

澎湖元宵節之活動涉入與場所依戀關係研究

Research on the relationship between Activity Involvement and Place Attachment – A Case Study on the Penghu Lantern Festival

蔡松齡*

摘要

澎湖元宵節已成為澎湖發展民俗文化觀光最重要的活動之一，因此本研究旨在瞭解元宵節活動參與者之基本背景、活動涉入與場所依戀之現況，並探討活動參與者活動涉入與場所依戀之關係。最後，將研究結果提供有關單位或研究者參考。研究方法使用封閉式問卷蒐集資料，並於元宵節活動場所對參與者以便利取樣進行施測，共獲得有效樣本455份。根據研究目的與驗證假設之需要，以SPSS與結構方程模式進行資料分析，分析結果顯示：參與者主要是因活動的吸引力而涉入，對於參與活動的場所則是對實體環境與設施依賴程度較高；且參與者之吸引力對場所依賴、自我表現對場所依賴、中心性對場所認同以及場所依賴對場所認同均有顯著且正向的影響關係。最後依據研究結果提供建議。

【關鍵詞】活動涉入、場所依戀、澎湖元宵節、結構方程模式

壹 緒論

一、研究背景與動機

世界上許多的國家或地區紛紛利用具有代表其國家或地區之風俗特色或地方特性之慶典活動，做為吸引世界各地遊客的重要資源，如巴西嘉年華會、西班牙奔牛節、德國慕尼黑的啤酒節等等，因為地方性的慶典 但能吸引觀光人潮，同時也是地方文化最直接與最具體的宣傳管道(Hinch, 1996)。而且節慶活動的推

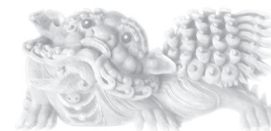
* 蔡松齡 Tsai, Sung-Ling 國立澎湖科技大學觀光休閒管理研究所碩士

展有益於國內外休閒產業的發展，特別是歷史古蹟及文化活動相關的節慶活動 (Formica and Uysal, 1998)。

根據交通部觀光局(2009a)資料顯示，2009 台灣各地舉行之「觀光節慶賽會」活動高達327個，平均一個縣市有13.08個特色活動。今年(2010)增加至354個各類型之「觀光節慶賽會」活動(交通部觀光局，2010a)。且依據交通部觀光局(2009b)公佈之「2008年國人旅遊狀況調查」報告指出，2008年國人國內旅遊次數總計9,620萬旅次，平均每人國內旅遊次數為4.81次，其中遊客旅遊時喜歡的遊憩活動項目中，節慶活動及宗教活動佔整體的10.9%，約1048萬旅次。至2009年，國人國內旅遊次數略增加至9,799萬旅次，平均每人國內旅遊次數也略增為4.85次，其中節慶活動及宗教活動亦佔了整體的10.8%(交通部觀光局，2010b)。顯示，國人在節慶與宗教的旅遊活動擁有一定的觀光群。

賴峰偉和廖英賢(2005)指出，澎湖縣為台灣地區唯一的離島縣份，長期以來受制於群島區位的特殊性，致澎湖的發展始終陷於相當大的困境。因此，唯有充份利用澎湖的天然資源及地方特色，積極推展各項觀光節慶活動，才能為地區創造新的生機。有鑑於此，澎湖縣政府多年來積極推動多項觀光活動，包括國際風帆賽、澎湖海上花火節、萬人泳渡澎湖灣、澎湖海鱷藝術節、菊島海鮮節等活動，其中澎湖海上花火節更已成為澎湖縣觀光活動的主要代表性活動。但是若以地方特色而言，具有地方民俗文化特色的元宵節更可以代表澎湖的地方文化特色，澎湖縣政府因而辦理萬龜祈福觀光活動，希望創造出「西乞龜」的元宵特色。

一個成功的觀光慶典活動，尚必須具備一個具有意義的場所以及具有吸引人的活動，因為一個觀光節慶不會突然發生在某一個時空，當地合理的歷史與文化的脈絡往往是發展觀光節慶最有效的利基(姜貞吟和劉大和，2003)。澎湖元宵節民俗活動，均由各廟宇自行舉辦，並因應當地生活習慣演變，活動內容包含乞龜、求乞轎車或機車、猜燈謎、過平安轎與攻炮城等，具備地區傳統文化特性。而這些活動的目的為吸引人們參與，才能發揮活動的效益，進而成為一個成功的



地方慶典與觀光活動。因此，澎湖元宵節活動是否真能夠吸引參與者的興趣或關心以及個人行為與情感的投入？再者，參與澎湖元宵節活動是否會對於元宵節的活動場所產生依賴與歸屬感？瞭解這些問題有助於澎湖元宵節發展成為一個成功的觀光慶典活動。本研究即基於此，欲探討澎湖元宵節之活動涉入與場所依戀關係，希望能夠對於澎湖元宵節傳統民俗活動的保存或發展有所助益。

二、研究目的

基於上述之研究背景與動機，本研究之研究目的有三：

- (一)瞭解元宵節活動參與者之基本背景、活動涉入與場所依戀之現況。
- (二)探討元宵節活動參與者活動涉入對場所依戀之影響關係。
- (三)研究結果提供有關單位或研究者參考。

三、研究範圍

本研究主要瞭解澎湖元宵節活動之參與者基本背景以及其活動涉入與場所依戀間影響關係。在回顧本縣元宵節之活動與場所後，本研究認為「澎湖天后宮」與「馬公南甲海靈殿」位於馬公市區且為澎湖信仰中心，澎湖天后宮更是全台灣歷史最悠久的「媽祖廟」，為每年元宵節人們前往祈求平安之寺廟，馬公南甲海靈殿亦為2009年澎湖縣政府萬龜祈福活動之場所。「鎖港北極殿」與「山水上帝廟」位於馬公市澎南區，主要以黃金龜與美金龜為元宵節活動主軸，二座寺廟是一年一次賞黃金龜必到之寺廟。「赤崁龍德宮」是最早提供轎車求乞之寺廟，近年主要以結合地方機關、救國團與後備軍人輔導中心等相關單位舉辦燈謎活動並辦理猜燈謎競賽，歷年均吸引許多燈謎愛好者前來。「外垵溫王宮」則於元宵節夜全村漁船停泊港內點燃捕魚燈火，港區猶如白晝，形成全台唯一的海上燈

會。澎湖元宵節一連三夜，此三個區域，正好形成三條遊憩路線，活動參與者通常於三日活動中分別前往此三個區域。因此本研究以「澎湖天后宮」、「馬公南甲海靈殿」、「鎖港北極殿」、「山水上帝廟」、「赤崁龍德宮」與「外垵溫王宮」為研究範圍。

貳 文獻回顧

一、澎湖元宵節

根據班固「漢書」上所說：「執書吾掌禁夜行，唯正月十五敕許弛禁，謂之『放夜』。」(劉還月，1986)，以及宋朝洪邁於「容齋隨筆」中記載：「上元張燈，太平御覽所載，史記樂書曰，漢祀太一，以昏時祠到明，今人正月望日，夜游觀燈，是其遺事，而今史記無此文，唐韋述兩京新記曰，正月十五日，夜 勅金吾弛禁，前後各一日，以看燈。」(王雲五，1956)顯示在漢代時，的確已有觀燈慶典，而且也已經是個非常重要的節日。

再依據黃驗(2004)注解宋代孟元老所著的「東京夢華錄」卷六中記載慶祝元宵的盛景：「正月十五日元宵，大內前自歲前冬至後，開封府絞縛山棚，…遊人已集御街兩廊下。奇術異能，歌舞百戲，鱗鱗相切，樂聲嘈雜十餘里，擊丸蹴鞠，踏索上竿。趙野人，倒吃冷淘。張九哥，吞鐵劍…奇巧百端，日新耳目。」、「至十九日收燈，五夜城不禁」，可見至宋朝時元宵節除了觀燈看戲以外，已具有相當多樣的表演活動。

澎湖元宵節活動，根據胡建偉(1771)與林豪(1893)分別在「澎湖紀略」與「澎湖廳志」中記載，澎湖元宵節在清乾隆年間已有觀燈、偷 菜、乞求「物品」與隔年酬謝之習俗。流傳至今，元宵節偷 菜習俗已漸 跡，看燈也由外垵漁火所取代，乞求的物品也變得更多樣化，除了各類型的龜品外，還包括了轎車、遊艇、機車等。活動則有猜燈謎、武(神)轎遶境、攻炮城與歌唱晚會等等，但元



宵活動仍然以乞龜習俗為最盛。澎湖縣政府則從2007年開始辦理萬龜祈福宗教民俗活動，以萬隻(斤)平安龜(如表2-1)為主軸，希望打造元宵「西乞龜」之特色。

在中國習俗中，龜是代表長壽的靈性動物，據說古人過元宵節，到海裡抓海龜放在廟裡，供人祭拜，趨吉避凶，求乞平安，後來演化為用麵粉、糯米粉作成，可以在元宵節當天到廟中燒香祭拜，擲筊求乞平安龜，讓全家「呷平安」，是民俗學中的分福儀式之一(林晏州，2000)。根據連橫於雅堂文集(1964)中記載：「龜長壽也，讀如居，謂可居財。坊里廟會，陳龜數十，或重至十餘斤。人向神前乞之，謂可介福。明年此日，乃倍償焉。」又「龜」與「歸」讀音同，澎湖早期以漁業為主，乞龜亦有求乞平安歸來之意。在澎湖縣，根據王文良(2009)全面尋訪整理結果，乞龜的意義有「呷平安」、「居財」、「安家」、乞

表 2-1 萬龜祈福活動主軸平安龜

活動年份	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
活動地點	澎湖縣政府前廣場	外垵溫王宮	馬公南甲海靈殿	西衛宸威殿
主軸平安龜	一萬隻平安龜 筋片龜 1,000 隻 蛋糕龜 1,500 隻 黑糖糕龜 1,000 隻 麵包龜 2,000 隻 棗泥龜 500 隻 餅乾龜(冬瓜口味) 1,500 隻 餅乾龜(鳳梨口味) 1,500 隻 麻糬龜(芋泥口味) 500 隻 麻糬龜(地瓜口味) 500 隻	一萬隻平安龜 筋片龜 500 隻 蛋糕龜 1,000 隻 黑糖糕龜 700 隻 麵包龜 2,500 隻 泥龜 500 隻 餅乾龜(冬瓜口味) 2,400 隻 餅乾龜(鳳梨口味) 2,400 隻	36 萬台斤米龜 6 公斤包裝 15,000 包 3 公斤包裝 26,000 包 300 公克包裝 160,000 包	1 萬 6,800 台斤麵線龜 15,000 包手工麵線

資料來源：澎湖縣政府民政局提供

「居」、「許願」與「飼大豬」等。

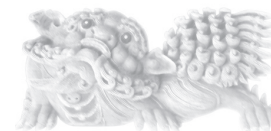
二、活動涉入

活動涉入的定義，有意指個人在特別的活動或特別情形下所投入的程度(張良漢、蘇士博和王偉琴，2006)，也有指個人對活動所具有的個人意義與情感依附(王正平和朱 瑄，2003)。但於遊憩領域中，活動涉入的定義，多數研究者主要是以Rothschild(1984)與Havitz and Dimanche(1999)所提出的定義為基準。其

中，Rothschild(1984)是將活動涉入定義為因特定刺激或情境，引發對於遊憩活動或是相關產品的動機、激勵 或興趣，並驅動成為個人擁有物的非觀測狀態，而Havitz and Dimanche(1999)對活動涉入的定義則是指個體與遊憩活動、 遊地點或是相關遊憩設備及產品間無法觀察出的刺 激、興趣之覺醒的心 態，並可以藉由特定的 激或是情境影響，且具有可驅動 為的特性。

對於活動涉入的研究，最早是由Krugman(1965)將涉入的觀念運用在消費者領域的研究上，主要研究範圍圍繞在消費者的情境涉入(Belk, 1975)、消費者對產品的持久性涉入(Tyebjee, 1979)、消費者對產品購買決策的涉入(Slama and Tashchian, 1985)或是消費者的選擇 為(如：品牌忠誠 、購買習慣、熱愛的產品 型及廣告)等等。至1980年代，活動涉入的研究開始應用於休閒、遊憩領域之中(Rothschild, 1984)，主要的研究主題包括有涉入的測量(張良漢，2007)與涉入程度的差異(王正平和朱 萱，2003；張良漢、吳崇旗和王偉琴，2006)等等。例如，李筱雯、梁仲正與李一民(2006)於研究中發現不同婚姻狀況與職業之溫泉遊客在涉入程度認知上有顯著差異。黃長發(2007)研究也發現 同性別、就 級及每月可支配之休閒花費的大學生在休閒活動涉入與覺知自由上有差 存在。

對於活動涉入的衡量，Moore and Graefe(1994)用「活動的重要性」一個單一構面 衡 活動涉入，並證實 它會正向顯著地影響地方認同。多數學者認為，僅以單一指標作為涉入的衡量指標，不足以描述、解釋或預測涉入，因為涉入的本質具有多元複雜的構面，有多種因素會影響涉入(Havitz and Dimanche, 1990; Iwasaki and Havitz, 1998)。張良漢和蘇士博等人(2006)也指出，以多面向來衡量活動涉入的概念是較普遍且受到肯定的方式。如Havitz and Dimanche(1990)利用重要性、愉悅價值、象徵價值、風險的可能性與遭遇風險的結果這五個要素做為活動涉入的衡量指標。Schuett(1993)在研究急 泛舟(whitewater kayaking)者之活動涉入，則是採用重要性、愉悅程度 、自我表現與中心性四大構面進 分析。McIntyre(1989)以重要性、愉悅程度 、自我表現與生活形態中心性四個構面針對露營者的活動涉入進行研究，四個構面經由因素分析後轉變成為三個構面，分別



為自我表現、中心性與吸引力，原先的重要性與愉悅程度 二個構面因聚合為同一因素，因此將二者合併成為吸引力構面。這三個構面廣為後續研究者所接受。依據張良漢(2006)指出，「吸引力」指此一活動對於個人而言具有重要性及意義。「自我表現」指個人追求自我實現需求進而參與認同此一活動，也是自我代表或自己可用來說服他人參與活動的印象。「中心性」是指個人的生活型態或社會網路對其所參與活動之間的結合程度及所占的中心地位。本研究針對澎湖元宵節之活動涉入研究中，即以參考Kyle, Graefe, Manning, and Bacon(2003)研究中之吸引力、自我表現與中心性三個構面及其問項做為衡量。

三、場所依戀

場所依戀(place attachment)是使用者對環境的情緒以及環境對使用者所象徵的一種感覺(Altman and Low, 1992)。張良漢(2006)指出，遊憩者在場所依戀上的關係，最初是由對地方的熟悉開始，隨著日漸熟悉以及依賴程度的增強，便會發展成對地方的歸屬感，而強烈的歸屬感會使人們對遊憩區產生認同，亦即會轉變成地方認同感。也就是說，遊憩者對於陌生的場所會因為個人的認識而漸漸熟悉，進而產生對場所的依賴性，並且投入情感，最後因為情感上的依賴性增強，轉而對場所產生認同。「場所依賴」是指個體對特殊地區或功能種類相似場所之依賴程度，也就是只有這個具有獨特環境特質的場所才能夠提供這樣的實質資源讓使用者進行活動。而「場所認同」純粹是一種情感面的投入狀態，使用者感覺特殊地點具有某種不可替代的特質，同時使用者在心理上能與環境產生某種程度上信念的共鳴(謝宗恆、侯錦雄和郭彰仁，2005)。也就是說，場所依賴只是單純對於環境倚賴，而場所認同不只是單純對環境的依賴，而是個人心理情感的投入與寄托。

1980 代以後休閒研究者開始用場所依戀 探討遊憩者對地方的依附情感與為(曹勝雄和孫君儀，2009)。張靜芬(2007)於其研究中也指出遊客不同的參與經

驗與場所依戀間關係有顯著差異。Bricker and Kerstetter(2000)則指出具有經驗、高技術和高涉入的泛舟者比一般遊憩者 依附遊憩場地。黃曄雅(2009)以苗栗南庄所進行的研究中，指出遊客之人格特質與其地方依戀程度部分呈現顯著正相關。相關研究顯示個人特質與經驗上的差異會影響個人對場所依戀上的程度，而且使用者的涉入程度、使用頻率、距離以及使用者特性皆會影響地方依附的形成(Moore and Graefe, 1994)。

從過去文獻中，對場所依戀的衡量，有以三個構面做為衡量，如陳慧如(2004)於台灣國家公園的研究採用「地方依賴」、「地方認同」與「生活型態中心」三個構面。陳心怡(2004)在探討自行車騎乘者場所依戀之研究中，以「場所依賴」、「場所認同」與「情感偏好」三個構面基礎。Kyle, Graefe, and Manning,(2005)在其研究中，經驗證後除了場所依賴與場所認同，另外提出「社會連結」(social bonding)構面。陳慧蓉(2006)在高雄縣美濃鎮探討遊客觀光意象與地方依附感關係中，以及陳秀位(2009)以到訪澎湖的觀光意象與地方依附關係的研究中，則採用地方熟悉感(Familiarity)、地方歸屬感(place belongingness)、地方認同(place identity)、地方依賴(place dependence)與地方根屬感(rootedness)五個 表構面。但多數的研究者大都以「場所依賴」與「場所認同」二個構面做為遊憩活動的調查研究。本研究亦以「場所依賴」與「場所認同」二個構面進行研究，其衡量問項主要係參考Hou, Lin, and Duarte(2005)之研究構面與問項。

四、活動涉入與場所依戀之研究

有關活動涉入與場所依戀關係，在過去已有相當多的研究，且研究範圍相當廣泛，包括有登山健行活動(張良漢，2006)、自行車活動(戴有德、陳冠仰和李素馨，2008)、休閒農場(陳宏斌、胡俊傑和范啟敏，2007)、聚落觀光(黃妙嫻，2009)與宗教活動(蔡廷宜，2008)等等，並且在多數的研究中也已證實活動涉入與場所依戀之間具有正向的關係(陳宏斌等人，2007；戴有德等人，2008)。而以



活動涉入三個構面(吸引力、自我表現與中心性)與場所依戀二個構面(場所依賴與場所認同)間進行的研究中，張良漢(2006)於其研究中發現，登山健行者之中心性、自我表現對場所依賴與場所認同均具有顯著正向的影響存在，場所依賴對場所認同也有顯著正向的影響，但吸引力對場所依賴與場所認同並未有顯著影響存在。戴有德等人(2008)的研究中，亦僅吸引力對場所認同未有顯著相關。而陳宏斌等人(2007)在休閒農場的研究以及黃金城、胡俊傑、林珮君和李明儒(2007)在區域步道的研究中均顯示活動涉入之吸引力、自我表現與中心性三個構面對場所依戀之場所依賴與場所認同二構面都具有顯著的相關。

五、研究假設

本研究之假設，即根據文獻回顧與研究目的，推論如下：

假設一(H1)：澎湖元宵節活動參與者活動涉入之吸引力會顯著正向影響場所依賴。

假設二(H2)：澎湖元宵節活動參與者活動涉入之吸引力會顯著正向影響場所認同。

假設三(H3)：澎湖元宵節活動參與者活動涉入之自我表現會顯著正向影響場所依賴。

假設四(H4)：澎湖元宵節活動參與者活動涉入之自我表現會顯著正向影響場所認同。

假設五(H5)：澎湖元宵節活動參與者活動涉入之中心性會顯著正向影響場所依賴。

假設六(H6)：澎湖元宵節活動參與者活動涉入之中心性會顯著正向影響場所認同。

假設七(H7)：澎湖元宵節活動參與者之場所依賴會顯著正向影響場所認同。

參 研究方法

一、研究架構

根據本研究擬探討元宵節活動涉入與場所依戀關係之動機與目的以及綜合第

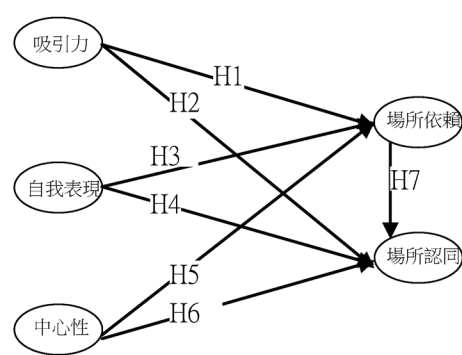


圖 3-1 研究架構圖

二章相關文獻之回顧整理，擬定本研究之架構如圖3-1所示。

二、研究工具

(一)問卷設計與量表計分方式

本研究之研究工具使用封閉式問卷蒐集資料，問卷之設計編製乃根據研究架構與文獻回顧，將問卷之變項量表區分為參與澎湖元宵節之活動涉入、場所依戀與個人基本資料等三部分。其中活動涉入之量表係參考Kyle, Graefe, Manning, and Bacon(2003)之研究，共有吸引力、自我表現與中心性三個構面11題問項；場所依戀之量表係參考Hou, Lin, and Duarte(2005)之研究，計有場所依賴與場所認



同二個構面12題問項；個人基本資料之量表係自編量表，包括性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、月平均收入與居住地，計7題問項。

完成之問卷量表均為正向題，活動涉入與場所依戀量表之測量尺度均採李克特(Likert)五點評量尺度，分別為「非常同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」到「非常不同意」，並分別給予5分至1分。個人基本資料則採用類別尺度衡量。

(二)抽樣方法

本研究之問卷施測抽樣方式採便利抽樣方式，團體在五人以下選擇一人，在六人以上選擇二人為原則，問卷則請受訪者自行填寫。另為避免重複取樣，於施測前均先行詢問無接受過本研究調查再行予以填寫施測。問卷調查期間為98年2月7日至2月11日（農曆正月十三至十七）五天，前兩天配合萬龜祈福活動於「澎湖天后宮」與「馬公南甲海靈殿」進行調查，後三天則於「鎖港北極殿」、「山水上帝廟」、「赤崁龍德宮」與「外垵溫王宮」進行調查。共計發出500份問卷，回收467份，回收率93.4%。在刪除呈規律性之答題或填答不完整之問卷後，有效問卷計455份，有效問卷率為91%。

三、資料分析方法

本研究所蒐集之資料，使用SPSS（Statistical Package for the Social Sciences）12.0中文版與LISREL8.8版兩軟體作為資料分析工具，分析方法為：

(一)描述性統計

描述性統計在瞭解回收樣本在次數分配、百分比、平均數、標準差等情形，並作為相關統計檢定與分析的基礎。

(二)項目分析

項目分析是一種量表的鑑別力分析，主要目的在於檢核編製之量表或測驗個別題項可靠程度(吳明隆，2009)，其分析有臨界比值法(critical ration)與同質性檢驗法。臨界比值法主要目的在求出問卷個別題項的決斷值(CR值)，其方法是以計算量表之總分，並依總分排列之前27%為高分組，後27%為低分組，進而以獨立樣本t檢定法予以分析，一般以CR值大於或等於3為判別標準。

在同質性檢驗法，使用題項與量表總分相關(Pearson相關)及量表內部一致性信度考驗。在題項與量表總分相關是計算一個題項的分數與總分的相關係數，除了要達到顯著($P < 0.05$)外，題項與總分的相關也要呈現中高度關，即相關係數至少要大於0.4，若小於0.4，則表示該個別題項與量表構念之間為一種低度關係，該題項可以刪除(吳明隆，2009)。另外，在量表內部一致性信度考驗方面，是以檢視題項刪除後，整體量表的信度係數變化情形，如果題項刪除後的量表整體信度係數(內部一致性 α 係數)比原先的信度係數高出許多，則此題項與其餘題項所要測量的屬性可能不相同，代表此題項與其他題項的同質性不高，可考慮予以刪除(吳明隆，2009)，反之則予以保留。

本研究問卷量表經項目分析後，如表3-1所示，活動涉入量表各題項之CR值介於11.714~18.983($p < 0.001$)之間，題項與量表總分相關係數值則介於0.576~0.723($p < 0.01$)間。場所依戀量表各題項CR值介於10.171~15.178($p < 0.001$)之間，題項與量表總分相關係數值則在0.498~0.677($p < 0.01$)之間。分析結果顯示本研究 表在CR值、題項與 表總分相關係 值均合乎統計分析的要求，即無需刪除任何題項，也代表本研究量表具有鑑別 力，可以進行後續統計分析。



表 3-1 活動涉入與場所依戀量表鑑別力分析摘要表

題項	CR 值	題項與量表 總分相關	題項刪除 後的 α 值	題項	CR 值	題項與量表 總分相關	題項刪除 後的 α 值
i1	13.473***	.656**	.857	p1	13.203***	.650**	.852
i2	13.608***	.674**	.855	p2	12.543***	.659**	.851
i3	14.147***	.647**	.858	p3	13.099***	.630**	.853
i4	14.641***	.666**	.856	p4	10.331***	.568**	.858
i5	13.152***	.646**	.858	p5	10.171***	.498**	.862
i6	16.127***	.664**	.858	p6	11.015***	.520**	.861
i7	11.714***	.576**	.864	p7	14.713***	.677**	.850
i8	15.881***	.659**	.857	p8	15.178***	.736**	.846
i9	13.881***	.658**	.857	p9	12.605***	.633**	.854
i10	18.983***	.723**	.852	p10	13.329***	.632**	.854
i11	13.631***	.669**	.857	p11	13.419***	.715**	.847
				p12	12.073***	.659**	.852
判別 標準	≥ 3.0	$\geq .40$	.868		≥ 3.0	$\geq .40$	.864

*** $p < .001$ ** $p < .01$

(三)結構方程模式分析

結構方程模式(structural equation modeling, SEM)是一種融合了因素分析(factor analysis)以及徑路分析(path analysis)的統計方法，也是一種驗證性的技術(黃芳銘，2007)，其包含有測量模式與結構模式兩部份。測量模式在結構方程模式體系裡就是一般所稱的驗證性因素分析(confirmatory factor analysis,CFA)模式，是用於評鑑觀察變項可以定義潛在變項的程度。本研究使用結構方程模式來檢定本研究之測量模式，並用以驗證及解釋假設模式，其方法是利用模式適配度進行檢定。根據黃芳銘(2007)指出，對於模式適配度考驗，一般分為整體模式適配度考驗與內在結構適配度考驗，整體模式的適配考驗在於瞭解樣本資料與所要考驗之理論模式間的配合情形，內在結構適配考驗主要是對模式的內在品質做檢定，其相關分析說明如下：

1、模式資料檢視

模式資料檢視是藉由觀察變項的偏態與峰度的分配情形來檢定樣本資料

是否合乎結構方程模式的假定以及模式估計方法的選擇。根據Kline(1998)的建議，變項分配的態勢(skewness)絕對值大於3，就可以視為是極端的偏態，峰度(kurtosis)絕對值大於10，則可以視為是有問題的(張良漢，2008)。而變項分配的態勢與峰度若在上述標準以內(偏態絕對值 <3 ，峰度絕對值 <10)，模式估計的方法則可以採用任何一種估計法進行估計，但如果在上述標準以外，則應選擇使用漸近分配自由法為估計方法。

2、違犯估計檢定

違犯估計是在進入模式適配度考驗前，必須先行檢視的步驟，違犯估計的情形是指模式中統計輸出的估計係數超出可接受的範圍，而當統計估計結果有違犯估計的現象發生時，則不論模式所獲得的適配度多麼良好都是錯誤的(黃芳銘，2007)。一般常發生違犯估計的情形有三：(1)有負的誤差變異數存在或是有無意義的變異數存在。(2)標準化係數超過0.95或大接近1。(3)有太大的標準誤。而在違犯估計的檢定使用方法上常見的有：最大概似法(maximum likelihood, ML)、一般化最小平方法(generalized least squares, GLS)和漸近分配自由法(asymptotic distribution-free, ADF)等。其中目前最被廣為使用的是最大概似法，此種估計法是一種使可能性為最大的一種估計量，其假定為所抽取的樣本是所有可能樣本出現的機率最大者。因此，使用最大概似法估計的樣本必須符合樣本是多變項常態母群體且是以簡單隨機抽樣而獲得的。另外，一般化最小平方法與最大概似法是基於相同的假定。而漸近分配自由法主要是用於消除多元非常態分配的影響。

3、整體模式適配度考驗

整體適配度考驗指標可以分為 對適配量測(absolute fit measures)、增值適配量測(incremental fit measures)與簡效適配量測(parsimonious fit measures)三類，而且最好能夠在這三類整體適配指標中選取所需要的指標來呈現，並做綜合性的判斷(黃芳銘，2007)。因此本研究整體模式適配度考驗，亦採用多元指標來進行適配度考驗。在 對適配量測指標採用概似比卡方



考驗值(χ^2)、良性適配指標(goodness of index, GFI)、標準化均方根殘差(standardized root meansquare residual, SRMR)與近以誤差均方根(root mean square error of approximation, RMSEA)；在增值適配量測指標使用非規範適配指標(non-normed fit index, NNFI)與比較適配指標(comparative fit index, CFI)；在簡效適配量測指標上則採用簡效規範適配指標(parsimonious normed fit index, PNFI)、簡效良性適配指標(parsimonious goodness-of-index, PGFI)、

表 3-5 整體模式適配度考驗指標摘要表

適配 指標	絕對適配量測					增值適配量測		簡效適配量測			
	χ^2	df	GFI	SRMR	RMSEA	NNFI	CFI	PNFI	PGFI	χ^2/df	C N
標準 值	P>0.10	—	>0.90	≤0.05	<0.08	>0.90	>0.90	>0.50	>0.50	1.0~3.0	≥200

規範卡方(Normed chi-square)與胡特的臨界數CN(Hoelter's critical N, CN)等，各量測指標如表3-5所示。

4、內在結構適配度考驗

在整體模式的適配度可以接受後，個別參數也必須達到一定的信度才能對理論的驗證更具有保證。Bollen(1989)稱之為要素適配量測(component fit measures)，亦即內在結構適配度考驗，主要考驗指標有：

(1)信度考驗

信度考驗包含了個別信度與組合信度(composite reliability)之考驗，個別信度即為個別觀察變項信度(reliability of individual observed variable)，是用以了解對於相對應的潛在變項測量上的可信程度，其信度指標以標準化因素負荷量的平方值(R^2)為指標。根據黃芳銘(2002)指出，個別觀察變項信度必須大於0.20以上。組合信度也稱之為構念信度(construct reliability)，是用以檢定潛在變項的信度指標，一般認為其值必須大於0.60以上(黃芳銘，2007)。

(2)平均變異抽取量

平均變異抽取量是用以顯示被潛在構念所解釋的變異量有多少的變異量是來自測量誤差，解釋變異量愈大，測量誤差則愈小。一般判別是以平均變異抽取量大於0.50為標準。

(3)區別效度：

區別效度用以檢視兩個潛在變項之間是否具有區別的能力，其檢視方式是將兩潛在變項間之相關係數加減1.96乘以標準誤所得之信賴區間為判別，若其信賴區間未包含1.00之值，代表兩潛在變項之間具有區別能力。反之，信賴區間包含1.00之值，則表示兩潛在變項之間不具有區別能力。

肆 結果與討論

一、樣本結構分析

本研究調查受訪者之基本背景包括性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、平均收入與居住地等測量變項。總計有效受訪者計455人，經資料分析後，由表4-1可知，「性別」男性略多於女性。「年齡」以21歲至30歲之間人數最多。「婚姻」狀況未婚者略多於已婚者。「月平均收入」2萬元以下最多，但與2至3萬元之間差距並不大(僅0.4%)。「教育程度」以大學(專科)受訪者佔了半數以上。「職業」以軍公教最多。「居住地」以居住馬公市者為最多，另居住在台灣其他縣市者的受訪者則有65人。



表 4-1 受訪者基本背景結構次數表

變項	類別	次數	百分比	變項	類別	次數	百分比	變項	類別	次數	百分比
性別	女	213	46.8	教育程度	國中(含)以下	36	7.9	平均收入	2 萬(含)以下	132	29.0
	男	242	53.2		高中(職)	141	31.0		2 萬-3 萬(含)	130	28.6
	未填答	0	0		大學(專科)	251	55.2		3 萬-4 萬(含)	102	22.4
	總和	455	100.0		碩士(含)以上	27	5.9		4 萬-5 萬(含)	52	11.4
年齡	20 以下	30	6.6		未填答	0	0		5 萬以上	38	8.4
	21-30	158	34.7	職業	總和	455	100.0	居住地	未填答	1	0.2
	31-40	126	27.7		農漁業	34	7.5		總和	455	100.0
	41-50	88	19.3		工商業	104	22.9		馬公市	170	37.4
	51 以上	53	11.6		軍公教	123	27.0		白沙鄉	71	15.6
	未填答	0	0		服務業	67	14.7		湖西鄉	61	13.4
	總和	455	100.0		家管	17	3.7		西嶼鄉	62	13.6
	已婚	206	45.3		學生	102	22.4		望安/七美鄉	26	5.7
婚姻	未婚	245	53.8		其他	8	1.8		台灣其他縣市	65	14.3
	未填答	4	0.9		未填答	0	0		未填答	0	0
	總和	455	100.0		總和	455	100.0		總和	455	100.0

二、活動涉入與場所依戀現況分析

(一)受訪者對活動涉入之分析

經統計分析結果顯示，受訪者對於活動涉入之認同情形，其整體問項平均數為3.59，略高於3.50，顯示在參與者在整體活動涉入上亦是傾向同意的。而從各題項與不同因素構面平均數來看(如表4-2)，最認同題項之前四題分別為：「參與澎湖元宵節慶活動令我感到快樂」、「我非常享受澎湖元宵節慶活動」、「參加澎湖元宵節慶活動令我感到有趣」、「參與澎湖元宵節慶活動是讓我最享受的事情之一」，其平均數皆達3.80以上，顯示參與澎湖元宵節活動涉入程度較強者主要在於享受元宵節的活動以及參與活動後的快樂感覺。而認同程較低的題項為：「當我參與澎湖元宵節慶活動時，我可以很真實的展現自己」與「當您看到一個人參與澎湖元宵節慶活動時，您可以對那個人有更多的認識」，這兩個題項



屬於自我表現型態，顯示參與元宵節活動者，並不太重視個人的表現，也顯示元宵節活動參與者並不會因為其他人同樣參與元宵節活動而會有更多的認識。另外從不同的涉入因素構面來看，其認同程度最高為「吸引力」，其次為「中心性」與「自我表現」，其中「中心性」與「自我表現」二構面平均數均未達3.5，顯示參與者對於元宵節活動的涉入多數傾向於活動的吸引力，而不在於活動對其個

表 4-2 活動涉入題項與因素構面強度分析表

題號	題項(因素構面)	平均數	標準差	排序
i4	參與澎湖元宵節慶活動令我感到快樂	3.95	0.675	1
i5	我非常享受澎湖元宵節慶活動	3.92	0.687	2
i2	參加澎湖元宵節慶活動令我感到有趣	3.86	0.655	3
i3	參與澎湖元宵節慶活動是讓我最享受的事情之一	3.81	0.659	4
i1	參與澎湖元宵節慶活動對我而言是重要的	3.66	0.647	5
i8	當我參與澎湖元宵節慶活動時，我樂於讓其他人看見	3.49	0.721	6
i10	澎湖元宵節在我生活中佔有中心的地位	3.46	0.758	7
i9	我發現我大部分的生活與澎湖元宵節息息相關	3.43	0.738	8
i11	我發現我大部分的生活與澎湖元宵節活動息息相關	3.39	0.766	9
i6	當我參與澎湖元宵節慶活動時，我可以很真實的展現自己	3.31	0.797	10
i7	當您看到一個人參與澎湖元宵節慶活動時，您可以對那個人有更多的認識	3.24	0.703	11
吸引力		3.84	0.518	1
中心性		3.43	0.656	2
自我表現		3.35	0.605	3

人生活以及個人於活動上表現的相關重要性。

(二)受訪者對場所依戀之分析

受訪者對於場所依戀之認同情形，經統計分析結果顯示，場所依戀整體問項平均數為3.83，高於3.50，顯示在參與者在整體場所依戀上是傾向同意的。而從各題項平均數以及場所依賴與場所認同這二個因素構面來看(如表4-3)，最認同的前六題問項，正好為場所依賴構面，構面平均數為3.95。而場所認同構面平均數為3.72。顯示澎湖元宵節活動參與者對於場所的依賴程度較強，而對於場所的認同程度較低，也代表澎湖元宵節參與者對場所實體環境、設施與活動等所產生的依附程度較高，而對於場所在心理情感上的歸屬或認同程度是較低的，但此並不表示即對場所 有情感上的依附感受。



三、測量模式考驗

(一)模式資料檢視

本研究模式資料經檢視結果顯示(如表4-4)，活動涉入量表偏態介於-0.305～0.243之間，峰度介於-0.386～0.238之間；場所依戀量表偏態介於-0.907～-0.390之間，峰度介於-0.223～1.250之間。由此可知，本研究二個調查衡量量表23個觀

表 4-3 場所依戀問項與因素構面強度分析表

題號	題項(因素構面)	平均數	標準差	排序
p2	到澎湖參與元宵節比到其他地方更重要	3.99	0.733	1
p1	對我來說，澎湖無法被其他地方取代	3.96	0.790	2
p6	導覽與解說服務讓我更認識澎湖	3.96	0.767	3
p3	澎湖是我覺得最有元宵節特色的地方	3.95	0.760	4
p5	澎湖有足夠的元宵節服務措施	3.95	0.740	5
p4	我享受澎湖的元宵節勝過其他地方	3.89	0.764	6
p9	我能與別人分享澎湖元宵節的事，且以此為榮	3.86	0.868	7
p8	到澎湖參與元宵節能讓我更了解自己	3.82	0.935	8
p11	我享受在澎湖的元宵節觀光勝過在其他地方	3.75	0.903	9
p10	我對澎湖元宵節深刻的印象勝過於其他地方	3.74	0.898	10
p7	比起其他地方的元宵節，我願意花更多的時間在澎湖	3.60	0.869	11
p12	我非常認同澎湖的元宵節和地方社區	3.55	0.909	12
場所依賴		3.95	0.584	1
場所認同		3.72	0.713	2

表 4-4 模式所有觀察變項偏態與峰度分配表

問項	偏態	峰度	問項	偏態	峰度	問項	偏態	峰度
i1	-0.176	-0.055	i9	0.083	-0.276	p6	-0.785	0.922
i2	-0.271	0.238	i10	0.062	-0.334	p7	-0.623	0.334
i3	0.034	-0.386	i11	0.185	-0.290	p8	-0.907	0.773
i4	-0.153	-0.221	p1	-0.826	0.851	p9	-0.878	1.065
i5	-0.305	0.135	p2	-0.721	1.039	p10	-0.390	-0.223
i6	0.242	-0.335	p3	-0.831	1.250	p11	-0.888	0.708
i7	0.243	0.201	p4	-0.653	0.786	p12	-0.486	0.170
i8	-0.019	-0.261	p5	-0.806	1.181			

察變項均接近常態分配，故適合以最大概似法(maximumlikelihood,ML)作為參數估計的方法。

(二)違犯估計檢定



活動涉入測量模式經分析後，根據其各參數估計值(如表4-5)顯示，標準化參數($\lambda 1 \sim \lambda 11$)之值介於0.63至0.86之間，皆未太接近1或是大於0.95之係數。標準誤介於0.01至0.04之間，表示誤差 大。誤差變異數($\delta 1 \sim \delta 11$)之值介於0.26至0.60之間，並無負的變 數存在。依此可知，活動涉入測量模式並無違犯估計現象，也代表此量表可以進行整體模式之適配度考驗。

場所依戀測量模式經分析後，根據其各參數估計值(如表4-6)顯示，標準化參數($\lambda 1 \sim \lambda 12$)之值介於0.62至0.81之間，皆未太接近1或是大於0.95之係數。標準誤介於0.02至0.05之間，表示誤差 大。誤差變異數($\delta 1 \sim \delta 12$)之值介於

表 4-5 活動涉入測量模式參數估計摘要表

活動涉入				
參數	非標準化參數值	標準誤	t 值	標準化參數值
$\lambda 1$	0.41	—	—	0.63
$\lambda 2$	0.52	0.04	13.20	0.80
$\lambda 3$	0.50	0.04	12.86	0.77
$\lambda 4$	0.49	0.04	12.38	0.72
$\lambda 5$	0.46	0.04	11.63	0.67
$\lambda 6$	0.63	—	—	0.79
$\lambda 7$	0.49	0.04	12.60	0.70
$\lambda 8$	0.46	0.04	11.86	0.64
$\lambda 9$	0.62	—	—	0.84
$\lambda 10$	0.54	0.03	15.82	0.71
$\lambda 11$	0.66	0.04	18.77	0.86
$\delta 1$	0.25	0.02	13.42	0.60
$\delta 2$	0.16	0.01	10.66	0.36
$\delta 3$	0.18	0.02	11.48	0.41
$\delta 4$	0.22	0.02	12.28	0.47
$\delta 5$	0.26	0.02	13.07	0.56
$\delta 6$	0.24	0.03	8.34	0.38
$\delta 7$	0.25	0.02	11.08	0.51
$\delta 8$	0.30	0.02	12.21	0.59
$\delta 9$	0.16	0.02	8.77	0.29
$\delta 10$	0.29	0.02	12.68	0.50
$\delta 11$	0.15	0.02	7.87	0.26
$\varphi 21$	0.55	0.04	12.48	0.55
$\varphi 22$	0.48	0.04	10.82	0.48
$\varphi 23$	0.57	0.04	13.19	0.57

表 4-6 場所依戀測量模式參數估計摘要表

場所依戀				
參數	非標準化參數值	標準誤	t 值	標準化參數值
$\lambda 1$	0.57	—	—	0.72
$\lambda 2$	0.59	0.03	19.87	0.81
$\lambda 3$	0.58	0.03	18.21	0.76
$\lambda 4$	0.55	0.03	16.65	0.71
$\lambda 5$	0.48	0.03	14.52	0.64
$\lambda 6$	0.48	0.03	13.94	0.62
$\lambda 7$	0.64	—	—	0.73
$\lambda 8$	0.75	0.04	19.97	0.81
$\lambda 9$	0.58	0.04	15.55	0.67
$\lambda 10$	0.64	0.04	16.86	0.72
$\lambda 11$	0.73	0.04	20.19	0.81
$\lambda 12$	0.68	0.04	17.83	0.75
$\delta 1$	0.30	0.02	12.67	0.48
$\delta 2$	0.18	0.02	10.78	0.34
$\delta 3$	0.24	0.02	11.95	0.42
$\delta 4$	0.29	0.02	12.75	0.49
$\delta 5$	0.32	0.02	13.50	0.58
$\delta 6$	0.36	0.03	13.66	0.61
$\delta 7$	0.35	0.03	12.92	0.47
$\delta 8$	0.31	0.03	11.57	0.35
$\delta 9$	0.41	0.03	13.52	0.55
$\delta 10$	0.39	0.03	13.11	0.49
$\delta 11$	0.28	0.02	11.42	0.34
$\delta 12$	0.37	0.03	12.73	0.44
$\varphi 21$	0.37	0.05	7.93	0.37

0.34至0.61之間，且沒有任何負的變 誤存在。由此可知，場所依戀測量模式並無違犯估計現象，也代表可以進行整體模式之適配度考驗。



(三)整體適配度考驗

活動涉入測量模式經整體適配度考驗後，根據各項適配度指標顯示(如表 4-7)，GFI=0.94；RMSEA=0.079；NNFI=0.96；CFI=0.97；PNFI=0.72；PGFI=0.58均符合考驗門檻標準，但其中SRMR值為0.064大於門檻標準0.05，CN值為187.48小於門檻標準200，Normed chi-square(x^2/df)為3.80略大於3，顯示模式處於可以接受的邊緣，也表示此模式有修正的空間，可以將參數釋放(free)或固定(fixed)，再重新估計模式，其方式之一是利用修正指標(modification index, MI)來瞭解造成模式適配度不佳的來源(黃芳銘，2007)。經檢視後發現第9題與第11題測量誤之間殘留了相當大的MI值(37.10)，且其期望參數改變值為0.20，顯示這一個變項之測量誤具有相當的共同影響源，可以重新釋放來考驗(張良漢，2008；黃芳銘，2007)。經釋放後發現SRMR值降為0.049，Normed chi-square(x^2/df)降為2.93，CN值上升為240.63。顯示出活動涉入測量模式經修正後，各項適配指標均符合門檻標準，是一個符合實證研究的測量模式。

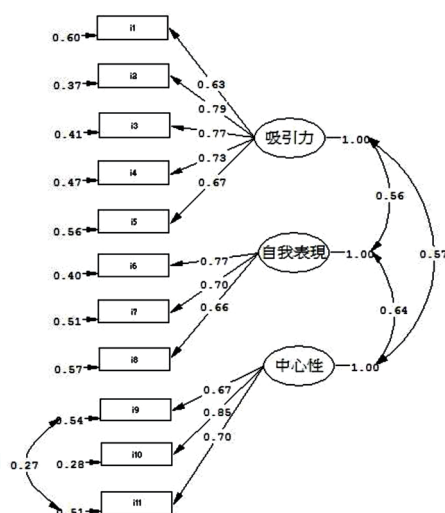
場所依戀測量模式經整體適配度考驗後，根據各項適配度指標顯示(如表 4-8)，GFI=0.96；SRMR=0.040；RMSEA=0.046；NNFI=0.99；CFI=0.99；

表 4-7 活動涉入測量模式適配度考驗指標摘要表

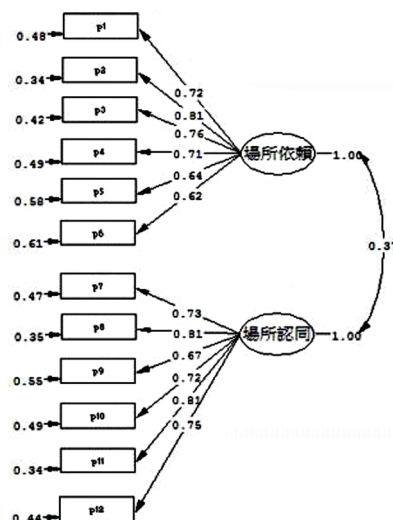
適配度 指 標	絕對適配指標						增值適配指標		簡效適配指標			
	x^2		df	GFI	SRMR	RMSEA	NNFI	CFI	PNFI	PGFI	x^2/df	CN
考驗門 檻標準		P>0.10	—	>0.90	≤0.05	<0.08	>0.90	>0.90	>0.05	>0.05	1.0~3.0	≥200
檢 定 結 果	155.84	P=0.00	41	0.94	0.064	0.079	0.96	0.97	0.72	0.58	3.80	187.48
修正檢 定結果	117.32	P=0.00	40	0.96	0.049	0.065	0.97	0.98	0.70	0.58	2.93	240.63
		可接受		符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合

表 4-8 場所依戀測量模式適配度考驗指標摘要表

適配度 指 標	絕對適配指標						增值適配指標		簡效適配指標			
	x^2		df	GFI	SRMR	RMSEA	NNFI	CFI	PNFI	PGFI	x^2/df	CN
考驗門 檻標準		P>0.10	—	>0.90	≤0.05	<0.08	>0.90	>0.90	>0.05	>0.05	1.0~3.0	≥200
檢 定 結 果	103.05	P=0.00005	53	0.96	0.040	0.046	0.99	0.99	0.78	0.65	1.94	349.07
		可接受		符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合



Chi-Square=117.32, df=40, P-value=0.00000, RMSEA=0.065



Chi-Square=103.05, df=53, P-value=0.00005, RMSEA=0.046

圖 4-1 修正後活動涉入各參數估計路徑圖

圖 4-2 場所依戀各參數估計路徑圖

PNFI=0.78；PGFI=0.65；Normed chi-square(χ^2/df)=1.94；CN=349.07均符合門檻標準，顯示場所依戀測量模式是一個符合實證研究的測量模式。

(四)內在結構適配度考驗

1、聚合效度考驗

根據測量模式分析結果，活動涉入各觀察變項反映於因素上之係數，其t值均大於1.96，顯示活動涉入量表具有聚合效度。場所依戀各觀察變項反映於因素上之係數，其t值均大於1.96，顯示場所依戀量表具有聚合效度。

2、建構信度考驗

活動涉入量表個別觀察變項的標準化因素負荷量的平方值(R^2)均大於0.20(0.40~0.72)以上，顯示個別觀察變項具有足夠的信度。潛在變項的組合信度均大於0.60以上(0.79~0.84)，顯示量表潛在變項具有良好的組合信度。平均變異抽取量分別為0.52、0.51與0.56，均在臨界值0.5以上，表示具有良好的操作化測量定義，如表4-9所示。



場所依戀量表個別觀察變項的標準化因素負荷量的平方值(R^2)均大於0.20(0.38~0.66)以上，顯示個別觀察變項具有足夠的信度。潛在變項的組合信度為0.86與0.88，二者均大於0.6以上，顯示量表潛在變項具有良好的組合

表 4-9 活動涉入個別變項與潛在變項之信度

潛在變項	觀察變項	R^2	潛在變項 信度	平均變異 抽取量
吸引力	λ 1	0.40	0.84	0.52
	λ 2	0.62		
	λ 3	0.59		
	λ 4	0.53		
	λ 5	0.45		
自我表現	λ 6	0.59	0.79	0.51
	λ 7	0.49		
	λ 8	0.44		
中心性	λ 9	0.45	0.79	0.56
	λ 10	0.72		
	λ 11	0.49		

表 4-10 場所依戀個別變項與潛在變項之信度

潛在變項	觀察變項	R^2	潛在變項 信度	平均變異 抽取量
場所依賴	λ 1	0.52	0.86	0.51
	λ 2	0.66		
	λ 3	0.58		
	λ 4	0.50		
	λ 5	0.41		
	λ 6	0.38		
場所認同	λ 7	0.53	0.88	0.56
	λ 8	0.66		
	λ 9	0.45		
	λ 10	0.52		
	λ 11	0.66		
	λ 12	0.56		

信度。平均變異抽取量分別為0.51與0.56，亦均在臨界值0.5以上，表示具有良好的操作化測量定義，如表4-10所示。

3、區別效度考驗

活動涉入之吸引力與自我表現間(0.48~0.64)、吸引力與中心性間(0.49~0.65)以及自我表現與中心性之間(0.56~0.72)，其相關信賴區間均未包含1.00的數值存在，顯示三個因素彼此之間具有區別效度。場所依戀之場所認同與場所依賴兩因素間之相關信賴區間亦未包含1.00的數值存在(0.27~0.47)，顯示兩者之間一樣具有區別效度。

四、結構模式分析

本研究整體模式經整體適配度考驗後，根據各項適配度指標顯示(如表4-11)， $GFI=0.93$ ； $SRMR=0.050$ ； $RMSEA=0.043$ ； $NNFI=0.98$ ； $CFI=0.98$ ； $PNFI=0.84$ ； $PGFI=0.74$ ； $Normed\ chi-square(x^2/df)=1.83$ ； $CN=301.84$ 均符合



門檻標準，顯示模式適配度已達良好的標準，也代表本研究之假設模式為合理的

表 4-11 整體結構模式適配度考驗指標摘要表

適配度 指 標	絕對適配指標					增值適配指標		簡效適配指標				
	x²	df	GFI	SRMR	RMSEA	NNFI	CFI	PNFI	PGFI	x²/df	CN	
考驗門 檻標準	P>0.10	—	>0.90	≤0.05	<0.08	>0.90	>0.90	>0.05	>0.05	1.0~3.0	≥200	
檢 定 結 果	402.78	P=0.00	220	0.93	0.050	0.043	0.98	0.98	0.84	0.74	1.83	301.84
	可接受		符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合	符合	

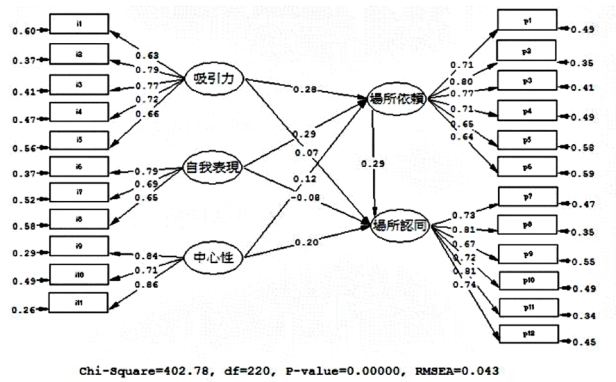


圖 4-3 活動涉入與場所依戀模式參數估計路徑圖

表 4-12 整體結構模式參數估計摘要表

參數	非標準化 參數值	標準誤	t 值	標準化參 數值
γ_1	0.28	0.06	4.38	0.28
γ_2	0.07	0.07	1.02	0.07
γ_3	0.29	0.07	3.87	0.29
γ_4	-0.08	0.08	-0.93	-0.08
γ_5	0.12	0.06	1.89	0.12
γ_6	0.20	0.07	2.96	0.20
β_1	0.29	0.07	4.29	0.29

理論模型，可適當的解釋變項之間的因果關係。其整體模式中各參數估計路徑圖與估計值如圖4-3與表4-12所示。

五、假設檢定與討論

(一)假設檢定

經前述各項適配度指標考驗後，顯示本研究模式是符合理論的研究，可以進一步驗證本研究之假設是否成立。當研究假設途徑t值 對值大於1.96，代表已顯著水準(具有正向或負向相關)，亦即表示該研究假設途徑成立，反之，則表示該研究假設途徑不成立。本研究假設途徑經分析檢定後發現：元宵節活動參與者之吸引力對場所依賴(t=4.38)、自我表現對場所依賴(t=3.87)、中心性對場所認同(t=2.96)以及場所依賴對場所認同(t=4.29)均達顯著水準，代表具有顯著且正向的



影響關係，也表示本研究此四個假設(H1、H3、H6、H7)均成立。而吸引力對場所認同($t=1.02$)、自我表現對場所認同($t=-0.93$)以及中心性對場所依賴($t=1.89$)未達顯著水準，即未有顯著的影響關係，也表示本研究此三個假設(H2、H4、H5)未成立(如圖4-4與表4-13所示)。另外，從模式圖中可以發現「吸引力」可以藉由影響「場所依賴」再間接影響「場所認同」。而「自我表現」也可以透過「場所

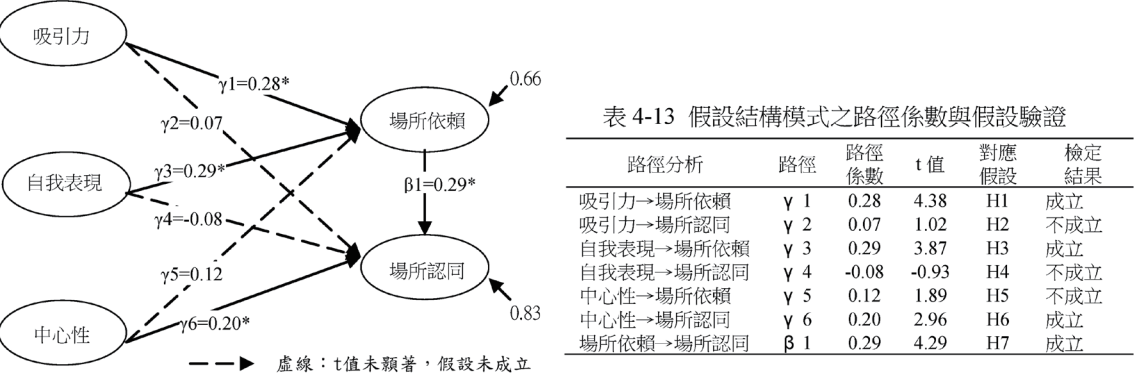


圖 4-4 活動涉入與場所依戀關係最終模式圖

依賴」再間接影響「場所認同」。顯示，活動涉入之吸引力或自我表現雖未能直接顯著影響場所認同，但可以藉由場所依賴間接影響場所認同。

(二)討論

根據模式分析與假設檢定結果發現，吸引力會顯著正向影響場所依賴、自我表現會顯著正向影響場所依賴、中心性會顯著正向影響場所認同以及場所依賴會顯著正向影響場所認同與陳宏斌、胡俊傑和范啟敏(2007)；黃金城、胡俊傑、林玥君和李明儒(2007)；戴有德、陳冠仰和李素馨(2008)以及黃妙嫻(2009)之實證研究結果具有一致性。表示上述活動涉入構面與場所依戀構面，除了在休閒農場、區域步道、自行車與聚落遺產觀光之活動中具有顯著的影響關係外，在澎湖元宵節之節慶活動中亦同樣會有顯著影響關係。也顯示澎湖元宵節活動之參與者對於活動場所會隨著日漸熟悉以及依賴程度的增強，對場所產生歸屬感。

吸引力未顯著影響場所認同之研究結果與陳宏斌等人(2007)的研究結果不

符，但與黃妙嫻(2009)研究結果一致。根據張良漢(2006)指出，吸引力屬於較淺層的涉入程度，因此對於場所認同此種心理層面尚未有造成顯著影響。

自我表現未顯著影響場所認同之結果與張良漢(2006)和Kyle, Graefe, Manning, and Bacon(2003)的研究結果不符，但與黃妙嫻(2009)研究發現相同。顯示本研究之元宵節活動參與者會藉由參與活動表現自我，但在尋求自我表現時，並未能與場所產生心理層面的認同感。

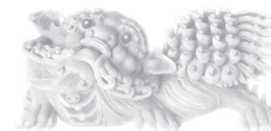
中心性未顯著影響場所依賴之結果與陳宏斌等人(2007)的研究結果不符，但與kyle等人(2003)和黃妙嫻(2009)的研究結果一致。顯示澎湖元宵節活動在參與者心中佔有一定的中心地位，屬深層的心理層面涉入，因此在僅強調環境上的依賴，未能呈現顯著的影響關係。

伍 結論與建議

一、結論

根據本研究目的與統計分析結果顯示，澎湖元宵節活動參與者男性與女性人數相差不大且多為青壯年，教育程度半數為大專院校，職業多數為軍公教與工商業，但 月平均收入半數在3萬元以下。

對於澎湖元宵節活動涉入的程度，參與者主要是因活動的吸引力而涉入，對於參與活動的場所則是對實體環境與設施依賴程度較高，不過對於活動場所會隨著日漸熟悉以及依賴程度的增強，對場所產生歸屬與認同感。另外，元宵節活動參與者對活動涉入之吸引力愈大，或是自我表現需求程度愈高都會對使參與者對場所依賴的程度提高，但不會顯著影響對場所的認同感受，不過，參與者對活動的吸引力或是自我表現會透過對場所依賴而增加其對場所在心理上的認同情感。最後，元宵節活動在參與者之心中所佔地位愈高則愈會影響其對場所在心理情感上的認同，但不會顯著影響對場所環境的依賴程。



二、建議

根據本研究之研究目的與分析提供建議參考如下：

(一)對於相關主辦或管理單位之建議：

1、加強活動吸引力：

研究發現參與者對於活動的涉入主要為活動的吸引力最受參與認同，並讓參與者享受活動與感到有趣、快樂。因此，活動相關單位應思考活動內容的變化或特色，以增加活動吸引力。

2、加強場所依賴：

參與者在活動場所之依戀上，相對的是以對場所實質環境上的特質較具有依賴感，而非一種心理上情感的依附感受，而且必須隨著日漸熟悉以及依賴程度的增強，才會漸漸發展成對場所而產生情感上的認同。因此建議主辦或管理單位應思考規劃活動場所之環境與設施屬，並心靈層面的慶典活動，如祈福活動，藉以增加參與者情感的投入，而促對於場所的認同感，以利於活動的永續發展。

(二)對於後續研究之建議：

1、本研究以參與者為研究對象，並未特別針對遊客或民眾予以區別，因此建議後續研究可加以區別進行研究。

2、本研究對參與者部分相關特性並未進行資料調查與分析，例如：參與次數、使用交通工具、花費金額、曾參與其他類似節慶活動等。另外，對於參與活動後是否滿意？是否願意重遊等亦未有調查，以提供公部門或民間廟宇作為經營者評估或改善活動的進一步資訊。因此，後續研究者可加以補足這方面的研究。

- 3、本研究以數間民間公廟視為同一場所，在場所認定或有不夠嚴謹之處，因此在未來研究可以就單一寺廟為元宵節節慶活動研究範圍進行分析與驗證。
- 4、學者Bernard, Killworth, Kronenfeld, and Sailer (1984) 提出，以問卷作為測量行為之工具，可能會因為受試者之文化標準等因素，而產生受試者回答不精確之問題，因此建議未來相關研究可採用不同之測量工具(如訪談)來增加所得結果之精確性。

參考文獻

- 王文良(2009)，從乞龜活動和造形藝術看澎湖人過「上元」，收於澎湖縣政府文化局編，狂風烈燄下的澎湖生活：澎湖研究第八屆學術研討會論文輯(pp.84-109)，澎湖縣馬公市：澎湖縣政府文化局。
- 王正平、朱 瑄(2003)，攀岩活動持久性涉入程 與活動環境屬性之關係研究，2003 務實觀光休閒產業經營學術研討會，台北：真理大學。
- 王雲五(1956)，容齋隨筆五集(三)，國學基本叢書，第一集四十種，台北：臺灣商務印書館。
- 交通部觀光局(2009a)，2009觀光節慶賽會，[線上資料]，來源<http://www.taiwan.net.tw/festival/>[2009,May 22]。
- 交通部觀光局(2009b)，2008年國人旅遊狀況調查，[線上資料]，來源<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>[2009,August 4]
- 交通部觀光局(2010a)，2010觀光節慶賽會活動，[線上資料]，來源<http://www.taiwan.net.tw/festival/>[2010,August 5]。
- 交通部觀光局(2010b)，2009年國人旅遊狀況調查，[線上資料]，來源<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>[2010,August 5]
- 吳明隆（2009），SPSS操作與實用：問卷統計分析實務，五南圖書出版股



份有限公司。

李筱雯、梁仲正、李一民(2006)，關子嶺統茂溫泉會館遊客涉入程度之研究，*生物與休閒事業研究*，4(2)，pp.109-115。

林晏州(2000)，澎湖地區寺廟宗教活動觀光推展系統先期規劃，澎湖縣：交通部觀光局澎湖國家風景區管理處。

林豪(1893)，澎湖廳志。台灣文獻叢刊，第164種(1963)，臺北：臺灣銀行經濟研究室。

姜貞吟、劉大和(2003)，卡薩爾斯音樂節Festival Pablo Casals-文化節慶與區域發展，收於行政院文化建設委員會編，二〇〇二年文建會文化論壇系列實錄—人文歐洲·城市節慶(pp.32-36)，臺北市：行政院文化建設委員會。

胡建偉(1771)，澎湖紀略，台灣文獻叢刊，第109種(1961)，臺北：臺灣銀行經濟研究室。

張良漢(2006)，建構登山健行者活動涉入與地方依戀影響模式，*體育學報*，39(4)，pp.163-178。

張良漢(2007)，登山健行活動涉入量表信度與效度之建構，*運動休閒管理學報*，4(1)，pp.34-43。

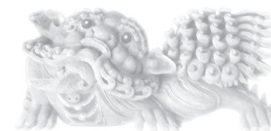
張良漢(2008)，建構登山健行者休閒利益與休閒滿意之關係：休閒內在動機、休閒體驗所扮演的角色，*大專體育學刊*，10(3)，pp.27-40。

張良漢、吳崇旗、王偉琴(2006)，登山健行經驗對活動參與之研究，*大專體育學刊*，8(4)，pp.37-49。張良漢、蘇士博、王偉琴(2006)，不同活動涉入程度對地方依戀之研究，*運動休閒管理學報*，3(2)，pp.1-18。

張靜芬(2007)，遊客屬性、環境認知與場所依戀之關係研究-以八里左岸自行車道為例，中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，台北。

曹勝雄、孫君儀(2009)，建構地方依附因果關係模式，*地理學報*，55，pp.43-63。

- 陳心怡(2004)，自行車騎乘者專業化程度與地方依戀關係之研究-以台中大度山區騎乘者為例，逢甲大學建築研究所碩士論文，台中市。
- 陳宏斌、胡俊傑、范啟敏(2007)，休閒農場遊客活動涉入及場所依戀與再遊意願研究，生物與休閒事業研究，5(2)，pp.119-133。
- 陳秀位(2009)，觀光意象與地方依附關係之研究，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，澎湖。
- 陳慧如(2004)，台灣地區國家公園遊客特性與解服務滿意之關係，銘傳大學管科學研究所博士論文，台北。
- 陳慧蓉(2006)，遊客觀光意象與地方依附感關係之探討-以高雄縣美濃鎮為例，靜宜大學觀光事業學系暨研究所碩士論文，台中。
- 雅堂文集(1964)，台灣文獻叢刊，第208種，臺北：臺灣銀行經濟研究室。
- 黃妙嫻(2009)，遺產觀光遊憩涉入、場所依戀、體驗價值與重遊意願之研究-以二崁聚落為例，國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文，澎湖。
- 黃芳銘(2007)，結構方程模式：理論與應用(五版)，台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 黃金城、胡俊傑、林珮君、李明儒(2007)，民眾對國家步道系統活動涉入、場所依戀與知覺擁擠之研究，聯大學報，4(2)，pp.73-91。
- 黃長發(2007)，大學生休閒活動涉入與覺知自由之研究，運動休閒餐研究，2(4)，pp.145-163。
- 黃暉雅(2009)，遊客之人格特質、遊憩涉入與地方依戀間相關研究-以苗栗南庄為例，大葉大學休閒事業管理學系碩士論文，彰化。
- 黃驗(2004)，圖解東京夢華錄，台北：實學社出版股份有限公司。
- 劉還月(1986)，台灣民俗誌，台北：洛城出版社。
- 蔡廷宜(2008)，居民宗教涉入、地方情感依附與健康關係之研究-以大甲地區為例，國台護學院遊健康研究所碩士論文，台北。



- 賴峰偉、廖英賢(2005)，地方政府之行銷策略-以澎湖縣政府二〇〇〇年至二〇〇四年推展觀光節慶活動為例，*經濟前瞻*，98，pp.100-114。
- 戴有德、陳冠仰、李素馨(2008)，遊憩涉入、場所依賴與場所認同因果關係之研究：以東豐綠色走廊遊憩自行車使用者為例，*戶外遊憩研究*，21(4)，pp.27-57。
- 謝宗恆、侯錦雄、郭彰仁(2005)，遊客對北埔傳統聚落之文化遊憩屬性與場所依戀關係之研究，*戶外遊憩研究*，18（4），pp.1-24。
- Altman, I., & Low, S. M. (1992). *Human behavior and environment: Place attachment*. New York: Plenum.
- Belk, R.W. (1975). Situational variables and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 2, p. 157.
- Bernard, H. R., Killworth, P., Kronenfeld, D., & Sailer, L. (1984). The Problem of informant accuracy: The validity of retrospective data. *Annual Review of Anthropology*, 13(1), 495-517.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New Yourk: Wiley.
- Bricker, K. S., & Kerstetter, D. L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22(4), pp. 233-257.
- Formica, S. & M. Uysal, (1998) . Market segmentation of an international cultural-historical event in Italy. *Journal of Travel Research*, 36(4), pp.16-24.
- Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12, pp. 179-195.
- Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1999). Leisure involvement revisited: Drive propertyes and paradoxes. *Journal of Leisure Research*, 31, pp. 122-149.

- Hinch, T.D. (1996). Urban Tourism: Perspectives on Sustainability. *Sustainable Tourism*, 4(2), pp. 95-100.
- Hou, J. S., Lin, C. H., & Duarte, B. M. (2005). Antecedents of Attachment to a Cultural Tourism Destination: The Case of Hakka and Non-Hakka Taiwanese Visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 44, pp. 221-233.
- Iwasaki, Y., & Havitz, M. E. (1998). A path analytic model of relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. *Journal of leisure research*, 30, pp. 256-280.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.
- Krugman, H. E. (1965). The Impact of Television Advertising : Learning Without Involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29, pp. 349-356.
- Kyle, G., Graefe, A. and Manning, R. (2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings, *Environment and Behavior*, 37(2), pp. 153-177.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., and Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian trail. *Journal of Leisure Research*, 35(3), pp. 249-273.
- McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: Enduring Involvement. *Journal of Leisure Research*, 21(2), pp. 167-179.
- Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: the case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16, pp. 17-31.
- Rothschild, M. L. (1984). Perspectives on involvement: current problems and future directions. *Advances in Consumer Research*, 11, pp. 216-217.
- Schuett, M. (1993). Refining measure of adventure recreation involvement.



Leisure Science, 15, pp. 205-216.

Slama, M. E., & Tashchian, A. (1985). Select Socioeconomic and Demographic Characteristics Associated with Purchasing Involvement. *Journal of marketing*, 49(1), pp. 72-82.

Tyebjee, T. T. (1979). Response time, conflict, and involvement in brand choice. *Journal of Consumer Research*, 6, pp. 295-304.

評論

澎湖元宵節之活動涉入與場所依戀關係研究

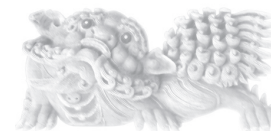
發表人：蔡松齡

評論人：陳阿賓

評論內容：

乞龜是澎湖的重大節慶，地方上年度的地方盛會，全家扶老攜幼一同去參加，這在台灣其他地方上很少見，站在觀光的角度上，尋求國際魅力，透過乞龜可以去發展國際文化觀光的魅力，個人這幾年大致上在兩岸閩南文化研究上做一些探討，像在座的王文良老師對乞龜也相當有研究，乞龜的民俗流傳在閩南地區跟台灣地區，台灣比較代表性的像宜蘭的頭城，或是桃園的八德或是臺灣一些沿海的村莊以及像澎湖都一直在流傳延續，澎湖的乞龜當然是個文化的傳承，不管是論文中提到的《澎湖廳志》，有相關文字記載的都大約在一二百年前的歷史記載，論文中也提到以六間宮廟作為研究的標的，那研究者這種典型的研究模式論文不論是以活動涉入、遊客行為、場所依戀、參與者等來探討這些現象，以科學方式，包括社會科學所慣用的統計軟體來加以操作，包括SPSS（Statistical Package for the Social Sciences）12.0中文版與LISREL8.8版兩軟體作為資料分析工具，同時提出結論例如：加強活動吸引力、加強場所依賴等；元宵節是臺灣的重要宗教節慶，北天燈、南炮、東炸寒單，而加上西部澎湖有乞龜活動、再加上三大燈會，可說是熱鬧滾滾，以遊憩效益評估來說可分好幾個面向，包含有形跟無形的價值。

有形的像是國際觀光的商業行銷，無形的則是文化的層面，澎湖乞龜有其特殊性，是一種本地文化的認同，同時也是本縣的全民活動，如果說要加入文化創意因素的話，例如說城隍廟與綠蠅龜產卵相結合概念的活動。



最後，有幾點建議供作參考，第一點、樣本選擇、問卷設計及對象代表性涵蓋不夠全面性，例如職業多為軍公教、收入為2-3萬，年齡分布為20-30歲之間，這樣涵蓋不夠全面性，台灣部分佔14.3%，這或許是旅行團的部份，建議本地與外地作一區隔，畢竟屬性不同，對本地鄉親來說這是一種歷史回憶的參與，跟外地人來觀光不同。第二點是價值性，剛剛提到有形與無形價值，是故有文化還是商業觀光？這部份有待探討。第三點是結論的後續研究部分具體作法可再進一步探討。第四點論文結論強調吸引力的部份，這是第三點的延伸，強調其獨特性，是探討固有文化延續或是從中改良開創出新的元素都可以再進一步探討；最後一點是社會變遷的因素，澎湖乞龜已經一二百年，希望可以進一步探討社會的變遷、歷史的演化，這樣可以呈現活動的演變、轉型過程，以上五點提供作為參考，謝謝大家。

與會者發問

一、王文良老師：

個人曾於第八屆學術研討會提過有關澎湖元宵節的討論文字，見到松齡兄此文從不同的角度切入，覺得是讓人興奮的事。不過，量的研究，除了問卷題目設定的斟酌需考量外，抽樣本身的代表性，也是必須小心和思考的，表4-1受訪者基本背景，以人口老化的澎湖，呈現的21~30歲受訪者佔34.7，51以上卻只佔11.6，恐怕與人口結構出入太大，教育背景大學（專科）佔55.2%，與實際情形的大落差，結果就應該不具代表性了。

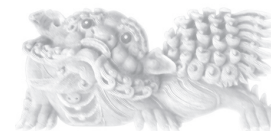
又當深具文化內涵的元宵慶典，將重點置於「活動」，而非文化，可能得到的是「人潮」，遠離的是文化的體驗，其中的輕重，是有得思索之處，另外，取為研究的六座宮廟，固然有其代表性，但其它在地的文化內涵與趣味，是不能被取代的。

願借此機會提出淺見，供在座關心澎湖的朋友及有關單位思考，民俗活動是民間自發且正在進行的活動，當官方出資主導，是否仍為民俗則有待商榷，若為追求人潮、追求記錄，是否模糊了原本屬於民俗最可貴的東西？

以元宵乞龜活動為例，澎湖各村落宮廟都有豐富的故事，與在地的活動模式，更有在地的趣味，尤其「龜」充滿文化內涵，且不論任何材料所做成，一直以來都是澎湖人拿來敬神和拜祖先的供品，與湯圓、年糕等無異，是澎湖豐富的年節應景食物之一，但當政府強勢主導的「萬龜祈福」活動盛大舉行，將供品的龜改為供民眾膜拜、燒香，甚至擲筊杯求乞的對象時，我們不禁要擔心和困惑的問：這個活動，是在體驗民俗，還是正在扭曲在地深層的文化？

做為一個活動，它是成功的，但以民俗體驗而言，它的方向似乎是被扭曲了，就長期發展而言，它帶來的影響，是強化在地的特色，還是加速在地文化的流失？

小村小廟不再有人潮，不再有意願延續在地特色的乞龜活動，當他們在地的詮釋已然自卑，或相形見慚的自認沒有特色，而天下歸一統後，澎湖引以為傲的



全民運動，全縣所有宮廟都有的元宵盛況，已然走向枯萎！讓人擔心。

表 4-1 受訪者基本背景結構次數表

變項	類別	次數	百分比	變項	類別	次數	百分比	變項	類別	次數	百分比
性別	女	213	46.8	教育程度	國中(含)以下	36	7.9	平均收入	2萬(含)以下	132	29.0
	男	242	53.2		高中(職)	141	31.0		2萬-3萬(含)	130	28.6
	未填答	0	0		大學(專科)	251	55.2		3萬-4萬(含)	102	22.4
	總和	455	100.0		碩士(含)以上	27	5.9		4萬-5萬(含)	52	11.4
年齡	20以下	30	6.6		未填答	0	0		5萬以上	38	8.4
	21-30	158	34.7	職業	總和	455	100.0		未填答	1	0.2
	31-40	126	27.7		農漁業	34	7.5		總和	455	100.0
	41-50	88	19.3		工商業	104	22.9		馬公市	170	37.4
	51以上	53	11.6		軍公教	123	27.0		白沙鄉	71	15.6
	未填答	0	0		服務業	67	14.7		湖西鄉	61	13.4
	總和	455	100.0		家管	17	3.7	居住地	西嶼鄉	62	13.6
婚姻	已婚	206	45.3		學生	102	22.4		望安/七美鄉	26	5.7
	未婚	245	53.8		其他	8	1.8		台灣其他縣市	65	14.3
	未填答	4	0.9		未填答	0	0		未填答	0	0
	總和	455	100.0		總和	455	100.0		總和	455	100.0

二、蔡文榮先生：

- 1、本縣自2007年起王縣長指示縣府來籌辦元宵節萬龜祈福活動且動用縣府經費經議會審核通過提撥贊助主辦廟宇承辦，2007年縣府委外辦理地點在縣府廣場舉辦各廟宇來共同參與，由本縣內各糕餅店共同製作不同材質之食用龜供民眾乞用(以一萬隻為準)且製作一石龜(龍龜)由縣長開光點之後交由承辦廟宇作為移交交接之信物，並舉辦祭天大典(縣府自製祭天台)祭典程序由本人規畫，天后宮舉辦在縣府廣場作神明祀酒大典，2008年於西嶼外垵舉行亦有萬隻乞龜活動，但未辦祭天大典，2009年輪由海靈殿承辦，未有萬龜而是製作大型米龜(36萬斤)未及時為金氏紀錄登記，祭天大典擴大至全縣各政要廟宇主持人等參與祭天台亦請台灣匠師搭建，沒有萬隻龜卻有數十萬斤大龜且經法師縣長開光點眼，主體上還



是以龜之演化為主加上夜間武轎踩街活動，2010西衛宸威殿製作麵線龜(約1萬47斤)祭天大典亦同加上補運活動和歌舞等，2009、2010製作龜之公仔並編列其籍號，預計製作5年，每年以一吉祥字為代表鼓勵民眾收集齊全，萬龜祈福活動還是以“龜”為活動主軸之民俗活動，但須有材質多元變化活動方式多元化才不致使澎湖“乞龜”之民俗顯得單薄。

2、表 2-1 萬龜祈福活動主軸平安龜中2009年馬公南甲海靈殿中” 300公克”包裝160,000包應為600公克。

表 2-1 萬龜祈福活動主軸平安龜				
活動年份	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
活動地點	澎湖縣政府前廣場	外垵溫王宮	馬公南甲海靈殿	西衛宸威殿
主軸平安龜	一萬隻平安龜	一萬隻平安龜	36 萬台斤米龜	1 萬 6,800 台斤麵線龜
	魷片龜 1,000 隻	魷片龜 500 隻	6 公斤包裝 15,000 包	15,000 包手工麵線
	蛋糕龜 1,500 隻	蛋糕龜 1,000 隻	3 公斤包裝 26,000 包	
	黑糖糕龜 1,000 隻	黑糖糕龜 700 隻	300 公克包裝 160,000 包	
	麵包龜 2,000 隻	麵包龜 2,500 隻		
	棗泥龜 500 隻	泥龜 500 隻		
	餅乾龜（冬瓜口味）1,500 隻	餅乾龜（冬瓜口味）2,400 隻		
	餅乾龜（鳳梨口味）1,500 隻	餅乾龜（鳳梨口味）2,400 隻		
	麻糬龜（芋泥口味）500 隻			
	麻糬龜（地瓜口味）500 隻			

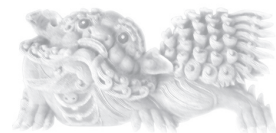
資料來源：澎湖縣政府民政局提供

三、袁秀碧小姐：

元宵節應以「信仰」為主，如將「吸引力」之稱呼改成「信仰力」或許會較符合本土之狀況，您調查比例馬公市居多，但四面環海的澎湖，宗教信仰力比看熱鬧的比例上會有差別，如下回調查或許能將調查比例平衡一下，或許能將澎湖的節慶、宗教多瞭解些會有更精進的解析。

四、洪振坤先生：

希望能把元宵節元素、宗教信仰加入內容可能更加豐富、精彩、生動活潑。



發表人蔡松齡先生回應：

首先感謝文化局提供這個機會讓個人做本研究的報告，有關元宵節乞龜，在此之前已有相當多的研究，但多數是屬於質性的文獻與歷史的回顧研究，而本研究是以統計方法進行量化的分析，希望對元宵節乞龜未來發展提供研究參考。另外要感謝評論人與各位提問人所指出的問題，也正是本研究不足或有疑義之處。

其中本研究因研究主題要旨在探討元宵節之活動涉入與場所依戀之關係，對象為所有參與之民眾與遊客，因此研究構面界定為吸引力。另因研究主題與篇幅之故，是以未針對遊客或民眾加以區別進行研究，且未對元宵節乞龜元素、信仰或變遷等過程加以整理、說明或分析。後續研究可加以補充之。

再者，有關統計研究之樣本結構應當符合母體之結構，但本研究經調查後之樣本，個人亦發現樣本結構分配情形，經進一步檢討後認為，本縣居民多生性保守，故多不願接受問卷調查。又元宵節多屬家人一同出遊，依本研究抽樣方式，團體在五人以下選擇一人，在六人以上選擇二人為原則，問卷則請受訪者自行填寫，是以受訪者多由團體內年輕者、學歷高者或是軍公教人員受訪居多，因之形成本研究受訪樣本結構分佈。

最後，關於2009年36萬台斤米龜之300公克裝160,000包係屬無誤，各公斤包裝數合計為21萬6,000公斤，換數台斤即為36萬台斤。