

# Research of Visitors' Motivation and Satisfaction at Participating Art Activities in Taipei Art Village

許琳玲、李維靈

E-mail: 9708176@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This study aims at observing people who participated in "Open Workshop" which was held by Taipei International Art Village. Through the survey about the experience of the public in art activities, the relation among participating motivation, leisure participation, and revisiting willingness was analyzed. During the period, participants over 16 or 16 were taken for samples and randomly asked to fill out the questionnaires. 286 questionnaires were sent out, 250 of them were collected, and 226 of them were valid. Our research shows that the younger the participants are, the more they appreciate contemporary art works. This indicates that contemporary art is more attractive to young people. In the discrepancy analysis, it is found that the degree of "social intercourse motivation" of high school level of education is obviously higher than that of undergraduate and graduate level of education. Besides, those who lack art background have higher "stimulating/evading motivation" than those who have art background. Finally, those who join a guided tour get higher "intelligence motivation" than casually visiting, and those who were accompanied with classmates/teachers show higher "social intercourse motivation" than solitary ones. In correlation analysis, participating motivation and satisfaction are positively related to each other; and so do satisfaction and revisiting willingness.

Keywords : participating motivation, leisure participation, satisfaction, revisiting willingness

## Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景、動機與目的	1
1 第二節 研究問題	4	第三節 研究範圍	4
4 第四節 研究限制	4	第五節 名詞釋義	4
5 第二章 文獻探討	7	第一節 台北國際藝術村	7
7 第二節 觀眾研究	10	第三節 動機理論及	10
15 第四節 參與行為	20	第五節 滿意度	20
22 第六節 重遊意願	27	第七節 本章小結	27
30 第三章 研究方法	32	第一節 研究架構及研究假設	32
32 第二節 問卷設計及操作型定義	33	第二節 問卷修正	33
38 第四節 資料分析與處理	40	第一節 資料分析	40
41 第一節 問卷發放及回收	41	第二節 量表信度分析	41
41 第三節 個人背景特性分析	41	42 第四節 參與動機、滿意度與重遊意願之分析	49
49 第五節 不同背景特性在參與動機、滿意度上之差異	52	第六節 參觀民眾不同之參與行為在參與動機、滿意度的差異分析	61
61 第七節 參與動機、滿意度與重遊意願之關係	66	第八節 回歸分析	68
68 第九節 研究結果摘要	71	第五章 討論與建議	80
80 第一節 綜合討論	80	80 第二節 研究建議	85
85 參考文獻	90	附錄A 研究問卷	99
99 附錄B 專家效度審查名單	105	附錄C 專家效度審查意見彙整表	106
106 附錄D 台北國際藝術村開放工作室活動花絮	108		

## REFERENCES

參考文獻 一、中文部份 Erikson, E. H. (2000), Erikson老年研究報告(周伶利譯), 台北:張老師文化事業, (原文於1997年出版)。 Kotler, P.,

& Scheff, J. (1998), 票房行銷(高登第譯), 台北:遠流, (原文於1995年出版)。Waidacher, F. (2005), 博物館學理論(曾于珍譯), 台北:五觀藝術, (原文於1998年出版)。台北國際藝術村網站(2008), 開放工作室節目表[線上資料], <http://www.artistvillage.org/events.php?type=4> [2008, May 20]。古宜靈, 辛晚教(1999), 都市化、階層化、文化認同與藝文活動參與, 國家科學委員會研究彙刊, 9(3), 532-553。古宜靈(2000), 都市藝文活動參與選擇行為之研究, 國立台北大學都市計畫研究所未出版之博士論文。江宜珍(2002), 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, 國立臺中師範學院環境教育研究所未出版之碩士論文。宋秉明(1983), 遊樂容納量理論的研究, 國立台灣大學森林學研究所未出版之碩士論文。李斐瑩(2002), 藝術管理 - 運用觀眾參觀經驗理論提昇博物館服務品質, 藝術管理, 71, 17-32。李斐瑩(2007), 2006台北市立美術館觀眾研究, 藝術學報, 80(4), 1-27。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, 大葉大學休閒事業管理學系未出版之碩士論文。李仲廣, 盧昌崇(2004), 基礎休閒學, 北京:社會科學文獻出版社。呂長賜(2006), 集集地區遊客旅遊動機、滿意度與重遊意願之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。余幸娟(1990), 宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究-以台南南鯤鯓代天府為例, 中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。林群英(1996), 藝術概論, 台北:全華科技圖書。林依蓁(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。林怡伶(2006), 國立傳統藝術中心參訪者動機與滿意度之研究, 國立台北大學民俗藝術研究所未出版之碩士論文。吳國淳(1999), 杜布菲展覽觀眾研究, 史博館學報, 12, 61-98。邱坤良(2006), 2006屏東半島藝術季成果專輯, 屏東:屏東縣政府。吳春秀(1996), 博物館觀眾研究-以故宮博物院玉器陳列室為例, 國立臺灣師範大學社會教育學系研究所未出版之碩士論文。侯錦雄(1990), 遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究, 國立台灣大學園藝研究所未出版之博士論文。胡家欣(2000), 大學生的休閒認知、涉入與體驗 - 兼論人格特質的影響, 國立高雄醫學大學行為科學研究所未出版之碩士論文。高明瑞, 王國君(1989), 海岸地區遊客特性與環境偏好之研究, 戶外遊憩研究, 6(4), 43。孫立銓(2003), 台灣當代美術大系 - 媒材篇:裝置與空間藝術, 台北:藝術家。凌德麟, 陳信甫(1999), 遊憩體驗與景觀評估, 發表於1999年休閒遊憩、觀光研究成果研討會(pp. 183-194), 台北:田園城市文化。夏學理, 陳尚盈, 羅皓恩, 王瓊英(2003), 文化市場與藝術票房, 台北:五南圖書出版股份有限公司。陳思倫, 歐聖榮, 林連聰(2001), 休閒遊憩事業概論, 台北:世新大學。陳春壘(2000), 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。陳怡伶(2003), 鐵路藝術網絡參觀者的參觀動機、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碩士班未出版之碩士論文。陳水源(1988), 遊憩體驗實證之研究 - 以陽明山國家公園為例, 戶外遊憩研究, 1(1), 39-75。陳昭明(1981), 台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查分析, 國立台灣大學森林研究室研究報告, 13。陳文英(2006), 2006澎湖海上花音樂季遊客的旅遊動機、滿意度與重遊意願關係之研究, 嘉大體育健康休閒期刊, 5(12), 117-127。張春興(2003), 心理學原理, 台北:台灣華南書局。張譽騰(2000), 當代博物館探索, 台北:南天書局。張晴文(2003), 台灣當代美術大系議題篇:遊戲·互動, 台北:藝術家。張錫量(2006), 民眾對休閒遊憩區採用電視新聞置入性行銷接受度與遊憩滿意度相關之研究, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。蔡伯勳(1986), 遊憩需求與滿意度分析之研究 - 以獅頭山風景遊憩區實例調查, 台灣大學園藝研究所未出版之碩士論文。彭運石(1999), 走向生命的巔峰 - 馬斯洛的人本心理學, 武漢:湖北教育出版社。傅建三(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, 大葉大學休閒事業經營管理學系未出版之碩士論文。劉思量(1992), 藝術心理學, 台北:藝術家出版社。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未出版之碩士論文。羅美蘭(1993), 美術館觀眾特性與美術鑑賞能力關係之研究, 國立台灣師範大學社會教育研究所未出版之碩士論文。蕭瑞貞(1999), 遊客重遊行為與其對遊樂區屬性忠誠度關係之研究 - 以劍湖山世界為例, 逢甲大學土地管理研究所未出版之博士論文。

二、英文部分 Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228. Cooper, P., & Tower, R. (1992). Inside the consumer mind: consumer attitudes to the arts. *Journal of the market research society*, 34(4), 299-311. Clawson, M., & Knetsch, J. L. (1966). *Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore: Johns Hopkins Press. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study of camping. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510. Draper, L. (1984). Friendship and the museum experience: The inter-relationship of social ties and learning. California, Berkeley: Ph. D. Dissertation. Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). *The Museum Experience*. Washington: Whalesback Books. Hill, E. (2003). *Creative arts marketing*. Boston, MA: Butterworth-Heinemann Hood, M. G. (1983). Staying away: why people choose not to visit museum. *Museum News*, 61(4), 50-57. Jones, T. O., & Sasser, J. R. (1995). Why Satisfied Customer Defect. *Harvard Business Review*, 85(2), 88-99. Kotler, P. (1994) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control*. New York: Prentice-Hall. Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control*(9th ed.). NJ: Prentice Hall Inc. Kolter, P., & Scheff, J. A. (1998). Standing room only: Strategies for marketing the performing arts. New York: Wiley. Loomis, R. J. (1993). Planning for the visitor: the challenge of visitor studies, *Museum visitor studies in the 90s*. London: Science Museum, 13-23 Lawler, E. E. (1973). *Motivation in Work Organizations*. Monterey, California: Books Cole Publishing company. Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row. Mc Manus, P. M. (1991). Making sense of Exhibits, in Kavanagh, G. *Museum Language: Objects and Tests*. New York: Leicester University Press, 34-46. Oliver, R. L. (1980). Theoretical Bases of Consumer Satisfaction Research: Review, Critique and Future Direction, *Theoretical Developments in Marketing*. Chicago: American Marketing Association, 206. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50. Ragheb, M. G., & Griffith, C. A. (1982). The contribution of leisure participation and leisure satisfaction to life satisfaction of older persons. *Journal of Leisure Research*, 14(4), 295-306. Schreyer, R., & Roggenbuck, J. W. (1978). The Influence of experience expectation on crowding perceptions and social psychological carrying capacities. *Leisure Sciences*, 1(4), 373 -394.