

第一章 緒論

第一節 計畫緣起

「文化」集合了人類物質與精神生活中所有動態與靜態的行為表現，而「藝術」則可說是呈現文化的最重要的精髓之一。隨著社會與經濟高速發展，民眾對於生活內涵的需求，已從過去的單純的物質需求，逐漸擴及推向對於休閒、知識等精神需求，尤其是注重物質以外靈性生活的追求，朝向「全方位、高品質」境域的滿足。

在台灣，隨著民眾生活型態與習慣的改變，越來越多人開始注重文化、休閒及藝術的活動，而且民眾的生活重心已不再僅止於家居與工作兩方面，而是表現於參與藝文活動的情形(文化統計，2004)。這種情況尤其表現於都會地區，依據行政院主計處的「家庭之經常性支出」統計顯示，一般家庭對於文化、藝術及休閒娛樂的支出比例，在未受到整體環境影響(如金融風暴等)之下，是逐年增加的。如圖 1 所示，本案列舉以台北市 2001~2009 年為例，平均每年每戶家庭約 11 萬左右，且從 2005 年開始呈現逐年增加的情勢。

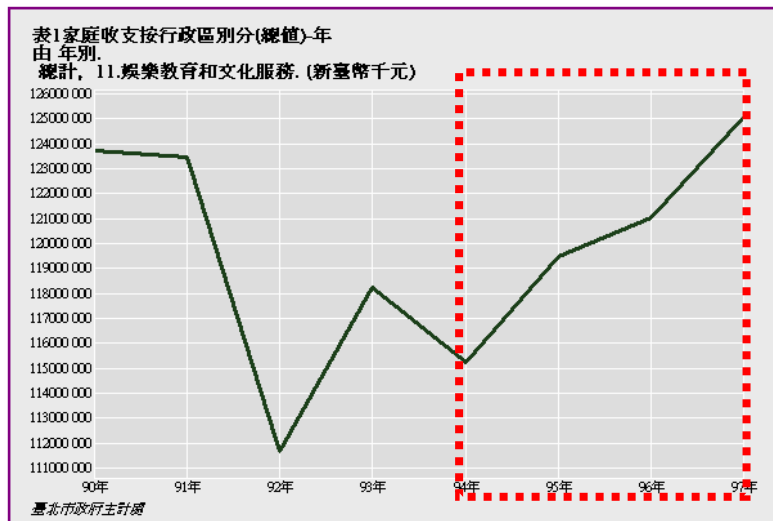


圖 1-1 台北市娛樂教育文化服務每年總支出之關係

資料來源：台北市政府 主計處

此外，近來各縣市政府亦開始透過藝文活動，來增加民眾參與縣市政府所舉辦各項藝文活動之頻率，進而培植民眾的文化素，以及為了凝聚民眾的

向心力養。中部縣市這幾年也類似舉辦過幾場大型的藝文活動，如苗栗縣 2008 年所世界三大男高音-卡列拉斯音樂會；台中市 2010 年於洲際棒球場所舉辦的「杜蘭朵公主」歌劇等，甚至是結合祭祀活動的大甲媽祖遶境活動、彰化縣「媽祖遶境嘉年華」等，這些具特色的藝文活動，皆是「行銷城市」相當成功的例子。並且由此可知，各縣市政府已經不再像以往僅重視軟硬體建設，而是更重視的具備文化及藝術性質之活動。

過去，彰化縣辦理藝文活動之項目及場次，事實上並不亞於鄰近縣市，惟民眾需求偏好、消費習性，以直接影響縣民參與藝文活動之意願及次數。近年來，彰化縣政府及彰化縣文化局的大力推動之下，經常有大型藝文活動至縣內演出，為使活動辦理發揮最大之效益，擬針對縣民的藝文活動需求、消費行為做探討，以期辦理更符合縣民需求之藝文活動。同時，本案中亦期許可發掘彰化縣潛在藝文消費族群，以期擴大參與人口。並針對本縣既有藝文消費者之資訊來源管道，作更深入之研究，以了解今後行銷宣傳之著力方向，相信將能對本縣藝文活動辦理方向提供良好之貢獻，以作為彰化縣政府及彰化縣文化局未來活動企劃、宣傳方向之參考。預期主要工作之項目，如下：

- 一、研究調查本縣縣民的藝文活動需求、消費行為
- 二、研究發掘本縣潛在之藝文消費族群。
- 三、研究調查本縣既有藝文消費者之資訊來源管道
- 四、分析、綜理、彙整上述調查之研究發現，並給予本局辦理活動應予以維持、改進或修正之意見，提供未來辦理方向、行銷管道、宣傳方式等之建議。

第二節 研究範圍與限制

一、研究範圍

藝文活動要能夠永續經營，除了主題性須具特色及創新之外，民眾參與則構成活動形成與圓滿的另外一個關鍵因素。因此，如要瞭解民眾對藝文動向，必先探討參與活動之觀眾的行為、態度。然使藝術行政人員在擬定藝文活動前，可先掌握目標觀眾群，由此來定位活動的主軸。此外，對消費者(民眾)對於活動需求認知，亦是藝文活動行銷成功的關鍵。過去的研究說明了，這與民眾的參與動機、個人的生活型態、價值觀及消費行為彼此有顯著的關係。甚至於大環境的文化、社會及經濟等亦會影響民眾參與情形。

如上述，為使本案目標更為明確，並利於後續分析縣民參與縣內藝文活動的動機與行為，以「結構式問卷」來進行調查，研究範圍及受訪對象將以彰化縣在地民眾為主，這亦涵蓋設籍於彰化但居住於外地者，或者設籍於外縣市但於彰化工作與居住者一年以上者等民眾。

此外，根據柯哲仁(1999)及王南景(2007)的研究指出，所謂藝文活動的需求者是泛指對藝文活動有參與經驗，且有實際參與之認知與環境情緒體驗者。因此，本案依據文獻回顧與現地調查之結果定義「藝文活動需求者」，並以便利抽樣的調查方式，針對係彰化縣境內參與藝文活動的縣民、藝文團體之社員、團員或會員等對象，進行問卷訪查，其問卷結果將配合統計分析得到結論。

二、研究限制

本案受限於藝文活動之主題、時間等因素，產生下列之限制：

1. 本案目前基於相關研究之基礎，選以生活型態、價值觀、消費行為及參與動機來討論關於彰化縣民藝文活動需求、消費群組、消費行為及訊息獲取等關係，其他相關因素未來將視研究歷程予以修改，但盡量避免複雜因素之探討，導致研究方向之偏頗或研究成果不適切之情況
2. 在藝文活動類型中，根據本案目前所掌握彰化縣近一年活動類型，除研習

類之藝文活動外，考量本案操作時間，並且思考活動屬性、地點及藝文類型後，來決定施作活動主題與地點，是故無法全面性對縣內藝文活動進行調查。

3. 關於藝文團體的施作對象，同樣思考本案操作時間與問卷的地緣關係，無法就全彰化縣之藝文團體進行問卷調查。

第三節 解釋名詞

以下各名詞之解釋，將有助於本案範圍之界定：

- 一、**藝文活動**：主要是指具象的文化「展」與「演」的活動型態，也就是涵蓋了「靜態的展」與「動態的演」兩部份。且就性質而言，又可分為傳統與現代(柯哲仁，1997)。另外，李亦園(1984)認為藝文活動是基於文化活動的路徑而所衍生出，類似於關於休閒、祭祀及慶典等行為之詮釋。同時，如就廣義而言，一切涵蓋文化意涵的活動皆可稱之為文化活動；但就狹義而言，於特定地點、空間或場所內，從事音樂、舞蹈、美術、戲劇、文學、現場創作工藝或其他經主管機關認定之文化藝術等展演行為。
- 二、**展演空間**：指提供藝文活動展演的場所、設備或空間，依活動呈現方式而有所差異，包含戶外與室內兩種型態。另外，配合本案目前問卷調查的過程，依活動屬性，展演空間又可區分為「常態性」與「臨時性」兩種類別。其中常態性意指有固定的空間、設備或場所支援某些特定活動的進行，而這類的空間所對應的活動屬性，一般較為固定且會定時更換展演主題，如員林演藝廳主要是支援表演或音樂方面的藝文活動等；其次，臨時性空間之特徵在於提供比較動態或非固定性的藝文活動一處展演的場所。這類空間衍生多半是配合某些特定的節日、主題、祭典或講座等需求而搭建而成的，例如布袋戲、歌仔戲會於廟埕空間演出。

分析目前彰化縣內所有藝文活動之展演空間，涵蓋了公、私立機構，如彰化縣文化局、地方文物館、地方機關、學校、孔廟、廟宇、醫院及演藝廳等，因此，縣民日常生活接觸藝文活動的機會相當多，這將有助於使我們瞭解彰化各地民眾對於藝文活動需求與見解。
- 三、**參與者**：係指直接實際參與各類藝文活動的民眾，對於藝文活動有明確活動體驗，並且期許藉由活動本身獲取某些自身所要達到的目的，例如教育、休閒及知識等。基於目的而參與活動的民眾，一般對於活動的認同與認知較為強烈，將有助於瞭解參與者本身對於活動評價與需求程度。

四、參與活動之行為：意指民眾參與活動之整體過程中，所發生的各項行為，例如購票、活動選擇行為等參與活動方式。藉此瞭解民眾參與藝文活動的考量條件、價值觀及決策活動類型的依據，進而分析民眾的需求，以及影響彰化縣民參與藝文活動的因素。

第四節 預期效益與成果

依據研究目標，本案預期完成調查成果，如下：

- 一、就生活型態、價值觀及參與動機分析彰化縣民對於藝文活動之需求與消費行為，進而探討藝文主題與內容是否影響民眾再度消費或到訪之意願。
- 二、分析彰化縣民藝文活動之潛在的消費族群、以及可接受之消費額度
- 三、分析近年來彰化縣民之藝文活動經常性支出之情形，以及影響支出之原因。
- 四、分析彰化縣民對於藝文活動資訊獲得之管道與方式。
- 五、檢視彰化縣內藝文活動之空間(或場所)情況。
- 六、探討彰化縣民參與藝文活動消費之意願。
- 七、分析、綜理、彙整上述調查之研究發現，並給予相關局處辦理活動、行銷管道及宣傳方式等之建議。

第五節 執行進度與流程

一、執行進度

本計畫執行期間自簽約日至 100 年 10 月 6 日止，約 10 個月左右。各項工作預定進度如下表：

時間 事項	99 年 12 月至 100 年 10 月										
	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月
國內外相關文獻收集											
彰化縣之田野(現地)調查											
問卷題項的擬定與試作											
正式問卷施作											
期中報告											
資料的搜集與整理											
資料分析與整理											
研究結果與討論											
結論與建議											
資料彙整與期末報告											

二、研究流程

