

A Survey of Inhabitants Participating Motivations and Perceived Benefits of Haka cultural Festival in Meinung Area

李宜霖、黃世明

E-mail: 9421098@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The culture festival celebration activity has developed into important tour development projects, and the run-up of the festival celebration activity, must be able to cause the participant's participation sympathetic response, love and will of long-run participating and supporting, must meet the motive demand of the person who participates in activity, namely run benefit to the activity there must be close observe cognitive, and understand why local inhabitant participates in the culture festival celebration activity, can help planners of the activity to meet its demand more effectively. So the purpose of this research lies in probing into the inhabitant in Meinung participating motivations and perceived benefits of special event - a case study of Meinung Haka culture Festival. This research uses questionnaire method to survey the Meinung inhabitant who participates and interview the activity sponsor or person who takes charge of Haka culture and Art festival, The total number of questionnaires distributed in 350 copies, with 327 copies recycled; among them, 300 copies are valid, the rate of valid recycled is till 86% Descriptive statistical, t-test, one-way ANOVA, and Pearson relation test were utilized for recycled data analysis. The results are summarized as follows: participating motivations: The strongest motivation was knowledge motivation. The following were in order to organize motivation, society motivation, and the weakest was pressure mitigation motivation. Perceived benefits: The strongest benefit was "raising economic benefit." The following were in order to strengthening community development benefit, firmly establishing local culture perceived benefit and the weakest was conflicting environment benefit.

Keywords : Special Event for culture festivity, Participating motivations, Perceived benefits

Table of Contents

目錄 中文摘要 V ABSTRACT VI 表目錄 6 第一章 緒論 8 第一節 研究背景與動機 8 第二節 研究目的 10 第三節 研究範圍與對象 10 第四節 研究限制 11 第五節 名詞解釋 12 第二章 文獻探討 13 第一節 節慶活動相關文獻 13 第二節 美濃客家文化節慶活動的發展背景 21 第三節 文化活動之意涵 24 第四節 參與動機 27 第五節 效益認知 33 第六節 相關實証研究 36 第三章 研究方法 43 第一節 研究架構 43 第二節 研究假設 44 第三節 問卷設計 45 第四節 抽樣方法 50 第五節 資料處理與分析方法 55 第四章 研究結果 58 第一節 美濃地區居民樣本特性 58 第二節 量表信度分析 62 第二節 假設驗證 68 第五章 討論與建議 88 第一節 研究結果與討論 88 第二節 建議 104 參考文獻 106 一、中文部分 106 二、英文部分 110 三、網路資料 111 附錄A-8：訪談大綱 123 附錄B：問卷專家效度審查感謝函 124 附錄C：問卷專家效度審查結果評估表 125 附錄D-1：問卷專家效度審查意見 126 附錄D-2：問卷專家效度審查意見 128

REFERENCES

參考文獻 一、中文部分 1. 文建會。(2004)。文化白皮書。台北:文建會。 2. 文建會。(1998)。文化白皮書。台北:文建會。 3. 發行委員會。(1991)。客家的過去、現在與未來。高雄:中菱 4. 彭啟原。(2002)。台灣客家庄影像。P42-71。南投:台灣省政府。 5. 六堆文化教育基金會。(2001)。六堆客家社會文化發展與變遷之研究藝文篇。屏東:財團法人六堆文化教育基金會。 6. 中華民國戶外遊憩學會(1999)。遊憩需求與效益研究。P223-237。台北:田園城市文化事業。 7. 陳正之。消失中的常民文化-民俗思想起。南投:台灣省政府。 8. 中華民國戶外遊憩學會(2000)。美濃鎮整體建設規劃-服務建議書。高雄:高雄縣文化局。 9. 中華民國景觀學會(2000)。高雄縣城鄉風貌整體發展綱要計畫。高雄:高雄縣文化局。 10. 台南縣文化局。(2000)。台南縣產業文化活動成效分析之研究 89年白河蓮花節。台南:台南縣文化局。 11. 台灣省政府新聞處。(1995)。文化建設與教育發展。台中:台灣省政府。 12. 郭百修。(1999)。地方文化產業化機制之研究-以美濃鎮為例 台北大學都市計劃研究所碩士論文。 13. 蘇美玲、林晏州。(1998)都市公園使用者休閒態度與休閒效益之研究-以台北市大安森林公園為例。P55-74。台北:中華民國造園學會。 14. 古宜靈、辛晚教。(1997)。休閒文化活動參與行為之研究。戶外遊憩研究,第十卷,第一期。 15. 朱蕙蘭。(2004)。影響台中市居民參與文化活動因素之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班碩士論文。 16. 李泳龍、黃宗誠、吳素權。(2002)。社區總體營造與地方產業 振興之研究—鄉鎮推動產業文化節慶之考察。公共事務評論。 17. 吳秋田。(2001)。社區居民之社區意識與產業文化活動認同度 關係之研究 以白河蓮花節為例。國立中山大學公共事務管理 研究所碩士在職專班碩士論文。 18. 林美萍。(2003)。遊客對產業文化活動效益認知之研究—以白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節為例。逢甲大學土地管理學系碩士在職專班碩士論文。 19. 林秋雄。(1998)。南瀛資源重整三絲套餐上菜。社區總體營造觀摩體驗營活動手冊, P37-60, 台南縣文化中心

。 20. 林清山。(1992)。心理與教育統計學。台北:東華。 21. 邱皓政。(2003)。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。 22. 洪得惠。(2003)。高雄市中高齡婦女的文化活動參與、阻礙及其身心健康之相關研究。中國文化大學生活應用科學研究所碩士在職專班碩士論文。 23. 洪煌佳。(2002)。突破休閒活動之休閒效益研究, 國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。 24. 倪葆真。(1998)。農漁村產業文化工作方針, 88年度發展農漁業產業文化計畫參考資料。農委會。P15-18。 25. 曹美良。(1999)。88年台灣文化節中區活動成果專輯, p116-117。 26. 郭靜晃。(2002)。台北市弱勢團體暨少數族群之文化資源與文化需求調查研究。台北:文化局委託之專題研究。 27. 黃俊英。(1992)。行銷研究-管理與技術。台北:華泰書局。 28. 黃琇玫。(2003)。地方文化活動與地方認同。臺南師範學院鄉土文化研究所碩士論文。 29. 陳志樺。(2002)。成人技職繼續教育參與動機與障礙因素之相關研究。彰化師範大學工業教育學系博士論文。 30. 張月芬。(2004)。家庭教育中心志工參與動機、內外控信念與其組織承諾之研究。國立嘉義大學家庭教育研究所碩士論文。 31. 張永進。(1999)。草地經驗—談台南縣產業文化政策形成與落實, 社教雙月刊, 第94期。P18-29。 32. 莊耀嘉編譯。(1997)。馬斯洛, 台北:桂冠。 33. 賴保楨。(1996)。生活科學概論。台北:國立空大。 34. 張春興, 1992, 張氏心理學辭典, 台北市, 東華書局。 35. 張佩娟。(2002)。休閒運動參與動機與滿意度之相關研究-以雲林醫院員工為例。國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。 36. 陳比晴。(2003)。民眾參與節慶活動需求之研究-以2003 陽明山花季為例。台灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文。 37. 張溪南。(2000)。台南縣地方文化創新之規劃與運作, 第一屆南華公共行政與政策學術研討會論文集, p70, 南華大學。 38. 游瑛妙。(1999)。節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意度分析 以第十一屆民藝華會為例。台北:台灣省交通處旅遊局。 39. 楊美維。(2002)。產業文化活動意識與農特產品包裝設計之研究---以左鎮白堊節為例。樹德科技大學應用設計研究所碩士論文。 40. 楊崑霖。(2001)。鄉鎮舉辦農特產節慶的效益與環境衝擊分析之研究 - 2000年以台南縣白河蓮花節為例。逢甲大學土地管理研究所碩士論文。 41. 葉碧華。(1999)。大型觀光節慶活動效益評估之研究 以台北燈會為例。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文 42. 駱焜祺。(2002)。觀光節慶活動行銷策略之研究 - 以屏東縣黑鮪魚文化觀光季活動為例。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。 43. 劉英茂。(1979)。普通心理學。台灣:大洋出版社。 44. 羅孝吉。(2004)。居民對舉辦地方節慶影響之認知、反應類型及支持承諾之研究 - 以東港黑鮪魚文化觀光季為例。屏東科技大學企業管理系碩士班碩士論文。 45. 吳淑女。(1993)。淺談慶典觀光與推廣觀光之道。交通建設, 42(9), 2-6。 46. 吳淑鈺。(2000)。太魯閣國家公園義務解說員參與動機與工作滿意之研究。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。 47. 李明宗。(2002)。當代台灣節慶活動的形貌 - 休閒社會學詮釋 觀點的提擬。台灣師範大學體育學系博士論文。 48. 簡惠貞。(2002)。外籍旅客對台灣民俗慶典活動參與意願之研究。世新大學觀光學系碩士論文。 49. 陳湘東。(2000)。節慶活動與企業贊助動機之研究。朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。 50. 黃丁盛。(2003)。台灣的節慶。台北:遠足。 二、英文部分 1. Driver, B. L., Brown, P. J. and Peterson, G. L. (1991). Research on leisure benefits: an introduction to this volume. In B. L. Driver, P. J. Brown & G. L. Peterson (Eds.), Benefits of leisure(pp. 3-12). State College, PA: Venture Publishing, Inc. 2. Boshier, R. 1971 Motivational Orientations of Adult Education Participants :A Factor Analytic Exploration of Houle ' s Typology. Adult Education, 21(2), 3-26. 3. Driver, B. (1997). The defining moment of benefits. Parks & Recreation, 32(12), 38-41. 4. Diver, Nash, Hass, 1987 " Wilderness benefits: A state-of-knowledge review " In Proceedings of the National Wilderness Research Conference. Forest and Range Experiment Station. 5. Horne, W.R. (2000). Municipal economic development via hallmark tourist events. Journal of Tourism Studies, 11 (1), 30-35. 6. Janiskee, R.L. (1996). Historic houses and special events. Annals of Tourism Research, 23 (2), 398-414 7. Judd, D. (1995). Promoting tourism in US cities. Tourism Management, 16 (3), 1175-1187. 8. Light, D. (1996). Characteristics of the audience for ' events ' at a heritage site. Tourism Management, 17 (3), 183-190. 9. Maslow (1970). Motivation and Personality (2nd. Ed.). New York: Harper & Row. 10. Rogers (1962). Toward a theory of creativity. In H. H. Anderson (1959) (Ed.). Creativity and its Cultivation. New York: Harper & Row. 11. Roche, (1994). Mega-events and urban policy. Annals of Tourism Research, 21, 1-19. 12. Getz, D. (1989). Special Events: Defining the product. Tourism Management, June, 125-137. 13. Getz, D. (1991). Festivals, Special Events, & Tourism. New York: Van Nostrand Reinhold 三、網路資料 1. 高雄縣政府文化局網站。2003.11.05。 <http://www.ncafroc.org.tw> 2. 財團法人國家文化藝術基金會網頁。2004.01.10。 <http://www.kcc.gov.tw/news/>