

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫
成果報告

睹物思情－懷舊情感對景觀偏好之影響

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：NSC 95-2415-H-035-003-SSS

執行期間：95 年 8 月 1 日至 96 年 7 月 30 日

計畫主持人：李英弘

計畫參與人員：高育芸

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)： 精簡報告 完整報告

本成果報告包括以下應繳交之附件：

赴國外出差或研習心得報告一份

赴大陸地區出差或研習心得報告一份

出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份

國際合作研究計畫國外研究報告書一份

處理方式：除產學合作研究計畫、提升產業技術及人才培育研究計畫、列管計畫及下列情形者外，得立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權， 一年 二年後可
公開查詢

執行單位：逢甲大學建築學系

中 華 民 國 96 年 10 月 31 日

壹、前言

喜新厭舊？喜新戀舊？—這是值得我們深入探索的人類偏好課題。許多人追求新事物獲得或需求的達成，除舊佈新的習慣總是養成人們存有一種潛在的喜新厭舊特質，成為普遍的偏好傾向；但事實上人們對於老舊的人事物並非都是厭棄的，而極可能產生眷戀的情感，如同學者曾提及“懷舊”是一種很普遍的情感表現，經常不預期地進入人的思想，使人不自主地沈溺其中（Peters, 1985），常常藉由物體、景象、氣味或音樂的旋律而被激起的留戀心情（Belk, 1990）。從近年來內政部營建署「創造城鄉新風貌」之相關計畫中，對於具歷史意義之街區與建物也積極地進行空間營造的工作，「復古與懷舊」的空間在深刻的歷史意涵與故事敘述與詮釋下，更為觸動人心。如此的懷舊空間塑造與強化，對外地遊客而言，無非是增加了能擁有更多歷史與文化的學習場所；但是對於生活其中的居民而言，懷舊空間的強化，除了帶動自己地方觀光效益之外，其所投射到居民心理的情感價值為何，是值得探討的議題。座落於澎湖縣馬公市的中央街，歷經繁盛、沒落與風貌重塑的時期後，街區景觀已非昔日之貌，對於如此明顯的歷史街道景觀風貌變遷，景觀變遷前與變遷後的風貌所給予人們的內在心理感受及文化價值亦為可探討的一個方向。

懷舊的研究學門多為醫學、心理學、歷史學、社會學、消費行為學等領域，在觀光及景觀學現有的懷舊體驗相關文章與研究仍然不多見，尤其在景觀領域尚未見有對懷舊景觀體驗的探索。多位學者曾說明懷舊不但是種偏好，亦是一種情感上的體驗（Holbrook & Schindler, 1989；Holak & Havlena, 1998；曾光華、陳貞吟、張永富，2004），因此本研究將懷舊概念應用於景觀評估的心理學模式；本研究以澎湖馬公市歷史街道中央街景觀作為懷舊喚起的刺激物件來討論懷舊景觀體驗所引發的情緒體驗的構成內容以及偏好，再進一步探測懷舊情緒因子對偏好的影響效果。本研究擬定的研究目的列示如下：

- 一、探討歷史街道景觀的懷舊情緒體驗與景觀偏好。
- 二、探討觀賞者特性對街道景觀的懷舊情緒體驗與景觀偏好。
- 三、探討懷舊情緒體驗因子對於景觀偏好的預測與解釋效果。

貳、文獻探討

一、懷舊（Nostalgia）

“懷舊”在 Webster 字典的解釋有兩個概念，一是處於想家（思鄉）的狀態；二為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。Davis（1979）以偏好的概念來解釋懷舊，認為懷舊是對過去生活的一個正向增強的喚起。Goulding（2001）回顧當代許多文獻皆視“懷舊”是人們較為正面傾向的心理情感所交織而成，但也有學者指出懷舊其實這種傾向常被認定是一種認為過去比現在好的偏差認知。另外，Gardner（1985）則是從情感體驗的角度來解釋懷舊，認為它可能是一種強烈的情緒，也可能只是一種平淡的心情。Holak 和 Havlena（1998）認為與其說懷舊是種偏好，倒不如說懷舊是源自於對舊有事物的偏好而產生的一種感覺或心情。Goulding（2001）給了懷舊一個較廣泛的解釋，

認為懷舊不但是種消費的偏好也是一種消費體驗，同時它代表一種暫時性的記憶重現或逃離現有社會的一種解脫。

自 Holbrook 與 Schindler (1989) 等學者以「懷舊是一種偏好」的定義擴大心理學家及社會學家對於懷舊的解讀，並開始以「體驗觀點」探索懷舊與消費行為的關係，之後的消費者研究多著重於消費心理或是社會層面的探討，且認為懷舊是一種消費者的反應變項，主要目的在於探究影響懷舊的個人特質、刺激物件與懷舊型態等要素（曾光華、陳貞吟、張永富，2004）。「個人特質」：“年齡”和“性別”對於懷舊體驗有相當的影響；對於美感事物的消費偏好與個人早期成長階段有顯著關係，懷舊傾向到達顛峰是在人進入中年以及退休的時候，且有一些過去的經驗會特別令人懷念。「懷舊物件」：引發懷舊的一個重要物件是“家”，家是指出生地、工作地方、曾住過的城市；另外還有一些物件或產品屬性可能較容易引發懷舊情感，這些物件或產品屬性可能與家庭成員、親近親友、特殊節日、舊物品或歷史事件與文物有關。「懷舊型態」：“個人懷舊”與“群體懷舊”兩種，個人懷舊的本質是屬於個人本身單純的對過去生活經驗的回憶或是與人互動的共同回憶；集體懷舊則是一群具有共同文化、歷史、生活經驗的人們因為擁有相似的記憶、經驗，產生共同懷舊情感。

二、懷舊情緒的測量與構成

Holak 和 Havlena (1998) 探討懷舊的情緒成分時，採多元測量法，同時運用了 P.A.D. 尺度以及 SEP 尺度兩種尺度來測量情緒。其他的研究將懷舊情緒的測量集中於“單一的情感反應”，Aaker 和 Stayman 和 Hagerty (1986) 以“親切 (warmth)”作為抽象的情緒反應角色。

在 Holak 和 Havlena (1998) 對懷舊的情緒成分的研究中，以專家透過愉悅、喚起、支配 (Pleasure、Arousal、Dominance) 及標準化情緒外觀 (Standardized Emotional Profile) 兩種尺度來測量懷舊情緒。研究結果發現，PAD 尺度分析部份，由 18 個雙極相對等的情緒項目中萃取出愉悅、喚起及支配三因子；SEP 尺度分析部份則由 40 個單極強度的測量項目萃取出親切、激怒、興高采烈、遺失、恐懼及平靜等六因子。研究結果顯示 SEP 六個情緒因子對懷舊體驗的解釋力 (0.69) 較 PAD 三個情緒因子的解釋力 (0.29) 高。PAD 的情緒構成上，喚起對於懷舊不具預測力，愉悅的解釋強度最強，支配性則呈負向的影響關係；SEP 的情緒構成唯獨平靜因子不具解釋力外，親切、興高采烈、遺失為正向影響，激怒及恐懼對於懷舊體驗的則為負向的影響關係。

三、懷舊情緒體驗與偏好的關係

情緒體驗 (emotional experience) 是指個人在主觀上感受到、意識到的情緒狀態 (黃茂容, 1989)。對事件的情緒反應是涉及生理、行為及心理成分的組成，其中在心理的組成方面，是接受了外在刺激產生的情緒評價，在喚起個人心情，最後個人知覺到自己的片段，接著個人才意識到情緒的產生，此過程即稱之情緒體驗 (李麗雪, 1998)。目前已有理論指出景觀會影響人的情緒體驗 (Mehrabian & Russell, 1974)。

景觀偏好 (landscape preference) 是一連串人與環境交互作用下所產生的結果，其偏好所產生的過程乃經由景觀知覺開始，進而發展為景觀認知，最後進行景觀評估而產生景觀偏好 (李素馨，2000)。Kaplan (1987) 以及 Mealey 與 Theis (1995)，提及偏好的形成並非由於縝密而複雜的思考或推理，相反地，它來自心理的直接反應，包括情緒、過去經驗，甚至進化原理，都會引發觀賞者對環境的喜歡或不喜歡 (李素馨，2000)；而偏好會根據觀察者及景觀的特質而有差異 (李麗雪，1998)。自從 Holbrook 與 Schindler (1989) 以「懷舊是一種偏好」的定義出現後，對於懷舊的解讀可以變成為一種偏好的類型，據此，本研究將景觀視為懷舊偏好的刺激客體，所論之偏好是指對於具有深遠歷史意義及地方情感之景觀所產生的懷舊景觀偏好。

關於情緒體驗與偏好之關係，Hull 與 Harvey (1989) 指出歡愉感及喚起感與偏好間有顯著的相關，並提到景觀的實質元素會影響遊客情緒體驗情形，而情緒體驗會進一步影響遊客景觀偏好程度。反觀國內都市街道景觀的研究，高育芸、李英弘、葉源鎰 (2004) 由招牌景觀偏好的因果關係模式來看，街道招牌景觀元素與情緒體驗確實會影響景觀偏好。綜觀過去研究結果，將「情緒體驗」視為景觀變項與偏好變項之中介變項，或視情緒為影響偏好的自變項之一的論點是可接受的。

參、研究方法

一、研究基地範圍概述

根據《台灣的老街》一書對台灣北中南東離島歷史老街的整理共有 49 條，其中座落於澎湖縣馬公市的中央街是被考證為目前全台最早的漢人聚落，已劃定為古蹟保存區。眾商雲集的中央街是早期澎湖縣經濟商業中心，為澎湖縣歷史最早之商街，在古代時期有所謂「七街一市」的繁華盛況，因此素有「馬公的西門町」、「澎湖第一街」的美譽，在地人俗稱為「街內」、「下街」。由於創建年代甚早，街區週邊留有甚多的歷史建築及古蹟文物，像是全台澎創建歷史最久的國家一級古蹟天后宮、三級古蹟的臺廈郊會館、施公祠、萬軍井及四孔井與列為縣定古蹟的乾益堂中藥行等等皆為範圍內重要保存古蹟建築。後來因都市計畫的道路及商業區規劃而轉移至其他新商圈，讓中央街內的傳統商業交易開始漸漸呈現出衰頹沒落的景象，接著又於民國七零年代因被劃定為「中央街古蹟保存區」後，受限於文化資產保存法的規定不得任意修建，使得街內呈現一片殘破景象，繁華的老街風華不再。直到民國九十一年政府與地方取得共識後開始進行歷史風貌特定專用區的建築整建施工工程，現在的中央老街街區景觀已非昔日之風貌，成為頗受爭議的一處歷史老街街區。從明顯的景觀風貌變遷作為分期大致上劃分為風貌變遷前期 (民國九十一年以前) 及風貌變遷後期 (民國九十一年後)。

二、研究架構與假設

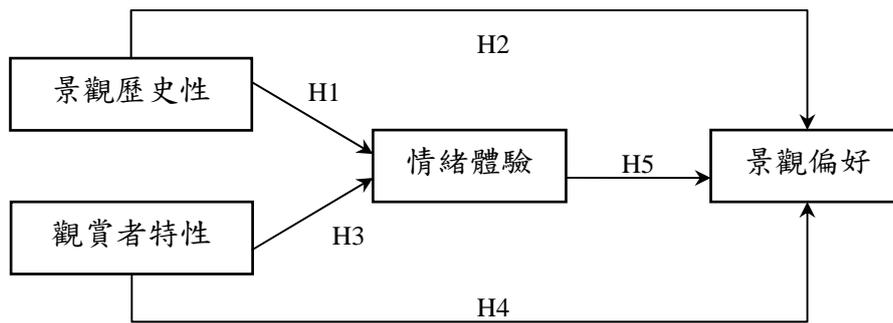


圖 1 研究架構圖

H1：景觀歷史性不同，其懷舊情緒體驗會有顯著差異。

H2：景觀歷史性不同，其景觀偏好會有顯著差異。

H3：觀賞者特性不同，其懷舊情緒體驗會有顯著差異。

H4：觀賞者特性不同，其景觀偏好會有顯著差異。

H5：懷舊情緒體驗會影響景觀偏好

三、研究設計

(一) 測量對象的選定與抽樣

為檢測不同體驗者對懷舊情緒及偏好的差異，在樣本選擇的對象設定將區分為居民與遊客兩組群體。在抽樣方法方面，不管是居民或觀光客樣本皆採用非隨機的便利抽樣的方式抽取研究樣本。居民樣本儘量以中央街區為中心向外擴展至馬公市區範圍內之居民為限；遊客樣本以到中央街現地參訪者為抽樣對象，研究者於街區內之街內公園針對已參觀過中央街之觀光客進行問卷調查。

(二) 量表與輔助工具

在懷舊景觀的情緒及偏好度量上，採 SEP 尺度的 40 個情緒形容詞集，以單極七點式評分表方式進行調查（表 1）。

表 1 SEP 尺度之情緒形容詞集

情緒因子	形容詞	合計	總計
親切	敏感的 (tender)、親切的 (affectionate)、鍾愛的 (loving)、熱心的 (warmhearted)、情深的 (sentimental)、感激的 (grateful)、欣慰的 (thankful)、受惠的 (benefited)、純靜的 (pure)、印象不深的 (unimpressed)、快樂的 (happy)、愉悅的 (pleased)、厭煩的 (bored)、輕鬆愉快的 (lighthearted)	14	40
激怒	憤怒的 (enraged)、發狂的 (mad)、生氣的 (angry)、氣惱的 (annoyed)、煩躁的 (irritated)、厭惡的 (disgusted)、疑心的 (suspicious)、懷疑的 (skeptical)	8	
興高采烈	興奮的 (excited)、活躍的 (active)、歡樂的 (entertained)、嬉戲的 (playful)、激動的 (aroused)、鎮定的 (unexcited)、高興的 (delighted)	7	
遺失	渴望的 (wishful)、想要的 (desirous)、充滿渴望的 (full of craving)、悲痛的 (sad)、悲傷的 (sorrowful)	5	
恐懼	害怕的 (fearful)、恐懼的 (afraid)	2	
平靜	平靜的 (restful)、未投入的 (uninvolved)、安祥的 (serene)、極為後悔的 (remorseful)	4	

本研究以“真實現況拍攝”及“翻拍印製舊照片”兩種方式，設計出兩組中央街街區之景觀照片，作為輔助懷舊情緒及偏好評估的媒體，以配合問卷的進行。舊照片取得來源，主要是以翻拍自澎湖當地地方文獻的攝影集、介紹性書刊、縣政府網頁以及當地居民的提供而來。現況照片則依據舊照片之拍攝角度作為參考及拍照，於問卷調查時與問卷一併交由每位受測者供作記憶喚起之媒介。

肆、結果與討論

本研究調查時間為民國 96 年暑假，共計居民有效樣本 206 人，遊客有效樣本 217 人。在居民屬性部分，男女生比例相差不多，教育程度以高中職居多(45%)，年收入分佈平均，但以 3 萬元至 4 萬元較多(18%)。遊客屬性部分，男女生比例相差不多，教育程度以大專居多(65%)，年收入則以 1 萬元以下居多(36%)。造訪中央街次數以第一次來居多(58%)，停留原因有七成是因為行程安排以及特地來看看，同伴性質則以親戚朋友為主(68%)。

依據 SEP 尺度的 40 個情緒形容詞集統計結果見表 2。研究結果顯示，在居民部份收訪者對於中央街過去與現在的感受程度差異性不大。40 對形容詞中只有 10 對形容詞具顯著差異。居民普遍對中央街現況有比較正向的反應，如高興的、親切的、快樂的、愉快的、期望的、平靜的。相對的，居民對於過去的中央街景觀則有比較強烈的負面的感受，如悲嘆的、害怕的。但是，對於中央街的過去意象卻也懷有純真、深情、親切、和安祥的情感。儘管在情緒感受上有不同的反應，居民對中央街的偏好不會隨時間演變而有顯著差異。

在遊客部份，受訪者明顯對於中央街的現況與過去有相當大的差異反應。在 40 對形容詞中有 29 對形容詞有顯著差異。遊客對於中央街現況均表達較正向的反應，如溫柔的、高興的、受益的、快樂的、興奮的、活潑的、愉快的、欣喜的、期望的、熱切盼望的等等。對於過去的中央街景觀則表達出無聊的、感傷的、憤怒的、生氣的、厭煩的、煩躁的、厭惡的、懷疑的、無趣的、悲傷的、悲嘆的、害怕的、以及擔憂的情緒反應。而且，受訪遊客也比較偏好中央街現況的景觀意象。

懷舊情緒形容詞分析結果可以得知，居民對於中央街整建前後的感受不會有太大的變化。對他們而言，改建後的景觀意象反而比較能接受，雖然她們對於過去的中央街還是懷有某些情感在。對遊客而言，中央街的修整是正確的，是好的，也是遊客們所喜歡看到的。對於過去的中央街不但沒有懷舊的情緒存在，反而是一種厭惡、無聊、悲傷、害怕的感受。證實了純觀光客的標準反應，喜新厭舊！

依據 Holak 和 Havlena (1998) 將 40 個形容詞歸納出六個懷舊因子：親切、激怒、興高采烈、遺失、恐懼、平靜，針對不同使用者屬性(居民和遊客)，以及不同階段的中央街景觀意象(現況及過去)，應用回歸分析來探討懷舊因子對景觀偏好的影響(見表 3)。

表 2 SEP 尺度 40 個情緒形容詞分析表

	懷舊項目	居民				遊客			
		現況	標準差	過去	標準差	現況	標準差	過去	標準差
因素 1	溫柔的	4.23	1.55	4.29	1.70	4.35	1.49	4.01	1.70
	純真的	4.06	1.72	4.74	1.72	4.69	1.47	4.87	1.64
	深情的	4.18	1.75	4.58	1.85	3.99	1.66	4.07	1.80
	無印象的	2.58	1.66	2.34	1.55	2.64	1.70	2.80	1.85
	高興的	4.57	1.60	4.28	1.85	5.06	1.34	3.86	1.59
	鐘情的	4.06	1.73	4.29	1.83	3.97	1.61	3.88	1.82
	無聊的	2.67	1.54	2.86	1.71	2.27	1.39	2.66	1.68
	感激的	3.94	1.81	3.88	1.83	3.51	1.73	3.45	1.79
	親切的	4.61	1.63	4.90	1.70	4.82	1.43	4.69	1.77
	無憂無慮的	4.22	1.58	4.32	1.83	5.00	1.55	4.43	1.90
	感傷的	3.05	1.78	3.12	1.88	2.17	1.38	3.49	1.87
	感謝的	4.27	1.81	4.33	1.85	4.19	1.73	3.81	1.84
	受益的	4.00	1.82	4.04	1.83	4.39	1.76	3.88	1.83
	快樂的	4.48	1.78	4.51	2.79	5.25	1.38	4.12	1.69
	合計	3.94	1.03	4.01	1.15	4.01	0.85	3.85	1.06
因素 2	憤怒的	2.32	1.56	2.35	1.43	1.36	0.87	2.03	1.37
	瘋狂的	2.91	1.54	2.51	1.49	2.40	1.54	2.25	1.50
	生氣的	2.32	1.50	2.47	1.65	1.43	0.88	1.99	1.30
	厭煩的	2.31	1.54	2.28	1.46	1.65	1.04	2.06	1.35
	煩躁的	2.51	1.53	2.68	1.60	1.84	1.13	2.31	1.69
	厭惡的	2.26	1.46	2.34	1.59	1.61	1.01	2.18	1.52
	懷疑的	2.83	1.68	2.67	1.59	2.19	1.35	2.47	1.71
	多疑的	2.48	1.61	2.49	1.54	1.61	1.09	2.17	1.49
	合計	2.50	1.14	2.47	1.16	1.75	0.71	2.16	1.11
因素 3	興奮的	4.25	1.54	3.88	1.91	4.50	1.48	3.60	1.68
	活潑的	4.10	1.59	3.33	1.69	4.12	1.52	2.90	1.56
	愉快的	4.64	1.55	4.25	1.75	5.28	1.28	3.90	1.61
	好玩的	3.75	1.56	3.80	1.78	4.56	1.54	3.41	1.71
	喚起的	4.11	1.60	4.40	1.78	4.05	1.74	4.26	1.86
	無趣的	2.74	1.62	2.78	1.69	2.13	1.39	2.58	1.61
	欣喜的	4.28	1.64	4.30	1.80	4.76	1.50	3.82	1.69
	合計	3.97	1.04	3.82	1.19	4.19	0.91	3.48	1.04
因素 4	傷心的	2.59	1.72	2.88	1.82	1.73	1.21	2.82	1.76
	悲嘆的	2.86	1.76	3.21	1.86	2.20	1.51	3.37	1.85
	渴望的	3.59	1.71	4.01	1.88	3.38	1.78	3.37	1.82
	期望的	4.72	1.64	4.68	1.73	4.38	1.73	4.11	1.86
	熱切盼望的	4.29	1.86	4.44	1.80	4.37	1.68	3.82	1.86
	合計	3.62	0.99	3.83	1.19	3.21	1.03	3.50	1.28
因素 5	害怕的	2.10	1.34	2.44	1.55	1.50	0.91	2.18	1.53
	擔憂的	3.12	1.76	3.24	1.91	2.13	1.53	3.21	2.00
	合計	2.59	1.31	2.83	1.53	1.83	1.07	2.70	1.52
因素 6	平靜的	4.60	1.64	4.62	1.72	5.30	1.42	4.99	1.68
	陌生的	2.90	1.75	2.77	1.74	3.36	1.78	3.34	1.97
	安祥的	4.40	1.60	4.83	1.71	4.88	1.46	4.67	1.74
	懊悔的	2.36	1.49	2.34	1.38	1.62	1.05	2.16	1.50
	合計	3.55	0.88	3.64	0.93	3.78	0.77	3.79	1.07
	偏好程度	4.61	1.47	4.61	1.47	5.18	1.07	4.42	1.45

註：1=極弱，7=極強。

遊客對過去及現況之中央街的線性迴歸模式考驗結果皆顯示迴歸效果達顯著水準 ($F_{6,183}=35.12$; $F_{6,189}=30.30$, $p<0.05$)，具有統計上的意義；景觀偏好的變異量中有 54% 及 49% 可由迴歸模式加以解釋。

根據標準化迴歸方程式的迴歸係數來判斷，當遊客在體驗過去的歷史街道空間時，「興高采烈」($Beta=0.39$)、「激怒」($Beta=-0.32$)、「遺失」($Beta=0.19$)及「恐懼」($Beta=-0.15$)的情緒體驗因子對於景觀偏好具有解釋與預測效果；而「親切」與「平靜」則對景觀偏好則無顯著影響效果。其中以「興高采烈」因子最能夠解釋景觀偏好，而「激怒」及「恐懼」的 Beta 值為負，顯示遊客在體驗舊的歷史街道時，若產生「激怒」或「恐懼」的情緒感受度愈高時，對景觀偏好的反應就愈低。而當遊客在體驗現況的歷史街道空間時，「親切」($Beta=0.46$)、「激怒」($Beta=-0.34$)及「興高采烈」($Beta=0.24$)的情緒體驗因子感受度能夠影響其景觀偏好；而「遺失」、「恐懼」及「平靜」因子則無法預測與解釋景觀偏好。「親切」是最能夠解釋景觀偏好的因子，而「激怒」的 Beta 值為負，顯示遊客在體驗新的歷史街道時，若產生「激怒」的情緒感受程度高時，其景觀偏好評值反而愈低。

居民對過去及現況之中央街的線性迴歸模式考驗結果皆顯示迴歸效果達顯著水準 ($F_{6,163}=37.23$; $F_{6,163}=48.34$, $p<0.05$)，具有統計上的意義；景觀偏好的變異量中有 58% 及 64% 可由迴歸模式加以解釋。

根據標準化迴歸方程式的迴歸係數來判斷，當居民在感知過去的歷史街道空間時，「激怒」($Beta=-0.46$)、「親切」($Beta=0.40$)及「興高采烈」($Beta=0.38$)因子對景觀偏好有解釋預測的效果；而「遺失」、「恐懼」及「平靜」是對景觀偏好無顯著影響的因子。其中「激怒」因子最能夠解釋景觀偏好，但由於 Beta 值為負，顯示居民在體驗舊的歷史街道時，若產生「激怒」的情緒感受度愈高時，對景觀的偏好就愈低。而當居民在感知現況的歷史街道空間時，對「親切」($Beta=0.55$)及「激怒」($Beta=-0.35$)的情緒體驗因子感受度顯著地能夠影響景觀偏好評值；而「興高采烈」、「遺失」、「恐懼」及「平靜」則是無法預測與解釋景觀偏好的因子。「親切」是最能夠解釋景觀偏好的因子，而「激怒」的 Beta 值為負，顯示居民在體驗新的歷史街道時，若產生「激怒」的情緒感受程度高時，其景觀偏好評值反而愈低。

綜合上述分析結果發現：不管歷史街道變遷與否或者感知對象是遊客或居民，「激怒」因子皆是反向的影響著景觀偏好，也就是當激怒的感覺愈強時，對於所體驗的景觀是呈現不偏好的狀態；而「平靜」因子則是在任何狀況下都是無法預測景觀偏好的因子，此一結果與 Holak 和 Havlena(1998)有類似的結果(他們是預測懷舊，我們是預測偏好)。「親切」因子的預測效果主要反映在居民對過去與現況的偏好上，就遊客而言，過去的歷史街道景觀很可能對他們來說並無深刻的印象或熟悉感，因此似乎無法喚起遊客的親切感知，但對於居民來說，不管變遷與否，中央街可能是曾經與現在的生活活動區域，因此對於中央街仍然能保有親切感，而此親切感也影響著他們對中央街的偏好。「興高采烈」因子則較能

反映在遊客對過去與現況的偏好預測上，推測遊客對於旅遊時所遇到的新鮮事物會懷有興奮好奇感，這股感知很可能影響著他們對所體驗的歷史街道景觀有所偏好，但居民對於興高采烈感是較能反映在曾經熟悉的過去老街上，進而影響到偏好。「遺失」與「恐懼」因子對景觀偏好的影響僅僅映現於遊客對過去景觀的模式上，這似乎也暗示著遊客對於陌生街道的元素感知存有一種失落感及些許的恐懼感，其中失落的感知愈高其偏好亦會愈高，但是畏懼感則是會讓偏好變低的感知。

表 3 遊客、居民—過去、現況懷舊情緒體驗因子對景觀偏好迴歸係數分析表

	遊客		居民	
	過去 (R ² =0.54)	現況 (R ² =0.49)	過去 (R ² =0.58)	現況 (R ² =0.64)
親切	n.s.	0.46/ 4.670***	0.40/ 3.19**	0.55/ 5.36***
激怒	-0.32/-4.401***	-0.34/-4.497***	-0.46/-4.87***	-0.35/-4.94***
興高采烈	0.39/ 4.565***	0.24/ 2.694**	0.38/ 3.32**	n.s.
遺失	0.19/ 2.041*	n.s.	n.s.	n.s.
恐懼	-0.15/-2.080*	n.s.	n.s.	n.s.
平靜	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.

註：Beta值/t值；* $p \leq 0.05$ ，** $p \leq 0.01$ ，*** $p \leq 0.001$ ，n.s.表示無顯著差異。

遊客(過去)迴歸式：景觀偏好=1.94-0.42*激怒因子+0.53*興高采烈因子+0.21*遺失因子-0.14*恐懼因子

遊客(現況)風貌迴歸式：景觀偏好=2.34+0.58*親切因子-0.49*激怒因子+0.28*興高采烈因子

居民(過去)風貌迴歸式：景觀偏好=2.48+0.52*親切因子-0.57*激怒因子+0.47*興高采烈因子

遊客(現況)風貌迴歸式：景觀偏好=1.95+0.78*親切因子-0.46*激怒因子

伍、研究結果自評

本計畫針對不同時期的景觀意象探討懷舊情感對景觀偏好的影響。除了對一般觀光客之外，更針對當地居民做比較性分析。透過本研究計畫，可以了解相關懷舊主題的文獻收集和整理。並且應用國外學者所建立的懷舊量表應用於本土景觀意象的測量。研究結果可以提供相關懷舊主題量表建立之參考。並且可以深入了解居民和遊客對於不同時期歷史街道景觀懷舊程度的比較。再度證明觀光客(外來者)和當地居民(在地者)對於一個地方的依附和情感是有著完全不一樣的知覺和體驗的。

陸、參考文獻

李麗雪，1998，台灣傳統庭園的情緒體驗及景觀偏好之研究—以板橋林家花園為例，未出版之博士論文，國立臺灣大學園藝學研究所，台北。

高育芸、李英弘、葉源鎰，2004，街道招牌元素與情緒體驗對景觀偏好之影響，造園學報，10(1)，61-84。

黃茂容，1989，遊客對自然環境產生的情緒體驗，未出版之碩士論文，國立臺灣大學森林學研究所，台北。

黃沼元，2002，台灣的老街。遠足文化。

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。

Aaker, D.A., Stayman, D.M. & Hagerty, M. (1986). Warmth in Advertising:

- Measurement, Impact, and Sequence Effects. Journal of Consumer Research, 12, 365-381.
- Belk, R.W. (1990). The Role of Possessions in Constructing and Maintaining a Sense of Past. In M.E. Gorn & R. W. Pollay (eds.), *Advances in consumer research*, (v17,pp.669-676). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Davis, F. (1979). *Yarning for Yesterday*. New York, NY : The Free Press.
- Gardner, M.P. (1985). Mood States and Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 281-300.
- Goulding, C. (2001). Romancing the Past: Heritage Visiting and The Nostalgic Consumer. *Psychology & Marketing*, 18(6), 565-592.
- Holak, S.L. & Havlena, W.J. (1998). Feelings, Fantasies, and Memories: An Examination of the Emotional Components of nostalgia. *Journal of Business Research*, 42, 217-226.
- Holbrook, M.B. & Schindler, R.M. (1989). Some Exploratory Findings on the Development of musical tastes. *Journal of Consumer Research*, 16(1), 119-124.
- Hull, R. B. & Harvey, A. (1989). Explaining the emotion people experience in suburban parks. *Environment and Behavior*, 21(3), 323-345.
- Mehrabian, A. & Russell, J.A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press.
- Kaplan, H. (1987). The Psychopathology of Nostalgia. *Psychoanalytical Review*, 74, 456-486.
- Peters, R. (1985). Reflections on the Origin and Aim of Nostalgia. Journal of Analytical Psychology, 30(2), 135-148.