

# 獨立音樂活動參與者之休閒動機與參與意願之研究 以社群網站涉入程度為干擾變數

游政諺、黃怡芬

E-mail: 386725@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

自2003年起，獨立音樂人在流行音樂類金曲獎中頻頻獲獎，且各類音樂節之參與人數亦逐年增加。隨之而來的是音樂展演空間林立，和開辦越來越多的音樂節。其目的就是希望吸引更多喜愛獨立音樂之樂迷參與。而不同的休閒動機會如何影響獨立音樂活動參與者之參與意願，為本研究首要之課題。其次，由於社群網站之興起，許多音樂人在各社群網站中設有其專屬之部落格(BLOG)或粉絲頁(Fan Page)。而獨立音樂活動參與者在參與社群網站的過程是否會影響到休閒動機和參與意願間之關係，為本研究次要之課題。希望本研究之結果可以給各展演空間作為活動企劃之依據，以吸引更多參與者前來參與。本研究透過問卷調查法進行資料蒐集，於各社群網站進行電子問卷之發放，有效問卷為245份，並經由SPSS統計軟體進行資料分析，所利用之統計工具有：次數分配、信度分析、獨立樣本T檢定、單因子變異數分析與迴歸分析。

關鍵詞：獨立音樂、休閒動機、參與意願、社群網站

## 目錄

中文摘要 i ABSTRACT ii 誌謝 iii 目錄 iv 圖目錄 v 表目錄 vi 第一章 緒論 1 第一節 研究背景 1 第二節 研究動機與目的 3 第二章 文獻探討 5 第一節 文化創意產業 5 第二節 動機理論 12 第三節 參與意願 17 第四節 社群網站 18 第五節 涉入程度 21 第三章 研究方法 26 第一節 研究架構 26 第二節 研究假說 26 第三節 操作型定義 27 第四節 問卷設計 28 第五節 抽樣設計 30 第四章 資料分析 32 第一節 敘述性統計分析 32 第二節 獨立音樂活動參與者之休閒動機、參與意願與社群網站涉入程度之概況分析 35 第三節 不同背景變相之差異性分析 40 第四節 信度分析 49 第五節 相關係數分析 50 第六節 休閒動機對參與意願之影響分析 51 第五章 結論與建議 56 第一節 結果與討論 56 第二節 研究貢獻 59 第三節 研究限制與未來研究方向 60 參考文獻 61

## 參考文獻

中華民國文化部網站 <http://www.moc.gov.tw/main.do?method=find&checkIn=1> 王桂蘭(2003)，國民中小學教師教師知識分享態度、虛擬社群參與意願及參與程度之關係研究，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。王梅香、江澤群(2003)，台北市青少年休閒動機與休閒參與之研究，北體學報，11卷，203-216。王薰禾(2004)，高雄地區國民小學學童休閒運動參與動機及休閒阻礙之研究，國立臺灣體育學院體育研究所碩士論文。王如鈺，王仁宏，莊濟任，(2012)，網路口碑對網路團購意圖之影響，中原企管評論10卷:1期，1-33頁。王國欽，陳瑞倫，詹悉珍，林士雅(2010)，[您被 Blog 說服了嗎?]-探討領隊部落格對消費者購買意願影響之研究，觀光休閒學報16卷:3期，235-261頁。王曉玫，游輝斌(2011).Facebook 涉入程度與消費行為之相關分析—以嶺東科技大學為例，嶺東學報，30期，3-21。江國銘(2009)，台灣獨立樂團文化之研究-以台南地區為例，南台科技大學資訊傳播學系碩士論文。行政院經濟建設委員會編(2008)，挑戰2008:國家發展重點計畫，行政院經濟建設委員會，頁3。行政院文建會(2003)，創意文化園區總體報告，文建會。何定照(2009)，音樂祭Live house文化 歌聲漸飄渺?，聯合報。何定照(2010)，live house總監:沒樂團樂迷 照樣是蚊子館，聯合報。吳劍秋(2005)，旅遊動機和阻礙因素對銀髮族海外旅遊參與意願影響之研究，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。吳明蒼(2006)，大學生休閒動機模式之建構與驗證。美和技術學院學報，25卷1期，69-94。吳明蒼(2009)，大學生休閒阻礙、休閒動機與休閒滿意之典型相關研究，嘉大體育健康休閒期刊，8卷1期，1-11。李連宗(2004)，大專生參與休閒活動休閒動機、阻礙及滿意因素之相關研究，2004國際研討會論文集，56-67。李雅靖，吳忠翰(2011)，網路口碑訊息對消費者信任的影響，傳播與管理研究，10卷:2期，69-104頁。林?珊，唐嘉鴻(2010)，網路口碑說服效果之研究，行銷評論，7卷:2期，187-208頁。林怡瑄(2003)。台灣獨立唱片之研究。國立政治大學新聞研究所碩士論文。留淑芳(2003)，網路口碑相傳訊息特性及接受者行為特質對態度形成之影響，國立台灣大學商學研究所博士論文。徐新勝(2007)，衝浪活動參與者之休閒動機、涉入程度與休閒效益關係之研究，國立中正大學運動與休閒教育研究所碩士論文。翁嘉銘(2004)，搖滾夢土 青春海岸:海洋音樂祭回想曲，台北，滾石文化。陳惠婷(2005)，搖滾音樂演唱會之文化行銷分析—以「Say Yes to Taiwan」演唱會為例，國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。梁月春(2010)，女性休閒運動自我效能、休閒動機、休閒阻礙與休閒涉入之關係研究—以高雄市參加有氧舞蹈休閒運動課程之學員為例，高雄師範大學成人教育研究所博士論文。張鐵志(2004)，貢寮海洋音樂祭-搖滾樂是革命的號角還是伴，《幼獅文藝》，607期P82~89。張鐵志(2007)，音樂祭紀事 台灣搖滾音樂祭，《誠品好獨》，73期，p54-56。張玉杰(1998)，誰在聽什麼音樂? 探索新人類特質與音樂品味的關係，世新大學傳播研究所碩士論文。曾裕恒(2008)，台灣唱片產業之研究:主流與非主流之比較分析，國立政治大學企業管理研究所學位論文。黃俊英、賴文彬(1990)，涉入的理論發展與實務應用，管理科學學報，第7卷，第1期，頁15-30。黃聆，(2008)，電子口碑效果與網路合購行為之研究，臺灣大學國際企業

學研究所碩士論文。詹博閔(2007),大型重型機車參與認真性休閒特質與休閒動機、休閒組礙關係之研究,朝陽科技大學碩士論文。楊璨羽(2007),音樂產業與文化政策:一個獨立音樂視野的探討,淡江大學大眾傳播學系碩士論文。楊欣茹(2010),台灣獨立音樂的文化消費研究:文化消費炫耀性再思考,國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文。楊宜桂(2004),台灣非主流音樂產業行銷管理之創新策略研究,元智大學資訊傳播學系碩士學位論文。傅鉛文(2006),展演空間 獨立品牌,大聲誌,11、12期,p10-11。蔡至欣,賴玲玲(2011),虛擬社群的資訊分享行為,圖書資訊學刊,9卷:1期,161-196頁。蔡沛成(2007),部落格行銷與顧客關係之研究,國立政治大學廣告研究所碩士論文。鄭景雯(2006),貢寮 獨立音樂 海洋音樂祭,國立交通大學社會與文化研究所碩士論文。鄭凱同(2005),主流與獨立的再思考:文化價值、音樂產業與文化政策的思變與探討,淡江大學大眾傳播學研究所碩士論文。鄭凱同(2007),音樂公民必看!音樂文化政策大解析!,大聲誌 2007野台開唱特刊,p2-3 鄭順璉(2001),大學生生活型態、休閒動機與休閒參與之相關研究,國立體育學院體育研究所碩士論文。戴昀(2006),台灣獨立唱片廠牌實作:以小白兔橘子唱片為例,國立政治大學社會學研究所碩士論文。謝清秀(2004),大專網球選手休閒動機、休閒參與及休閒滿意之研究,國立體育學院體育研究所碩士論文。羅悅全(2003),追求臨時的烏托邦 戶外音樂祭簡史,文化視窗,期51,P22-27。Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15 (3), 219-228. Baldwin, C. K., & L. L. Caldwell (2003) Development of the free time motivation scale for adolescents. *Journal of Leisure Research*. 35(2), 129-151. Gillett C.(1983), *The Sound of the City: the Rise of Rock and Roll*, London: Souvenir Press. Gill Pomfret (2006). *Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research*. *Tourism Management*, 27(1), 113-123. Goldsmith, Ronald E., & David Horowitz. (2006). Measuring motivations for online opinion seeking. *Journal of interactive Advertising*, 6:2, pp.1-16. Godbey, G. (2003). *Leisure in your life : An exploration* (6th ed.). State College, PA: Venture Publishing Inc. Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychographical theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 12, 256-262. Iso-Ahola, S. E. (1989). Motivation for leisure. In E. L. Jackson & T. L. Burton(Eds.), *Understanding leisure and recreation mapping the past, charting the future*. State College, PA: Ventuer publishing, Inc. Hanna, N. and Wozniak, R.(2001), *Consumer Behavior: An Applied Approach.*, Prentice-Hall Inc Lee, S.(1995), Re-Examining the Concept of the 'Independent' Record Company: The Case of Wax Trax! Records. *Popular Music*, Vol.14, No.1, pp.13-31. Sysomos(2009), " Inside Facebook page ", Retrieved February 11, 2012, From <http://www.sysomos.com/insideFacebook/> Wright, Jeremy (2005), " Blog Marketing ", McGraw-Hill Ying, H.L.,Chung, C.M.Y.(2007).The Effects of Single-Message Single-Source Mixed Word-of-Mouth on Product Attitude and Purchase Intention.*Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*,19:1,pp.75-86.