

科技部補助專題研究計畫成果報告 期末報告

博物館觀眾的體驗、回憶與重遊意願 (I)

計畫類別：個別型計畫
計畫編號：MOST 103-2410-H-263-007-
執行期間：103年08月01日至104年07月31日
執行單位：致理技術學院商務科技管理系

計畫主持人：沈介文

計畫參與人員：大專生-兼任助理人員：林昀庭
大專生-兼任助理人員：葉昱妍
大專生-兼任助理人員：陳俞臻

處理方式：

1. 公開資訊：本計畫可公開查詢
2. 「本研究」是否已有嚴重損及公共利益之發現：否
3. 「本報告」是否建議提供政府單位施政參考：否

中華民國 104年08月10日

中文摘要：本計劃主要探討博物館觀眾的參觀過程體驗、事後回憶、回憶重建與重遊意願之關係，計畫開始之前有一年的前置研究，由研究者根據「到現場」的精神，親自參觀12至15間博物館，進行口述語意錄音，並於參觀後的2至14日內，寫下回憶筆記，之後整理出重遊意願的反思紀錄，對照其回憶筆記，建立重遊意願影響因素的關聯圖。

接著，是正式開始的第一年，我們邀請4位參與者，參觀前置研究中的博物館，但分別彙整紀錄，以修正重遊意願影響因素關聯圖。其次，本計劃將針對口述語意錄音進行敘事分析，並與回憶筆記進行比較，試圖找出觀眾的回憶重建邏輯。

結果顯示，影響參與者重遊意願的因素與研究者前置研究得到的結果類似。不過，進一步分析後，我們發現，觀眾體驗大體上受到三類刺激引發，包括：博物館情境刺激、他人的言行刺激、以及館外場域的刺激。另一方面，我們也發現，觀眾在參觀博物館時，比較不會自覺到程序記憶，也比較容易忽略掉一些情節記憶，至於回憶筆記則有語意記憶不完整的現象，本研究針對這些發現提出一些討論與建議。

中文關鍵詞：博物館觀眾，參觀體驗，回憶重建，重遊意願

英文摘要：This research explored the relationship of museum visit experience, memories and revisit intentions. We also had attempts to understand the memory reconstructive process of museum visitors. A forerunning study was carried out from 2013 August 1. Based on the principle of "being there", researcher visited 15 museums in person. Recording think-aloud in a concurrent protocol analysis, then wrote down the memory notes between 2 to 14 days after visiting each museum. Researcher also self-examined revisit intentions and outlined the relationship of memories and revisit intentions.

After the forerunning study, we invited 4 participants running the process of forerunning study for revising the relationship outline mentioned above. A narrative analysis was carried out to use verbatim records of think-aloud protocols of participants. Comparing the narrative outcomes with memory notes we analyzed the logics of memory reconstruction of visitors.

As the result, we found that visitor is mainly

affected by museum physical circumstances, others' words and deeds, and/or neighboring field elements. In addition, some evidence shows that procedural memory and episodic memory seems to be neglected unconsciously by visitor when visiting, though such memories exist. On the other hand, semantic memory recorded in the protocol when visiting usually was recalled incompletely when visitor wrote down the memory note. We discussed these findings in conclusion.

英文關鍵詞： Museum Visitor, Visit Experience, Memory Reconstruction, Revisit Intentions

博物館觀眾的體驗、回憶與重遊意願

摘要

本計劃主要探討博物館觀眾的參觀過程體驗、事後回憶、回憶重建與重遊意願之關係，計畫開始之前有一年的前置研究，由研究者根據「到現場」的精神，親自參觀 12 至 15 間博物館，進行口述語意錄音，並於參觀後的 2 至 14 日內，寫下回憶筆記，之後整理出重遊意願的反思紀錄，對照其回憶筆記，建立重遊意願影響因素的關聯圖。

接著，是正式開始的第一年，我們邀請 4 位參與者，參觀前置研究中的博物館，但分別彙整紀錄，以修正重遊意願影響因素關聯圖。其次，本計劃將針對口述語意錄音進行敘事分析，並與回憶筆記進行比較，試圖找出觀眾的回憶重建邏輯。

結果顯示，影響參與者重遊意願的因素與研究者前置研究得到的結果類似。不過，進一步分析後，我們發現，觀眾體驗大體上受到三類刺激引發，包括：博物館情境刺激、他人的言行刺激、以及館外場域的刺激。另一方面，我們也發現，觀眾在參觀博物館時，比較不會自覺到程序記憶，也比較容易忽略掉一些情節記憶，至於回憶筆記則有語意記憶不完整的現象，本研究針對這些發現提出一些討論與建議。

關鍵詞：博物館觀眾、參觀體驗、回憶重建、重遊意願

Experience, Memories and Revisit Intentions of Museum Visitors

Abstract

This research explored the relationship of museum visit experience, memories and revisit intentions. We also had attempts to understand the memory reconstructive process of museum visitors. A forerunning study was carried out from 2013 August 1. Based on the principle of “being there”, researcher visited 15 museums in person. Recording think-aloud in a concurrent protocol analysis, then wrote down the memory notes between 2 to 14 days after visiting each museum. Researcher also self-examined revisit intentions and outlined the relationship of memories and revisit intentions.

After the forerunning study, we invited 4 participants running the process of forerunning study for revising the relationship outline mentioned above. A narrative analysis was carried out to use verbatim records of think-aloud protocols of participants. Comparing the narrative outcomes with memory notes we analyzed the logics of memory reconstruction of visitors.

As the result, we found that visitor is mainly affected by museum physical circumstances, others' words and deeds, and/or neighboring field elements. In addition, some evidence shows that procedural memory and episodic memory seems to be neglected unconsciously by visitor when visiting, though such memories exist. On the other hand, semantic memory recorded in the protocol

when visiting usually was recalled incompletely when visitor wrote down the memory note. We discussed these findings in conclusion.

Key Words: Museum Visitor, Visit Experience, Memory Reconstruction, Revisit Intentions

壹、前言與研究目的

根據世界觀光旅遊委員會 (World Travel & Tourism Council) 的計算，2012 年全球觀光旅遊產業的直接貢獻產值約 2 兆美元，占全球 GDP 的 2.9%，若將間接貢獻也算進來，總產值達 6.6 兆美元，占全球 GDP 的 9.3% (Turner, 2013)。不僅如此，聯合國世界旅遊組織 (United Nations World Tourism Organization) 的資料顯示，全球旅遊人數持續增加中，到 2020 年，全球旅遊人數會是 2008 年的兩倍 (Nunes & Spelman, 2008)。因此，長期以來被社會科學家們所忽略的旅遊研究，近年來逐漸受到重視，相關論文的發表數量也逐漸增加 (Larsen, 2007; Cohen, 2008; Sheng & Chen, 2013)。

旅遊是一種含蓋層面非常廣泛的社會現象 (social phenomenon)，可以透過不同角度來進行探討，研究對象可以是遊客、組織 (例如旅遊業者)，或是各種機構、制度與文化等等 (Larsen & Mossberg, 2007)。其中，關於遊客研究，越來越多人對於旅遊過程中，遊客體驗 (tourist or visitor experience) 的內涵或其前因後果產生興趣，各個研究者所採用的觀點 (perspective) 或有不同，例如 Cohen (2008) 以社會學觀點、Hertzman, Anderson, and Rowley (2008) 以教育娛樂 (edutainment) 觀點、Larsen (2007) 以心理學觀點、Mossberg (2007) 以行銷學觀點、沈介文 (2011) 則以觀眾研究 (visitor study) 觀點等等，分別就不同類型的遊客，針對其體驗進行不同面向的探討。雖然如此，這些研究卻都指出一個共同現象，那就是遊客體驗往往具有動態及互動的本質 (Ek, Larsen, Hornskov, & Mansfeldt, 2008)。

關於遊程中各種因素的互動對於遊客體驗的影響，Falk and Dierking (2000) 針對博物館觀眾¹ (museum visitor) 有詳盡的論述。他們認為，博物館觀眾在個人脈絡 (personal context)、社會脈絡 (social context) 以及實體脈絡 (physical context) 之間的互動中，形成其參觀體驗，並可分成參觀前、參觀中以及參觀後的體驗。另一方面，Larsen (2007) 針對一般遊客，也提出與 Falk and Dierking 類似的歷程分類，將遊客體驗分成三個階段：事前、過程以及事後階段，並強調遊客體驗在歷程之間的互動。Larsen 認為，遊客在事前階段會因為期待而規劃或預想即將發生的事件，接著在旅遊過程中，遊客會對於各種日常或獨特事件產生不同的知覺，最後則是在旅遊結束後，遊客所留下的回憶。這三個階段中的要素，包括了對於體驗的期待 (expectation)、知覺 (perception) 以及回憶 (memory)，貫穿了旅遊的前後過程，塑造其完整的遊客體驗，甚至影響到下一次的體驗期待。

雖然旅遊歷程觀點並非 Falk and Dierking (2000) 或是 Larsen (2007) 最早提出，例如 Clawson and Knetschy (1969) 就提出過遊憩體驗的四個階段，包括預期、去程、現場以及回程。但 Falk and Dierking 或是 Larsen 的三階段歷程，應該算是最簡化的模式了。然而，在他

¹ 在博物館研究中，習慣將 visitor 翻譯為觀眾，一般的旅遊研究則較常翻譯為遊客，本文將視行文順暢度，以遊客或觀眾交替使用。

們的模式中，主要是根據經驗或心理學概念來進行論述，較缺乏實證資料。因此，Larsen 在其研究結論中提到，未來應該多納入一些其他社會科學的觀點，並鼓勵透過質化或量化的實證結果，來健全此一領域的研究。本研究即打算針對 Larsen 提出來的歷程互動觀點，同時參考 Falk and Dierking 提到的三種脈絡之間的互動，針對博物館觀眾進行探討。其中，博物館觀眾的事前期待與過程知覺部份，我們已有部份研究成果，並已發表，請見 Sheng and Chen (2012; 2013) 以及沈介文 (2011)，故本計劃此次將焦點放在博物館參觀過程中，觀眾的體驗知覺與事後回憶，對其下次重遊意願的影響。

貳、文獻探討

既然本計劃研究對象是博物館觀眾，焦點是觀眾在參觀過程中的體驗與回憶，對其下次重遊意願的影響。因此，觀眾研究 (visitor study) 以及遊客體驗 (tourist or visitor experience) 的相關論述，就成為本計劃最主要的文獻根據。以下，本計劃先針對博物館觀眾研究的相關文獻進行整理，接著透過相關的旅遊研究，針對遊客體驗進行探討，最後對文獻進行一些簡單的評述。

一、博物館觀眾研究

劉婉珍 (2012) 認為，博物館若要提供適合觀眾的展覽活動及服務，就必須進行觀眾研究，系統地獲得與觀眾有關的知識，應用於規劃與決策上。她還指出，觀眾研究可以分成三種類型，包括市場屬性的觀眾研究，主要是收集觀眾反應，明白觀眾的觀點與情感；其次是評量屬性的觀眾研究，主要是強調應用目的，以觀眾研究結果，對博物館或其舉辦的活動與展覽等等進行評量，進而提出修正意見；最後，則是透過心理學、社會學等等不同學科，經由嚴謹方法所進行的學術研究，包括理論的實證或探索性研究。其中，前兩類觀眾研究，也就是市場屬性與評量屬性的觀眾研究，是博物館經營者較常採用的方式，但整體而言，劉婉珍認為，在華人世界中，觀眾研究還是一門新興學科，並期待能在未來受到應有的關注。

雖然是新興學科 (至少在華人世界)，但觀眾研究的發展已有一些變化。80 年代以前，觀眾研究比較強調普同性，亦即不管是採用行為主義、人文心理導向或是詮釋批判，大部份都視觀眾具有共通性，傾向以同質群體的角度來解釋或運用觀眾研究成果 (陳雪雲，2005)。80 年代之後，觀眾研究有典範移轉的現象，一些研究開始注意到觀眾的多元化，甚至將觀眾視為後現代主體，例如在 Falk and Dierking (2000) 或是 Chan and Goldthorpe (2007) 的論述中，他們都承認觀眾差異的存在，並試著瞭解如何跨越差異地創造共同體驗空間，或至少創造一個暫時的同一感受。這些研究往往指出，不同類型的觀眾，偏好參觀不同的博物館，或是在不同時間進行參觀，像是一些具有教育娛樂性質的博物館，平日觀眾可能以學生團體為主，假日則以親子成行的小團體為主 (黃鈺琴，2006)，而一些特定主題的博物館或特展，例如宗教、美術、建築或是音樂等等，則有較多的個人觀眾前往。其中，針對文化類博物館的參觀或消費，Chan and Goldthorpe 的研究發現，以音樂觀眾為例，觀眾的社會階層 (Social Stratification) 與其文化消費 (Cultural Consumption) 有關，但並非社會階層越高的觀眾，就越喜歡所謂的菁英 (Elite) 文化，而是社會階層越高的觀眾，其文化消費的廣度越大，也就是越有彈性與機會接觸與接受更多種的文化消費。此外，Falk and Dierking、Hood (1989)、

以及 Merriman (1991) 等人的研究則指出，不同參觀頻率的觀眾往往有不同的人口屬性或心理特徵。例如，Hood 就曾經以參觀頻率將博物館觀眾分成較常參觀的經常性觀眾 (frequent museum goers)、較少參觀的偶發性觀眾 (occasional visitors)、以及從不參觀的非博物館觀眾 (non-visitors)。她並且發現，不同參觀頻率的觀眾，希望透過參觀來獲得滿足的心理動機並不相同。對於經常性觀眾而言，參觀博物館是一項有價值的活動 (something worthwhile)、新的體驗 (new experiences)、或是學習的機會 (opportunity to learn) 等等，是他們之所以經常參觀博物館很重要的心理動機。

雖然觀眾屬性的多元化會影響觀眾的行為與期待，也不容易取得比較一般化的資訊，但 Housen (1987) 認為，面對多元化的觀眾，我們仍然可以透過三方面來取得觀眾知識，包括觀眾的人口屬性資料、態度資訊以及觀眾的發展情形。其中，觀眾的發展階段是最難調查的，因為這要瞭解觀眾的參觀邏輯以及對於參觀過程的理解程度等等，通常以質化研究方式較能探知。至於觀眾的人口屬性，包括年齡、性別、教育背景等等，則是博物館管理人員較為傳統且普遍的調查方式，但 Housen 認為這樣是不夠的，至少應該還要加上對於觀眾態度的調查。所謂態度，是指人們對於一件事物、活動或是人物的偏好程度 (Robbins & Judge, 2007)。一般而言，態度可以分成事前與事後態度，許多研究想要判斷態度與行動之間的關係，也就是比較關心事前態度，至於事後態度，則往往以滿意度來取代 (沈介文, 2011)。其次，態度可以分成三個面向，包括認知、情感以及行動面向 (Aronson, Wilson, & Akert, 2007)，其中與行動有關的態度衡量，例如是否可能前往參觀等等，往往最能夠預測態度與行動之間的關係，但也最受到限制，因為必須針對具體行動來衡量其態度。

在關於態度的研究中，博物館研究者發現，觀眾在參觀過程中的互動體驗，往往受其事先態度影響，並影響其事後態度。例如 Falk and Dierking (2000) 在其論述中，針對他們之前提出的互動體驗模式 (Interactive Experience Model)，加入了時間因素。所謂互動體驗模式，指的是觀眾在個人脈絡、社會脈絡以及實體脈絡互動下，形成一種獨特的體驗結果。至於之後加入的時間因素，則指出觀眾體驗受到參觀前、參觀中以及參觀後的種種因素影響，例如觀眾期待就是一種參觀前態度，屬於個人脈絡，會影響觀眾在參觀過程中的互動體驗。

沈介文 (2011) 將觀眾體驗期待的相關研究訴求進行分類，如圖 1 所示。其中右方箭頭是第一類訴求，關心的是觀眾的不同屬性與其參觀偏好或期待之間的關係，例如 Chan and Goldthorpe (2007) 研究觀眾的社會階層與其文化消費偏好之關係；第二類訴求則是想要瞭解觀眾對於博物館的認知為何，因為這些認知會影響觀眾的參觀行為，例如 Hood (1989) 的研究發現，經常性觀眾往往認為參觀博物館是一項有價值的活動；至於第三類訴求，其焦點是想探討博物館應該有哪些作為，以吸引觀眾或是滿足觀眾偏好或期待。例如，Carman (2010) 就博物館的古蹟典藏 (heritage collection) 進行論述，認為博物館的典藏除了要考慮經濟因素，他稱之為使用價值 (use value) 之外，還要考慮文化上的符號價值 (symbolic value)，以提昇博物館形象 (museum status)，滿足不同於一般旅遊的觀眾偏好。最後，沈介文定位其研究為第三類，並經由敘事分析，整理出一些能夠滿足不同類型體驗期待的博物館情境，做為博物館經營者的參考。

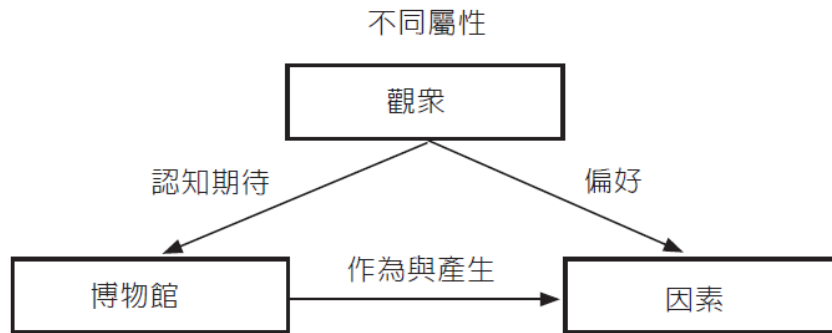


圖 1 觀眾體驗期待相關研究之分類 (沈介文, 2011)

沈介文 (2011) 的研究受到互動體驗模式的啟發，但互動體驗模式也受到一些學者批評，例如 Hooper-Greenhill (2007) 就認為，該模式透過社會學與人類學的角度出發，而有行為主義的傾向，隱含著只要在脈絡上給予刺激，就會影響觀眾的意識或體驗，卻無法透析觀眾對於意義或體驗的自我建構過程。因此，Hooper-Greenhill 建議應該以文化研究的角度再審視觀眾體驗的自我形塑過程。雖然如此，互動體驗模式還是被許多研究者引用，並引發對於博物館觀眾互動體驗更深入的探討。例如劉婉珍 (2007) 強調觀眾事前準備、現場參與及互動的關聯與重要性；Sheng and Chen (2012; 2013) 則試著找出博物館觀眾的事前期待類型，並發現博物館如何呈現展演，例如是否呈現出熟悉故事 (familiar stories) 的感覺，或是與生活有關的經驗 (experiences related to life) 等等，對觀眾未來期待的形成，有一定的影響。

二、遊客體驗與回憶

Sheng, Shen, and Chen (2008) 將參觀博物館歸類為一種歷史文藝的旅遊，而在 Hertzman, Anderson, and Rowley (2008) 的研究中，他們也指出，隨著多媒體技術的發展，不同方式的博物館之旅，包括歷史博物館、古蹟主題公園、生活博物館等等，其間的界線已漸趨模糊，但都具有教育娛樂 (edutainment) 的效果，並且能夠讓觀眾有主動與被動體驗的機會。

如果我們將參觀博物館視為一種具有教育功能旅遊的話，Trauer (2006) 認為，凡是旅遊都具有體驗與情緒的本質 (experiential and emotional nature)，而博物館觀眾的體驗就像是旅遊研究中的遊客體驗。關於遊客體驗，Uriely (2005) 指出，其研究歷史雖然才 50 年左右 (以現在來看，應該是 60 年)，但其間已經發生過四次轉折 (shift)。最初，旅遊，特別是海外旅遊，被視為一種較為昂貴而稀少的休閒方式，所以大多數研究認為，遊客體驗是一種不同於每日生活的獨特體驗。之後，日常休閒也被視為旅遊體驗的部份內涵，於是第一次轉折發生，強調遊客體驗也包括了日常消費的體驗，例如 Mossberg (2007) 就認為，遊客體驗包括了高峰體驗 (peak experience) 與日常體驗 (daily experience)，所謂高峰體驗是指與日常作息有明顯不同的過程，像是進行高空彈跳等等，所造成的一種遊客體驗，而日常體驗則是日常作息，包括吃住交通等等，帶給遊客的體驗。

Uriely (2005) 接著提到第二次轉折，指的是研究者認知到遊客體驗的多元化 (pluralizing

the experience)，這有點類似前面提到的博物館觀眾多元化，亦即不同遊客會產生不同體驗。例如，Cohen (2008) 提到後遊客 (post tourist) 或是後現代遊客 (postmodern tourist) 的概念，認為這類遊客會覺得透過電腦螢幕的虛擬實境來觀光，與透過遊覽車的窗戶來觀看景點，是有其相似性的，因此若只是遊覽車旅遊，就不一定要到當地去，網路上也可以得到類似體驗。Cohen 還認為，後遊客比較傾向於對俗民文化的認同，認為不一定要到高級文化地區才是旅遊，而相信在俗民社會中，例如參觀地區小型博物館、參與社區活動、或是在鄉間 long stay 等等，也能，甚至是更能夠體驗到旅遊的愉悅。

至於第三次轉折，也就是 Uriely (2005) 稱為主觀角色 (the role of subjectivity) 的轉折，此時的研究強調遊客的主觀知覺，並認為遊客會針對旅遊中的客觀事件「協商」(negotiation) 其意義，而遊客對於情境的主動詮釋將會影響其體驗。因此，遊客如何詮釋事件，遠比事件如何客觀發生，對於遊客體驗更具有影響力。最後，也就是第四次轉折，稱之為相對詮釋 (relative interpretations) 的轉折。此時，研究者開始相信，體驗雖然是個人的主觀詮釋，但卻是置於文化與時代的脈絡之下。此一觀點與 Falk and Dierking (2000) 所提出來的互動體驗模式極為類似，而 Larsen and Mossberg (2007) 也認為，體驗是一種相當主觀且個人化的過程，與個人所處的社會、文化乃至於各種制度體系都有關係，再加上遊客體驗的多元化，所以他們建議，對於遊客體驗不妨保持彈性，以更多元的角度，透過行銷、心理、文化或是社會學等等的跨領域 (inter-discipline) 研究來進行探討。對於此一觀點，O'Dell (2007) 也表示認同，他還以文化社會學的角度指出，在後現代化社會中，遊客不再是單純的接受者 (receiver)、觀察者 (observer) 或詮釋者 (interpreter)，而是主動的體驗者，甚至是意義的創造與行動者 (creator and actor)。因此，進行觀眾或遊客的研究時，應該要到現場 (being there)，以更貼近觀眾或遊客，甚至融入遊程或親自前往旅遊地點的方式來進行，而不是採取遠距離的觀察。

對於遊客是主動體驗者或是被動接受者的看法，Pine and Gilmore (1998) 很早就認為，二種都有可能。他們根據遊客涉入的程度，將遊客體驗分成教育 (educational) 或跳脫現實 (escapist) 的積極參與型，此時遊客對於旅遊情境是比較主動參與以及融入的，甚至會自我形塑旅遊過程中的各種體驗。另外則是比較被動的遊客體驗，包括美感 (esthetic) 或娛樂 (entertainment) 的體驗，此時遊客會透過旅遊中「被提供」的各種美感或娛樂活動而產生體驗。然而，Pine and Gilmore 也指出，主動與被動體驗有可能同時存在，就像是 Hertzman, Anderson, and Rowley (2008) 所認為的，博物館具有「教育」「娛樂」(edutainment) 功能一樣，此時的遊客與旅遊系統間，或是觀眾與博物館系統間，彼此是互動的，遊客在接受「被提供」的素材同時，也可能主動涉入，共同形成體驗，而達到一種甜蜜狀態 (sweet spot)。

除了以上的觀點之外，Larsen (2007) 還以心理學角度指出，遊客體驗是一種累積的心理現象，包括了旅遊前的期待、旅遊過程中對於事件的知覺、以及旅遊結束後所留下的回憶，這三者共同累積與塑造了遊客對於旅遊的整體感受。此一觀點與 Falk and Dierking (2000) 的觀點雷同，但 Larsen 還認為，期待、知覺與回憶之間是一種循環過程，亦即遊客在旅遊過後，透過期待、知覺與回憶而產生的體驗，又會影響下一次對於旅遊的期待，並進而影響遊客的重遊意願。例如，在沈進成、廖若岑與周君妍 (2005) 的研究中，他們就發現，如果遊客在

主觀上，事先對於旅遊地點有高度正面的感受或期待，往往能夠產生較豐富的體驗知覺，並在事後增加對於旅遊地點的忠誠度，而可能有較高的重遊意願。

在以上旅遊前中後的歷程觀點中，凡是探討遊客感受的研究，或多或少會觸及遊客的事後回憶，例如在 Hertzman, Anderson, and Rowley (2008) 的研究中，他們透過事後訪談來瞭解遊客感受；Van Winkle and MacKay (2008) 的研究則是請露營者回憶自己的露營經驗，並判斷自己行為對於環境的衝擊；而在 Kao, Huang, and Wu (2008) 的研究中，他們是以問卷方式，請海洋公園遊客填寫對於體驗的滿意程度（事後態度）；同時，沈進成、廖若岑與周君妍 (2005) 的研究，也是以問卷來詢問遊客對於旅遊住宿的感受。然而，除非遊客在旅遊當時就保持完整紀錄，否則其回憶多半會有重建過程（reconstructive process），以合理聯結過去與現在的自己（Thuc-Doan & Russell, 2007）。因此，許多人在回憶其體驗時，事實上是在詮釋，甚至於「創造」出當時的體驗（Larsen, 2007）。

綜合以上的文獻整理，我們可以看到一些研究現象如下

1. 遊客體驗研究或是觀眾研究有一些共識，包括觀眾或遊客是多元的，而觀眾或遊客體驗是時間、實境、個人與社會的互動結果。
2. 在研究方法上，相關學者很鼓勵跨領域研究、到現場貼近觀眾或遊客的研究、以及質化與深入探討互動關係的研究。
3. 遊客體驗研究有較多的實證，但偏向量化研究，且很少以博物館觀眾為對象（或是以博物館觀眾為對象的研究，較少發表在旅遊類期刊）；觀眾研究則從社會學、人類學、教育哲學或文化研究等等角度，進行較多元的哲學思辨或巨觀論述，其中在實務方面，則以市場屬性或評量屬性的研究較多，理論實證研究較少。
4. 雖然有許多研究，將焦點放在參觀或旅遊歷程中的遊客感受，但較少有研究同時含蓋參觀前、過程中、參觀後的完整歷程研究。
5. 許多遊客體驗研究會探討參觀後（回憶）與下次參觀前（期待或重遊意願）之關係，但多半以問卷與統計量化進行，較少「到現場」貼近遊客，也較難避免遊客回憶的重建，而無法捕捉回憶中「消失」的片段，或是區分出哪些是「想像」的回憶片段。

基於以上一些現象，我們在 2009 年提出一個三年期計劃，探討遊客體驗的期待、知覺與回憶（以及對下次期待的影響）之關係，並以博物館觀眾為例。可是因為過去研究者專長的是企業倫理領域，當時剛進入旅遊及博物館研究領域，所以研究表現未受到認可而未能通過。不過，我們自己透過一些學校小型計劃或是大學生專題，以及部份自費的方式下，仍然進行研究與發表，請見 Sheng and Chen (2012; 2013) 以及沈介文 (2011) 的研究。這些研究主要焦點在於觀眾體驗期待，因此本計劃打算針對 2009 年計劃書中，觀眾體驗期待以外的部份，包括觀眾在參觀過程中的知覺、事後回憶以及下次期待等等概念之間的關係，進行擴充探討，研究架構如圖 2 所示。其中，事後回憶與重遊意願之間的關係，過去已有一些相關研究，但正如前面提到，回憶重建是過去研究難以避免的問題，故本計劃會針對過程知覺與事後回憶

之間的回憶重建進行探討。

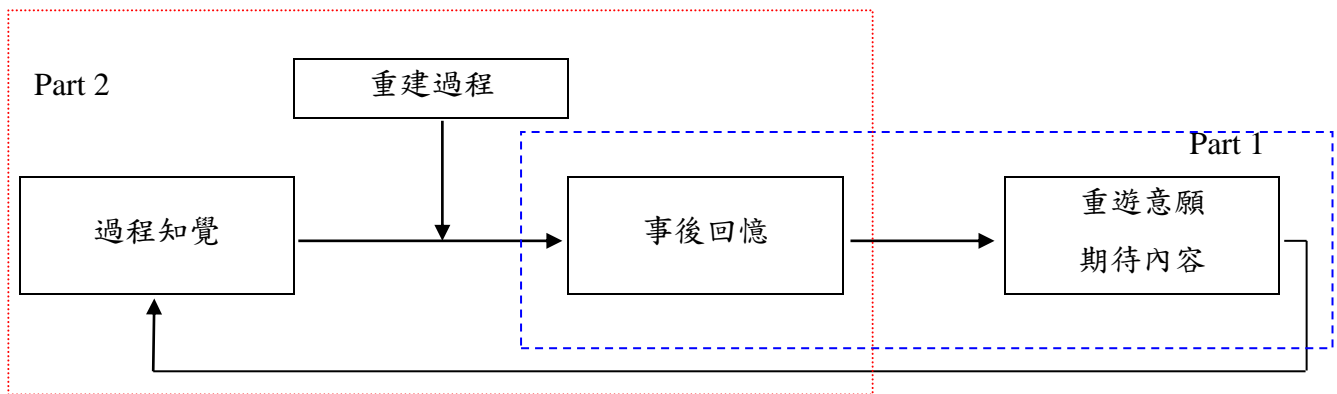


圖 2 本計劃研究架構

參、研究方法

本計劃將依循 O'Dell (2007) 的「到現場」(being there) 原則，由研究者與參與者親自到博物館參觀，運用口述語意分析 (protocol analysis)，將所思所想錄音下來，同時整理回憶筆記，並反思重遊意願的高低與決定因素 (期待內容)，然後紀錄下來。之後，本研究將先針對研究架構的 part 1 進行探討，分析回憶筆記與重遊意願以及期待內容之間的關係。接著，本研究將探討圖 2 的 part 2 部份，透過敘事分析 (narrative analysis)，針對口述語意的錄音內容，分析其與回憶筆記之間的差異，以瞭解觀眾回憶重建的可能邏輯。

以上這些過程，本計劃打算分兩階段完成，第一階段是前置研究，由研究者親自「到現場」參觀博物館，進行口述語意錄音、回憶筆記、重遊意願反思與重遊博物館等等的活動與紀錄，並整理出相關問題以及建構部份而初步的模型/模式。至於第二階段，才是本計劃申請補助的主要階段，主要是納入參與者觀點，以修正及擴充模型。

一、前置研究：2013.8.1~2014.7.31

本年的研究過程並不含蓋在本計劃所申請的研究時間內，而是研究者利用本身時間與資源，平均每兩週參觀一家博物館，進行「到現場」的體驗，並以口述語意方式，在參觀過程中說出想法與感受 (think-aloud)，進行自我錄音，同時輔以照片，然後於參觀後，在短期記憶轉變為長期記憶的 2~14 日內，寫下回憶筆記，此時將如同一般觀眾的行為模式一樣，研究者可以參考當時的照片，但不能參考錄音資訊 (因為一般觀眾不太錄音的)。

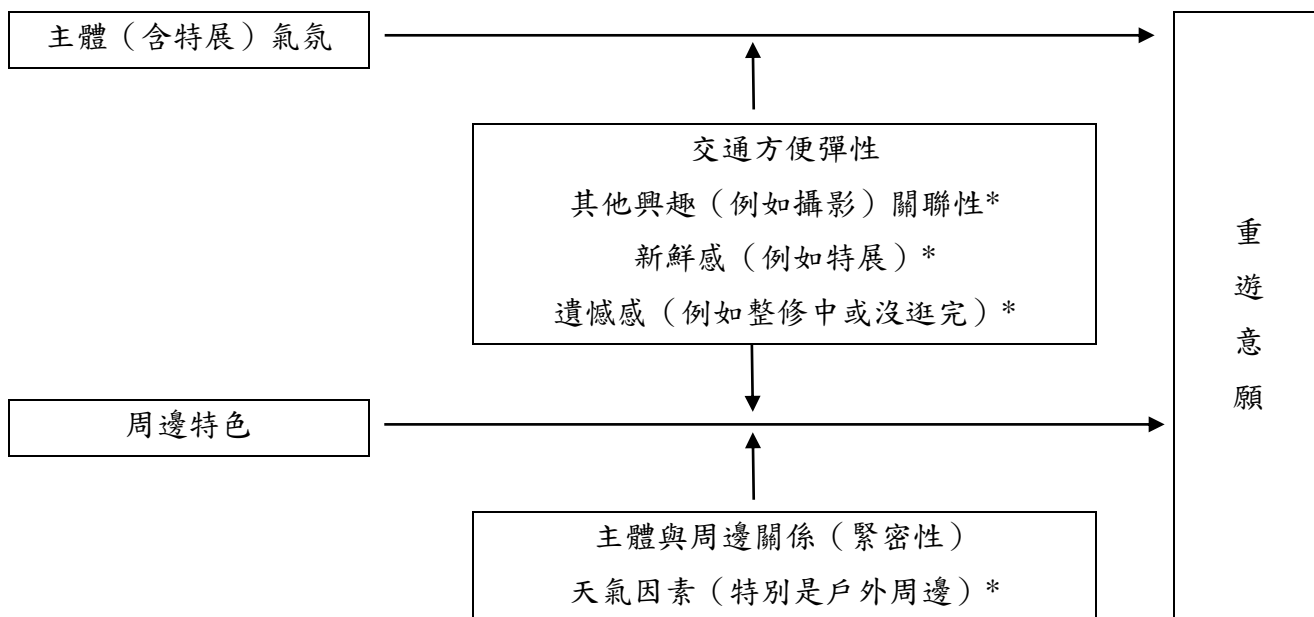
Ericson and Simon (1996) 認為，口述語意分析法是取得認知歷程資訊最直接的方法。其中，共時口述語意分析法 (concurrent protocol analysis) 有助於研究者瞭解被觀察者短期記憶中的細節與重要轉折點，符合思考活動具有連續性與短暫性的特色 (Dorst, 1995)。其操作方式很簡單，就是要被觀察者與思考同步，說出過程中的各種想法與感受。然而，須要注意的

是，除了技術上的問題之外，例如是否方便錄音等等，被觀察者的社會預期效應以及被觀察者在說出想法同時，有無可能因為相關人員的觀察或監督，而產生霍桑效應等等，這些都要事先予以規劃及避免。因此，口述語意通常是立意抽樣，挑選符合研究目的而能信任研究者的對象進行研究，如此將有助於降低社會預期效應；其次，研究也可能賦予被觀察者較多的自主權，包括挑選時段或是要求清場等等，以降低霍桑效應的影響。

截至 2013 年 10 月 15 日，研究者參觀了 10 家博物館，但其中兩家，包括彰化的緞帶博物館以及宜蘭的菌寶貝博物館，基本上像是商業氣息較濃厚的觀光工廠，所以不列入分析。之後，研究者將其餘 8 家博物館特色，根據回憶筆記整理成表 1，並反思重遊意願，然後與表 1 進行比較，整理出成重遊意願影響因素的關聯圖，如圖 3 所示。其中，對於博物館主體氣氛的感受會影響重遊意願，例如在宗教博物館，研究者對一進去的高挑空間、空靈的設計感以及各種主題很有感受，所以超過預期地一直逛到營業結束，並有很高的重遊意願。其次，博物館周邊環境的特色，例如台灣設計博物館周邊的松山文創區或是鶯歌博物館周邊的老街，也影響了研究者的重遊意願。另一方面，交通是否方便有彈性以及博物館主體與周邊的緊密性，則間接干擾了研究者的重遊意願，例如研究者對蘭陽博物館的主體氣氛感受很好，但因為交通因素而影響了重遊意願，不過若是到宜蘭遊玩時，則很願意再重遊蘭陽博物館。

表 1 研究者參觀過的 8 家博物館特色比較

	主體氣氛	周邊方便彈性	周邊特色	周邊與主體緊密性	特展感受
宗教博物館	☆☆☆	☆☆	Little	N/A	Little
鶯歌博物館	☆☆	Little	☆☆☆	☆	Little
蘭陽博物館	☆☆☆	Little	Little	N/A	Little
台灣設計博物館	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆	Little
台灣博物館	☆	☆☆	☆☆	☆	Little
中山創意基地	無常設展	☆☆	Little	N/A	☆☆☆
濕地博物館	Little	☆☆	Little	N/A	☆
袖珍博物館	☆	☆	Little	N/A	☆



* 模式雛型建立後，隨著後續參觀的回憶筆記，新加入的干擾因素。

圖 3 博物館重遊意願影響因素關聯圖（以研究者自身體驗為主）

至於圖 3 的星號部份，是 2013 年 10 月底至 12 月中，在圖 3 模式建立後，研究者持續參觀或重遊博物館，從自身的回憶記錄中，整理出來的一些干擾因素。這次參觀的博物館包括了台北當代藝術館、紅點設計博物館（並重遊松山文創區）、歷史博物館以及台北科教館。在這段過程中，研究者發現，重遊意願的干擾因素比想像的多。例如，研究者在 11 月 1 日，原本想重遊松山文創區的台灣設計博物館，順便看看新開幕的紅點博物館，但早上看到下雨，想到松山文創區大多在室外，就取消了當天逛博物館的行程。雖然之後在 11 月 3 日，研究者仍然前往松山文創區的紅點博物館參觀，但當下確實感受到天氣因素對重遊意願的干擾。

二、第一年研究：2014.8.1~2015.7.31

這一年是本計劃正式執行期間，主要是想處理以下兩個問題：

1. 研究者本身體驗所整理出來的圖 3 架構，能否推論至其他觀眾？
2. 圖 3 只針對研究架構中的 part 1 進行分析，part 2 的歷程又是如何？

在處理第一個問題上，本計劃邀請 4 位參與者加入，由於口述語意分析須要參與者與研究者彼此的高度信任，故本研究將採立意抽樣（purposive sampling），邀請研究者認識的合適對象加入，其人物側寫（profile）如表 2 所示。之後，我們請參與者從 2014 年 8 月到 2015 年 4 月，經歷一遍研究者在前置研究中所參觀的博物館，但參觀時序、特展內容、天候乃至於同伴，參與者可以自由決定，只是要以相同的方式收集與整理資料，包括口述語意錄音、照相、參觀後 2~14 日的回憶筆記等等。最後，我們進行分析，試著勾勒出參與者的博物館重遊意願影響因素關聯圖，並與圖 3 進行整合，希望能夠提出一個更具包容力的模型。

表 2 參與者人物側寫 (profile)

參與者	側寫
A	博士畢業，南部人，男性，彰化工作，36 歲，成家，有小孩
B	碩士畢業，台北人，女性，台北市工作，管理顧問，30 歲，很有企圖心，未婚
C	大學畢業，東部國小教師，女性，51 歲，離婚，有小孩
D	大學在學生，台北人，女性，21 歲

接下來是關於第二個問題的處理，也就是想要探討圖 2 中，part 2 的歷程為何？此時，我們將隨著博物館參觀的進行，持續針對口述語意的錄音進行敘事分析，同時將分析結果與回憶筆記進行比較，試圖從差異中找出觀眾回憶重建的邏輯。

在以上過程中，所謂敘事分析，主要是衍生於敘事理論 (narratology)，認為人們生來就具有說故事的能力，而我們也可以藉由人們所敘說的故事，得以進入說故事者的內心世界，瞭解其對於事物的思路歷程 (Lieblich, Tuval-Mashiach, & Zilber, 1998)。因此，敘事分析基本上就是對於故事 (story)，亦即所講述的內容，或是論述 (discourse)，亦即故事是如何表現 (presentation)，進行分析的一種方法 (Culler, 1981)。研究者可以藉由影片、傳記、圖片、或對話等等刺激，例如透過博物館的展出或互動，引導當事人進行故事敘說，再以此敘說的內容為文本 (text)，針對文本或其表現方式來進行分析。

「比較」，是一種經常被用於敘事分析的技巧，透過比較，往往能夠萃取出核心元素或一些通則。例如 Propp 在研究俄國民間故事時，就運用敘事分析來比較各故事的題目，萃取出要素，再將各要素相互比較之後，找出其間的關係以及文本之間的通則 (引自高辛勇, 1987)。Preuss and Dawson (2009) 甚至建立一個比較或評估 (evaluation) 的架構，認為針對敘事，研究者可以進行水平閱讀 (horizontal reading)，來比較敘事的結構面 (structural features，例如字彙或文法)、工具面 (instrumental features，例如修辭)、或是誠信面 (integrity of the text，例如是否一致或完整)；同時，研究者也可以進行垂直閱讀 (vertical reading)，分析與比較敘事背後的特定哲學觀點 (particular philosophical perspective)。最後，Preuss and Dawson 提出一些分析範例，但主要是跟企業環境論述或環境管理相關的議題。

除了 Preuss and Dawson (2009) 所提出來的架構之外，Lieblich, Tuval-Mashiach, and Zilber (1998) 也提出一個 2 乘 2 的分析架構，包含了兩個面向，分別是整體對應分類 (holistic vs. categorical)，也就是針對完整或是部分的敘事進行分析；另一面向是內容對應形式 (content vs. form)，也就是針對敘事內容或是敘事的表現方式進行分析。此一 2 乘 2 架構形成了四種敘事分析類型，包括：1. 整體及內容的分析方式，亦即針對完整故事的內容進行分析；2. 整體及形式的分析方式，亦即針對完整故事的表現或發展形式進行分析；3. 分類及內容的分析方式，亦即針對分類後的部份或分段故事內容進行分析；4. 分類及形式的分析方式，亦即針對分類後的部份或分段故事之表現或發展型式進行分析。不過，Lieblich 等人也指出，這四種分析類型之間並無明顯界線。

本計劃在本年所採用的敘事分析，主要是整體及內容的分析方式，也就是針對研究者及參與者完整的口述語意錄音內容，進行比較與探討，但也輔以型式上的分析，也就是針對特別的呈現方式或發展情形，予以標記並進行分析。至於在敘事評估方面，則採用 Preuss and Dawson (2009) 的架構，透過水平閱讀及垂直閱讀的原則，分析敘事者的修辭、一致性以及敘事背後的觀點等等。

肆、研究結果與討論

一、圖 3 架構能否推論至其他觀眾？

在表 2 列出的四位觀眾參觀博物館並進行口述錄音、回憶筆記之後，我們透過關鍵字比對，亦即將圖 3 重要概念列出關鍵字，包括主體(含蓋建築、陳設、佈置、服務等等關鍵字)、特展或展覽、重遊意願、交通、興趣、新鮮、遺憾、周邊、天氣等等，針對回憶筆記將關鍵字標示出來，分析其前後句子或不同概念之間的關係，再與圖 3 進行比較。之所以只針對回憶筆記，是因為回憶反映出觀眾對該次參觀留下比較穩定而長期的印象，除非是短期內就要再來一次，否則會比當場短暫的感受，更能影響其重遊意願。

分析結果顯示，觀眾回憶與圖 3 的架構大致吻合，例如主體氣氛與重遊意願的關係，有人提到「博物館也真的讓人回味無窮，所以我想下次有時間的話，我還會想要來這裡待上一整天」，至於周邊特色與重遊意願的關係，則有人提到「有很多具有個人特色跟強烈設計感的小店可以逛...會讓人下次想要再來逛」。另外在干擾因素方面，交通因素有人提到「交通非常方便...吸引了許多人潮」，其他興趣則有人提到「沒有很舒服，我覺得可能與信仰有關吧」，而新鮮感、遺憾感、主體與周邊緊密程度、以及天氣因素，也都是重要的干擾因素，影響觀眾在主題與周邊體驗之下，重遊意願的高低，像是「第一次來...覺得很興奮也很期待」(新鮮感)；「每次都會不自覺逛相同的地方，希望下次...能往其他地方走走看看」(遺憾感)；「那麼近...原本以為...沒什麼好逛的...來了才發現...這邊很好玩」(主體與周邊緊密程度)；「這樣的天氣...很適切的整體經驗...該有的感覺」(天氣因素)。

除了與圖 3 架構比對之外，我們還發現，在觀眾的回憶筆記中，反映出各種體驗大體上受到三類刺激引發，包括：

1. 博物館情境刺激：這部分是觀眾最常提到的刺激，又可分成兩種，一種是博物館刻意引導的情境刺激，例如「看到東海大教堂當初建築師的作品...看到...陳正雄的作品」；另一種則是博物館沒有引導，甚至不希望觀眾感知，卻被觀眾感知到的刺激，例如「即使是特展，東西也不多...不大的房間...陳列不多」、「地下一樓與大廳的展示，較少互動性」、「沒上鎖的未開放空間...」等等。
2. 他人的言行刺激：包括其他觀眾、非觀眾、博物館或是活動人員的言行，都可能刺激觀眾感知，例如「路上可以看到頸上有唇印紋身的女孩」、「遇到旅遊團...有點吵...有人...滑手機」、「聽到工作人員對話，大致上是以無奈的語氣說著，又天黑了，每次結束都天黑」、「XX 女高戶外教學...學生的裝扮出乎意料地特立獨行」。

3. 館外場域的刺激：曾經來過或住過博物館附近的觀眾，似乎比較敏感於這方面的感知體驗，例如「看著聯合大樓拆掉，改建，又看到以前便當店 QCCA+ 的 logo」。

二、回憶重建的影響因素

記憶與心理學以及腦科學有關，若就時間來看，記憶可以分成感覺記憶、短期記憶（工作記憶）以及長期記憶，不同記憶放在腦部不同位置。至於一般人提到的回憶，則與如何擷取長期記憶有關，由於長期記憶並無法完整記錄所有資訊，而人們又傾向於將資訊以符合自己詮釋（邏輯）的方式呈現，所以中間往往會有許多推論、想像的資訊進行填補，我們稱為回憶重建。

在本研究中，我們針對觀眾的口述語意錄音（接近於感覺以及短期記憶）進行敘事分析，同時將分析結果與回憶筆記（屬於長期記憶）進行比較，試圖從差異中找出觀眾回憶重建的邏輯。

結果發現，口述語意很少有關於程序記憶（procedural memory，又稱為內隱記憶，implicit memory）的記錄，這主要是因為程序記憶是指關於技術、過程或「如何做」的記憶，除非研究特別要求，否則觀眾很容易將焦點放在五官感受、心情或認知等等的體驗上，對於自己行動的邏輯，特別是一些習慣的邏輯，比較不會記錄。不過，當觀眾擷取長期記憶時，因為會加入一些推論與想像，反而發現自己行為的習慣，而影響對於體驗的詮釋，例如，有人在回憶筆記提到「感覺我每次都會不自覺逛相同的地方，希望...」，但他的口述語意紀錄中，則沒有這段文字的相關訊息。

除了程序記憶之外，長期記憶還包括宣告記憶（declarative memory，又稱為外顯記憶，explicit memory），指的是關於某個事件或事實的一種記憶。其中，對於一般知識或抽象概念等等，經過有意識的學習，然後能夠透過文字、數字、推演公式等等方法來記憶，屬於一種語意記憶（semantic memory），通常是一種客觀知識，與個人經驗無關，例如我們知道 Muse 女神掌管藝術等等。在本研究中發現，這樣的記憶若未經複習或連結，比較難從短期記憶轉成長期記憶。例如，有人在口述語意中提到「我覺得很文藝氣息... 整個很有就是詩情畫意... 『你不曾見，那滿山的雨，而卻一生淋漓的猖狂。』」，但在回憶筆記中，就只剩下詩情畫意的印象：「放了很詩情畫意的東西... 以雨作為題材所作的詞句」，但對於詞句內容則無法回想得很完整。

相對地，長期記憶中的情節記憶（episodic memory）是一種與個人經歷相關，比較主觀的記憶，往往會包括時間、地點、人物、情感或是關聯的事件或知識等等。由於情節記憶跟自我有關，自我覺知、符號互動詮釋以及個人心智等等，都會影響情節記憶的儲存、擷取乃至於呈現。在本研究中，我們發現，回憶筆記會記錄一些口述語意沒提到的記憶，這些記憶很多屬於情節記憶，甚至會因而產生一種推論的體驗，然後成為自己記憶的一部分。例如，有人提到「住在板橋好幾年了... 卻從來沒來過這裡（個人經驗，口述語意未提及），所以今天來覺得特別新鮮（就前後文句來看，這是一種配合前面經驗的推論，口述語意雖也有類似感

受，但未清楚提到新鮮兩字)」。

綜合以上來看，觀眾在參觀博物館現場的感覺與短期記憶，比較不會自覺到程序記憶的部分，也就是比較無法自覺到自己一些習慣行為，同時觀眾也容易忽略掉一些情節記憶，而這些，包括程序記憶與一些情節記憶，則會再觀眾回想長期記憶時浮現，並影響到觀眾後續的重遊意願與決定。這顯示出，若要了解觀眾、鼓勵重遊，或許從過去來訪觀眾中抽樣進行調查，會比現場請觀眾填寫問卷的效果來得好，因此博物館需要有一套觀眾管理系統，以收集過去來訪觀眾的資訊，例如建立會員制或是創辦電子報，收集訂閱戶的資訊等等。

另一方面，有研究指出，情節記憶的運作需要建立在語意記憶的基礎上，像是幼兒往往先發展語意記憶，到三四歲才能充分運作情節記憶。這在邏輯上也合理，因為情節記憶是與個人有關的事件隨時間推演而被儲存下來，儲存資訊是主觀選擇的結果，並非完整的資訊，故會有部分內容是透過推論，甚至於想像進行填補，也不易確認是否真實。因此，個人的語意記憶，也就是對於客觀事實、知識、概念的學習成果，必定會影響情節記憶的儲存效率，包括其中的推論合理性，同時也會影響情節記憶的呈現，包括如何運用精準文字來重現記憶等等。這顯示出，雖然觀眾的長期記憶不容易留住語意記憶，但博物館仍要提供語意記憶的內容，包括知識與概念的傳達，這不僅僅是因為博物館的教育角色，還有利於觀眾對於情節記憶的儲存、擷取與呈現，進而讓觀眾在長期記憶中，保持住對於參觀體驗的滿足。不過，博物館也要注意，語意記憶內容的提供方式可能要更能與情節記憶結合，觀眾才容易記憶，例如盡量透過體驗、互動來了解知識，或是結合個人生活經驗等等。

伍、參考文獻

- 沈介文 (2011), 「觀眾體驗期待滿足因素之探討」, 科技博物, 第 15 卷, 第四期, 99~122 頁。
- 沈進成、廖若岑、周君妍 (2005), 「遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度之研究」, 戶外遊憩研究, 18 (3): 59-79。
- 高辛勇 (1987), 形名學與敘事理論：結構主義的小說分析法, 台北：聯經。
- 劉婉珍 (2007)。博物館就是劇場。台北市：藝術家出版社。
- 劉婉珍 (2012), 博物館觀眾研究, 台北：三民書局。
- 陳雪雲 (2005), 「臺灣博物館觀眾研究回顧與展望：從現代到後現代主體」, 王嵩山主編, 博物館、知識建構與現代化 (頁 115-140), 台中：國立自然科學博物館。
- 黃鈺琴 (2006)。美術館的魅力。台北市：藝術家出版社。
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2007). *Social Psychology* (6th edition). N.J.: Prentice Hall.
- Carman, J. (2010). "Promotion to Heritage: How Museum Objects are made". In S. Pettersson, M. Hagedorn-Saupe, T. Jyrkkiö, & A. Weij (Eds.), *Encouraging Collections Mobility - A Way Forward for Museums in Europe* (pp. 74-85). Finnish National Gallery.
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007). "Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England". *European Sociological Review*, 23(1): 1-19.
- Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1969). "Alternative method of estimating future use". *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7): 36.

- Cohen, E. (2008). "The Changing Faces of Contemporary Tourism," *Society*, 45(4): 330-333.
- Culler, J. D. (1981). *The Pursuit of Signs: Semiotics, Literature, Deconstruction*, NY: Cornell University Press.
- Dorst, K. (1995). "Analyzing Design Activity: New Directions in Protocol Analysis". *Design Studies*, 16(2): 139-142.
- Ek, R., Larsen, J., Hornskov, S. B., & Mansfeldt, O. K. (2008). "A Dynamic Framework of Tourist Experiences: Space-Time and Performances in the Experience Economy". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(2): 122-140.
- Ericsson, K. A., & Simon, H. A. (1996). *Protocol Analysis: Verbal Reports as Data* (Revised Ed.). London: MIT Press.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000). *Learning from Museums: Visitor Experiences and the making of meaning*. CA: AltaMira Press.
- Hertzman, E., Anderson, D., & Rowley, S. (2008). "Edutainment Heritage Tourist Attractions: A Portrait of Visitors' Experiences at Storyeum". *Museum Management and Curatorship*, 23(2): 155-175.
- Hood, M. G. (1989). "Leisure Criteria of Family Participation and Nonparticipation in Museums". *Marriage & Family Review*, 13(3-4): 151-169.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. London: Routledge.
- Housen, A. (1987). "Three Methods for Understanding Museum Audiences". *Museum Studies Journal*, 2(4): 41-49.
- Kao, Y. F., Huang, L. S., & Wu, C. H. (2008). "Effects of Theatrical Elements on Experiential Quality and Loyalty Intentions for Theme Parks". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(2): 163-174.
- Larsen, S. (2007). "Aspects of a Psychology of the Tourist Experience". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1): 7-18.
- Larsen, S., & Mossberg, L. (2007). "Editorial: The Diversity of Tourist Experiences". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1): 1-6.
- Lieblich, A., Tuval-Mashiach, R., & Zilber, T. (1998). "A New Model for Classification of Approaches to Reading, Analysis, and Interpretation". In A. Lieblich, R. Tuval-Mashiach, and T. Zilber (Eds.), *Narrative research: Reading, analysis, and interpretation*, CA: Sage Publications, Inc.
- Merriman, N. (1991). *Beyond the Glass Case: the public, museums, and heritage in Britain*. London: Leicester University Press.
- Mossberg, L. (2007). "A Marketing Approach to the Tourist Experience". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1): 59-74.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. CA: Sage.
- Nunes, P. F., & Spelman, M. (2008). "Forethought-A Survey of Ideas, Trends, People, and Practices on the Business Horizon". *Harvard Business Review*, 86(4): 20-22.

- O'Dell, T. (2007). "Tourist Experiences and Academic Junctures". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1): 34-45.
- Pine, J., & Gilmore, G. H. (1998). "Welcome to the Experience Economy". *Harvard Business Review*, 76(4): 97-105.
- Preuss, L., & Dawson, D. (2009). "On the Quality and Legitimacy of Green Narratives in Business: A Framework for Evaluation". *Journal of Business Ethics*, 84:135-149.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2007). *Essentials of Organizational Behavior* (9th edition). N. Y.: Prentice Hall.
- Sheng, C. W., & Chen, M. C. (2012). "A study of experience expectations of museum visitors". *Tourism Management*, 33(1): 53-60.
- Sheng, C. W., & Chen, M. C. (2013). "Tourist experience expectations: questionnaire development and text narrative analysis". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(1): 93-104.
- Sheng, C. W., Shen, M. J., & Chen, M. C. (2008). "Special Interest Tour Preferences and Voluntary Simplicity Lifestyle". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(4): 389-409.
- Thuc-Doan, T. N., & Russell, W. B. (2007). "This We Remember: Consuming Representation via the Web Posting of War Photographs". *Consumption, Markets and Culture*, 10(3): 251-291.
- Trauer, B. (2006). "Conceptualizing Special Interest Tourism--Frameworks for Analysis". *Tourism Management*, 27(2): 183-200.
- Turner, R. (2013). *Travel & Tourism Economic Impact*. London: 2013 World Travel & Tourism Council.
- Uriely, N. (2005). "The Tourist Experience - Conceptual Developments". *Annals of Tourism Research*, 32: 199-216.
- Van Winkle, C. M., & MacKay, K. J. (2008). "Self-Serving bias in Visitor's Perceptions of the Impacts of Tourism". *Journal of Leisure Research*, 40(1): 69-89.

科技部補助計畫衍生研發成果推廣資料表

日期:2015/08/08

科技部補助計畫	計畫名稱: 博物館觀眾的體驗、回憶與重遊意願 (I)
	計畫主持人: 沈介文
	計畫編號: 103-2410-H-263-007- 學門領域: 藝術行政與管理及博物館學
無研發成果推廣資料	

103 年度專題研究計畫研究成果彙整表

計畫主持人：沈介文		計畫編號：103-2410-H-263-007-					
計畫名稱：博物館觀眾的體驗、回憶與重遊意願 (I)							
成果項目		量化			單位	備註 (質化說明：如數個計畫共同成果、成果列為該期刊之封面故事...等)	
		實際已達成數 (被接受或已發表)	預期總達成數 (含實際已達成數)	本計畫實際貢獻百分比			
國內	論文著作	期刊論文	1	1	100%	篇	
		研究報告/技術報告	1	1	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%		
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力 (本國籍)	碩士生	0	0	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		
國外	論文著作	期刊論文	0	0	100%	篇	
		研究報告/技術報告	0	0	100%		
		研討會論文	0	0	100%		
		專書	0	0	100%		章/本
	專利	申請中件數	0	0	100%	件	
		已獲得件數	0	0	100%		
	技術移轉	件數	0	0	100%	件	
		權利金	0	0	100%	千元	
	參與計畫人力 (外國籍)	碩士生	0	0	100%	人次	
		博士生	0	0	100%		
		博士後研究員	0	0	100%		
		專任助理	0	0	100%		

<p>其他成果 (無法以量化表達之成果如辦理學術活動、獲得獎項、重要國際合作、研究成果國際影響力及其他協助產業技術發展之具體效益事項等，請以文字敘述填列。)</p>	<p>隨著更多學生的參與，包括學生專題等等，引發學生參觀博物館的興趣。</p>
--	---

	成果項目	量化	名稱或內容性質簡述
科 教 處 計 畫 加 填 項 目	測驗工具(含質性與量性)	0	
	課程/模組	0	
	電腦及網路系統或工具	0	
	教材	0	
	舉辦之活動/競賽	0	
	研討會/工作坊	0	
	電子報、網站	0	
	計畫成果推廣之參與(閱聽)人數	0	

科技部補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以 100 字為限）

投稿期刊已被接受，安排出刊中。

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以 500 字為限）

1. 建立博物館重遊意願影響因素關聯圖，後續可進一步發展。

2. 發現三類引發體驗的刺激，博物館管理者可以參考如何運用。

3. 發現觀眾長短期記憶的建構落差，可以提供觀眾研究的參考。