

文化創意事業與管理研究
特刊
2013年1月
頁88-115頁



Journal of Cultural Enterprise
and Management No.10
DECEMBER, 2012
p88-115

參與動機、活動體驗、文化認同與社區意識關係 之研究—以北港藝閣遶境活動為例

趙家民¹ 涂智慧² 吳琬蓉³ 巫忠晉⁴

摘要

北港朝天宮每年農曆三月十九至三月二十三的「媽祖文化節」，藝閣遶境活動舉辦數年，吸引了許多鎮民及外地民眾一同參與觀看這項一年一度的盛事活動，本研究以參與北港藝閣遶境活動北港鎮民為研究對象，首先探討參與活動的鎮民樣本結構，其次分析鎮民「參與動機」、「活動體驗」、「文化認同」、「社區意識」四個構面間的差異性及相互關連性。本研究以問卷方式調查，問卷回收後，共有效樣本318份。資料分析方式包括描述性統計、t檢定、單因子變異數分析、pearson相關係數。分析結果，北港鎮民對於藝閣遶境之「參與動機」越強烈，越願意親臨現場參與藝閣遶境「活動體驗」，另對於媽祖文化節藝閣遶境活動之「文化認同」與「社區意識」更加劇凝聚力。

關鍵詞：藝閣、參與動機、文化認同、社區意識

¹ 南華大學旅遊管理學系休閒環境管理所助理教授
² 嘉義市嘉北國小教師
³ 雲林縣北辰國小教師
⁴ 南華大學旅遊管理學系休閒環境管理所研究生



The Study of Relationship among Participating Motivations, Experience, Cultural Identity and Sense of Community — A Case Study of Beigang YI-KO

Chia-Min Chao Chih- Hui Tu⁵ Wan-Jung Wu⁶ Chung-Chin Wu⁷

Abstract

Beigang Chao-Tian Temple annual Lunar New Year March 19 to March 23 Matsuo Cultural Festival “, organized by the Arts Court Hsiang activities for several years, attracted many of the townspeople and outsiders who want to participate in the activities of watch this annual event. In this study, to participate in the Pak Kong Arts Court Hsiang activity the Beigang town study, first of all investigate the structure of participating in the activities of the town sample, followed by analysis of China town, “motivation” and “active experience”, “cultural identity” and “sense of community” the differences between the four dimensions and inter-related nature. In this study, a questionnaire survey, questionnaires were collected, a total of 318 samples. Data analysis including descriptive statistics, t-test, one-way analysis of variance, pearson correlation coefficient. Analysis results, the Beigang town for the Arts Court Hsiang “Participation Motivation” more intense, more willing to visit the site to participate in the Arts Court Hsiang “active experience”, and the other activities around the territory for the Arts Pavilion of the Mazu Cultural Festival “cultural identity” The sense of community “is exacerbated by cohesion.

Keywords: YI-KO, Participating Motivations, Experience, Cultural Identifications, Sense

⁵ University Assistant Professor, Graduate Institute of Environmental Management of NanHua

⁶ Chiayi City Chiapei Elementart_school Teacher

⁷ Yunlin City Beichen Elementary School Teacher



壹、緒論

一、研究背景與動機

清初居住於大陸沿海各省如閩南、粵東等地之先民離鄉背井來台開墾，期望能闖出一番新天地。面對渡海時的驚濤駭浪、能否適應荒山野嶺及未來的不確定性，心中的恐懼不安常需藉助宗教力量撫慰，故鄉的神明因而隨著先民進駐台灣。「天上聖母」，民間俗稱「媽祖」，就是在這樣的歷史背景與地理條件中，佔據台灣先民心中重要的地位。媽祖是掌管水上航運的女神，因而早期閩、台移民渡海來台必定祭祀媽祖神像，由台灣目前五百多座奉祀天上聖母為主神的廟宇來看，不難想像媽祖在民間信仰中神聖而崇高的保護角色。

清康熙三十三年（西元一六九四年），樹璧和尚自湄洲嶼朝天閣奉請媽祖來台，航途中遇暴風雨漂流至北港，樹璧和尚認為此為神意，於是將媽祖奉祀於笨港街，仿照湄洲朝天閣名為「朝天宮」。起初僅以茅草建造，一七〇〇年建廟奉祀。日治以前，北港媽祖均由雲林口湖出海至湄洲嶼朝天閣進香，回程則到台南大天后宮駐駕，北港稱此活動為「南巡」。自一八九五年甲午戰爭後改於每年農曆三月十九、二十日進行「遶境」，每天媽祖遶境隊伍從清晨啓駕，直到次日凌晨四、五點才回廟，沿途民眾都會擺設香案，並且燃放鞭炮迎接媽祖神轎，成為北港最熱鬧的日子，呼應台灣傳統社會中，每當有廟會慶典、喜事臨門時，必有酬神演戲的活動。時至今日，媽祖聖誕盛會期間（農曆三月十九日至二十三日連續五天），除了有分靈於外的媽祖及數以萬計的信徒由全各地湧入北港進香謁祖，所有的轎班陣頭也熱鬧出巡，平日靜謐寂寥的北港小鎮頓時成了絢爛煙火連綿不絕、鞭炮炸聲不絕於耳的不夜城。

繞境隊伍中，華麗耀眼、繽紛絢爛的藝閣總是最引人注目的焦點。日治時期，此一盛會與台北霞海城隍廟「五月十三」慶典中，藝閣扮演最佳的主角，被譽為台灣南北兩大迎神賽會，盛況可見一般；之後，台灣佳里的「學甲香」、「上白礁」、台南大天后宮的「迎媽祖」、台南麻豆代天府的「麻豆香」，北港朝天宮的「媽祖生」、鹿港的「全國民俗活動」等地仍可見到藝閣繞境活動；八〇年代後由於社會變遷，傳統的廟會活動逐漸式微，又受到經濟不景氣的衝擊，居民對民俗活動的參與度更低，藝閣藝術加速沒落，面臨前所未有的困境。因此，如何協助小鎮藝閣風華再現，此為研究動機之一。

北港「朝天宮」建廟至今已兩百九十餘年，是本省最重要的宗教聖地之一，被列為國家二級古蹟；每年逾 600 萬人次香客至朝天宮拜拜，遊客人數呈逐年成長趨勢，十分具有國際級宗教觀光聖地潛力。結合在地美食、古蹟、文化創意產業及無縫交通運輸服務及遊客中心等軟硬體設施，讓中山老街成為名符其實的表參道，帶動另一波國際觀光朝聖人潮，進一步打造北港為國際級宗教觀光小鎮，從九十天的宗教朝聖地，變成三百六十五天探索之旅的宗教觀光小鎮，



此為研究動機之二。

此外，北港朝天宮藝閣遶境最大支柱是商業團體鋪會。除了對神明的敬仰，社區意識抬頭也促使民眾自主性積極參與。但近年來經濟不景氣也影響了居民對民俗活動的參與度。因此，本研究也想了解社區意識對北港藝閣遶境活動的影響程度，此為研究動機之三。

二、研究目的：

- (1) 分析參與藝閣遶境活動之北港鎮民基本屬性。
- (2) 探討參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」、「活動體驗」、「文化認同」、「社區意識」間是否具顯著相關。

貳、文獻回顧

一、歷史沿革

藝閣相傳是在康熙三十六年，北港朝天宮建廟完成，首次舉行神明遶境大遊行時，由泉州、廈門引入，已有三百年的歷史。最初稱為「裝台閣」，是讓穿著古代華麗服飾的藝旦坐在木製的「閣棚」上，自彈琵琶自唱南曲，由四至八個壯漢扛抬著，參加神明遶境的行列。由於藝旦唱的南曲取材自歷史故事，故事的歌詞優雅，充滿詩意，受到愛好南管音樂者及詩人墨客的喜愛，故漸漸參與閣棚裝飾及藝旦演唱內容創作設計，再交由工匠製作，並物色優秀藝旦演出。加上笨港船戶、行郊不惜鉅資投入，笨港迎媽祖的藝閣終於聞名全台灣及泉州、漳州、廈門等地。笨港朝天宮藝閣遶境最大支柱是商業團體鋪會。

藝閣可說是是文人「采詩之意，附畫之情，表美之術」的展現，雖然時代在變，但藝閣的內容卻仍是將文人的創意，交由工匠裝擺製作，所以十分富有意境，除了紙雕人物外，再配合童男、童女裝扮，扮相不僅生動，且配上現代科技的聲色效果，著實成為廟會的焦點。

許瓊月(2009)指出，北港媽祖遶境活動中，藝閣更是讓北港地區各里民及商舖業者有個爭奇鬥艷，使出看家本領的機會，他們將屬於自己的電動藝閣花車加以裝飾，以突顯今年該里、商舖的精神，製作繽紛奪目，主題電動花燈藝閣美輪美奐的遊行北港大街。每年都有三十餘商舖、鄰里各單位團體與會參加，遊行一共有五天，從農曆三月十九起至媽祖誕辰三月二十三日落幕，落幕當天還會由籌辦聘請評審委員，加以評選出優勝藝閣予以頒獎鼓勵。

二、動機的定義

動機(motivation)是指引起個體活動，維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程(張春興，1993)。楊明賢(2002)認為動機是指推動和維持人們進行某種活動的內部原因和實質動力。動機是需求和行為的中介，



轉換成行為後，透過結果來滿足動機的需要。人類的動機通常很複雜，無法以單一事件來解釋，它是由許多相關因素連結而構成的，動機背後牽扯到個人成長過程、經驗累積、需求滿足、目前現況…等，是由一連串的事件所形成的，因此，動機研究的目的是在了解行為產生的原因，進而解釋個人的行為方向（張月芬，2004）。

三、體驗的定義

體驗（experience）一詞源自於拉丁文 Eperientia，意指探查、試驗。Holbrook & Hirshman (1982) 認為體驗是來自於消費者對幻想、情感及樂趣的追求。體驗是種消費現象，也是精神上的現象，而消費體驗與各種象徵涵義、快樂主義及美學標準有關。Kelly (1987) 認為，體驗是指經歷了一段時間或活動後的感知，體驗不是單純、簡單的感覺，而是對一種行為的解釋，且是一種與當時的時間、空間相聯繫的精神過程。張春興 (1993) 認為體驗是一種特殊的經驗，是個體受到外在的刺激，經感情與知覺所產生的心理反應。林有得 (1993) 認為體驗乃個體受外在刺激後，經由感情、知覺過程所產生之生理、心理反應，可分為內在及外在刺激二種。體驗是指意識主體發覺自己有某種心理情況時的任何意識過程。

四、體驗的特點

何雍慶 (2004)，認為體驗有下述特點：

- (1) 獨特性：體驗存在於個人心中，消費者會因個人的人格特性、過去經驗而產生獨有的體驗感受。
- (2) 持續性：體驗並非消費者一時的感受，而是消費者一種長期有效的心理反應。
- (3) 參與性：體驗需要透過消費者參與而形成，亦即消費期間的過程會影響體驗的結果。
- (4) 創新性：體驗除了來自於消費者自發性的感受，更需要藉由多元、創新的方法來誘發消費者的體驗。
- (5) 高附加價值性：體驗具有低投入、高產出的特性，其附加價值的成長空間有無限的可能。

五、文化認同的定義

李培菁 (1996) 認為「文化認同」是：社團成員經由文化活動的參與過程，分享了共同的歷史傳統、習俗規範以及集體記憶，不但能體會該文化活動與個人生活關係，並且能自然而然形成對某一團體的歸屬感。江宜樺 (1998) 將「文化認同」定義為：一群人由於分享共同的歷史傳統、習俗規範以及無數的集體記憶，因而形成對某一共同體的歸屬感。譚光鼎 (1998) 指出，「文化認同」是



指個人接受某一特定族群文化的態度與行為，並且不斷將該文化之價值體系與行為規範內化至心靈中的過程。他提到學者 Geertz 認為「文化認同」是一種社會產物，是少數民族的成員在社會互動過程中，將我群和多數族群有意識地予以分類而形成的。湯昌文 (2002) 認為，「文化認同」是自我定義與世界觀之間的連結。

六、社區意識的定義

黃富順 (1994) 認為，社區意識是社區居民對社區的歸屬感，源自於居民們的共同利益、共同需要、共同問題、共同服務，且處在共同環境，因而產生共同的意識。林瑞欽 (1995) 分析社區意識的本質，認為社區意識的意義，是指個人對所居住社區所擁有的一種和衷共濟的一體感，亦即英文中的 We-feeling(我們的感覺)。徐震 (1997) 認為社區

意識是指居住在同一地區的一群人，對地理環境以及人群有心理上的認同感，亦可稱之為「歸屬感」，認為社區與自身彼此互屬，又可稱為「社區情誼 (Community Feeling)」。林振春 (1998) 認為社區意識是居民對社區的認同感與貢獻心，願意對社區盡一份心力，此即社區意識。

參、研究方法

以北港鎮民參與藝閣遶境活動為例，探討不同人口統計變數的北港鎮民對其參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識的差異性，並進一步了解參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」、「活動體驗」、「文化認同」、「社區意識」是否具顯著相關。

本研究之研究架構如圖：

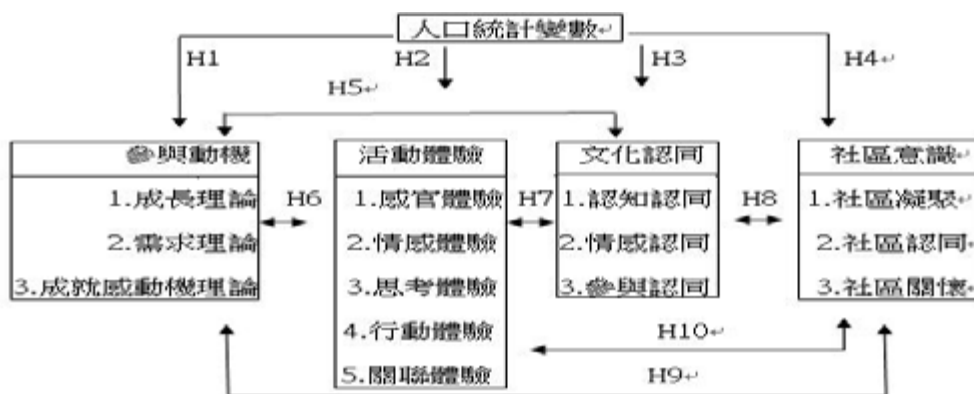


圖 1 研究架構圖

根據研究目的、相關文獻回顧及研究架構，提出下列研究假設：



假設一 H1: 人口統計變數對參與動機有部分顯著差異

假設二 H2: 人口統計變數對活動體驗有部分顯著差異

假設三 H3: 人口統計變數對文化認同有部分顯著差異

假設四 H4: 人口統計變數對社區意識有部分顯著差異

假設五 H5: 參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」對「文化認同」具顯著相關

假設六 H6: 參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」對「活動體驗」具顯著相關

假設七 H7: 參與藝閣遶境活動鎮民之「活動體驗」對「文化認同」具顯著相關

假設八 H8: 參與藝閣遶境活動鎮民之「文化認同」對「社區意識」具顯著相關

假設九 H9: 參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」對「社區意識」具顯著相關

假設十 H10: 參與藝閣遶境活動鎮民之「活動體驗」對「社區意識」具顯著相關

本研究以參與北港藝閣遶境活動北港鎮民為施測對象。於藝閣遶境活動期間 2011 年 4 月 21 日，採用隨機抽樣。實際發出 380 份問卷，有效問卷計 318 份，有效問卷回收率達 83.6%。

問卷內容包含四個部分，分別為參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識。第一部分為動機問項，參考張鈞凱 (2005)、何宜澤 (2007)、張克宙 (2008)，共擬定 13 個動機問項的量表。第二部分為活動體驗問項，此量表提出五項體驗形式，分別為：感官體驗、情感體驗、思考體驗、行動體驗、關聯體驗。配合朱美蓮 (2008)、王俊夫 (2006)、蔡鳳兒 (2005)、陳寶玲 (2010)，共擬定 18 個活動體驗問項的量表。第三部分為文化認同問項，參考林秀珊 (2005)、李培菁 (2006)、吳秋田 (2000)、胡育寧 (2008)、何宜澤 (2007)、張克宙 (2008)，共擬定 9 個文化認同問項的量表。第四部份為社區意識問項，參考張克宙 (2008)、胡育寧 (2008)，共擬定 10 個社區意識問項的量表。人口統計變數根據 Kotler (2003) 定義的人口統計變數包括，年齡、性別、家庭人數、家庭狀況、所得、職業、教育、宗教、種族、國籍等，本研究以年齡、性別、教育程度、婚姻狀況、職業、個人平均月收入、個人宗教信仰、活動訊息來源等八項作為本研究之人口統計變數。

本問卷採用李克特氏五點量表 (5-point Likert scale) 作為變項衡量方式，分成「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「很不同意」等五個等級，在資料統計分析處理時分別給予 5 至 1 分，分數愈高表示同意程度愈高，分數愈低則表示愈不同意，使總分 (及平均值) 具有強度趨向的代表意義。

本研究的統計分析分成四個部份進行：(1) 描述性統計 (2) 信度及因素分析 (3) t 檢定與單因子變異數分析 (4) 相關分析，使用的工具是中文的 SPSS12.0 版統計套裝。本研究利用次數分配、平均數、標準差等，來說明樣本受訪者資料分佈的情形。在信度及因素分析中使用 Cronbach's α 係數作為判斷量測品質的指標。並使用 t 檢定與單因子變異數分析驗不同人口統計變數 (年齡、性別、教育程度、婚姻狀況、職業、個人平均月收入、個人宗教信仰、活動訊息來源)



對參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識等因素構面是否有顯著差異。倘有顯著差異，再以雪費事後檢定（Post Hoc-Scheffe Method）多重比較法來檢定各因素群組間的差異強度。本研究以因素本身交叉的相關性分析確認整體問卷的效度。以皮爾森（Pearson）相關係數，來衡量各個構面間之相關程度。

肆、實證結果與分析

一、鎮民基本屬性分析

根據有效樣本資料如表 1，鎮民受訪調查分析結果顯示在受訪者的性別方面，藝閣遶境活動期間多為媽媽帶孩童出來觀看，因此受訪者多為女性。年齡方面，以 31-40 歲共 186 人佔 58.5% 居多，教育程度方面，以高中職的比例為最多，共 137 人佔 43.1%，婚姻狀況方面，已婚共 293 人，佔 40.2%，

職業方面以工商服務業共 103 人佔 32.4% 居多，平均月收入方面，以「20000 元以下」比例為最多，共 82 人佔 25.8%，個人宗教信仰方面方面，以佛教共 98 人佔 30.8% 居多，活動訊息來源方面，以來自相關機構共 139 人佔 43.7%。

表 1 鎮民基本資料分析表

人口特性	項目	人數	百分比 (%)
性別	男	98	30.8
	女	220	69.2
年齡	20 歲以下	7	2.2
	21~30 歲	16	5.0
	31~40 歲	186	58.5
	41~50 歲	90	28.3
	51~60 歲	10	3.1
	60 歲以上	9	2.8
教育程度	國中(含)以下	43	13.5
	高中(職)	137	43.1
	大學(專)	118	37.1
	研究所(含)以上	20	6.3
婚姻	未婚	25	7.9
	已婚	293	92.1
職業	學生	7	2.2
	軍公教	52	16.4
	農林漁牧業	10	3.1
	工商服務業	103	32.4
	家庭主婦	81	25.5
	自由業	36	11.3
	其他	29	9.1



平均月收入	20000 元以下	82	25.8
	20001~30000 元	77	24.2
	30001~40000 元	48	15.1
	40001~50000 元	46	14.5
	50001~60000 元	35	11.0
	60000 元以上	30	9.4
個人宗教信仰	天主教	2	0.6
	佛教	98	30.8
	道教	117	36.8
	基督教	5	1.6
	無	87	27.4
	其他	9	2.8
活動訊息來源	報章雜誌	17	5.3
	電視網路	29	9.1
	親朋好友	114	35.8
	相關機構 (如朝天宮…等)	139	43.7
	招牌告示	19	6.0

二、鎮民參與動機、活動體驗、文化認同及社區意識的問項分析：

(1) 鎮民參與動機問項分析：

十三項參與動機中 (如表 2)，鎮民參與藝閣遶境活動主要動機以「了解民俗活動的技藝及內容」之平均得分 4.19 最高。其次是「欣賞藝術創作及展演」(4.18)、「了解並體驗活動中的特色 (如灑糖果)」(4.17) 及「見識到更新奇及創意的民俗藝術」(4.17)。由此四項參與動機之結果可知，鎮民參與藝閣遶境活動主要動機是想了解民俗活動的技藝及內容、欣賞藝術創作及展演、了解並體驗活動中的特色 (如灑糖果) 及見識更新奇和創意的民俗藝術。而參與動機中的「拓展個人的人際關係」(3.72)、「從中得到更多靈感, 進一步提升個人創造性的思考能力」(3.70) 及「個人的責任與義務」(3.33) 三項為動機中平均得分較低者。

表 2 鎮民參與動機之重要分析

參與動機變項	平均數	標準差
參與遶境活動讓我了解民俗活動的技藝及內容	4.19	0.754
參與遶境活動讓我得到更多靈感, 進一步提升個人創造性的思考能力	3.70	0.796
參與遶境活動讓我了解民俗活動的舉辦流程	4.06	0.730
參與遶境活動讓我增廣見聞, 增進社交場合時的話題	3.90	0.800
參與遶境活動讓我拓展個人的人際關係	3.72	0.840
參與遶境活動讓我和同好一起享受參與活動的愉快	4.14	0.735
參與遶境活動讓我增加陪伴家人的機會	3.88	0.896
參與遶境活動讓我了解並體驗活動中的特色	4.17	0.843



參與遶境活動讓我見識到更新奇及創意的民俗藝術	4.17	0.751
參與遶境活動讓我欣賞藝術創作及展演	4.18	0.738
我認為參與遶境活動是很光榮的事	3.85	0.829
我認為參與遶境活動是個人的責任與義務	3.33	0.956
我認為充分熟悉遶境活動後，我會介紹多人參與	3.73	0.824

(2) 鎮民活動體驗的問項分析：

針對鎮民參與藝閣遶境活動之活動體驗做探討分析。十八項活動體驗中(如表 3)，鎮民參與藝閣遶境活動主要體驗以「獲得很豐富的視覺享受」之平均得分 4.72 最高。其次是「具有美感」(4.11)、「撿到孩童灑下的物品很愉悅」(4.03)及「想協助保存北港鎮的傳統文化」(4.02)。由此四項活動體驗之結果可知，鎮民參與遶境活動主要體驗到豐富的視覺享受、孩童灑下物品的愉悅感及希望協助保存北港鎮的傳統文化。而活動體驗中的「設法讓更多人了解並參與藝閣遶境活動」(3.69)、「撿到孩童灑下的物品可以保平安」(3.60)及「刺激創意思考(如：設計貼紙或造型 T 恤)」(3.33) 三項為體驗中平均得分較低者。

表 3 鎮民活動體驗之重要分析

活動體驗變項	平均數	標準差
藝閣造景讓我覺得很有美感	4.11	0.786
人物裝扮讓我獲得很豐富的視覺享受	4.72	0.763
現代與古典的故事取材 及配樂滿足我的視覺及聽覺需求	3.98	0.784
我覺得撿到孩童灑下的物品很愉悅	4.03	0.864
我很專注的沉浸在藝閣遶境的氣氛中	3.94	0.770
我覺得撿到孩童灑下的物品可以保平安	3.60	0.895
觀賞藝閣遶境活動讓我覺得很興奮	3.98	0.788
看完遶境活動激起我對藝閣文化的好奇心	3.81	0.776
看完遶境活動讓我想協助保存北港鎮的傳統文化	4.02	0.751
看完遶境活動讓我有興趣了解相關知識	3.83	0.776
看完遶境活動刺激我的創意思考	3.51	0.851
我會參與或提倡藝閣遶境的活動	3.72	0.809
我會更關心遶境活動的相關發展	3.76	0.763
我會將藝閣遶境活動拍照留念	3.96	0.813
我會設法讓更多人了解並參與藝閣遶境的活動	3.69	0.775
參與遶境活動增進我與他人的互動	3.82	0.761
我樂意跟別人分享觀賞藝閣遶境文化活動的心得	3.93	0.750
參與藝閣遶境活動使我認識藝閣文化	3.99	0.715



(3) 鎮民文化認同的問項分析：

針對鎮民參與藝閣遶境活動之文化認同做探討分析。九項文化認同中(如表4)，鎮民參與藝閣遶境活動主要認同以「參與藝閣遶境活動是每年的重要活動」之平均得分 4.22 最高。其次是「對家鄉更有感情」(4.14)、「有助於學童學習本土文化」(4.11)及「以家鄉為榮」(4.03)。由此四項活動體驗之結果可知，鎮民參與遶境活動後覺得應每年出席此一盛會、認同此活動有助於學童學習本土文化，且對家鄉更有感情、以家鄉為榮。而文化認同中的「鼓勵親朋好友參與藝閣遶境活動」(3.91)、「提升文化素養」(3.77)及「為藝閣遶境活動貢獻心力」(3.73)三項為文化認同中平均得分較低者。

表 4 鎮民文化認同之重要分析

文化認同變項	平均數	標準差
參與藝閣遶境活動使我對家鄉更有感情	4.14	0.751
舉辦藝閣遶境活動提升我的文化素養	3.77	0.831
參與藝閣遶境活動有助於學童學習本土文化	4.11	0.724
參與藝閣遶境活動使我以家鄉為榮	4.03	0.786
參與遶境活動增進我跟家人與朋友的相處機會	3.93	0.805
參與藝閣遶境活動會使我對家鄉產生歸屬感	3.97	0.782
參與藝閣遶境活動是每年的重要活動	4.22	0.716
我會鼓勵親朋好友參與藝閣遶境活動	3.91	0.818
我願意為藝閣遶境活動貢獻心力	3.73	0.826

(4) 鎮民社區意識的問項分析：

針對鎮民參與藝閣遶境活動之社區意識做探討分析。十項社區意識中(如表5)，鎮民參與藝閣遶境活動主要意識以「有助於保存鄉土文化」之平均得分 4.20 最高。其次是「有助藝閣文化紮根發展」(4.19)、「有助提升地方形象」(4.17)及「使居民對家鄉的情感更深遠」(4.14)。由此四項活動體驗之結果可知，鎮民參與遶境活動後覺得應每年出席此一盛會、認同此活動有助於學童學習本土文化，且對家鄉更有感情、以家鄉為榮。而文化認同中的「提升北港鎮全面發展」(4.00)、「使鄉親更樂於敦親睦鄰」(3.98)及「有助居民產生榮譽感」(3.94)三項為文化認同中平均得分較低者。

表 5 鎮民社區意識之重要分析

社區意識變項	平均數	標準差
舉辦藝閣遶境活動將可使居民對家鄉的情感更深遠	4.14	0.769
舉辦藝閣遶境活動將有助於保存鄉土文化	4.20	0.713
舉辦藝閣遶境活動將可凝聚居民的社區意識	4.08	0.769



舉辦藝閣遶境活動將有助居民對地方產生認同感	4.07	0.755
舉辦藝閣遶境活動將有助居民產生榮譽感	3.94	0.819
舉辦藝閣遶境活動將使鄉親更樂於敦親睦鄰	3.98	0.831
舉辦藝閣遶境活動將提升居民參與地方事務的熱情	4.04	0.791
舉辦藝閣遶境活動將提升北港鎮全面發展	4.00	0.895
舉辦藝閣遶境活動將有助於提升地方形象	4.17	0.827
舉辦藝閣遶境活動將有藝閣文化紮根發展	4.19	0.807

三、鎮民參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識的信度及因素分析

(1) 因素檢測

本研究針對 318 份有效樣本，將問卷四個部分的問項進行因素分析。接著進行「KMO 抽樣適合性衡量」(Kaister Meyer Olkinmeasure of sampling adequacy) 及「巴氏球形檢定」(Bartlett, s test of sphericity)，以了解這些變項是否適合進行因素分析。顯示出各量表的 KMO 係數分別為 0.920、0.948、0.936、0.939，達高水準，且 Bartlett 球形檢定 p 值皆達顯著性，故皆適合做因素分析。

(2) 參與動機因素構面分析

進行 13 項參與動機問項之因素分析時，共萃取出 3 個參與動機因素構面，其總解釋變異量為 64.639%。由 (表 6) 轉軸後的成份矩陣共萃取出三個因素構面，基於各因素內之各個問項間需有相同的特性，以便於因素命名，因此對於個別問項其因素負荷量大於 0.4 的情況下，將選擇適合的因素歸屬，其結果如下：

因素一：參與遶境活動讓我了解民俗活動的技藝及內容、參與遶境活動讓我得到更多靈感，進一步提升個人創造性的思考能力、參與遶境活動讓我了解民俗活動的舉辦流程等 3 項

因素二：參與遶境活動讓我和同好一起享受參與活動的愉悅、參與遶境活動讓我了解並體驗活動中的特色 (如灑糖果)、參與遶境活動讓我見識到更新奇及創意的民俗藝術、參與遶境活動讓我欣賞藝術創作及展演等 4 項。

因素三：參與遶境活動讓我增廣見聞，增進社交場合時的話題、參與遶境活動讓我拓展個人的人際關係、參與遶境活動讓我增加陪伴家人的機會、我認為參與遶境活動是很光榮的事、我認為參與遶境活動是個人的責任與義務、我認為充分熟悉遶境活動後，我會介紹更多人參與等 6 項

表 6 參與動機轉軸後的成分矩陣

問卷題目	成分		
	1	2	3
1. 參與遶境活動讓我了解民俗活動的技藝及內容	.739		
2. 參與遶境活動讓我得到更多靈感，進一步提升個人創造性的思考能力	.726		



3. 參與遶境活動讓我了解民俗活動的舉辦流程	.572		
8. 參與遶境活動讓我了解並體驗活動中的特色 (如灑果)		.788	
9. 參與遶境活動讓我見識到更新奇及創意的民俗藝術		.742	
10. 參與遶境活動讓我欣賞藝術創作及展演		.710	
6. 參與遶境活動讓我和同好一起享受參與活動的愉悅		.658	
12. 我認為參與遶境活動是個人的責任與義務			.815
13. 我認為充分熟悉遶境活動後,我會介紹更多人參與			.693
5. 參與遶境活動讓我拓展個人的人際關係			.644
11. 我認為參與遶境活動是很光榮的事			.625
7. 參與遶境活動讓我增加陪伴家人的機會			.557
4. 參與遶境活動讓我增廣見聞,增進社交場合時的話題			.545

萃取方法：主成分分析。

表 7 參與動機因素命名及內容意義表

因素	命名	內容意義	命名原因
因素一	成長動機	1. 參與遶境活動讓我了解民俗活動的技藝及內容 2. 參與遶境活動讓我得到更多靈感,進一步提升個人創造性的思考能力 3. 參與遶境活動讓我了解民俗活動的舉辦流程	受訪者了解民俗活動的技藝及舉辦流程,並從中得到靈感,滿足成長需求,故命名之
因素二	成就感動機	4. 參與遶境活動讓我增廣見聞,增進社交場合時的話題 5. 參與遶境活動讓我拓展個人的人際關係 7. 參與遶境活動讓我增加陪伴家人的機會 11. 我認為參與遶境活動是很光榮的事 12. 我認為參與遶境活動是個人的責任與義務 13. 我認為充分熟悉遶境活動後,我會介紹更多人參與	受訪者增加與家人及他人的相處時光,覺得有靈感、有責任推廣並倍感光榮,滿足成就感需求,故命名之



因素三	需求動機	8. 參與遶境活動讓我了解並體驗活動中的特色（如灑糖果） 9. 參與遶境活動讓我見識到更新奇及創意的民俗藝術 10. 參與遶境活動讓我欣賞藝術創作及展演 6. 參與遶境活動讓我和同好一起享受參與活動的愉悅	受訪者了解到活動的獨特性並與同好從活動中得到樂趣，滿足美及愉悅需求，故命名之
-----	------	---	--

(3) 活動體驗因素構面分析

進行 18 項活動體驗問項之因素分析時，共萃取出 5 個活動體驗因素構面，其總解釋變異量為 72.549%。由表 (8) 轉軸後的成份矩陣共萃取出五個因素構面，基於各因素內之各個問項間需有相同的特性，以便於因素命名，因此對於個別問項其因素負荷量大於 0.4 的情況下，將選擇適合的因素歸屬，其結果如下：

因素一：藝閣造景讓我覺得很有美感、人物裝扮讓我獲得很豐富的視覺享受、現代與古典的故事取材及配樂滿足我的視覺及聽覺需求等 3 項。

因素二：我覺得撿到孩童灑下的物品很愉悅、我很專注的沉浸在藝閣遶境的氣氛中、我覺得撿到孩童灑下的物品可以保平安、觀賞藝閣遶活動讓我覺得很興奮等 4 項。

因素三：看完遶境活動激起我對藝閣文化的好奇心、看完遶境活動讓我想協助保存北港鎮的傳統文化、看完遶境活動讓我有興趣了解相關知識等 3 項。

因素四：看完遶境活動刺激我的創意思考（如：設計貼紙或造型 T 恤）、參與遶境活動增進我與他人的互動、我樂意跟別人分享觀賞藝閣遶境文化活動的心得、參與藝閣遶境活動使我認識藝閣文化等 4 項。

因素五：我會參與或提倡藝閣遶境的活動、我會更關心遶境活動的相關發展、我會將藝閣遶境活動拍照留念、我會設法讓更多人了解並參與藝閣遶境活動等 4 項。

表 8 活動體驗轉軸後的成分矩陣

問卷題項	成分				
	1	2	3	4	5
15. 人物裝扮讓我獲得很豐富的視覺享受	.795				
16. 現代與古典的故事取材及配樂滿足我的視覺及聽覺需求	.778				
14. 藝閣造景讓我覺得很有美感	.744				
19. 我覺得撿到孩童灑下的物品可以保平安		.803			
17. 我覺得撿到孩童灑下的物品很愉悅		.689			



20. 觀賞藝閣遶活動讓我覺得很興奮		.622			
18. 我很專注的沉浸在藝閣遶境的氣氛中		.580			
22. 看完遶境活動讓我想協助保存北港鎮的傳統文化			.791		
21. 看完遶境活動激起我對藝閣文化的好奇心			.606		
23. 看完遶境活動讓我有興趣了解相關知識			.603		
30. 我樂意跟別人分享觀賞藝閣遶境文化活動的心得				.758	
31. 參與藝閣遶境活動使我認識藝閣文化				.710	
29. 參與遶境活動增進我與他人的互動				.660	
24. 看完遶境活動刺激我的創意思考 (如:設計貼紙或造型 T 恤)				.508	
27. 我會將藝閣遶境活動拍照留念					.807
26. 我會更關心遶境活動的相關發展					.697
28. 我會設法讓更多人了解並參與藝閣遶境活動					.642
25. 我會參與或提倡藝閣遶境的活動					.528

萃取方法：主成分分析。

表 9 活動體驗因素命名及內容意義表

因素	命名	內容意義	命名原因
因素一	感官體驗	14. 藝閣造景讓我覺得很有美感 15. 人物裝扮讓我獲得很豐富的視覺享受 16. 現代與古典的故事取材聽覺及配樂滿足我的視覺及需求	受訪者融入活動並滿足視、聽覺享受，故命名之
因素二	情感體驗	17. 我覺得撿到孩童灑下的物品很愉悅 18. 我很專注的沉浸在藝閣遶境的氣氛中 19. 我覺得撿到孩童灑下的物品可以保平安 20. 觀賞藝閣遶活動讓我覺得很興奮	受訪者覺得興奮並沉浸在愉悅的氣氛中，故命名之
因素三	思考體驗	21. 看完遶境活動激起我對藝閣文化的好奇心 22. 看完遶境活動讓我想協助保存北港鎮的傳統文化 23. 看完遶境活動讓我有興趣了解相關知識	受訪者對藝閣文化覺得好奇並有興趣協助保存，故命名之



因素四	行動體驗	24. 看完遶境活動刺激我的創意思考 (如：設計貼紙或造型 T 恤) 29. 參與遶境活動增進我與他人的互動 30. 我樂意跟別人分享觀賞藝閣遶境文化活動的心得 31. 參與藝閣遶境活動使我認識藝閣文化	受訪者與他人分享觀賞後的心得，故命名之
因素五	關聯體驗	25. 我會參與或提倡藝閣遶境的活動 26. 我會更關心遶境活動的相關發展 27. 我會將藝閣遶境活動拍照留念 28. 我會設法讓更多人了解並參與藝閣遶境活動	受訪者拍照、提倡並關心相關發展，故命名之

資料來源：本研究整理

(4) 文化認同因素構面分析

進行 9 項文化認同問項之因素分析時，共萃取出 3 個文化認同因素構面，其總解釋變異量為 77.7.12%。由表 (10) 轉軸後的成份矩陣共萃取出三個因素構面，基於各因素內之各個問項間需有相同的特性，以便於因素命名，因此對於個別問項其因素負荷量大於 0.4 的情況下，將選擇適合的因素歸屬，其結果如下：

因素一：參與藝閣遶境活動使我對家鄉更有感情、舉辦藝閣遶境活動提升我的文化素養、參與藝閣遶境活動有助於學童學習本土文化、參與藝閣遶境活動使我以家鄉為榮、參與藝閣遶境活動會使我對家鄉產生歸屬感等 5 項。

因素二：參與遶境活動增進我跟家人與朋友的相處機會、參與藝閣遶境活動是每年的重要活動等 2 項。

因素三：我會鼓勵親朋好友參與藝閣遶境活動、我願意為藝閣遶境活動貢獻心力等 2 項。

表 10 文化認同轉軸後的成分矩陣

問卷題項	成分		
	1	2	3
34. 參與藝閣遶境活動有助於學童學習本土文化	.789		
32. 參與藝閣遶境活動使我對家鄉更有感情	.788		
33. 舉辦藝閣遶境活動提升我的文化素養	.788		
35. 參與藝閣遶境活動使我以家鄉為榮	.667		
37. 參與藝閣遶境活動會使我對家鄉產生歸屬感	.648		
38. 參與藝閣遶境活動是每年的重要活動		.792	
36. 參與遶境活動增進我跟家人與朋友的相處機會		.735	
40. 我願意為藝閣遶境活動貢獻心力			.838



39. 我會鼓勵親朋好友參與藝閣遶境活動			.781
----------------------	--	--	------

萃取方法：主成分分析。

表 11 文化認同因素命名及內容意義表

因素	命名	內容意義	命名原因
因素一	認知認同	32. 參與藝閣遶境活動使我對家鄉更有感情 33. 參與藝閣遶境活動提昇我的文化素養 34. 參與藝閣遶境活動有助於學童學習本土文化 35. 參與藝閣遶境活動使我以家鄉為榮 37. 參與藝閣遶境活動會使我對家鄉產生歸屬感	受訪者以家鄉為榮並產生歸屬感，故命名之
因素二	參與認同	39. 我會鼓勵親朋好友參與藝閣文化遶境活動 40. 我願意為藝閣文化遶境活動貢獻心力	受訪者願意為藝閣文化遶境活動貢獻心力，故命名之
因素三	情感認同	36. 參與藝閣遶境活動增進我跟家人與朋友的相處機會 38. 參與藝閣文化遶境活動是每年的重要活動	受訪者認為藝閣文化遶境活動增進家人、朋友的相處機會，故命名之

資料來源：本研究整理

社區意識因素構面分析

進行 10 項社區意識問項之因素分析時，共萃取出 3 個社區意識因素構面，其總解釋變異量為 80.912%。由表(11)轉軸後的成份矩陣共萃取出三個因素構面，基於各因素內之各個問項間需有相同的特性，以便於因素命名，因此對於個別問項其因素負荷量大於 0.4 的情況下，將選擇適合的因素歸屬，其結果如下：

因素一：舉辦藝閣遶境活動將可使居民對家鄉的情感更深遠、舉辦藝閣遶境活動將有助於保存鄉土文化、舉辦藝閣遶境活動將可凝聚居民的社區意識、舉辦藝閣遶境活動將有助居民對地方產生認同感等 4 項。

因素二：舉辦藝閣遶境活動將提升北港鎮全面發展、舉辦藝閣遶境活動將有助提升地方形象、舉辦藝閣遶境活動將有助藝閣文化紮根發展等 3 項。

因素三：舉辦藝閣遶境活動將有助居民產生榮譽感、舉辦藝閣遶境活動將使鄉親更樂於敦親睦鄰、舉辦藝閣遶境活動將提升居民參與地方事務的熱情等 3 項。

表 12 社區意識轉軸後的成分矩陣



問卷題項	成分		
	1	2	3
43. 舉辦藝閣遶境活動將可凝聚居民的社區意識	.781		
42. 舉辦藝閣遶境活動將有助於保存鄉土文化	.776		
41. 舉辦藝閣遶境活動將可使居民對家鄉的情感更深遠	.750		
44. 舉辦藝閣遶境活動將有助居民對地方產生認同感	.634		
49. 舉辦藝閣遶境活動將有助提升地方形象		.817	
48. 舉辦藝閣遶境活動將提升北港鎮全面發展		.813	
50. 舉辦藝閣遶境活動將有助藝閣文化紮根發展		.727	
45. 舉辦藝閣遶境活動將有助居民產生榮譽感			.763
47. 舉辦藝閣遶境活動將提升居民參與地方事務的熱情			.694
46. 舉辦藝閣遶境活動將使鄉親更樂於敦親睦鄰			.670

表 13 社區意識因素命名及內容意義表

因素	命名	內容意義	命名方式
因素一	社區凝聚	41. 參與藝閣遶境活動可使居民對家鄉的情感更深遠 42. 參與藝閣遶境活動將有助於保存鄉土文化 43. 參與藝閣遶境活動將可凝聚居民的社區意識 44. 參與藝閣遶境活動使有助於居民對地方產生認同感	受訪者認為藝閣文化遶境活動可凝聚居民的社區意識、有助於保存鄉土文化，故命名之
因素二	社區認同	48. 舉辦藝閣遶境活動將提升北港鎮全面發展 49. 舉辦藝閣遶境活動將有助提升地方形象 50. 舉辦藝閣遶境活動將有助藝閣文化紮根發展	受訪者認為藝閣遶境活動有助於提升地方形象及發展，故命名之
因素三	社區關懷	45. 舉辦藝閣遶境活動將有助居民產生榮譽感 46. 舉辦藝閣遶境活動將使鄉親更樂於敦親睦鄰 47. 舉辦藝閣遶境活動將提升居民參與地方事務的熱情	受訪者認為藝閣文化遶境活動可使鄉親更樂於敦親睦鄰並樂於參與地方事務，故命名之



資料來源：本研究整理

四、人口統計變數對參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識的差異性檢定

(1) 人口統計變數對參與動機的差異分析

爲了解不同人口統計變數的北港鎮民對藝閣遶境活動之參與動機是否有差異，本研究利用獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析 (ANOVA) 來進行檢定，若人口統計變數與參與動機構面的因素差異達到顯著的水準時 ($P < 0.05$)，再以 Scheffe 多重比較法來檢定各群組間的差異，亦即驗證研究假設一、不同人口統計變數的北港鎮民其參與動機有顯著差異。

由表 14 可知，就性別部分，僅成就感動機的 p-value 值小於顯著水準 0.05，此表示參與藝閣遶境鎮民的性別對成就感動機因素有顯著性的差異；其中，女性較男性所受的影響強烈，這可能是女性偏好與人相處、較有責任感，所以較重視成就感動機。

由表 14 可知，就婚姻狀況部分，參與動機三個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的婚姻狀況對參與動機三個因素未具有顯著性差異。

表 14 人口統計變數 (性別、婚姻狀況) 對參與動機的差異性檢定

構面名稱	變數類別	平均值	標準差	t 檢定	顯著性
成長動機	1. 男生	3.93	0.69	2.635	0.106
	2. 女生	4.00	0.58		
成就感動機	1. 男生	3.71	0.72	4.268	0.040*
	2. 女生	3.74	0.61		
需求動機	1. 男生	4.10	0.67	0.005	0.946
	2. 女生	4.19	0.61		
成長動機	1. 未婚	3.68	0.75	0.220	0.639
	2. 已婚	4.00	0.59		
成就感動機	1. 未婚	3.63	0.63	0.942	0.333
	2. 已婚	3.74	0.65		
需求動機	1. 未婚	4.09	0.71	0.371	0.543
	2. 已婚	4.17	0.62		

* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$ *** $P < 0.001$

由表 15 可知，個人宗教信仰部分對參與動機三個因素的 p-value 均小於顯著水準 0.05，此表示參與藝閣遶境鎮民的宗教信仰對參與動機因素有顯著性的差異；而其他如年齡、職業、教育程度、平均月收入、活動訊息來源部分，參與動機三個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的這些部分對參與動機三個因素未具有顯著性差異。



表 15 人口統計變數對參與動機的變藝術分析

構面名稱	變數類別	t 檢定	顯著性
成長動機	年齡	0.618	0.686
成就感動機	年齡	0.745	0.590
需求動機	年齡	1.406	0.222
成長動機	職業	1.918	0.077
成就感動機	職業	1.107	0.358
需求動機	職業	0.550	0.770
成長動機	教育程度	1.406	0.241
成就感動機	教育程度	1.077	0.359
需求動機	教育程度	1.615	0.186
成長動機	平均月收入	0.593	0.705
成就感動機	平均月收入	1.170	0.324
需求動機	平均月收入	0.684	0.636
成長動機	個人宗教信仰	2.599	0.025
成就感動機	個人宗教信仰	3.265	0.007
需求動機	個人宗教信仰	2.564	0.027
成長動機	活動訊息來源	0.661	0.620
成就感動機	活動訊息來源	1.846	0.120
需求動機	活動訊息來源	0.773	0.543

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

(2) 人口統計變數對活動體驗的差異分析

由表 16 可知，就性別及婚姻部分，活動體驗五個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的婚姻狀況對活動體驗五個因素未具有顯著性差異。

表 16 人口統計變數 (性別、婚姻狀況) 對活動體驗的差異性檢定

構面名稱	變數類別	平均值	標準差	t 檢定	顯著性
感官體驗	1. 男生	3.993	0.701	1.590	0.208
	2. 女生	4.103	0.667		
情感體驗	1. 男生	3.809	0.711	0.022	0.881
	2. 女生	3.927	0.671		
思考體驗	1. 男生	3.881	0.731	2.025	0.156
	2. 女生	3.889	0.625		
行動體驗	1. 男生	3.813	0.681	1.452	0.229
	2. 女生	3.810	0.610		
關聯體驗	1. 男生	3.809	0.707	0.918	0.339
	2. 女生	3.768	0.636		



感官體驗	1. 未婚	3.986	0.656	0.678	0.411
	2. 已婚	4.073	0.680		
情感體驗	1. 未婚	3.688	0.700	0.345	0.557
	2. 已婚	3.907	0.683		
思考體驗	1. 未婚	3.625	0.616	0.469	0.494
	2. 已婚	3.907	0.659		
行動體驗	1. 未婚	3.635	0.585	0.084	0.772
	2. 已婚	3.825	0.635		
關聯體驗	1. 未婚	3.729	0.758	0.027	0.871
	2. 已婚	3.784	0.651		

※ P<0.05 ※※ P<0.01 ※※※ P<0.001

由表 17 可知，教育程度部分對感官體驗因素及個人宗教信仰部分對思考體驗、關聯體驗的 p-value 均小於顯著水準 0.05，此表示參與藝閣遶境鎮民的教育程度及個人宗教信仰對活動體驗因素有顯著性的差異；而其他如年齡、職業、平均月收入、活動訊息來源部分，活動體驗五個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的這些部分對活動體驗五個因素未具有顯著性差異。

表 17 人口統計變數對活動體驗的變異數分析

構面名稱	變數類別	t 檢定	顯著性
感官體驗	年齡	1.945	0.087
情感體驗	年齡	0.988	0.425
思考體驗	年齡	0.673	0.644
行動體驗	年齡	0.416	0.837
關聯體驗	年齡	1.376	0.233
感官體驗	職業	0.564	0.759
情感體驗	職業	0.695	0.654
思考體驗	職業	1.844	0.090
行動體驗	職業	0.642	0.697
關聯體驗	職業	1.904	0.080
感官體驗	教育程度	4.130	0.007
情感體驗	教育程度	0.607	0.611
思考體驗	教育程度	1.224	0.301
行動體驗	教育程度	1.238	0.296
關聯體驗	教育程度	2.235	0.084
感官體驗	平均月收入	0.886	0.491
情感體驗	平均月收入	0.634	0.674



思考體驗	平均月收入	1.112	0.354
行動體驗	平均月收入	1.506	0.188
關聯體驗	平均月收入	1.271	0.276
感官體驗	個人宗教信仰	2.213	0.053
情感體驗	個人宗教信仰	1.824	0.108
思考體驗	個人宗教信仰	2.888	0.014
行動體驗	個人宗教信仰	2.151	0.059
關聯體驗	個人宗教信仰	2.530	0.029
感官體驗	活動訊息來源	1.611	0.171
情感體驗	活動訊息來源	0.995	0.410
思考體驗	活動訊息來源	1.087	0.363
行動體驗	活動訊息來源	1.193	0.314
關聯體驗	活動訊息來源	1.003	0.406

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

(3) 人口統計變數對文化認同的差異分析

由表 18 可知，就性別及婚姻部分，文化認同三個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的性別及婚姻對文化認同三個因素未具有顯著性差異。

表 18 人口變數 (性別、婚姻狀況) 對文化認同的差異性檢定

構面名稱	變數類別	平均值	標準差	t 檢定	顯著性
認知認同	1. 男生	3.996	0.673	0.168	0.683
	2. 女生	4.006	0.655		
參與認同	1. 男生	3.735	0.826	3.641	0.057
	2. 女生	3.859	0.719		
情感認同	1. 男生	4.005	0.702	0.199	0.656
	2. 女生	4.105	0.659		
認知認同	1. 未婚	3.875	0.739	0.037	0.848
	2. 已婚	4.012	0.653		
參與認同	1. 未婚	3.646	0.950	2.802	0.095
	2. 已婚	3.835	0.737		
情感認同	1. 未婚	3.979	0.714	0.255	0.614
	2. 已婚	4.082	0.671		

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

由表 19 可知，個人宗教信仰部分對文化認同中認知認同、情感認同的 p-value 均小於顯著水準 0.05，此表示參與藝閣遶境鎮民的個人宗教信仰對文化認同因素有顯著性的差異；而其他如年齡、職業、教育程度、平均月收入、活



動訊息來源部分，文化認同三個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的這些部分對文化認同三個因素未具有顯著性差異。

表 19 人口統計變數對文化認同的變異數分析

構面名稱	變數類別	t 檢定	顯著性
認知認同	年齡	1.126	0.346
參與認同	年齡	1.528	1.181
情感認同	年齡	0.574	0.720
認知認同	職業	1.804	0.098
參與認同	職業	0.820	0.555
情感認同	職業	1.721	0.116
認知認同	教育程度	0.655	0.580
參與認同	教育程度	1.213	0.305
情感認同	教育程度	1.322	0.267
認知認同	平均月收入	0.839	0.523
參與認同	平均月收入	0.920	0.468
情感認同	平均月收入	0.876	0.498
認知認同	個人宗教信仰	2.883	0.015
參與認同	個人宗教信仰	1.347	0.244
情感認同	個人宗教信仰	4.344	0.001
認知認同	活動訊息來源	1.009	0.403
參與認同	活動訊息來源	1.252	0.289
情感認同	活動訊息來源	2.096	0.081

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

(4) 人口統計變數對社區意識的差異分析

由表 120 知，就性別及婚姻部分，社區意識三個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的性別及婚姻對社區意識三個因素未具有顯著性差異。

表 20 人口統計變數 (性別、婚姻狀況) 對社區意識的差異性檢定

構面名稱	變數類別	平均值	標準差	t 檢定	顯著性
社區凝聚	1. 男生	4.089	0.680	0.451	0.502
	2. 女生	4.140	0.666		
社區認同	1. 男生	4.102	0.765	0.311	0.578
	2. 女生	4.127	0.768		
社區關懷	1. 男生	3.925	0.717	0.040	0.842
	2. 女生	4.012	0.730		



社區凝聚	1. 未婚	3.958	0.690	0.432	0.512
	2. 已婚	4.134	0.667		
社區認同	1. 未婚	4.097	0.813	0.026	0.873
	2. 已婚	4.122	0.764		
社區關懷	1. 未婚	3.764	0.691	0.097	0.756
	2. 已婚	4.001	0.727		

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

由表 21 可知，個人宗教信仰部分對社區意識中社區凝聚、社區關懷的 p-value 均小於顯著水準 0.05，此表示參與藝閣遶境鎮民的個人宗教信仰對社區意識因素有顯著性的差異；而其他如年齡、職業、教育程度、平均月收入、活動訊息來源部分，社區意識三個因素的 p-value 均大於顯著水準 0.05，因此表示參與藝閣遶境鎮民的這些部分對社區意識三個因素未具有顯著性差異。

表 21 人口統計變數對社區意識的變異數分析

構面名稱	變數類別	t 檢定	顯著性
社區凝聚	年齡	1.243	0.289
社區認同	年齡	0.975	0.433
社區關懷	年齡	0.300	0.913
社區凝聚	職業	1.087	0.370
社區認同	職業	1.563	0.157
社區關懷	職業	0.806	0.566
社區凝聚	教育程度	0.808	0.490
社區認同	教育程度	0.189	0.904
社區關懷	教育程度	1.022	0.383
社區凝聚	平均月收入	1.090	0.366
社區認同	平均月收入	1.204	0.307
社區關懷	平均月收入	0.940	0.455
社區凝聚	個人宗教信仰	5.952	0.000
社區認同	個人宗教信仰	1.540	0.177
社區關懷	個人宗教信仰	2.423	0.036
社區凝聚	活動訊息來源	0.514	0.726
社區認同	活動訊息來源	0.198	0.939
社區關懷	活動訊息來源	0.925	0.450

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

五、參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識構面間之相關分析

為了解北港鎮民參與北港藝閣遶境活動時參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識間之相關程度，本研究採用 Pearson 相關分析，將四個主構面做相關分



析，各構面之關係經 Pearson 相關分析顯示，都有顯著性的正向相關。顯示受訪者之「參與動機」越強烈，越樂意親臨「活動體驗」，對於家鄉遶境活動的「文化認同」及「社區意識」感受程度也越強烈，反之亦然。由表 22 可知各主要構面之間皆有顯著性的相關存在。

表 22 參與動機、活動體驗、文化認同、社區意識相關分析表

	參與動機	活動體驗	文化認同	社區意識
參與動機	1			
活動體驗	0.787**	1		
文化認同	0.773**	0.839**	1	
社區意識	0.721**	0.742**	0.844**	1

在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

小結

表 23 各研究假設是否成立之彙整表

研究假設		成立與否
假設一	人口統計變數其參與動機有部分顯著差異 (H1)	部分成立
假設二	人口統計變數其活動體驗有部分顯著差異 (H2)	部分成立
假設三	人口統計變數其文化認同有部分顯著差異 (H3)	部分成立
假設四	人口統計變數其社區意識有部分顯著差異 (H4)	部分成立
假設五	參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」對「活動體驗」具顯著相關 (H5)	成立
假設六	參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」對「活動體驗」具顯著相關 (H6)	成立
假設七	參與藝閣遶境活動鎮民之「活動體驗」對「文化認同」具顯著相關 (H7)	成立
假設八	參與藝閣遶境活動鎮民之「文化認同」對「社區意識」具顯著相關 (H8)	成立
假設九	參與藝閣遶境活動鎮民之「參與動機」對「社區意識」具顯著相關 (H9)	成立
假設十	參與藝閣遶境活動鎮民之「活動體驗」對「社區意識」具顯著相關 (H10)	成立

五、結論

(1) 鎮民受訪調查分析結果顯示在受訪者的性別方面，藝閣遶境活動期間多為媽媽帶孩童出來觀看，因此受訪者多為女性。年齡方面，以 31-40 歲共 186 人佔 58.5% 居多，教育程度方面，以高中職的比例為最多，共 137 人佔 43.1%，婚姻狀況方面，已婚共 293 人，佔 40.2%，職業方面以工商服務業共 103 人佔 32.4% 居多，平均月收入方面，以「20000 元以下」比例為最多，共 82 人佔



25.8%，個人宗教信仰方面方面，以佛教共 98 人佔 30.8% 居多，活動訊息來源方面，以來自相關機構共 139 人佔 43.7%。

(2) 北港鎮民的「參與動機」其中，男、女性較偏向於「成就感動機」，鎮民認為藉由此活動可增加與家人的相處時間，覺得有責任推廣此活動並為此活動感到光榮，就個人宗教信仰部分偏向於「成長動機」、「需求動機」、「成就感動機」，受訪者認為可藉由此活動可與同信仰者一同從活動中得到樂趣並滿足愉悅的需求，也可更了解民俗活動的技藝文化及活動流程。就北港鎮民對「活動體驗」，教育程度偏向「感官體驗」；認為藝閣的造景、燈光、音效能夠滿足視、聽覺的享受，而在個人宗教信仰部分偏向「思考體驗」、「關聯體驗」；認為在活動中可了解藝閣的文化並保存傳統與創新，也有助往後舉辦相關宗教活動的發展。北港鎮民對「文化認同」，其中以個人宗教信仰偏向「認知認同」、「情感認同」；認為願意為藝閣文化遶境活動貢獻心力，並邀請親朋好友共同參與以此活動為榮，並產生歸屬感。北港鎮民對「社區意識」，以個人宗教信仰偏向「社區凝聚」、「社區意識」；認為藝閣遶境活動可凝聚鎮民的社區意識，有助於保存鄉土文化並提升地方形象及發展。

(3) 顯示受訪者之「參與動機」越強烈，越樂意親臨「活動體驗」，對於家鄉遶境活動的「文化認同」及「社區意識」感受程度也越強烈，反之亦然。



參考文獻

1. 北港朝天宮 <http://www.matsu.org.tw/index2.aspx>(2010.10.18).
2. 北港媽祖文教基金會 <http://www.poonkan.org.tw/>(2010.10.18).
3. 北港鎮公所全球資訊網 <http://www.beigang.gov.tw/home.asp>(2011.1.15).
4. 台灣遊行文化藝閣藝術 <http://www.epochtimes.com/b5/6/12/n1556847.htm>. (2011.1.15).
5. 王俊夫 (2006)，高雄縣興達港情人碼頭遊客遊憩動機、體驗滿意度調查之研究，大人科技大學，碩士論文。
6. 江宜樺 (1998)，當前台灣國家認同論述之反省，台灣社會研究，2：pp.163~229。
7. 朱美蓮 (2008)，文化遺產旅遊遊客懷舊傾向涉入體驗、滿意度及忠誠度影響關係—以台南市為例，南華大學，碩士論文。
8. 李培菁 (1996)，民俗節慶活動認同與贊助意願之研究—以大甲媽祖文化節為例，朝陽科技大學，碩士論文。
9. 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，碩士論文。
10. 何雍慶、蘇子祈、張永富 (2002)，消費者體驗與訊息處理對品牌延伸購買態度之影響，行銷評論，1(1)：pp.1~19。
11. 林有得 (1993)，景園體驗之研究，國立中興大學，碩士論文。
12. 林瑞欽 (1995)，「社區意識」凝聚之道，社會福利，118：pp.8~17。
13. 林振春 (1998)，社區時代的發展模式，北縣成教輔導學刊，13：pp.22~32。
14. 林秀珊 (2005)，休閒漁業之吸引力、體驗、意象與忠誠度關係之研究—以布袋漁港為例，南華大學，碩士論文。
15. 胡育寧 (2008)，大甲媽祖遶境進香活動對居民地方認同之研究，國立台北教育大學，碩士論文。
16. 徐震 (1994)，社區營造：台灣社區工作的新程式，社會建設，97：pp.1~15。
17. 許瓊月 (2009)，居民對節慶活動的認知與參與之研究—以北港媽祖遶境為例，立德大學，碩士論文。
18. 張春興 (1993)，教育心理學研究的新取向—目的教育化、對象全人化、方法本土化，教育心理學報，26：pp.1~21。
19. 張鈞凱 (2005)，地方居民對於地方產業文化活動的參與動機效益認知之研究—以草鞋墩國際稻草文化節為例，大葉大學，碩士論文。
20. 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，碩士論文。



21. 張克宙 (2008)，大溪地區居民對地方文化產業活動參與動機之研究，清雲科技大學，碩士論文。
22. 陳寶玲 (2010)，原住民節慶導入體驗行銷之研究—以馬太鞍阿美族豐年祭為例，亞洲大學，碩士論文。
23. 陳勁甫、何宜澤 (2007)，事件遊客動機、活動體驗品質、滿意度與行為意向之研究—以 2004 府城七夕國際藝術節為例，餐旅暨家政學刊，2(2)：pp.161~179。
24. 湯昌文 (2002)，客家母語教學中族群意識與文化認同之研究，國立花蓮師範學院，碩士論文。
25. 黃富順 (1994)，加強社區意識建立祥和社會的途徑—社區成人教育，社會發展研究學刊 1：pp.22~23。
26. 楊明賢 (2002)，觀光學概論，台北：揚智文化。
27. 蔡鳳兒 (2005)，遊客體驗、旅遊意象、滿意度及忠誠度關係之研究—以日月潭國家風景區為例，南華大學，碩士論文。
28. 譚光鼎 (1998)，社會文化在製理論之分析教育研究學刊，40：pp.23~50。
29. Maslow, A. H.(1970). *Motivation and Personality*, 2nd ed., New York：Harper & Row.
30. Jago, L. K., & Shaw,R. N. (1998) . Special events: A conceptual and definitional framework. *Festival Management and Event Tourism* , 5,21-32.
31. Holbrook, M. B., & Hirshman, E. C. (1982). Theexperiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feeling, and fun. *Journal of ConsumerResearch*, 9, 132-140.
32. Kelly, John R. 1987, “Freedom To Be: A New Sociology of Leisure” , N.Y.: MacMillan.ch.8,9.
33. Kotler, P. 2003, *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control* 11th Ed., Englewood Cliffs, New Jersey, NewYork Prentice-Hall Inc.
34. McDonnel, I., Allen, J., & Otoole, W. (1999). *Festival and special event management*. John Wiley and Sons Australia Ltd..

