

臺北市立美術館觀眾參觀動機研究

林詠能¹

A Study on Visitors' Motivation at the Taipei Fine Arts Museum

Yung-Neng Lin

關鍵詞：觀眾研究、參觀動機、臺北市立美術館

Keywords: Audience Research, Motivations for Visiting,
Taipei Fine Arts Museum

¹ 本文作者現任國立臺北教育大學文化創意產業經營學系副教授。

Associate Professor, Department of Cultural and Creative Industries Management, National Taipei University of Education.

Email: lyn@tea.ntue.edu.tw

(投稿日期：2013 年 10 月 6 日。接受刊登日期：2013 年 12 月 22 日)

摘要

動機是激勵民眾朝向特定目標行動的內在驅動力量，驅使滿足個人社會與心理的需求，是民眾從事博物館參觀的重要原因。本文主要探究觀眾參觀動機，並以臺北市立美術館為研究對象、總計回收有效樣本 296 份。問卷使用動機量表，經簡化為 3 個因素構面分別為逃離、社交與家庭互動、學習動機，三項因素總計解釋變異量為 74.665%。其中逃離為觀眾參觀美術館最重要的動機，計解釋 25.730%的變異量。本研究有重要的管理意涵，對美術館觀眾而言，他們主要尋求能逃離日常生活，同時能有機會與家人或朋友互動。因此，美術館應提供滿足觀眾具休閒、娛樂、寓教於樂的環境。

Abstract

Motivations are triggers that lead people to act on salient needs. Understanding motivations is important as it discovers the underlying reasons why people choose to visit museums and galleries. This research explores the motivations of museum visitors; the Taipei Fine Arts Museum was chosen as the target museum and a sample of 296 people were collected. A motivational scale built around three factors escapism, social and family interaction, and learning, explained 74.665 % of variance. Escapism, the core motivation, explained 25.730 % of variance. The findings yield important implications for practitioners. Visitors to museums and galleries seek leisure experiences which offer them relaxation, enjoyment, comfort, and social and family interaction. The time has come for museums and galleries to offer a full leisure and entertainment experience and to promote themselves as places for exploration and entertainment, as well as education and learning.

前言

隨著周休二日的實施，民眾對休閒活動的需求增加，近年博物館的參觀人數亦有大幅成長的趨勢，依文化部 2010 年文化統計資料顯示，我國 15 歲以上的民眾參觀博物館至少 1 次以上的比例為 44.1%、約 862 萬人(文化部，2011)；顯示參觀博物館已不再是少數人的專利。因此，博物館從業人員如何了解觀眾的參觀決策過程、以滿足觀眾的需求，才能據以規畫博物館的行銷策略。而參觀決策並非單一過程，觀眾在複雜的決策中會歷經需求確認、資訊搜尋、方案評估、購買與購後評估等五個階段。其中需求確認階段為觀眾進到博物館前的最重要決策，此決策產生參觀的動機。

目前國內外針對民眾博物館參觀的動機研究已有不少成果，其中部份以文獻分析方式進行(如王啓祥，2002；洪櫻純，2005)、部份為實徵性研究(如吳宗宏、江宜珍，2003；林玟伶、林詠能，2008 等)，不過，較少涉及對現存的動機理論研究(如 Hood, 1983, 1990, 1995; Housen, 1987; McManus, 1991; Merriman, 1991; Falk & Dierking, 1992; Slater, 2007 等) 的批判。

在早期的民眾選擇休閒活動的動機對博物館參與影響的研究上，以美國博物館學者 Hood (1983, 1990, 1995)的研究最具影響力，其檢視研究前 60 年間的博物館觀眾研究、休閒研究與消費者行為等文獻，找出 6 個影響民眾使用休閒時間最重要的因素。Hood 同時提出不同型態的博物館觀眾(經常性、偶發性與非博物館觀眾)對於選擇休閒活動的判斷標準(動機)有顯著不同。其中，每年參觀博物館 3 次以上的經常性觀眾較重視是否有學習機會、能有新經驗的挑戰與做值得做的事，而偶發性(每年 1 至 2 次)及非觀眾(過去 12 個月未曾參觀過博物館者)則重視社交功能、在周圍環境中能輕鬆的自處與主動參與的機會。而近年國際間關於博物館觀眾參觀動機研究論文，則是 Slater (2007)於 2003 年在英國倫敦的某國際知名國家藝廊(機構要求匿名)所進行的觀眾動機研究。Slater 分析出逃離、學習與社交與家庭互動等三

個動機，並指出逃離為最重要的動機。因此，本研究將以 Slater (2007)的美術館觀眾動機量表為架構，以臺北市立美術館參觀民眾為研究對象，以比較二者間的差異程度外，並依 Hood (1983)的研究架構，來檢視經常性與偶發性觀眾對於不同動機的重視程度。

觀眾動機研究

動機是激勵民眾朝向特定目標行動的內在驅動力量，驅使滿足個人社會與心理的需求，是民眾從事博物館參觀的重要原因。博物館觀眾的參觀動機通常受到多種動機的影響，而非單一因素(Crompton, 1979)。因此，了解觀眾動機，將有助於博物館提供觀眾滿意的展示與服務。雖然動機研究的效益顯而易見，但國內外對博物館觀眾參觀動機的研究仍相當有限。

動機是引起行為發生、造成行為結果的原因，是引起個體活動並朝一定方向前進的內在心理活動。動機主要由兩個因素產生：內在需要和外在刺激。即個人因為有需求或刺激，因而產生動機、形成行為。早期的動機研究多聚焦在觀眾個人心理方面的需求，而未能辨識出其他較高層次的需求。而新近的研究則聚焦在消費者需求外，並探究情緒的反應等。透過對核心需求、個人價值與動機的研究，能計畫出合適的博物館環境與活動，創造雙向的溝通訊息以幫助博物館的決策過程(Slater, 2007)。

在過去二、三十年間有許多關於觀眾參觀博物館的動機研究出現（如吳宗宏、江宜珍，2003；林玟伶、林詠能，2008；許家瑋，2011；蔡郁崇，2011；Graburn, 1977；Hood, 1983；McManus, 1991；Falk & Dierking, 1992, 2000；Silverman, 1995；Kotler, 1999；Kelly, 2001；Ash, 2003；Prentice, 2004；Slater, 2007；Dodd et al., 2012）。這些研究結果提供了理解觀眾心理動機的機會。

國外研究方面，知名的人類學家 Graburn (1977)在其研究中試圖了解觀眾為何參觀博物館的原因，並將其歸納為社交娛樂、教育與崇拜三個因素。美國博物館學者 Hood (1983)則歸納出六項博物館觀眾參觀動機：與他人相

處或社會性互動、做值得做的事、在周圍環境中能輕鬆的自處、新經驗的挑戰、有學習機會、主動的參與機會，並指出經常性觀眾、偶發性與非觀眾的動機上的差異。此外，McManus (1991)指出觀眾參觀博物館的動機為是追求個人興趣、希望發現新資訊、追求快樂和放鬆與社交因素。而 Adams (1992)針對亨利福特博物館(Henry Ford Museum)與綠野村(Greenfield Village)的觀眾，進行參觀動機分析，共得到家庭娛樂、家庭聚會、安全環境與帶客人去的好地方等。而 Falk & Dierking (2000)則認為，民眾參觀博物館的動機包括教育、娛樂、社交、生活循環、地點便利性與實用等 6 個動機。而 Slater (2007)於 2003 年底在英國倫敦某國家藝廊所進行的觀眾調查，Slater 分析出逃離、學習與社交與家庭互動等動機因子。而國際間最近一項關於博物館參觀動機的研究則是 Dodd 等人(2012)在歐洲的愛爾蘭、蘇格蘭、拉托維亞、愛沙尼亞、希臘與德國等國的 6 個國家博物館所做的質性研究調查，共分析出 10 個動機，前 5 項為家人或朋友共同前往、為特殊原因如展覽等前往、路過、工作需要與假日出遊等。

國內研究方面，吳宗宏與江宜珍（2003）以國立科學工藝博物館觀眾為研究對象，共分離出自我成長、機構特質、親友互動、工作需求、消極逃避等 5 個因素。而林玟伶與林詠能（2008）引用 Hood (1983)的動機理論、並以臺北市立美術館的夜間觀眾為研究對象，得到自我充實動機、休閒娛樂、學習藝術、教育交友、參與活動 5 項動機。許家瑋（2011）在美術館觀眾參與志工意願之研究中，則以 Slater (2007)的量表為基礎，分析出學習、脫離、社交 3 項動機。而蔡郁崇（2011）以國立臺灣博物館土銀展示館的觀眾為對象，得到家庭與社會互動、自然科學學習、逃逸、歷史古蹟學習等四項動機。此外，在上述博物館動機研究顯示，多數的研究者以檢視內在需求為主，僅 Falk 與 Dierking (2000)將外在刺激的動機列入考量（表 1）。

在上述動機研究中發現，國內外博物館與美術館觀眾的參觀動機相當類似，並無太大差異。其中以早期 Hood (1983)被引用的程度最高，而 Slater (2007)的動機量表建構相對較為嚴謹的研究。因此，以下針對他們的研究進

行深入的分析。

表1 博物館／美術館觀眾相關動機研究

年代	研究者	動機
1977	Graburn	社交娛樂、教育、崇拜
1983	Hood	新經驗挑戰、做值得做的事、學習、主動參與、感到舒適、社交
1994	McManus	追求個人興趣、發現新資訊、追求快樂、放鬆與社交
2000	Falk & Dierking	教育、娛樂、社交、生活循環、地點便利性、實用
2003	吳宗宏、江宜珍	自我成長、機構特質、親友互動、工作需求、消極逃避
2007	Slater	逃離、學習、社交與家庭互動
2008	林琰伶、林詠能	自我充實動機、休閒娛樂、學習藝術、教育交友、參與活動
2011	許家璋	學習、脫離、社交
2011	蔡郁崇	家庭與社會互動、自然科學學習、逃逸、歷史古蹟學習
2012	Dodd et al.	家人或朋友共同前往、為特殊原因如展覽等前往、路過、工作需要、假日出遊等

(資料來源：作者整理)

Hood 的動機研究

相對於其他博物館參觀動機的研究，美國博物館學者 Hood (1983, 1990, 1995) 針對民眾選擇休閒活動的動機與博物館參觀行為間關係進行研究，由於研究採一般民眾的參與調查，可針對不同的博物館觀眾型態的休閒選擇動機進行詳細的比較；是動機研究中較為完整的研究之一，對後續博物館的觀眾研究亦有深遠的影響、廣被其他學者所引用；而目前國內博物館教學理論基礎部份亦多引用自這項研究。Hood 的研究採用的是比較耗費時間與經費的民眾參與調查，需要大量且具代表性的樣本以針對不同的次群體，進行系統性的比較。為了理解一般民眾選擇休閒活動的動機與博物館參與間的關係，Hood (1981) 在其博士論文共檢視了撰寫之前 60 年間的博物館觀眾研究、社會學、休閒研究、心理學與消費者行為等文獻，找出 6 個民眾選擇休閒活動的因素。分別是：

- 與他人相處或社會性互動
- 做值得做的事

- 在周圍環境中能輕鬆的自處
- 新經驗的挑戰
- 有學習機會
- 主動的參與機會(1983: 51)

依這項分析，Hood 在俄亥俄州的特雷多市(Toledo)進行調查。結果發現傳統上博物館習慣將博物館觀眾分為參與者與非參與者的分類分式並不恰當，Hood 的研究推翻了這項論點。在其研究結果中，依民眾對博物館的參與行為來看，觀眾至少要區分為 3 個群體：經常性觀眾（每年至少參觀博物館 3 次以上）、偶發性觀眾（每年參觀 1 至 2 次）與非博物館觀眾（調查前 12 個月內未曾參觀過博物館）。其中經常性觀眾僅佔全市人口的 14%，但卻佔了市立美術館的參觀次數約 45%到 50%。在以上 6 項動機中，經常性觀眾最重視其是否有學習機會、能有新經驗的挑戰與做值得做的事。偶發性觀眾則佔全市的 40%人口，其在美術館的參觀次數卻與經常性觀眾一致，約 5 成左右，這群觀眾則重視社交功能、在周圍環境中能輕鬆的自處與主動參與的機會。而非觀眾佔人口的 46%，他們選擇休閒的動機則與偶發性觀眾相近。針對此項研究結果，Hood 指出，經常性觀眾的休閒動機與博物館從業人員的價值觀較為相近，傳統的博物館從業人員經常將焦點放在教育和學習的功能上，而忽略社交、娛樂休閒取向的參觀者，影響了這些民眾參觀博物館的動機。以傳統博物館的行銷策略來強調教育的功能將只能吸引經常性觀眾上門；但卻可能造成非觀眾與偶發性觀眾的參觀障礙。

由於在 Hood (1983)的文章中僅交待了 6 項民眾選擇休閒活動的因素，但無法了解這些因素是以何種方式如李克特量表或以單選題項進行調查；因此，研究者檢視了 Hood (1981)的博士論文發現，這 6 項因素並非使用因素分析而得到的結論，而是以 6 個單一題項進行調查與分析；因此，除分析的層次上受到極大的侷限外，其結果亦無法推估解釋變異量的高低。此外，仔細檢視 Hood 的 6 項動機中，新經驗的挑戰與有學習機會事實上非常接近於其他學者所提出的學習動機(如 Slater, 2007)；若使用因素分析技術，這二個

題項，可能會落於同一因素構面中。

而林玟伶與林詠能（2008）曾引用 Hood (1983)的動機理論、以臺北市立美術夜間觀眾為對象，並依上述 Hood 的 6 項民眾選擇休閒活動的動機為基礎，每項動機發展出 2 至 9 題不等的動機量表。因 Hood 並非使用因素分析技術，每個動機因子均只有一個單一題項；在此情形下，雖然得到自我充實動機、休閒娛樂、學習藝術、教育交友、參與活動 5 項動機；但總解釋變異量較低、僅為 63.92%。

Slater 的動機研究

最近國外關於博物館參觀動機的研究論文則是 Slater (2007)於 2003 年底在英國倫敦某國家藝廊進行的觀眾研究。Slater 在其研究中有系統的回顧了休閒觀光與博物館的動機研究相關文獻，檢視了包含 Iso-Ahola (1982)、Beard & Ragheb (1983)、Hood (1983)、Hrubes 等人 (2001)、Burton & Scott (2003) 等相關研究。最後 Slater 以 Beard & Ragheb (1983)的休閒動機理論為參考，試圖找出美術館觀眾參觀動機與 Beard & Ragheb 的差異、並據以建構動機量表。本研究中 Slater (2007)使用因素分析、得到逃離、學習與社交與家庭互動三個動機構面。

Slater 使用因素分析發現參觀者的動機可分成逃離、學習、以及家庭與社會互動三個主要範疇，並說明逃離動機是最重要的動機因子、其可解釋最多比例的變異量 29.499%，遠高於學習(21.852%)與家庭與社會互動(20.170%)；三項動機因子，總計可解釋 71.521%的變異量。Slater (2007)認為博物館觀眾追求的是教育導向的娛樂經驗、即一種可以滿足多重動機的經驗。

不過，經檢視 Slater 的動機量表可發現可能產生的研究誤差。在因素分析的技術中，特徵值是一項重要的議題；特徵值為每個變項在特定共同因素的負荷量之平方總和。而因素數目則主要依據特徵值的大小而定。特徵值越

大、代表該因素的解釋力越強。在因素分析的共同因素抽取中，特徵值越大的共同因素會最先被抽取，而特徵值的總和會等於題項的總數；因此，個別因素中的題項越多、也將會有較高的特徵值與較高解釋變異量。在 Slater 的研究中，逃離的因素中計有 8 個題項，學習則有 7 題，而社交與家庭互動則僅有 5 個題項；因此，逃離自然能解釋最多的變異量。但 Slater 研究所宣稱的逃離是最重要的動機，在其研究結果事實上並無法推論本項結論；因為三個因素的題項並非一致，有較高的解釋變異的原因係來自該因素有較多的題項所致。而在吳宗宏、江宜珍（2003）、許家瑋（2011）、蔡郁崇（2011）等人的動機研究中亦有相同的情形，他們所建構的量表題項中，每個因素的題項並不一致。也因此，博物館觀眾動機之研究，值得進一步探究的空間。

研究方法

本研究採用因素分析為研究分析工具，因素分析主要是協助研究者簡化測量的內容，即簡化複雜的共變結構，使有相近概念的變項，簡化成特定的幾個因素。因素分析是一種潛在結構分析法，研究者可根據因素的概念，選取最具代表性的題項來進行最適切的測量。因素分析企圖找出最少的因素來代表所有的變項，必須在因素的數量與可解釋變異量中求得平衡點。因素分析的目的在簡化因素結構，希望以最少的共同因素，做出最大的解釋變異量，即抽取因素越少越好、而因素的累積變異量越高越好。一般而言，在社會科學中，可解釋變異量至少要達到 60% 以上，才表示共同因素是可靠的。而因素之多寡係依據特徵值的大小而定，特徵值越大、解釋力越高。且題項越多、也會有較高的解釋變異量（邱皓政，2002）。

研究使用問卷做為調查工具，問卷分為觀眾人口統計變項、參觀行為、參觀動機與滿意度與再訪意願等 4 大部份。其中參觀動機量表採用 Likert 七點量表，以 Slater (2007) 提出的美術館參觀動機題項為基礎，包含逃離、學習、社交與家庭互動三項構面、計 18 題題項。Slater 之研究在美術館進行，本研究因採用其動機量表題項；因此，在場域的選擇上亦以公立的臺北市立

美術館為研究對象，於97年5月至8月期間進行試測與正式調查。調查人員以北美館觀眾為母群體，並在大門出入口旁發放及回收。同時考量觀眾閱讀理解能力，排除14歲以下的兒童及外國觀眾。調查方式以每5位抽1位方式進行，若受訪觀眾沒有意願填答，則改抽下一位觀眾填答；若為家庭或團體觀眾，則自團體中抽取1位代表填答。因研究採因素分析技術，邱皓政（2002）建議，樣本數最少為變項數的5倍，且200以下不適合進行因素分析。因此，研究共發放300份問卷，扣除4份無效樣本，研究有效問卷計296份，有效問卷回收率為98.66%。本研究問卷資料使用信度分析來衡量動機量表，以確認構面變項內容具一致性後再以因素分析萃取出共同因素。研究使用 α 信度係數法，在探索性研究中，信度需大於0.7，本研究二階段之Crobach's alpha值分別為0.952、0.942，表示題項間一致性高，不需刪除題項。動機量表的因素分析亦分為二階段，首先依Slater (2007)的動機量表題項進行因素分析、萃取出共同因素後，再依個別因素之題項中的因素負荷值較低的題目依序刪除至各別因素的題項一致為止後，再進行二階段的因素分析，以檢定二者之差異程度為何。而觀眾屬性與動機分析，則透過t檢定來檢視經常性觀眾與偶發性觀眾在不同動機上的差異程度以歸納結論。

研究結果與分析

研究樣本

本研究樣本如表2所示，其中性別方面，女性為62.2%，男性為37.8%；在年齡變項中15-24歲佔59.1%為最多，其次為25-34歲佔27.7%；教育程度方面，大學／專以上學歷佔80.4%、高中／職佔17.2%；在收入變項，無收入者佔41.9%、2萬元以下為17.2%、2萬-4萬佔19.6%。詳細樣本結構如表2。

表 2 研究樣本結構

人口變項	人數	百分比
性別		
男	112	37.8%
女	184	62.2%
年齡		
15-24 歲	175	59.1%
25-34 歲	82	27.7%
35-44 歲	21	7.1%
45-54 歲	10	3.4%
55-64 歲	6	2.0%
65 歲(含)以上	2	0.7%
教育程度		
國中(含)以下	7	2.4%
高中/職	51	17.2%
大學/專	202	67.9%
研究所(含)以上	36	12.5%
平均月收入		
無	124	41.9%
20,000 元以下	51	17.2%
20,001-40,000 元	58	19.6%
40,001-60,000 元	37	12.5%
60,000 元以上	26	8.8%

(資料來源：作者整理)

結果與分析

本研究的動機量表透過信度分析，並經 Bartlett 球型檢定結果 P 值達顯著水準 KMO 值為 0.932，顯示變項中有共同因素，適合做因素分析。研究使用主成份分析法，再經轉軸後，分析得出動機構面因素負荷值，將 18 個題目簡化為 3 個因素構面，包含「逃離」（特徵值為 5.054、解釋變異量為 28.076%）、「學習」（特徵值為 4.290、解釋變異量為 23.835%）、「社交與家庭互動」（特徵值為 3.849、解釋變異量為 21.383%），總計可解釋 73.295% 的變異量，呼應了 Slater 的研究結果，顯示研究效度佳（表 3）。與 Slater 在英國美術館所做的研究比較，不但動機排序一致，所解釋的變異量也相近（Slater 的研究可解釋變異量為 71.521%）。不過，如本文之前所言，解釋

變異量的高低與題項數目有關，因素中有較多題項、也將有較高的解釋變異量。為進一步檢視美術館觀眾各項動機的重要性，研究者將三個因素中以負荷值最高的前五個題項納入第二階段的分析，其中逃離因子刪除轉換心情與在舒適的環境中放鬆二個題項，而學習則刪除學習藝術題項，以檢視動機排序的變化情形為何。

表3 觀眾參觀美術館動機因素分析結果

題項	因素一 逃離	因素二 學習	因素三 社交與家庭互動	共同性
紓解壓力	.857			.893
精神放鬆	.849			.870
休息與放鬆	.777			.708
遠離每日生活中的責任	.739			.648
遠離日常生活瑣事	.736			.681
轉換心情	.733			.702
在舒適的環境中放鬆	.719			.752
從學習中獲得自我滿足		.777		.759
瞭解藝術		.757		.747
拓展自我興趣		.756		.729
從事不一樣的事		.750		.677
發現新事物		.728		.692
學習藝術		.685		.686
與朋友一起			.845	.823
親朋好友一起體驗展覽			.808	.769
向親朋好友介紹美術館			.785	.761
與親朋好友共度有品質的時光			.750	.696
與家人共度時光			.723	.601
特徵值	5.054	4.290	3.849	
解釋變異量 (%)	28.076	23.835	21.383	
累積解釋變異量 (%)	28.076	51.912	73.295	
KMO 係數值		.932		
Bartlett 球形檢定		.000		
整體 Cronbach's Alpha 值		.952		

(資料來源：作者整理)

經修正後的因素分析中，15個題目同樣簡化為3個因素構面，不過排序結果與Slater的研究不同，其中逃離為最重要的動機因子，第二個因素則轉變為社交與家庭互動，第三個因素則為學習動機，三項因素總計解釋的變異量則提高為74.665%。下表顯示，修正後三項動機因子的特徵值與解釋變異量則相當接近。以下針對各因素進行說明：

第一個因素命名為逃離，此動機中包括題項：紓解壓力、精神放鬆、休息與放鬆、遠離每日生活中的責任、遠離日常生活瑣事等 5 個題項，其特徵值為 3.860、解釋變異量為 25.730%。

表 4 觀眾參觀美術館動機因素分析修正結果

題項	因素一 逃離	因素二 社交與家庭互動	因素三 學習	共同性
紓解壓力	.869			.916
精神放鬆	.861			.893
休息與放鬆	.787			.724
遠離日常生活瑣事	.753			.713
遠離每日生活中的責任	.719			.634
與朋友一起		.848		.826
親朋好友一起體驗展覽		.811		.770
向親朋好友介紹美術館		.789		.764
與親朋好友共度有品質的時光		.758		.697
與家人共度時光		.724		.601
從學習中獲得自我滿足			.802	.788
從事不一樣的事			.774	.708
拓展自我興趣			.773	.754
發現新事物			.740	.709
瞭解藝術			.720	.703
特徵值	3.860	3.726	3.614	
解釋變異量 (%)	25.730	24.842	24.093	
累積解釋變異量 (%)	25.730	50.572	74.665	
KMO 係數值		.921		
Bartlett 球形檢定		.000		
整體 Cronbach's Alpha 值		.942		

(資料來源：作者整理)

第二個因素命名為社交與家庭互動，此動機中包含題項：與朋友一起、親朋好友一起體驗展覽、向親朋好友介紹美術館、與親朋好友共度有品質的時光、與家人共度時光等 5 個題項，其特徵值為 3.7260、解釋變異量為 24.842%。

第三個因素命名為學習，此動機中包含題項：從學習中獲得自我滿足、瞭解藝術、拓展自我興趣、從事不一樣的事、發現新事物等 5 個題項，其特徵值為 3.614、解釋變異量為 24.093%。

研究結果顯示觀眾參觀美術館的逃離、學習與社交與家庭互動動機，總計可解釋 74.665%的變異量（表 4）。

Hood (1983)指出，經常性觀眾較重視學習機會、能有新經驗的挑戰與值得做的事。而偶發性觀眾則重視社交功能、在周圍環境中能輕鬆的自處與主動參與的機會。在本研究觀眾類型與動機的交叉分析中，印證了經常性觀眾較偶發性觀眾更為重視學習，研究結果具統計學上的顯著水準。不過，在逃離與社交與家庭互動因素中，雖然偶發性觀眾的平均數均高於經常性觀眾，但不具統計學上的顯著水準，即經常性觀眾參觀美術館的動機則與偶發性觀眾相近（表 5）。針對此項研究結果，可看出經常性觀眾的參觀動機與

表 5 不同觀眾類型與動機 t 檢定表

變項	人數	平均數	標準差	t 值
逃離				
偶發性觀眾	158	5.67	0.9385	1.638
經常性觀眾	138	5.50	0.9282	
社交與家庭互動				
偶發性觀眾	156	5.09	0.9277	0.296
經常性觀眾	136	5.06	1.1016	
學習				
偶發性觀眾	157	5.24	0.9357	-2.004*
經常性觀眾	137	5.45	0.9044	

*p<.05

（資料來源：作者整理）

博物館從業人員的價值觀較為相近，傳統的博物館從業人員經常將焦點放在教育和學習的功能上，而忽略了當代博物館應具有的娛樂休閒與社交取向。事實上，本研究結果顯示，對博物館觀眾而言，娛樂休閒與社交的動機，比博物館的教育更為重要，值得博物館深思。

討論

目前博物館動機研究已有不少成果，不過，多缺乏對使用分析工具的批判。以 Slater 的美術館觀眾動機研究為例，Slater 使用因素分析將參觀者動機區分成逃離、學習、以及家庭與社會互動三項，並指出逃離是最重要的因子、可解釋最多的變異量（29.499%），高於學習（21.852%）與家庭與社會互動（20.170%）。不過，Slater 在其動機量表因素分析中，對負荷值的詮釋，可能產生研究誤差。特徵值是共同因素負荷量的平方總和，因此，有較多的題項、將有較高特徵值與解釋變異量。Slater 的逃離、學習與社交與家庭互動等三個因素的題項並非一致，分別為 8 題、7 題與 5 題；因此，逃離雖然能解釋最高的變異量，但 Slater 所指逃離是觀眾最重要的動機，在其研究中並無法印證；因為，較高解釋變異可能來自較多的題項所致。而國內的研究中，亦有相同詮釋情形（如吳宗宏與江宜珍，2003；蔡郁崇，2011）。

在本研究第一階段的因素分析中，研究結果與 Slater 的研究結果一致，動機依解釋變異量排序別為逃離、學習、社交與家庭互動。但經刪減各因素間負荷值較低者後，使三個因素均具備相同題項後，所進行的因素分析結果與 Slater 的研究結果出現歧異。其排序則分別為逃離、社交與家庭互動與學習。而各因素的特徵值與解釋變異量也較接近。顯示觀眾參觀美術館的最重要動機為逃離，想要遠離日常生活的瑣事，並想尋求一個能有和朋友、家人可以互動，同時又能有學習的機會，即一個可以寓教於樂(edutainment)的地方(Lin, 2006)。

美國學者 Hood (1983)的民眾選擇休閒活動的六項因素廣為博物館研究

人員所引用，這些因素包含了與他人相處或社會性互動、做值得做的事、在周圍環境中能輕鬆的自處、新經驗的挑戰、有學習機會、主動的參與機會。不過，這6項因素並非使用因素分析，而是6項單一題項進行調查與分析。Hood 同時也提出傳統博物館將觀眾分為參與者與非參與者式並不恰當。她認為觀眾至少區分為經常性觀眾（每年至少參觀博物館3次以上）、偶發性觀眾（每年參觀1至2次）與非觀眾（調查前12個月內未曾參觀過博物館）。其中經常性觀眾重視的動機為是否有學習機會、新經驗的挑戰與做值得做的事。而偶發性觀眾與非觀眾的休閒動機較為相近，這二個群體較重視社交功能、在周圍環境中能輕鬆的自處與主動參與的機會。

如同 Slater (2007)與林玟伶、林詠能（2008）的動機研究中，新經驗的挑戰與有學習機會在因素分析中均被歸類在學習的因素之下，而本研究結果亦印證了此一結果。因此，顯示了 Hood (1983)的研究之侷限性。此外，而 Hood 並非使用因素分析，其結果亦無法推估解釋變異量的高低情形，無法判斷個別因素的重要程度。而本研究則可具體指出逃離的動機對觀眾而言，高於社交與家庭互動與學習動機；而博物館應優先滿足解釋變異數較高的因素。此外，在本研究雖印證了經常性觀眾較偶發性觀眾更為重視學習，但在逃離與社交與家庭互動因素，均不具統計學上的顯著水準。

知名博物館學者 Hooper-Greenhill (1994)指出，教育與學習是博物館存在的首要目的。而博物館的從業人員不論在展覽策略或教育推廣活動的規畫上，也經常將焦點放在教育和學習的功能。從以往國內外博物館觀眾參觀動機的研究上，學習動機通常是最重要前二大的因素之一；似乎呼應了以上的論述。不過，在本研究的結果中發現，廣義的休閒需求，即逃離每日規律的日常生活，同時從事一些與親友互動的社交性需求，二者可解釋 50.572% 的變異量，顯示觀眾對休閒的需求，遠高於學習動機(24.093%)。因此，雖然教育與學習仍是博物館與美術館的核心功能，但在活動與行銷推廣上，應更強調美術館能提供的休閒功能。同時，在相關服務設計的規畫上，應滿足以團體的社交需求為主要考量。

結論與建議

隨著民眾對休閒活動的需求增加，參觀博物館的人數亦有成長的趨勢，顯示博物館不再是少數人的專利。因此，博物館了解觀眾的動機，並提供對的展覽與服務，是博物館界的重要課題。本研究以 Slater (2007)的觀眾參觀動機量表為架構，探究臺北市立美術館參觀民眾的動機，比較二者的差異外；並檢視經常性與偶發性觀眾對於不同動機的重視程度。

本研究進行二階段的因素分析，首先依 Slater (2007)的 18 個動機量表題項進行因素分析後，再依個別因素題項中的因素負荷值較低的題目刪除至各因素題項一致後，再進行第二階段的因素分析。第一階段的分析結果與 Slater 的研究結果一致，美術館觀眾動機其解釋變異量的高分別為逃離、學習、社交與家庭互動，顯示內容效度佳。不過，第二階段的分析結果顯示，依序為包含逃離、社交與家庭互動與學習。不但動機之解釋變異量之排序與 Slater 的研究不同，各因素間的解釋變異量相當接近、不如 Slater 的因素間的差異程度。

而在經常性觀眾與偶發性觀眾對不同動機重視程度的差異方面，除印證了 Hood (1983)的經常性觀眾較偶發性觀眾更重視學習，結果具統計學上的顯著水準外，在逃離與社交與家庭互動因素，雖然偶發性觀眾的平均數均高於經常性觀眾，但均未達統計學上的顯著水準。

本研究有重要的管理意涵，研究結果顯示，觀眾最重要動機為逃離與社交功能，想要逃脫日常瑣事，且能與親朋好友互動的寓教於樂場所。而目前多數的博物館從業人員仍常將焦點放在教育和學習的功能上，而忽略了當代博物館應具有的娛樂休閒與社交取向，或許值得重新考量。事實上，對博物館觀眾而言，娛樂休閒與社交的動機，比教育動機更為重要，博物館在提供相關的設施與服務時，應重新深思滿足觀眾期待。例如行銷時可強調博物館能提供全家（或親朋好友）逃離日常生活瑣事並紓解身心壓力的機會，且僅需一套行銷策略即可滿足不經常性觀眾與非經常性觀眾的需求；在餐飲與休

憩區的設計上，應以滿足多人團體互動的需求為主；或舉辦體驗與互動性的教育活動等。

在未來研究建議方面，因本研究係採用 Slater (2007)的研究做為理論架構，並使用相同的探索性因素分析做為分析工具，相當程度已改善以往研究的限制。因此，未來研究可嘗試使用驗證性的因素分析、使用結構方程式進行統計分析，結構方程式可有效的處理潛在變項與誤差控制，可積極改善傳統因素分析的限制，並擴大其應用範圍；因此，可進一步提升對博物館觀眾動機的理解。

參考文獻

- 文化部，2011。2010 文化統計。臺北市：文化部。
- 王啓祥，2002。從休閒觀點析論博物館觀眾開發的困境與對策，博物館學季刊，16（4）：121-131。
- 邱皓政，2002。量化研究與統計分析。臺北：五南。
- 林玟伶、林詠能，2008。臺北市立美術夜間觀眾參觀動機研究，科技博物，12（3）：5-23。
- 洪櫻純，2005。博物館與休閒規劃：閒暇時間與自由感，博物館學季刊，19（3）：51-61。
- 吳宗宏、江宜珍，2003。國立科學工藝博物館觀眾參觀動機與滿意度之研究，科技博物，7（1）：35-59。
- 許家瑋，2011。臺北市立美術館觀眾參與志工意願之研究。國立臺北教育大學，臺北市。
- 蔡郁崇，2011。國立臺灣博物館土銀展示館民眾參觀動機與賣店消費行為之研究，國立臺灣博物館學刊，64（2）：49-79。
- Adams, G. D., 1992. Listening to the audience. *In*: Blackhall, S. (Ed.), 1992. Marketing the Arts. London: Jan Meek.
- Ash, D., 2003. Dialogic inquiry in life science conversations of family groups in a museum. *Journal of Research in Science Teaching*, 40(2): 136-162.
- Beard J. G. & Ragheb, M. G., 1983. Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3): 219-228.
- Burton, C. & Scott, C., 2003. Museums: challenges for the 21st century. *International Journal of Arts Management*, 5(2): 56-68.
- Crompton, J. L., 1979. Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4): 408-424.
- Dodd, J. et al., 2012. Voices from the museum: Qualitative research conducted in Europe's national museums (EuNaMus Report No 6). Linköping: Linköping University Electronic Press.

- Falk, J. H. & Dierking, L. D., 1992. *The Museum Experience*. Washington: Whalesback Book.
- Falk, J. H. & Dierking, L. D., 2000. *Learning from Museums: Visitor experience and the Making of Meaning*. Walnut Creek, Alta Mira Press.
- Graburn, N. H. H., 1977. *Tourism: the sacred journey*. In: Smith, V.L. (Ed.), 1977. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Hood, M. G., 1981. *Adult attitudes toward leisure choices in relation to museum participation*. Unpublished dissertation, The Ohio State University.
- Hood, M. G., 1983. *Staying away: Why people choose not to visit museums*. *Museum News*, 61(4): 50-57.
- Hood, M. G., 1990. *Leisure criteria of family participation and nonparticipation in museums*. In: Butler, B. H. & Sussman, M. B. (Eds.), 1990. *Museum Visits and Activities for Family Life Enrichment*. New York: Haworth Press.
- Hood, M., 1995. *Audience research tell us why visitors come to museums – and why they don't*. In: Scott, C. (Ed.), 1995. *Evaluation and Visitor research in Museums: Towards 2000*. Sydney: Powerhouse Publishing.
- Hooper-Greenhill, E. (Ed.), 1994. *The Education Role of the Museums*. London: Routledge.
- Housen, A., 1987. *Three methods for understanding museum audiences*. *Museum Studies Journal*, 2(4): 41-49.
- Hrubes, D. et al., 2001. *Predicting hunting intentions and behaviour: an application of the theory of planned behaviour*. *Leisure Sciences*, 23: 165-178.
- Iso-Ahola, S. E., 1982. *Toward a social psychological theory of tourism motivation: a rejoinder*. *Annals of Tourism Research*, 9: 256-262.
- Kelly, L., 2001. *Developing a model of museum visiting*. *Proceedings from the 2001 Museums Australia Conference*, Australia: Canberra.
- Lin, Y. N., 2006. *Leisure-A function of museums? The Taiwan perspective*. *Museum Management and Curatorship*, 21: 302-316.
- McManus, P. M., 1991. *Making sense of exhibits*. In: Kavanagh, G. (Ed.), 1991. *Museum language: objects and texts*. Leicester: Leicester University Press.

- Merriman, N., 1991. *Beyond the glass case: The past, the heritage and the public in Britain*. Leicester: Leicester University Press.
- Prentice, R., 2004. Perceptual deterrents to visiting museums and other heritage attractions. *Museum Management and Curatorship*, 13: 264-279.
- Silverman, L. H., 1995. Visitor meaning making in museums for a new age curator. *Museum News*, 38(3): 161-170.
- Slater, A., 2007. Escaping to the gallery: Understanding the motivations of visitors to galleries. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12: 149-162.

	非常同意<----->非常不同意						
	7	6	5	4	3	2	1
6-9.參觀北美館能讓我瞭解藝術	<input type="checkbox"/>						
6-10.參觀北美館能讓我拓展自我興趣	<input type="checkbox"/>						
6-11.參觀北美館能讓我從事不一樣的事	<input type="checkbox"/>						
6-12.參觀北美館能讓我發現新事物	<input type="checkbox"/>						
6-13.參觀北美館能讓我學習藝術	<input type="checkbox"/>						
6-14.能與朋友一起	<input type="checkbox"/>						
6-15.能與親朋好友一起體驗展覽	<input type="checkbox"/>						
6-16.能向親朋好友介紹美術館	<input type="checkbox"/>						
6-17.能與親朋好友共有品質的時光	<input type="checkbox"/>						
6-18.能與家人共度時光	<input type="checkbox"/>						

7.本題詢問您的滿意程度與再訪意願，請在適當的□中打勾。

	非常同意<----->非常不同意						
	7	6	5	4	3	2	1
7-1.我對本次參觀感到滿意	<input type="checkbox"/>						
7-2.我會再來北美館參觀	<input type="checkbox"/>						
7-3.我會推薦其他人來北美館參觀	<input type="checkbox"/>						

個人資料

8.性別：男

女

9.年齡：

15-24 歲 25-34 歲 35-44 歲 45-54 歲 55-64 歲 65 歲（含）以上

10.最高教育程度：

國中（含）以下 高中/職 大學/專 研究所（含）以上

11.平均月收入：

無收入 20,000 元以下 20,001-40,000 元 40,001-60,000 元

60,000 元以上

12.居住地郵遞區號：_____

問卷結束，感謝填答