

The study of People ' s Motivation and Leisure Experience at Partticipating Art and Culture Activities-A case study of...

孫光興、黃世明

E-mail: 9607600@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study was to explore people ' s motivation and leisure experience of visiting at Taipei County Hakka Museum and the relationship between the motivation and experience. This research is based on judgmental sampling. The survey was taken at Taipei County Hakka Museum. 318 surveys were given and 301 had returned. The Questionnaire information was examined by Descriptive statistic, Reliabilty test, One Way ANOVA, T-test, and Importance-Performance Analysis to analyze data. The analysis results concluded as followings 1. The majority of samples was female, 31-41 years old, educated to university level, their marital status were most of single, Their main occupation were service industry and live in north area 2. In the motivation, the highest item is " the cleanness and amenity of museum " and the secondary is " to promote knowledge ". 3. In the experience, the highest item is " the cleanness and amenity of museum " and the secondary is " the exterior of museum is special ". 4. The motivation in the people ' s impressions have obvious differences based on individual background and visiting attribute. 5. The experience in the people ' s impressions have obvious differences based on individual background and visiting attribute. 6. There was no significant difference between people ' s motivation and experience of visiting in the Taipei County Hakka Museum.

Keywords : art and culture activity, motivation, leisure experience

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝辭	vi	內容目錄	vii
表目錄	vii	圖目錄	ix	第一章 緒論	xii	第一節 台北縣客家文化園區的經營與現況	1
第一節 研究背景與動機	1	第二節 研究目的	3	第三節 研究範圍與對象	4	第四節 名詞解釋	4
第二章 文獻回顧	6	第一節 台北縣客家文化園區的經營與現況	6	第二節 藝文活動之特質	9	第三節 參觀動機	13
第四節 休閒體驗	19	第五節 相關實證研究	24	第三章 研究方法	29	第一節 研究架構	29
第二節 問卷設計	30	第三節 抽樣方法	34	第四節 資料處理與分析方法	37	第一節 樣本之描述性統計	41
第二節 量表信度分析	46	第三節 假設驗證分析	51	第五章 結論與建議	94	第一節 研究結果摘要	94
第二節 建議	114	第三節 研究限制	118	參考文獻	120	附錄A 問卷	129
附錄B 訪談內容紀錄	132	附錄C 台北縣客家文化園區概況	137				

REFERENCES

- 一、中文部份 [1] Bernd H. Schmitt(2001), 體驗行銷(王育英, 梁曉鶯譯), 台北:經典傳訊, (原文於1999年出版)。
- [2] G. Ellis Burcaw(2000), 博物館這一行(張譽騰譯), 台北:五觀藝術, (原文於1997年出版)。
- [3] Glenn F. Ross (2003), 觀光心理學(劉修翔譯), 台北:桂魯有限公司, (原文於1994年出版)。
- [4] Jack R.Fraenkel & Norman E.Wallen(2003), 教育研究法:研究設計實務(楊孟麗, 謝水南譯), 台北市:心理出版社, (原文於1997年出版)。
- [5] John H. Falk & Lynn D. Dierking(2002), 博物館經驗(林潔盈譯), 台北市:五觀藝術事業有限公司, (原文於1992年出版)。
- [6] Karla A. Henderson, M. Deborah Bialeschki, Susan M. Shaw & Valeria J. Freysinger(1999), 女性休閒-女性主義的視角(劉耳, 季斌, 馬嵐譯), 昆明市:雲南人民出版社, (原文於1996年出版)。
- [7] Kelly(2000), 走向自由-休閒社會學新論(趙冉譯), 昆明市:雲南人民出版社, (原文於1987年出版)。
- [8] Lyle E.Bourne Jr. & Burce R.Eksirand(1987), 普通心理學(韓進之, 陳月清譯), 台北市:文笙書局, (原文於1976年出版)。
- [9] Norman W. Heimstra & Leslie H. McFarling(1987), 環境心理學(王錦堂譯), 台北市:茂榮圖書公司, (原文於1985年出版)。
- [10] Stephen J Page, Paul Brunt, Graham Busby & Jo Connel (2004), 現代觀光-綜合論述與分析(尹駿、章澤儀譯), 台北:鼎茂圖書出版公司

, (原文於2004年出版)。

[11] 大英百科全書線上繁體中文版(2007), 簡編[線上資料], 來源: <http://wordpedia.tb.com/> [2007, June 19]。

[12] 王文科(2002), 教育研究法(第六版), 台北:五南圖書出版公司。

[13] 王嵩山(2005), 博物館、知識建構與現代性, 慶祝漢寶德館長七秩華誕學術研討會論文集, (pp.17-20), 台中:國立自然科學博物館。

。

[14] 台北縣客家文化園區網站(2007), 園長的話[線上資料], 來源: <http://www.hakka.tpc.gov.tw/web/Home?command=display&page=flash> [2007, June 14]。

[15] 古宜靈(1995), 台灣地區文化展演設施發展之研究, 未出版手稿, 中興大學都市計劃研究所。

[16] 行政院文化建設委員會(1998), 96年度補助直轄市及縣市政府推動地方文化館計劃作業要點[線上資料], 來源:

<http://www.cca.gov.tw/law/html/new/8-20061003a.html> [2006, October 13] [17] 行政院客家委員會官方網站(2007), 資訊情報館[線上資料]

, 來源: <http://www.hakka.gov.tw/mp.asp?mp=1> [2007, June 16] [18] 江宜珍(2001), 運用重要-表現程度分析法探討國立科學工藝博物館解說媒體成效之研究。國立台中師範學院環境教育研究所未出版之碩士論文。

[19] 呂理政(1999), 博物館展示的傳統與展望, 台北:南天。

[20] 幸晚教、古宜靈、廖淑容編著(2005), 文化生活圈與文化產業, 台北:詹氏書局。

[21] 幸晚教主持(1996), 文化生活圈文化硬體設施發展綱要計畫, 行政院文化建設委員會。

[22] 李素馨(1991), 「如何創建遊憩主管機關行政體系中公共參與公眾關係」, 戶外遊憩研究, 4(1)。

[23] 李斐瑩(2002), 藝術管理-運用觀眾參觀經驗理論提升博物館服務品質之探討, 藝術學報, 71, pp.17-32。

[24] 李宜霖(2005), 美濃地區居民參與文化節慶活動動機與效益認知之研究, 大葉大學休閒世界管理學系未出版之碩士論文。

[25] 李宗鴻(1993), 台灣離島島嶼遊客遊憩體驗之研究, 旅遊管理研究, 3(2), 51-66。

[26] 吳忠宏、范莉雯、蘇佩玲(2003), 「大學生參與生態旅遊行為意向之相關研究」, 環境管理研究, 4(1)。

[27] 吳國淳(2004), 中華文物通史展覽觀眾參觀經驗分析研究, 國立歷史博物館學報, 28, pp.37-44。

[28] 何敏君(2006), 台灣客家文物館之文物詮釋與展示, 國立雲林科技大學視覺傳達設計系未出版之碩士論文。

[29] 林依蕓(2004), 家庭觀眾參觀過程中環境脈絡與參觀經驗之研究-以美濃客家文物館為例, 國立台南藝術學院博物館學研究所未出版之碩士論文。

[30] 秦裕傑(1988), 博物館人語, 台北市:漢光文化事業股份有限公司。

[31] 屠如驥、葉伯平(1999), 觀光心理學概論, 台北市:百通圖書股份有限公司。

[32] 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。

[33] 張春興(1992), 張氏心理學辭典, 台北市:東華書局。

[34] 張恕忠、林晏洲(2002), 「遊客對休閒漁業活動之態度與體驗之研究」, 戶外遊憩研究, 15(4)27-48。

[35] 張鈞凱(2005), 地方居民對於地方產業文化活動的參與動機與效益認知之研究, 大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。

[36] 張育騰(1995), 走在博物館的時空裡, 台中市:稻香文化事業股份有限公司。

[37] 張育騰(2000), 當代博物館探索, 台北市:南天出版社。

[38] 張育騰(2003), 博物館大勢觀察, 台北市:五觀藝術管理。

[39] 陳郁秀(2004), 文建會2004年文化白皮書, 行政院文化建設委員會。

[40] 陳朝平(2000), 台灣美術教育思想的演變與跨世紀的思維, 台灣美術發展國際學術研討會論文集, pp.189-213。

[41] 陳春壘(1999), 民眾參與藝文活動休閒取向之研究-宜蘭縣, 中國文化大學藝術研究所未出版之碩士論文。

[42] 陳其南(1996), 地方文化與區域發展, 地方文化與區域發展研討會論文集, (pp.67-100), 台北:行政院文建會。

[43] 陳彰儀(1989), 工作與休閒-從工業心理學的觀點探討休閒的現況與理論, 台北市:淑馨出版社。

[44] 陳水源(1988), 遊憩體驗實證之研究-以陽明山國家公園為例, 物外遊憩研究, 1(1)39-75。

[45] 陳凱俐(1998), 森林遊樂區遊客遊憩體驗及遊憩效益影響因素之探討-以棲蘭森森遊樂區為例, 宜蘭技術學報, (1), 27-37。

[46] 陳怡伶(2002), 鐵道藝術網路參觀者的參觀動機、藝文生活型態與休閒體驗之研究-以台中站、嘉義站為例, 大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。

[47] 陳慧蓉(2006), 遊客觀光意象與地方依附感關係之探討-以高雄縣美濃為例, 靜宜大學觀光事業學系暨研究所未出版之碩士論文。

[48] 陳雪雲(2005), 台灣博物館觀眾研究回顧與展望:從現代到後現代主體。博物館、知識建構與現代性-慶祝漢寶德館長七秩華誕學術研討會論文集, (pp.117-128), 台中:國立自然科學博物館。

[49] 陳媛(1995), 博物館三論, 台北市:國家出版社。

[50] 陳宗雄、沈進成(2004), 農業旅遊遊客之遊憩動機、體驗、滿意度與重遊意願之關係研究-以台南走馬瀨農場為例, 台灣鄉村研究, 3, pp.99-122。

[51] 傅健三(2005), 私立美術館觀眾參觀動機、藝文生活型態與休閒滿意度之研究-朱銘與鴻禧美術館之比較分析, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。

[52] 傅嘉輝(2006), 社區居民參觀表演型地方文化館動機與參觀體驗之研究-以台北市牯嶺街小劇場為例, 大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。

[53] 黃光男(1997a), 博物館行銷策略, 台北市:藝術家出版社。

- [54] 黃光男(1997b), 博物館新視覺, 台北市:正中書局。
- [55] 黃光男(2002), 台灣博物館與文化產業, 文化、觀光、博物館-2002年博物館館長論壇論文集, pp.96-143, 台北:國立歷史博物館。
- [56] 黃武忠(2002), 地方文化館與社區總體營造專題講座, 台北, 文建會。
- [57] 廖倫光(2004), 客家文化資源調查2003, 行政院客家委員會。
- [58] 劉純(2001), 旅遊心理學(張婉菁校閱), 台北市:揚智文化事業。
- [59] 劉婉珍(2005), 透視博物館劇場:博物館知識建構的真實世界, 博物館、知識建構與現代性-慶祝漢寶德館長七秩華誕學術研討會論文集, (pp.189-196), 台中:國立自然科學博物館。
- [60] 劉慶宗(2001), 博物館觀眾參觀經驗之研究-以國立海洋生物博物館為例, 國立中山大學公共事務管理研究所第六屆未出版碩士論文。
- [61] 蘇進長(2004), 遊客對文化觀光認知之研究-以台南孔廟文化園區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部分
- [1] Beard, J. G., & Ragheb, M.G..(1980).Measuring leisure satisfaction.Journal of Leisure Research,12(1),20-33.
- [2] Carman, J(1990). Consumer perceptions of service quality :An assessment of the SERVQUAL dimensions. Journal of Retailing, 66(Spring),33-56.
- [3] Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation: an appraisal, Annals of Tourism Research, 6 (4), 24.
- [4] Falk, J. H., Moussouri, T., & Coulson, D.(1998). The Effect of Visitor ' s Agendas on Museum Learning. Curator, 41(2), 107-131.
- [5] Kavanagh, G. (1996).Making Histories, Making Memories. In Gaynor Kavanagh(ed.),Making Histories in Museums.London: Leicester University Press. pp.1-14.
- [6] Kelly, J. R. (1989). Later-life leisure: Beginning a new agenda. Leisure Sciences, 11(1), 47-59.
- [7] Kotler, N.(1999).Delivering experience: marketing the museum's full range of assets, In Museum News, May/June 1999. p.33.
- [8] Mannell, R. C.(1979). A conceptual and experimental basis for research in the psychology of leisure. Society and Leisure, New York.
- [9] Mannell, R. (1980). Social psychological techniques and strategies for studying leisure experiences. In S. E. Iso-Ahola (Ed.), Social psychological perspective on leisure and recreation (pp. 62-88). Springfield, IL: Charles C Thomas).
- [10] Martilla, J. A., & James, J. C., (1977). Importance analysis, Journal of Marketing, 14(3), 77-79.
- [11] McManus, P. M. (1994).Families in Museums. In R. Miles and L. Zavala,(eds.), Towards the Museum of the Future: New European Perspectives. pp.81-97. London and New York: Routledge.
- [12] Pearce, P.L. & Moscardo, G. (1985). Visitor evaluation:An appraisal of goals and techniques. Evaluation Review, 9, 281-306. Schwarzer, M (1999)U.Schizophrenic agonia: Mission, market and the multi-tasking museum, Museum News:1999(November/December):40-47.
- [13] Unger, L. S., & Kerman, J. B. (1983). On the meaning of leisure: An investigation of some determinants of the subjective experience. Journal of Consumer Research 9, 381-392.