	3	0.6	北部地區	408	87.6
教育程度			中部地區	26	5.6
國中	4	0.9	南部地區	21	4.5
高中職	56	12.0	東部地區	6	1.3
專科	16	3.4	外籍	5	1.1
大學	300	64.4	家庭狀況		
研究所	90	19.3	未婚	384	82.4
職業			已婚(無小孩)	15	3.2
工	31	6.7	已婚(有小孩)	67	14.4
商	81	17.4	是否受過藝術相關訓練		
軍公教	32	6.9	是	200	42.9
家管	7	1.5	否	266	57.1
自由業	24	5.1			
學生	191	41.0			
服務業	96	20.6			
無	4	0.8			

二、藝文活動參與類型

藝文活動參與類型由「藝文偏好及參與頻度」和「參觀經驗及看法」組成。

(一) 藝文偏好及參與頻度

偏好及參與頻度包含了偏好的藝文活動類型、偏好的展覽空間類型、參觀過活動類型、參觀過展覽空間、重視空間之需求條件、使用者對於藝文之參與頻率等六項，為了解使用者本身對於藝文活動以及空間之看法，詳表 4-2。

1. 偏好的藝文活動類型

有效樣本中對偏好的藝文活動類型比例最高的視覺藝術類佔總樣本數 20.3%，其次是音樂類佔總樣本數 20.1%，第三高者為設計類佔總樣本數 19.7%。

2. 參觀過的藝文活動類型

對於參觀過藝文活動的類型比例最高的視覺藝術類佔總樣本數 18.2%，其次是音樂類佔總樣本數 17.5%，第三高者為設計類佔總樣本數 15.8%。

3. 偏好的藝文展覽空間

偏好的藝文空間以閒置再利用空間佔總樣本數 42.1% 為最多，其次為美術館佔總樣本數 26.6%。

4. 參觀過的藝文空間

參觀過的藝文空間以閒置再利用空間佔總樣本數 31.6% 為最多，其次為博物館佔總樣本數 27.3%。

5. 藝文空間的需求條件

對於藝文空間最重要的需求條件以展場空間氛圍佔總樣本數 31.1% 為最多，其次為展覽動線規劃佔總樣本數 22.6%，第三高者為空間清潔度佔總樣本數 17.6%。

6. 藝文活動的參與頻率

對於藝文活動的參與頻率以每月一次佔總樣本數 26.4% 為最多，其次是三個月一次佔總樣本數 24.2%，第三高者為半年一次佔總樣本數 21.9%。

(二) 參觀經驗及看法

參觀經驗及看法包含了停留時間、資訊來源、同行對象、參觀次數、參觀原因、空間缺乏條件等六項，以了解使用者的現次參觀狀況，詳表 4-2。

1. 參觀的停留時間

此次參觀的停留時間以停留 1-2 小時佔總樣本數 43.6% 為最多，其次為停留 2-3 小時佔總樣本數 40.1%。

2. 參觀的資訊來源

對於參觀藝文活動的資訊來源方式以傳媒宣傳佔總樣本數 36.3% 為最高，其次為親友介紹佔總樣本數 30.0%。

3. 參觀的同行對象

此次參觀的同行對象以與同學或朋友佔總樣本數 74.2% 為最多，其次以親戚或家人佔總樣本數 18.7%。

4. 參觀活動的次數

有效樣本中來華山文化創意園區參觀藝文活動的次數以 2-3 次佔總樣本數 37.8% 為最多，其次為初次參觀 1 次佔總樣本數 29.4%。

5. 參觀的原因

到華山文化創意園區參觀的原因是為了展覽活動內容佔總樣本數 71.0% 為最主要原因，其次為無特別原因只是偶然來此者佔總樣本數 16.8%。

6. 作為藝文空間缺乏的條件

認為華山文化創意園區作為藝文空間目前還缺乏的條件以展場動線規劃佔總樣本數 23.6% 為最多，其次為服務導覽人員佔總樣本數 14.8%，第三缺乏為空調設備佔總樣本數 11.7%。

表 4-2 藝文活動參與類型次數分配表

社經屬性 (N=466)					
變項	樣本數	百分比	變項	樣本數	百分比
偏好的藝文活動類型			藝文活動的參與頻率		
視覺藝術類	256	20.3	每週一次	15	3.2
工藝類	74	5.9	兩週一次	40	8.6
設計類	248	19.7	每月一次	123	26.4
音樂類	253	20.1	三個月一次	113	24.2
戲劇類	100	8.0	半年一次	102	21.9
舞蹈類	83	6.6	每年一次	38	8.2
說唱類	22	1.8	不太參與	35	7.5
影片類	118	9.4	參觀的停留時間		
民俗類	20	1.6	1 小時以內	15	3.2
語言類	13	1.0	1-2 小時	203	43.6
圖書類	71	5.6	2-3 小時	187	40.1
參觀過的藝文活動類型			3-4 小時	49	10.5
視覺藝術類	286	17.9	4 小時以上	12	2.6
工藝類	97	6.1	參觀的資訊來源		
設計類	256	16.0	曾經來過	88	18.9
音樂類	279	17.5	傳媒宣傳	169	36.3
戲劇類	172	10.8	親友介紹	140	30.0
舞蹈類	121	7.6	摺頁宣傳	9	1.9
說唱類	36	2.2	網路	60	12.9
影片類	144	9.0	參觀的同行對象		
民俗類	72	4.5	單獨前來	29	6.2
語言類	21	1.3	同學或朋友	346	74.2
圖書類	112	7.0	親戚或家人	87	18.7
其他	1	0.1	公司或團體	4	0.9
偏好的藝文展覽空間			參觀活動的次數		
美術館	124	26.6	1 次	137	29.4
博物館	116	24.9	2-3 次	176	37.8
畫廊	26	5.6	4-5 次	72	15.4
閒置再利用空間	196	42.1	5 次以上	81	17.4
其他	4	0.8	參觀的原因		
參觀過的藝文空間			展覽活動內容	331	71.0
美術館	389	26.4	服務設施設備	7	1.5
博物館	402	27.3	空間氣氛	50	10.7
畫廊	213	14.4	無，是偶然來此	78	16.8
閒置再利用空間	466	31.6	作為藝文空間缺乏的條件		
其他	5	0.3	展場空間氛圍	87	11.6
藝文空間的需求條件			視聽設備	84	11.2
展場空間氛圍	389	31.1	服務導覽設備	85	11.3
視聽設備	143	11.4	展覽動線規劃	177	23.6
服務導覽設備	75	6.0	空間清潔度	82	10.9
展覽動線規劃	283	22.6	空調設備	88	11.7
空間清潔度	221	17.6	服務導覽人員	111	14.8
空調設備	86	6.9	展品販售區	37	4.9
服務導覽人員	41	3.3			
展品販售區	14	1.1			

第二節 研究變項測量結果

一、懷舊意象模式資料檢視

過去學者建議檢驗變項常態化的方法可利用統計判定方式，檢查連續變項的偏態 (skewness) 與峰度 (kurtosis) (邱皓政, 2006; 黃芳銘, 2006)。偏態呈現出的是變項分配偏離對稱性的情形，而峰度是描述變項分配的平坦或陡直情形，透過檢視偏態與峰度的絕對值，可以判定變項是否常態化。一般在檢視變項偏態及峰度之常態性檢定，並不容易通過，根據 Kline (1998) 偏態係數之絕對值小於 3.0 及峰度係數之絕對值小於 10.0 時，其分配仍具有一定程度之常態性的性質。當偏態絕對值大於 3.0 時，即判定為一個極端的偏態，而峰度的絕對值大於 10.0 時，表示峰度不佳，峰度大於 20.0 時便視為極端峰度。

在懷舊意象部分是由認知性懷舊意象的 8 個變項與情感性懷舊意象 13 個變項構成。認知性懷舊意象變項的平均數分佈於 3.11 至 4.03 之間，同意程度最高者為「修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值」(Mean = 4.03)，同意程度最低者為「無法感受此地產業的興衰變遷」(Mean = 3.11)；情感性懷舊意象變項的平均數分佈於 3.35 至 4.18 之間，同意程度最高者為「感到休閒的」(Mean = 4.18)，同意程度最低者為「感到嚮往的」(Mean = 3.35)，如表 4-3。

認知性懷舊意象變項之偏態介於 -0.514 至 0.69 之間，絕對值皆小於 3.0，而峰度介於 -0.537 至 0.831 之間，絕對值皆小於 10.0；情感性懷舊意象變項之偏態介於 -0.528 至 0.11 之間，絕對值皆小於 3.0，而峰度介於 -0.325 至 0.835 之間，絕對值皆小於 10.0，顯示本研究懷舊意象之變項皆呈常態分配，如表 4-3。

表 4-3 懷舊意象問項之平均數、標準差、偏態與峰度分配表

懷舊意象	平均數	標準差	偏態	峰度
認知性懷舊意象				
1 此地傳統風格的建築展現過去年代的設計風格	3.86	0.625	-0.154	0.107
2 修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值	4.03	0.763	-0.514	0.026
3 此地舊時代的遺物如同是某個歷史時期的展現	3.79	0.732	-0.145	-0.287
4 無法感受此地產業的興衰變遷	3.11	0.902	0.069	-0.537
5 此地建築運用的材質具有傳統色彩	3.73	0.711	-0.450	0.831
6 此地的黑白照片與歷史介紹帶領我重返過去的產業時光	3.57	0.760	-0.034	-0.347
7 拼磚脫落的牆壁、時間遺留的老舊汗痕呈現出歷史性意義	3.93	0.788	-0.490	0.105
8 本區保留的建築特色會讓我想到過去先民的智慧	3.47	0.822	-0.022	-0.069

表 4-3 懷舊意象問項之平均數、標準差、偏態與峰度分配表 (續)

懷舊意象	平均數	標準差	偏態	峰度
情感性懷舊意象				
9 感到懷念的	3.56	0.752	-0.175	0.211
10 感到親切的	3.52	0.728	-0.304	0.682
11 感到幸福的	3.51	0.722	0.110	-0.079
12 感到熟悉的	3.37	0.735	0.036	0.054
13 有所感動的	3.57	0.754	-0.053	0.000
14 感到嚮往的	3.35	0.827	-0.093	-0.013
15 感到休閒的	4.18	0.660	-0.528	0.835
16 感到輕鬆的	4.12	0.655	-0.446	0.532
17 感性的	3.48	0.825	-0.162	0.242
18 歷史的	3.86	0.746	-0.202	-0.325
19 感到有趣的	3.71	0.827	-0.517	0.396
20 有所期望的	3.43	0.855	-0.375	0.408
21 感到好奇的	3.62	0.860	-0.434	0.214

二、懷舊意象測量模式

以驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis, CFA) 驗證由文獻理論所整理出懷舊意象中認知性懷舊意象和情感性懷舊意象兩個構面，執行一階驗證性因素分析檢驗認知性懷舊意象和情感性懷舊意象與題項之間的適配程度，將不適合的題項予以刪除，並再次進行一階驗證性因素分析以檢定修正後的模式。驗證性因素分析所進行的分析有多個適配指標可以參考，本研究採用 Hair 等人 (1998) 與黃芳銘 (2007) 之建議，包括基本模式適配度檢驗 (preliminary model-fit measures)、整體模式適配度之評鑑、模式的修正、模式內在結構適配度之檢測。

(一) 驗證性因素分析適配度指標評鑑標準

本研究共蒐集有效樣本 466 位，針對懷舊意象的認知性懷舊意象和情感性懷舊意象兩個構面進行驗證，其中，認知性懷舊意象構面共有 8 題問項，為變數 a1 至 a8；情感性懷舊意象構面共有 13 題問項，為變數 b1 至 b13。以一階驗證性因素分析檢驗各問項的適配程度，並列出模式變項之參數估計與參數估計路徑模式。

首先進行基本模式適配度 (preliminary model-fit evaluation) 之檢驗，其旨在檢視模型的違犯估計 (offending estimates)，違犯估計是指 不論是結構模式或測量模式中，統計所輸出的估計係數超出可接受的範圍，也就是模式獲得不適當的解。黃芳銘 (2006) 引用 Hair、Anderson、Tatham 與 Black (1998) 對檢驗模式的建議表示在進行測量模式檢驗之前，應先行檢視「違犯估計」，認為一般常發生的違犯估計有下列三點：有負的誤差變異數存在、標準化係數超過或太接近 1 (通常以大於 0.95 為標準)、有太大的標準誤。如在沒有違犯估計產生的情況下，便可進整體模式修正。

整體適配度主要是要考驗觀察資料與理論模式間的配合情形，也就是一致性程

度，本研究根據 Hair 等人（1998）針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後懷舊情感之整體模式適配指標。

當模式通過了基本模式適配度及整體適配指標之評鑑後，接著將針對內在結構適配指標進行評鑑，模式內結構適配度可分為兩部分，一為測量模式適配度、二為結構模式適配度。前者著重在觀察變項是否能表達潛在變項；後者為檢測因果關係是否能夠成立（黃芳銘，2006），其指標為構念信度（construct reliability, CR）、區別效度（discriminant validity）、聚合效度（average variance extracted, AVE）。

（二）懷舊意象驗證性因素分析模式修正過程

懷舊意象之驗證性因素分析從初始模式到最終模式修正結束，總共經過了五次的模式修正。

初始模式因基本模式適配度之檢驗有違犯估計產生的情況，題項「無法感受此地產業的興衰變遷」(a4)、「感到休閒的」(b7)、「感到輕鬆的」(b8)、「歷史的」(b10)，4 個題項之因素負荷值未達到 0.45 之標準予以刪除。

初次修正模式因基本模式適配度之檢驗有違犯估計產生的情況，題項「感到懷念的」(b1) 其因素負荷值未達到 0.45 之標準予以刪除。

再次修正模式因幾乎指標均未達到模式整體適配指標之可接受標準，模式適配度不足因此參照分析結果中的修正指標（modification index, MI）各題項之 MI 值來修正模型，以「最大 MI 值」最高的題項優先開始刪除，刪除題項「感到有趣的」(b11) 其 MI 值為 180.57。

第三次修正模式因部分指標未達到模式整體適配指標之可接受標準，因此參照分析結果中的修正指標（modification index, MI）各題項之 MI 值來修正模型以期模式適配更佳，刪除題項「此地的黑白照片與歷史介紹帶領我重返過去的產業時光」(a6) 其 MI 值為 30.66。

第四次修正模式因部分指標未達到模式整體適配指標之可接受標準，因此參照分析結果中的修正指標（modification index, MI）各題項之 MI 值來修正模型以期模式適配更佳，刪除題項「感到親切的」(b2) 其 MI 值為 29.88。

第五次修正模式基本模式適配度之檢驗無違犯估計產生，整體適配度達可接受標準，且通過內在結構適配指標評鑑。

（三）懷舊意象驗證性因素分析修正後模式

執行一階驗證性因素分析，並列出模式變項之參數估計如表 4-4 所示，最終修正模式之因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-1 所示。

表 4-4 懷舊意象一階驗證性因素分析之模式第五次修正變項參數估計表

變數	問項	標準化 參數值	t-value	誤差 變異數	標準誤
認知性懷舊意象					
a1	此地傳統風格的建築展現過去年代的設計風格	0.61	13.01	0.63	0.03
a2	修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值	0.63	13.53	0.60	0.04
a3	此地舊時代的遺物如同是某個歷史時期的展現	0.59	12.56	0.65	0.03
a5	此地建築運用的材質具有傳統色彩	0.60	12.80	0.64	0.03
a7	拼磚脫落的牆壁、時間遺留的老舊汗痕呈現出歷史性意義	0.70	15.51	0.51	0.04
a8	本區保留的建築特色會讓我想到過去先民的智慧	0.49	10.12	0.76	0.04
情感性懷舊意象					
b3	感到幸福的	0.50	10.22	0.75	0.04
b4	感到熟悉的	0.46	9.40	0.79	0.04
b5	有所感動的	0.62	13.15	0.62	0.04
b6	感到嚮往的	0.65	13.97	0.58	0.04
b9	感性的	0.55	11.39	0.70	0.04
b12	有所期望的	0.60	12.64	0.64	0.04
b13	感到好奇的	0.51	10.36	0.74	0.04

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$, 未達顯著者該題項刪除

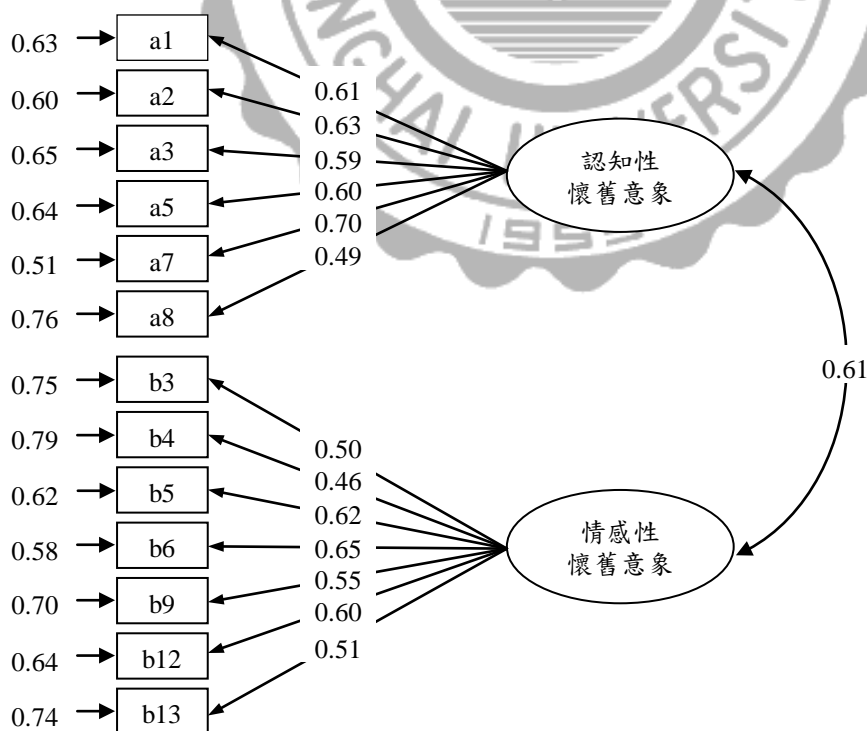


圖4-1 懷舊意象一階驗證性因素分析之最終修正模式參數估計路徑圖

1. 基本適配度檢驗

根據結果顯示標準化參數之 t 值均達顯著 ($p < 0.001$)；測量估計值之誤差變異數皆大於 0，無負的誤差變異存在，顯示其方向正確；標準誤介於 0.03 至 0.04 間，亦無過大的情形存在；標準化係數介於 0.49 至 0.70 間，均未大於 0.95 的標準，如表 4-5 所示。修正過之懷舊意象矩陣驗證性因素分析模式並無發生違犯估計之情形。

表4-5 基本模式適配指標 (preliminary model-fit measures)

評鑑指標名稱	理想的數值範圍	評鑑結果
誤差變異數	一定要大於 0	符合
標準化係數(因素負荷量)	介於 0.45~0.95，不要太趨近於 1.0	符合
標準化參數值的標準誤	不能太大	符合
標準化參數值的 t 值	t 值必須達顯著水準， t 值必須大於 1.96。	符合

2. 整體適配度檢驗

整體適配度主要是要考驗觀察資料與理論模式間的配合情形，也就是一致性程度，本研究根據 Hair 等人 (1998) 針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後懷舊情感之整體模式適配指標參照表 4-6。

表 4-6 懷舊意象測量模式適配指標估計摘要表

適配指標	假設模式	適配值	結果
絕對適配指標			
χ^2/df	213.14(64)	介在 2.0~5.0	符合
良性適配指標 (GFI)	0.93	≥ 0.9	符合
近似誤差均方根 (RMSEA)	0.072	≤ 0.08	符合
標準化均方根殘差 (SRMR)	0.054	≤ 0.05	接近
相對適配指標			
非規範適配指標 (NNFI)	0.93	≥ 0.9	符合
比較適配指標 (CFI)	0.95	≥ 0.9	符合
簡效適配指標			
胡特的臨界數 (CN)	204.37	≥ 200	符合

(1) 絕對適配指標 (absolute fit indices)

絕對適配指標用以評估理論整體模式是否能夠預測共變數或相關矩陣的程度，也就是說，評鑑一個事前的模式能夠再製樣本資料的程度 (黃芳銘, 2003)。絕對適配指標包含 χ^2 與其值自由度的比值 (χ^2/df) 指標、良性適配指標 (GFI)、近似誤差均方根指標 (RMSEA)、標準化均方根殘差指標 (SRMR)。

a. χ^2 與其值自由度的比值 (χ^2/df)

回顧過去研究發現評量整體模式適配檢定都以 χ^2 值的顯著與否為標準 (陳正昌等人, 2005)。Bentler 與 Bonett (1980) 以及 Rigdon (1998) 皆認為，樣本數的數

量大小影響著 χ^2 ，當樣本數越大時，越容易達到顯著，導致理論模式遭受拒絕。Bagozzi 與 Yi (1998) 建議將樣本大小納入考量，改以 χ^2 與其值自由度的比值來檢定模式，認為以不超過 3.0 為標準，而 Marsh 與 Hovecar (1985) 認為 2.0~5.0 是可接受範圍，本研究以此標準為參考指標。而本研究修正後的懷舊意象 CFA 模式之 χ^2 與其值自由度的比值為 3.33，介於 2.0~5.05 之間，達到可接受標準屬於良好的適配。

b. 良性適配指標 (goodness of fit index, GFI)

良性適配指標相當類似迴歸分析中的 R^2 值，透過 GFI 值可以解釋樣本資料變異數與共變數的程度，由 Joreskog (1970) 提出 GFI 值之範圍大小介於 0 與 1 之間，此種指標可顯現整體適配的程度，但也受到樣本大小的影響。黃芳銘 (2006) 回顧過去研究表示，通常學者建議 GFI 值大於 0.9 時為良好的適配標準。而本研究修正後的懷舊意象 CFA 模式之 GFI 值為 0.93，顯示模式在良性適配指標上屬於良好的適配。

c. 近似誤差均方根指標 (root mean square error of approximation, RMSEA)

近似誤差均方根係數代表理論模型可被接受的程度。比較理論模式與完美契合的飽和模式 (saturated model) 的差距程度，數值越大代表模式越不理想，反之則代表模式契合度越理想，Steiger (1989) 與 Browne & Mels (1990) 認為小於 0.08 為良好適配，0.08~0.10 為普通適配，大於 0.10 為不良適配 (轉引自黃芳銘，2006)，McDonald 與 Ho (2002) 建議以 0.05 為良好契合的門檻，以 0.08 為可接受的模式契合門檻 (轉引自邱皓政，2004)，於是本研究以此標準為參考指標。而本研究修正後的懷舊意象 CFA 模式之 RMSEA 值為 0.072，在可接受的模式契合門檻之內。

d. 標準化均方根殘差指標 (standardized root mean square residual, SRMR)

標準化均方根殘差可用來評估模型的優劣。SRMR 值的範圍大小介於 0 與 1 之間，值越小代表模式適配越好。Sorbom 與 Joreskog (1982) 認為，模式獲得接受的 SRMR 值為小於或等於 0.05 (黃芳銘，2003)。Hu 與 Bentler (1999) 指出當樣本數大於 250 時，SRMR 以接近或是小於 0.05 為最佳，於是本研究以此標準為參考指標。而本研究修正後的懷舊意象 CFA 模式之 SRMR 值為 0.054，在可接受的範圍內。

(2) 相對適配指標 (incremental fit measure)

相對適配指標的目的是期望透過一個基線模式 (baseline model) 來與理論模式進行比較測量其適配改進比率的程度 (黃芳銘，2003)。分別有非規範適配指標 (NNFI)、比較適配指標 (CFI)、調整良性適合指標 (AGFI)、對規範適配指標 (NFI)。

a. 非規範適配指標 (non-normed fit index, NNFI)

非規範適配指標是對規範適配指標 (normed fit index, NFI) 進行自由度調整所產生的指標，其值最小為 0，最大可能會逾 1。一般認為 NNFI 值須大於 0.9 表示模

式可以接受，其值越高，模式越適配（黃芳銘，2006），於是本研究以標準為參考指標。而本研究修正後的懷舊意象 CFA 模式之 NNFI 值為 0.93，接近 0.9 之門檻，顯示理論模式屬於良好適配。

b. 比較適配指標 (comparative fit index, CFI)

比較適配指標反應了假設模式與無任何共變關係的獨立模式差異程度的量數（邱皓政，2004），CFI 值介於 0 與 1 之間，Hair 等人（2006）指出 CFI 指數值越大越接近 1 時，表示模式適配越佳，於是在判斷模式是否可以接受時，建議以 CFI 值大於 0.9 為標準。Bentler（1995）認為在小樣本的情況下也是如此（轉引自黃芳銘，2006）。而本研究修正後的懷舊意象 CFA 模式之 CFI 值為 0.95，接近 0.9 之門檻，顯示理論模式屬於良好適配。

(3) 簡效適配指標 (parsimonious fit measures)

a. 胡特的臨界數 (Hoelter's critical N, CN)

胡特的臨界數能夠替使用者之樣本提出一個合理的指標，使研究者知道其所用的樣本數是否足夠用來估計模式的參數以及模式的適配，Hoelter（1983）建議 CN 值大於 200 是決定模式是否能夠接受的一個門檻，CN 值小於 200 通常表示樣本數太少，不足以估計該結構模式。（黃芳銘，2004）。而本研究修正後的懷舊意象 CFA 模式之 CN 值為 204.37，已達到 CN 值大於 200 的門檻標準。

整體而言，懷舊意象 CFA 之整體適配指標已屬可接受標準，雖 SRMR 值為 0.054 略高於學者建議之 0.05 的標準，但參照其他適配指標之適配性均已達到接受範圍相當良好，因此在整體適配指標上來看，屬於可被接受的良好模式。

3. 模式內在結構適配度 (fit of internal structure of model)

當模式通過了基本模式適配度及整體適配指標之評鑑後，接著將針對內在結構適配指標進行評鑑，內在結構適配的評鑑可以包括測量模式的評鑑、結構模式的評鑑兩個方面，其指標為組成信度 (construct reliability, CR)、區別效度 (discriminant validity)、聚合效度 (average variance extracted, AVE)。

(1) 構念信度 (construct reliability, CR)、聚合效度 (average variance extracted, AVE)

通過整體適配度檢驗後，透過檢測潛在變項之組成信度進行內在結構適配的評鑑，懷舊意象 CFA 模式之內在結構適配結果如表 4-7 所示。

R^2 為測量模式指標之個別變項信度，檢定 R^2 值能了解問項是否適合用來解釋其所屬之潛在構念，因此 R^2 值越高，表示該題項信度越高。依據 Jorgskog（1993）與 Sorbom（1989）提出的 R^2 值要大於 0.20 之標準，由表 4-7 可看出個別項目的 R^2 值介於 0.21 至 0.49 之間略為偏低，但 Bollen（1989）曾指出，個別項目只要 t 值大於 1.96 達到顯著，則其 R^2 便可接受，而本模式中之 t 值皆大於 1.96 達顯著水準，因此

其個別項目之 R^2 是可被接受的。

CR 值可以用來檢核視潛在構面信度，CR 值越高，代表某一構面具有內部一致性。Bagozzi 與 Yi (1988) 建議潛在變項的組成信度在 0.6 以上為標準 (轉引自陳正昌等人, 2005)。而本研究懷舊意象之兩個構面潛在因素組成信度部分，認知性懷舊意象之組成信度為 0.78，情感性懷舊意象之組成信度為 0.76，皆達到學者建議之大於 0.60 之標準，顯示內部結構適配的組成信度良好。

聚合效度為個別潛在變項之效度評鑑。AVE 越高，代表構面內的個別測量變項具有良好的聚合效度，或各構面與其組成問項間具有良好的聚合效度。(Hatcher, 1994) 建議潛在變項的聚合效度在 0.5 以上為標準，Hair 等人 (2006) 認為聚合效度的標準，為 t-value 要達到顯著，即模式具有聚合效度。而本研究認知性懷舊意象之聚合效度為 0.37，情感性懷舊意象之聚合效度為 0.31，顯示懷舊意象構面內的個別測量項目具有聚合效度。

表 4-7 懷舊意象驗證性因素分析之構面組成信度與聚合效度摘要表

變數	問項	標準化 參數值	t-value	R^2	組成 信度	聚合 效度
認知性懷舊意象					0.78	0.37
a1	此地傳統風格的建築展現過去年代的設計風格	0.61	13.01	0.37		
a2	修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值	0.63	13.53	0.40		
a3	此地舊時代的遺物如同是某個歷史時期的展現	0.59	12.56	0.35		
a5	此地建築運用的材質具有傳統色彩	0.60	12.80	0.36		
a7	拼磚脫落的牆壁、時間遺留的老舊汗痕呈現出歷史性意義	0.70	15.51	0.49		
a8	本區保留的建築特色會讓我想到過去先民的智慧	0.49	10.12	0.24		
情感性懷舊意象					0.76	0.31
b3	感到幸福的	0.50	10.22	0.25		
b4	感到熟悉的	0.46	9.40	0.21		
b5	有所感動的	0.62	13.15	0.38		
b6	感到嚮往的	0.65	13.97	0.42		
b9	感性的	0.55	11.39	0.30		
b12	有所期望的	0.60	12.64	0.36		
b13	感到好奇的	0.51	10.36	0.26		

(2) 區別效度 (discriminant validity)

區別效度主要在檢測潛在構面是否能夠區別，使用潛在變項配對相關信賴區間檢定法。此種檢定方法為將構面間之相關係數加減 1.96 個標準差，如果信賴區間值並未包含 1.00 的值，則表示這兩個構念是有區別的，如果信賴區間值包含 1.00，則

表示兩個構面間在性質上有很大的重疊性，因此無法有所區別 (Joreskog & Sorbom, 1993)。懷舊意象 CFA 模式之潛在構面為認知性懷舊意象與情感性懷舊意象，其區間效度估計表如表 4-8 所示。

表 4-8 懷舊意象測量模式區別效度檢定表

參數	相關係數	標準誤	信賴區間	區別效度
認知性懷舊 & 情感性懷舊	0.61	0.05	0.53—0.69	支持

由表 4-8 可以看出，經計算認知性懷舊意象與情感性懷舊意象兩個潛在構面之相關信賴區間介於 0.53 至 0.69 之間，並未包含有 1.00 的數值，因此可以看出此兩潛在變項具有區別效度。

此結果顯示本模式經過了前面一階 CFA 的潛在變項與觀察變項之篩選、修正後，所得出來的最終 CFA 模式是同時具有信度與效度之最佳模式，並以此模式進行本研究之假設檢定。

三、場所依附模式資料檢視

過去學者建議檢驗變項常態化的方法可利用統計判定方式，檢查連續變項的偏態 (skewness) 與峰度 (kurtosis) (邱皓政, 2006; 黃芳銘, 2006)。偏態呈現出的是變項分配偏離對稱性的情形，而峰度是描述變項分配的平坦或陡直情形，透過檢視偏態與峰度的絕對值，可以判定變項是否常態化。一般在檢視變項偏態及峰度之常態性檢定，並不容易通過，根據 Kline (1998) 偏態係數之絕對值小於 3.0 及峰度係數之絕對值小於 10.0 時，其分配仍具有一定程度之常態性的性質。當偏態絕對值大於 3.0 時，即判定為一個極端的偏態，而峰度的絕對值大於 10.0 時，表示峰度不佳，峰度大於 20.0 時便視為極端峰度。

在場所依附部分是由場所依賴的 5 個變項與場所認同 6 個變項構成。場所依賴變項的平均數分佈於 3.29 至 4.01 之間，同意程度最高者為「園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因」(Mean = 4.01)，同意程度最低者為「園區內的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識此地」(Mean = 3.29)；場所認同變項的平均數分佈於 3.08 至 3.76 之間，同意程度最高者為「比起其他藝文空間，我願意花更多時間參觀閒置空間再利用的藝文空間」(Mean = 3.76)，同意程度最低者為「在體驗過園區內的藝文展覽活動後更能讓我認識自己」(Mean = 3.08)，如表 4-9。

場所依賴變項之偏態介於 -0.720 至 -0.186 之間，絕對值皆小於 3.0，而峰度介於 0.275 至 1.013 之間，絕對值皆小於 10.0；場所認同變項之偏態介於 -0.539 至 0.38 之間，絕對值皆小於 3.0，而峰度介於 -0.448 至 0.688 之間，絕對值皆小於 10.0，顯示本研究懷舊意象之變項皆呈常態分配，如表 4-9。

表 4-9 場所依附問項之平均數與標準差分配表

場所依附	平均數	標準差	偏態	峰度
場所依賴				
1 園區內的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識此地	3.29	0.777	-0.186	0.396
2 園區內的建築和展覽空間是我想來的主要原因	3.65	0.767	-0.558	0.773
3 園區內的景觀讓我覺得最適合從事藝文參觀活動	3.89	0.673	-0.422	1.013
4 園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因	4.01	0.727	-0.417	0.410
5 來此處參觀藝文展覽活動讓我覺得不值得	3.86	0.859	-0.720	0.275
場所認同				
6 我非常認同園區內的舊建築藝文展覽空間	3.74	0.678	0.038	-0.353
7 比起其他地方，園區內的藝文展覽活動讓我留下更深刻的印象	3.61	0.692	-0.053	-0.207
8 在體驗過園區內的藝文展覽活動後更能讓我認識自己	3.08	0.733	-0.132	0.685
9 我能與他人分享關於此地的藝文展覽且以此為榮	3.60	0.736	-0.539	0.688
10 比起其他藝文空間，我願意花更多時間參觀閒置空間再再利用的藝文空間	3.76	0.734	-0.020	-0.448
11 我對此地舊建築景觀與藝術文化結合的感受，比其他藝文空間還要深刻	3.68	0.725	-0.050	-0.114

四、場所依附測量模式

以驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis, CFA) 驗證由文獻理論所整理出場所依附中場所依賴和場所認同兩個構面，執行一階驗證性因素分析檢驗場所依賴和場所認同與題項之間的適配程度，將不適合的題項予以刪除，並再次進行一階驗證性因素分析以檢定修正後的模式。驗證性因素分析所進行的分析包括基本模式適配度檢驗 (preliminary model-fit measures)、整體模式適配度之評鑑、模式的修正、模式內在結構適配度之檢測。

(一) 驗證性因素分析適配度指標評鑑標準

本研究共蒐集有效樣本 466 位，針對場所依附的場所依賴和場所認同兩個構面進行驗證，其中，場所依賴構面共有 5 題問項，為變數 a1 至 a5；場所認同構面共有 6 題問項，為變數 b1 至 b6。以一階驗證性因素分析檢驗各問項的適配程度，並列出模式變項之參數估計與參數估計路徑模式。

首先進行基本模式適配度 (preliminary model-fit evaluation) 之檢驗，其旨在檢視模型的違犯估計 (offending estimates)，違犯估計是指 不論是結構模式或測量模式中，統計所輸出的估計係數超出可接受的範圍，也就是模式獲得不適當的解。黃芳銘 (2006) 引用 Hair、Anderson、Tatham 與 Black (1998) 對檢驗模式的建議表示

在進行測量模式檢驗之前，應先行檢視「違犯估計」，認為一般常發生的違犯估計有下列三點：有負的誤差變異數存在、標準化係數超過或太接近 1（通常以大於 0.95 為標準）、有太大的標準誤。如在沒有違犯估計產生的情況下，便可進整體模式修正。

整體適配度主要是要考驗觀察資料與理論模式間的配合情形，也就是一致性程度，本研究根據 Hair 等人（1998）針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後懷舊情感之整體模式適配指標。

當模式通過了基本模式適配度及整體適配指標之評鑑後，接著將針對內在結構適配指標進行評鑑，模式內結構適配度可分為兩部分，一為測量模式適配度、二為結構模式適配度。前者著重在觀察變項是否能表達潛在變項；後者為檢測因果關係是否能夠成立（黃芳銘，2006），其指標為構念信度（construct reliability, CR）、區別效度（discriminant validity）、聚合效度（average variance extracted, AVE）。

（二）場所依附驗證性因素分析模式修正過程

場所依附之驗證性因素分析從初始模式到最終模式修正結束，總共經過了一次的模式修正。

初始模式因基本模式適配度之檢驗有違犯估計產生的情況，題項「園區內的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識此地」（a1）標準化參數之 t 值為 1.57，未達到大於 1.96 之標準予以刪除，題項「園區內的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識此地」（a1）、「來此處參觀藝文展覽活動讓我覺得不值得」（a5），2 個題項之因素負荷值未達到 0.45 之標準予以刪除。

初次修正模式基本模式適配度之檢驗無違犯估計產生，整體適配度達可接受標準，且通過內在結構適配指標評鑑。

（三）場所依附驗證性因素分析修正後模式

執行一階驗證性因素分析，並列出模式變項之參數估計如表 4-10 所示，最終修正模式之因素分析模式參數估計路徑圖如圖 4-2 所示。

表 4-10 場所依附一階驗證性因素分析之模式初次修正變項參數估計表

變數	問項	標準化 參數值	t-value	誤差 變異數	標準誤
場所依賴					
a2	園區內的建築和展覽空間是我想來的主要原因	0.47	8.56	0.77	0.04
a3	園區內的景觀讓我覺得最適合從事藝文參觀活動	0.70	11.95	0.51	0.04
a4	園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因	0.49	8.81	0.76	0.04

表 4-10 場所依附一階驗證性因素分析之模式初次修正變項參數估計表 (續)

變數	問項	標準化 參數值	t-value	誤差 變異數	標準誤
場所認同					
b1	我非常認同園區內的舊建築藝文展覽空間	0.59	12.53	0.65	0.03
b2	比起其他地方, 園區內的藝文展覽活動讓我留下更深刻的印象	0.63	13.51	0.60	0.03
b3	在體驗過園區內的藝文展覽活動後更能讓我認識自己	0.45	9.18	0.80	0.04
b4	我能與他人分享關於此地的藝文展覽且以此為榮	0.61	13.07	0.62	0.03
b5	比起其他藝文空間, 我願意花更多時間參觀閒置空間再利用的藝文空間	0.66	14.30	0.57	0.03
b6	我對此地舊建築景觀與藝術文化結合的感受, 比其他藝文空間還要深刻	0.67	14.50	0.56	0.03

*表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$, 未達顯著者該題項刪除

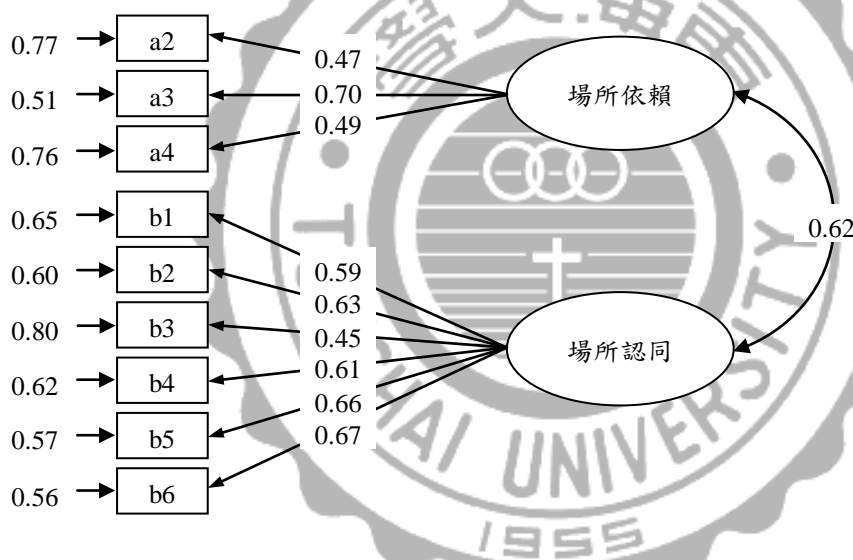


圖4-2 場所依附一階驗證性因素分析之最終修正模式參數估計路徑圖

1. 基本適配度檢驗

根據結果顯示標準化參數之 t 值均達顯著 ($p < 0.001$); 測量估計值之誤差變異數皆大於 0, 無負的誤差變異存在, 顯示其方向正確; 標準誤介於 0.03 至 0.04 間, 亦無過大的情形存在; 標準化係數介於 0.45 至 0.70 間, 均未大於 0.95 的標準, 如表 4-11 所示。修正過之場所依附矩陣驗證性因素分析模式並無發生違犯估計之情形。確定沒有產生違犯估計後, 即可利用適配度衡量來評估模式的整體適配度。

表4-11 基本模式適配指標 (preliminary model-fit measures)

評鑑指標名稱	理想的數值範圍	評鑑結果
誤差變異數	一定要大於 0	符合
標準化係數(因素負荷量)	介於 0.45~0.95，不要太趨近於 1.0	符合
標準化參數值的標準誤	不能太大	符合
標準化參數值的 t 值	t 值必須達顯著水準，t 值必須大於 1.96。	符合

2. 整體適配度檢驗

整體適配度主要是要考驗觀察資料與理論模式間的配合情形，也就是一致性程度，本研究根據 Hair 等人 (1998) 針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後懷舊情感之整體模式適配指標參照表 4-12。

表 4-12 場所依附測量模式適配指標估計摘要表

適配指標	假設模式	適配值	結果
絕對適配指標			
χ^2/df	83.93(26)	介在 2.0~5.0	符合
良性適配指標 (GFI)	0.96	≥ 0.9	符合
近似誤差均方根 (RMSEA)	0.068	≤ 0.08	符合
標準化均方根殘差 (SRMR)	0.048	≤ 0.05	符合
相對適配指標			
非規範適配指標 (NNFI)	0.95	≥ 0.9	符合
比較適配指標 (CFI)	0.96	≥ 0.9	符合
簡效適配指標			
胡特的臨界數 (CN)	253.88	≥ 200	符合

(1) 絕對適配指標 (absolute fit indices)

絕對適配指標用以評估理論整體模式是否能夠預測共變數或相關矩陣的程度，也就是說，評鑑一個事前的模式能夠再製樣本資料的程度 (黃芳銘, 2003)。絕對適配指標包含 χ^2 與其值自由度的比值 (χ^2/df) 指標、良性適配指標 (GFI)、近似誤差均方根指標 (RMSEA)、標準化均方根殘差指標 (SRMR)。

a. χ^2 與其值自由度的比值 (χ^2/df)

回顧過去研究發現評量整體模式適配檢定都以 χ^2 值的顯著與否為標準 (陳正昌等人, 2005)。Bentler 與 Bonett (1980) 以及 Rigdon (1998) 皆認為，樣本數的數量大小影響著 χ^2 ，當樣本數越大時，越容易達到顯著，導致理論模式遭受拒絕。Bagozzi 與 Yi (1998) 建議將樣本大小納入考量，改以 χ^2 與其值自由度的比值來檢定模式，認為以不超過 3.0 為標準，而 Marsh 與 Hovecar (1985) 認為 2.0~5.0 是可接受範圍，本研究以此標準為參考指標。而本研究修正後的場所依附 CFA 模式之 χ^2 與其值自由度的比值為 3.23，介於 2.0~5.05 之間，達到可接受標準屬於良好的適配。

b. 良性適配指標 (goodness of fit index, GFI)

良性適配指標相當類似迴歸分析中的 R^2 值，透過 GFI 值可以解釋樣本資料變異數與共變數的程度，由 Joreskog (1970) 提出 GFI 值之範圍大小介於 0 與 1 之間，此種指標可顯現整體適配的程度，但也受到樣本大小的影響。黃芳銘 (2006) 回顧過去研究表示，通常學者建議 GFI 值大於 0.9 時為良好的適配標準。而本研究修正後的場所依附 CFA 模式之 GFI 值為 0.96，顯示模式在良性適配指標上屬於良好的適配。

c. 近似誤差均方根指標 (root mean square error of approximation, RMSEA)

近似誤差均方根係數代表理論模型可被接受的程度。比較理論模式與完美契合的飽和模式 (saturated model) 的差距程度，數值越大代表模式越不理想，反之則代表模式契合度越理想，Steiger (1989) 與 Browne & Mels (1990) 認為小於 0.08 為良好適配，0.08~0.10 為普通適配，大於 0.10 為不良適配 (轉引自黃芳銘，2006)，McDonald 與 Ho (2002) 建議以 0.05 為良好契合的門檻，以 0.08 為可接受的模式契合門檻 (轉引自邱皓政，2004)，於是本研究以此標準為參考指標。而本研究修正後的場所依附 CFA 模式之 RMSEA 值為 0.068，在可接受的模式契合門檻之內。

d. 標準化均方根殘差指標 (standardized root mean square residual, SRMR)

標準化均方根殘差可用來評估模型的優劣。SRMR 值的範圍大小介於 0 與 1 之間，值越小代表模式適配越好。Sorbom 與 Joreskog (1982) 認為，模式獲得接受的 SRMR 值為小於或等於 0.05 (黃芳銘，2003)。Hu 與 Bentler (1999) 指出當樣本數大於 250 時，SRMR 以接近或是小於 0.05 為最佳，於是本研究以此標準為參考指標。而本研究修正後的場所依附 CFA 模式之 SRMR 值為 0.048，在可接受的範圍內。

(2) 相對適配指標 (incremental fit measure)

相對適配指標的目的是期望透過一個基線模式 (baseline model) 來與理論模式進行比較測量其適配改進比率的程度 (黃芳銘，2003)。分別有非規範適配指標 (NNFI)、比較適配指標 (CFI)、調整良性適合指標 (AGFI)、對規範適配指標 (NFI)。

a. 非規範適配指標 (non-normed fit index, NNFI)

非規範適配指標是對規範適配指標 (normed fit index, NFI) 進行自由度調整所產生的指標，其值最小為 0，最大可能會逾 1。一般認為 NNFI 值須大於 0.9 表示模式可以接受，其值越高，模式越適配 (黃芳銘，2006)，於是本研究以標準為參考指標。而本研究修正後的場所依附 CFA 模式之 NNFI 值為 0.95，接近 0.9 之門檻，顯示理論模式屬於良好適配。

b. 比較適配指標 (comparative fit index, CFI)

比較適配指標反應了假設模式與無任何共變關係的獨立模式差異程度的量數

(邱皓政, 2004), CFI 值介於 0 與 1 之間, Hair 等人 (2006) 指出 CFI 指數值越大越接近 1 時, 表示模式適配越佳, 於是在判斷模式是否可以接受時, 建議以 CFI 值大於 0.9 為標準。Bentler (1995) 認為在小樣本的情況下也是如此 (轉引自黃芳銘, 2006)。而本研究修正後的場所依附 CFA 模式之 CFI 值為 0.96, 接近 0.9 之門檻, 顯示理論模式屬於良好適配。

(3) 簡效適配指標 (parsimonious fit measures)

a. 胡特的臨界數 (Hoelter's critical N, CN)

胡特的臨界數能夠替使用者之樣本提出一個合理的指標, 使研究者知道其所用的樣本數是否足夠用來估計模式的參數以及模式的適配, Hoelter (1983) 建議 CN 值大於 200 是決定模式是否能夠接受的一個門檻, CN 值小於 200 通常表示樣本數太少, 不足以估計該結構模式。(黃芳銘, 2004)。而本研究修正後的場所依附 CFA 模式之 CN 值為 253.88, 已達到 CN 值大於 200 的門檻標準。

整體而言, 場所依附 CFA 之整體適配指標之適配性均已達到接受範圍相當良好, 因此場所依附 CFA 之模式在整體適配指標上來看, 屬於可被接受的良好模式。

3. 模式內在結構適配度 (fit of internal structure of model)

當模式通過了基本模式適配度及整體適配指標之評鑑後, 接著將針對內在結構適配指標進行評鑑, 內在結構適配的評鑑可以包括測量模式的評鑑、結構模式的評鑑兩個方面, 其指標為組成信度 (construct reliability, CR)、區別效度 (discriminant validity)、聚合效度 (average variance extracted, AVE)。

(1) 構念信度 (construct reliability, CR)、聚合效度 (average variance extracted, AVE)

通過整體適配度檢驗後, 透過檢測潛在變項之組成信度進行內在結構適配的評鑑, 懷舊意象 CFA 模式之內在結構適配結果如表 4-13 所示。

R^2 為測量模式指標之個別變項信度, 檢定 R^2 值能了解問項是否適合用來解釋其所屬之潛在構念, 因此 R^2 值越高, 表示該題項信度越高。依據 Jorgskog (1993) 與 Sorbom (1989) 提出的 R^2 值要大於 0.20 之標準, 由表 4-7 可看出個別項目的 R^2 值介於 0.20 至 0.49 之間略為偏低, 但 Bollen (1989) 曾指出, 個別項目只要 t 值大於 1.96 達到顯著, 則其 R^2 便可接受, 而本模式中之 t 值皆大於 1.96 達顯著水準, 因此其個別項目之 R^2 是可被接受的。

CR 值可以用來檢核視潛在構面信度, CR 值越高, 代表某一構面具有內部一致性。Bagozzi 與 Yi (1988) 建議潛在變項的組成信度在 0.6 以上為標準 (轉引自陳正昌等人, 2005)。而本研究場所依附之兩個構面潛在因素組成信度部分, 場所依賴之組成信度為 0.58, 場所認同之組成信度為 0.73, 皆達到學者建議之標準, 顯示內部結構適配的組成信度良好。

聚合效度為個別潛在變項之效度評鑑。AVE 越高，代表構面內的個別測量變項具有良好的聚合效度，或各構面與其組成問項間具有良好的聚合效度。(Hatcher, 1994) 建議潛在變項的聚合效度在 0.5 以上為標準，Hair 等人 (2006) 認為聚合效度的標準，為 t-value 要達到顯著，即模式具有聚合效度。而本研究場所依賴之聚合效度為 0.32，場所認同之聚合效度為 0.35，顯示場所依附構面內的個別測量項目具有聚合效度。

表 4-13 場所依附驗證性因素分析之構面組成信度與聚合效度摘要表

變數	問項	標準化 參數值	t-value	R ²	組成 信度	聚合 效度
場所依賴					0.58	0.32
a2	園區內的建築和展覽空間是我想來的主要原因	0.47	8.56	0.22		
a3	園區內的景觀讓我覺得最適合從事藝文參觀活動	0.70	11.95	0.49		
a4	園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因	0.49	8.81	0.24		
場所認同					0.73	0.35
b1	我非常認同園區內的舊建築藝文展覽空間	0.59	12.53	0.35		
b2	比起其他地方，園區內的藝文展覽活動讓我留下更深刻的印象	0.63	13.51	0.40		
b3	在體驗過園區內的藝文展覽活動後更讓我認識自己	0.45	9.18	0.20		
b4	我能與他人分享關於此地的藝文展覽且以此為榮	0.61	13.07	0.37		
b5	比起其他藝文空間，我願意花更多時間參觀閒置空間再利用的藝文空間	0.66	14.30	0.44		
b6	我對此地舊建築景觀與藝術文化結合的感受，比其他藝文空間還要深刻	0.67	14.50	0.45		

(2) 區別效度

區別效度 (discriminant validity) 主要在檢測潛在構面是否能夠區別，使用潛在變項配對相關信賴區間檢定法。此種檢定方法為將構面間之相關係數加減 1.96 個標準差，如果信賴區間值並未包含 1.00 的值，則表示這兩個構面是有區別的，如果信賴區間值包含 1.00，則表示兩個構面間在性質上有很大的重疊性，因此無法有所區別。場所依附 CFA 模式之潛在構面為場所依賴與場所認同，其區間效度估計表如表 4-14 所示。

表 4-14 場所依附測量模式區別效度檢定表

參數	相關係數	標準誤	信賴區間	區別效度
場所依賴 & 場所認同	0.62	0.05	0.52—0.72	支持

由表 4-14 可以看出，經計算場所依賴與場所認同兩個潛在構面之相關信賴區間介於 0.52 至 0.72 之間，並未包含有 1.00 的數值，因此可以看出此兩潛在變項具有區別效度。

此結果顯示本模式經過了前面一階 CFA 的潛在變項與觀察變項之篩選、修正後，所得出來的最終 CFA 模式是同時具有信度與效度之最佳模式，並以此模式進行本研究之假設檢定。

五、懷舊意象與場所依附之測量模式

(一) 懷舊意象與場所依附之驗證性因素分析模式

執行二階驗證性因素分析檢驗懷舊意象構面和場所依附構面之間的適配程度。驗證性因素分析所進行的分析包括基本模式適配度檢驗 (preliminary model-fit measures)、整體模式適配度之評鑑、模式的修正、模式內在結構適配度之檢測。

本研究共蒐集有效樣本 466 位，針對懷舊意象的認知性懷舊意象、情感性懷舊意象兩個構面與場所依附的場所依賴、場所認同兩個構面進行驗證，其中懷舊意象構面變數 a1 至 a2；場所依附構面變數 b1 至 b2。以二階驗證性因素分析檢驗各構面的適配程度，模式變項參數估計如表 4-15 所示，模式參數估計路徑圖如圖 4-3 所示。

表 4-15 懷舊意象與場所依附二階驗證性因素分析之模式參數估計表

變數	問項	標準化參數值	t-value	誤差變異數	標準誤
懷舊意象					
a1	認知性懷舊意象	0.63	11.57	0.60	0.03
a2	情感性懷舊意象	0.66	11.86	0.57	0.03
場所依附					
b1	場所依賴	0.45	8.06	0.80	0.03
b2	場所認同	0.67	10.23	0.56	0.04

*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ ，未達顯著者該題項刪除

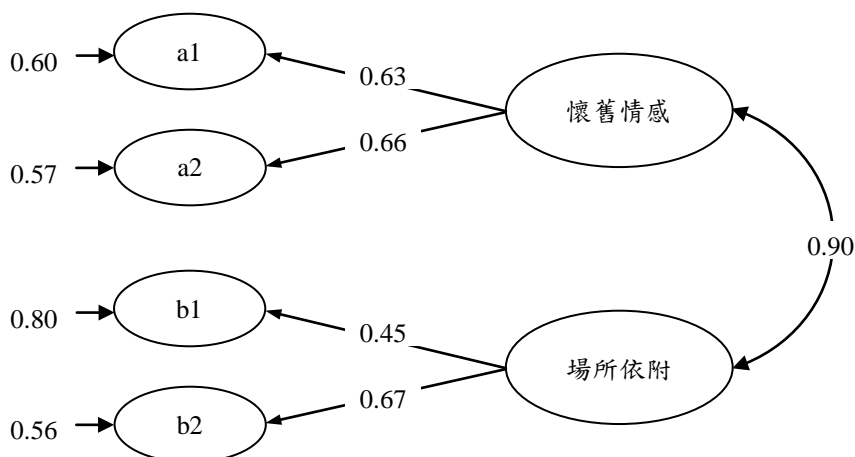


圖 4-3 懷舊意象與場所依附二階驗證性因素分析之模式參數估計路徑圖

1. 基本適配度檢驗

根據結果顯示標準化參數之 t 值均達顯著 ($p < 0.001$)；測量估計值之誤差變異數皆大於 0，無負的誤差變異存在，顯示其方向正確；標準誤介於 0.03 至 0.04 間，亦無過大的情形存在；標準化係數介於 0.45 至 0.67 間，均未大於 0.95 的標準，如表 4-16 所示。修正過之環境偏好矩陣驗證性因素分析模式並無發生違犯估計之情形。確定沒有產生違犯估計後，即可利用適配度衡量來評估模式的整體適配度。

表 4-16 基本模式適配指標 (preliminary model-fit measures)

評鑑指標名稱	理想的數值範圍	評鑑結果
誤差變異數	一定要大於 0	符合
標準化係數(因素負荷量)	介於 0.45~0.95，不要太趨近於 1.0	符合
標準化參數值的標準誤	不能太大	符合
標準化參數值的 t 值	t 值必須達顯著水準，t 值必須大於 1.96。	符合

2. 整體適配度檢驗

整體適配度主要是要考驗觀察資料與理論模式間的配合情形，也就是一致性程度，本研究根據 Hair 等人 (1998) 針對整體適配指標所建議之絕對適配指標、相對適配指標、簡效適配指標三方面評鑑標準進行檢察，修正後懷舊情感之整體模式適配指標參照表 4-17。

表 4-17 懷舊意象與場所依附測量模式適配指標估計摘要表

適配指標	假設模式	適配值	結果
絕對適配指標			
χ^2/df	3.33	介在 2.0~5.0	符合
良性適配指標 (GFI)	1.0	≥ 0.9	符合
近似誤差均方根 (RMSEA)	0.071	≤ 0.08	符合
標準化均方根殘差 (SRMR)	0.018	≤ 0.05	符合
相對適配指標			
非規範適配指標 (NNFI)	0.96	≥ 0.9	符合
比較適配指標 (CFI)	0.99	≥ 0.9	符合
簡效適配指標			
胡特的臨界數 (CN)	928.01	≥ 200	符合

(1) 絕對適配指標 (absolute fit indices)

絕對適配指標用以評估理論整體模式是否能夠預測共變數或相關矩陣的程度，也就是說，評鑑一個事前的模式能夠再製樣本資料的程度 (黃芳銘, 2003)。絕對適配指標包含 χ^2 與其值自由度的比值 (χ^2/df) 指標、良性適配指標 (GFI)、近似誤差均方根指標 (RMSEA)、標準化均方根殘差指標 (SRMR)。

a. χ^2 與其值自由度的比值 (χ^2/df)

本研究懷舊意象與場所依附二階 CFA 模式之 χ^2 與其值自由度的比值為 3.33，

介於 2.0~5.05 之間，達到可接受標準屬於良好的適配。

b. 良性適配指標 (goodness of fit index, GFI)

本研究懷舊意象與場所依附二階 CFA 模式之 GFI 值為 1.0，顯示模式在良性適配指標上屬於良好的適配。

c. 近似誤差均方根指標 (root mean square error of approximation, RMSEA)

本研究懷舊意象與場所依附二階 CFA 模式之 RMSEA 值為 0.071，在可接受的模式契合門檻之內。

d. 標準化均方根殘差指標 (standardized root mean square residual, SRMR)

本研究懷舊意象與場所依附二階 CFA 模式之 SRMR 值為 0.018，達到可接受的範圍。

(2) 相對適配指標 (incremental fit measure)

相對適配指標的目的是期望透過一個基線模式 (baseline model) 來與理論模式進行比較測量其適配改進比率的程度 (黃芳銘, 2003)。分別有非規範適配指標 (NNFI)、比較適配指標 (CFI)、調整良性適合指標 (AGFI)、對規範適配指標 (NFI)。

a. 非規範適配指標 (non-normed fit index, NNFI)

本研究懷舊意象與場所依附二階 CFA 模式之 NNFI 值為 0.96，接近 0.9 之門檻，顯示理論模式屬於良好適配。

b. 比較適配指標 (comparative fit index, CFI)

本研究懷舊意象與場所依附二階 CFA 模式之 CFI 值為 0.99，接近 0.9 之門檻，顯示理論模式屬於良好適配。

(3) 簡效適配指標 (parsimonious fit measures)

a. 胡特的臨界數 (Hoelter's critical N, CN)

本研究懷舊意象與場所依附二階 CFA 模式之 CN 值為 928.01，已達到 CN 值大於 200 的門檻標準。

整體而言，懷舊意象與場所依附 CFA 之整體適配指標之適配性均已達到接受範圍相當良好，因此懷舊意象與場所依附 CFA 之模式在整體適配指標上來看，屬於可被接受的良好模式。

3. 模式內在結構適配度 (fit of internal structure of model)

當模式通過了基本模式適配度及整體適配指標之評鑑後，接著將針對內在結構

適配指標進行評鑑，內在結構適配的評鑑可以包括測量模式的評鑑、結構模式的評鑑兩個方面，其指標為組成信度 (construct reliability, CR)、區別效度 (discriminant validity)、聚合效度 (average variance extracted, AVE)。

(1) 構念信度 (construct reliability, CR)、聚合效度 (average variance extracted, AVE)

通過整體適配度檢驗後，透過檢測潛在變項之組成信度進行內在結構適配的評鑑，懷舊意象與場所依附 CFA 模式之內在結構適配結果如表 4-18 所示。

R^2 為測量模式指標之個別變項信度，檢定 R^2 值能了解問項是否適合用來解釋其所屬之潛在構念，因此 R^2 值越高，表示該題項信度越高。依據 Jorgskog (1993) 與 Sorbom (1989) 提出的 R^2 值要大於 0.20 之標準，由表 4-7 可看出個別項目的 R^2 值介於 0.20 至 0.49 之間略為偏低，但 Bollen (1989) 曾指出，個別項目只要 t 值大於 1.96 達到顯著，則其 R^2 便可接受，而本模式中之 t 值皆大於 1.96 達顯著水準，因此其個別項目之 R^2 是可被接受的。

CR 值可以用來檢核視潛在構面信度，CR 值越高，代表某一構面具有內部一致性。Bagozzi 與 Yi (1988) 建議潛在變項的組成信度在 0.6 以上為標準 (轉引自陳正昌等人, 2005)。而本研究場所依附之兩個構面潛在因素組成信度部分，懷舊意象之組成信度為 0.59，場所依附之組成信度為 0.48，略為偏低於學者建議之標準，顯示內部結構適配具有組成信度。

聚合效度為個別潛在變項之效度評鑑。AVE 越高，代表構面內的個別測量變項具有良好的聚合效度，或各構面與其組成問項間具有良好的聚合效度。(Hatcher, 1994) 建議潛在變項的聚合效度在 0.5 以上為標準，Hair 等人 (2006) 認為聚合效度的標準，為 t-value 要達到顯著，即模式具有聚合效度。而本研究懷舊意象之聚合效度為 0.42，場所依附之聚合效度為 0.32，顯示懷舊意象與場所依附構面內的個別測量項目具有聚合效度。

表 4-18 懷舊意象與場所依附驗證性因素分析之構面組成信度與聚合效度摘要表

變數	問項	標準化 參數值	t-value	R^2	組成 信度	聚合 效度
懷舊意象					0.59	0.42
a2	認知性懷舊意象	0.63	11.57	0.40		
a4	情感性懷舊意象	0.66	11.86	0.44		
場所依附					0.48	0.32
b1	場所依賴	0.45	8.06	0.20		
b6	場所認同	0.67	10.23	0.45		

小結

運用驗證性因素分析驗證「懷舊意象」理論基礎架構下，其觀察變項與潛在變項的量表適配性，經過模式修正後，懷舊意象部分包含了認知性懷舊意象共 6 個問項與情感性懷舊意象共 7 個問項，詳見表 4-19 懷舊意象測量模式之問項表。

表 4-19 懷舊意象測量模式之問項表

變數	問項
認知性懷舊意象	
	此地傳統風格的建築展現過去年代的設計風格
	修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值
	此地舊時代的遺物如同是某個歷史時期的展現
	此地建築運用的材質具有傳統色彩
	拼磚脫落的牆壁、時間遺留的老舊汗痕呈現出歷史性意義
	本區保留的建築特色會讓我想到過去先民的智慧
情感性懷舊意象	
	感到幸福的
	感到熟悉的
	有所感動的
	感到嚮往的
	感性的
	有所期望的
	感到好奇的

運用驗證性因素分析驗證「場所依附」理論基礎架構下，其觀察變項與潛在變項的量表適配性，經過模式修正後，場所依附部分包含了場所依賴共 3 個問項與場所認同共 6 個問項，詳見表 4-20 場所依附測量模式之問項表。

表 4-20 場所依附測量模式之問項表

變數	問項
場所依賴	
	園區內的建築和展覽空間是我想來的主要原因
	園區內的景觀讓我覺得最適合從事藝文參觀活動
	園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因
場所認同	
	我非常認同園區內的舊建築藝文展覽空間
	比起其他地方，園區內的藝文展覽活動讓我留下更深刻的印象
	在體驗過園區內的藝文展覽活動後更能讓我認識自己
	我能與他人分享關於此地的藝文展覽且以此為榮
	比起其他藝文空間，我願意花更多時間參觀閒置空間再利用的藝文空間
	我對此地舊建築景觀與藝術文化結合的感受，比其他藝文空間還要深刻

第三節 假設檢定結果

一、假設一之檢定

本研究之假設一為不同社經背景屬性和藝文活動參與類型之遊客在懷舊意象上有顯著差異，以獨立樣本 T 檢定和單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 檢定假設一，自變項為遊客之社經背景屬性和藝文活動參與類型，社經背景屬性分別為性別、年齡、職業、月所得、家庭狀況、是否受過藝術相關訓練等六，藝文活動參與類型分別為偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀停留時間、參觀活動的次數、參觀的原因等五項；因變項為懷舊意象，分別有認知性懷舊意象和情感性懷舊意象兩個因素構面。

(一) 不同性別之遊客與懷舊意象之差異性

以獨立樣本 T 檢定 (t-test) 探討不同性別的遊客在懷舊意象上個別構面的差異性。

認知性懷舊意象之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=0.399, p=0.528 > 0.05$) 表示男女的離散情形並無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t 值。情感性懷舊意象之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=1.263, p=0.262 > 0.05$) 表示男女的離散情形並無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t 值。

分析結果顯示男女生對於認知性懷舊意象之平均數為 3.75 與 3.83， $t=1.656, p=0.098 > 0.05$ 未達顯著水準，表示不同性別之遊客對於認知性懷舊意象並沒有顯著的差異。男女生對於情感性懷舊意象之平均數為 3.37 與 3.54， $t=3.522, p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準，表示不同性別之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異，詳見表 4-21 遊客之性別與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-21 遊客之性別與懷舊意象構面之差異分析表

	男生		女生		p 值	t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
認知性懷舊意象	3.75	0.493	3.83	0.513	0.098	1.656
情感性懷舊意象	3.37	0.460	3.54	0.527	0.000	3.522

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(二) 不同藝術相關訓練之遊客與懷舊意象之差異性

以獨立樣本 T 檢定 (t-test) 探討是否受過藝術相關訓練的遊客在懷舊意象上個別構面的差異性。

認知性懷舊意象之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=0.093, p=0.760 > 0.05$) 表示是否受過藝術相關訓練的離散情形並

無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t 值。情感性懷舊意象之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=1.732, p=0.189 > 0.05$) 表示是否受過藝術相關訓練的離散情形並無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t 值。

分析結果顯示遊客是否受過藝術相關訓練對於認知性懷舊意象之平均數為 3.79 與 3.81, $t=0.556, p=0.572 > 0.05$ 未達顯著水準，表示是否受過藝術相關訓練之遊客對於認知性懷舊意象並沒有顯著的差異。遊客是否受過藝術相關訓練對於情感性懷舊意象之平均數為 3.46 與 3.49, $t=0.562, p=0.107 > 0.05$ 未達顯著水準，表示是否受過藝術相關訓練之遊客對於情感性懷舊意象沒有顯著的差異，詳見表 4-22 遊客之藝術相關訓練經驗與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-22 遊客之藝術相關訓練經驗與懷舊意象構面之差異分析表

	受過藝術相關訓練		沒有藝術相關訓練		p 值	t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
認知性懷舊意象	3.79	0.512	3.81	0.502	0.572	0.566
情感性懷舊意象	3.46	0.528	3.49	0.494	0.107	0.562

註：*表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(三) 不同年齡之遊客與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同年齡的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(4,461)}=0.638, p=0.572 > 0.05$ 未達顯著水準，表示不同年齡之遊客對於認知性懷舊意象並沒有顯著的差異。 $F_{(4,461)}=3.925, p=0.004 < 0.01$ 達顯著水準，表示不同年齡之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff' s 多重比較分析結果顯示，在懷舊意象中認知性懷舊意象構面並未發現遊客年齡兩群組間有顯著差異；而在情感性懷舊意象構面年齡 19 歲以下之遊客 ($M=3.67$) 則高於 30-39 歲之遊客 ($M=3.35$)，詳見表 4-23 遊客之年齡與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-23 遊客之年齡與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客各職業之平均數					F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	19 歲以下	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲			
認知性 懷舊意象	3.82	3.80	3.76	3.89	3.50	0.638	0.636	
情感性 懷舊意象	3.67	3.47	3.35	3.47	3.52	3.925	0.004	1 > 3**

註：*表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(四) 不同職業之遊客與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同職業的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(7,458)}=1.083$, $p=0.373 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同職業之遊客對於認知性懷舊意象並沒有顯著的差異。 $F_{(7,458)}=3.744$, $p=0.001$ 達顯著水準, 表示不同職業之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在懷舊意象中認知性懷舊意象構面並未發現遊客職業兩群組間有顯著差異; 而在情感性懷舊意象構面學生 ($M=3.59$) 則高於家管 ($M=3.06$), 詳見表 4-24 遊客之職業與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-24 遊客之職業與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客各職業之平均數							F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較	
	工	商	軍公 教	家管	自由 業	學生	服務 業				無
認知性 懷舊意象	3.68	3.77	3.87	3.55	3.91	3.84	3.75	3.88	1.083	0.373	
情感性 懷舊意象	3.28	3.40	3.54	3.06	3.46	3.59	3.39	3.54	3.744	0.001	6 > 4*

註: *表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(五) 遊客個人月所得與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討個人平均月所得不同的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(5,460)}=0.814$, $p=0.540 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同個人平均月所得之遊客對於認知性懷舊意象並沒有顯著的差異。 $F_{(5,460)}=3.400$, $p=0.005 < 0.01$ 達顯著水準, 表示不同個人平均月所得之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在懷舊意象中認知性懷舊意象構面並未發現遊客個人平均月所得兩群組間有顯著差異; 而在情感性懷舊意象構面個人平均月所得 20,000 以下的遊客 ($M=3.58$) 高於 20,001-40,000 的遊客 ($M=3.40$), 詳見表 4-25 遊客個人月所得與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-25 遊客個人月所得與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客個人月所得之平均數						F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	20,000 以下	20,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 80,000	80,001- 100,000	100,000 以上			
認知性 懷舊意象	3.82	3.81	3.73	3.75	4.08	3.92	0.814	0.540	
情感性 懷舊意象	3.58	3.40	3.40	3.42	3.14	3.50	3.400	0.005	1 > 2*

註: *表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(六) 遊客家庭狀況與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同家庭狀況的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(2,463)}=0.766$, $p=0.465 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同家庭狀況之遊客對於認知性懷舊意象並沒有顯著的差異。 $F_{(2,463)}=6.106$, $p=0.002 < 0.01$ 達顯著水準, 表示不同家庭狀況之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在懷舊意象中認知性懷舊意象構面並未發現遊客家庭狀況兩群組間有顯著差異; 而在情感性懷舊意象構面未婚的遊客 ($M=3.51$) 高於已婚有小孩的遊客 ($M=3.28$), 詳見表 4-26 遊客家庭狀況與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-26 遊客家庭狀況與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客家庭狀況之平均數			F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	未婚	已婚(無小孩)	已婚(有小孩)			
認知性 懷舊意象	3.81	3.92	3.75	0.766	0.465	
情感性 懷舊意象	3.51	3.46	3.28	6.106	0.002	1 > 3*

註: *表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(七) 遊客偏好的藝文展覽空間與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同藝文展覽空間偏好的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(4,461)}=2.200$, $p=0.068 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同藝文展覽空間偏好之遊客對於認知性懷舊意象並沒有顯著的差異。 $F_{(4,461)}=4.727$, $p=0.001$ 達顯著水準, 表示不同藝文展覽空間偏好之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在懷舊意象中認知性懷舊意象構面並未發現遊客藝文展覽空間偏好兩群組間有顯著差異; 而在情感性懷舊意象構面偏好閒置再利用空間的遊客 ($M=3.55$) 與偏好美術館的遊客 ($M=3.52$) 高於偏好博物館的遊客 ($M=3.31$), 詳見表 4-27 遊客偏好的藝文展覽空間與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-27 遊客偏好的藝文展覽空間與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客偏好的藝文展覽空間之平均數					F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	美術館	博物館	畫廊	閒置再利 用空間	其他			
認知性 懷舊意象	3.78	3.71	3.72	3.87	3.92	2.200	0.068	
情感性 懷舊意象	3.52	3.31	3.46	3.55	3.29	4.727	0.001	1 > 2* 4 > 2**

註: *表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(八) 遊客的藝文活動參與頻率與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討藝文活動參與頻率不同的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(6,459)}=4.730$ ， $p=0.000<0.001$ 達顯著水準，表示藝文活動參與頻率不同之遊客對於認知性懷舊意象有顯著的差異。 $F_{(6,459)}=5.872$ ， $p=0.000<0.001$ 達顯著水準，表示藝文活動參與頻率不同之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示，在懷舊意象中認知性懷舊意象構面參與頻率兩週一次的遊客 ($M=4.03$) 高於參與頻率半年一次的遊客 ($M=3.66$)，也高於不太參與的遊客 ($M=3.62$)；而在情感性懷舊意象構面參與頻率每週一次的遊客 ($M=3.80$)、參與頻率兩週一次的遊客 ($M=3.72$) 與參與頻率每月一次的遊客 ($M=3.53$) 高於不太參與的遊客 ($M=3.17$)，詳見表 4-28 遊客藝文活動參與頻率與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-28 遊客藝文活動參與頻率與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客藝文活動參與頻率之平均數							F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	每週 一次	兩週 一次	每月 一次	三個月 一次	半年 一次	每年 一次	不太 參與			
認知性 懷舊意象	4.07	4.03	3.81	3.87	3.66	3.76	3.62	4.730	0.000	2>5* 2>7*
情感性 懷舊意象	3.80	3.72	3.53	3.46	3.44	3.34	3.17	5.872	0.000	1>7** 2>7*** 3>7*

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(九) 遊客的參觀停留時間與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討參觀停留時間不同的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(4,461)}=2.751$ ， $p=0.028<0.05$ 達顯著水準，表示參觀停留時間不同之遊客對於認知性懷舊意象有顯著的差異。 $F_{(4,461)}=0.846$ ， $p=0.497>0.05$ 未達顯著水準，表示參觀停留時間不同之遊客對於情感性懷舊意象並沒有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示，在認知性懷舊意象構面停留時間 4 小時以上的遊客 ($M=4.24$) 高於停留時間 3-4 小時的遊客 ($M=3.72$)；而在懷舊意象中情感性懷舊意象構面並未發現遊客參觀停留時間兩群組間有顯著差異，詳見表 4-29 遊客參觀停留時間與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-29 遊客參觀停留時間與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客參觀停留時間之平均數					F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	1 小時 以內	1-2 小時	2-3 小時	3-4 小時	4 小時 以上			
認知性 懷舊意象	3.86	3.78	3.82	3.72	4.24	2.751	0.028	4 > 3*
情感性 懷舊意象	3.48	3.49	3.43	3.53	3.63	0.846	0.497	

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(十) 遊客的參觀活動次數與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討參觀活動次數不同的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(3,462)} = 3.435$, $p = 0.017 < 0.05$ 達顯著水準，表示參觀活動次數不同之遊客對於認知性懷舊意象有顯著的差異。 $F_{(3,462)} = 3.328$, $p = 0.020 < 0.05$ 達顯著水準，表示參觀活動次數不同之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示，在懷舊意象中認知性懷舊意象構面參與活動次數 5 次以上的遊客 ($M=3.93$) 高於參與活動次數 2-3 次的遊客 ($M=3.72$)；而在情感性懷舊意象構面參與活動次數 5 次以上的遊客 ($M=3.57$) 高於參與活動次數 2-3 次的遊客 ($M=3.39$)，詳見表 4-30 遊客參觀活動次數與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-30 遊客參觀活動次數與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客參觀活動次數之平均數				F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	1 次	2-3 次	4-5 次	5 次以上			
認知性 懷舊意象	3.83	3.72	3.80	3.93	3.435	0.017	4 > 2*
情感性 懷舊意象	3.51	3.39	3.54	3.57	3.328	0.020	4 > 2*

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(十一) 遊客參觀的原因與懷舊意象之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討參觀的原因不同的遊客在懷舊意象上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(3,462)} = 6.764$, $p = 0.000 < 0.001$ 達顯著水準，表示不同參觀的原因之遊客對於認知性懷舊意象有顯著的差異。 $F_{(3,462)} = 10.588$, $p = 0.000 < 0.001$ 達顯著水準，表示不同參觀的原因之遊客對於情感性懷舊意象有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示，在懷舊意象中認知性懷舊意象構面為了參

觀展覽活動內容的遊客(M=3.82)高於無特別原因是偶然來此參觀的遊客(M=3.64)，為了空間氣氛的遊客(M=3.97)高於為了服務設施設備的遊客(M=3.36)，也高於無特別原因是偶然來此參觀的遊客(M=3.64)；而在情感性懷舊意象構面為了參觀展覽活動內容的遊客(M=3.51)與為了空間氣氛的遊客(M=3.68)高於無特別原因是偶然來此參觀的遊客(M=3.22)，詳見表 4-31 遊客參觀的原因與懷舊意象構面之差異分析表。

表 4-31 遊客參觀的原因與懷舊意象構面之差異分析表

	遊客參觀的原因之平均數				F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	展覽活 動內容	服務設 施設備	空間氣氛	偶然來此			
認知性 懷舊意象	3.82	3.36	3.97	3.64	6.764	0.000	1>4* 3>2* 3>4**
情感性 懷舊意象	3.51	3.31	3.68	3.22	10.588	0.000	1>4*** 3>4***

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

小結

本研究之假設一「不同社經背景屬性和藝文活動參與頻率之遊客在懷舊意象上有顯著差異」，經過檢定分析結果顯示，詳見表 4-32 遊客特性與懷舊意象構面之差異分析結果表。

與認知性懷舊意象部分無顯著差異的遊客特性為性別、是否受過藝術相關訓練、年齡、職業、個人平均月所得、家庭狀況與偏好的藝文展覽空間；有顯著差異的遊客特性為藝文活動參與頻率、參觀停留時間、參觀活動次數與參觀原因。

與情感性懷舊意象部分無顯著差異的遊客特性為是否受過藝術相關訓練、參觀停留時間；有顯著差異的遊客特性為性別、年齡、職業、個人平均月所得、家庭狀況、偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀活動次數與參觀原因。

表 4-32 遊客特性與懷舊意象構面之差異分析結果表

	性別	藝術 相關 訓練	年齡	職業	月所 得	家庭 狀況	偏好 藝文 空間	參與 頻率	停留 時間	參觀 次數	參觀 原因
認知性 懷舊意象	無差異	無差異	無差異	無差異	無差異	無差異	無差異	有差異	有差異	有差異	有差異
情感性 懷舊意象	有差異	無差異	有差異	有差異	有差異	有差異	有差異	有差異	無差異	有差異	有差異

二、假設二之檢定

本研究之假設二為不同社經背景屬性和藝文活動參與類型之遊客在場所依附上有顯著差異，以獨立樣本 T 檢定和單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 檢定假設二，自變項為遊客之社經背景屬性和藝文活動參與類型，社經背景屬性分別為性別、年齡、職業、月所得、家庭狀況、是否受過藝術相關訓練等六，藝文活動參與類型分別為偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀停留時間、參觀活動的次數、參觀的原因等五項；因變項為場所依附，分別有場所依賴和場所認同兩個因素構面。

(一) 不同性別之遊客與場所依附之差異性

以獨立樣本 T 檢定 (t-test) 探討不同性別的遊客在場所依附上個別構面的差異性。

場所依賴之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=0.129, p=0.719 > 0.05$) 表示男女的離散情形並無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t 值。場所認同之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=0.038, p=0.845 > 0.05$) 表示男女的離散情形並無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t 值。

分析結果顯示男女生對於場所依賴之平均數為 3.80 與 3.88， $t=1.713, p=0.87 > 0.05$ 未達顯著水準，表示不同性別之遊客對於場所依賴並沒有顯著的差異。男女生對於場所認同之平均數為 3.51 與 3.62， $t=2.398, p=0.017 < 0.05$ 達顯著水準，表示不同性別之遊客對於場所認同有顯著的差異，詳見表 4-33 遊客之性別與場所依附構面之差異分析表。

表 4-33 遊客之性別與場所依附構面之差異分析表

	男生		女生		p 值	t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
場所依賴	3.80	0.505	3.88	0.526	0.87	1.713
場所認同	3.51	0.491	3.62	0.485	0.017	2.398

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(二) 不同藝術相關訓練之遊客與場所依附之差異性

以獨立樣本 T 檢定 (t-test) 探討是否受過藝術相關訓練的遊客在場所依附上個別構面的差異性。

場所依賴之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=0.319, p=0.572 > 0.05$) 表示是否受過藝術相關訓練的離散情形並無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t 值。場所認同之變異數同質性前題假設檢定 (Levene's test of homogeneity) 結果未達顯著 ($F=1.441, p=0.231 > 0.05$) 表示是否受過藝術相關訓練的離散情形並無顯著的差別，故選擇「假設變異數相等」之 t

值。

分析結果顯(表 4-31)遊客是否受過藝術相關訓練對於場所依賴之平均數為 3.90 與 3.82, $t=-1.615$, $p=0.107 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示是否受過藝術相關訓練之遊客對於場所依賴並沒有顯著的差異。遊客是否受過藝術相關訓練對於場所認同之平均數為 3.60 與 3.57, $t=-0.759$, $p=0.448 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示是否受過藝術相關訓練之遊客對於場所認同沒有顯著的差異, 詳見表 4-34 遊客之藝術相關訓練經驗與場所依附構面之差異分析表。

表 4-34 遊客之藝術相關訓練經驗與場所依附構面之差異分析表

	受過藝術相關訓練		沒有藝術相關訓練		p 值	t 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
場所依賴	3.90	0.523	3.82	0.515	0.107	-1.615
場所認同	3.60	0.474	3.57	0.502	0.448	-0.759

註：*表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(三) 不同年齡之遊客與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同年齡的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(4,461)}=1.033$, $p=0.390 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同年齡之遊客對於場所依賴並沒有顯著的差異。 $F_{(4,461)}=1.643$, $p=0.162 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同年齡之遊客對於場所認同並沒有顯著的差異, 詳見表 4-35 遊客之年齡與場所依附構面之差異分析表。

表 4-35 遊客之年齡與場所依附構面之差異分析表

	遊客各職業之平均數					F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	19 歲以下	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲			
場所依賴	3.87	3.87	3.86	3.68	3.56	1.033	0.390	
場所認同	3.69	3.58	3.51	3.47	3.61	1.643	0.162	

註：*表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(四) 不同職業之遊客與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同職業的遊客在場所依附個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(7,458)}=0.637$, $p=0.725 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同職業之遊客對於場所依賴並沒有顯著的差異。 $F_{(7,458)}=3.181$, $p=0.003 < 0.01$ 達顯著水準, 表示不同職業之遊客對於場所認同有顯著的差異, 詳見表 4-36 遊客之職業與場所依附構面之差異分析表。

表 4-36 遊客之職業與場所依附構面之差異分析表

	遊客各職業之平均數								F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	工	商	軍公 教	家管	自由 業	學生	服務 業	無			
場所依賴	3.85	3.81	3.80	3.57	3.96	3.88	3.85	3.75	0.637	0.725	
場所認同	3.49	3.47	3.68	3.07	3.68	3.66	3.53	3.54	3.181	0.003	

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(五) 遊客個人月所得與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討個人平均月所得不同的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(5,460)}=0.979$, $p=0.430 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同個人平均月所得之遊客對於場所依賴並沒有顯著的差異。 $F_{(5,460)}=1.568$, $p=0.168 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同個人平均月所得之遊客對於場所認同並沒有顯著的差異, 詳見表 4-37 遊客個人月所得與場所依附構面之差異分析表。

表 4-37 遊客個人月所得與場所依附構面之差異分析表

	遊客個人月所得之平均數						F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	20,000 以下	20,001- 40,000	40,001- 60,000	60,001- 80,000	80,001- 100,000	100,000 以上			
場所依賴	3.84	3.89	3.83	3.81	4.08	3.42	0.979	0.430	
場所認同	3.64	3.53	3.56	3.46	3.3	3.75	1.568	0.168	

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(六) 遊客家庭狀況與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同家庭狀況的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(2,463)}=1.017$, $p=0.362 > 0.05$ 未達顯著水準, 表示不同家庭狀況之遊客對於場所依賴並沒有顯著的差異。 $F_{(2,463)}=6.409$, $p=0.002 < 0.01$ 達顯著水準, 表示不同家庭狀況之遊客對於場所認同有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在場所依附中場所依賴構面並未發現遊客家庭狀況兩群組間有顯著差異; 而在場所認同構面未婚的遊客 ($M=3.61$) 高於已婚有小孩的遊客 ($M=3.39$), 詳見表 4-38 遊客家庭狀況與場所依附構面之差異分析表。

表 4-38 遊客家庭狀況與場所依附構面之差異分析表

	遊客家庭狀況之平均數			F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	未婚	已婚(無小孩)	已婚(有小孩)			
場所依賴	3.87	3.73	3.79	1.017	0.362	
場所認同	3.61	3.67	3.39	6.409	0.002	$1 > 3^*$

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(七) 遊客偏好的藝文展覽空間與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討不同藝文展覽空間偏好的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(4,461)}=5.259$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示不同藝文展覽空間偏好之遊客對於場所依賴有顯著的差異。 $F_{(4,461)}=10.216$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示不同藝文展覽空間偏好之遊客對於場所認同有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在場所依附中在場所依賴構面偏好閒置再利用空間的遊客 (M=3.94) 高於偏好博物館的遊客 (M=3.72), 也高於偏好畫廊的遊客 (M=3.59); 而在場所認同構面偏好閒置再利用空間的遊客 (M=3.71) 高於偏好博物館的遊客 (M=3.40), 也高於偏好畫廊的遊客 (M=3.33), 偏好美術館的遊客 (M=3.61) 高於偏好博物館的遊客 (M=3.40), 詳見表 4-39 遊客偏好的藝文展覽空間與場所依附構面之差異分析表。

表 4-39 遊客偏好的藝文展覽空間與場所依附構面之差異分析表

	遊客偏好的藝文展覽空間之平均數					F 值	p 值	Scheff 事後多重比較
	美術館	博物館	畫廊	閒置再利用空間	其他			
場所依賴	3.89	3.72	3.59	3.94	3.92	5.259	0.000	4 > 2** 4 > 3* 1 > 2*
場所認同	3.61	3.40	3.33	3.71	3.29	10.216	0.000	4 > 2*** 4 > 3**

註: *表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(八) 遊客的藝文活動參與頻率與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討藝文活動參與頻率不同的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(6,459)}=7.362$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示藝文活動參與頻率不同之遊客對於場所依賴有顯著的差異。 $F_{(6,459)}=10.576$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示藝文活動參與頻率不同之遊客對於場所認同有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在場所依附中場所依賴構面參與頻率每週一次的遊客 (M=4.13)、參與頻率兩週一次的遊客 (M=4.13)、參與頻率每月一次的遊客 (M=3.94) 與參與頻率三個月一次的遊客 (M=3.86) 高於不太參與的遊客 (M=3.51); 且參與頻率兩週一次的遊客 (M=4.13) 也高於參與頻率半年一次的遊客 (M=3.76) 與參與頻率每年一次的遊客 (M=3.70)。而在場所認同構面參與頻率每週一次的遊客 (M=4.06) 高於參與頻率三個月一次的遊客 (M=3.56)、參與頻率半年一次的遊客 (M=3.53)、參與頻率每年一次的遊客 (M=3.36) 與不太參與的遊客 (M=3.20); 參與頻率兩週一次的遊客 (M=3.80) 高於參與頻率每年一次的遊客

(M=3.36)，也高於不太參與的遊客(M=3.20)；參與頻率每月一次的遊客(M=3.68)高於參與頻率每年一次的遊客(M=3.36)，也高於不太參與的遊客(M=3.20)；參與頻率三個月一次的遊客(M=3.56)與參與頻率半年一次的遊客(M=3.53)高於不太參與的遊客(M=3.20)，詳見表 4-40 遊客藝文活動參與頻率與場所依附構面之差異分析表。

表 4-40 遊客藝文活動參與頻率與場所依附構面之差異分析表

	遊客藝文活動參與頻率之平均數							F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	每週 一次	兩週 一次	每月 一次	三個月 一次	半年 一次	每年 一次	不太 參與			
場所依賴	4.13	4.13	3.94	3.86	3.76	3.70	3.51	7.362	0.000	1>7* 2>5* 2>6* 2>7*** 3>7* 4>7* 1>4* 1>5* 1>6*** 1>7***
場所認同	4.06	3.80	3.68	3.56	3.53	3.36	3.20	10.576	0.000	2>6** 2>7*** 3>6* 3>7*** 4>7* 5>7*

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(九) 遊客的參觀停留時間與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討參觀停留時間不同的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(4,461)}=0.713$ ， $p=0.584 > 0.05$ 未達顯著水準，表示參觀停留時間不同之遊客對於場所依賴並沒有顯著的差異。 $F_{(4,461)}=1.471$ ， $p=0.210 > 0.05$ 未達顯著水準，表示參觀停留時間不同之遊客對於場所認同並沒有顯著的差異，詳見表 4-41 遊客參觀停留時間與場所依附構面之差異分析表。

表 4-41 遊客參觀停留時間與場所依附構面之差異分析表

	遊客參觀停留時間之平均數					F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	1 小時 以內	1-2 小時	2-3 小時	3-4 小時	4 小時 以上			
場所依賴	3.93	3.82	3.86	3.89	4.03	0.713	0.584	
場所認同	3.58	3.58	3.57	3.57	3.92	1.471	0.210	

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

(十) 遊客的參觀活動次數與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討參觀活動次數不同的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(3,462)}=6.758$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示參觀活動次數不同之遊客對於場所依賴有顯著的差異。 $F_{(3,462)}=6.187$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示參觀活動次數不同之遊客對於場所認同有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在場所依附中場所依賴構面參與活動次數 5 次以上的遊客 ($M=4.07$) 高於參與活動次數 1 次的遊客 ($M=3.79$), 也高於參與活動次數 2-3 次的遊客 ($M=3.79$); 而在場所認同構面參與活動次數 5 次以上的遊客 ($M=3.78$) 高於參與活動次數 1 次的遊客 ($M=3.58$)、參與活動次數 2-3 次的遊客 ($M=3.52$) 和參與活動次數 4-5 次的遊客 ($M=3.49$), 詳見表 4-42 遊客參觀活動次數與場所依附構面之差異分析表。

表 4-42 遊客參觀活動次數與場所依附構面之差異分析表

	遊客參觀活動次數之平均數				F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	1 次	2-3 次	4-5 次	5 次以上			
場所依賴	3.79	3.79	3.88	4.07	6.758	0.000	4 > 1* 4 > 2** 4 > 1*
場所認同	3.58	3.52	3.49	3.78	6.187	0.000	4 > 2** 4 > 3**

註：*表 $p \leq 0.05$, **表 $p \leq 0.01$, ***表 $p \leq 0.001$

(十一) 遊客參觀的原因與場所依附之差異性

以單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 探討參觀的原因不同的遊客在場所依附上個別構面上的差異性。

分析結果顯示 $F_{(3,462)}=6.080$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示不同參觀的原因之遊客對於場所依賴有顯著的差異。 $F_{(3,462)}=10.044$, $p=0.000 < 0.001$ 達顯著水準, 表示不同參觀的原因之遊客對於場所認同有顯著的差異。

經 Scheff's 多重比較分析結果顯示, 在場所依附中場所依賴構面為了參觀展覽活動內容的遊客 ($M=3.88$) 與為了空間氣氛的遊客 ($M=3.99$) 高於無特別原因是偶然來此參觀的遊客 ($M=3.68$); 而在場所認同構面為了參觀展覽活動內容的遊客 ($M=3.62$) 與為了空間氣氛的遊客 ($M=3.72$) 高於無特別原因是偶然來此參觀的遊客 ($M=3.32$), 詳見表 4-43 遊客參觀的原因與場所依附構面之差異分析表。

表 4-43 遊客參觀的原因與場所依附構面之差異分析表

	遊客參觀的原因之平均數				F 值	p 值	Scheff 事後多 重比較
	展覽活 動內容	服務設 施設備	空間氣氛	偶然來此			
場所依賴	3.88	3.43	3.99	3.68	6.080	0.000	1>4* 3>4*
場所認同	3.62	3.48	3.72	3.32	10.044	0.000	1>4*** 3>4***

註：*表 $p \leq 0.05$ ，**表 $p \leq 0.01$ ，***表 $p \leq 0.001$

小結

本研究之假設二「不同社經背景屬性和藝文活動參與頻率之遊客在場所依附上有顯著差異」，經過檢定分析結果顯示，詳見表 4-44 遊客特性與場所依附構面之差異分析結果表。

與場所依賴部分無顯著差異的遊客特性為性別、是否受過藝術相關訓練、年齡、職業、個人平均月所得、家庭狀況與參觀停留時間；有顯著差異的遊客特性為偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀活動次數與參觀原因。

與場所認同部分無顯著差異的遊客特性為是否受過藝術相關訓練、年齡、個人平均月所得、參觀停留時間；有顯著差異的遊客特性為性別、職業、家庭狀況、偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀活動次數與參觀原因。

表 4-44 遊客特性與場所依附構面之差異分析結果表

	性別	藝術 相關 訓練	年齡	職業	月所 得	家庭 狀況	偏好 藝文 空間	參與 頻率	停留 時間	參觀 次數	參觀 原因
場所依賴	無差異	無差異	無差異	無差異	無差異	無差異	有差異	有差異	無差異	有差異	有差異
場所認同	有差異	無差異	無差異	有差異	無差異	有差異	有差異	有差異	無差異	有差異	有差異

三、假設三之分析結果

本研究之假設三為「閒置空間之懷舊意象正向影響閒置再利用作為藝文活動之場所依附」，使用的統計方法為結構模式適配度分析。懷舊情懷分別為認知性懷舊意象與情感性懷舊意象兩個構面，場所依附分別為場所依賴與場所認同兩個構面。

依研究模式之驗證性因素分析結果，進行結構模式適配度評估，懷舊意象與場所依附結構模式參數之因素負荷量統計表如表 4-45 所示，結構模式參數估計路徑圖如圖 4-4 所示。根據結果分析可知懷舊意象顯著正向影響場所依附，而在懷舊意象部分在情感性懷舊意象（0.66）較為突顯；在場所依附部分在場所認同（0.67）較為突顯。

表 4-45 懷舊意象與場所依附結構模式參數之因素負荷量統計表

參數	相關係數	t-value	標準誤
懷舊意象&場所依附	0.90	6.92	0.13

表 4-46 懷舊意象與場所依附測量模式適配指標估計摘要表

適配指標	假設模式	適配值	結果
絕對適配指標			
χ^2/df	3.33	介在 2.0~5.0	符合
良性適配指標 (GFI)	1.0	≥ 0.9	符合
近似誤差均方根 (RMSEA)	0.071	≤ 0.08	符合
標準化均方根殘差 (SRMR)	0.018	≤ 0.05	符合
相對適配指標			
非規範適配指標 (NNFI)	0.96	≥ 0.9	符合
比較適配指標 (CFI)	0.99	≥ 0.9	符合
簡效適配指標			
胡特的臨界數 (CN)	928.01	≥ 200	符合

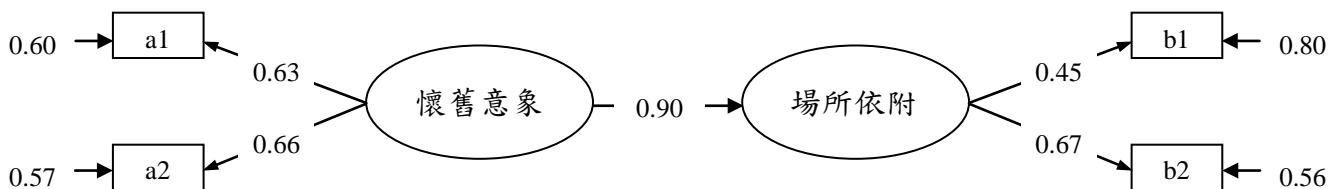


圖4-4 懷舊意象與場所依附結構模式參數估計路徑圖



第五章 結論與建議

本研究主要目的為探討參觀遊客社會經濟屬性、藝文活動參與程度之特性，以結構方程式來檢驗懷舊意象與場所依附之關係。本章依據實證結果提出總結論述，第一部分針對研究限制與研究分析結果進行說明，並進一步提出討論；第二部分依據研究結果提出對華山 1914 文化創意園區、閒置再利用空間議題的建議，以及後續研究方向。

第一節 結論與討論

依據本研究目的、研究範圍、研究限制、以及分析結果，本研究獲得以下結論：

一、受訪者社經屬性特性

本研究在受訪者遊客的抽樣上男、女生之受訪者人數以女生的比例較多，佔總樣本數的 61.8%（男 178 人、女 288 人）；而在年齡的抽樣結果是以 20-29 歲為主；學歷在大學以上；職業多是學生、從事服務業、商業人員；收入多以 2 萬元以下和 2 萬至 4 萬為主；且大多數的受訪者居住在北部地區；家庭狀況是以單身居多；而這些遊客受訪者於受過藝術相關訓練上比例差距不大（受過藝術相關訓練者 200 人、無受過藝術相關訓練者 266 人）。

（一）性別

閒置再利用作為藝文活動使用的空間，以華山文化創意園區為主要研究基地，從社經屬性結果可以得知接受此轉化使用的參觀者以北部地區之 20-29 歲單身女性大學生所佔比例為高。此研究結果符合賴晨嘉（2011）在台北藝文活動參與者之特質、動機與活動參與之有關研究中分析結果，藝文活動參與者在個人特性方面以 24-29 歲之女性學生族群為多，月所得收入以 22,999 以下為多，在藝術學習背景方面以沒有藝術背景族群為多。

從研究結果發現華山 1914 文化創意園區的參觀使用者以女性較多，顯示了現地的空間與活動以女生的參與程度較高，驗證了 Bihagen 和 Katz-Gerro（2000）所提出的性別在藝文活動參與上的差異性，女生在藝文活動的參與上較男生來的主動，且與賴晨家（2011）的研究結果藝文活動的參與者女生比例較男生來的多相同。

而在懷舊意象的探討上，華山 1914 文創園區的參觀使用者在女生的部分較男生來得更容易引發懷舊的認知與情感，驗證了 Csikszentmihalyi 與 Rochberg-Halton（1981）指出引發懷舊情緒的內容，顯示女性比男性、孩童更容易珍惜物品，以作為回憶的來源。女性對視覺物品較感興趣，例如照片、藝術品、紡織品、器皿等。但普遍的學者認為性別其實與懷舊沒有影響（Rudmin, 1991; Holak & Havlena, 1991）。

(二) 年齡

從研究結果發現華山 1914 文化創意園區的參觀使用者以 20-29 歲者較多，顯示了現地的空間與活動以年輕人的參與程度較高，此結果與賴晨嘉（2011）提出的研究結果相符，其指出女性在參與動機的程度上有所差異，在年齡的部份，29 歲以下之年輕族群在參與動機的傾向上，比 30 歲以上之族群高。而 Silva（2006）在其研究中使用了性別、年齡、種族等變數，去測試樣本對七種藝術類型的愛好，研究發現喜歡表演藝術、靜物寫生、肖像畫、現代藝術的族群多為年輕的女性（轉引自賴晨嘉，2011），其藝文類型與華山 1914 文創園區近年來的藝文活動展演類型相符。

此外，其他影響年齡比例的因素為華山 1914 文創園區的地理位置周邊有光華商場等等年輕人聚集的商業行為等場所，也會影響來往園區的參觀使用者年齡層面。以及問卷發放填寫意願較高者以年輕人為主，雖就現場的狀況比例而言，確實是以年輕族群較多，但年長者填寫意願較低，也會影響年齡的結果分佈數據。

而在懷舊意象的探討上，華山 1914 文創園區的參觀使用者在年齡上有所差異，年輕人較 30 歲以上者來得更容易引發懷舊的認知與情感，此結果與 Holbrook（1993）與 Holbrook 及 Schindler（1994）提出的看法相符，其主張人們在不同的年齡會有不同的懷舊傾向，懷舊不單只與資深國民有關，一些年青人對懷舊也具有正面的看法。此外，國內學者曾光華等人（2004）則認為 30 歲為分界的兩個族群所認為的懷舊情感不盡相同，顯示出年長者不一定比年輕人較易產生懷舊意象。

(三) 教育程度

從研究結果得知華山的參與者之教育程度以大學院校佔的比例為主，與 Richards（1999, 2002）的說法相符，其提到年輕族群和高教育程度的人常視參觀畫廊為一種休閒體驗，其主要動機為尋找放鬆和娛樂。但不同類型的訪客在參與的程度和具備的相關知識上會有所差異，參與的動機也不盡相同，部分族群可能是為了享樂和學習的動機，也有一部分人純粹只是為了消磨時間。Dimaggio 和 Useem（1978）提出教育程度提供認識文化的機會，並強調藝術體驗，且教育是構成社會階級的一個來源，因此教育也是造成社會階級在藝術參與上的差異原因之一（轉引自賴晨家，2011）。

研究者認為年齡與教育對於藝文活動參與程度，其可從我國教育課程的角度去探討，依據國民教育法提出之養成德、智、體、群、美五育均衡發展之健全國民為宗旨，可看出美育是國民教育中所重視的一環，且近年來藝文活動的發展開始多元化以及普及化，因此年輕族群對於藝術文化的認知與藝文活動的接觸頻率會高於年長族群，對於藝文活動的需求和參與程度也會受到影響。

(四) 家庭狀況

家庭狀況、婚姻狀況對於參與者的參與程度會有所差異，在華山文創園區參觀者為未婚的分佈佔了絕大多數，過去有學者指出對於已婚者而言，其家人是他們參與文化活動的考量前提，工作層面、家庭責任與照顧倫理分割了時間與自主性的分配，因此降低了參與藝文活動的意願。

(五) 是否受過藝術相關訓練

從研究結果發現華山 1914 文化創意園區的參觀使用者以無受過藝術相關訓練者較多，與賴晨家（2011）的參觀使用者受過的藝術相關訓練比例研究結果相符，顯示出國人對於藝文參與的頻率是有一定程度的，和近年來國人的受教育程度普遍提高有所關聯，且學者提出受到性別、年齡、教育程度的影響，對於藝文活動的參與程度會有所差異。

在華山文化創意園區的參觀者是否受過藝術相關訓練，其對於閒置空間的記憶延伸與新機能的轉化上，與懷舊意象和場所依附其實並無明顯的差異，表示華山產業閒置空間經過再利用方式的轉化後，為普遍大眾所接受與認同並且願意參與其中，並非只提供給受過專業相關訓練的人所使用。

二、藝文活動參與類型

在受訪者遊客抽樣中，對於偏好的藝文活動類型以視覺藝術類為主，其次偏好是音樂類；參觀過的藝文活動類型以視覺藝術類為最多，其次是音樂類；偏好的藝文展覽空間以閒置再利用空間為最多；而參觀過的藝文空間以閒置再利用空間佔最多數，其次是博物館；認為對於藝文空間的需求條件以展場空間氛圍為最重要，其次需求條件是展覽動線規劃；而藝文活動的參與頻率以每月參與一次以上佔最多數，其次是三個月參與一次。

對於受訪者遊客抽樣中，以現次參觀的經驗而言，參觀的停留時間以停留 1-2 小時為主，其次是停留 2-3 小時；會來華山文化創意園區參觀是因為透過傳媒宣傳得到資訊，其次是經由親戚或家人介紹而來；而參觀的同行對象多以同學或朋友為主；受訪者到華山文化創意園區參觀藝文活動的次數以 2-3 次為最多；到華山文化創意園區參觀的原因是以展覽活動內容為主要原因；認為華山文化創意園區作為藝文活動空間目前還缺乏的條件以展場動線規劃佔多數，其次是對於服務導覽人員的需求。

（一）偏好的藝文空間

非制式展演空間為閒置空間的再利用，其記憶的延伸與新機能的認同拉近了空間與參觀者的距離，對於此地產生一種歸屬感，相較於一般制式展演空間而言，空間與人的關係較為薄弱，與空間並沒有對話只著重於對藝文作品的關注，因此可以從分析結果得知，參觀者在藝文空間的類型上偏好為閒置再利用空間，比起嚴肅、制式的美術館和博物館，非制式的閒置空間更具有印象與參觀者更為親近。

（二）藝文空間的需求條件

閒置再利用空間其原始機能並非做為藝文活動展演使用，從分析結果得知，參與者對於藝文空間的需求最重視的是展場的空間氛圍以及展覽動線規劃，而對於華山文化創意園區認為目前所欠缺或不足的部分則是展覽動線規劃與服務導覽人員，可以看出非制式的展演空間需要改善的部分為軟體面的不足和規劃管理，可做為後續發展的方向。

對於分析結果與現地勘查而言，研究者認為就華山現地作為藝文使用的條件，展場的空間氛圍較制式展演空間對於參與者有更多的互動性，在空間清潔度上也有一定的維護程度。但是在設備軟體面而言，視聽設備、空調設備較無法像制式展演空間因應滿足參與者的需求；且華山屬於開放式園區並沒有特定的出入口，因此對於展覽動線規劃的完善程度也有待加強；另外，服務導覽設施設置不顯眼，以及指引性功能稍嫌不佳，服務導覽人員的部分較為缺乏，服務中心的設置無法達到參觀者的需求。

三、懷舊意象

（一）認知性懷舊意象

1. 藝文活動參與頻率不同之遊客對於認知性懷舊意象，兩週參與一次顯著高於半年參與一次、不太參與。
2. 參觀停留時間不同之遊客對於認知性懷舊意象，停留 4 小時以上顯著高於停留 3-4 小時。
3. 參觀活動次數不同之遊客對於認知性懷舊意象，參觀 5 次以上顯著高於參觀 2-3 次。
4. 選擇參觀的原因不同其認知性懷舊意象，為了空間氣氛顯著高於為了服務設施設備與無特別原因是偶然來此的遊客。

從研究結果得知，與認知性懷舊意象無顯著差異的遊客特性是性別、是否受過藝術相關訓練、年齡、職業、個人平均月所得、家庭狀況與偏好的藝文展覽空間；有顯著差異的遊客特性是藝文活動參與頻率、參觀停留時間、參觀活動次數與參觀原因。

在認知性懷舊意象的問項部分，獲得參觀者同意程度最高的是「修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值」，華山文創園區未再利用為藝文活動使用前是產業運作空間，早期的酒廠、糖廠、菸廠或鐵道倉庫等建築的目的以機能為主要考量，但巨大的建築量體間所圍塑出的產業空間環境與獨有的建築形式，從外觀的建築立面、屋頂型式、酒廠建築中特有的煙囪到室內空間中的門、窗、柱設計都具有美學與歷史痕跡的價值（陳欽河，2002）。以維護保存來延續空間的記憶獲得參與者的認同，像是拼磚脫落的建物與植物環繞共構的時間感、鍋爐室保存下來的產業遺物、對應產業製作過程所需要的空間，後續研就可以更深入探討引發參觀者懷舊意象的因素，像是華山的空間配置、建築結構的發展、運用的材料、建築語彙等等。

（二）情感性懷舊意象

1. 不同性別之遊客對於情感性懷舊意象，女生顯著高於男生。
2. 不同年齡之遊客對於情感性懷舊意象，19 歲以下的遊客顯著高於 30-39 歲之遊客。
3. 不同職業之遊客對於情感性懷舊意象，學生顯著高於家管。
4. 個人平均月所得不同之遊客對於情感性懷舊意象，20,000 以下顯著高於 20,001-40,000。
5. 不同家庭狀況之遊客對於情感性懷舊意象，未婚者顯著高於已婚有小孩者。
6. 偏好的藝文展覽空間不同對於情感性懷舊意象，偏好閒置再利用空間、美術館顯著高於偏好博物館。
7. 藝文活動參與頻率不同之遊客對於情感性懷舊意象，每週參與一次、兩週參與一次、每月參與一次顯著高於不太參與。
8. 參觀活動次數不同之遊客對於情感性懷舊意象，參觀 5 次以上顯著高於參觀 2-3 次。
9. 選擇參觀的原因不同其情感性懷舊意象，為了參觀展覽活動內容跟空間氣氛顯著高於無特別原因是偶然來此的遊客。

從研究結果得知，與情感性懷舊意象無顯著差異的遊客特性為是否受過藝術相關訓練、參觀停留時間；有顯著差異的遊客特性是性別、年齡、職業、個人平均月所得、家庭狀況、偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀活動次數與參觀原因。

根據研究分析結果顯示，不同遊客特性下影響懷舊意象之情感性懷舊意象構面高於認知性懷舊意象構面。因此，研究結果與前人提出的觀光與個人特性因子會影響懷舊意象的結果相呼應（Goulding, 2001；程柏舒，2006）。

從文獻回顧得知懷舊的產生必須具有真實性歷史意義，經由遺跡的保存與體驗獲得懷舊的認知與情感，而閒置再利用空間雖保存了舊建築，但是新機能的引入轉化了過往的時間與空間，不同於襲產觀光所體驗到的懷舊意象，因此本研究探討經過機能轉化的閒置再利用空間，遊客是否能感受到懷舊體驗。

在情感性懷舊意象部分，獲得參觀者同意程度最高的是「感到休閒的」、「感到輕鬆的」，參與者以年輕女性為主，呼應了學者提出的說法，對於懷舊是一種正面的看法，對應於年長者的懷舊是一種經歷過當代的個人記憶回憶的產生，年輕人的懷舊是經由想像與認知的體驗，而在華山文創園區，其空間機能已經顛覆過去的使用，參觀者以一種漫步、參觀的感受從建築空間的角落、片段的去體會，不同於年長者的深刻記憶，因此兩者之間的懷舊情感不同，後續研究可以針對年輕參觀者族群應該做的經營管理規劃以及如何吸引年長參觀者族群的探討。

四、不同遊客特性其場所依附有顯著差異

(一) 場所依賴

1. 偏好的藝文展覽空間不同對於場所依賴，偏好閒置再利用空間顯著高於偏好博物館跟畫廊。
2. 藝文活動參與頻率不同之遊客對於場所依賴，兩週參與一次顯著高於半年參與一次、一年參與一次跟不太參與。
3. 參觀活動次數不同之遊客對於場所依賴，參觀5次以上顯著高於參觀1次跟2-3次。
4. 選擇參觀的原因不同其場所依賴，為了空間氣氛顯著高於為了服務設施設備跟無特別原因是偶然來此的遊客。

從研究結果得知，與場所依賴無顯著差異的遊客特性為性別、是否受過藝術相關訓練、年齡、職業、個人平均月所得、家庭狀況、參觀停留時間；有顯著差異的遊客特性是偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀活動次數與參觀原因。

在場所依賴部分，獲得參觀者同意程度最高的是「園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因」，根據學者指出場所依賴可以檢測環境是否合乎目的和活動，因此在新機能的引入上，華山的藝文活動發展是合乎參觀者的需求，但參觀者多以年輕族群為主，因此可以判斷華山目前的藝文活動類型是為年輕族群參觀者所接受與認同的，後續研究可以針對藝文活動類型的分類與參觀者族群的喜好做為經營管理在接洽藝術創作者選擇時的參考。

(二) 場所認同

1. 不同性別之遊客對於場所認同，女生顯著高於男生。
2. 不同職業之遊客對於場所認同，軍公教、自由業顯著高於家管。
3. 不同家庭狀況之遊客對於場所認同，未婚者顯著高於已婚有小孩者。
4. 偏好的藝文展覽空間不同對於場所認同，偏好閒置再利用空間顯著高於偏好博物館跟畫廊。
5. 藝文活動參與頻率不同之遊客對於場所依賴，每週參與一次顯著高於三個月參與

一次、半年參與一次、一年參與一次跟不太參與。

6. 參觀活動次數不同之遊客對於場所認同，參觀 5 次以上顯著高於參觀 1 次、2-3 次跟 4-5 次。
7. 選擇參觀的原因不同其場所認同，為了空間氣氛顯著高於為了服務設施設備跟無特別原因是偶然來此的遊客。

從研究結果得知，與場所認同無顯著差異的遊客特性為是否受過藝術相關訓練、年齡、個人平均月所得、參觀停留時間；有顯著差異的遊客特性是性別、職業、家庭狀況、偏好的藝文展覽空間、藝文活動參與頻率、參觀活動次數與參觀原因。

根據研究分析結果顯示，華山經過閒置空間再利用後，引入新的機能，不同於過往的傳統產業運作，對於新轉變的華山 1914 文創園區，以參觀藝文活動為主的遊客，確實通過場所依賴與場所認同產生場所依附感，可以說明閒置空間經過再利用轉為藝文活動場所達到遊客的需求目的與活動滿意度，進而經過一段時間的接觸與體驗，滿足特定目的後產生情感上的認同，呼應了前人提出場所依附包含了場所依賴與場所認同兩個構面的驗證，且場所依賴會影響場所認同，不同遊客特性下影響場所依附之場所認同構面高於場所依賴構面。

在場所依附部分，使用者的社經背景、從事的活動與頻率及環境屬性會影響地方依附的形成與程度上的差異。而遊憩活動的涉入與地方依附間的關係也被證實有所關聯 (Bricker & Kerstetter, 2000; Kyle et al., 2004) 活動的選擇、停留時間的長短、重遊意願和場所依附感相關 (Willams, Patterson, Roggenbuck & Waston, 1992; 歐陽慧真, 2002; 鍾士佳, 2005)。從分析結果得知，場所依附確實會受到性別、職業、家庭狀況以及個人藝文活動參與頻率部分的偏好、活動頻率參與程度、參觀次數與原因而影響。

在場所認同部分，獲得參觀者同意程度最高的是「比起其他藝文空間，我願意花更多時間參觀閒置空間再利用的藝文空間」，跟一般展演空間相比，閒置再利用為藝文活動使用的非制式展演空間，空間的記憶延伸與氛圍讓參觀者更易產生對此地的認同感，以辨識出此類型的空間與其他空間的不同，後續的研究可以針對讓參觀者產生場所認同的因素分類之探討。

五、懷舊意象與場所依附之關係

(一) 懷舊意象

透過驗證性因素分析修正懷舊意象之模式，在認知性懷舊意象部分刪除了「無法感受此地產業的興衰變遷」與「此地的黑白照片與歷史介紹帶領我重返過去的產業時光」兩個題項，從分析結果得知，華山 1914 文化創意園區其產業變遷的興衰變遷因為廠房內的機器與物件保留有限，因此較無法深刻感受到其變遷過程；而黑白照片與歷史介紹無法讓使用者產生認同的原因為目前園區內有關華山過往歷史介紹的相關資訊以及告示牌指標較少，雖然服務中心內有相關導覽人員，但是華山園區屬於開放式出入口，並無明顯之動線規劃，因此使用者對於照片與歷史介紹的認同成度較低。綜合上述說明，此兩個題項無法與其他題項共同解釋認知性懷舊意象。在情感性懷舊意象部分刪除了「感到懷念的」、「感到親切的」、「感到休閒的」、「感到輕鬆的」、「歷史的」和「感到有趣的」六個題項，從分析結果得知，此六個題項無法與其他題項共同解釋情感性懷舊意象。

(二) 場所依附

透過驗證性因素分析修正場所依附之模式，在場所依賴部分刪除了「園區內的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識此地」與「來此處參觀藝文展覽活動讓我覺得不值得」兩個題項，從分析結果得知，場所依賴是為功能性依附，可確認區內的活動是否達到使用者的需求與目的，因此可以看出華山園區內的導覽設施與人員數量與品質無法滿足使用者的需求；而參觀藝文展覽活動讓使用者覺得不值得的原因包含展場動線、導覽人員、空間清潔度與空調設備。綜合上述說明，此兩個題項無法與其他題項共同解釋場所依賴。

透過結構方程式之分析顯示，遊客對於華山 1914 文化創意園區的懷舊意象會正向影響場所依附，透過對於華山歷史空間的氛圍的認知以及所產生的情緒會影響遊客對於華山 1914 文化創意園區的藝文活動的參觀需求，以及認同華山再利用作為藝文空間使用，並區分出其空間特色與一般展演空間的差別。

而華山 1914 文化創意園區的懷舊意象部分在情感性懷舊意象上較認知性懷舊意象來得明顯，在場所依附部分是在場所認同上較場所依賴來得明顯。因此，可以發現於閒置再利用作為藝文使用的空間，遊客所受到的心理層面因素影響較認知與功能層面因素來得明顯，其結果表示華山作為閒置再利用空間，其有達到產業空間的記憶延伸並與藝文活動機能的引入相互結合，成為具代表性意義的閒置空間再利用的案例。

第二節 建議與貢獻

一、學術研究上之建議

(一) 閒置再利用空間之測量量表建議

在國內外文獻部分針對閒置再利用空間的懷舊意象測量量表並無完整性架構，本研究主要參考襲產觀光領域的量表測量與分類類型，探討懷舊的認知與反應、懷舊的情感與情緒，以劉沛瑜（2007）、王維靖（2008）、戴有德（2010）等人之懷舊情感量表為依據發展本研究測量之量表，然在閒置空間再利用領域之適用性上，此為量表仍有待進一步發展之處，建議後續研究可以針對懷舊意象與場所依附構面下的因素分析進行更深入的探討，萃取出閒置再利用空間的架構。

(二) 記憶延伸探討之方向建議

從文獻回顧得知，國內目前的閒置空間再利用相關研究多以經營管理層面以及個案研究為主，但閒置空間被保留下來最主要因素為其歷史性意義與空間記憶的延伸使用，因此，建議後續的研究可以更深入探討使用者角度的省思。

華山 1914 文化創意園區過去有許多文獻從經營管理角度的論文研究，而本研究雖試圖找出空間的記憶延伸與藝文活動機能的接軌是被參觀使用者所認可的，探討參觀使用者對於舊空間的認知與情感以及新活動的需求跟認同，雖然本研究以回顧過往相關領域研究，參考襲產觀光領域的測量量表做為研究發展依據，但是其性質與閒置再利用空間不同，建議後續研究可以運用質性研究，利用半結構式問卷對現地遊客進行訪談，以便收集更適合閒置再利用空間之懷舊意象問項內涵，進一步發展適用於閒置再利用空間的記憶延伸與新機能的結合。

本研究僅以原為產業閒置空間的華山 1914 文化創意園區為例，參觀使用者的特性與參與行為不見得合適於其他閒置再利用空間類型的運用，建議後續研究可以從更多不同的閒置空間類型去探討其懷舊意象與場所依附是否為最佳的再利用方式，而參觀使用者的意見也可供政府政策與經營者管理思考其發展的定位與規劃。

二、規劃設計上之建議

一個城市不能摧毀所有的老建築，也不能保存所有的老建築；前者會斬斷一個地方的歷史，產生歷史的斷層；後者會阻礙進步的需要，與現代脫離了關係（建築師，1995；轉引自邱銘珠，2003）

後續研究可以針對引發參觀者懷舊意象的因素，像是華山的空間配置、建築結構的發展、運用的材料、建築語彙等等，探討如何於再利用過程，將懷舊意象之重要性元素融入整個園區景觀設計，在建物維護修繕上或者是目前華山計劃的新建築空間等等，納入參觀者的感受，從閒置空間再利用的空間定位去著手思考如何延續

舊空間的記憶，而不淪為商業利益錯置下，偏離了閒置空間再利用概念。

三、經營管理與行銷上之建議

華山 1914 文創園區過去未成為產業園區前，已有不少相關經營管理的文獻研究，但華山做為文創政策的旗艦基地，其未來的發展走向仍有許多經營面與政策面上的議題值得探討。但是在此之前應該要先從使用者的角度去思考這樣的變動，將華山定位為藝術文化與休憩的結合空間，可以帶動人群使用這個曾經被閒置的地點，但是必須釐清「新生」與「再生」之間的差異，大量商業行為的引入，未來大型開發的硬體建築空間設備，會讓空間所保存的記憶延伸氛圍受到影響，是必須評估的方向。

而目前華山 1914 文化創意園區之參觀使用者以 20-29 歲之單身年輕女性為主，因此在展演的部分，經營管理策略可以探討年輕族群對於藝文活動以及空間記憶的偏好跟定位，去做後續的展演活動類型的接洽與傳媒宣傳、行銷廣告的設計。除了探討維持年輕族群的穩定參與外，後續研究可以針對原先族群外的參觀者其參與動機、參與偏好，增加不同類型的參觀者進入園區使用。



參考文獻

一、中文部分

1. 王素峰，(1995)，一九四五年~一九九五年台灣現代美術生態，台北：台北市立美術館。
2. 王惠君，(2000)，各縣市可成為藝文資源之公有閒置空間土地初步調查與評估報告，台北：行政院文建會。
3. 王婉如，(2001)，英國薄物館與畫廊介紹—舊空間再利用的博物館，台中：國立臺灣美術館。
4. 王瑞珠，(1992)，國外歷史環境的保護和規劃，台北：淑馨。
5. 王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯，Neuman, W. L. 著，(2002)，當代社會研究法—質化與量化途徑，台北：學富文化事業有限公司。
6. 王麗卿、何明泉，(2001)，公有閒置空間的文化再生—藝文展演空間企劃與經營管理之研究，研討會論文，內政部建築研究所中華民國建築學會，第五屆建築生產及管理技術研討會，台中。
7. 王維靖，(2008)，重新檢視一般旅遊決策模式—以襲產觀光遊客為例，碩士論文，逢甲大學土地管理學系碩士班，台中。
8. 王若文，(2006)，懷舊餐廳服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究，碩士論文，南台科技大學行銷與流通管理系，台南。
9. 丘如華，(2000)，浴火鳳凰—對921震災文化資產重建之建言，台北：空間雜誌。
10. 古宜靈，(2000)，都市藝文活動參與選擇行為之研究，碩士論文，國立台北大學都市計劃研究所，台北。
11. 甘蘭，(2009)，以懷舊情境探討文化創意產業之體驗行銷，碩士論文，銘傳大學設計管理研究所，桃園。
12. 行政院文化建設委員會，(2004)，舊建築再利用法令程序探討，台中：逢甲大學。
13. 行政院文化建設委員會，(2001)，藝術、進駐、經營管理—建構藝文發展契機與閒置空間之關係研討座談會實錄，台北：行政院文化建設委員會藝術村籌備處。
14. 行政院文化建設委員會，(2003)，文化空間創意再造—閒置空間再利用國外案例彙編，台北：行政院文化建設委員會。
15. 行政院文化建設委員會，下載日期：2011/10/24，取自：
<http://www.cca.gov.tw/main.do?method=find&checkIn=1>
16. 台灣光華雜誌，(2003)，從廢墟中望見未來——閒置空間再利用，下載日期：2011/10/24，取自：
<http://www.sinorama.com.tw/print.php?id=%20200399209006C.TXT&table=0>
17. 李斌，謝瑋莉，謝旻儒，(2009)，應用模糊分析層級程序法於閒置空間再利用為文化園區之經營成功關鍵因素分析，文化事業與管理研究，3，45-63。
18. 李英弘、林朝欽，(1997)，地方情感概念在戶外遊憩研究上之探討，休閒遊憩觀光研究成果研討會：休閒遊憩行為，282-294。

19. 李海青, (2006), 臺灣地區休閒潛水環境屬性與地方依附關係之研究, 碩士論文, 銘傳大學觀光研究所在職專班, 台北。
20. 吳宗瓊, (2000), 宜蘭縣國際童玩藝術節觀光經濟影響評估研究調查, 台北: 世新大學觀光學系。
21. 何杰, (2009), 物換星移: 三個世代的懷舊模式語彙探討, 碩士論文, 逢甲大學景觀與遊憩研究所, 台中。
22. 林平勺, (2003), 傳統產業變革對製造科技教學的啟示, 生活科技教育月刊, 36(4), 44-51。
23. 林宗賢, (2008), 檢視場所依戀在遊客溫泉旅遊度假區忠誠度的角色—以谷關為例, 戶外遊憩研究, 21(3), 1-22。
24. 林宗賢、王維靖、劉沛瑜、王乃玉, (2009), 重新檢視一般遊客旅遊決策模式—以襲產觀光遊客為例, 戶外遊憩研究, 22(4), 81-104。
25. 林文, (2006), 懷舊餐廳收藏者的收藏、展示與文化想像, 碩士論文, 花蓮教育大學視覺藝術教育研究所, 花蓮。
26. 林雨潔, (2005), 懷舊訴求餐廳消費者特質與行為之研究—以台灣故事館為例, 碩士論文, 國立政治大學國際貿易研究所, 台北。
27. 林冠瑜, (2007), 台灣不同世代的懷舊情景及其懷舊物品之研究, 碩士論文, 國立雲林科技大學工業設計系碩士班, 雲林。
28. 林欣怡, (2009), 登山自行車道騎士專門化、環境屬性、流暢體驗與場所依戀之關係研究, 碩士論文, 國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士班, 雲林。
29. 邱皓政, (2006), 量化研究與統計分析: SPSS 中文視窗版資料分析範例解析, 台北: 五南。
30. 邱皓政, (2004), 結構方程模式—LISREL 的理論、技術與應用。台北: 雙葉書廊。
31. 邱銘珠, (2003), 以使用者感官經驗為導向的舊建築再利用之研究, 碩士論文, 中原大學室內設計學系, 桃園。
32. 周怡岑, (2007), 探索不同世代於懷舊空間中之情感詮釋—以台灣故事館為例, 碩士論文, 逢甲大學景觀與遊憩研究所, 台中。
33. 晉麗明, (2000), 傳統產業的十大危機, 管理雜誌, 307, 30-33。
34. 張源利, (2010), 懷舊治療主題之彙整—以內容分析法及本體論概念為基礎, 碩士論文, 國立中正大學醫療資訊管理研究所, 嘉義。
35. 陳華志, (2005), 藝文空間發展與都市再生: 從臺北市空間再利用觀察, 博物館學季刊, 19(4), 85-99。
36. 陳華志, (2005), 都市藝文空間發展研究—以台北市空間再利用為例, 碩士論文, 東海大學建築系碩士班, 台中。
37. 陳欽河, (2002), 華山藝文特區活動形塑場所精神關係之探討, 碩士論文, 中原大學室內設計學系碩士班, 桃園。
38. 陳嘉萍, (2002), 華山藝文特區營運管理之研究, 碩士論文, 南華大學

術管理研究所，嘉義。

39. 陳貞吟，(2005)，以方法目的鏈探討旅客懷舊體驗的內涵與價值，博士論文，國立中正大學企業管理研究所，嘉義。
40. 陳慧蓉，(2006)，遊客觀光意象與地方依附感關係之探討—以高雄縣美濃鎮為例，碩士論文，靜宜大學觀光事業學系暨研究所，台中。
41. 陳慧如，(2004)，台灣地區國家公園遊客特性與解說服務滿意度之關係，博士論文，銘傳大學管理科學研究所博士班，台北。
42. 陳秀位，(2009)，觀光意象與地方依附關係之研究，碩士論文，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所，澎湖。
43. 陳心怡，(2004)，自行車騎乘者專業化程度與場所依戀關係之研究—以台中大度山區騎乘者為例，碩士論文，逢甲大學建築研究所，台中。
44. 許惠姍，(2010)，以利害關係人的角度探討節慶的發展—以高雄左營萬年季為例，碩士論文，國立高雄大學亞太工商管理學系，高雄。
45. 黃海鳴，(2001)，「閒置空間」、「藝術跨領域」與「另類城市聚落」—談「台灣閒置空間再利用」的另一種可能的發展，空間重塑簡訊第二輯—非營業空間與營業行為，26-31。
46. 黃芳銘，(2006)，結構方程式理論與應用（四版），台北：五南。
47. 黃芳銘，(2007)，測量模式與驗證性因素分析的原理與應用，台中：台灣統計方法學學會。
48. 黃盈嘉，(2011)，閒置空間再利用之研究—華山 1914 文化創意產業園區之個案分析，碩士論文，國立台灣師範大學社會教育學系，台北。
49. 黃妙嫻，(2009)，遺產觀光遊憩涉入、場所依戀、體驗價值與重遊意願之研究—以二崁聚落為例，碩士論文，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所，澎湖。
50. 傅朝卿，(2001)，台灣閒置空間再利用理論建構，2001 閒置空間在再利用國際研討會會議手冊。
51. 曾光華、陳貞吟、張永富，(2004)，以方法目的鏈探討 旅客懷舊體驗的內涵與價值，戶外遊憩研究，17(4)，43-69。
52. 曾慈慧、沈進成、陳麗如，(2011)，礦業遺產觀光中真實性對觀光意象、地方感與遊後行為意圖之影響，戶外遊憩研究，24(3)，79-111。
53. 曾秉希，(2003)，地方居民對台中市梅川親水公園依附感之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒事業管理系，台中。
54. 程柏舒，(2006)，遺跡觀光遊客懷舊情感及其影響因素—以舊山線為例，碩士論文，亞洲大學休閒與遊憩管理系碩士班，台中。
55. 彭逸芝，(2005)，遊憩自行車使用者之遊憩涉入與地方依附關係之研究，碩士論文，銘傳大學觀光研究所，台北。
56. 華山 1914 文化創意園區，下載日期：2013/03/12，取自：
<http://www.huashan1914.com/>
57. 楊智富，(2000)，閒置空間·新造化，台北：行政院文化建設委員會藝術村籌備

- 處，文化建設委員會發行。
58. 楊賀捷，(2006)，懷舊之景觀敘事—金瓜石礦業景觀設計，碩士論文，東海大學景觀研究所，台中。
 59. 蔡文婷，(2003)，從廢墟中望見未來—閒置空間再利用，台灣光華雜誌，28(9)，6-19。
 60. 蔡明達、許立群，(2007)，建構懷舊情緒量表之研究—以地方老街為例，行銷評論，4(2)，163-186。
 61. 蔡松齡，(2010)，遊憩動機對活動涉入、場所依戀與知覺擁擠關係之影響—以澎湖元宵節為例，碩士論文，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所，澎湖。
 62. 潘中道、胡龍騰譯，Ranjit Kumar 著，(2010)，研究方法：步驟化學習指南，台北：學富文化事業有限公司。
 63. 歐陽慧真，(2002)，賞鳥者專門化程度與場所依戀關係之研究—以七股溼地為例，碩士論文，東海大學景觀學系碩士班，台中。
 64. 歐雙磐，(2005)，登山者遊憩專門化程度、情鏡偏好與場所依戀關係之研究，碩士論文，東海大學景觀學系碩士班，台中。
 65. 劉舜仁，(2001)，閒置空間再生的矛盾本質與翹翹板原理，文化視窗，28，24-25。
 66. 劉子菁，(2008)，遺跡觀光中懷舊情感是否需要真實性，碩士論文，國立嘉義大學休閒事業管理研究所碩士班，嘉義。
 67. 劉沛瑜，(2007)，客家襲產旅遊度假區之懷舊意象—以北埔為例，碩士論文，逢甲大學土地管理學系碩士班，台中。
 68. 劉俊志，(2004)，居民與遊客對於鯉魚潭風景特定區之地方依附差異探討，碩士論文，國立東華大學自然資源管理研究所，花蓮。
 69. 錢善盈，(2003)，一九九〇年代前後「替代空間」在台灣執行之現象，碩士論文，臺北市立師範學院 視覺藝術研究所，台北。
 70. 戴有德、林維榕、陳冠仰，(2010)，襲產觀光中的懷舊情感是否需要真實性？兼論解說之調節角色，戶外遊憩研究，23(3)，61-86。
 71. 謝宗恆、侯錦雄、郭彰仁，(2005)，遊客對北埔傳統聚落之文化遊憩屬性與場所依戀關係之研究，戶外遊憩研究，18(4)，1-24。
 72. 謝慶達譯，Roger Trancik，(1989)，找尋失落的空間，台北：創興。
 73. 謝宗恆，(2003)，文化遊憩涉入與場所依戀關係之研究—以北埔地區遊客為例，碩士論文，東海大學景觀學系碩士班，台中。
 74. 賴晨嘉，(2011)，台北藝文活動參與者之特質、動機與活動參與之有關研究，碩士論文，世新大學觀光學系，台北。
 75. 魏雪卿，(2005)，懷舊治療團體於護理之家老人對寂寞、生活滿意、生命意義之前驅性研究，碩士論文，台北護理學院醫護教育研究所，台北。
 76. 魏裕庭，(2008)，意象與地方依戀關係之研究—以台南市古蹟區為例，碩士論文，國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所，高雄。

二、英文部分

1. Altman, I., & Low, S. M. (1992). *Place Attachment*. New York, U.S.A.: Plenum Press.
2. Bihagen, E., & Katz-Gerro, T. (2000). Culture consumption in Sweden: the stability of gender differences. *Poetics*, 27(5-6), 327-349.
3. Butler, R. (1963). The life review: an interpretation of reminiscence in the aged. *Psychiatry*, 26, 65-76.
4. Burnside, I., & Haight, B. (1994). Reminiscence and life review: therapeutic interventions for older people. *The Nurse Practitioner*, 19(4), 54-61.
5. Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
6. Batcho, K. I. (1995). Nostalgia: A psychological perspective. *Perceptual and Motor Skills*, 80, 131-143.
7. Baker, S. M., & Kennedy, P. F. (1994). Death by nostalgia: A diagnosis of context-specific cases. *Advances in Consumer Research*, 21, 169-174.
8. 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.
9. Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.
10. Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things : Domestic symbols and the self*. Chicago: University of Chicago Press.
11. Davis, F. (1979). *Yearning for Yesterday: Sociology of Nostalgia*. New York: Free Press.
12. Fodor, N. (1950). Varieties of nostalgia. *Psychoanalytic Review*, 37(1), 25-38.
13. Getz, D. (1989). Special events: defining the product. *Tourism Management*, 10(2), 125-137.
14. Greenberg, J., Pyszczynski, T. & Sander L. Koole. (2004). Nostalgia, *Handbook of Experimental Existential Psychology*, (pp. 200-214), NY: The Guilford Press.
15. Goulding, C. (2001). Romancing the past : Heritage visiting and the nostalgic consumer. *Psychology & Marketing*, 18(6), 565-592.
16. Gartner, W. C. (1986). Temporal influences on image change. *Annals of Tourism Research*, 13(4), 635-644.
17. 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.
18. Holak, S., & Havlena, W. (1992). Nostalgia: An exploratory study of themes and emotions in the nostalgic experience. In Sherry, J., & Sternthal, B. (Eds.), *Advances in consumer affairs*, (pp. 380-387). Provo, UT: *Association for Consumer Research*.

19. Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preferences : Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 245-256.
20. Holak, S. L., & Haviena, W. J. (1998). Feelings, fantasies, & memories: An examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research*, 42, 217-226.
21. Hall, D. R., & Zeppel, H. (1990). Cultural and heritage tourism: The new grand tour ? *Historic Environment*, 7(3/4), 86-98.
22. Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1994). Age, sex and attitude toward the past as predictors of consumer's aesthetic tastes for cultural products. *Journal of Marketing Research*, 31, 412-422.
23. 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 customer tastes. *Journal of Business Research*, 37(1), 27-39.
24. Hummon, D. M. (1992). *Community attachment*. in I. Altman & SM Low (Eds.), Place attachment, New York, Plenum Press, 253-278.
25. 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 Rresearch*, 36 (3), 356-378.
26. Hair, J. F., Anderson, R. E. Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (5th edn). Prentice Hall International: UK.
27. Kim, H., Cheng, C., & O'Leary, J. (2007). Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions. *Tourism Management*, 28(5), 1366-1371.
28. Kaltenborn, B. P. (1997). Nature of Attachment: A Study Among Recreation Homeowners in Southern Norway. *Leisure Sciences*, 19, 175-189.
29. 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.
30. Lee, C. C., & Allen, L. (1999). Understanding individuals' attachment to selected destinations: An application of place attachment. *Tourism Analysis*, 4(3/4), 173-185.
31. Lin, C.-H., & Morais, D. B. (2009). Transactional versus relational patronizing intentions. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 726-730.
32. McManus, I., & Furnham, A. (2006). Aesthetic activities and aesthetic attitudes; Influences of education, background and personality on interest and involvement in the arts. *The British Journal of Psychology*, 97(4), 555-587.
33. Michalos, A. (2005). Arts and the quality of life: an exploratory study. *Social Indicators Research*, 71(3), 11-59.
34. McAndrew, T. F. (1993). *Environmental Psychology*. Pacific Grove, CA: Brooks/ Cole.

35. Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: the case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16, 17-31.
36. Moore, R. L., & Scott, D. (2003). Place attachment and context: Comparing a park and a trail within. *Forest Science*, 49(6), 17-31.
37. Roberts, K. (2004). Leisure inequalities, class division and social exclusion in present-day Britain. *Cultural Trends*, 13(2), 57-71.
38. Rudmin, F. (1991). Gender differences in the semantics of ownership: Hazy hints of a feminist theory of property. Janeen Arnold Costa (ed.), *Gender and Consumer Behavior*, Salt Lake City, UT: Association for Consumer Research, 292-302.
39. Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
40. Stern, B. B. (1992). Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de siecle Effect. *Journal of Advertising*, 21(4), 11-22.
41. Tuan, Y. F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
42. Tuan, Y. F. (1980). Rootedness and sense of place. *Land scape*, 24, 3-8.
43. Vesey, C., & Dimanche, F. (2003). From storyville to bourbon street: Vice, nostalgia and tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(1), 54-70.
44. Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
45. Williams, D. R., McDonald, C. D., Riden, C. M. & Uysal M. (1995). Community Attachment, Regional Identity and Resident Attitudes toward Tourism. *Proceedings of The 26th Annual Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings*.
46. Williams, D.R., Patterson, M.E., Roggenbuck, J.W. & Watson, A.E. (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining Emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Science*, 14, 29-46.
47. Williams, D. R., & Roggenbuck, J. W. (1989). *Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results*. Paper Presented at the Session on Outdoor Planning and Management, NRPA Symposium on Leisure Research, San Antonio, TX.
48. Williams D. R. (2000). Notes on Measuring Recreational Place Attachment Measurement [Online]. Available: <http://www.fs.fed.us/rm/value/research-place.html>.
49. Williams, D. R., & Vaske J. J. (2003). The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of A Psychometric Approach. *Forest Science*, 49(6), 830-840.



附錄

附錄一 懷舊情感研究構面測量問項表

編號	作者	構面	測量問項
1	程柏舒 (2006)	時間懷舊	測量遺跡觀光遊客之懷舊情感問項 (1) 這裡讓我感覺到融入了以前的生活 (2) 這個旅遊地讓我覺得過去的事物比較美好 (3) 我有時候會希望回到過去簡單而平靜的生活 (4) 我感覺到時代的興衰變遷 (5) 我想起了之前在這裡的一些往事 (6) 我感覺到這裡有一種溫馨親切，像家一樣的感覺 (7) 我喜歡講述以前的事情給我的朋友（家人）聽
		空間懷舊	(1) 我能在這裡瞻仰緬懷古物、傳統建築與歷史文物 (2) 我內心感受到純樸生活，反璞歸真的感覺 (3) 我能在這裡追尋到一些已經不存在的心情 (4) 賣童玩的小雜貨店讓我覺得好像回到了小時候 (5) 這個地方可以讓我重溫舊夢
		情緒懷舊	(1) 您現在在這裡的情緒狀態為輕鬆的 (2) 您現在在這裡的情緒狀態為美感的 (3) 您現在在這裡的情緒狀態為平靜的 (4) 您現在在這裡的情緒狀態為舒適的 (5) 您現在在這裡的情緒狀態為滿足的 (6) 您現在在這裡的情緒狀態為希望的 (7) 您現在在這裡的情緒狀態為好奇的 (8) 您現在在這裡的情緒狀態為有趣的 (9) 您現在在這裡的情緒狀態為溫馨的 (10) 您現在在這裡的情緒狀態為快樂的 (11) 您現在在這裡的情緒狀態為真誠的
2	蔡明達、許立群 (2007)		測量地方老街懷舊情緒量表之問項 (1) 人情味的--無人情味的 (2) 懷念的--不懷念的 (3) 親切的--不親切的 (4) 溫暖的--冷清的 (5) 知足的--不知足的 (6) 精美的--粗糙的 (7) 巧思的--不巧思的 (8) 智慧的--無智慧的 (9) 美感的--醜陋的 (10) 美好的--痛苦的 (11) 熟悉的--不熟悉的 (12) 深刻的--模糊的 (13) 感動的--不感動的 (14) 嚮往的--不嚮往的 (15) 感觸的--無感觸的 (16) 自在的--不自在的 (17) 休閒的--不休閒的 (18) 輕鬆的--沈重的 (19) 享受的--不享受的 (20) 悠閒的--不悠閒的 (21) 復古的--不復古的 (22) 古老的--新潮的 (23) 感性的--不感性的

(24)傳統的--不傳統的

(25)歷史的--現代的

3 劉沛瑜
(2007)

測量北埔客家製產旅遊度假區之懷舊意象問項

認知性懷舊
意象

- (1) 本區傳統風格的傢俱將過去年代風行的格調展露
- (2) 本區古色古香的環境讓我聯想到過去生活的浪漫
- (3) 興建現代的建築物比重建本區的老房屋更具有價值
- (4) 本區店家展示的黑白照片帶領我重返過去的時光
- (5) 本區三合院的住宅失去了傳統的客家民族生活的特色 a
- (6) 本區餐廳的陳設讓我彷彿置身在過去的時空
- (7) 瀏覽本區的傳統文物能了解以前客家人的生活
- (8) 本區保存的聚落讓我可以想像先民的生活
- (9) 本區傳統的餅舖不會讓我想要一再回味
- (10) 參訪本區的古蹟遺址，彷彿瀏覽歷史發生的經過
- (11) 本區的地方特產（柿餅、擂茶）見證了傳統的製作技術
- (12) 本區的客家人展現傳統的客家文化
- (13) 本區的現代客家歌謠失去客家傳統特色
- (14) 本區的客家風光讓我想像到以前生活的浪漫
- (15) 本區傳統市集像是一幕早期時代的場景
- (16) 本區店家販賣的方式重現早期市集交易熱絡情形
- (17) 本區的客家語言如同客家文化的活化石

情感性懷舊
意象

- (1) 欣慰
- (2) 深情
- (3) 幸福
- (4) 滿意
- (5) 溫柔
- (6) 受惠
- (7) 感謝
- (8) 歡樂
- (9) 平靜
- (10) 活潑
- (11) 趣味
- (12) 激動
- (13) 渴望
- (14) 優越
- (15) 期望
- (16) 純淨
- (17) 親切
- (18) 快樂
- (19) 愉快
- (20) 興奮

4 王維靖
(2008)

測量製產金九旅遊區遊客懷舊意象之問項

認知性懷舊
意象

- (1) 本區傳統風格的傢俱將過去年代風行的格調展露無遺
- (2) 本區礦業的風光讓我想像以前生活的困苦
- (3) 重建本區的老房屋比興建現代的建築物更具有價值
- (4) 本區的地方特產(芋圓、草仔粿)見證了傳統的製作技術
- (5) 本區保存的聚落讓我可以想像先民的生活
- (6) 本區的人民展現傳統礦業時期的文化
- (7) 本區的傳統風光讓我想像到以前生活的浪漫
- (8) 本區傳統街景像是一幕早期時代的場景
- (9) 本區所展示的黑白照片帶領我重返過去的時光
- (10) 本區舊時代的建物如同是礦業時期的文化歷史展現
- (11) 本區販賣的童玩帶領我回到過去的時代
- (12) 本區的建築特色會讓我想到過去先民的智慧

情感性懷舊
意象

- (1) 親切
- (2) 幸福
- (3) 休閒
- (4) 快樂
- (5) 平穩
- (6) 趣味
- (7) 期望
- (8) 喜悅
- (9) 好奇

5	劉子菁 (2008)	個人懷舊	測量遺跡觀光者之懷舊情感問項	<ol style="list-style-type: none"> (1) 我會回憶起過去的生活情景 (2) 喚醒我過去是多麼的快樂 (3) 我會想起我童年時家人的模樣 (4) 我會回想到很難忘懷的一段時光 (5) 我會想起曾愛過或照顧過的人 (6) 我會想起難忘的朋友 (7) 我會想起過去某個充滿回憶的地方 (8) 會想回去看看自己過去的照片和日記 (9) 我會希望再回到過去那段美好的時光 (10) 我會希望可以再像孩童般無憂無慮的生活
		歷史懷舊		<ol style="list-style-type: none"> (1) 我可以想像到那時代發生過的歷史事件 (2) 我可以感受到當時居民令人敬佩的精神 (3) 我可以想像當時人們生活的情景 (4) 我感受到當時的藝術設計與審美觀 (5) 那時代人們的生活或事蹟給予我精神上的啟示(如：不畏懼艱難、愈挫愈勇) (6) 我可以感受到這地方的興衰變遷 (7) 我樂於與人討論我對這地方遺跡或歷史的感受 (8) 我可以想像當時的社會現象(如貿易現象、流行風潮等) (9) 我感覺自己好像參與了當時的生活，成為那時代的一份子
6	林宗賢、王維靖、劉沛瑜、王乃玉 (2009)	認知性懷舊 意象	測量金九旅遊區遊客懷舊意象之問項	<ol style="list-style-type: none"> (1) 本區傳統風格的傢俱將過去年代風行的格調展露無遺 (2) 本區礦業的風光讓我想像以前生活的困苦 (3) 重建本區的老房屋比興建現代的建築物更具有價值 (4) 本區的地方特產(芋圓、草仔粿)見證了傳統的製作技術 (5) 本區保存的聚落讓我可以想像先民的生活 (6) 本區的人民展現傳統礦業時期的文化 (7) 本區的傳統風光讓我想像到以前生活的浪漫 (8) 本區傳統街景像是一幕早期時代的場景 (9) 本區所展示的黑白照片帶領我重返過去的時光 (10) 本區舊時代的建物如同是礦業時期的文化歷史展現 (11) 本區販賣的童玩帶領我回到過去的時代 (12) 本區的建築特色會讓我想到過去先民的智慧
		情感性懷舊 意象		<ol style="list-style-type: none"> (1) 親切 (2) 幸福 (3) 休閒 (4) 快樂 (5) 平穩 (6) 趣味 (7) 期望 (8) 喜悅 (9) 好奇
7	吳一萍 (2009)		測量對服役期間原駐地懷舊情感的程度之問項	<ol style="list-style-type: none"> (1) 服役時的駐地讓我回憶起過去的服役生活 (2) 服役時的駐地讓我回想到很難忘懷的時光 (3) 服役時的駐地讓我體會身為軍人的精神 (4) 服役時的駐地讓我想起服役時同袍的模樣 (5) 聽到服役地名會讓我想起當時的營區與環境 (6) 服役時的駐地會讓我想起曾甘苦與共過的人 (7) 服役時的駐地生活或事蹟給予我精神上的啟示(如：訓練軍人12 要項、領導統御訓練…) (8) 服役時的駐地會讓我想起難忘的朋友 (9) 我樂於與人討論我對服役時駐地的歷史或感受 (10) 我會想看看服役時的駐地的照片或文章

8	戴有德、林 濼榕、陳冠 仰 (2010)	個人懷舊	測量老街觀光客的懷舊情感之問項
			(1) 我會回憶起過去生活 (2) 我想起童年時家人的模樣 (3) 想起難忘懷的一段時光 (4) 想起難忘的朋友 (5) 想起某個充滿回憶的地方 (6) 想回到過去那段美好的時光 (1) 想像那時代發生過的歷史事件 (2) 感受到當時居民令人敬佩的精神 (3) 想像當時人們的生活情景 (4) 我可以感受這地方的興衰變遷 (5) 我可以想像當時的社會現象 (6) 好像成為那時代的一份子
		歷史懷舊	
9	鄭宇軒 (2012)	懷舊物件	測量遊客參訪墓園時之懷舊情感問項
			(1) 過往倩影 (2) 舊唱片 (3) 懷舊歌曲 (4) 墓誌銘 (5) 銅像 (6) 墓塚 (7) 筠園—宋楚瑜題字 (8) 石雕藝術 (9) 巨型琴鍵 (10) 山水景緻 (11) 傳音筒 (12) 音符花園 (13) 人員導覽 (14) 鄧麗君的相關故事 (1) 感到很親切 (2) 感到很快樂 (3) 感到厭惡 (4) 感到生氣 (5) 感到煩躁不安 (6) 有一種積極向上的感覺 (7) 覺得很好玩 (8) 有種被喚醒或激勵我的感覺 (9) 變得心情很好 (10) 燃起一些希望 (11) 覺得傷心 (12) 覺得悲痛 (13) 感到害怕 (14) 有一種相當寧靜的感覺
		懷舊情緒	

資料來源：本研究彙整

附錄二 場所依附研究構面測量問項表

編號	作者	構面	測量問項			
1	Willams & Roggenbuck (1989)	場所依賴	測量參訪過荒野地、偏僻農村地區、無道路、自然區域等地之調查			
			(1) 我喜愛在這裡做這類型的活動多過於在任何其他地區			
			(2) 他地區			
			(3) 我將不用任何其他地區代替做我在這裡從事的活動			
			(4) 這裡是我從事喜歡活動最好的地方			
			(5) 我在這裡花費的時間與花費在其它地方的時間一樣			
			(6) 我在這裡從事的活動與另一個地點有著相同的喜愛			
			(7) 沒有其它地方能與這個地區比較			
			(8) 如果我在另一個區域從事活動，我的經驗會相同			
			(9) 同			
			(10) 這個地方使我感到好像沒有其它地方可以像這裡			
			(11) 裡			
			場所認同	(1) 我大部分的生活都與地方組織有關		
				(2) 認同地方主要的原因是我住在這附近		
				(3) 我最後選擇是因為這個地方是我想要鄰近地方的部分		
(4) 我強烈認同這個地方						
(5) 我感覺這個地方是我的一部分						
(6) 我在這個地方比其他地點更感到滿意						
地方評價	(7) 在這裡從事的活動比在其他地方做它對我更重要					
	(8) 要					
	(9) 我思考很多有關於來這裡的事					
	(10) 我非常依戀這個地方					
	(11) 我沒有感到對這個地方有承諾(反向)					
2	Moore & Graefe (1994)	場所依賴	測量鐵道活動者之場所依附問項			
			(1) 我喜歡在這裡所從事的活動勝於其他地區			
			(2) 比起造訪其他地區，此地讓我得到較多得滿意			
			(3) 我在這裡所從事的活動比其他地區所從事的活動重要			
			(4) 在其他地方所做的事無法取代我在這裡所從事的活動			
			(5) 沒有其他的鐵道可以跟這裡相比			
			(6) 我在這裡所從事的活動就跟在其他地區一樣感到快樂(反向)			
			場所認同	(1) 這個鐵道對我很重要		
				(2) 我很依戀這個鐵道		
				(3) 我強烈的認同這個鐵道		
				(4) 我對這個鐵道沒有承諾(反向)		
			3	Bricker & Kerstetter (2000)	場所依賴	測量泛舟/划船者之場所依附問項
						(1) 比其他河流，拜訪這條河流能讓我得到多滿足
						(2) 比起其他河流，我喜歡在這裡泛舟/划船
						(3) 在這裡泛舟/划船比起在其他地方泛舟/划船是更重要的
(4) 對於這種我所喜歡的泛舟遊憩，這條河流是最好的地方						
(5) 對於所在這裡進行的泛舟遊憩活動我不會用其他河流取代						
場所認同	(1) 這條河流對我來說有很多意義					
	(2) 我對這條河流沒有承諾(反向)					

		生活型態	(3) 我對這條河流非常的依戀 (4) 沒有其他的河流可以和這條河流比較 (1) 決定我現在住的地方的重要理由之一是這條河流就在附近 (2) 我發現我的生活與這條河流息息相關 (3) 沒有其他的河流可以這條河流相比
4	Williams (2000)	場所依賴	(1) 這個場所是我做喜歡的事的最佳場所 (2) 沒有其他場所可以跟這個地方比 (3) 比起其他地區，到這個地方旅遊讓我得到較多的滿足 (4) 比起其他地區，我在這裡所做的事對我來說更重要 (5) 我在這裡所做的事，在其他地方也同樣可以到愉悅(負面) (6) 在這裡所從事的事無法以其他地區取代
		場所認同	(1) 我感覺這個場所是我的一部分 (2) 這個場所對我來說非常特別 (3) 我強烈的認同這個場所 (4) 我非常依戀這個地區 (5) 造訪此地對我來說意義重大 (6) 此地對我意義重大 (7) 這個地方讓我認識自己 (8) 如我可以我寧願多花點時間在這裡 (9) 此地可以幫助我將自己內在展現出來 (10) 當我這裡時，別人看我的方式是我所希望的
5	Williams & Vaske (2003)	場所依賴	測量四種森林資源為主的遊憩地點檢測場所依戀問項的效度 (1) 對我喜歡從事的活動來說這個地方是最好的地方 (2) 沒有其他地方能比得上這個地方 (3) 我在這裡獲得的滿意大於其他地方 (4) 在這個地方從事這類活動比在其他地方重要 (5) 找不到其他地方可以代替我在這個地方從事這類的活動 (6) 我在這個地方從事的活動就像其他相似的地方一樣享受
		場所認同	(1) 我感覺這個地方是我的一部分 (2) 這個地方對我來說非常特別 (3) 我非常認同這個地方 (4) 我對這個地方十分依戀 (5) 參觀這個地方能讓我更瞭解自己 (6) 這個地方對我意義重大
6	Kyle, Graefe, Manning & Bacon (2003)	場所依賴	測量阿帕契山登山者之場所依附問項 (1) 我喜歡沿著阿帕契山步道登山勝過其他地方的步道 (2) 我到這條步道旅行比其他步道獲得更大滿意度 (3) 到此處登山比到其他地方登山重要 (4) 對於此類型的活動我不會以其他地方替代這裡
		場所認同	(1) 這條步道對我很有意義 (2) 我沒長依附阿帕契山步道 (3) 我對這條強烈的認同感 (4) 我和阿帕契山步道以及到此處登山的人有強烈情誼
7	呂怡儒 (2001)	場所依賴	測量登山健行者之場所依附問項 (1) 這邊吸引我的原因，我對這裡的感覺 (2) 我持續性的造訪這個地方 (3) 在這裡我可以覺得時間自由和舒服 (4) 這裡容易到達、簡單不麻煩、消費低；是我常來的原因 (5) 在這裡我可以從事不同的活動和不同的參與形式 (6) 這裡是自力營造的環境
		場所認同	(1) 我覺得這裡很特別 (2) 這裡讓我覺得很有意義

8	歐陽慧真 (2002)	測量賞鳥者之場所依附問項	
		場所依賴	<ul style="list-style-type: none"> (1) 與其他地區相比，七股溼地的特殊資源，讓我在這裡賞鳥可以得到較多的滿足 (2) 七股溼地有賞鳥亭及賞鳥平台，因此比其他地區我更喜歡在七股溼地賞鳥 (3) 沒有其他的賞鳥區可以跟七股溼地獨特的環境氣氛相比 (4) 我喜歡七股溼地獨特的環境氣氛，所以這裡是我賞鳥最佳場所 (5) 只有七股溼地才能讓我看到我喜歡的鳥類 (6) 在這裡看到黑面琵鷺就值得了
		場所認同	<ul style="list-style-type: none"> (1) 以我對七股溼地過去的經驗裡，七股溼地對我來說很重要 (2) 我在七股溼地的過去經驗，讓我對於七股溼地有強烈的認同感 (3) 我能與別人分享關於七股溼地的事情且以此為樂 (4) 如果可以，我願意多花一點時間在七股溼地 (5) 我對七股溼地的感情勝於其他賞鳥地區的情感
9	謝宗恆 (2003)	測量北埔地區遊客之場所依附問項	
		場所依賴	<ul style="list-style-type: none"> (1) 北埔傳統聚落的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識北埔 (2) 北埔的播茶館、客家菜、土產、古蹟和聚落空間是我想來的主要原因 (3) 北埔傳統聚落的景觀讓我覺得最適合從事文化觀光活動 (4) 北埔傳統聚落是讓我覺得最能表現客家文化的地方 (5) 當地所提供文化觀光旅遊活動是我選擇來此處的原因 (6) 來此處參加北埔的節慶或民俗活動讓我覺得很值得
		場所認同	<ul style="list-style-type: none"> (1) 我非常認同北埔的傳統聚落與人文風情 (2) 比起其他地方，北埔地區的觀光活動讓我留下更深刻的印象 (3) 在體驗過北埔傳統聚落後更能讓我認識自己 (4) 我能與他人分享關於北埔傳統聚落的事且以此為榮 (5) 比起其他文化觀光區，我願意花更多時間在北埔傳統聚落 (6) 我對北埔特殊景觀與人文風情的感受比其他文化觀光區還要深刻
10	陳心怡 (2004)	測量自行車騎士之場所依附問項	
		場所依賴	<ul style="list-style-type: none"> (1) 我在大度山這樣的環境騎乘可獲得更多的滿足 (2) 和其他路線比起來我比較喜歡在大度山這條路騎乘 (3) 在大度山這條路騎乘比在其他地方重要 (4) 在大度山騎乘自行車是最好的地點 (5) 我不會想用其他地方取代大度山這條路線
		場所認同	<ul style="list-style-type: none"> (1) 大度山這條路線對我來說很具意義 (2) 我對大度山這條路線有很深入了解 (3) 我對大度山這條路線很有感情 (4) 我非常認同大度山這條路線
		地方偏好	自行車騎乘者偏好的騎乘環境類型 <ul style="list-style-type: none"> (1) 自行車專用道的路線 (2) 與汽機車共行的路線 (3) 很少人的路線 (4) 荒野自然度高的路線 (5) 距住家近的路線 (6) 坡度變化大的路線 (7) 碎石路面的路線 (8) 沿線風景佳的路線 (9) 沿線有遮蔭的路線

11	劉俊志 (2004)	測量鯉魚潭風景特定區居民與遊客之地方依附問項
	場所依賴	<ol style="list-style-type: none"> (1) 我覺得鯉魚潭是我從事喜歡的活動最好的一個地方 (2) 對我而言沒有其他地方可以和這裡相比 (3) 我對鯉魚潭的滿意度超過其他地方 (4) 對我而言在鯉魚潭所做的活動，比在其他地方還重要 (5) 在其他遊憩區的活動能和在這裡一樣享受相同的樂趣 (6) 我在鯉魚潭所從事的活動是在別的地方無法替代 (7) 如果可能的話我願意花更多的時間在鯉魚潭 (8) 我在鯉魚潭的活動，可以幫助我探索及表達我的內在 (9) 鯉魚潭是我空閒時最喜歡去的地方 (10) 拜訪這裡可以幫助我尋得我想要的生活型態 (11) 我無法想像有其他地方更適合這些我喜歡的活動 (12) 我到此旅遊的主要理由，是因為距鯉魚潭很近 (13) 一般來說，我沒有花很多時間在這裡 (14) 在鯉魚潭，可以找到自己想過的生活 (15) 在這裡的遊憩體驗，會使我以後想再重遊 (16) 在鯉魚潭可以紓解我的工作壓力
	場所認同	<ol style="list-style-type: none"> (1) 我覺得鯉魚潭是我生活中的一部份 (2) 鯉魚潭對我來說是一個特別的地方 (3) 我對於鯉魚潭有強烈的認同感 (4) 對我來說鯉魚潭具有特別的意義 (5) 每次來到這裡都可以讓我專心的思考 (6) 選擇來這裡玩，透露了我是怎樣的一個人 (7) 鯉魚潭在我生活中扮演重要的角色 (8) 當我身處於此，可以讓別人看到我想表現出來的樣子 (9) 在我的生活中有許多活動的安排是和鯉魚潭這個地方緊密結合 (10) 我覺得我與這個地方格格不入 (11) 與友人或親人一同前來，會增進我們之間的情誼 (12) 在這裡可以讓我遠離世俗規範，更自由自在的表現自我不受限制 (13) 在鯉魚潭給我更有安全感 (14) 鯉魚潭充滿了回憶
12	鍾士佳 (2005)	測量高雄城市光廊居民與遊客之場所依附問項
	場所依賴	<ol style="list-style-type: none"> (1) 拜訪城市光廊幫助我尋得我想要的生活型態 (2) 在我的生活中有許多安排與活動是和城市光廊是息息相關 (3) 我到此的主要理由，是因為距城市光廊很近 (4) 一般來說，我在城市光廊花的時間和其他地方比起來是一樣多 (5) 我覺得城市光廊是我從事喜歡的活動最好的地方 (6) 對我而言在城市光廊所做的活動，比在其他地方做同樣的活動還重要 (7) 我可以在其它開放空間享受到與在城市光廊做相同活動同等的樂趣 (8) 我喜歡在城市光廊做這類活動大過於在其他地方 (9) 城市光廊是我空閒時最喜歡去的地方 (10) 對我而言沒有其他地方是可以和城市光廊相比 (11) 我對城市光廊的滿意度超過其他地方 (12) 城市光廊給我的感覺是其他地方不能匹敵的 (13) 來到城市光廊是我做過最滿意的事 (14) 假如我在別處，我仍會感受到與在城市光廊相似的經驗 (15) 我想不到有其他地方更適合我在城市光廊與公共藝術互動 (16) 別的地方無法替代我在城市光廊與公共藝術互動 (17) 我認同城市光廊的公共藝術實質環境景觀 (18) 在我的空閒時間，我在城市光廊與公共藝術互動沒有其他地

		方可以相比
	場所認同	(1) 我覺得我與城市光廊格格不入 (2) 我對城市光廊沒有特殊的情感 (3) 我有時覺得我不屬於城市光廊 (4) 我對城市光廊有著消極的感覺 (5) 我對於城市光廊有強烈的認同感 (6) 我對城市光廊有強烈的歸屬感 (7) 城市光廊對我來說是具有特別的意義 (8) 我認同居住於城市光廊附近的民眾之生活型態與價值 (9) 我覺得城市光廊是我生活中的一部份 (10) 選擇來城市光廊玩，透露了我是什麼樣的一個人 (11) 我在城市光廊的活動，可以幫助我探索及表達我的內在 (12) 在城市光廊表現自我，可以得到別人的認同 (13) 我願意投注更多的時間或精力使城市光廊成為一個更好的地方 (14) 我願意花費更多的金錢使城市光廊成為一個更好的地方 (15) 城市光廊讓我感到厭煩 (16) 城市光廊對我來說是一個特別的地方 (17) 如果可能的話我願意花更多的時間在城市光廊 (18) 在城市光廊發生的一切對我都很重要 (19) 我常想要回來城市光廊
13	歐雙磐 (2005)	測量登山者之場所依附問項 場所依賴 (1) 此地點的登山環境與景觀讓我在此登山可以得到較多的滿足 (2) 此登山場所提供了完善的休憩設施、山屋與步道等 (3) 我覺得到這地方登山比到其他地方登山還要重要 (4) 在我要從事登山時，除了這地點之外沒有其他可以替代的地方了 (5) 當我要推薦別人參與登山的時候，便會直接想到這個地點 (6) 此地爬山過程中的氣候與不同季節變化吸引著我 (7) 此地爬山具有高度風險性，讓我更想來此登山 場所認同 (1) 此地讓我在登山能力上有很大的自我突破 (2) 在過去的登山回憶中，這地點對我來說是很重要的 (3) 我覺得我對於這登山地點有強烈的認同感 (4) 到這地點登山可以讓我認識自己，幫助我將自己的內在展現出來 (5) 我能與別人分享關於到這地點登山的事情並且以此為樂 (6) 如果可以，我願意安排更多時間親近這個地方 (7) 我對於這地點有強烈的情感
14	林宗賢 (2008)	測量溫泉旅遊度假區之場所依附問項 場所依賴 (1) 沒有其他溫泉旅遊度假區可與本區比較 (2) 本區是我泡溫泉最佳的旅遊區 (3) 我在本區旅遊比在其他溫泉區地方更滿意 (4) 我在本區旅遊跟在其他溫泉區一樣感到輕鬆自在 (5) 我在本區旅遊比在其他溫泉區更能享受樂趣 (6) 我認為在本區泡溫泉比在其他溫泉區旅遊更重要 (7) 我會在意到本區以外的溫泉區旅遊 (8) 我到本區旅遊為我的生活中心 (9) 我在其他溫泉旅遊區旅遊與在本區一樣可得到相同的樂趣 ^a (10) 我選擇本區的主要原因是離家較近 場所認同 (1) 本區對我深具意義 (2) 我對本區非常的認同 (3) 我對本區有強烈的歸屬感 (4) 如果可以的話，我喜歡花更多時間在本區旅遊 (5) 我感覺自己對本區沒有任何的承諾感 ^a

15	黃妙嫻 (2009)	測量澎湖縣西嶼鄉二崁聚落觀光遊客之場所依附
	場所依賴	(1) 二崁聚落是我做喜歡的事的最佳場所 (2) 沒有其它地方能比得上二崁聚落 (3) 我在到訪二崁聚落所獲得的滿意大於其它地方 (4) 在二崁聚落從事這類活動比在其他地方重要 (5) 我不會在其它地方從事我在二崁聚落所從事的觀光活動 (6) 我在二崁聚落從事的活動就像其他相似的地方一樣享受
	場所認同	(1) 我感覺二崁聚落是我的一部分 (2) 二崁聚落對我來說非常特別 (3) 我強烈認同二崁聚落 (4) 我對二崁聚落非常依戀 (5) 參觀二崁聚落能表現我是怎樣的一個人 (6) 二崁聚落對我意義重大
16	林宗賢、王維靖、劉沛瑜、王乃玉 (2009)	測量金九襲產旅遊區遊客場所依附之問項
	場所依賴	(1) 金九襲產旅遊區是從事襲產旅遊活動最好的地方 (2) 比起其他襲產旅遊區，我在金九襲產旅遊區得到的滿意度較高 (3) 我在金九襲產旅遊區的時間過得特別快 (4) 跟其他襲產旅遊區相比，我比較喜歡來金九襲產旅遊區從事襲產旅遊活動 (5) 我在金九襲產旅遊區從事襲產的旅遊活動是在其他襲產旅遊區無法取代的 (6) 在金九襲產旅遊區比在其他襲產旅遊區從事襲產旅遊活動有更多的樂趣
	場所認同	(7) 我會來此旅遊，主要的原因是離金九襲產旅遊區很近 (1) 金九襲產旅遊區對我而言十分有意義 (2) 我非常依戀金九襲產旅遊區 (3) 如果可以的話，我願意花更多的時間在金九襲產旅遊區
17	蔡松齡 (2010)	測量澎湖元宵節參與者之場所依附
	場所依賴	(1) 對我來說，澎湖無法被其他地方取代 (2) 到澎湖參與元宵節比到其他地方更重要 (3) 澎湖是我覺得最有元宵節特色的地方 (4) 我享受澎湖的元宵節勝過其他地 (5) 澎湖有足夠的元宵節服務 (6) 導覽與解說服務讓我更認識澎湖
	場所認同	(1) 比起其他地方的元宵節，我願意花更多的時間在澎湖 (2) 到澎湖參與元宵節能讓我更了解自己 (3) 我能與別人分享澎湖元宵節的事，且以此為榮 (4) 我對澎湖元宵節深刻的印象勝過於其他地方 (5) 我享受在澎湖的元宵節觀光勝過在其他地方 (6) 我非常認同澎湖的元宵節和地方社區

資料來源：參考陳心怡，2003；鍾士佳，2005；黃妙嫻，2009；本研究彙整

附錄三 正式問卷

日期：2013年____月____日 地點：_____

親愛的受訪者您好!

首先感謝您接受本次問卷調查，本研究探討使用者對於閒置再利用作為藝文活動使用的空間的感受，以對空間的懷舊情感和對活動空間的依附感進一步解析，您的回答僅供學術使用，絕不對外公開，敬請安心填答，再次感謝您的協助。 敬祝您 平安順利 身體健康

東海大學景觀學系暨研究所

指導教授：蔡淑美 博士

研究生：李明汝 敬上

【第一部分】藝文活動參與類型

此部分問題，是想瞭解您對於藝文活動的參與程度以及對於藝文空間使用的看法，請依描述選擇並在內打勾。

1 對藝文的偏好類型(可複選，最多至三項)

- | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 視覺藝術類 | <input type="checkbox"/> 工藝類 | <input type="checkbox"/> 設計類 | <input type="checkbox"/> 音樂類 |
| <input type="checkbox"/> 戲劇類 | <input type="checkbox"/> 舞蹈類 | <input type="checkbox"/> 說唱類 | <input type="checkbox"/> 影片類 |
| <input type="checkbox"/> 民俗類 | <input type="checkbox"/> 語言類 | <input type="checkbox"/> 圖書類 | <input type="checkbox"/> 其他：_____ |

2 參觀過哪些類型的藝文活動(可複選)

- | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 視覺藝術類 | <input type="checkbox"/> 工藝類 | <input type="checkbox"/> 設計類 | <input type="checkbox"/> 音樂類 |
| <input type="checkbox"/> 戲劇類 | <input type="checkbox"/> 舞蹈類 | <input type="checkbox"/> 說唱類 | <input type="checkbox"/> 影片類 |
| <input type="checkbox"/> 民俗類 | <input type="checkbox"/> 語言類 | <input type="checkbox"/> 圖書類 | <input type="checkbox"/> 其他：_____ |

3 對藝文展覽空間的偏好類型

- | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 美術館 | <input type="checkbox"/> 博物館 | <input type="checkbox"/> 畫廊 | <input type="checkbox"/> 閒置再利用空間 |
| <input type="checkbox"/> 其他：_____ | | | |

4 參觀過哪些藝文空間(可複選)

- | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 美術館 | <input type="checkbox"/> 博物館 | <input type="checkbox"/> 畫廊 | <input type="checkbox"/> 閒置再利用空間 |
| <input type="checkbox"/> 其他：_____ | | | |

5 藝文空間最重要的需求條件(可複選，最多至三項)

- | | | | |
|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 展場空間氛圍 | <input type="checkbox"/> 視聽設備 | <input type="checkbox"/> 服務導覽設備 | <input type="checkbox"/> 展覽動線規劃 |
| <input type="checkbox"/> 空間清潔度 | <input type="checkbox"/> 空調設備 | <input type="checkbox"/> 服務導覽人員 | <input type="checkbox"/> 展品販售區 |

6 對於藝文活動的參與頻率

- | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 每週一次 | <input type="checkbox"/> 兩週一次 | <input type="checkbox"/> 每月一次 | <input type="checkbox"/> 三個月一次 | <input type="checkbox"/> 半年一次 |
| <input type="checkbox"/> 每年一次 | <input type="checkbox"/> 不太參與 | | | |

7 此次參觀的停留時間

- | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1小時以內 | <input type="checkbox"/> 1-2小時 | <input type="checkbox"/> 2-3小時 | <input type="checkbox"/> 3-4小時 | <input type="checkbox"/> 4小時以上 |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|

8 此次參觀的主要資訊來源

- | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 曾經來過 | <input type="checkbox"/> 傳媒宣傳 | <input type="checkbox"/> 親友介紹 | <input type="checkbox"/> 摺頁宣傳 | <input type="checkbox"/> 網路 |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|

9	此次參觀的同行對象	<input type="checkbox"/> 單獨前來	<input type="checkbox"/> 同學或朋友	<input type="checkbox"/> 親戚或家人	<input type="checkbox"/> 公司或團體	<input type="checkbox"/> 其他：_____
10	參觀此地的藝文活動次數	<input type="checkbox"/> 1 次	<input type="checkbox"/> 2-3 次	<input type="checkbox"/> 4-5 次	<input type="checkbox"/> 5 次以上	
11	選擇來此地參觀的原因	<input type="checkbox"/> 展覽活動內容	<input type="checkbox"/> 服務設施設備	<input type="checkbox"/> 空間氣氛	<input type="checkbox"/> 無，是偶然來此	
12	此地作為藝文空間展覽需求缺乏的條件(可複選，最多至三項)	<input type="checkbox"/> 展場空間氛圍	<input type="checkbox"/> 視聽設備	<input type="checkbox"/> 服務導覽設備	<input type="checkbox"/> 展覽動線規劃	
		<input type="checkbox"/> 空間清潔度	<input type="checkbox"/> 空調設備	<input type="checkbox"/> 服務導覽人員	<input type="checkbox"/> 展品販售區	

【第二部分】懷舊情感

此部分問題，是想瞭解您對於此地空間氣氛懷舊的看法，請依描述選擇同意程度，並在內打勾。

		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	此地傳統風格的建築展現過去年代的設計風格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	修整重建此地的老建築比興建現代風格建物更有價值	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	此地舊時代的遺物如同是某個歷史時期的展現	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	無法感受此地產業的興衰變遷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	此地建築運用的材質具有傳統色彩	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	此地的黑白照片與歷史介紹帶領我重返過去的產業時光	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	拼磚脫落的牆壁、時間遺留的老舊汗痕呈現出歷史性意義	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	本區保留的建築特色會讓我想到過去先民的智慧	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

此部分問題，是想瞭解您對於在此地空間氣氛體驗的情緒，請依描述選擇同意程度，並在內打勾。

		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
9	感到懷念的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	感到親切的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	感到幸福的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	感到熟悉的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	有所感動的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	感到嚮往的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	感到休閒的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	感到輕鬆的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	感性的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	歷史的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	感到有趣的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	有所期望的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	感到好奇的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【第三部分】場所依附									
此部分問題，是想瞭解您對於 <u>此地藝文活動體驗的看法</u> ，請依描述選擇同意程度，並在 <input type="checkbox"/> 內打勾。					非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	園區內的導覽設施與導覽人員的介紹讓我更容易認識此地	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
2	園區內的建築和展覽空間是我想來的主要原因	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3	園區內的景觀讓我覺得最適合從事藝文參觀活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4	園區內所提供的藝文展覽是我選擇來此處的原因	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
5	來此處參觀藝文展覽活動讓我覺得不值得	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6	我非常認同園區內的舊建築藝文展覽空間	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
7	比起其他地方，園區內的藝文展覽活動讓我留下更深刻的印象	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
8	在體驗過園區內的藝文展覽活動後更能讓我認識自己	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
9	我能與他人分享關於此地的藝文展覽且以此為榮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
10	比起其他藝文空間，我願意花更多時間參觀閒置空間再利用的藝文空間	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
11	我對此地舊建築景觀與藝術文化結合的感受，比其他藝文空間還要深刻	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
【第四部分】個人基本屬性資料（僅供學術使用，絕不公開）									
1	性別：	<input type="checkbox"/> 男	<input type="checkbox"/> 女						
2	年齡：	<input type="checkbox"/> 19歲以下	<input type="checkbox"/> 20-29歲	<input type="checkbox"/> 30-39歲	<input type="checkbox"/> 40-49歲	<input type="checkbox"/> 50-59歲	<input type="checkbox"/> 60歲以上		
3	教育程度：	<input type="checkbox"/> 國小	<input type="checkbox"/> 國中	<input type="checkbox"/> 高中職	<input type="checkbox"/> 專科	<input type="checkbox"/> 大學	<input type="checkbox"/> 研究所		
4	職業：	<input type="checkbox"/> 農林漁牧	<input type="checkbox"/> 工	<input type="checkbox"/> 商	<input type="checkbox"/> 軍公教	<input type="checkbox"/> 家管	<input type="checkbox"/> 自由業		
		<input type="checkbox"/> 學生	<input type="checkbox"/> 服務業	<input type="checkbox"/> 無(含退休者)					
5	月所得：	<input type="checkbox"/> 20,000以下	<input type="checkbox"/> 20,001 - 40,000	<input type="checkbox"/> 40,001 - 60,000	<input type="checkbox"/> 60,001 - 80,000				
		<input type="checkbox"/> 80,001 - 100,000	<input type="checkbox"/> 100,000以上						
6	現居住地：	<input type="checkbox"/> 北部地區(基隆、台北、桃園、新竹、苗栗)	<input type="checkbox"/> 中部地區(台中、彰化、南投、雲林)						
		<input type="checkbox"/> 南部地區(嘉義、台南、高雄、屏東)	<input type="checkbox"/> 東部地區(宜蘭、花蓮、台東)						
		<input type="checkbox"/> 離島(澎湖、金門、馬祖、綠島等)	<input type="checkbox"/> 外籍(國家、地區)_____		(請填寫)				
7	家庭狀況：	<input type="checkbox"/> 未婚	<input type="checkbox"/> 已婚(無小孩)	<input type="checkbox"/> 已婚(有小孩)	<input type="checkbox"/> 其他：_____				
8	是否受過藝術相關訓練：(例如建築、景觀、美術、音樂、電影、設計等等相關領域訓練)	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否						

問卷到此結束，再次感謝您的配合！