

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

高職生對於節慶觀光的認知與參與意願
之調查-以台南鹽水蜂炮為例

作者：

張宇妘。私立樹德家商。高三 25 班

王怡婷。私立樹德家商。高三 25 班

林佳儀。私立樹德家商。高三 25 班

指導老師：

邱雅莉老師

壹、前言

一、研究背景

節慶活動是每一地區的地方特色，它是隨著文化的演進，時間的累積深根，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&Mmartin，1993;引自王育群，1999)。

節慶與文化觀光存在互相依存的關係，節慶屬於文化觀光的一環，文化觀光亦可帶動節慶的發展，然而兩者最終都必需回到「地方」，才得以永續發展。此外，節慶與文化觀光都具有多樣性發展的特質，但若把其視為單一產業，很容易將某些特定類別特徵推論到所有類別，而忽略文化的獨特性、傳承性與價值性。

節慶觀光具有永續地方文化與帶動經濟的發展，加上近幾年政府對於節慶活動的積極推廣，並且跟地方政府互相配合，使得節慶觀光更被重視。

二、研究動機

民俗觀光資源過程的「觀光化」是個普遍的趨勢，不僅在台灣，全世界各地皆然。鄉土民俗文化活動結合當地地方特色、旅遊景點、民俗文化活動與觀光服務為一體的組合，包含一班通稱為節慶活動(festival)或展示會(fair)。節慶有其歷史淵源，而展示會則較具商業性質。隨著社會型態的轉變、資訊發展與人們的多樣化需求，節慶與展示會的內涵也跟著調整或改良。節慶觀光同時具備商品銷售、民俗活動參與、文化學習、休閒遊樂、社區發展等多重功能。(林正忠，2003)。

發現近來年的地方特色節慶備受歡迎，因結合了地方的特色、民俗文化與休閒娛樂，使得台灣每年每月都有節慶活動可以參與，會選擇高職生，是因大多的人休閒活動為上網，對於接觸此項節慶活動的機會少，引發我們的動機。

三、研究目的

隨著時代的演變，許多新興的觀光產業逐漸崛起，台灣原有的傳統文化卻逐漸沒落，為了永續台灣傳統的民俗文化，加上政府積極推動地方節慶的發展，藉此鼓勵高職生多參與台灣的節慶活動，因此，本研究的目的分為下列二項：

- (1) 探討高職生對於節慶觀光的認知。
- (2) 探討高職生對於節慶觀光的參與意願。

貳、正文

一、節慶

(一)節慶的定義

Willia (1997；引自陳比晴，2003)認為節慶活動是一個有主題，且能讓大家一起共同慶祝的活動，大部分的節慶活動主要是以創造社區（community）本身的獨特性與提升當地居民榮譽感等為目的。

Jackson (1997；引自曾蘭淑，2011)節慶活動是一個特別的、非自發的，而且經過周詳籌畫設計所帶給人們快樂與共享；也可以是產品、服務、思想、資訊、群體等具特殊事務特色主張的活動。

而 Jago & Shaw (1998；曾蘭淑，2011)也認為節慶活動需有兩種特性，一為必須要有一個特殊主題，二為該活動是屬於公開性。

(二)台灣節慶的特色

傳統節慶的行程，有兩項不可或缺的要素：一是固定的節期；二是節期中特定的民俗慶典活動。傳統節慶年年重覆、代代相傳，逐漸形成重要的文化特色(朱文鳳，2011)。

台灣三、四百年前有許多大陸閩粵移民，因此我們的生活方式深受先民生活習慣與信仰影響，台灣的傳統節日與慶典活動自先民生活習俗與節氣、遠古傳說演變而來，另外，受本島地域或自然環境變遷影響，衍生出具特色的台灣風俗(朱文鳳，2011)。

二、認知

(一)認知的定義

認知(Cognition)，在 Neisser(1967；引自：潘季珍，2008)所著作之「認知心理學」中的定義為，「認知心理學包含感覺刺激的轉換、簡化、推測、儲存、獲得和使用的所有過程，簡單而言認知本體是個體經外在某事物所傳達之訊息刺激後，在經過訊息處理的內在連續過程所得到對此事物的認識與看法。

認知亦可分成狹義和廣義兩種方式加以定義，狹義的認知可解釋為認識或知道；廣義而言則是稱所有形式的認識作用，包含感覺、知覺、注意、記憶、推論、想像、預期、計畫、決定、問題解決及思想溝通等(中勝校，1990)

(二)認知的特性

徐光國(1996)則對於認知的特性，提出不盡相同的看法，認為外在環境和事務所提供人們的刺激與資訊是多元且豐富的，因此人們不可能巨細靡遺逐一認知外在所有情況，而會經過選擇性的分類，再主觀賦予意義與判斷。於是提出認知的特性為主觀性、選擇性、組織性三項。

(三)認知的相關研究

蘇進長(2003)在遊客對文化觀光認知之研究-以台南孔廟文化園區為例中指出，遊客個人背景中的年齡，教育程度，居住地皆會對文化觀光認知程度，台南孔廟文化園區旅遊滿意度與台南市整體文化觀光旅遊滿意度三項研究構面，產生顯著性影響。且遊客對於文化觀光之認知程度高，其亦具有對文化觀光旅遊活動類別之忠誠度與偏好(潘季珍，2008)。

藉由以上相關研究結果可知，遊客的個人背景和特性不同，對其認知會有所差異存在，而且遊客的認知會對其遊憩體驗與偏好產生影響。

三、參與意願的定義

(一) 參與意願的定義

就參與的觀點而言，簡惠貞（2001）指出參與意願為遊客對未來參與活動的內心意念。Williams（1972；引自郭子寧，2012）提出意願是指個人為達到未來目標的一種慾望傾向，而此傾向可指引個人行為，以實現目標。而 Fishbein 與 Ajzen（1975；引自郭子寧，2012）將意願定義為個人對未來執行行為的預期或計畫，是可以預測人類行為的最佳工具。倪小綦（1997）則指出意願為個人行動的意象，也是個人趨向最終目的的心理傾向。

根據上述對於參與意願的定義是個人對於目標的一種心理慾望，以鹽水蜂炮為例，對於鹽水蜂炮的了解和口碑，是否會有想去參與和再次參與的意願。

(二)參與意願之衡量

探討退休者參與休閒農場常主意願研究中，以考慮到休閒農場長住、意願到休閒農場長住與願意向親友推薦三個面向衡量其參與休閒農場長住意願(引自：郭子寧；廖婉如，2008)。

李志能(2009)探討高山遊憩地區旅遊滿意度與重遊意願研究中，以重遊意願與推薦意願兩個構面衡量遊客對高山遊憩區之重遊意願。

參與意願會受到自己是否參與過、與誰同行、年齡、性別……等各種因素而影響參與意願。所以必須從各個不同的角度衡量後才會出現意願。

四、台南鹽水蜂炮

(一) 鹽水蜂炮的由來

這個延續在鹽水已有百年以上傳統的「放蜂仔」，其由來傳說頗多，大致可分為反清復明說、戲鬥煙火說、歡迎家慶說、驅除瘟疫說四種。

(二) 鹽水蜂炮的特色

「鹽水蜂炮」的活動都是從入夜開始，一頂頂的神轎由全副武裝的轎夫抬著，從武廟出發揭開序幕，一直到清晨的五、六點，整個鹽水鎮都籠罩在蜂炮當中。2008 年被指定為「台灣文化資產」之民俗類。

鹽水蜂炮，是元宵節轟動全台的重要觀光民俗活動，每年吸引上萬人觀光客，和「平溪天燈」，有「北天燈，南蜂炮」之美稱。鹽水蜂炮起源相傳於光緒 11 年 7、8 月間，鹽水街流行霍亂瘟疫，當時因醫藥不發達，死者日眾，居民恐慌，祈求關帝聖君解災救難。關聖帝君乃於元宵夜命周倉將軍為前導，帝君神轎殿後，眾善信隨神轎一路燃放鞭炮，遶境大街小巷至天明，將邪魔一掃而除。這種當初單純的燃放鞭炮蛻變為「蜂炮」、「炮城」等活動，奠定今日鹽水遠近馳名的民俗特色。(台南市政府觀光局，2014)

第三章 研究結果

第一部分 基本資料

1.性別	男	女
比例	47%	53%

2.年齡	15~16 歲	17~18 歲	19~20 歲	20 歲以上
比例	31%	56%	11%	1%

3.年級	一年級	二年級	三年級
比例	21%	25%	54%

4.曾經參與過節慶觀光的次數	無	一次	二次	三次	四次以上
比例	23%	24%	15%	13%	25%

5. 請問您如何得知節慶觀光活動的資料來源？	報章雜誌	親友介紹	電視節目	網際網路	其他
比例	7%	41%	32%	17%	3%

第二部分 問卷內容

一.本部分是您對節慶觀光「認知程度」請您依的實際想法

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 我知道台南鹽水在每年都會舉辦鹽水蜂炮活動	48%	33%	17%	1%	1%
2. 我了解台南鹽水蜂炮的由來或意義	25%	32%	25%	15%	3%
3. 我可以從節慶觀光增加地方文化的認識	44%	37%	17%	1%	1%
4. 我認為推動地方節慶活動有助於當地的觀光發展	42%	40%	15%	2%	1%
5. 我認為節慶觀光有助於推動該地方經濟發展	37%	47%	15%	1%	0%
6. 我覺得節慶觀光可以吸引很多國外觀光旅客且在國際上增加知名度	56%	31%	13%	0%	0%
7. 我認為鹽水蜂炮是一項有意義且具代表性的民俗活動	52%	31%	15%	1%	1%
8.我認為節慶觀光是延續傳統文化的一種方式	57%	34%	9%	0%	0%

二、本部分是您對節慶觀光「參與意願」之意願程度

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 您是否願意參加鹽水蜂炮這項節慶觀光	25%	42%	27%	6%	0%
2. 參加節慶觀光可以讓我看到城市的不同面貌	38%	43%	19%	0%	0%
3. 參加節慶觀光讓我覺得很有意義，印象很深刻	39%	42%	18%	1%	0%
4.我每年都願意參加不同的節慶觀光活動	40%	34%	25%	0%	1%

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
5. 希望臺灣會有更多的節慶觀光讓我們參加	51%	37%	12%	0%	0%

參、結論

一、 結論

根據本研究了調查結果顯示，高職生對於台南鹽水蜂炮的由來或意義的認知不同意和非常不滿意站居多，為了讓高職生改善這些不好的問題，本小組利用調查結果及小組的討論建議下，希望達成研究成果最佳效果。

(一) 探討高職生對於節慶觀光的認知

高職生知道每年台南鹽水都會舉辦鹽水蜂炮活動和認為鹽水蜂炮是有意義且具代表性的活動居多，但了解他的意義與由來的站少部分，認為節慶觀光會增加地方的認知而且會推動觀光發展和經濟順便增加國際知名度居多，認為節慶觀光是可以延續傳統文化的居多。

(二) 探討高職生對於節慶觀光的參與意願

高職生對於節慶觀光參與意願占同意居多，為了能使高職生了解節慶觀光，高職生必須增加參與度，而高職生大部分與朋友一同參與節慶觀光居多，高職生認為參加節慶觀光很有意義，每年都會願意參加不同的節慶活動居多。

二、建議

(一) 政府應積極推廣節慶觀光活動

政府積極推廣節慶觀光活動，多舉辦更多相關節慶觀光活動，以及增加學校安排有關節慶觀光的課程及活動，使高職生能夠更了解節慶觀光的重要性。

(二) 學校應多安排有關節慶觀光相關性課程

學校應配合政府安排學生在學校有節慶觀光課程以及舉辦有關節慶觀光主題的活動，可以讓高職生快速地了解節慶觀光的由來與特色意義，高職生能透過學校與政府安排，能夠提高參與節慶觀光的意願。

肆、引註資料

書籍：

- (1) 林怡君，2005，觀光節慶活動對遊客之吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度關係之研究-以三義木雕國際藝術節為例。
- (2) 潘季珍，2008，遊客對產業觀光認知與遊憩體驗偏好關係之研究-以金良興磚文化觀光工廠為例。
- (3) 吳怡姿，2010，鹽水蜂炮的民俗意義與工藝美術價值。
- (4) 林正忠，2003，鹽水蜂炮民俗活動觀光效益之研究-以 2003 年活動為例。
- (5) 陳泳濤，2014，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。
- (6) 郭子寧，2012，夜市遊客消費經驗、需求滿足對參與意願之影響。
- (7) 曾蘭淑，2011，地方居民對於節慶活動的效益認知與認同感對活動支持度之研究-以鳳荔文化季為例。
- (8) 王中慧，2004，節慶活動「回憶體驗之研究」-以「2002 年國慶焰火在中縣」活動為例。

網址：

- (1) 台南市政府文化局

<http://tour-culture.tainan.gov.tw/festival/index-1.php?m=99&m1=10&m2=33&id=5>

- (2) 特殊習俗

<http://ananedu.com/a/7/9/2/2-3.htm>