

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM MANAGMNET

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

地方居民之社區意識對地方節慶活動的認同及活動認同對活動

涉入之影響關係—以雲林縣褒忠花鼓節為例

The Influences of Inhabitants' Community Consciousness on the Identifications and the Participation of the Local Festival Activities--An Example of the Baojhong Flower Drum Festival in Yulin County

研究生：陳泳溱

GRADUATE STUDENT : Yung-Chen Chen

指導教授：陳貞吟 博士

ADVISOR : Chen-Yin Chen Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 三 年 六 月

南 華 大 學

旅遊事業管理學系旅遊管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

地方居民之社區意識對地方節慶活動的認同及活動認同對
活動涉入之影響關係-以雲林縣褒忠花鼓節為例

The Influences of Inhabitants' Community Consciousness on the
Identifications and the Participation of the Local Festival
Activities--An Example of the Baojhong Flower Drum Festival
in Yulin County

研究生：陳承臻

經考試合格特此證明

口試委員：黃慧雄
張永富
陳友吟

指導教授：陳友吟

系主任(所長)：陳友吟

口試日期：中華民國 103 年 5 月 31 日

謝 誌

又是鳳凰花開的時節，我的研究生生涯也將在此時畫下句點，在此要向這兩年當中支持我、鼓勵我的所有好朋友說聲謝謝。感謝您們我才能完成這兩年的學業以及順利完成我的論文。

回憶兩年前若不是雲林縣職業總工會許駢洪理事長的鼓勵，我想，再進修這個夢應該還只是掛在嘴上說著吧！今天能順利完成研究所的學業，許理事長是我重要的推手、貴人，許理事長在此向您至上我最誠摯的謝意。

感謝在我論文寫作期間給我許多協助、幫忙，與我同是貞吟教授所指導的革命伙伴旺旺、小谷、容滋謝謝你們這些日子來的照顧，在接近口試期間大家一起東奔西跑，感謝旺旺口試前一天即到學校為大伙做準備，感謝小谷的貼心準備水果點心，容滋為大家打點午餐，還有這兩年來總是耐心傾聽我抒發不如意的情緒，並給我正面的能量，謝謝妳也辛苦妳的耳朵了。還有佩文、佳容的關心、鼓勵，無論是學業上、家裡的大小事情給我許多良好的建議，謝謝你們。

感謝在口試期間一早從台中趕來的台灣體育大學黃景鶴教授及從台南來的遠東科技大學張永富教授，感謝您們的提點指導，使我的論文能更臻完整。在此向張教授與黃教授致上最深誠的謝意。

在開始寫作論文時，量化統計的問題一直讓我非常頭痛，有幸能有”統計大師”丁誌紋丁教授的教導所有疑難雜症全都迎刃而解。除此之外，在與丁教授討論量化問題時，有關我論文上的問題丁教授也會提醒我要注意要跟指導教授研究討論，真的很感謝您在此要跟您說聲”丁教授，感恩喔”。

最要感謝我最敬愛的指導教授-陳貞吟教授，從一年級開始，貞吟老師每次下課總是一一點名問我們幾個找她指導的同學，泳溱你論文有進度嗎？有問題嗎？需要 meeting 嗎？還是要我去斗六也行喔，有問題要說喔，每次老師這樣問的時候，都覺得好對不起老師，他那麼忙還總是掛心我們。從開始用心投入論文寫作，每次到學校找貞吟老師 meeting，看到貞吟老師為了上課、公事、開會忙得不可開交又得從她少的可憐的時間中撥空來指導我們又擔心我們餓著給我們送點心，為指導我們論文忙到三更半夜每每看到教授疲累的神情，總想請教授早點回去休息，但教授總是說沒關係，先把這處理好，還有一次教授生病下午請了假要去看醫生，結果還是忙到快 6:00 才離開，貞吟老師這些日子來謝謝您的教導及照顧辛苦您了，在此要向您誌上我最深的祝福及感謝。

在這兩年當中，有太多要感謝的人、感恩的事，無法一一載明，總之謝謝所有鼓勵我支持我的夥伴們，再一次獻上我最深的謝意，感恩您們。

陳泳溱謹誌 中華民國一百零三年七月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
102學年度第2學期碩士論文摘要

論文題目：地方居民之社區意識對地方節慶活動的認同及活動認同對
活動涉入之影響關係-以雲林縣褒忠花鼓節為例

研究生：陳泳溱

指導教授：陳貞吟 博士

摘要

近年來，各地方政府皆致力於推廣地方活動，不管是產業面的、文化面的、傳統面的，無不使出渾身解數，期待成功營造出自己地方的特色，進而吸引遊客前往，以提升地方經濟與發展。然而，地方節慶能否創造地方形象、帶動當地產業、經濟振興甚至永續經營常有賴於當地居民的投入與認同。過去多數研究只著眼於遊客滿意度及遊客參與意願，但卻鮮少針對最直接且與地方最有淵源的居民進行相關之研究，了解他們的想法及感受。

因此，本研究目的在於了解居民之社區意識對地方節慶活動的認同以及活動認同對活動涉入的影響性。透過研究結果，希望提供建議公地方政府或業者參考，以了解如何提升當地居民對社區意識與活動認同感，進而能增強居們的參與與涉入程度，以利於地方節慶之永續經營。

關鍵字：褒忠花鼓節、社區意識、地方節慶

Title of Thesis : The influence of inhabitants' community consciousness on the identifications and the participation of the local festival activities – An Example of the Baojhong Flower Drum Festival in Yulin County.

Name of Institute : Master Program of Tourism Management , Department of Tourism Management, Nan Hua University.

Graduat Date : June,2014 **Degree Conferred :** M.B.A

Name of Student : Chen-Yin Chen **Advison :** Yung-Chen Chen Ph.D.

Abstract

In recent years, the local governments are devoted to promote local activities. No matter industry, culture, or tradition, they look forward to developing their own local characteristics for attracting more tourists as well as enhancing the local economics and development. However, whether the local festivals could set up the local image, raise the economics, drive the local industries, and even become *sustainable management or not, it usually depends on the* inhabitants' participation and identifications. In the past, plenty of researches only focused on the tourist satisfaction and their participating intentions. But the thought and feeling of the local people, who are directly and deeply involved in the local affairs, were seldom discussed.

Hence, the purpose of this study is to recognize the influence of the inhabitants' community consciousness on the identifications and the participation of the local festival activities. Hope the research results can provide the local governments or industries a suggestion to realize how to promote the inhabitants' community consciousness and their identifications with the local activities, enhance their participation and involvement, as well as lead to the sustainable management of the local festival activities.

Keywords: Baojhong Flower Drum Festival, community consciousness, local festivals.

目 錄

謝誌	i
中文摘要	ii
Abstract	iii
目錄	iv
表目錄	vii
圖目錄	viii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	5
1.3 研究範圍與對象	6
1.3.1 褒忠花鼓活動之由來	7
1.3.2 花鼓節之緣由	7
1.4 研究內容	9
1.5 研究流程	10
第二章 文獻探討	11
2.1 節慶活動	11
2.1.1 節慶活動之定義	11
2.1.2 節慶活動之效益	14
2.2 社區意識	16
2.2.1 社區意識之定義	16
2.2.2 社區參與	17
2.2.3 社區認同	18
2.3 活動認同	19
2.3.1 認同度之意涵	19
2.3.2 認同之定義	20

2.4	活動涉入	22
2.4.1	涉入之定義	22
2.4.2	涉入之因素特徵	24
2.5	研究假設推導	25
2.5.1	社區意識與社區認同	25
2.5.2	活動認同與活動涉入	26
第三章	研究方法	27
3.1	研究架構	27
3.2	研究假設	28
3.3	變項操作型定義	28
3.3.1	社區意識	28
3.3.2	活動認同	29
3.3.3	活動涉入	29
3.4	問卷設計	29
3.4.1	問卷架構	30
3.5	抽樣方式	31
3.6	資料處理與分析	32
第四章	結果分析與討論	35
4.1	樣本結構分析	35
4.2	建構效度檢測-探索性因素分析	40
4.2.1	社區意識之因素分析	41
4.2.2	活動認同之因素分析	43
4.2.3	活動涉入之因素分析	44
4.3	信效度分析	45
4.3.1	研究構面之 Cronbach's α 內部一致性檢驗	45
4.4	描述型統計	46

4.4.1	社區意識量表	46
4.4.2	活動認同量表	49
4.4.3	活動涉入量表	50
4.5	驗證性因素分析	51
4.5.1	收斂效度(converget validity)	52
4.5.2	區別效度(discrimination validity)	58
4.6	整體式驗證檢定	59
4.6.1	整體結構驗證檢定	59
4.6.2	整體模式配適度	59
4.6.3	假設驗證與討論	62
第五章	結論與建議	66
5.1	結論	66
5.1.1	花鼓節活動之社區意識	66
5.1.2	花鼓節活動之活動認同	66
5.1.3	花鼓節活動之活動涉入	67
5.1.4	社區意識對活動認同之影響	67
5.1.5	活動認同對活動涉入之影響	68
5.2	實務建議	68
5.3	後續研究建議	70
參考文獻		72
一、	中文文獻部分	72
二、	英文文獻部分	78
三、	網路資料部分	83
附錄一、	正式問卷	84

表目錄

表 4.1	樣本基本資料分析表	38
表 4.2	因素分析之抽樣適合性	40
表 4.3	社區意識之因素分類表暨解釋變異量	42
表 4.4	活動認同之因素分類表暨解釋變異量	43
表 4.5	活動涉入之因素分類表暨解釋變異量	44
表 4.6	各構面之信度值分析結果	46
表 4.7	社區意識描述性統計分析表	48
表 4.8	活動認同描述性統計分析表	50
表 4.9	活動涉入描述性統計分析表	51
表 4.10	社區意識驗證性因素分析結果	54
表 4.11	活動認同驗證性因素分析結果	56
表 4.12	活動涉入驗證性因素分析結果	57
表 4.13	區別效度分析結果	58
表 4.14	整體模式配適度指標檢定結果	61
表 4.15	整體路徑關係檢定表	65

圖目錄

圖 1.1	褒忠鄉區域圖	6
圖 1.2	研究流程圖	10
圖 3.1	研究架構圖	27
圖 4.1	整體關係模式路徑圖	62



第一章 緒論

本章共分五節，1.1 主要在說明研究背景與動機、1.2 說明本研究之研究目的、1.3 說明研究範圍與對象、1.4 則是本論文之章節安排及內容 1.5 為本研究之研究流程。

1.1 研究背景與動機

二十一世紀最亮眼的明星產業-無煙囪的「觀光產業」，在創造就業機會賺取外匯的功能上最具明顯效益(交通部觀光局，2008)，隨著社會與經濟發展及日本作家村上春樹提出了「小確幸」的概念，追求微小而確實的幸福與周休二日的結合，於是屬於休閒、體驗的經濟時代來臨了。

傳統地方節慶活動這樣獨特的地方傳統藝術因時代的變遷，都市區工業的發達進而造成人口外移使的這些傳統藝術文化逐漸的沒落消失了。自 1991 年省政府提出”富麗農村”的農業建設後，各地方亦開始了一些相關活動的推廣，如社區總體營造、一鄉鎮一特色、台灣地區 12 大型節慶活動....等。

(陳彥霖，2008)更有許多成功的例子，在在顯示著推廣地方文化不僅能帶來觀光人潮，活化地方產業，更能為地方帶來觀光收益帶動地方發展，受了這些成功發展地方觀光的案例影響，各地方政府無不為發展

地方觀光而努力，但要做出特色做出口碑首重地方要有故事性，文化要有內涵，一定要有在地性、獨特性才能吸引觀光客前來。

節慶活動是每一地區的地方特色，它是隨著文化的演進、時間的累積深耕，在各個不同的時代背景下，因其地方文化、生活、習慣發展演化而成的地方特色藝術活動(林秋雄，2001)，由於節慶觀光的消費也可以帶動地方經濟的發展 (Uysal & Martin，1993；王育群，1999)。Hall (1989) & McDonnell (1999)亦指出，政府逐漸將節慶活動之觀光旅遊轉變成能夠增加工作機會帶動地方經濟的一項產業。

近年來各地所舉辦的活動不外乎產業觀光、文化觀光，不論是產業觀光或者是文化觀光都會配合著其季節時間來舉辦，如苗栗桐花祭舉辦時間在桐花開的 5 月，澎湖花火節會選在暑假期間，媽祖文化祭想當然要安排在農曆 3 月來為媽祖慶生，現更有結合文化與產業的活動把地方傳統藝術與在地特色農產及小吃結合推廣之文化產業活動，創造多元、好吃、好玩又能體驗更兼具寓教於樂適合大人、小孩可以全家一同參與的活動規劃來吸引遊客。

無論是單一特點的推廣或者是多元項目的結合，無非都是要提升地方的能見度進而推廣地方特產促進觀光，尤其近年來工業的外移、外來勞工的增加、農村人口的老化勞動力銳減都影響著國民所得，各地方政府無不絞盡腦汁要提升國民所得，而觀光是未來的經濟發展的一個重要

指標，Otto & Ritchie(1996)認為觀光業比其他服務業更有能力激發消費者，所以要發展觀光就必須提升地方能見度。

近年來因應週休二日，現代人對於休閒生活之規劃更為重視，國內學者游瑛妙(1999)也指出近年來節慶活動在休閒、活動、觀光產業所扮演的角色日趨重要，節慶活動也成為許多國家增加收入的方法。加上政府從 2002 年開辦「台灣地區十二大型節慶活動」到 2014 積極推廣「臺灣觀光年曆」，期能帶動深入了解活動內涵並推動各地觀光發展之相互協助、配合，強化各地方政府觀光平臺角色，帶動在地產業發展(交通部觀光局網站，2014)。尤其可從中體驗到當地民情，並且滿足對文化好奇心，追求更有深度的體驗，懷舊和尋根的地方節慶活動，更是吸引人們之注目（馮久玲，2002）。

有鑑於近年來各地方政府皆致力於推廣地方活動，不管是產業面的、文化面的、傳統面的，無不使出渾身解數，當然有些地方成功營造發展出自己的特色，相對的有些地方卻無法吸引遊客前往，一直停於原地無法突破，甚至會有負面效應的產生(Allen、McDonnell & O'Toole,2004)。除了政府及相關單位規劃運作外，地方居民對於活動的認同及參與程度也是影響活動之主要因素(劉照金、李晉豪、林子恩，2011)，Engel, Blackwell, and Miniard (2001)認為個人在某種情境下，因外來的事物刺激引發個人重要性與興趣知覺的水準，水準越高則涉入越

高，反之則水準越低則涉入越低。

地方節慶活動的參與者不再只是當地居民，而是演進到居民與遊客共同組成，在推廣地方節慶活動上，各地都希望能增加來觀光的遊客，但地方居民、地方團體對於活動的認同程度、參與程度確是活動成功與否的主要因素(李培菁，2006)，基於上述，因大多數的研究都在於研究遊客滿意度及對活動的認同態度與在參與意願卻鮮少對最直接且與地方最有淵源的居民進行活動認同與活動涉入之相關研究，故本研究將針對地方居民來作探討。

褒忠花鼓是林成裕先生於 1961 年依據虎尾一進香團之花鼓陣開創而來，亦可說是台灣花鼓活動的發源地之一。花鼓表演活動原是廟會活動時迎神、隨香的藝陣之一，更是逗熱鬧的助興節目，但隨著人口的外移褒忠花鼓活動也曾沒落好長一段時間，然而在民國 85 年的全國文藝季「耀跳花鼓、大廊情」著實讓褒忠花鼓聲名大噪、聞名全國。花鼓陣的表演活動需多人共同配合才能進行，所以在練習時可說是提供居民一個良好的情感交流的方式，花鼓活動不僅是大人們的活動，為了使花鼓文化可以推廣、深耕、傳承褒忠鄉內花鼓隊已有 13 隊，鄉內國小、國中的也都陸續加入花鼓活動推廣的行列，讓小朋友從小就能接觸自己地方傳統之文化亦是文化養成的重點課程。

花鼓活動對於褒忠鄉來講是一個極為重要且具代表性之地方傳統藝

術活動，它已融入當地居民之生活，它不再只是廟會活動的一部分，它是代表褒忠鄉的一個指標、是褒忠重要的文化資產、是居民情感的凝聚、是文化傳承教育重要的活動。因此本研究將以褒忠花鼓節為例，探討地方居民的社區意識對花鼓節活動的認同與地方居民對花鼓節活動的認同對於參與花鼓節活動涉入之間的影响性，並將其研究結果提供產官學界參考。

1.2 研究目的

依據前述之研究背景與動機，本研究將以地方居民的觀點，探討雲林縣褒忠鄉居民之社區意識對於褒忠花鼓節的活動認同及涉入程度進行研究，並歸納出本研究之研究目的如下：

- 1.瞭解褒忠鄉居民之社區意識對其花鼓節活動認同感之影響。
- 2.瞭解褒忠鄉居民對花鼓節之活動認同感對其活動涉入之影響。
- 3.從其結果提出建議供產官學界之參考。

1.3 研究範圍與對象

本研究針對近年來持續發展花鼓文化活動之褒忠鄉居民為研究施測對象，褒忠鄉全鄉共有九村，東西寬約 4.2 公里，南北長約 8.823 公里，全鄉面積 37.0552 平方公里。包括有才村(4464009 平方公尺)、龍岩村(5752942 平方公尺)、田洋村(5913951 平方公尺)、潮厝村(5258400 平方公尺)、新湖村(4037798 平方公尺)、埔姜村(2602559 平方公尺)、中民村(3343440 平方公尺)、中勝村(2251146 平方公尺)與馬鳴村(2425067 平方公尺)等(褒忠鄉公所全球資訊網)。圖 1.1 為褒忠鄉區域圖

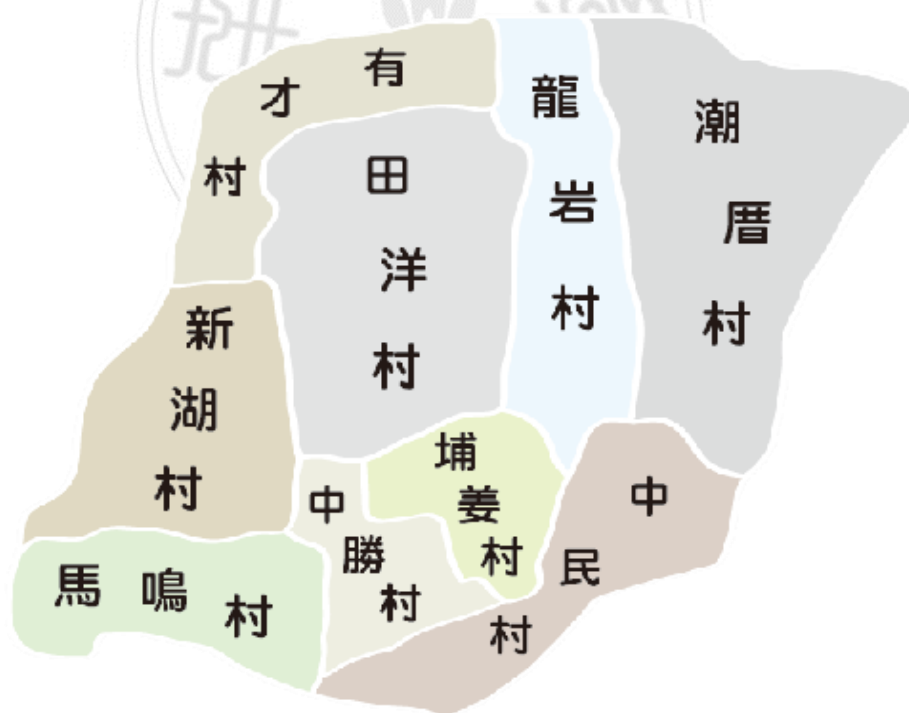


圖 1.1 褒忠鄉區域圖

資料來源:褒忠鄉公所全球資訊網

1.3.1 褒忠花鼓活動之由來

褒忠花鼓陣的誕生，依據官方之歷史資料記載，林成裕先生是第一位將花鼓活動帶入褒忠亦是褒忠第一位掌頭旗之人，他回憶當初是看到虎尾地方的陣頭要到馬鳴山鎮安宮參香，當陣頭在褒忠街上競技時「跳鼓」的陣勢著實引人注意，林成裕先生及其友人亦覺得這樣的表演很新奇很有趣。後來，埔姜村的村長為了要去北港迎媽祖事宜而找林成裕先生商討，希望林成裕先生能幫忙籌組一支活潑熱鬧的陣頭，林成裕先生於是找 5~6 個友人嘗試跳鼓，更將原本只有鼓聲和鑼聲的表演再增加鏗鏘有力的鈸，再將原本較小之旗幟做大然後又增加涼傘做道具，以表現出整個團隊的多元及活潑性，就連花鼓的舞步也是經由大夥共同研究發想而拼湊出來的，於是褒忠花鼓就此成形。(褒忠鄉公所全球資訊網)

1.3.2 花鼓節之緣由

花鼓陣發展於農業社會，黃文博(2000)於台灣民間藝陣中提到，跳鼓陣是台灣民間具有競技性之活潑動感的一種陣頭，每個地方對花鼓陣之稱謂因其地方性之緣由亦有不一樣的名稱。花鼓陣有人稱為「大鼓涼傘」、「跳鼓陣」、也稱它「大鼓花」、「鼓花陣」、「大鼓弄」等等。

花鼓陣表演時全隊隊員各持頭旗、涼傘、鼓、鈸等道具以半跑跳、彎身扭腰做隊形之變化，肢體的律動和速度都配合著鑼鼓的節奏，來貫

穿全場，以往多是廟會節慶時較有機會見到，因近年來各地方政府不遺餘力的推廣文化活動，以致現在地方之各式活動都常可見到。

花鼓陣的歷史起源眾說紛紜，最早可追溯自明朝末年。當時倭寇做亂，百姓深感為苦；百姓們為了感謝戚繼光與其軍隊擊退倭寇，在正月15日元宵節當日，冒雨來到軍營前敲著大鼓、踏著舞步要表示對將軍及其軍隊感謝之意，因當時下著雨，戚將軍連忙命士兵為百姓撐傘遮雨，持傘的士兵受到民眾之熱情及歡樂的氣氛，亦跟隨著節拍舞動，這充滿輕鬆快樂的舞蹈相傳就是今日的花鼓陣。

另一說法即為鄭成功的軍隊來到台灣後，軍隊分配至各地區開墾，在農閒之餘軍隊仍需鍛練武藝、演練兵法亦舉辦比武活動，招募地方上擅武之人以增加兵源，比武之時在旁圍觀的人則敲鑼擊鼓助長聲勢。即便後來滿清接收台灣，但這項活動卻在民間以另一種方式是流傳了下來，並成為節慶廟會中的表演活動(陳彥仲等，2003)。

第三種說法則是大陸沿海一帶流傳之傳說，話說根據史料的記載，唐高宗時代，在泉州及潮州之間蠻人做亂，高宗派陳元光將軍率軍隊三千餘人前往平亂並進行開發，當時隨行的軍眷與當地居民時常相處在一起除增進情感文化之交流外，因其相處融洽經常以歌舞同歡，相傳當時所跳的音樂及舞蹈亦是今日之花鼓陣(梁恩嘉，2002)。

1.4 研究內容

本研究內容共分為五個章節，各章節排列如下：

第一章 緒論

本章包含研究背景與動機、研究目的、研究內容、研究流程。

第二章 文獻探討

本章節收集相關文獻資料，使本研究具有理論的基礎。探討的文獻分為四大類，地方節慶活動、社區意識、活動認同與活動涉入。

第三章 研究方法

本章節包含研究範圍與對象、研究架構、研究假設、問卷設計、調查方法與抽樣設計、研究限制與資料分析方法。

第四章 結果分析與討論

本章節包含當地居民的描述型統計分析、居民對社區意識與活動認同及活動認同與活動涉入等問項資料進行分析與統整，並針對數據資料的檢定結果加以分析說明。

第五章 結論與建議

依據資料分析結果，彙整做出研究結論、建議及提供後續研究方向。

1.5 研究流程

本研究流程如圖 1.2 所示，首先先確定研究動機及目的；接著進行相關文獻搜尋與回顧；主要是依據地方節慶活動、社區意識、活動認同與活動涉入等文獻進行彙整，以奠定本研究的理論基礎。之後依據相關文獻，擬定研究架構與建立研究假設，之後選擇與確定研究方法。確定研究方法後再根據文獻設計問卷，進行問卷施測並回收問卷加以整理，接著進行問卷資料統計分析，經過分析與討論之後得到研究結果並彙整。最後依據研究結果撰寫研究結論及建議，並提出後續研究方向。

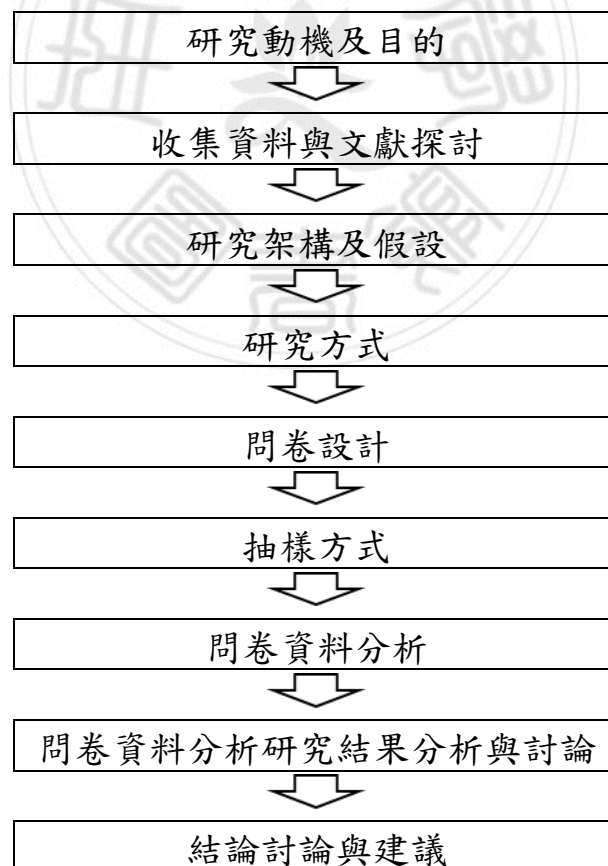


圖 1.2 研究流程圖

第二章 文獻探討

本章將針對研究目的蒐集國內相關期刊文獻，碩博士論文等理論資料，匯集整理首先對節慶活動、社區意識、活動認同、活動涉入彙整其相關理論，以作為社區意識、活動認同、活動涉入量表之發展與分析之理論基礎。

2.1 節慶活動

節慶活動的起源可追溯到遠古時代，因自遠古時代人們對自然的敬畏、崇拜、信奉、祭祀活動等(鄭欽民，2011)，即可看出早期節慶活動都是源自於四季時序的依循、對自然的崇拜及神靈的信仰而成，在近年來則加入了許藝術及產業相關之活動，在本節主要引用國內外各學者之論述觀點，說明節慶活動之定義及節慶活動所帶來之效益，以及其效益對於社區意識之相關性。

2.1.1 節慶活動之定義

台灣節慶分為傳統的民俗活動、宗教信仰、原住民慶典、文化藝術、地方特產和特殊景觀六大類(張淑君、曾才珊，2005)。節慶活動顧名思義因節慶而舉辦的慶祝活動，通常是在特定時間為了特別目的而舉辦的活動，且經過規劃與設計，呈現出特定主題與情境(張德慶，2004)的一種特別設計的活動。Jackson (1997)認為節慶活動是一個經由產品、

服務、思想、資訊與群體共同創造出來的。所以節慶(festival)本身就含有特別的慶祝之意。

根據《牛津字典》解釋，節慶 (festival) 一詞源自拉丁文 festa，是盛宴 (feast) 的意思，尤其是指慶祝活動中的盛宴。而節慶的定義大多是為了保存、發揚地方傳統文化而舉辦，是一種屬於文化性質的活動，隨時間改變成為吸引遊客前來並希望能藉由活動帶動地方之經濟與發展。

Robert Jackson (1997)將節慶活動定義為：節慶活動是一個特別的、非自發的，是經過周詳籌畫設計並帶給人們快樂與共享，也具產品、服務、思想、資訊、群體等特殊事物特色。Allen et al. (2008)則是從節慶活動的管理角度切入，將它定義為一種特殊、刻意、有目的、可凸顯某種社會或文化意義的典禮、展覽、表演或慶典。

William (1997)認為地方節慶是一個有主題的、共同慶祝的活動，大部份的節慶活動是在創造社區(Community)本身的獨特性、提升當地居民榮譽感等目的為主。Getz(1989)慶典觀光是透過慶典或特殊活動的舉辦，以塑造觀光地區的吸引力，加強遊客對地方特色的印象，並能帶動地方軟硬體建設與經濟成長。楊志義 (2005) 指出節慶活動是在特定活動期間為了特殊目的而舉辦的活動，是公開給遊客參觀並經過規劃與設計，使參與者能有特殊的體驗與不同的感受。張翔竣 (2008) 指出其所

提出的廣義定義為「節慶是一種公開並反應特定主題之慶祝活動」。

Getz (1991) 認為節慶是一種有主題的公共慶典活動，並提出節慶的主要 7 項特徵是：

1. 公開給一般大眾參觀。
2. 有事先預定舉辦的期間。
3. 通常一年、兩次或數年舉辦一次。
4. 活動有一個主題。
5. 主要目的是為了慶祝或呈現一特殊的主题。
6. 舉辦地點通常固定。
7. 通常活動內容可能包羅萬象。

Jago 與 Shaw(1998)對於節慶活動的名詞和特點加以統整，關於活動事件包含經常性舉辦及特別性的活動，節慶活動屬於特別性一環，其節慶需具備兩項特點：

1. 必須要有特定的主題，
2. 公開性的活動。

根據上述學者之論點本研究歸內出節慶活動之特點如下：

1. 必須是有主題及目的性的(如特別要推薦介紹的地方特色及產品
2. 或者是傳承延續之文化面的議題)。
3. 具獨特的地方色彩的公開性之共同慶祝之活動。

4. 具時間性的(如:農曆 3 月瘋媽祖、五月桐花節等配合主題時間的活動)。

2.1.2 節慶活動之效益

由於成功的節慶活動能在短時間內吸引大量的遊客，並可為地方帶來經濟收益，故節慶活動已成為發展地方之重要策略，節慶活動舉對地方居民有增加就業之機會及提升地方公共建設、對遊客而言有多元化的休閒遊憩空間、對地區而言可推廣行銷地方特色及產業、對贊助企業而言可增加正面企業形象等(財團法人商業發展研究院，2013)。吳宜寬(2004)認為節慶活動舉辦應有其特殊目的效益，如社區營造、環境開發、知名度的提升、產品促銷、及觀光收入的增加等。葉碧華(1999)研究指出，節慶活動之效益共可分為四個構面，包括有文化傳承、情感融合、宣傳推廣以及觀光吸引力等。

根據南澳洲觀光局的研究指出，一項慶典活動的舉行會帶給遊客更多的旅遊益處，包括：

1. 改變 (change)：能夠體驗與平常不同的感受。
2. 逃避現實 (escapism)：逃離平凡單調一成不變的日常生活。
3. 放縱(indulgence)：能放縱、輕鬆一下。
4. 認識、了解 (understanding)：學習一個新知、了解不同的文化、生活型態的機會。

5. 冒險 (adventure)：能結交不同層面和多一些與新朋友的接觸。

6. 社交 (companionship)：能多與朋友聯絡交流。

故其在接觸、心理、學習、情感等各方面都能有不一樣之體會及感受。

節慶活動本身所衍生的多元效益及集客性等條件下，不僅提供休閒遊憩機會、獲得不同體驗與舒展身心，更帶動周邊產業商機與經濟方面的成長 (Roche, 1994)。王育群 (1999) 研究亦指出節慶在觀光上扮演著繁榮地方經濟及強化觀光形象之角色。Benest (1984) 的研究指出舉辦地方節慶活動，有助於強化居民的社區意識與擴大居民參與社區公共事務的範圍和機會。「節慶活動」不僅可間接達成其他各項社區總體營造之策略，更能協助地方特有產業的開發與推動、地方文化重新組合包裝、古蹟建築及聚落空間的保存、展現民俗廟會祭典活動與生活文化、推動地區與國際的交流活動、提供社區民眾休閒遊憩之環境及社區總體形象之營造 (游瑛妙, 1999)。民眾對效益的期待將是其決定是否參與休閒活動的關鍵因素 (顏妙桂譯, 2002)。

綜合上述各學者之觀點，本研究歸納節慶活動所帶來效益無論是文化層面的、心理層面的、情感層面的、觀光層面的特有產業之開發與推動甚至對於增進社區發展、加強社區意識、凝聚地方共識、促進地方經濟發展、強化地方形象等多重功能。故節慶活動所帶來之周邊效益是多元且具發展性之的。

2.2 社區意識

對於要推動地方活動、促進地方發展，居民的社區意識佔有舉足輕重之地位，至於要如何能凝聚居民之社區意識，則在本節中參酌國內外各學者、期刊及相關文獻論述之觀點加以說明。

2.2.1 社區意識之定義

社區意識定義係指個人對於所處之社區，經由感情與認知建構一涵蓋情意因子之認知結構系統，此系統具有正負面影響之評價，具有正向影響評價者對社區的態度是正面的，他會認同、喜歡社區、參與社區相關活動、關心社區大小事務；具有負向影響評價者則反之，他會逃離、疏遠社區，對社區事務沒興趣甚至冷漠、不願參與(林瑞欽，1994)。

國內學者徐震(1979)將「社區意識」定義為居住於某地區的人對這個地區及其居民有一種心理上的認同與融合。此即所謂歸屬感(Sense of Belongingness)。亦即他認為這個社區是屬於他的，而他也是屬於這個社區的這亦是一種對之社區認同。蔡祈賢(1996)歸納出社區意識是社區居民將社區之成就視為自己的榮譽對社區產生認同感及歸屬感。黃富順(2000)認為所謂「社區意識」，係指社區居民對社區具有之歸屬感為社區發展的基石。此種歸屬感來自於社區居民間之共同的利益、共同的服务、共同的問題、共同的需要、共同的居住環境，而產生的共同之意識。對個人在社區中所擔任角色的認定及對某些信念、理想與價值體系

的認定(康雲山，2012)。社區並非只是硬體建設及居民(陳其南，1996)。社區參與、互動或加入社團活動等方式，更可形成對社區認同感以及凝聚力。

綜合上述，本研究歸納出社區意識必須是具有

1. 居民對社區具有的情感與認知。
2. 居民對於社區的認定與歸屬感。
3. 居民對社區的認同與融入程度。

社區居民對其居住地方情感的認知可以說是凝聚社區意識的來源，無論是地方居民心理上、行動上對地方的一個認定之態度，也是居民解決該社區所面臨各種問題，或是推動社區的發展時，驅使居民團結合作的力量。

2.2.2 社區參與

社區參與(Community Participation)在 1960~1970 年間有許多稱呼如社區活動、公民參與、社會參與、民眾總動員等，到 1990 年才統稱為社區參與(許淑敏、邱啟潤，1999)。所謂社區參與是指在某特定地區有目標的結合社區居民和行動之過程，能提升社區生產力和居民自我認同(Sheng, 1989)。社區參與可說是個人對社區整體的運作投入之意見、行為或其他資源，使自己能對社會有某種程度之影響，進而產生預期的效果，以達促進社區之發展(林振春，1998、吳坤良，1999)。施教裕(1997)

認為社區參與乃是有目標、組織和行動導向之過程，在某特定區域內，結合社區成員或相關組織團體，藉以凝聚社區意識、提高社區生產力、提升社區居民生活品質及解決社區內之各種困難和問題。在於社區參與中則有短期的參與及長期的參與之區分；短期社區參與如為了保護或爭取社區利益而凝聚起對外抗爭的參與動作，隨著事件落幕，居民對於關心社區的熱情亦會逐漸消失。在長期的參與來看居民對社區事務、環境有一定的共識存在，具自願發起之行為，往往較能善用社區資源、凝聚社區意識，並且恆久的維持下去。所以參與是必須有行為性、有活動性的。

2.2.3 社區認同

社區認同是指社區居民對自己社區居民身份心理上的認定程度(林瑞欽，1994)，同時認同感可使社區居民視社區為本身的責任，將社區的發展與否視為自己的成就，視社區的成就為自己的榮譽(蔡祈賢，1996)，當居民彼此之間有著相同的知覺，使彼此間信賴感提高並穩定社區結構時，將會使社區居民對於該社區形成強烈認同感(Sarason, 1974; Vaske, 2001)。Castells & Mannel(2002)認為，社區認同是一社會化的過程是以個人或地方性為化基礎的，並透過社區的推動、參與將此過程轉換為對於社區的認同。在朱盈蓀、汪文政(2010)認同感為測量社區意識重要的指標。

本研究地區居民之社區意識量表，除參考國外學者發展之 PSOC 社區意識量表，並以國內學者林瑞欽在 1994 年針對台灣都市社區所做具專家效度之「社區意識量表」為依據，所測得之結果分數越高表示社區意識越高對於認同、參與社區態度越高，得分越低則表示對社區認同及參與態度越差。

2.3 活動認同

在本節中將針對認同之意涵及定義做說明，並引用國內外學者、期刊及相關文獻歸納之論點來釐清認同之意義及觀點。

2.3.1 認同度之意涵

認同度的意涵：針對不同的對象，認同度的定義也不一樣，所謂的「認同」是指對某特定活動的再參與意願(張睿昇 王金成 劉亞文 張鈴雅，2011)。在於對特定層面上的情感歸屬，是深植的歷史觀和社會價值(朱全彬，1998、張巧芳，2001)。而譚光鼎(1998)則認為認同是指個人接受一種特定活動的態度與行為，並將其價值體系與行為規範深化至心靈之過程。認同亦建構在個體認知上他們將自己與其他人或其他群體甚至其他理念及凝聚方式等相關面向是否擁有共同的起源或共同分享的特質(Hall,1996)。就郭文良(1998)之論點，個體或集體的認同會隨著時間而產生變化，亦會因歷史的發展、環境的改變、媒體的運作之不同而有所改

變。因此從整體參與的觀點來看，認同指的是一種經驗的處理方式，它不是一種東西而是一個過程。而這過程不論是個體或集體對事件、事務或情感之認知皆與參與意願及過程汲汲相關。

2.3.2 認同之定義

認同(identity)原意是「同一(物)」，亦指本身(self)和相同(same)兩種意思，因翻譯之故尚有同一、認同、身分等意思。認同是一套將價值內化到個人心中的學習過程(Parsons, 1951)。自身的認同則是由意識所決定，Mead 提到認同(identity)並非天生即存在，而是跟社會的經驗與活動互動的過程(黃佩嘉, 2007)。然而隨著個人背景的不同、參與活動次數的多寡，亦會產生不同的認同程度(何致中, 2005)。以下為各學者對於認同之定義的描述：

Bronfenbrenner(1996)提出認同的定亦應包含：

1. 認同是一種行為，是透過外在的行動表現的行為。
2. 認同是一種動機，即行動向另一個人的傾向。
3. 認同是一種過程，即透過行為和動機學習的一種形式。

Bachleitner & Zins, (1999) 亦將之分為四類：

1. 積極促進支持相關活動。
2. 積極反對相關活動。
3. 沉默接受與支持相關的活動。

4.沉默接受，但反對相關活動。

張酒雄、陳枝烈、簡慶哲、張淑美(1993)將認同之定義如下:

1.認同是一種價值內化的過程。

2.認同是一種心理的傾向。

3.認同是一種心理的過程。

4.認同是一種社會化的過程。

張睿昇、王金成、劉亞文、張鈴雅(2011)認為認同度的定義如下：

1.經常性的。

2.惠顧活動提供的各項產品或服務。

3.建立口碑。

4.對其他的相關活動有免疫性。

Ap & Crompton (1993) 在主要社區中，為了調查居民的反應與活動認同之間複雜的關係因而測量其發展的階段，他們將居民的反應分為四個階段 (Upchurch & Teivane, 2000) 分別如下:

1.接受時期 (Embracement)。

2.容忍時期 (Tolerance)。

3.調整時期 (Adjustment)。

4.退出時期 (Withdrawal)。

邱秀香、廖翊雅、傅姿蓉(2012)研究的結果瞭解活動認同對於地方

上無論是整體環境的規劃、經濟的發展或是文化的提升都具有正向的影響。

綜合上述，本研究歸納活動認同之定義為

- 1.在行動面具備的積極度。
- 2.在情感面具有的支持度。
- 3.在心理面具有的忠誠度。

無論地方上居民對活動持正面或負面的意見活動認同程度是否深入都可由是否具備以上幾點瞭解。

為瞭解褒忠鄉居民對花鼓節活動衝擊之認同度，本研究活動認同問卷參考於邱秀香、廖翊雅、傅姿蓉(2012)之研究中以 Ap & Crompton (1998) 觀光衝擊理論設計之量表為本研究活動認同問項之依據。

2.4 活動涉入

本節主要引用國內外各學者、期刊及相關文獻之論述觀點，說明活動涉入之定義及其因素特徵，並期從中了解活動涉入對其活動之影響之相關性。

2.4.1 涉入之定義

涉入(invovement)的觀念最早是由 Sherif & Caneril(1947)的社會判斷理論(Socail Judgment Theory)中提出，涉入為個人的差異變數、態度行

為之準則。Rothschild(1984)認為涉入的定義是對動機及興趣覺醒的一種不明顯之描述。涉入之行為可適用於多種不同領域的一種概念，包含政治、消費行為、休閒遊憩、節慶活動等亦指個人對某活動產生興趣，並知覺到此活動的價值及重要性，進而對此活動產生投入的意願（Engel, Blackwell, & Miniard, 2001）。不同領域的學者對涉入的定義看法也有所不同。

Selin&Howard（1988）認為涉入是指個人參與活動所獲得的愉悅與自我表現之程度。Dimanche, Havitz & Howard(1991)與 Slama & Tashchian（1985）認為涉入代表個人對於某種活動或產品所投入的相關程度。Zaichkowsky（1985）則認為涉入是個人對目標物關心的程度。涉入是藉由動機，喚醒個人對產品、活動或一個主題的興趣（Rothschild, 1984）。亦有學者提出涉入應包括重要性、愉悅性、自我表現及中心性（McIntyre, 1989；謝宗恆，2003；彭逸芝，2005）。相關研究認為，社會心理涉入屬於持久性涉入，社會心理涉入愈高，反映在行為涉入愈強。在行為涉入方面，常受外在環境的影響，常呈現不穩定性(沈進成、曾慈慧、林映秀，2008)。陳其南(1996)、Abbott(1995)個人對社區事務之參與程度，可經由個人對社區活動的參與、所願意付出的時間、金錢、勞力與個人願意擔任社區組織團體的職務與介入程度等來代表。

2.4.2 涉入之因素特徵

依據上述之定義，Zaichkowsky(1985)將涉入歸納出三種因素：

- 1.個人因素: 促使個人朝目標前進之動機因素，包含潛在興趣、價值與需求等。
- 2.實體因素:目標物之特性會造成興趣的差異。
- 3.情境因素:能夠暫時提高與目標物的關連性和興趣之因素。

蕭富峰(2008)是依照對象的不同將涉入分為三類：

- 1.產品涉入:對產品的興趣及關注程度。
- 2.廣告涉入:對於處理行銷溝通相關資訊的興趣、關注度。
- 3.購買涉入:在不同環境下考慮個人攸關性或重要性之決策可能產生變化及差異。

陳璋玲、吳政隆、林惠鈴(2009)的研究中以涉入為區隔變數進行研究，研究結果指出高涉入群體對活動認同度較高，對於參與活動的感受是愉快的且再次參與的意願會更高，涉入程度低者則相反，其涉入所使用之量表為參考 CIP 量表來設計問項。

綜合上述之文獻探討及涉入在休閒、活動、消費行為的研究領域中，大多係引用或修正 Zaichkowsky(1985)之個人涉入量表(Personal Involvement Inventory, PII)或 Laurent and Kapferer (1985)之參與者涉入剖面 CIP (Consumer Involvement Profiles, CIP)兩種量表來測量。而 CIP 係

使用多構面的衡量尺度，較能完整涵蓋涉入之概念，亦較符合活動相關行為的特質（陳慧如，2004），且採用李克特量表來衡量個人的涉入程度。故在活動涉入部份本研究亦參考 CPI 量表，並參酌陳璋玲、吳政隆、林惠鈴(2009)的涉入量表設計居民對於活動涉入之問項。

2.5 研究假設推導

本節將以上述學者、期刊及相關文獻論述之觀點，推導本研究之研究假設。

2.5.1 社區意識與活動認同

社區居民意識的凝聚有助於增進社區居民對於社區所有事務的投入，居民透過參與各種不同性質的社區事務，從參與的過程中形成認同感，參與社區事務越頻繁，可使地區居民之關係更為緊密，更能提升居民對於社區活動之參與(林秀碧、潘成婷、陳惠芳、黃曉令，2011)。盧禹聰（1999）指出社區活動的參與是塑造社區居民間關係和聯絡鄰居、朋友之友誼的基礎，可強化居民的社區認同，凝聚居民的社區意識，推展社區活動，不論是否因為公、私利益的範圍交互重疊，使社區居民願意並樂於參與社區活動。

由以上文獻之推導，社區意識之形成常有賴於社區舉辦活動來聯繫居民之情感，而居民社區意識之高低常是影響居民對於活動參與態度的

關鍵因此推論本研究之研究假設 1 為：

假設 1: 褒忠鄉居民之社區意識對其花鼓節活動認同感具有顯著影響。

2.5.2 活動認同與活動涉入

Blackwell, Miniard & Engel (2006)認為滿足居民對於相關活動需求的意識越強，對於相關活動的參與涉入態度就越高。

Hawkins, Mothersbaugh & Best (2007)則認為涉入是個人對謀事物的認知或有興趣程度來決定。個人對於參與社區活動及事務的頻率和參與之程度，可加深個人對社區各方向的認同(陳其南，1996、Abbott，1995)。

居民經由文化活動參與過程中，對於文化活動本身之目標與其價值內化於個人心中，並強調居民間之共同文化，謂為認同之基礎(馮建山，1994)。如活動本身不能形塑地區居民之共識，促使居民團結，傳承歷史文化，那麼活動本身之續航力也將會逐漸流失(鄭文清，2011)。居民對於活動涉入之行為態度攸關其對與活動認同的程度，居民對於活動認同度越高就越有意願參與社區之活動，若對於活動無法認同當然也就不會有主動去參與活動的意願，因此推論本研究之研究假設 2 為：

假設 2: 褒忠鄉居民對花鼓節之活動認同感對其活動涉入具有顯著影響

第三章 研究方法

本章旨在說明研究過程中所使用之方法架構與步驟。本研究依據研究之目的、研究問題及文獻探討，建構一個社區意識影響活動認同再由活動認同影響活動涉入的理論模式，再對此模式進行檢驗。本章分為小節：3.1 奠定本研究之研究架構，3.2 說明研究假設，3.3 變項操作型定義，3.4 問卷設計，3.5 抽樣方式，3.6 資料處理與分析。

3.1 研究架構

本研究依據研究問題及研究目的之相關文獻收集、整理與分析後提出以下研究架構。本研究架構以探討社區意識、活動認同、活動涉入之影響關係。如圖 3.1 所示

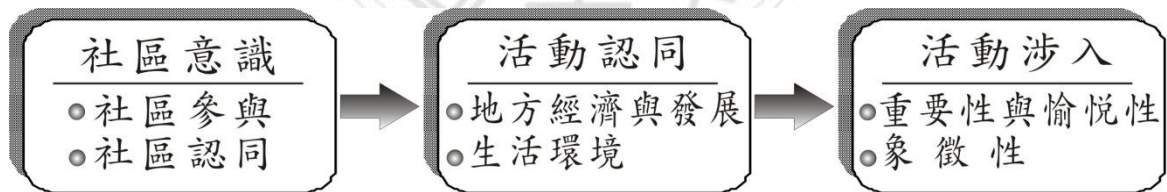


圖 3.1 研究架構圖

本研究涵蓋三個研究變項，分述如下：

1. 社區意識：分為社區認同及社區參與兩個構面。
2. 活動認同：分為地方經濟與發展及生活環境兩個構面。

3. 活動涉入:分為愉悅性與重要性以及象徵性兩個構面。

3.2 研究假設

本研究依據文獻回顧及整理、研究架構與研究目的，提出欲探討之研究假設如下：

假設 1. 褒忠鄉居民之社區意識對其花鼓節活動認同感具有顯著影響。

假設 2. 褒忠鄉居民對花鼓節之活動認同感對其活動涉入具有顯著影響。

3.3 變項操作型定義

本研究模型分為 3 個構念包含社區意識、活動認同、活動涉入，再由 3 個構念下分成 6 個構面，根據相關文獻將在本節針對個變項進行操作型定義，說明分別如下：

3.3.1 社區意識

社區意識是地方上居民對自己所處地區心理上的一種依附及認同與歸屬的情感，要凝聚地方居民使居民對於地方上之事物、發展產生相同的理念及價值感有賴於提升社區意識來促成。

在本研究中是褒忠鄉居民對於的社區認同程度及對社區參與程度涉入之深淺，因居民間互動不同的關係亦有所差異，在問卷中居民對社區

認同及社區參與得分越高，表示社區意識越高。

3.3.2 活動認同

活動認同是指無論地方上居民對活動持正面或負面的意見，對活動認同程度是否深入在於居民對活動參與的積極度、支持度及忠誠度有關。因此，本研究中活動認同是要了解褒忠鄉居民對花鼓節活動影響的認同度之主要因素，在生活環境部份問卷為負向題，在進行論文資料分析時將生活環境回答轉向，轉向後之生活環境及地區經濟與發展之得分越高及對活動之認同度越高。

3.3.3 活動涉入

活動涉入是指地方居民個人對於某一活動所願意提供、付出無形或有形的支援，如金錢、時間及身體力行的投入、推廣活動等介入程度。因此，活動涉入主要能了解褒忠鄉居民對於花鼓節活動願意參與涉入之影響因素，居民對於活動涉入之愉悅性與重要性及象徵性之得分越高，表示其涉入程度越高，反之則願意參與程度越低。

3.4 問卷設計

為了解地方居民之社區意識對地方活動的認同感及活動的認同感對活動涉入程度，依據第二章文獻探討之理論基礎，本研究以問卷調查作為測量工具，且各構面之測驗問題均直接使用文獻中之問題，並適度修

改用詞以符合研究主題，問卷分為:社區意識 23 題、活動認同 19 題、活動涉入 11 題、基本資料 13 題，而問卷之評量方法則採用 Likert 五點量表。

3.4.1 問卷架構

本研究採結構式問卷，其內容分為四個部份，分述如下

1. 社區意識問項

由文獻探討中歸納出社區意識是居民對社區的認同感、歸屬感、對社區的情感及對社區參與的態度和鄰里之間互動跟對生活的滿意度之關係，來了解社區意識認同的投入程度，問卷設計參考陳元陽(2007)、朱盈蓓、汪文政(2010)之社區意識量表。並修改用詞以符合本研究主題，共計 23 個題項，以 Likert 的五個尺度來衡量，分別為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」區分成五個等級，並給予 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分的分數，分數越高表示社區意識越高。

2. 活動認同

在活動認同部分，主要是了解節慶活動對於地方的經濟、建設、發展及生活環境影響的認同度之原因；生活環境部份在問卷為負向題在進行論文資料分析時，將其轉向，以便進行分析。問卷設計參考邱秀香、廖翊雅、傅姿蓉(2012)並修改用詞以符合本研究主題，共計 19 個題

項，以 Likert 的五個尺度來衡量，分別為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」區分成五個等級，並給予 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分的分數，分數越高表示活動認同度越高。

3. 活動涉入

Sherif & Cantril(1947)最早在研究社會心理學中提出涉入是用以衡量個人的態度。本研究主要是了解褒忠鄉居民對於花鼓節活動涉入之影響因素，問卷設計參考陳璋玲、吳政隆、林惠鈴(2009)研究中所使用之 CPI 量表設計之問卷，並加以修改其問項之用詞以符合本研究主題，共計 11 個題項，以 Likert 的五個尺度來衡量，分別為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」區分成五個等級，並給予 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分的分數，分數越高表示活動涉入程度越高。

3.5 抽樣方式

本研究採滾雪球方式進行抽樣，委託當地居民分發給附近鄰居、親友填寫，農會人員及農會舉辦活動時請參與活動之鄉民填寫，亦委託當地萃英社文昌帝君廟幫忙，請附近參與社團之居民填寫，並於填答完致送小禮物以表達謝意，施測對象以褒忠鄉田洋村、潮厝村、龍岩村、中民村、埔姜村、中勝村、有才村、新湖村、馬鳴村等九村之居民。共發

放問卷 385 份，回收之有效問卷 335 份，有效問卷回收率為 87%，本研究之問卷發放時間從 2014 年 1 月開始發放至 2014 年 2 月回收完畢。

3.6 資料處理與分析

本研究針對社區意識、活動認同及活動涉入三大構面，透過量化研究與參考相關文獻對其褒忠鄉居民進行問卷施測。依據回收之有效問卷資料 335 份，加以整理、編碼及建檔，並利用 SPSS 18.0 與 AMOS 18.0 的統計軟體進行分析整理。本研究應用的研究方法說明如下

1. 描述性統計

以次數分配與百分比方法統計收集到之有效問卷中各問項的答案結果，來描述樣本的特性，並了解基本資料及參與花鼓節活動的情況，再以各問項的平均數來描述受訪者參與花鼓節活動時對社區意識、活動認同、活動涉入的影響關係。

2. 信度分析

信度可說是一量表可靠程度的代表，它是用來了解該量表的穩定性或一致性的，較為常用之方法為折半系數、再測信度及 Cronbach's α 係數等，本研究採用 Cronbach's α 係數來檢驗本研究量表的信度，以瞭解量表的內部一致性，Cronbach's α 係數越高代表量表越穩定，Nunnally(1978)表示 0.70 為可接受的最小信度 α 值。

3. 效度分析

效度分析是用以檢測量表是否能正確衡量出所欲了解的特質或概念，本研究中之構面所使用之問卷內容主要是引用國內、外學者所發
展之量表修正沿用，因此量表在應用上具有內容效度。

4. 探索性因素分析

針對各構面之量表進行因素分析以簡化資料，並以此來解釋原有的資料結構。未確定資料是否適合做分析，先以 Kaiser(1974)所提出的 Bartlett 球形檢定及 KMO 取樣適切性檢定，在對各量表資料進行主成份分析，再將分析結果以最大變異法(Varimax solution)進行正交轉軸，以特徵值(Eigenvalue)大於 1 為選取共同因素原則，因素負荷量絕對值大於 0.6 為變數選取原則，最後以各因素構面共同之特質及代表之意義為依據建構效度檢測。

5. 結構方程模式(Structural Equation Modeling ,SEM)

SEM 結構方程模式又稱線性結構關係模式，是一種用來處理因果關係模式的統計方法，邱皓政(2006) 結構方程模式最重要的一個特性，是它必須有合理的理論基礎，來支持變項間之因果關係才行。

在使用結構方程模式進行分析時，模式中的變項分為可具體進行測量、觀察的外顯變項即測量變項(measured variables)又稱觀察變項亦問卷

中之題目，以及必須利用外顯變項間的共同性加以估計之潛在變項(latent variables)亦是模式中的研究變項，本研究之研究變項是為社區意識、活動認同、活動涉入。而在結構方程模式之驗證性因素分析(Confirmatory Factor Analysis)，可應用在信效度之考驗及理論有效性之確認。

因此，本研究將採用 SPSS18.0 & AMOS18.0 進行資料分析，首先利用探索性因素分析與驗證性因素分析建立構面效度，而後採用 Cronbach's α 值檢驗研究變項與構面的一致性以確認其信度。最後，本研究利用結構方程模式驗證假設，以確認各變項間之影響關係。



第四章 結果分析與討論

本研究針對社區意識、活動認同及活動涉入三大構面，透過參考相關文獻及量化研究對褒忠鄉居民進行問卷施測，目的在於了解居民社區意識對於活動的認同與活動的認同對其參與節慶態度的影響性。依據回收之有效問卷資料 335 份，並利用 SPSS 18.0 與 AMOS 18.0 的統計軟體進行分析整理。

4.1 樣本結構分析

本研究經由問卷調查收集資料，抽樣方式採滾雪球方式發放問卷，抽樣時間於 2014 年 1 月 10 日開始發放至 2014 年 2 月 9 日停止，共回收問卷 385 份經初步之整理、編碼、交叉比對是否填答者全部圈選同一項目或基本資料漏填者，則將其視為無效問卷後得有效問卷 335 份，問卷的有效回收率為 87%。

受訪居民樣本結構分析項目包括：性別、年齡、職業、學歷等內容分析結果如表 4.1 所示，詳述如下(均以有效樣本列計)：

1. 性別：在 335 份有效樣本中，男性受訪者有 151 人，佔樣本 45.1%；女性受訪者有 184 人，佔樣本 54.9%，以女性受訪者居多。
2. 年齡：本研究有效樣本主要為褒忠各村里之居民，受訪者的年齡結構以 40~49 及 50 以上歲最多，各佔有效樣本 26%，其次為 30~39 歲

佔 22.1%、19 歲以下佔 14.3%、20~29 歲 11.6%。

3.職業：受訪者多數為一般上班族佔本問卷之 26%，其次為學生 18.2%、自由業 17.6%、家庭主婦 17.3%、其他 10.7%、軍警公教人員 5.1%、退休人員 3.6%、企業負責人 0.9%，自由業及其他當中皆有務農之居民且家庭主婦多數亦參與農忙。

3. 學歷：受訪者之學歷方面，以高中職程度為最多佔 36.7%、其次為國中 35.8%、大學 15.2%、大專 9.3%、研究所以上 3%。

4. 平均月收入：以受訪者平均收入差異而言，以收入 20000 元以下居多，佔整各樣本數的 43.6%，其次是 20001 元~30000 元 29.6%、30001 元~40000 元 16.1%、40001 元~50000 元 5.4%、50001 元~60000 元 3.9%、70000 元以上 1.2%。

6.婚姻狀況：受訪者已婚人數佔 64.5%、未婚佔 30.4%、其他 4.5%

7.居住時間：受訪者居住時間四年以上 87.8%、三年以上到四年 4.5%、一年以內及兩年以上到三年各 3.3%、一年以上到兩年 1.2%。

8.參與花鼓節活動次數：受訪者不曾參與花鼓節活動為 48.4%、4 次以上 20.0%、1 次 16.1%、2 次 8.4%、3 次 6.9%、其他 0.3%。

9.對於花鼓節活動的參與程度：受訪者只參與花鼓節活動 43.0%、不參與 42.4%、出力 7.5%、出錢又出力 5.4%、出錢 1.2%、其他 0.6%。

10.居住的村里是否有花鼓隊：受訪者居住的村里有花鼓隊的佔

78%、沒有花鼓隊的佔 21.2%。

11.為何想要參加花鼓節活動：受訪者參與花鼓節活動因娛樂而參與的 34.9%、為了解傳統花鼓的 28.1%、傳承發展花鼓技藝 16.4%、打發時間的 14.6%、因工作需要而參與的 3.3%、其他 2.7%。

12.未來是否繼續參加花鼓節活動：未來會繼續參加花鼓節活動的 66.3%、未來不想參加花鼓節活動 33.4%。

13.居住的村里：受訪者以居住在中勝村的最多 26.6%、其次為中民村 24.2%、埔姜村 14.6%、田洋村 8.4%、馬鳴村 8.4%、新湖村 6.3%、龍岩村 5.7%、有才村 4.8%、潮厝村 1.2%。

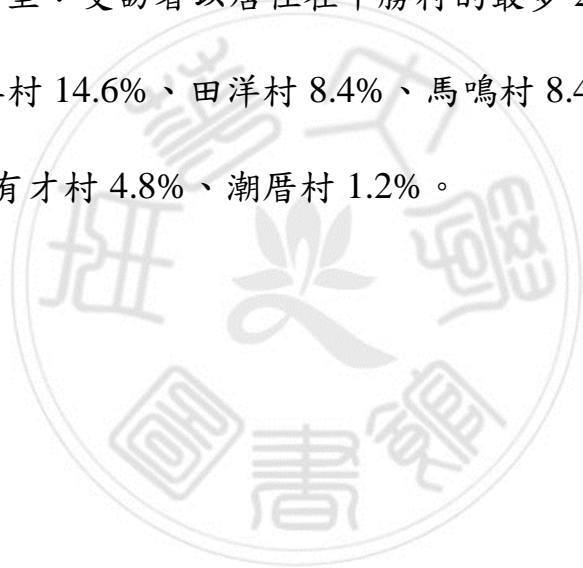


表 4.1 樣本基本資料分析表（樣本數：335）

樣本基本資料		人數	百分比 (%)
性別	男	151	45.1
	女	184	54.9
年紀	19歲以下	48	14.3
	20-29歲	39	11.6
	30-39歲	74	22.1
	40-49歲	87	26.0
	50歲以上	87	26.0
職業	學生	61	18.2
	軍警公教人員	17	5.1
	家庭主婦	58	17.3
	退休人員	12	3.6
	企業負責人	3	0.9
	一般上班族	89	26.6
	自由業	59	17.6
	其他	36	10.7
學歷	國中（含）以下	120	35.8
	高中職	123	36.7
	大專	31	9.3
	大學	51	15.2
	研究所（含）以上	10	3.0
月平均收入	20,000 以下	146	43.6
	20,001~30,000	99	29.6
	30,001~40,000	54	16.1
	40,001~50,000	18	5.4
	50,001~70,000	13	3.9
	70,001~100,000	4	1.2
婚姻狀況	已婚	218	64.5
	未婚	102	30.4
	其他	15	4.5
居住時間	一年以內	11	3.3
	一年以上到兩年	4	1.2
	兩年以上到三年	11	3.3
	三年以上到四年	15	4.5
	四年以上	294	87.8

資料來源：本研究整理

樣本基本資料		人數	百分比 (%)
參與花鼓節活動次數	不曾參與	162	48.4
	1次	54	16.1
	2次	28	8.4
	3次	23	6.9
	4次以上	67	20.0
	其他	1	0.3
對於花鼓節活動的參與程度	不參與	142	42.4
	出錢又出力	18	5.4
	出錢	4	1.2
	出力	25	7.5
	只參與活動	144	43.0
	其他	2	0.6
居住的鄉鎮是否有花鼓隊	有	263	78.5
	沒有	71	21.2
為何想要參加花鼓節活動	娛樂	117	34.9
	工作需要	11	3.3
	打發時間	49	14.6
	瞭解傳統花鼓	94	28.1
	傳承發展花鼓技藝	55	16.4
	其他	9	2.7
未來是否繼續參加花鼓節活動	參與	223	66.3
	不參與	112	33.4
居住村里	田洋	28	8.4
	潮厝	4	1.2
	龍岩	19	5.7
	中民	81	24.2
	埔姜	49	14.6
	中勝	89	26.6
	有才	16	4.8
	新湖	21	6.3
	馬鳴	28	8.4

資料來源：本研究整理

4.2 建構效度檢測-探索性因素分析

本研究利用 KMO 係數(Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy，取樣適切性量數)，以淨相關矩陣判斷變項間的相關情形，係數越大表示相關情形越好，越適合進行因素分析(邱皓政，2003)。

取樣適切性的檢驗結果如表 4.2，KMO 檢測依據 Kaiser(1974)的判定準則，KMO 係數高於 0.6 因素分析適合性為平常，高於 0.7 為中度，高於 0.8 為良好，而低於 0.5 則無法接受，在 Bartlett 球形檢定結果顯示，所有變項的近似卡方值均顯著，亦適合因素分析，因此本研究所有變項之 KMO 測量值均高於 0.8 以上為良好範圍內，顯示適合進行因素分析。

表 4.2 因素分析之抽樣適合性(樣本數:335)

研究構面	KMO 係數	Bartlett 球形檢驗		
		近似卡方值	df	顯著性
社區意識	0.942	2435.946	66	***
活動認同	0.914	4207.306	91	***
活動涉入	0.810	1175.566	15	***

註:***在顯著水準 $\alpha \leq 0.001$ 時，雙尾，變數間之相關係數達顯著水準。

資料來源：本研究整理

因素萃取主要採用探索性因素分析的主成分分析法，選擇特徵值大

於 1 及最大變異(Varimax)轉軸，以共同決定因素構面數。進行因素分析時，以三項標準作為萃取因素的判斷。以下將對各個構面的因素分析詳細說明。

- 1.因素負荷量必須超過 0.6。
- 2.共通性必須超過 0.5。
- 3.如該題最高兩個負荷量差距未超過 0.3 則予以刪除。

4.2.1 社區意識之因素分析

本研究將量表社區意識中的 23 提問項進行探索式因素分析，經採最大變異數直交轉軸，且依照前述所設定之三項因素判斷準則，結果如表 4.3 在社區意識中，根據因素負荷量的得分結果刪除 11 題問項分別為 5.地區居民必須要計酬勞的參與地區發展工作(負荷量差距未超過 0.3)、6.如果有機會，我願意擔任地區發展的義工(負荷量差距未超過 0.3)、9.我會關心任何發生在本社區的事件或活動(負荷量差距未超過 0.3)、10.我會主動提供經驗與鄰居分享(負荷量差距未超過 0.3)、11.我認為地方上的事就是我的事(負荷量差距未超過 0.3)、14.我若需要協助，我可以馬上想起地區內可以幫我的人是誰(負荷量差距未超過 0.3)、16.我認為觀光服務業將是本社區未來發展的重點(共通性未達 0.5 且負荷量差距未超過 0.3)、17.我可很輕易的說出本社區的優點及需改進之處(負荷量差距未超過 0.3)、19.我期待一份地區通訊，以增進我對本社區的瞭

解(共通性未達 0.5)、22.有一個象徵本社區的標誌(或圖案)對於本社區的發展是必要的(共通性未達 0.5 且負荷量差距未超過 0.3)、23.我覺得未來三年本社區會變得比現在更繁榮(共通性未達 0.5 且負荷量差距未超過 0.3)。因此，共萃取出兩個因素，累積解釋力達 65.657%，因素負荷量在 0.667~0.845 且共通性也都大於 0.5。如表 4.3 所示

表 4.3 社區意識之因素分類表暨解釋變異量

研究構面	因子	編號	問項	因素負荷量	共通性	特徵值	解釋變異量 (%)
社區意識 A	社區參與	A21	當其他地區的親友向我探詢本社區的歷史時，我能熟悉地說出	0.845	0.772	6.795	56.628
		A20	對於地區內的組織或社團活動我均非常清楚	0.800	0.710		
		A18	我會主動地與鄰居討論本社區內發生的事	0.762	0.737		
		A13	我會積極的參與地區內辦理的各項活動	0.729	0.699		
		A12	社區(或社團)活動的過程中，我會主動提供資訊或物質上的協助	0.712	0.630		
		A15	我瞭解並會運用地區內的任何設施或資源	0.685	0.587		
	社區認同	A2	我認為鄰居之間非常友善並且往來熱絡	0.771	0.721	1.073	8.939
		A8	辦大型的活動(例如文藝季、體育季)有助於提升本社區的知名度	0.736	0.578		
		A3	鄰居有事時，在能力許可下我會替他處理	0.736	0.631		
		A1	我會經常主動與鄰居打招呼	0.708	0.641		
		A7	我覺得身為本社區村民是一件很光榮的事	0.698	0.614		
		A4	自從住在本社區後，就未曾有搬離的念頭	0.667	0.549		

資料來源:本研究整理

4.2.2 活動認同之因素分析

本研究將量表活動認同中的 19 提問項進行探索式因素分析，經採最大變異數直交轉軸，且依照前述所設定之三項因素判斷準則，結果如表 4.4 在活動認同中，根據因素負荷量的得分結果刪除 5 題，問項分別為 8. 幫助當地農業產業發展(負荷量差距未超過 0.3)、10. 增加遊客與居民之互動(負荷量差距未超過 0.3)、12. 增加對農業文化了解(負荷量差距未超過 0.3)、13. 提升褒忠鄉之知名度與形象(共通性未達 0.5)、14. 文化交流機會增加(共通性未達 0.5)。萃取出兩個因素，累積解釋力達 74.957%，因素負荷量在 0.792~0.916 共通性也都大於 0.5。如表 4.4 所示

表 4.4 活動認同之因素分類表暨解釋變異量(樣本數:335)

研究構面	因子	編號	問項	因素負荷量	共通性	特徵值	解釋變異量(%)
活動認同 B	地區經濟與發展	B3	減少人口外流	0.887	0.787	6.662	47.587
		B1	增加居民就業機會	0.874	0.765		
		B6	促使環境改善	0.872	0.765		
		B4	增加當地所得	0.864	0.750		
		B2	提升生活水準	0.860	0.746		
		B7	外來投資增加	0.849	0.723		
		B5	促使地方公共建設興建與改善	0.840	0.708		
		B11	增加婦女就業機會	0.835	0.699		
		B9	增加戶外遊憩場所	0.792	0.692		
	生活環境	B16	增加噪音問題	0.916	0.848	3.832	27.370
		B17	垃圾及髒亂增加	0.905	0.824		
		B18	影響本地原本的生活作息	0.893	0.803		
		B15	促使本地交通混亂	0.858	0.737		
		B19	人際關係變的淡薄	0.843	0.711		

資料來源：本研究整理

4.2.3 活動涉入之因素分析

本研究將量表活動涉入中的 11 提問項進行探索式因素分析，經採最大變異數直交轉軸，且依照前述所設定之三項因素判斷準則，結果如表 4.5 在活動涉入中，根據因素負荷量的得分結果刪除 5 題，問項分別為 6. 在褒忠參與花鼓節是不能缺少的活動(負荷量差距未超過 0.3)、3. 花鼓節活動能帶給我不同於平日的樂趣(負荷量差距未超過 0.3)、5. 我會關心褒忠地區的花鼓節活動(負荷量差距未超過 0.3)、7. 我會藉由參加花鼓節活動來聯絡與親朋好友之間的感情(負荷量差距未超過 0.3)、9. 我樂於與朋友討論花鼓節活動的話題(負荷量差距未超過 0.3)。萃取出兩個因素，累積解釋力達 78.704%，因素負荷量在 0.747~0.901 且共通性素分類表暨解釋變也都大於 0.5。如表 4.5 所示

表 4.5 活動涉入之因素分類表暨解釋變異量(樣本數:335)

研究構面	因子	編號	問項	因素負荷量	共通性	特徵值	解釋變異量(%)
活動涉入 C	愉悅性與重要性	C10	舉辦花鼓節活動能提升地方知名度	0.896	0.830	3.689	61.488
		C11	花鼓節活動是推廣傳統技藝的文化傳承	0.883	0.796		
		C4	對我而言，花鼓節活動就是充滿快樂	0.830	0.804		
		C1	參加花鼓節的活動是會讓人感覺非常愉快的	0.747	0.682		
	象徵性	C2	參與花鼓節活動，對我的經濟收入有幫助	0.901	0.832	1.033	17.216
		C8	從花鼓節活動中所獲得的滿足感比工作還要多	0.824	0.778		

資料來源：本研究整理

4.3 信效度分析

本研究利用探索性因素分析與驗證性因素分析建立構面效度，而後採用 Conbach' s α 值檢驗研究變項與構面的一致性以確認其信度。

4.3.1 研究構面之 Conbach' s α 內部一致性檢驗。

本研究以 Conbach' s α 值檢驗研究變項與構面的信度值記錄在表 4.6 在社區意識方面，兩個因素的信度值分別為 0.908 與 0.875 整體量表為 0.929；在活動認同方面，兩個因素的信度值分別為 0.953 與 0.930 整體量表為 0.898；在活動涉入方面，兩個因素的信度值分別為 0.899 與 0.759 整體量表為 0.929。

整體來看，本研究的各構面信度值都超過 Nunnally(1978) 及 Hair 等人(1998)所建議接受之 0.7 以上，顯示各構面量表的信度良好，具有內部一致性，適合後續之研究工作。如表 4.6 所示

表 4.6 各構面之信度值分析結果(樣本數:335)

構面	因素	Conbach' s α	
社區意識	社區參與	0.908	0.929
	社區認同	0.875	
活動認同	地區經濟與發展	0.953	0.898
	生活環境	0.930	
活動涉入	愉悅性與重要性	0.899	0.929
	象徵性	0.759	

資料來源：本研究整理

4.4 描述型統計

本節將描述各變項之標準差及平均數，以瞭解褒忠鄉居民對於量表中各個題項之看法。平均數可觀察變項之集中情形，本研究以 5 點量表計分 1 分及 2 分為屬負向，4 分及 5 分為屬正向，3 分則表示看法中立；標準差則是用來了解，地方居民對於題項認知之差異程度，標準差越大，表示地方居民差異度越大，標準差越小則表示地方居民看法越相近。

4.4.1 社區意識量表

本研究之社區意識量表分為二個構面，分別為[社區參與]、[社區認

同]，社區意識的社區參與之平均的分為 3.551，社區認同為 3.942，說明褒忠鄉居民對於社區認同之態度較為社區參與高。

在社區參與的六個題項中，以題項 A15(3.657)之平均數最高，題項 A21(3.454)最低，且各題項之平均數皆達 3.454 以上，顯示褒忠鄉居民對於社區參與具正向看法，此構面之標準差皆小於 1 表示褒忠鄉居民對於活動參與之看法態度較為一致。在社區認同六個題中題項 A8(4.090)之平均數最高，題項 A21(3.749)最低，且各題項之平均數皆達 3.749 以上，顯示褒忠鄉居民對於社區認同具有正向看法，此構面之標準差皆小於 1 表示褒忠鄉居民對於活動認同之看法態度是較一致的。如表 4.7

表 4.7 社區意識描述性統計分析表

研究構面	因子	編號	問項	平均數	標準差	構面平均
社區意識 A	社區參與	A21	當其他地區的親友向我探詢本社區的歷史時，我能熟悉地說出	3.454	0.959	3.551
		A20	對於地區內的組織或社團活動我均非常清楚	3.466	0.921	
		A18	我會主動地與鄰居討論本社區內發生的事	3.543	0.924	
		A13	我會積極的參與地區內辦理的各項活動	3.620	0.887	
		A12	社區(或社團)活動的過程中，我會主動提供資訊或物質上的協助	3.567	0.903	
		A15	我瞭解並會運用地區內的任何設施或資源	3.657	0.875	
	社區認同	A2	我認為鄰居之間非常友善並且往來熱絡	4.000	0.833	3.942
		A8	辦大型的活動(例如文藝季、體育季)有助於提升本社區的知名度	4.090	0.908	
		A3	鄰居有事時，在能力許可下我會替他處理	3.830	0.901	
		A1	我會經常主動與鄰居打招呼	4.039	0.916	
		A7	我覺得身為本社區村民是一件很光榮的事	3.946	0.835	
		A4	自從住在本社區後，就未曾有搬離的念頭	3.749	0.988	

資料來源：本研究整理

4.4.2 活動認同量表

在活動認同部分，本研究之活動認同量表分為二個構面，分別為[地方經濟與發展]、[生活環境]。在活動認同中地方經濟與發展之平均的分為 3.551，生活環境為 3.333，表示褒忠鄉居民對於地方經濟與發展之看法比對生活環境之看法高。

在地方經濟與發展的九個題項中，以題項 B5(3.701)之平均數最高，題項 B3(3.414)最低，且各題項之平均數皆達 3.414 以上，顯示褒忠鄉居民對於地方經濟與發展具正向看法，但此構面之標準差皆大於 1 表示褒忠鄉居民對於地方經濟與發展之看法及態度有不一樣之觀點。在生活環境五個題中題項 B19(3.528)之平均數最高，題項 B15(3.257)最低，且各題項之平均數皆達 3.257 以上，顯示褒忠鄉居民對於生活環境具有正向看法，此構面之標準差皆大於 1.150 以上表示褒忠鄉居民對於生活環境之看法與態度有較大之分歧。如表 4.8 所示

表 4.8 活動認同描述性統計分析表(樣本數:335)

研究構面	因子	編號	問項	平均數	標準差	構面平均
活動認同	地區經濟與發展	B3	減少人口外流	3.414	1.077	3.551
		B1	增加居民就業機會	3.451	1.109	
		B6	促使環境改善	3.648	1.059	
		B4	增加當地所得	3.475	1.055	
		B2	提升生活水準	3.582	1.052	
		B7	外來投資增加	3.508	1.072	
		B5	促使地方公共建設興建與改善	3.701	1.041	
		B11	增加婦女就業機會	3.531	1.049	
		B9	增加戶外遊憩場所	3.654	1.026	
	B	生活環境	B16	增加噪音問題	3.308	1.157
B17			垃圾及髒亂增加	3.283	1.129	
B18			影響本地原本的生活作息	3.290	1.120	
B15			促使本地交通混亂	3.257	1.129	
B19			人際關係變的淡薄	3.528	1.150	

資料來源：本研究整理

4.4.3 活動涉入量表

在活動涉入部分，本研究之活動涉入量表分為二個構面，分別為[重要性與愉悅性]、[象徵性]。在活動涉入中重要性與愉悅性之平均的分為 3.551，象徵性為 3.333，表示褒忠鄉居民對於重要性與愉悅性之看法比對象徵性之看法高。

在重要性與愉悅性的四個題項中，以題項 C11(4.069)之平均數最高，題項 C4(3.836)最低，且各題項之平均數皆達 3.836 以上，顯示褒忠鄉居民對於重要性與愉悅性具正向看法，但此構面之標準差皆小於

0.937 表示居民對於重要性與愉悅性的看法具一致性在象徵性 2 個題項中 C8(3.480)之平均數最高，題項 C2(3.176)最低，且各題項之平均數皆達 3.176 以上，顯示褒忠鄉居民對於象徵性具有正向看法，而此構面之標準差皆大於 1.026 以上表示褒忠鄉居民對於象徵性之看法與態度有較不同之觀點。如表 4.9

表 4.9 活動涉入描述性統計分析表(樣本數:335)

研究構面	因子	編號	問項	平均數	標準差	構面平均
活動涉入 C	愉悅性與重要性	C10	舉辦花鼓節活動能提升地方知名度	4.000	0.935	3.955
		C11	花鼓節活動是推廣傳統技藝的文化傳承	4.069	0.937	
		C4	對我而言，花鼓節活動就是充滿快樂	3.836	0.925	
		C1	參加花鼓節的活動是會讓人感覺非常愉快的	3.916	0.882	
	象徵性	C2	參與花鼓節活動，對我的經濟收入有幫助	3.176	1.133	3.382
		C8	從花鼓節活動中所獲得的滿足感比工作還要多	3.480	1.026	

資料來源：本研究整理

4.5 驗證性因素分析

驗證性因素分析主要目的是在於檢驗潛在變項(Latent variables)和觀察變項(Manifest variables)之關係。為對觀察變項及潛在變項之因果模式做假說檢定，將驗證性因素分析與路徑分析結合，以探討變數間的線性

關係。本研究採 AMOS 18.0 檢定理論架構所提出之構念間的關係，並進行線性結構關係模式分析，以瞭解整體模適之關係。驗證性因素分析除可用來處理觀測變項與其潛在變數間的共變關係，亦檢測各構面的因素結構、收斂效度 (converget validity) 、區別效度 (discrimination validity) 。

4.5.1 收斂效度(converget validity)

收斂效度是用來檢測相同構念的觀測變項，彼此之間應具備高度的相關性。再測量模型之評鑑建議值，Joreskog & Sorobom(1989)及 Bentler & Wu(1993)建議標準化後殘差值過高或因素負荷量太低的題項應當刪除，保留標準化因素負荷量在 0.45 以上，各題項的多元相關平方值 (Squared Multiple Correlation,SMC) ，至少應大於 0.2(Joreskog & Sorobom,1989 ； Bentler & Wu,1993 ； 黃芳銘 ， 2004) 或 (Bagozzi&Yi,1998)0.50 以上。

本研究根據上述學者建議之各指標評鑑標準，對測量模型各題項之因素負荷量及顯著性 p 值加以檢測，當因素負荷量滿足 0.45 以上、SMC 值符合 0.20 以上，以及各估計參數因素負荷量 p 值大於 0.05，則代表此測量題項達顯著水準。除此之外，Fornell & Larker(1981)建議之個構面組合信度(Composite Reliability,CR)需高於 0.60 Bagozzi&Yi(1998)建議平均變異萃取量(Average Variance Extracted,AVE)需高於 0.50。

各構面之驗證性因素分析結果如下：

1. 社區意識

本研究將社區意識分為[社區參與]及[社區認同]兩個因素，經由 AMOS 18.0 分析結果如表 4.10 各因素負荷量 SFL 中，最低為 0.648 最高為 0.841，皆達 0.45 以上的標準，且 p 值皆大於 0.05 的顯著水準。在組合信度方面之分析 CR 值皆高於 0.8 之高標準值，分別為 0.909 及 0.879。而潛在變項之變異數抽取量 AVE 值各為 0.624 及 0.548 皆符合 Bagozzi & Yi(1998)所建議的 0.5 之標準值之上，各題項之多元相關平方值 SMC 值亦高於 0.2 之標準以上，SMC 值介於 0.420~0.707，因此社區意識之驗證性因素分析結果良好，兩個因素之潛在變項都具有良好的收斂效度。如表 4.10 所示

表 4.10 社區意識驗證性因素分析結果

研究構面	測量變數	SFL	t	SE	SMC	EV	α	CR	AVE
		標準化因素負荷量	t 值	標準誤	多元相關平方	誤差變異數	信度值	組合信度	變異數抽取量
社區意識 A	社區參與						0.908	0.909	0.624
	A21	0.821	17.914	0.085	0.674	0.326			
	A20	0.785	16.387	0.056	0.616	0.384			
	A18	0.841	18.085	0.055	0.707	0.293			
	A13	0.812	17.195	0.053	0.659	0.341			
	A12	0.755	15.538	0.056	0.570	0.430			
	A15	0.720	14.568	0.055	0.518	0.482			
	社區認同						0.875	0.879	0.548
	A2	0.833	18.139	0.038	0.694	0.306			
	A8	0.648	12.664	0.067	0.420	0.580			
	A3	0.749	15.299	0.064	0.561	0.439			
	A1	0.782	16.217	0.064	0.612	0.388			
	A7	0.73	14.786	0.059	0.533	0.467			
	A4	0.684	13.573	0.073	0.468	0.532			

資料來源:本研究整理

2. 活動認同

本研究將活動認同分為[地方經濟與發展]與[生活環境]兩個因素，由表 4-11 可看出，各因素負荷量 SFL 中，最低為 0.754 全部介於 0.754~0.911 間，皆達 0.45 以上的標準，p 值皆大於 0.05 的顯著水準。在組合信度方面之分析 CR 值皆高於 0.8 之高標準值，分別為 0.954 及 0.931。而潛在變項之變異數抽取量 AVE 值則為 0.695 及 0.730 皆符合 Bagozzi & Yi(1998)所建議的 0.5 之標準值之上，各題項之多元相關平方值 SMC 值亦高於 0.2 之標準以上，SMC 值介於 0.569~0.830，因此活動認同之驗證性因素分析結果良好，代表兩個因素之潛在變項都具有良好的收斂效度。如表 4-11 所示

表 4.11 活動認同驗證性因素分析結果

研究構面	測量變數	SFL	t	SE	SMC	EV	α	CR	AVE
		標準化因素負荷量	t 值	標準誤	多元相關平方	誤差變異數	信度值	組合信度	變異數抽取量
活動認同 B	地方經濟與發展						0.953	0.954	0.695
	B3	0.880	20.312	0.047	0.774	0.226			
	B1	0.866	22.380	0.045	0.750	0.250			
	B6	0.852	21.667	0.044	0.726	0.274			
	B4	0.852	21.633	0.044	0.726	0.274			
	B2	0.854	21.762	0.044	0.729	0.271			
	B7	0.817	19.947	0.046	0.667	0.333			
	B5	0.817	19.965	0.045	0.667	0.333			
	B11	0.806	19.493	0.046	0.650	0.350			
	B9	0.754	17.352	0.047	0.569	0.431			
	生活環境						0.930	0.931	0.730
	B16	0.911	21.362	0.049	0.830	0.170			
	B17	0.897	25.351	0.038	0.805	0.195			
	B18	0.862	23.172	0.040	0.743	0.257			
	B15	0.812	20.404	0.043	0.659	0.341			
	B19	0.784	19.074	0.045	0.615	0.385			

資料來源:本研究整理

3. 活動涉入

本研究將活動涉入分為[愉悅性與重要性]及[象徵性]兩個因素，如

表 4-12 各因素負荷量 SFL 中，最低為 0.687 最高為 0.895，皆達 0.45 以上的標準，且 p 值皆大於 0.05 的顯著水準，在組合信度方面之分析 CR 值部分高於 0.8 之高標準值，部分雖未達 0.8 之高標準但亦達 0.6 標準之上且接近 0.8 之高標準，分別為 0.900 及 0.775。而潛在變項之變異數抽取量 AVE 值為 0.693 及 0.636 皆符合 Bagozzi&Yi(1998)所建議的標準值 0.5 以上，各題項之多元相關平方值 SMC 值亦高於 0.2 之標準以上，SMC 值介於 0.472~0.801，因此活動涉入之驗證性因素分析結果良好，其兩個因素之潛在變項亦都具有良好的收斂效度。如表 4-12 所示

表 4.12 活動涉入驗證性因素分析結果

研究構面	測量變數	SFL	t	SE	SMC	EV	α	CR	AVE
		標準化因素負荷量	t 值	標準誤	多元相關平方	誤差變異數	信度值	組合信度	變異數抽取量
活動涉入 C	愉悅性與重要性						0.899	0.900	0.693
	C10	0.866	19.282	0.042	0.750	0.250			
	C11	0.829	18.708	0.051	0.687	0.313			
	C4	0.863	19.907	0.050	0.745	0.255			
	C1	0.767	16.586	0.050	0.588	0.412			
	象徵性						0.759	0.775	0.636
	C2	0.687	11.803	0.062	0.472	0.528			
	C8	0.895	8.918	0.132	0.801	0.199			

資料來源:本研究整理

4.5.2 區別效度(discrimination validity)

區別效度是指兩個不同的構面在特徵值方面之差異程度，本研究藉由比較各個變數量表平均萃取變異量的平方根及相關係數，來驗證研究模式之區別效度(Fornell & Larker,1981)。由表 4.13 可知，只有社區參與及社區認同之相關係數值 0.825 高於 AVE 之平方根 0.780，其餘各構面之平均萃取變異量的平方根皆大於該構面與其他構面的相關係數，表示本研究模式構面兼具有一定之差異程度意即本構面量表具良好的區別效度。如表 4.13 所示

表 4.13 區別效度分析結果

構面		項目數	相關係數					
			社區認同	社區參與	生活環境	地方經濟與發展	象徵性	愉悅性與重要性
社區意識	社區認同	6	0.780					
	社區參與	6	0.825	0.74				
活動認同	生活環境	5	0.284	0.162	0.830			
	地方經濟與發展	9	0.412	0.404	0.102	0.695		
活動涉入	象徵性	2	0.233	0.242	-0.041	0.630	0.810	
	愉悅性與重要性	4	0.227	0.215	0.114	0.514	0.656	0.774

註 1：非對角線位置，為各構面之 Pearson 相關係數值。

註 2：對角線之值為此一潛在變數之平均變異抽取量 (AVE) 的平方根。

資料來源：本研究整理

4.6 整體模式驗證檢定

本研究採用結構方程模型驗證整體模式之交互關係，亦檢定社區意識、活動認同及活動涉入之交互關係。結構方程模型不僅可同時處理一系列依變項之間的關係，更納入了計量經濟學之聯立方程式及結合路徑分析(Path Analysis)與統計學中的因素分析(Factor Analysis)，因此非常適合探討本研究之理論模式的因果關係。

4.6.1 整體結構驗證檢定

依據本章 4.4、4.5 之分析結果，本研究各構面的信度、收斂效度及區別效度均達可接受之水準值，為求研究更佳的嚴整性與整體結構的適配性，因此對整體結構進行驗證檢定，其結果如下：

4.6.2 整體模式配適度

整體模適配適度評鑑的目的在於檢定整各模式與觀察資料的配適程度。本研究以絕對配適檢定、增量配適檢定及精簡配適檢定，三個面向檢定模式之外再品質，評估研究模型整體配適度是否良好。

1. 絕對配適檢定

在進行整體模適驗證過程中，依據研究假設建構之初始模式進行估

算，所得模式之整體配適度指標，如表 4-14 所示。由分析結果可知，透過結構方程模式分析時， X^2/df 的值小於 5 屬可接受範圍，小於 3 則表示結果十分良好，本研究初始衡量模式的 X^2/df 值為 2.285，小於 3 故適配結果良好。除 GFI (Goodness of Fit Index) =0.835 接近理想數值，AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) =0.805、RMR (Root Mean Square Residual) =0.073、RMSEA (Root Mean Square of Approximation) =0.062 皆在理想數值中。

2. 增量配適度

此檢定是比較研究者提出之因果模式與另一模式配適度差異的統計量。常用衡量指標及本研究結果如表 4-14，NFI(Normed Fit Index) =0.885、RFI(Relative Fit Index) =0.872、IFI(Incremental Fit Index) =0.932、CFI(Comparative Fit Index) =0.932 亦皆在理想數值之中。

3. 精簡配適檢定

精簡配適檢定在研究中常見之衡量指標有兩項 PNFI(Parsimony Normed Fit Index)至少需大於 0.5 與 PGFI(Parsimony Goodness of Fit Index)以大於 0.5 為佳，此乃結構方程模式分析結果達某一水準配適度，因果模式中所應估計的參數之簡要程度。本研究之 PNFI 為 0.796、PGFI 為 0.706 皆大於 0.5 如表 4-14 顯示本研究所建構的模式應是一個精簡之模式。

依據上述各項綜合指標判斷，各項指標大致都在理想數值內，顯示本研究所提出之理論模型已達良好之適配標準。

表 4.14 整體模式配適度指標檢定結果

適配評鑑指標	檢定結果	理想數值	模型配適判斷
絕對適配度指標	1019.083	越小越好($P > \alpha$ 值)	
χ^2	2.285	<3(Hair,Anderson,Tatham&Black,1988)	是
χ^2/df	0.835	>0.8(Hu & Bentler,1993)	是
GFI	0.805	>0.8(Hu & Bentler,1993)	是
AGFI	0.073	<0.08(Hu & Bentler,1993)	是
RMR	0.062	<0.08(MacCallum,Browne&Sugawarw,1996)	是
RMSEA			
增值適配度指標	0.885	>0.9(Bentler & Bonett ,1980)	否
NFI	0.872	>0.9	否
RFI	0.932	>0.9(Bentler & Bonett ,1980)	是
IFI	0.932	>0.9(Bentler & Bonett ,1980)	是
CFI			
精簡配適度指標	0.706	>0.5(Mulaik, James, Van Bennett,Lind,& Stilwell,1989)	是
PGFI	0.838	>0.5	是
PCFI	0.797	>0.5(Hu & Bentler,1993)	是
PNFI			

資料來源：本研究整理

4.6.3 假設驗證與討論

本研究依據該實證分析結果之結論如下：

本研究所建構之整體模式路徑配置圖，如圖 4.1 所示，顯著水準在 0.05 的標準以下，各路徑相關係數之數值直接標於該線上。

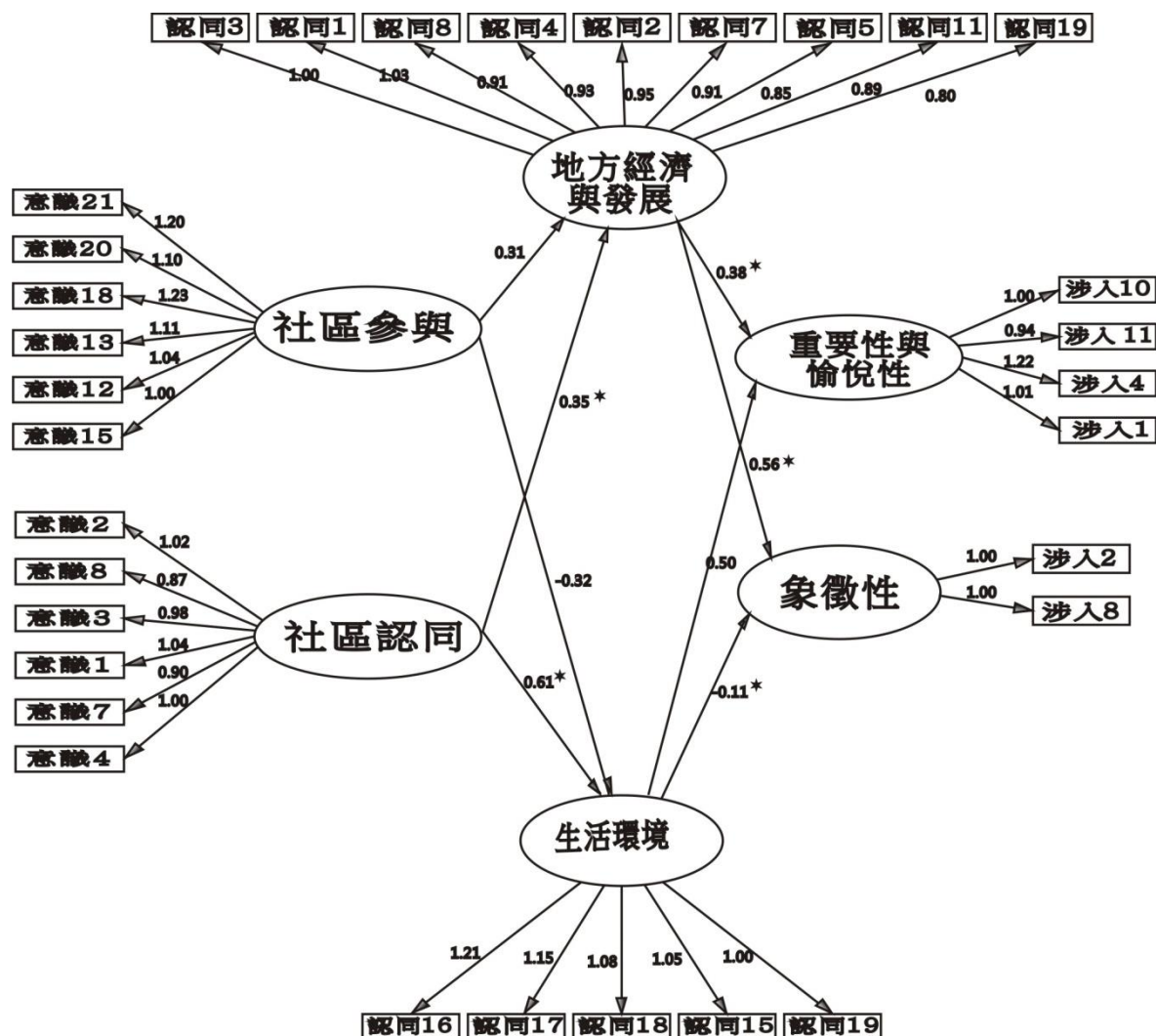


圖 4.1 整體關係模式路徑圖

a.*表示 $\alpha=0.05$ 時，達統計之顯著水準。

b. 配適度指標： $X^2/df=2.285$, $GFI =0.835$, $AGFI =0.805$, $NFI=0.885$,
 $CFI=0.932$, $RMR =0.073$, $RMSEA =0.062$

依據整體模式路徑路徑係數分析，整體而言居民的社區意識愈高影響活動認同度就越高，活動認同度越高者對於活動涉入亦越深入。

研究假設一、褒忠鄉居民之社區意識對其花鼓節活動認同感具有顯著影響。

社區意識包含兩項因素社區參與及社區認同。社區意識之社區參與對活動認同之地方經濟與發展的路徑值為 0.31($t=1.750$)，社區意識之社區參與對於活動認同之生活環境的路徑為-0.32($t=-1.828$)，表示褒忠鄉居民社區意識之社區參與對活動認同並無顯著性之影響。社區意識之社區認同對地方經濟與發展的路徑值為 0.35($t=2.140$)，社區意識之社區認同對活動認同之生活環境的路徑 0.61($t=3.631$)，顯示褒忠鄉居民之社區認同對活動認同達顯著性之影響。

本研究整體樣本數 335 份中，因部分受訪者並未參與社區活動，亦有部分受訪者對於花鼓節活動表示只參觀遊行或晚會，並未深入了解花鼓節活動舉辦之意涵，在文獻探討中，林瑞欽（1994）中亦提到社區居民對社區意識有正負面的看法及觀點，有參與社區活動者對於社區意識多為正面，對於社區活動參與涉入較少者會負面影響出現，故在社區參與部分因有參與社區活動之受訪者有限，又有部分受訪者持負面看法，以致在社區參與部分未達顯著水準。而在社區意識之社區認同對於對活動認同的兩個因素皆達顯著水準，則說明受訪者社區意識之社區認同度

愈高對於活動認同之程度越高，且多數受訪者對於花鼓節活動持正面並肯定其活動。國內學者徐震(1979)將「社區意識」定義為居住於某地區的人對這個地區及其居民有一種心理上的認同與融合。蔡祈賢(1996)之社區意識是社區居民將社區之成就視為自己的榮譽對社區產生認同感及歸屬感。認同感為測量社區意識重要的指標(朱盈蒨、汪文政，民99)。綜合以上之結果與討論支持研究假設一。

活動認同包含地方經濟與發展及生活環境兩個因素。活動認同之地方經濟與發展對於活動涉入之重要性與愉悅性的路徑值為 0.38($t=8.687$)達顯著水準、活動認同之地方經濟與發展對於活動涉入之象徵性的路徑值為 0.56($t=9.609$)達顯著水準。活動認同之生活環境對活動涉入之重要性與愉悅性的路徑值為 0.50($t=1.135$)未達顯著水準、活動認同之生活環境對於活動涉入之象徵性的路徑值為-0.11($t=-2.062$)達顯著水準。

在未達顯著水準的部分，活動認同之生活環境對活動涉入之重要性與愉悅性，從問卷中得知，對花鼓節活動無論有無參與及認同度較高或低之地方居民對於花鼓節活動期間生活上所帶來的負面影響大致上認為可以接受體諒，故在此部分未達顯著標準。除此之外其他各項因素皆達顯著水準根據以上之結果與討論，支持研究假設二。整理結果如表 4.15 所示。

表 4.15 整體路徑關係檢定表

假設		路徑		路徑值	t 值	顯著性	假設成立與否
H1	社區意識	→	活動認同				部分成立
	社區參與	→	地方經濟與發展	0.310	1.750	不顯著	
	社區參與	→	生活環境	-0.320	-1.828	不顯著	
	社區認同	→	地方經濟與發展	0.350	2.140	*	
	社區認同	→	生活環境	0.610	3.631	***	
H2	活動認同	→	活動涉入				部分成立
	地方經濟與發展	→	重要性與愉悅性	0.380	8.867	***	
	地方經濟與發展	→	象徵性	0.560	9.609	***	
	生活環境	→	重要性與愉悅性	-0.110	-2.062	*	
	生活環境	→	象徵性	0.500	1.135	不顯著	

註 1：「***」表示在顯著水準 $P < 0.001$ 時顯著。

註 1：「**」表示在顯著水準 $P < 0.005$ 時顯著。

註 1：「*」表示在顯著水準 $P < 0.05$ 時顯著。

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

本研究之主要目的在探討褒忠鄉居民的社區意識對花鼓節活動的認同及涉入程度三者間之影響關係。本章依據本研究理論之建構及目的為發展之基礎，經實證分析彙整出研究結果並提出結論與建議。期能提供各相關部門參考並對後續研究者提出將來可繼續探討之方向。

5.1 結論

本研究在研究方法上採問卷調查法收集取樣，對獲得之有效樣本 335 份以 SPSS18.0 及 AMOS18.0 進行分析研究結果，以結構方程模式驗證假設。本章節依據前章之分析結果，彙整成以下結論：

5.1.1 花鼓節活動之社區意識

褒忠居民對於社區意識兩個構面的分析中，平均數都相當的高，顯示居民的社區意識高，其中居民對於社區認同比起社區參與還來的高，表示居民因花鼓節活動對社區的情感、認同有加分的效果，居民的社區參與之平均數雖然沒社區認同的高，但花鼓節活動對於社區居民之參與行為亦是有影響性的。

5.1.2 花鼓節活動之活動認同

從褒忠居民對於活動認同的分析來看，兩個構面的平均分數都很高，就整體來說，居民對於花鼓節活動具有一定的認同度，地方經濟與

發展的平均數較生活環境高，應是因舉辦花鼓節活動能為地方帶來較具實質意義的環境及經濟上的改善，而生活環境所帶來的影響在地方上居民來說並非都持正向看法，所以生活環境的部分，居民的認同度就沒那麼高。

5.1.3 花鼓節活動之活動涉入

褒忠居民對於花鼓節活動之活動涉入分析中，兩個構面的平均數都很高，顯示居民對花鼓節活動的涉入程度，整體而言是很不錯的，其中以重要性與愉悅性分數較高，代表居民對於由傳承、推廣花鼓文化所帶來的情感認知是較高的，而在象徵性的部分可能是因褒忠近年雖致力於推廣花鼓文化，但卻沒能做出真正具地方色彩，能代表地方特色的形象或商品，故在象徵性來講就稍嫌薄弱了些。

5.1.4 社區意識對活動認同之影響

社區意識的重要指標在於對社區的認同及參與；社區參與是一需實際性參加活動的一種行為，而社區認同是一無形的對社區之認同與歸屬的一種情緒。由本研究的分析結果得知，褒忠鄉居民的社區參與對其花鼓節之活動認同並無顯著性影響。然而褒忠鄉居民的社區認同對於花鼓節之活動認同確有顯著性影響。這結果與顏宏旭 1994、Caneday & Zeiger 1991 的研究結果一致。這說明社區認同對於居民對花鼓節活動之認同，遠比社區參與的影響力大。而這或許是因為認同感是一種長期累

積的情感，尤其對於文化活動的認同更是一個人從小即接觸自身所在的在地性文化，因而無形中在心中慢慢醞釀而成的(黃俊傑，2000)。這也意味，節慶活動是一種長遠的投資，必須讓當地居民從小就能認識此活動，並能將其視為生活的一部分，並將活動的意義與價值內化於個人心中成為一種共同記憶與文化。

5.1.5 活動認同對活動涉入之影響

本研究分析發現具有高度社區認同之居民普遍對花鼓節活動具有高度認同感，同時也影響其正面之參與程度。由其結果可見，如何提升居民對於活動之認同，將可能增加居民的參與及投入。這結果如同劉照金、李晉豪、林子恩(2011)的研究發現，活動認同度是影響活動涉入之最大因素。而這也說明如同陳元陽(2007)之研究中所提到，對於具民間信仰的節慶活動認同程度較高，會是地方居民聯絡情感及行動力的主要來源。由李培菁(2006)的研究亦可說明，居民對於與廟會相關之活動會較為投入，是因廟會慶典是地方居民生活、文化、信仰之中心亦是居民精神的寄託，而參與活動的態度更從金錢與物質的支持轉向願意投入精神實際的參與。

5.2 實務建議

從本研究結果得知，提升居民對社區的認同，將可能提升居民對

節慶活動的認同，進而影響其對活動的涉入程度。換句話說，想要讓地方居民對節慶活動有其認同感，並願意積極參與活動必須提高居民的社區認同。因此，如何提高居民之社區認同，以期提升居民對於節慶活動之認同，進而增加居民參與活動之熱忱是推動節慶活動相當重要的因素。而社區認同是一種長期累積對社區的情感與價值認同，因此必須長期存在於生活之中的一種文化或價值觀，也必須是永續傳承與經營的一種精神。因此，如何在社區生活與文化中建立此種認同，從小紮根或許是相當重要的教育工作。同時，如何讓節慶活動融合地方產業與文化特色，也是連結地方認同與活動的好方法。基此，本研究提出以下建議：

1. 引發居民之興趣，增加可使居民能一同參與同樂之項目，最好是
可以增進親子互動，或協力完成的，更能吸引親人、好友一同參與。例如可在平日常舉辦花鼓教學活動或在中小學成立花鼓隊，邀請花鼓老師現場教學提供體驗花鼓活動、介紹花鼓的由來，史
文化能藉著教育從小扎根，讓地方居民對花鼓文化能有更進一步
的了解，進而願意參與推廣。
2. 讓地方產業融入節慶活動，例如，花鼓節活動結合地方特色產業
提升經濟效益。不僅推展花鼓文化更能推廣地方特色農產，增加
農民收入亦可藉此提高農民對花鼓活動之認同。
3. 讓地方特色加入節慶活動，將節慶活動推展成地方文化產業，進

而產生地方共識與認同。例如雲林縣褒忠鄉有鄧麗君幼時故居，古厝、日治時期的-埔姜崙老街，又有捏麵達人許銘芳大師、素人雕刻家柯台位先生等褒忠鄉的重要的文化資產。若能將這些資產結合花鼓圖樣或地方文創產品製作，將可能製造故事性吸引居民關注，加強花鼓節活動之文化意涵，凸顯文化創意之元素，創造地方特色，以期增進居民的認同。

4. 若能有可象徵褒忠鄉的標誌(或圖案)對於社區的發展是有利的，如以地方節慶與地方色彩設計出屬於褒忠鄉，能象徵代表褒忠鄉形象特色的意象，做為對外活動表徵亦可增加褒忠鄉之能見度。
5. 可規劃增加公共設施及地方居民、社團活動之場所，以利居民情感聯繫、文化交誼及地方居民有更多休閒遊憩之地方。

5.3 後續研究建議

本研究針對未來學術研究建議如下

本研究僅針對褒忠居民的社區意識、對花鼓節活動認同及活動涉入做研究，並未與舉辦花鼓節活動相關單位接觸以致無法了解花鼓節活動單位舉辦花鼓活動知確切目的及目標，建議可與舉辦花鼓節活動之相關單位訪談諮詢，以更深入了結活動舉辦之目標。

- 1.本研究僅以量化方式進行施測，較無法真實瞭解地方居民心裡真

- 正想法，因而建議後續研究可考慮增加質化研究方式，從中應更能了解地方居民的感受與想法。
- 2.本研究只使用問卷施測，且採滾雪球方式施測，故樣本相同性甚高，若能樣本數再增加質性訪談及以其他抽樣方式做研究，相信結果會更具意義與效益。
- 3.本研究以結構方程式驗證褒忠居民的社區意識、對花鼓節活動認同及活動涉入之影響關係線性結構模式，建議後續研究者可針對其他變項加以探討相關議題。



參考文獻

一、中文部份

王裕平 (2002) , 消費者涉入程度、產品類別與推薦式廣告之溝通效果研究-以休閒運動類產品為例 , 國立台灣師範大學運動與休閒管理學系碩士論文, 未出版, 台北市。

王育群 (1999) , 活化節慶活動、增加觀光吸引力 , 東方工商專校觀光事業科學術研討會, 7-16。

朱員浩、黃振家、王安民、林立勳、鄭兆倫、康廷嶽、謝佩玲(2013) ,

財團法人商業發展研究院-我國大型地方節慶活動發展策略

之研究 , 行政院研究發展考核委員會編印

何致中 (2005) , 宜蘭地區地方特質與認同政治間的關連 , 育達

學報 , 9 期 , 223-245。

吳萬益 (2011) , 企業研究方法 , 四版 , 台北:華泰文化。

吳坤良(1999) , 老人的社區參與動機、參與程度與生活適應之相關研

究 , 高雄師範大學碩士論文。

李培菁(2006) , 民俗節慶活動認同感與贊助意願之研究-以大甲媽祖文化

節為例 , 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。

李茂能 (2011) , 圖解 AMOS 在學術研究之應用 , 二版 , 台北:五南圖

書出版股份有限公司。

李宜霖(2004)，美濃地區居民參與文化節慶活動動機與效益認知之研究彰化，大葉大學休閒事業管理系碩士論文。

沈進成、曾慈慧、林映秀(2008)，遊客休閒涉入、體驗、依戀影響之研究—以南投水里蛇窯陶藝文化園區為例，新竹教育大學人文社會學報創刊號(2008)，113-132。

林振春(1998)，社區營造的教育策略，台北:師大書苑。

林秀碧、潘成婷、陳惠芳、黃曉令(2011)，永康市民眾社區意識與社區健康參與之影響因素研究，嘉南學報，37期，403-415。

林瑞欽(1994)，社區意識的概念、測量與提振策略，社會發展研究學刊，1期，1-21。

林秋雄(2001)，清水變雞湯南瀛產業文化節慶與在地資源營造，臺南:臺南縣文化局。

邱秀香、廖翊雅、傅姿蓉(2012)，臺灣海洋文化節慶活動效益之探討—以高雄縣彌陀鄉虱目魚文化節為例，國立高雄海洋科技大學學報，26期，19-38。

施教裕(1997)，社區參與的理論與實務，社會福利，129期，2-8。

夏鑄九(1999)，市民參與和地方自主性，臺灣的社區營造，城市與設計學報，9(10)，175-185。

夏鑄九(2007)，做為社會動力的社區與城市，全球化下對社區營造

的一點理論上的思考，臺灣社會研究，65期，227-247。

徐震(1995)，論社區意識與社區發展，社會建設，90期，4-12。

徐震(2001)，社區與社區發展，臺北市：正中書局。

康雲山(2012)，台南通識電子報，32期，台南科技大學通識教育中心。

張睿昇 王金成 劉亞文 張鈴雅(2011)，民宿服務品質、顧客滿意度與顧客認同度之探討-以三義炭鄉八八民宿為例，2011年國際體育運動與健康休閒發展趨勢研討會專刊。

張德慶 (2004)，節慶活動之服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關研究-以墾丁風鈴節為例，靜宜大學觀光事業系暨研究所碩士論文。

張翔竣 (2008)，參與大甲媽祖文化節遊客之涉入程度、遊客體驗與忠誠度關係研究。碩士論文，雲林縣，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士班。

張睿昇 王金成 劉亞文 張鈴雅(2011)，民宿服務品質、顧客滿意度與顧客認同度之探討，2011年國際體育運動與健康休閒發展趨勢研討會專刊，634-653。

梁恩嘉(2002)，大部花鼓陣對社區居民意識之覺醒，國立中正大學成人國際教育研究所碩士論文。

許淑敏、邱啟潤(1999)，社區參與之概念及其應用，領導護理，3(1)，13-18。

陳其南(1996)，社區營造與文化政策。理論與政策，10(2)，109-116。

陳其南(1996)，終生學習與社區總體營造，社區成人教育學術研討會，高雄：國立高雄師範大學成人教育教育所。

陳彥仲等著(2003)，台灣的藝陣，遠足文化。

陳璋玲、吳政隆、林惠鈴(2009)，七股生態旅遊市場區隔之研究—以涉入為區隔變數，管理實務與理論研究，3(1)，19-31。

陳元陽(2007)，地方居民環境居住經驗、社區意識及參與態度分析，管理實務與理論研究，1(3)，43-64。

彭逸芝 (2005)，遊憩自行車使用者之遊憩涉入與地方依附關係之研究。銘傳大學觀光研究所碩士論文，未出版，台北。

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，台灣省政府交通處旅遊局。

馮玖玲 (2002)，文化是好生意—Culture is good business，臺北：臉譜出版社。

黃源協、劉素珍、莊俐昕、林信廷(2010)，社區社會資本與社區發展關聯性之研究，公共行政學報，34：29-75。

黃源協、蕭文高、劉素珍(2007)，社區意識及其影響因素之探索性

研究，社會政策與社會工作學刊，11（2）：1-33。

黃富順(2000)，我國回流教育的政策與實施，成人教育雙月刊，56，
31-38。

黃芳銘(2003)，結構方程模式:理論與應用，臺北:五南圖書。

黃芳銘(2006)，結構方程模式:理論與應用(第四版)，台北市:五南文
化。

黃文博(2000)，台灣民間藝陣，常民文化。

楊志義（2005），節慶活動之觀光行銷策略—以宜蘭國際童玩藝術節
為例。海峽兩岸學術觀光研討會。

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。

劉照金、李晉豪、林子恩(2011)，影響台灣民眾對地方節慶活動忠誠
度及效益認知之相關因素，運動休閒管理學報，8(1)，32-47。

劉銓芝（2004），產業文化資產的保存與再創造，發現咱的新寶貝—
文建會產業文化資產巡迴宣導專題講座實錄彙編，台北：行政院
文化建設委員會。

蔡祈賢(1996)，社區意識與社區發展，社會福利，112，21-26。

盧禹聰（1999），一個模範都市社區之社區意識形成過程研究—以台
南市金華社區為例，台南：國立成功大學政治經濟研究所碩士論

文。

謝宗恆（2003），文化遊憩涉入與場所依戀關係之研究-以北埔地區遊

客為例，私立東海大學景觀學系碩士論文，未出版，台中。

顏宏旭(1994)，金門地區觀光發展認知衝擊之研究，中興大學園藝學

研究所碩士論文。

顏妙桂譯（2002），休閒活動規劃與管理，桂魯有限公司，台北。



二、英文部分

Abbott, J.(1995),Community Participation andIts Relationship to Community Development,Community Development Journal,30(2), 158-168.

Allen, J. O'Toole, W. Harris, R. & McDonnell, I. (2008),Festival and Special Event Management. (4th) Milton, Qld.: John Willey & Sons Australia.

Ap, J. & Crompton, J. L. (1993), Residents' strategies for responding to tourism impacts,Journal of Travel Research, 31(2),47-50.

Ap, J. & Crompton, J. L. (1998),Developing and testing a tourism impact scale,Journal of Travel Research, 37(2),120-130.

Bagozzi, R. P. & Yi, Y.(1988), On the Evaluation of Structural Equation Models, Journal of the Academy of Marketing Science,Vol.16,No.1, pp. 74-94.

Bentler,P. M. & Wu,E. J. C. (1993) ,EQS/Windows User 's guide, Los Angeles:BMDP Statistical Software.

Blackwell,R.D.,Miniard,P.W.,&Engel,J.F.(2006), Consumer Behavior, 10thed.Mason, OH:Thomson Higher Education.

Bourdieu, P. (1997), "The forms of capital." In Halsey, A. H., H. Lauder, P.Brown and A.Stuart Wells (Eds.), Education, culture, economy and society. Oxford: Oxford University Press.

Bullaro, J. J., & Edginton, C. R. (1986),Commercial leisure services: managing for profit, service, and personal satisfaction. New York: Macmillan.

Butler, R. W. (1975),Tourism as an agent of social change. In Dept. of

Geography (Ed.), International Geographical Union's Working Group on Geography of Tourism and Recreation (pp. 85-90).

Ontario: Trent University, Peterborough.

Castells & Mannel (2002), The Power of Identity, 1-77

Canedy, L., & J. Zeiger, (1991), The Social, economic, and environmental costs of tourism to a gaming community as perceived by its residents. Journal of Travel Research, 30(fall), 45-49.

Chen, X. M., Keithly, J. S., LaRusso, N. F., & Paya, C. V. (2002),

Cryptosporidiosis. New England Journal of Medicine, 346, 1723

禡 1731.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001), Consumer behavior (9th ed.). FL: Harcourt College Publishers.

Fornell, C. R. & Larcker, D. F. (1981), Evaluating Structural Equation Models with Unobservable and Measurement Error, Journal of Marketing Research, Vol. 18, pp. 39-50.

Getz, D. (1989), Special events: Defining the Product. Tourism Management, June, 125-137.

Getz, D. (1991), Festivals special events and tourism. New York: Van Nostrand Reinhold.

Hall, C. M. (1992), Hallmark Tourist Event: Impacts, Management, Planning, London: Belhaven press.

Hall, S., (1996), Questions of cultural identity. London: Sage Publications, 1-17.

Havitz, M. E. & Howard, D. R. (1991), Testing the Involvement Profile (IP) Scale in the context of selected recreational and

- tourist activities. Journal of leisure research, 23(1), 51-66.
- Hawkins, Mothersbaugh, D.L., & Best, R.J. (2007), Consumer Behavior, 10th ed. Mason, New York, NY: McGraw Hill Companies.
- Iso-Ahola, S. E. (1980), The social psychology of leisure and recreation. Dubuque, IA: William C. Brown.
- Jackson, R., (1997), Making special events fit in the 21st century. USA: Sagamore Publishing.
- Jago, L.K. & Shaw, R.N. (1998), Special Event: A Conceptual and Definitional Framework. Festival Management & Event Tourism, Vol.5, No.12, pp.21-32.
- Joreskog, K.G. & Sorbom, D. (1989), LISREL 7: A guide to the program and applications, Chicago: SPSS Inc.
- Joy, Annamma and Sherry, John F. (2003), Speaking of art as embodied imagination: A multisensory approach to understanding aesthetic experience. Journal of Consumer Research, Gainesville: Sep. Vol. 30, Iss. 2, 259.
- Kaiser, H.F. (1974), An index of faction simplicity, Psychometrika, 39, 31-36.
- McDonnell, I., Allen, J. & O'Toole, W. (1999), Festival and special event management, Milton: John Wiley & Sons.
- McIntyre, N. (1989), The personal meaning of participation: Enduring involvement. Journal of leisure research, 21(2), 167-179.
- Otto, J.E. & Ritchie, J.R.B. (1996), The service experience in tourism. Tourism Management, Vol.17, No.3, pp165-174.
- Parsons, Talcott (1951), The Social System, Glencoe Free Press.

- Robert Jackson. (1997), Making special events fit in the 21st century
champaign, IL sagamore pub.
- Roche, M. (1994), Mega-events and urban policy. Annals of Tourism
Research, 21(1), 1-19.
- Rothschild, M. L. (1984), Perspectives on involvement: Current
problems and future direction. Advances in consumer research, 11,
216-217.
- Saraon, S. B. (1974), The Psychological Sense of Community: Prospects for
a Community Psychology. San Francisco: Jossey-Bass, 28(2) :
175-199
- Selin, S. & Howard, D. (1988), Ego involvement and leisure behavior: A
conceptual specification. Journal of Leisure Research, 20, 237-244
- Sheng, Y. K. (1989), Community Participation in Low-income Housing
Projects: problems and prospects. Community Development Journal,
25(1) : 56-65.
- Slama, M. E., & Tashchian, A. (1985), Select socioeconomic and
demographic characteristics associated with purchasing
involvement. Journal of marketing, 49(1), 72-82.
- Uysal, M., Gahan, L. W. & Martin, B. (1993), An examination of event
motivations : a case study. Festival Management and Event Tourism,
1(1), 5-10.
- Vaske, J. (2001), Place Attachment and Environmentally Responsible
Behavior. The Journal of Environmental Education, 32(4) : 16-21.
- Willim, F.T (1997) ,Global Tourism :The next decade, London:

Butterworth Heinemann.

Zaichkowsky, J. L. (1985), Measuring the involvement construct. Journal of Consumer Research, 12, 341-352.



三、網路資料

MBA智庫百科社會資本理論，線上檢索日期:2014年4月22日

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E8%B5%84%E6%9C%AC%E7%90%86%E8%AE%BA>

台灣觀光學院數位教材中心，線上檢索日期:2014年3月29日網

址:<http://ibook.tht.edu.tw/>

褒忠鄉公所全球資訊網，線上檢索日期:2014年3月29日網

址:<http://www.baojhong.gov.tw/>

第六課社區參與，線上檢所所，日期:2014年4月22日，網址:

<http://www.google.com/webhp?nord=1#nord=1&q=%E7%A4%BE%E5%8D%80%E5%8F%83%E8%88%87>

附錄一、正式問卷

您好！這是一份關於地方居民對地方節慶活動認同及參與態度與社區意識的學術問卷，主要目的在於瞭解您對於地方舉辦花鼓節活動的參與程度及認同感與社區意識。煩請您撥冗十五分鐘填答，您的寶貴意見將是本問卷成功的最大關鍵。

本問卷採不記名方式進行，您的所有資料絕不會對外公開。衷心感謝您的幫忙，謝謝您的合作！

敬祝

平安、健康、順心、如意

南華大學旅遊事業管理學系

研究生 陳泳溱 敬上

指導教授 陳貞吟 博士

第一部份 社區意識	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	很 不 同 意
以下是瞭解您對社區意識認同的投入程度，請圈選。					
對您而言社區意識認同.....					
1 我會經常主動與鄰居打招呼	5	4	3	2	1
2 我認為鄰居之間非常友善並且往來熱絡	5	4	3	2	1
3 鄰居有事時，在能力許可下我會替他處理	5	4	3	2	1
4 自從住在本社區後，就未曾有搬離的念頭	5	4	3	2	1
5 地區居民必須要計酬勞的參與地區發展工作	5	4	3	2	1
6 如果有機會，我願意擔任地區發展的義工	5	4	3	2	1
7 我覺得身為本社區村民是一件很光榮的事	5	4	3	2	1
8 辦大型的活動(例如文藝季、體育季)有助於提升本社區的知名度	5	4	3	2	1
9 我會關心任何發生在本社區的事件或活動	5	4	3	2	1
10 我會主動提供經驗與鄰居分享	5	4	3	2	1
11 我認為地方上的事就是我的事	5	4	3	2	1
12 社區(或社團)活動的過程中，我會主動提供資訊或物質上的協助	5	4	3	2	1
13 我會積極的參與地區內辦理的各項活動	5	4	3	2	1
14 我若需要協助，我可以馬上想起地區內可以幫我的人是誰	5	4	3	2	1
15 我瞭解並會運用地區內的任何設施或資源	5	4	3	2	1
16 我認為觀光服務業將是本社區未來發展的重點	5	4	3	2	1
17 我可很輕易的說出本社區的優點及需改進之處	5	4	3	2	1
18 我會主動地與鄰居討論本社區內發生的事	5	4	3	2	1
19 我期待一份地區通訊，以增進我對本社區的瞭解	5	4	3	2	1
20 對於地區內的組織或社團活動我均非常清楚	5	4	3	2	1
21 當其他地區的親友向我探詢本社區的歷史時，我能熟悉地說出	5	4	3	2	1
22 有一個象徵本社區的標誌(或圖案)對於本社區的發展是必要的	5	4	3	2	1
23 我覺得未來三年本社區會變得比現在更繁榮	5	4	3	2	1

第二部份 活動認同度

以下是瞭解促使您對花鼓節活動影響的認同度之主要原因，請圈選。

我對於花鼓節活動認同與否的主要是因為.....	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	很 不 同 意
1 增加居民就業機會	5	4	3	2	1
2 提升生活水準	5	4	3	2	1
3 減少人口外流	5	4	3	2	1
4 增加當地所得	5	4	3	2	1
5 促使地方公共建設興建與改善	5	4	3	2	1
6 促使環境改善	5	4	3	2	1
7 外來投資增加	5	4	3	2	1
8 幫助當地農業產業發展	5	4	3	2	1
9 增加戶外遊憩場所	5	4	3	2	1
10 增加遊客與居民之互動	5	4	3	2	1
11 增加婦女就業機會	5	4	3	2	1
12 增加對農業文化了解	5	4	3	2	1
13 提升褒忠鄉之知名度與形象	5	4	3	2	1
14 文化交流機會增加	5	4	3	2	1
15 促使本地交通混亂	5	4	3	2	1
16 增加噪音問題	5	4	3	2	1
17 垃圾及髒亂增加	5	4	3	2	1
18 影響本地原本的生活作息	5	4	3	2	1
19 人際關係變的淡薄	5	4	3	2	1

第三部份 活動涉入

以下是瞭解居民對於花鼓節活動涉入之影響因素，請圈選。

我認為參與花鼓節活動能夠.....	非 常 同 意	同 意	普 通	不 同 意	很 不 同 意
1 參加花鼓節的活動是會讓人感覺非常愉快的	5	4	3	2	1
2 參與花鼓節活動，對我的經濟收入有幫助	5	4	3	2	1
3 花鼓節活動能帶給我不同於平日的樂趣	5	4	3	2	1
4 對我而言，花鼓節活動就是充滿快樂	5	4	3	2	1
5 我會關心褒忠地區的花鼓節活動	5	4	3	2	1
6 在褒忠參與花鼓節是不能缺少的活動	5	4	3	2	1
7 我會藉由參加花鼓節活動來聯絡與親朋好友之間的感情	5	4	3	2	1
8 從花鼓節活動中所獲得的滿足感比工作還要多	5	4	3	2	1
9 我樂於與朋友討論花鼓節活動的話題	5	4	3	2	1
10 舉辦花鼓節活動能提升地方知名度	5	4	3	2	1
11 花鼓節活動是推廣傳統技藝的文化傳承	5	4	3	2	1

第四部份－您的基本資料

1. 性別：男 女
2. 年紀：19歲以下 20-29歲 30-39歲 40-49歲 50歲以上
3. 職業：學生 軍警公教人員 家庭主婦 退休人員 企業負責人
一般上班族 自由業（會計師、律師、醫師、建築師等）
其他 _____
4. 學歷：國中（含）以下 高中職 大專 大學 研究所（含）以上
5. 月平均收入：
20,000 以下 20,001~30,000 30,001~40,000 40,001~50,000
50,001~70,000 70,001~100,000 100,001 以上
6. 婚姻狀況：已婚 未婚 其他
7. 居住時間：一年以內 一年以上到兩年 兩年以上到三年 三年以上到四年
四年以上
8. 您參與花鼓節活動的次數：不曾參與 1次 2次 3次 4次以上
其他（請說明）_____
9. 您對於花鼓節活動的參與程度：不參與 出錢又出力 出錢 出力
只參與活動 其他（請說明）_____
10. 您居住的鄉鎮是否有自己的花鼓隊(含學校及社區)：有 沒有
11. 家中有人是花鼓隊的成員(含曾經參加的)：有 沒有
12. 請問您為何想要參與花鼓節活動：
娛樂 工作需要 打發時間 瞭解傳統花鼓 傳承發展花鼓技藝
其他（請說明）_____
13. 未來您是否會繼續參與花鼓節活動：參與 不參與
14. 居住鄉鎮：田洋 潮厝 龍岩 中民 埔姜 中勝 有才 新湖 馬鳴

所有問題已經填答完畢，非常感謝您的協助！