

南華大學

休閒產業經濟學系碩士班

碩士論文

遊客對媽祖文化認知與媽祖活動的參與  
之研究—以朴子配天宮為例

**An Investigation of Recognition for Mazu  
Culture and Participation for Mazu Festival  
— Case of Paitien Temple, Putzu, Chiayi**

指導教授：陳寶媛博士

研究生：歐秀慧

中華民國壹零叁年六月

南 華 大 學

休閒產業經濟學系  
碩士學位論文

論文題目：遊客對媽祖文化認知與媽祖活動的參與  
之研究—以朴子配天宮為例

**An Investigation of Recognition for Mazu Culture  
and Participation for Mazu Festival  
Case of Paitien Temple, Putzu, Chiayi**

研究生：歐秀慧

經考試合格特此證明

口試委員：陳章在  
楊政郎  
陳寶媛

指導教授：陳寶媛

系主任(所長)：楊政郎

口試日期：中華民國 103 年 5 月 31 日

## 中文摘要

本文以到配天宮的遊客為對象實問卷調查，蒐集所需資訊。本文之問卷於民國一〇三年二月正式發放，並於民國一〇三年三月發放完畢，發放問卷數為 550 份，回收 450 份問卷，回收率 81.8%，扣除無效問卷 36 份，有效問卷 414 份，有效回收率 75.3%。本文運用次數分配及百分比來了解樣本資料的結構性，以平均數及標準差來分析遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之現況。再藉由獨立樣本 t 檢定與變異數檢定以分析遊客的基本資料是否對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願有顯著差異。

就受訪遊客的基本資料而言，由回收的問卷發現：

- (1). 男性填答問卷的人數較多，且以 31-40 歲這個年齡層的人為多數，其中大多為已婚人士與大學畢業者。
- (2). 到配天宮的遊客中，各所得階層的人都有，且分布得很平均，只是所得在 2 萬元以下者仍稍微多一些，遊客中以軍公教人士為多數，而嘉義縣市與朴子在地人士約佔 54%，其他外縣市遊客所佔比重亦高達 46%。
- (3). 就「媽祖文化認知」此構面而言，遊客對於媽祖個人事蹟的了解程度比對配天宮的認知程度來的集中。
- (4). 就「到配天宮的動機」此構面而言，對景仰媽祖的因素高於廟方有活動吸引及遊玩順道。
- (5). 就「媽祖活動的參與意願」此構面而言，發現遊客願意參與配天宮每年媽祖聖誕舉辦的祝壽慶典，最不願意參與的是有獎徵答親子活動。

就遊客的基本資料對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」、「媽祖活動的參與意願」的差異性分析而言：

- (1). 不同性別的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」，沒有明顯差異。
- (2). 不同婚姻狀況的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」，沒有明顯差異。
- (3). 不同年齡層的遊客，其對「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」沒有明

顯差異。但是，在「媽祖文化認知」這部份，針對配天宮的認知此構面而言，31~40歲與51歲以上此二年齡層組合的遊客對配天宮的認識有明顯差異，且51歲以上此年齡層遊客對配天宮的認知高於31~40歲此年齡的遊客。

- (4).不同教育程度的遊客，其對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」沒有明顯差異；但對「媽祖活動的參與意願」而言，教育程度為碩士以上的遊客，其對媽祖活動的參與意願是最低的。
- (5).不同月收入的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」沒有明顯差異。
- (6).不同職業的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」，沒有明顯差異。
- (7).不同居住地的遊客，在「媽祖文化認知」這部份，朴子當地的居民對媽祖個人事蹟的認知高於其他地區的居民(指嘉義縣市和台南市以外的地區)；就配天宮的認知而言，朴子當地及嘉義縣市的遊客，對配天宮的認知程度較高。在「到配天宮的動機」這部份，對廟方有活動吸引而言，朴子與嘉義縣市的遊客較易受到吸引，而朴子地區的居民其受配天宮活動吸引的程度相對高於嘉義縣市的居民；在「媽祖活動的參與意願」這部份，朴子當地的居民，參與意願高於嘉義縣市及其他地區的遊客。

雖然本文發放問卷的時間不是農曆三月的瘋媽祖旺季，但是配天宮仍具有一定的遊客量，而且到配天宮的遊客約有一半是嘉義縣市以外的民眾，因此配天宮雖不若大甲鎮瀾宮、北港朝天宮、新港奉天宮與白沙屯媽祖有名氣，但是仍具有一定的知名度。只是，這些遊客對媽祖事跡與文化的認知比對配天宮的認知還要高，而且教育程度高的遊客，對媽祖活動的參與意願明顯低落。此結果值得配天宮相關單位重視。

關鍵詞：媽祖文化、媽祖活動、到配天宮的動機、參與意願

## **Abstract**

The object of our article is to investigate the recognition degree of travellers for Mazu culture and participation willingness of travellers for Mazu festival. A questionnaire was designed to collect the data from the visitors who have took a trip to Paitien temple.

By means of convenient sampling, we obtained 414 valid samples during February and March 2014, the effective return rate of questionnaire is 75.3%. We use the descriptive statistics to analysis the characteristics of survey responders, in addition, we use the t-test and one-way ANOVA to test whether the demographic characteristics of Paitien temple's visitors have significant influence on recognition for Mazu culture, traveling motives to Paitien temple and participation willingness for Mazu festival.

Most of the survey responders are man, aged 31-40, married and graduated from college or university. They have deeper recognition for Mazu culture than the history of Paitien temple. The traveling motives of survey responders who took a trip to Paitien temple most focus on the worship Mazu. The participation willingness of Master and Doctor for Mazu festival are significant lower than others.

We hope that the relevant officials and committee of the Paitien temple can make reference to our study results in their marketing strategies.

Keywords : Mazu culture、Mazu festival、traveling motives to Paitien temple、 participation willingness

# 目 錄

中文摘要	I
Abstract	III
目錄	IV
表目錄	V
配天宮天上聖母讚頌歌(台語)	VI
一. 緒 論	1
1-1 研究動機	1
1-2 研究目的	4
1-3 研究架構	5
二 文獻回顧	6
2-1 媽祖文化的相關文獻	6
2-2 節慶活動的相關文獻	6
2-3 配天宮的活動	7
2-4 配天宮媽祖傳奇	8
2-5 關於媽祖的宗教觀光旅遊文獻	10
三. 問卷設計與研究方法	12
3-1 問卷設計	12
3-2 研究對象	13
3-3 研究方法	13
四 實證結果分析	16
4-1 遊客基本資料分析	16
4-2 前測信度	18
4-3 敘述性統計分析	19
4-4 遊客的不同基本資料對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」、「媽祖活動的參與意願」的差異性分析	22
五 結論與建議	36
5-1 結論	36
5-2 建議	37
六 參考文獻	39
附錄一 配天宮的歷史沿革	41
附錄二 配天宮古文物—風華重現	43
附錄三 配天宮的全台唯一	45
附錄四 配天宮樸樹媽祖的傳奇故事	48
附錄五 本文的問卷	51

## 表 目 錄

表 2-3-1	配天宮每年例行性的祭祀活動	8
表 4-1-1	遊客之性別、年齡層、婚姻狀況與教育程度分析	16
表 4-1-2	遊客之所得水準、職業別、受訪者的居住地分析	17
表 4-2-1	前測信度	19
表 4-3-1	媽祖文化認知各構面與各題目的平均數和標準差	20
表 4-3-2	到配天宮的動機各構面與各題目的平均數和標準差	20
表 4-3-3	媽祖活動的參與意願各構面與各題目的平均數和標準差	21
表 4-4-1	不同性別對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之 t 檢定結果	23
表 4-4-2	不同婚姻狀況對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之 t 檢定結果	24
表 4-4-3	不同年齡層對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析	26
表 4-4-4	不同教育程度對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析	28
表 4-4-5	不同月收入對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析	30
表 4-4-6	不同職業對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析	32
表 4-4-7	不同居住地對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析	34

# 配天宮天上聖母讚頌歌(台語)<sup>1</sup>

湄洲聖母樸樹情  
神威顯赫庇眾生  
黑水溝上降蛟龍  
深山林內伏猛獸  
古早牛稠溪氾濫  
御賜燈花照樸城  
千里順風穿官袍  
三界叫伊樸仔媽  
樸仔腳 配天宮 樸仔媽 湄洲媽 樸仔腳 配天宮  
樸仔媽 湄洲媽  
觀音化身三十二  
湄洲聖母樸仔媽  
千處祈求千處應  
孝道傳家子孫賢  
樸仔腳 配天宮 樸仔媽 湄洲媽 樸仔腳 配天宮  
樸仔媽 湄洲媽

乾隆諭旨敕配天  
苦海明燈救世人  
保護先人來台灣  
以助百姓墾山林  
媽祖乎伊不再氾  
全民歡喜慶團圓  
湄洲祖廟賞金筊  
飲水思源自湄州  
湄洲媽 樸仔腳 配天宮  
大慈大悲入化身  
天上人間共讚歎  
宏揚因果顯大乘  
千秋萬世享太平  
湄洲媽 樸仔腳 配天宮

<sup>1</sup> 此歌曲由財團法人朴子配天宮發行，作詞：陳俊憲/陳祈宏；作曲：鄭啟宏。

# 一、緒論

台灣的民間信仰主要以佛教和道教為主流，因此在國內各地，相關的佛堂、寺廟林立<sup>2</sup>，宗教信仰不僅是民眾的精神支柱，宗教的節慶活動更是與民眾的生活息息相關<sup>3</sup>，節慶活動所帶來的觀光休閒人潮更是為地方與國家帶來豐厚可觀的經濟效益<sup>4</sup>。因此，國內外有不少的學者針對宗教文化、宗教節慶活動、宗教旅遊等議題的內涵、影響和經濟效益進行探討。

## 1-1 研究動機

在國內，最能反映先民從唐山到台灣這段歷史的應該是媽祖信仰。媽祖信仰始於宋朝，在北宋宣和五年，媽祖被朝廷欽定「專司海岳」而正式成為海神。明清時期，大陸福建的沿海移民以「分身」或「分香」<sup>5</sup>的方式，隨身攜帶媽祖的神像或香火、平安符，以求能順利渡過惡名昭彰的黑水溝。先民平安渡海來台後，為了感謝媽祖庇佑，便會蓋個簡陋的小廟來奉祀隨船而來的媽祖，除了報答神恩外，還希望在這片陌生且荒蕪的土地上能平安順利過生活，媽祖信仰即因此而在台灣生根。石萬壽(2000)指出：台灣的媽祖信仰始於明末，先由澎湖擴展到台灣府城，再由府城向外擴張，成為台灣普遍信奉的神祇之一，台灣民眾信奉的虔誠，遠超過湄洲祖廟，而各地媽祖廟的創建年代及祭祀區域，遂成為研究台灣開拓歷程的重要指標之一<sup>6</sup>。

<sup>2</sup> 根據內政部統計處統計報告(2012)，台灣地區目前登記有案的寺廟有一萬二千多座，以道教寺廟 78.3%為最多，佛教寺廟佔 19.7%次之。

<sup>3</sup> 林美容(2006)指出：宗教提供人們對世界、生命與未來的各種想像與解釋，因此從一個社會的宗教信仰及其相關的活動，我們不但可以看到社會大眾面對生活與生命的態度，更可以看到一個社會人群互動與組織的方式。

<sup>4</sup> 根據觀光局(2012)年統計，國人從事國內旅遊的比率為 92.2%，宗教活動佔主要從事遊憩活動的 9.8%；到了 2013 年，約有三千九百多萬的人到寺廟進行觀光遊憩。

<sup>5</sup> 黃顯斌(2013)指出：若是廟中無分身神像，則奉請媽祖的香火袋或是神符代替，這就是所謂的「分香」。

<sup>6</sup> 台灣最早的媽祖廟是澎湖媽祖廟，建於明朝萬曆年間，傳說，荷蘭提督帥兵攻打澎湖馬公，當地都司沈有容祈求媽祖，後順利擊退荷蘭入侵，後人乃建「沈有容諭退紅毛番韋麻郎等碑」以茲紀念。

根據統計，台灣約有三分之一的人口拜媽祖，而媽祖則因來自不同的廟宇而有不同的稱呼，如：香火來自湄州的則稱為「湄洲媽」，來自泉州的則稱為「溫陵媽」。通常台灣的媽祖廟供奉著數尊媽祖，而大家耳熟能詳的媽祖稱謂，有所謂的祖媽、開基媽、老大媽等，這通常是該廟最早的媽祖；「鎮殿媽」則是安座之後就不再移動的媽祖，一般不會參與廟方的遠境活動或是其他活動；另外，還有大媽、二媽、三媽、甚至到六房媽等稱謂。

另外，台灣民間都知道，媽祖有「黑臉」、「金面」、「粉面」之分。粉面媽象徵媽祖成仙前的凡人模樣；金面媽象徵媽祖得道後的樣子；而黑面媽則象徵媽祖奮勇救苦救難、悲憐世人的精神。大媽慈悲是粉面，二媽得道為金面，三媽救苦救難是黑面。台灣俗諺有：「大媽鎮殿、二媽吃便、三媽出戰」之說，意謂大媽鎮守在廟中；二媽沒有特殊任務只接受供奉不必做事；而信徒有事相求時，通常會迎請三媽前往處理，因此三媽經常在外執勤故言出戰。

台灣社會即因虔誠的媽祖信仰而發展出深具特色的媽祖文化<sup>7</sup>，林瑤棋(1998)認為媽祖文化包含了媽祖的傳奇事蹟，扶危救苦與匡善驅邪的精神；媽祖宮殿、塑像、服飾的藝術；祭祀的禮儀；人民對媽祖的信仰崇拜以及與媽祖有關的一切事物。而王秀華(2008)更指出：媽祖文化包含了道德內涵、信仰內涵與多學科文化內涵<sup>8</sup>。因此，本文首先想藉由問卷的資料蒐集來了解遊客對媽祖文化各個構面的認知程度以及檢定遊客基本背景對媽祖文化認知是否具有差異性。

---

<sup>7</sup> 媽祖文化一詞是由上海師範大學林文金教授所提出，其在 1987 年 10 月，參加了在福建省莆田市召開的第三次媽祖學術討論會，發表《應該重視媽祖文化研究》一文，引起與會學者專家的關注，並對「媽祖文化」這一概念達成共識。

<sup>8</sup> 王秀華(2008)指出：媽祖文化的信仰內涵主要是各種信仰活動與信仰習俗；而媽祖文化的多學科文化內涵是指涉及各學科的文化內容，如：媽祖廟建築、祭祀禮服、媽祖信仰的社會功能、海外移民對於媽祖信仰的傳播、崇敬媽祖功德的詩詞文章、有關記載媽祖傳說等。而王麗梅(2010)則指出：媽祖文化的道德內涵主要表現在護國庇民的愛國愛民精神、和諧包容的大愛大善精神以及不畏艱難、開拓進取的海洋文化精神。

宗教節慶活動不僅結合了人民的生活習慣與形態，更包含了宗教文化特色，是傳承宗教文化的重要媒介。在台灣，最常見的宗教節慶活動除了祭祀之外，還包括了各式各樣的遶境與慶祝活動。近年來，台灣因節慶活動所帶來的觀光休閒人潮已為地方與國家帶來豐厚可觀的經濟效益，尤其是每年農曆三月的瘋媽祖活動，早已名聞中外<sup>9</sup>。其中，「大甲媽祖到新港奉天宮的遶境進香」與「白沙屯媽祖到北港朝天宮的遶境進香」，都已成為台灣民間規模最大、動員力最強的宗教民俗活動<sup>10</sup>，每年農曆三月，均吸引數以萬計的民眾主動參與盛會。許旻書(2008)即指出：Discovery 已經將媽祖文化活動和麥加與耶路撒冷朝聖活動並列為世界的三大宗教活動。

為了活絡地方與促進休閒旅遊，各地方政府莫不致力於宗教文化與旅遊的推展。台中縣政府自 1999 年起開始舉辦「大甲媽祖文化節」，2001 年交通部觀光局更將「大甲媽祖文化節」訂為四月份的代表性節慶觀光活動。而新港奉天宮也與嘉義縣政府合作，自 2009 年開始舉辦「國際媽祖文化節」，期望透過精心規劃的展演活動，來吸引海內外的遊客，並藉由居民的積極參與，來凝聚社區的共識，促進對地方文化的認同與帶動地方產業的發展。

關於媽祖文化與信仰的推廣，除了各地廟宇與地方政府致力參與之外，學術界近年來對於此議題的研究也不遺餘力。林文金(1987)、林瑤棋(1998)、王秀華(2008)、王麗梅(2010)、賴靜屏(2011)等文從媽祖文化的定義或媽祖文化在現代社會的功能此角度出發；吳金棗(1992)、黃顯斌(2013)、蔡相輝(2005)等文則對媽祖封號、媽祖廟的命名以及媽祖進香活動進行探討；丁玲琍(2009)、陳春安(2000)、陳柏份(2006)等文乃由文化觀光、遊客參與動機與態度等面向進行分析，在此研究構面，大部份的學者都是以大甲鎮瀾宮、北港朝天宮、新港奉天宮或者彰化白沙屯媽祖為研究對象，對於朴子配天宮則少有研究。

---

<sup>9</sup> 聯合國教科文組織(United Nations Educational Scientific and Cultural Organization; UNESCO)已在 2009 年，將媽祖信仰列入「人類非物質文化遺產代表作名錄」(UNESCO, 2009)。

<sup>10</sup> 這些活動已於 2010 年被行政院文化建設委員會列為國家的重要無形文化資產。

## 1-2 研究目的

鄭成功在台時，朴子一帶漸有漢人住居開墾，這是初期朴子地區聚落的形成。康熙二十六年，樸樹宮媽祖永駐於此<sup>11</sup>，未久，各地善信聚居媽祖廟附近，遂成一小街坊，清乾隆年間即稱「樸子腳街」，也就是今天朴子市的開元路。如今，街容已改，惟彎彎曲曲之開元路，像一條大神龍似的從朴子市的東邊橫互到西邊，成為朴子市之鬧區，這也是早年樸仔腳最熱鬧的唯一街道。而樸仔腳這條重要街道之所以能夠形成，就是因為樸樹宮的關係。日治時期大正九年(1920年)，樸仔腳改名為朴子，但老一輩的人仍習慣延用舊稱。

配天宮是座擁有三百多年歷史的古廟，除了是朴子市的中心位置，也是當地人的信仰中心。經歷了三百多年歲月的洗滌，配天宮至今仍保有不少的古文物，例如：康熙皇帝御賜金笏、銅鐘、大耳香爐與大燭臺、神桌、案桌、香爐、古老的神轎、靈樹四季蘭與匾額<sup>12</sup>。除此之外，配天宮還有一些活動與文物是全台唯一，包括：御賜燈花、龍虎擔、虎爺公穿龍袍、牡丹花求子、千里眼與順風耳將軍的穿著樣貌由嘉慶皇帝頒旨訂定<sup>13</sup>。

雖然朴子配天宮保存有豐富的古文物，而且其靈樹四季蘭與牡丹花求子也甚具盛名，樸樹媽祖靈感佑民的事跡亦不勝枚舉<sup>14</sup>，但是目前國內以配天宮為研究對象，進行相關學術性研究的文獻尚不多見。況且，朴子配天宮與新港奉天宮、溪北六興宮雖為嘉義縣三大著名的媽祖廟，但是其能見度似乎不若新港奉天宮。因此，本文想進一步藉由問卷資料的蒐集來了解遊客到配天宮的動機以及檢定遊客基本背景對配天宮各項媽祖活動的參與是否具有差異性。祈盼本文的研究成果能夠做為朴子配天宮往後推廣媽祖信仰與文化，以及推動朴子配天宮相關媽祖活動的參考。

---

<sup>11</sup> 樸樹宮乃是配天宮的舊名。配天宮媽祖的由來，根據邱奕松(1998)所著朴子市志記載，相傳與今布袋鎮貴舍里半月庄先民林馬篤信媽祖有關。詳細的內容請參見附錄一。

<sup>12</sup> 關於這些古文物的介紹請參見附錄二。

<sup>13</sup> 關於這些全台唯一的文物與活動介紹請參見附錄三。

<sup>14</sup> 數年前筆者的家人曾親身經歷了樸樹媽祖慈悲顯化、救治病苦的事蹟，於是筆者於辛卯年(民國100年)參加了配天宮十二年一科的「海表盛會」遶境活動，親自體驗「慈悲、關懷、助人、救難、智慧、揚善、勇敢、堅毅」的媽祖精神。

### 1-3 研究架構

本文的研究架構共分為五章，第一章緒論：本章的內容分為三節，1-1 研究動機、1-2 研究目的、1-3 研究架構。第二章文獻回顧：本章的內容分為五節，2-1 媽祖文化的相關文獻、2-2 節慶活動的相關文獻、2-3 配天宮的活動、2-4 配天宮媽祖傳奇、2-5 關於媽祖的宗教觀光旅遊文獻。第三章問卷設計與研究方法：本章的內容分為 3-1 問卷設計、3-2 研究對象、3-3 研究方法。第四章實證結果分析：本章的內容分為五節，4-1 遊客基本資料分析、4-2 前測信度、4-3 敘述性統計分析、4-4 遊客的不同基本資料對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」、「媽祖活動的參與意願」的差異性分析。第五章 結論與建議，包含 5-1 結論與 5-2 建議。

## 二、文獻回顧

本章共分為五節，茲就媽祖文化、節慶活動的相關文獻、配天宮的活動、配天宮的媽祖傳奇與關於媽祖的宗教觀光旅遊文獻進行介紹。

### 2-1 媽祖文化的相關文獻

林瑤棋(1998)指出：福建的移民帶來了媽祖文化與媽祖信仰，而且媽祖文化也是中華民族歷史文化的一部分。因此，本小節先就媽祖文化的相關文獻做一簡單的介紹：

王秀華(2008)一文指出：媽祖文化是以媽祖信仰所發展出來的，但不同於媽祖信仰，媽祖文化包含道德內涵、信仰內涵、多學科文化內涵。而媽祖文化的信仰內涵主要是信仰活動與信仰習俗；至於媽祖文化的多學科文化內涵是指涉及各學科的文化內容，如：媽祖廟建築、祭祀禮服、媽祖信仰的社會功能、海外移民對於媽祖信仰的傳播、崇敬媽祖功德的詩詞文章、有關記載媽祖傳說等等。

王麗梅(2010)一文則指出：媽祖文化的道德內涵主要表現在護國庇民的愛國愛民精神；和諧包容的大愛大善精神；不畏艱難、開拓進取的海洋文化精神。

黃敦厚(2004)則透過田野調查，來紀錄台灣的媽祖信仰文化以及因此而產生的相關語彙。

李欣樺(2008)則藉由文獻資料的蒐集，來分析媽祖文化在不同地區象徵的意義。

楊雅淑(2011)則以媽祖故事為主軸，探討故事對媽祖文學與媽祖文化的影響。

王若憶(2013)從無形文化資產保存的觀點出發來分析媽祖信仰此文化資產的價值。

### 2-2 節慶活動的相關文獻

簡慧貞(2001)一文提到：台灣的寺廟是大部分民眾的信仰中心，而就民間社會的信仰方式而言，廟會活動在台灣的傳統社會生活中，具有許多公共性的功能，包括公

共祭祀、公共議事、社會教育等功能。

丁玲俐(2009)也指出：這些傳統的廟會慶典活動具有不可觸摸性的魅力，不管這些廟會慶典是主要或附屬的觀光活動，都能讓群眾感受到熱鬧氣氛，具有調節季節性觀光的效應。

陳柏份(2006)也提及：節慶是人們隨著季節、時間和氣候轉移，所發展出來的具有特定主題和紀念意義的社會活動，也是一個民族因應時地環境所代代相傳，而長久累積下來的智慧和生活情趣。節慶融合了許多人們的生活習慣和文化特色，更反映出人與自然，以及人與人之間的關係。

蕭世國(2004)則提到：台灣民間信仰中最常見的宗教活動是「遶境」。遶境就是希望透過神明出巡，能夠驅邪納福、保境平安，祈求國泰民安、風調雨順。綜合遶境的功能，可歸納為：祈求平安、驅邪化吉、熱鬧共飲、酬神謝願。

### 2-3 配天宮的活動

配天宮每年均有固定的祭祀活動，活動日期與活動內容如表 2-3-1 所示。除此之外，配天宮自清代起就有十二年一科的祈安賜福會香遶境活動記錄，此起因於清末年間，流年不利、地方不寧，媽祖神諭遶境驅邪賜福，流傳至今已有一百年歷史，但此活動曾於日據時代停辦。而在台灣光復後，即恢復此十二年一科的遶境活動。配天宮曾於民國 64 年、76 年與 88 年舉辦過此活動，民國 100 年(辛卯年)是光復後的第四次香期，適逢配天宮古蹟整修期間，但配天宮仍規劃完成此紀年祈安賜福會香的遶境活動。遶境的區域包括朴子、東石、布袋、義竹、鹿草、太保、六腳此七個鄉鎮<sup>15</sup>。

「科」有紀年之意，古人以天干地支計年，地支十二年為一輪，稱一紀年。天上聖母大孝尊親，最有名的就是怒海救親，故以「海」詮釋天上聖母；在起駕前三天須擺香案上天台稟告，謂之「表」；而此活動非常殊聖，實為一場「盛會」，所以此活動亦稱為「海表盛會」。

<sup>15</sup> 在日據時代(民國九年)的地方政制改革時，將當今的朴子、東石、布袋、義竹、鹿草、太保、六腳等七個鄉鎮，編隸於台南州東石郡內，故辛卯年(民國 100 年)的十二年一科紀年遶境以原東石郡區域的古香路為主。

表 2-3-1 配天宮每年例行性的祭祀活動

祭祀名稱	日期	主要活動
開廟門	農曆 正月初一	敲鐘擂鼓，吉時開廟門，善信大德虔誠持香禮拜，祈求平安吉祥。
御賜燈花	農曆正月十五	依循傳統盛結燈花，並舉辦盆景或花燈展覽。
湄洲進香紀念	農曆二月一日	祭拜聖母，紀念歷史盛事。
天上聖母誕辰	農曆 三月二十三日	為配天宮一年一度最重要的節日，自農曆三月二十二日起就有盛大的慶祝活動，由陣頭、藝閣、民俗才藝表演等陪同媽祖鑾轎遶境，二十三日舉行隆重的祝壽大典。
虎爺生日	農曆六月六日	遶境遊行
中元普渡	農曆七月十五日	高豎燈篙，信徒與廟方準備豐盛的祭品，慶讚中元。

配天宮不論在朴子市、嘉義市或嘉義縣，均十分積極的參與各項活動。首先是曲館的設立，再來是南管清雲閣、樸雅吟社、賽音平劇社與新樂社的成立，特別是民國六十年以後，積極參與縣府的文化活動，擔任協辦單位全力協助，甚至於少棒賽、桌球比賽，都可以看到配天宮實際參與的紀錄。配天宮除了是朴子地區的信仰中心外，也是藝文體育活動的重鎮。

## 2-4 配天宮媽祖傳奇

全台灣關於媽祖顯靈佑民的故事不勝枚舉。配天宮也有非常多關於媽祖「救病患」、「收妖除魔」、「保鄉里」、「危難解救」等傳說，底下即是筆者親自深入朴子的社區，與當地的鄉民進行訪談，透過各界人士的現身說法來述說與闡揚媽祖的神蹟，茲摘述如下：

有一位商人在大陸經商，遇到官方刁難，經營不善，瀕臨倒閉，回到家鄉朴子，親臨配天宮向媽祖哭訴祈求，數日後得一夢，夢中媽祖駕前二位將軍前來告知，媽祖特派他們二位將軍前來相助，並把重要的關鍵日期及所應注意的事項透露，果不其然，公司起死回生，現在經營已步入軌道，業績蒸蒸日上。

有一位患有嚴重氣喘的信徒經他人介紹，帶著懷疑的心態前來配天宮參拜，且跟媽祖表明：會來參拜三次，若有神蹟出現，讓氣喘逐漸好轉，必會酬神。他每次參拜完後會懷抱「靈樹四季蘭」片刻才離去。果真，參拜三次後，嚴重氣喘發病減少，特

酬謝布袋戲一檔三天。

有一位廟中導覽志工，正準備為前來配天宮的嘉賓導覽解說，突覺喉嚨不適且聲音漸漸沙啞，該志工虔誠的向媽祖禱告祈求，喝了三杯敬茶後，恢復原本的聲音，順利的導覽解說。

有一位志工在「海表盛會」遶境活動中，原本要當媽祖「信號旗」的執旗手，但在出發前不明原因肚子絞痛，該志工跟媽祖禱告：若是不適合拿信號旗，會請他人執拿；若是適合拿信號旗，可否幫忙？不久，該志工腹痛漸漸消失，順利執行當天神聖的任務。

一位耆老信徒的孫子病危，醫院請家屬準備後事，耆老傷心的在媽祖面前嚎啕大哭，祈求媽祖救苦救難，救救他孫子的命，並取得媽祖同意幫忙的三個聖筊。果然，這位耆老的孫子脫離險境，並漸漸恢復健康，現在已經是個可愛的小學生了。

有一對婆媳前來抽籤，婆婆祈求媽祖指示，結婚多年的兒子與媳婦不孕，究竟事出何因？經資深神僕師兄解籤說明，斷定下個月便會有懷孕的好消息，但滿月時要準備36碗油飯前來謝神；果然，一個多月後再次看到滿心歡喜的婆媳前來，謝謝媽祖的保佑並祈求懷孕順利、生產順利。

一位信徒的太太因為去台中工作，接觸了台中某宮壇，沒多久，這位太太聽了那宮壇師兄的話，堅決要跟先生離婚。這位信徒苦勸無效，無計可施，便到配天宮請媽祖幫忙，並抽了一枝籤，資深神僕師兄看完籤後，渾身打冷顫，告訴這位信徒，請他跟媽祖祈求，保佑太太能在三日內回家，一家團圓；若太太超過三日不回，就看造化，一切隨緣了。結果，第二天這位太太就回心轉意回家了，也辭掉台中的工作，並到媽祖面前痛哭流涕，聲聲懺悔。從此一家和樂融融，夫妻恩愛。

有一位宮壇主事者夢見媽祖請他來配天宮，他不知媽祖有何用意，但仍如期前來。他到配天宮參拜完畢後，突想起聽人說過配天宮的籤詩很準，於是，他跟媽祖戲謔的說：『我抽枝籤，沒有主題，看你是否如大家所說的那麼厲害?』但是當他將籤詩拿給解籤師兄的同時，解籤師兄看到他的額頭上出現了一個歪斜的「道」字，表示他為人不正派，籤詩上明白的指出：他這幾日受他人委託會南下辦事，需要吃三日清齋，且不能為非作歹，否則會出事。這位宮壇主事者一臉不屑，訕笑的離開。結果，第五天這位宮壇主事者臉歪嘴斜的出現在配天宮，跪求媽祖原諒。

配天宮本屆監事呂先生口述：民國88年，配天宮舉辦十二年一科的遶境活動時，

他的父親當時(現已歿)住在布袋鎮，因出發較晚，怕來不及參加遶境活動，所以騎機車超速，結果在過溝農會前發生車禍，整個人被撞彈飛了出去，當時恰巧是農會的上班時間，數名農會職員同時看到一名著古裝、身影模糊的女子接住了他的父親，且讓他的父親慢慢著地。後來，呂監事的父親經檢查無礙，僅腳踝扭到，但整台機車已成廢鐵。

配天宮整修期間，參與整修的大學教授們發現了無法用常理來解釋說明的現象：  
(1).配天宮的鎮殿媽祖乃由樸樹樹幹雕刻而成，這棵樹從康熙年間至今，目前樹根依舊在地底下，這棵樸樹如果死了，那樹幹應該會腐爛，但是配天宮的樸樹媽祖並沒有出現腐壞現象。(2).經相關領域的專家實地勘查，這棵樹樹根從康熙年間至今還是活的，為何樹根是活的，但是由樸樹樹幹雕刻而成的鎮殿媽祖卻從未冒出過新的枝芽？(請見財團法人朴子配天宮(2012)，慶城安坐一百年古蹟修復工程專輯；中國技術學院(2005)，嘉義縣定古蹟朴子配天宮調查研究)。

## 2-5 關於媽祖的宗教觀光旅遊文獻

休閒旅遊事業乃是近年來國家致力發展的產業，此項無煙囪事業所帶來的觀光休閒人潮不僅為地方與國家帶來豐厚可觀的經濟效益，宗教旅遊的興起更是對推廣當地文化、凝聚社區向心力與體驗民間信仰具有一定程度的貢獻。尤其是近年來各項媽祖文化活動的推廣，吸引了無數遊客的參與，也帶動了相關的文獻研究，本文茲介紹如下：

汪玉頻(2004)則以大甲媽祖文化節為探討對象，透過訪問承辦「大甲媽祖進香活動」的相關人員來了解民俗節慶活動如何運用整合行銷來進行傳播。

卓素絹(2006)同樣以大甲媽祖國際觀光文化節為例，由資源整合的觀點切入，運用管理矩陣理論，以期找出節慶活動成功背後的組織平台。

除了探討各個廟宇其節慶活動的行銷策略外，也有不少文獻對遊客的旅遊動機、參與度與滿意度進行研究，例如：陳春安(2010)即以新港奉天宮為例，對前來奉天宮的遊客進行資料蒐集，探討遊客對媽祖文化的認知程度與遊客對活動的參與態度。

郭淑玲(2012)以新港奉天宮為例，以至新港奉天宮的遊客為樣本進行問卷調查，藉以探討宗教觀光旅遊其目的之意象、動機與行為意圖間的關聯性。結果發現：到新

港奉天宮的觀光客，其人口統計特性不同則旅遊目的地的意象也會不同；而旅遊目的地的意象與旅遊動機具有正向關係；旅遊動機則對行為意圖具有正向影響。

許佳玲(2013)則以北港朝天宮為例，利用便利抽樣(convenient sampling)來探討宗教觀光遊客其體驗、滿意度與重遊意願的情況。結果發現：遊客赴北港朝天宮的體驗以感官性得分最高；在滿意度方面則以遊憩環境得分最高；而且前往北港朝天宮的遊客，其性別、年齡、職業等背景變項對體驗具有重要的影響。

雖然，目前國內外針對媽祖文化、媽祖節慶活動、宗教旅遊等議題的研究已經有如雨後春筍般的蓬勃發展與受到重視，然而大家著眼的仍是以大甲鎮瀾宮、北港朝天宮或新港奉天宮等幾間較富盛名的媽祖廟。國內具有各自特色的媽祖廟宇不在少數，其他廟宇如何維持自己的特色與行銷其在地文化，是值得深入探索的園地。



### 三、問卷設計與研究方法

本章先就問卷設計、研究對象與研究方法進行介紹，至於實證結果則留待下一章討論。

#### 3-1 問卷設計

本文採問卷調查法來蒐集相關的研究資料，為設計問卷，除了搜集相關資料之外，並實地走訪配天宮與請益當地耆老，問卷內容包含「遊客基本資料」、「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」、「媽祖活動的參與意願」等四個部份，共設計 24 個題項。茲說明如下：

##### 1.遊客的基本資料

本文分別從性別、年齡、婚姻、教育程度、所得(即平均月收入)、職業和居住地來探討這些遊客的基本資料對媽祖文化認知、到配天宮的動機與對媽祖活動參與的影響程度，詳細內容如下：

- (1).性別：分為男、女。
- (2).年齡：分為 20 歲以下、21~30 歲、31~40 歲、41~50 歲、51 歲以上。
- (3).婚姻：分為已婚和未婚。
- (4).教育程度：分為國中(含)以下、高中職、專科、大學、碩士以上。
- (5).平均月收入：分為 20000 元以下、20001~30000 元、30001~40000 元、40001~50000 元、50001 以上
- (6).職業：分為軍公教、工(製造)業、商或服務業、學生、其他。
- (7).居住地：朴子市、嘉義縣市其他鄉鎮、台南縣市、其他

##### 2.媽祖文化認知

此部分主要在瞭解遊客對於媽祖文化的認知程度，總共有三個構面，分別包括「媽祖個人事蹟」、「對配天宮的認知」與「配天宮媽祖」，共 8 道題目。本文在此採用李克特(Likert scale)五點量表的方式計分，選答「非常不同意」、「不同意」、「沒意見」、

「同意」、「非常同意」分別給予 1 到 5 分，各題目得分愈高，表示對媽祖文化的認知程度愈高，反之則愈低。

### **3.到配天宮的動機**

此部分主要想瞭解遊客到配天宮的主要因素或目的，共有三個構面，包括「景仰媽祖」、「廟方有活動吸引」與「遊玩順到」共 11 道題目。同樣採用李克特(Likert scale)五點量表的方式計分，選答「非常不同意」、「不同意」、「沒意見」、「同意」、「非常同意」分別給予 1 到 5 分，各題目得分愈高，表示該因素影響遊客到配天宮的意願愈高，反之則愈低。

### **4.媽祖活動的參與意願**

此部分主要想瞭解遊客參與配天宮活動的意願，包含「參與活動的類型」共 5 道題目，仍採李克特(Likert scale)五點量表的方式計分，選答「非常不同意」、「不同意」、「沒意見」、「同意」、「非常同意」分別給予 1 到 5 分，各題目得分愈高，表示遊客對該項問題的認同度愈高，反之則愈低。

## **3-2 研究對象**

本文為探討「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」與「媽祖活動的參與意願」之相關研究，乃以朴子配天宮的遊客及香客為研究對象，於配天宮隨機發放問卷。

## **3-3 研究方法**

本文為瞭解相關變項之間的差異與關係，對配天宮的遊客發放問卷，回收之問卷將逐一檢視，刪除廢卷後，運用 SPSS 統計套裝軟體，對有效問卷進行資料分析與檢定。

### **1.信度分析(Reliability Analysis)**

信度(Reliability)乃是經由測驗所得到的結果，用以檢定各構面(變數)內之構成題

項的增刪對此構面的影響，藉此來判定各構面的內部一致性與穩定性。本文採用 Cronbach's  $\alpha$  來進行信度檢測，並參考 Nunnally (1978)，以單一構面所有題目的 item-to-total correlation 值來進行效度分析<sup>16</sup>。

## 2.敘述性統計(Descriptive Statistics)

本文運用次數分配及百分比來了解樣本資料的結構性，以平均數及標準差來分析遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之現況。

## 3.獨立樣本 t 檢定(Independent Sample t-test)

藉由獨立樣本 t 檢定以分析遊客基本資料中的性別與婚姻，是否對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願有顯著差異。

## 4.單因子變異數分析(one-way ANOVA)

遊客基本資料中的年齡、教育程度、平均月收入、職業與居住地是否對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願有顯著差異，本文採用單因子變異數分析來檢定差異情形。

## 5.研究假設

本文認為遊客的性別、年齡等基本背景會對媽祖文化的認知、到配天宮的動機以及對於媽祖活動的參與有不同的影響程度，為了進行此差異性檢定，本文的各項虛無假設如下：

### (1).遊客的不同背景資料對「媽祖文化認知」沒有顯著差異。

- A.不同性別的遊客對媽祖文化認知沒有顯著差異。
- B.不同年齡層的遊客對媽祖文化認知沒有顯著差異。
- C.遊客有無婚姻狀況對媽祖文化認知沒有顯著差異。
- D.遊客的教育程度不同對媽祖文化認知沒有顯著差異。
- E.遊客的月收入不同對媽祖文化認知沒有顯著差異。

---

<sup>16</sup> Nunnally (1978) 認為若單一構面所有題目的 item-to-total correlation 值均超過 0.5，則此量表可視為極可信且一致的量表。

F.不同職業的遊客對媽祖文化認知沒有顯著差異。

G.遊客的居住地點不同對媽祖文化認知沒有顯著差異。

**(2).遊客的不同背景資料對「到配天宮的動機」沒有顯著差異。**

A.不同性別的遊客對到配天宮的動機沒有顯著差異。

B.不同年齡層的遊客對到配天宮的動機沒有顯著差異。

C.遊客有無婚姻狀況對到配天宮的動機沒有顯著差異。

D.遊客的教育程度不同對到配天宮的動機沒有顯著差異。

E.遊客的月收入不同對到配天宮的動機沒有顯著差異。

F.不同職業的遊客對到配天宮的動機沒有顯著差異。

G.遊客的居住地點不同對到配天宮的動機沒有顯著差異。

**(3).遊客的不同背景資料對「媽祖活動的參與意願」沒有顯著差異。**

A.不同性別的遊客對媽祖活動的參與意願沒有顯著差異。

B.不同年齡層的遊客對媽祖活動的參與意願沒有顯著差異。

C.遊客有無婚姻狀況對媽祖活動的參與意願沒有顯著差異。

D.遊客的教育程度不同對媽祖活動的參與意願沒有顯著差異。

E.遊客的月收入不同對媽祖活動的參與意願沒有顯著差異。

F.不同職業的遊客對媽祖活動的參與意願沒有顯著差異。

G.遊客的居住地點不同對媽祖活動的參與意願沒有顯著差異。

## 四、實證結果分析

本文為瞭解相關變項之間的差異與關係，對配天宮的遊客發放問卷，回收之問卷將逐一檢視，刪除廢卷後，運用 SPSS 統計套裝軟體，對有效問卷進行資料分析與檢定。本問卷於民國一〇三年二月正式發放，並於民國一〇三年三月發放完畢，發放問卷數為 550 份，回收 450 份問卷，回收率 81.8%，扣除無效問卷 36 份，有效問卷 414 份，有效回收率 75.3%。

本章共分為四節，4-1 對遊客的基本資料進行分析；4-2 進行問卷的前測信度與效度分析；4-3 對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願進行各構面與題目的敘述性統計分析；4-4 遊客的不同基本資料對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」、「媽祖活動的參與意願」的差異性分析。

### 4-1 遊客基本資料分析

表 4-1-1 遊客之性別、年齡層、婚姻狀況與教育程度分析

		人數	百分比
性別	男生	223	53.9%
	女生	191	46.1%
年齡層	20 歲以上	39	9.4%
	21-30 歲	76	18.4%
	31-40 歲	143	34.5%
	41-50 歲	80	19.3%
	51 歲以上	76	18.4%
婚姻狀況	已婚	265	64.0%
	未婚	149	36.0%
教育程度	國中	55	13.3%
	高中職	95	22.9%
	專科	75	18.1%
	大學	129	31.2%
	碩士以上	60	14.5%

本文先對遊客的各項基本資料進行分析。由表 4-1-1 可知，就性別而言，男性有 223 人，佔 53.9%；女性有 191 人，佔 46.1%，顯示到配天宮的遊客以男性填答問卷的人數較多。就年齡而言，20 歲以上有 39 人，佔 9.4%；21-30 歲有 76 人，佔 18.4%；31-40 歲有 143 人，佔 34.5%；41-50 歲有 80 人，佔 19.3%；50 歲以上有 76 人，佔 18.4%，顯示到配天宮的遊客中，填答問卷者以 31-40 歲這個年齡層的人為多數。就婚姻狀況而言，已婚有 265 人，佔 64.0%；未婚有 149 人，佔 36.0%，代表到配天宮的遊客中，填答問卷者以已婚人士為多數。就教育程度而言，國中以下有 55 人，佔 13.3%；高中有 95 人，佔 22.9%；專科有 75 人，佔 18.1%；大學有 129 人，佔 31.2%；碩士以上有 60 人，佔 14.5%，代表配天宮的遊客中，填答問卷者的學歷以大學畢業者為多數。

表 4-1-2 遊客之所得水準、職業別、受訪者的居住地分析

		人數	百分比
所得 水 準	2 萬以下	101	24.4%
	2-3 萬	83	20.0%
	3-4 萬	92	22.2%
	4-5 萬	61	14.7%
	5 萬以上	77	18.6%
職 業 別	軍公教	139	33.6%
	工(製造)業	50	12.1%
	商或服務業	91	22.0%
	學生	54	13.0%
	其它	80	19.3%
受訪者 的 居 住 地	朴子	113	27.3%
	嘉義縣市其他 鄉鎮	113	27.3%
	台南市	49	11.8%
	其它	139	33.6%

由表 4-1-2 可知，就平均月收入而言，2 萬元以下有 101 人，佔 24.4%；2-3 萬元有 83 人，佔 20.0%；3-4 萬元有 92 人，佔 22.2%；4-5 萬元有 61 人，佔 14.7%；5 萬元以上有 77 人，佔 18.6%，代表到配天宮的遊客中，各所得階層的人都有，且分布得很平均，只是所得在 2 萬元以下者仍稍微多一些。就職業而言，軍公教有 139 人，

佔 33.6%；工(製造)業有 50 人，佔 12.1%；商或服務業有 91 人，佔 22.0%；學生有 54 人，佔 13.0%；其他有 80 人，佔 19.3%，在接受問卷調查的配天宮遊客中，以軍公教人士為多數，再來是商業或服務業人員。就居住地而言，住在朴子市有 113 人，佔 27.3%，住在嘉義縣 市有 113 人，佔 27.3%，住在台南縣市有 49 人，佔 11.8%，住在其他縣市有 139 人，佔 33.6%，代表前往配天宮的遊客，仍以嘉義縣市與朴子在地人士為大宗，但是其他縣市的遊客也不在少數。

## 4-2 前測信度

本文在正式發放問卷前先透過配天宮廟方的幫忙，拜託 50 位持續在配天宮擔任志工或地方上對配天宮宮廟事務嫻熟之耆老進行前測。將前測問卷回收後，本文即著手進行信度與效度之檢驗，以修正或刪除模糊的題目，避免受訪者因為不瞭解或誤解題意而導致問卷結果失真。

在信度部份，本研究以 Cronbach's  $\alpha$  係數來檢驗其內部的一致性<sup>17</sup>，信度結果如表 4-2 所示，就媽祖個人事蹟此構面而言，其每個題目的 Cronbach's  $\alpha$  值介於 0.648~0.805，即使刪除該構面任何題項都無法使整體 Cronbach's  $\alpha$  值提高，顯見此構面的各項題目具有內部一致性，不用刪除任何題目。依此方法，由表 4-2 得知：每個構面的題項都不用刪除，所以確立本文「媽祖個人事蹟量表」有 3 項題目、「對配天宮的認知量表」有 3 項題目、「媽祖景仰量表」有 3 項題目、「廟方有活動吸引量表」有 5 項題目、「遊玩順道量表」有 3 項題目、「參與活動的類型量表」有 5 項題目。

就效度而言，Nunnally (1978) 認為若單一構面所有題目的 item-to-total correlation 值均超過 0.5，則此量表可視為極可信且一致的量表。由表 4-2 發現，只有景仰媽祖構面的 C1、C2 題目與遊玩順道構面的 C9 題目，其 item-to-total correlation 值低於 0.5，餘皆高於要求水準，顯示本問卷具有一定程度的建構效度 (construct validity)。因為考量到景仰媽祖構面與遊玩順道構面的題目能具體反映遊客到配天宮的動機，因此正式問卷不再刪除任何題目。

---

<sup>17</sup> 本文採用 Nunnally (1978) 提出的標準：Cronbach's  $\alpha$  值至少要大於 0.5，尤以大於 0.7 為佳。

表 4-2-1 前測信度

構面	題目 <sup>18</sup>	Item-to-total Correlation	Alpha if Item Deleted	Cronbach's $\alpha$
媽祖個人事蹟	B1	0.648	0.761	0.812
	B2	0.752	0.648	
	B3	0.597	0.805	
對配天宮的認知	B4	0.764	0.773	0.858
	B5	0.716	0.816	
	B6	0.721	0.815	
景仰媽祖	C1	0.432	0.579	0.645
	C2	0.400	0.639	
	C3	0.549	0.423	
廟方有活動吸引	C4	0.780	0.830	0.875
	C5	0.689	0.854	
	C6	0.768	0.835	
	C7	0.784	0.830	
	C8	0.52	0.89	
遊玩順道	C9	0.440	0.493	0.615
	C10	0.521	0.368	
	C11	0.321	0.651	
參與活動的類型	D3	0.711	0.906	0.912
	D4	0.846	0.878	
	D5	0.702	0.908	
	D6	0.815	0.885	
	D7	0.813	0.885	

### 4-3 敘述性統計分析

本文以平均數及標準差來分析遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之現況。

#### 1. 媽祖文化認知量表分析

由表 4-3-1 得知，在「媽祖文化認知」方面，媽祖個人事蹟此構面的平均數為 3.609 高於對配天宮的認知此構面的平均數 3.130，顯示平均而言，來配天宮的遊客其對媽祖個人事蹟的了解相對高於對配天宮的認知。而且媽祖個人事蹟此構面的變異數為 0.784 低於對配天宮的認知此構面的變異數 0.973，顯示來配天宮的遊客其對媽祖個人事蹟的了解程度相對比對配天宮的認知程度來得集中。

<sup>18</sup> 原始問卷題目請見附錄五。

表4-3-1 媽祖文化認知各構面與各題目的平均數和標準差

構面名稱	題目	題目的平均數	題目的標準差
媽祖個人事蹟 (3.609) [0.784]	您知道媽祖精神的主要表現是仁慈、博愛、助人、救難、懲惡、揚善	3.89	0.862
	您對媽祖的傳說故事有所知悉	3.55	0.905
	您知道媽祖的生平	3.39	0.987
對配天宮的認知 (3.130) [0.973]	您知道配天宮樸樹媽祖的由來	3.25	1.169
	您知道配天宮媽祖顯靈扶危佑民事蹟	3.10	1.076
	您知道配天宮的歷史沿革	3.04	1.060

註：表中( )內的值代表該構面的平均數；[ ]內的值帶表該構面的標準差。

再就媽祖個人事蹟與對配天宮的認知此二構面中的題目進行探討，由表4-3-1發現：在媽祖個人事蹟此構面中，以「您知道媽祖精神的主要表現是仁慈、博愛、助人、救難、懲惡、揚善」此題目的平均數為最高(3.89)且變異數為最低(0.862)。而在對配天宮的認知此構面中，以「您知道配天宮樸樹媽祖的由來」此題目的平均數為最高(3.25)，而以「您知道配天宮的歷史沿革」此題目的變異數為最低(1.06)。

## 2.到配天宮的動機量表分析

表 4-3-2 到配天宮的動機各構面與各題目的平均數和標準差

構面名稱	題目	題目的平均數	題目的標準差
景仰媽祖 (3.647) [0.767]	我覺得媽祖能幫我消災解厄	3.9	0.934
	景仰媽祖德行，當志工學習奉獻精神	3.66	0.956
	聽聞許多配天宮媽祖神蹟而來看看	3.38	1.109
廟方有活動吸引 (3.504) [0.862]	參加配天宮講座活動	3.57	0.974
	參加配天宮舉辦的遶境活動	3.53	0.935
	參加配天宮牡丹花求子的活動	3.52	0.983
	參加配天宮舉辦的祝壽慶典	3.4	1.079
遊玩順道 (3.145) [0.912]	因為參加別家廟宇的進香活動而跟隨	3.37	1.061
	因為到附近的景點遊玩經過，才順便到配天宮	2.92	1.057

註：表中( )內的值代表該構面的平均數；[ ]內的值帶表該構面的標準差。

由表 4-3-2 得知，在「到配天宮的動機」方面，景仰媽祖此構面的平均數為 3.647 高於廟方有活動吸引及遊玩順道此二構面的平均數，顯示平均而言，來配天宮的遊客其前來配天宮的動機以景仰媽祖為多數，廟方有活動吸引為其次。而且景仰媽祖此構面的變異數為 0.767 相對低於廟方有活動吸引及遊玩順道此二構面的變異數，顯示來配天宮的遊客其來配天宮的動機較集中在景仰媽祖。

再就景仰媽祖、廟方有活動吸引與遊玩順道此三個構面中的題目進行探討，由表 4-3-2 發現：在景仰媽祖此構面中，以「我覺得媽祖能幫我消災解厄」此題目的平均數為最高(3.9)且變異數為最低(0.934)；而在廟方有活動吸引此構面中，以「參加配天宮講座活動」此題目的平均數為最高(3.57)且變異數為最低(0.974)；而在遊玩順道此構面中，以「因為參加別家廟宇的進香活動而跟隨」此題目的平均數為最高(3.37)，但是以「因為到附近的景點遊玩經過，才順便到配天宮」此題目的變異數為最低(1.057)。

### 3.媽祖活動的參與意願量表分析

就「媽祖活動的參與意願」方面，本文僅就參與活動的類型此構面的題目進行分析。由表 4-3-3 發現：在參與活動的類型此構面中，以「您會參與配天宮每年媽祖聖誕舉辦的祝壽慶典」此題目的平均數為最高(3.49)，但是以「配天宮舉辦認識媽祖有獎徵答親子活動，您會踴躍參加」此題目的變異數為最低(0.904)。

表4-3-3 媽祖活動的參與意願各構面與各題目的平均數和標準差

構面名稱	題目	題目的平均數	題目的標準差
參與活動的類型	您會參與配天宮每年媽祖聖誕舉辦的祝壽慶典	3.49	0.920
	您會參與配天宮舉辦的遶境活動	3.44	0.959
	配天宮舉辦民俗技藝陣頭活動，您一定踴躍參加	3.39	0.934
	配天宮舉辦兩岸或國際宗教觀光交流活動，您一定會親臨現場並踴躍參與	3.31	0.936
	配天宮舉辦認識媽祖有獎徵答親子活動，您會踴躍參加	3.33	0.904

#### 4-4 遊客的不同基本資料對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」、「媽祖活動的參與意願」的差異性分析

##### 1.不同性別的遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願沒有顯著差異

為了瞭解不同性別的遊客對於媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願是否存有顯著的差異影響，本文以 t 檢定來進行檢測，顯著水準為 0.05，其結果如表 4-4-1。

##### (1).媽祖文化認知

就媽祖個人事蹟此構面而言，男生的平均數為 3.67，女生的平均數為 3.54，平均而言男生知道媽祖個人事蹟的比例高於女生。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 1.63，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕男生、女生此二者平均數相同的虛無假設，代表男生與女生對媽祖個人事蹟的認知沒有差異。

就對配天宮的認知此構面而言，男生的平均數為 3.17，女生的平均數為 3.09，平均而言男生對配天宮的認知比例高於女生。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 0.85，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕男生、女生此二者平均數相同的虛無假設，代表男生與女生對配天宮的認知沒有差異。

##### (2).到配天宮的動機

就景仰媽祖此構面而言，男生的平均數為 3.63，女生的平均數為 3.66，平均而言女生對媽祖的景仰比例高於男生。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 -0.30，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕男生、女生此二者平均數相同的虛無假設，代表男生與女生對媽祖的景仰程度沒有差異。

就廟方有活動吸引此構面而言，男生的平均數為 3.47，女生的平均數為 3.54，平均而言女生受廟方活動吸引的比例高於男生。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 -0.88，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕男生、女生此二者平均數相同的虛無假設，代表男生與女生受廟方活動吸引的程度沒有差異。

表 4-4-1 不同性別對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之 t 檢定結果

	構面	性別	平均數	標準差	t 統計量	p-value
媽祖文化認知	媽祖個人事蹟	男	3.67	.83	1.63	0.72
		女	3.54	.73		
	對配天宮的認知	男	3.17	1.02	0.85	0.14
		女	3.09	.92		
到配天宮的動機	景仰媽祖	男	3.64	.79	-0.30	0.36
		女	3.66	.74		
	廟方有活動吸引	男	3.47	.87	-.88	0.92
		女	3.54	.86		
	遊玩順道	男	3.14	.93	-.20	0.49
		女	3.15	.89		
媽祖活動的參與意願	參與活動的類型	男	3.41	.83	0.12	0.38
		女	3.40	.76		

註：男性的樣本數為 223；女性的樣本數為 191，合計 414。

就遊玩順道此構面而言，男生的平均數為 3.14，女生的平均數為 3.15，平均而言女生因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例高於男生。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 -0.20，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕男生、女生此二者平均數相同的虛無假設，代表男生與女生因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例沒有差異。

### (3).媽祖活動的參與意願

就參與活動的類型此構面而言，男生的平均數為 3.41，女生的平均數為 3.40，平均而言男生對媽祖活動的參與意願其比例高於女生。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 0.12，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕男生、女生此二者平均數相同的虛無假設，代表男生與女生對媽祖活動的參與意願沒有差異。

## 2.不同婚姻狀況的遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願沒有顯著差異

為了瞭解不同婚姻狀況的遊客對於媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願是否存有顯著的差異影響，本文以 t 檢定來進行檢測，顯著水準為 0.05，其結果如表 4-4-2。

### (1).媽祖文化認知

就媽祖個人事蹟此構面而言，已婚者的平均數為 3.64，未婚者的平均數為 3.55，平均而言已婚者知道媽祖個人事蹟的比例高於未婚者。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 1.123，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕已婚者、未婚者此二者平均數相同的虛無假設，代表不管受訪者的婚姻狀況如何，對媽祖個人事蹟的認知沒有差異。

就對配天宮的認知此構面而言，已婚者的平均數為 3.15，未婚者的平均數為 3.10，平均而言已婚者對配天宮的認知比例高於未婚者。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 0.45，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕已婚者、未婚者此二者平均數相同的虛無假設，代表不管受訪者的婚姻狀況如何，對配天宮的認知沒有差異。

表 4-4-2 不同婚姻狀況對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之 t 檢定結果

	構面	婚姻	平均數	標準差	t 統計量	p-value
媽祖文化認知	媽祖個人事蹟	已婚	3.64	.83	1.12	0.49
		未婚	3.55	.73		
	對配天宮的認知	已婚	3.15	1.02	0.45	0.81
		未婚	3.10	.92		
到配天宮的動機	景仰媽祖	已婚	3.67	.79	0.64	0.43
		未婚	3.62	.74		
	廟方有活動吸引	已婚	3.52	.87	.43	0.26
		未婚	3.48	.86		
	遊玩順道	已婚	3.10	.93	-1.23	0.17
		未婚	3.22	.89		
媽祖活動的參與意願	參與活動的類型	已婚	3.40	.83	-0.28	0.27
		未婚	3.42	.76		

註：已婚者的樣本數為 265；未婚者的樣本數為 149，合計 414。

### (2).到配天宮的動機

就景仰媽祖此構面而言，已婚者的平均數為 3.67，未婚者的平均數為 3.62，平均而言已婚者對媽祖的景仰比例高於未婚者。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 0.64，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕已婚者、未婚者此二者平均數相同的虛無假設，代表不管受訪者的婚姻狀況如何，對媽祖的景仰程度沒有差異。

就廟方有活動吸引此構面而言，已婚者的平均數為 3.52，未婚者的平均數為

3.48，平均而言已婚者受廟方活動吸引的比例高於未婚者。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 0.43，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕已婚者、未婚者此二者平均數相同的虛無假設，代表不管受訪者的婚姻狀況如何，受廟方活動吸引的程度沒有差異。

就遊玩順道此構面而言，已婚者的平均數為 3.10，未婚者的平均數為 3.22，平均而言未婚者因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例高於已婚者。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 -1.23，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕已婚者、未婚者此二者平均數相同的虛無假設，代表不管受訪者的婚姻狀況如何，因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例沒有差異。

### **(3).媽祖活動的參與意願**

就參與活動的類型此構面而言，已婚者的平均數為 3.34，未婚者的平均數為 3.42，平均而言未婚者對媽祖活動的參與意願其比例高於已婚者。但是，經實證檢驗後，t 檢定統計量為 -0.28，在 5% 的顯著水準之下，無法拒絕已婚者、未婚者此二者平均數相同的虛無假設，代表不管受訪者的婚姻狀況如何，對媽祖活動的參與意願沒有差異。

## **3.不同年齡層的遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願沒有顯著差異**

為了瞭解不同年齡層的遊客對於媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願是否存有顯著的差異影響，本文以單因子變異數分析來進行檢測，顯著水準為 0.05，其結果如表 4-4-3。

### **(1).媽祖文化認知**

就媽祖事蹟此構面而言，各年齡層組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同年齡層的遊客，其對媽祖事蹟的認識沒有明顯差異。

就配天宮的認知此構面而言，除了 31~40 歲與 51 歲以上此年齡層組合的檢定結果顯著之外，其餘各年齡層組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同年齡層的遊客，其對配天宮的認識沒有明顯差異。由於 31~40 歲與 51 歲以上此年齡

表 4-4-3 不同年齡層對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析

				媽祖文化認知		到配天宮的動機			媽祖活動的參與意願
				媽祖個人事蹟	對配天宮的認知	景仰媽祖	廟方有活動吸引	遊玩順道	參與活動的類型
年齡	20 歲以下	21-30 歲	0.18 (0.17) [0.96]	0.35 (0.18) [0.49]	0.03 (0.16) [1.0]	0.84 (0.17) [0.99]	0.14 (0.18) [0.97]	0.26 (0.17) [0.74]	
	20 歲以下	31-40 歲	0.07 (0.15) [1.0]	0.34 (0.17) [0.42]	-0.03 (0.15) [1.0]	0.04 (0.16) [1.0]	0.31 (0.16) [0.46]	0.38 (0.15) [0.12]	
	20 歲以下	41-50 歲	-0.59 (0.16) [1.0]	0.15 (0.19) [1.0]	0.16 (0.17) [0.98]	0.01 (0.17) [1.0]	0.28 (0.18) [0.65]	0.29 (0.15) [0.47]	
	20 歲以下	51 歲以上	0.18 (0.17) [0.97]	-0.79 (0.19) [1.0]	0.11 (0.16) [1.0]	0.19 (0.17) [0.87]	0.43 (0.18) [0.22]	0.29 (0.17) [0.61]	
	21-30 歲	31-40 歲'	-0.18 (0.11) [0.73]	-0.12 (0.13) [1.0]	-0.06 (0.10) [1.0]	-0.04 (0.12) [1.0]	0.18 (0.13) [0.75]	0.12 (0.12) [0.97]	
	21-30 歲	41-50 歲	-0.24 (0.12) [0.43]	-0.21 (0.16) [0.87]	0.13 (0.13) [0.97]	-0.07 (0.14) [1.0]	0.15 (0.15) [0.91]	0.03 (0.12) [1.0]	
	21-30 歲	51 歲以上	-0.04 (0.14) [1.0]	-0.43 (0.16) [0.08]	0.08 (0.12) [1.0]	0.11 (0.14) [0.97]	0.30 (0.15) [0.40]	0.03 (0.15) [1.0]	
	31-40 歲	41-50 歲	-0.07 (0.10) [1.0]	-0.19 (0.14) [0.82]	0.20 (0.11) [0.55]	-0.02 (0.12) [1.0]	-0.03 (0.13) [1.0]	-0.09 (0.10) [1.0]	
	31-40 歲	51 歲以上	0.17 (0.12) [0.78]	-0.42 (0.14) [0.03]*	0.14 (0.11) [0.85]	0.15 (0.12) [0.83]	0.12 (0.13) [0.93]	-0.09 (0.12) [1.0]	
	41-50 歲	51 歲以上	0.24 (0.13) [0.48]	-0.22 (0.16) [0.85]	-0.05 (0.13) [1.0]	0.17 (0.14) [0.81]	0.15 (0.15) [0.90]	0.002 (0.13) [1.0]	

註：1.表中的數字代表平均差異；()內的值代表標準差；[]內的值代表 p-value.

2.\* 代表在 5%的顯著水準下拒絕虛無假設：該年齡層組合對該構面的影響沒有差異。

層組合的平均數差異為-0.42，代表 51 歲以上此年齡層遊客對配天宮的認知高於 31~40 歲此年齡的遊客，究其原因，可能是 31~40 歲這階段的遊客正值壯年，還在職

場上工作，對於社會新聞及時事較留意，較常看電視新聞或上網搜尋；而 51 歲以上這階段的遊客，有可能面臨退休及身心狀態漸偏向寧靜平穩，所以會朝向宗教信仰，所以會多留意常去的廟宇點滴。

## **(2).到配天宮的動機**

就景仰媽祖此構面而言，各年齡層組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同年齡層的遊客，其對媽祖的景仰程度沒有明顯差異。

就廟方有活動吸引此構面而言，各年齡層組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同年齡層的遊客，其受廟方活動吸引的程度沒有明顯差異。

就遊玩順道此構面而言，各年齡層組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同年齡層的遊客，其因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例沒有明顯差異。

## **(3).媽祖活動的參與意願**

就參與活動的類型此構面而言，各年齡層組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同年齡層的遊客，其對媽祖活動的參與意願沒有差異。

## **4.不同教育程度的遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願沒有顯著差異**

為了瞭解遊客的不同教育程度對於媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願是否存有顯著的差異影響，本文以單因子變異數分析來進行檢測，顯著水準為 0.05，其結果如表 4-4-4。

### **(1).媽祖文化認知**

就媽祖事蹟此構面而言，各種教育程度組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客教育程度的不同對媽祖事蹟的認知沒有明顯的差異。

就配天宮的認知此構面而言，各種教育程度組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客教育程度的不同對配天宮的認知也沒有明顯的差異。

表 4-4-4 不同教育程度對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析

		媽祖文化認知		到配天宮的動機			媽祖活動的參與意願	
		媽祖個人事蹟	對配天宮的認知	景仰媽祖	廟方有活動吸引	遊玩順道	參與活動的類型	
教育程度	國中以下	高中職	-0.24 (0.13) [0.5]	0.64 (0.17) [1.0]	-0.01 (0.14) [1.0]	-0.23 (0.17) [0.86]	0.14 (0.18) [1.0]	-0.07 (0.15) [1.0]
	國中以下	專科	-0.26 (0.14) [0.49]	0.15 (0.17) [0.99]	-0.01 (0.14) [1.0]	-0.16 (0.18) [1.0]	-0.01 (0.18) [1.0]	-0.07 (0.11) [1.0]
	國中以下	大學	-0.01 (0.13) [1.0]	0.41 (0.16) [0.12]	0.07 (0.13) [1.0]	-0.11 (0.16) [1.0]	0.14 (0.17) [1.0]	0.12 (0.10) [0.94]
	國中以下	碩士以上	-0.08 (0.15) [0.99]	0.37 (0.20) [0.48]	0.31 (0.17) [0.52]	0.14 (0.19) [1.0]	0.31 (0.19) [0.67]	0.45 (0.14) [0.02]*
	高中職	專科	-0.01 (0.12) [1.0]	0.08 (0.14) [1.0]	0.003 (0.11) [1.0]	0.73 (0.13) [1.0]	-0.15 (0.13) [0.94]	-0.07 (0.11) [1.0]
	高中職	大學	0.23 (0.11) [0.32]	0.34 (0.13) [0.08]	0.08 (0.10) [1.0]	0.12 (0.11) [0.95]	0.006 (0.12) [1.0]	0.12 (0.10) [0.94]
	高中職	碩士以上	0.16 (0.13) [0.81]	0.30 (0.17) [0.56]	0.32 (0.15) [0.27]	0.37 (0.14) [0.10]	0.18 (0.15) [0.94]	0.45 (0.14) [0.02]*
	專科	大學	0.24 (0.11) [0.33]	0.26 (0.13) [0.36]	0.07 (0.10) [1.0]	0.05 (0.12) [1.0]	0.16 (0.12) [0.87]	0.18 (0.10) [0.50]
	專科	碩士以上	0.17 (0.14) [0.8]	0.22 (0.17) [0.89]	0.32 (0.15) [0.31]	0.30 (0.15) [0.41]	0.33 (0.15) [0.24]	0.52 (0.14) [0.004]*
	大學	碩士以上	-0.07 (0.12) [0.99]	-0.04 (0.16) [1.0]	0.24 (0.14) [0.57]	0.25 (0.14) [0.49]	0.17 (0.14) [0.92]	0.33 (0.14) [0.15]

註：1.表中的數字代表平均差異；()內的值代表標準差；[]內的值代表 p-value.

2.\* 代表在 5%的顯著水準下拒絕虛無假設：該教育程度組合對該構面的影響沒有差異。

## **(2).到配天宮的動機**

就景仰媽祖此構面而言，各種教育程度組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客教育程度的不同對媽祖景仰的程度沒有明顯的差異。

就廟方有活動吸引此構面而言，各種教育程度組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客教育程度的不同對配天宮廟方活動的注意程度沒有明顯的差異。

就遊玩順道此構面而言，各種教育程度組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同教育程度的遊客，其因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例沒有明顯差異。

## **(3).媽祖活動的參與意願**

就參與活動的類型此構面而言，除了國中與碩士以上、高中與碩士以上、專科與碩士以上此三種教育程度組合的檢定結果顯著之外，其餘各種教育程度組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同教育程度組合的遊客，其對媽祖活動的參與意願沒有明顯差異。而國中與碩士以上、高中與碩士以上、專科與碩士以上此三種教育程度組合的平均數差異分別為 0.45、0.45、0.52 皆大於零，代表擁有碩士學位以上的遊客，其對媽祖活動的參與意願低於擁有國中以下、高中或專科此三類學歷的遊客。

## **5.不同月收入的遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願沒有顯著差異**

為了瞭解遊客的不同所得水準對於媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願是否存有顯著的差異影響，本文以單因子變異數分析來進行檢測，顯著水準為 0.05，其結果如表 4-4-5。

### **(1).媽祖文化認知**

就媽祖事蹟此構面而言，不同所得收入組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客所得收入的不同對媽祖事蹟的認知沒有明顯的差異。

就配天宮的認知此構面而言，不同所得收入組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客所得收入的不同對配天宮的認知也沒有明顯的差異。

表 4-4-5 不同月收入對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析

				媽祖文化認知		到配天宮的動機			媽祖活動的參與意願
				媽祖個人事蹟	對配天宮的認知	景仰媽祖	廟方有活動吸引	遊玩順道	參與活動的類型
月 收 入	2 萬以下	2-3 萬	-0.04 (0.16) [1.0]	-0.01 (0.15) [1.00]	-0.003 (0.13) [1.00]	-0.11 (0.13) [0.94]	0.16 (0.15) [0.95]	0.08 (0.13) [1.0]	
	2 萬以下	3-4 萬	-0.24 (0.11) [0.36]	-0.13 (0.14) [0.99]	-0.24 (0.11) [0.27]	-0.17 (0.12) [0.77]	-0.14 (0.13) [0.97]	-0.01 (0.12) [1.0]	
	2 萬以下	4-5 萬	-0.17 (0.13) [0.79]	0.04 (0.16) [1.00]	-0.19 (0.12) [0.71]	-0.07 (0.14) [0.99]	0.01 (0.15) [1.0]	0.19 (0.14) [0.84]	
	2 萬以下	5 萬以上	-0.21 (0.12) [0.55]	0.02 (0.15) [1.00]	-0.08 (0.11) [1.00]	-0.01 (0.13) [1.00]	0.10 (0.14) [1.0]	0.09 (0.12) [1.0]	
	2-3 萬	3-4 萬	-0.19 (0.12) [0.61]	-0.12 (0.14) [0.99]	-0.24 (0.12) [0.44]	-0.06 (0.13) [1.0]	-0.3 (0.13) [0.25]	-0.09 (0.11) [1.0]	
	2-3 萬	4-5 萬	-0.12 (0.13) [0.93]	0.05 (0.16) [1.0]	-0.18 (0.13) [0.83]	0.04 (0.15) [1.00]	-0.15 (0.16) [0.98]	0.11 (0.13) [0.99]	
	2-3 萬	5 萬以上	-0.17 (0.12) [0.77]	0.03 (0.16) [1.0]	-0.08 (0.12) [1.00]	0.11 (0.14) [0.96]	-0.06 (0.14) [1.0]	0.02 (0.12) [1.0]	
	3-4 萬	4-5 萬	0.07 (0.13) [0.99]	0.17 (0.15) [0.95]	0.05 (0.12) [1.00]	0.10 (0.14) [0.98]	0.15 (0.14) [0.97]	0.21 (0.12) [0.61]	
	3-4 萬	5 萬以上	0.03 (0.12) [1.00]	0.15 (0.15) [0.97]	0.16 (0.11) [0.79]	0.16 (0.13) [0.83]	0.24 (0.13) [0.46]	0.11 (0.11) [0.97]	
	4-5 萬	5 萬以上	-0.04 (0.13) [1.00]	-0.02 (0.17) [1.0]	0.11 (0.12) [0.99]	0.07 (0.15) [1.00]	0.09 (0.15) [1.0]	-0.09 (0.12) [1.0]	

註：表中的數字代表平均差異；()內的值代表標準差；[]內的值代表 p-value。

## **(2).到配天宮的動機**

就景仰媽祖此構面而言，不同所得收入組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客所得收入的不同對媽祖的景仰程度沒有明顯的差異。

就廟方有活動吸引此構面而言，不同所得收入組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示配天宮廟方的活動能吸引不同所得收入的族群。

就遊玩順道此構面而言，不同所得收入組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同所得收入的遊客，其因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例沒有明顯差異。

## **(3).媽祖活動的參與意願**

就參與活動的類型此構面而言，不同所得收入組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同所得收入的遊客，其對媽祖活動的參與意願比例沒有明顯差異。

## **6.不同職業的遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願沒有顯著差異**

為了瞭解遊客的不同職業對於媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願是否存有顯著的差異影響，本文以單因子變異數分析來進行檢測，顯著水準為 0.05，其結果如表 4-4-6。

### **(1).媽祖文化認知**

就媽祖事蹟此構面而言，不同職業組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客職業的不同對媽祖事蹟的認知沒有明顯的差異。

就配天宮的認知此構面而言，不同職業組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客職業的不同對配天宮的認知沒有明顯的差異。

### **(2).到配天宮的動機**

就景仰媽祖此構面而言，不同職業組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客職業的不同對媽祖的景仰程度沒有明顯的差異。

就廟方有活動吸引此構面而言，不同職業組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示配天宮廟方的活動能吸引不同職業的遊客前來。

就遊玩順道此構面而言，不同職業組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同職業的遊客，其因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例沒有明顯差異。

表 4-4-6 不同職業對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析

			媽祖文化認知		到配天宮的動機			媽祖活動的參與意願
			媽祖個人事蹟	對配天宮的認知	景仰媽祖	廟方有活動吸引	遊玩順道	參與活動的類型
職業	軍公教	工(製造)業	0.03 (0.12) [1.0]	0.16 (0.16) [0.98]	0.02 (0.13) [1.0]	0.04 (0.13) [1.0]	-0.01 (0.14) [1.0]	0.06 (0.13) [1.0]
	軍公教	商或服務業	-0.09 (0.10) [0.99]	0.02 (0.13) [1.0]	-0.14 (0.09) [0.75]	0.03 (0.11) [1.0]	0.11 (0.13) [0.99]	-0.07 (0.10) [1.0]
	軍公教	學生	0.01 (0.13) [1.0]	-0.01 (0.16) [1.0]	-0.04 (0.12) [1.0]	-0.09 (0.16) [1.0]	-0.06 (0.14) [1.0]	-0.18 (0.14) [0.89]
	軍公教	其他	0.25 (0.18) [0.30]	0.13 (0.14) [0.98]	0.12 (0.11) [0.96]	0.10 (0.12) [1.0]	0.06 (0.13) [1.0]	0.17 (0.11) [0.79]
	工(製造)業	商或服務業	-0.12 (0.13) [0.99]	-0.15 (0.17) [0.99]	-0.16 (0.14) [0.96]	-0.01 (0.15) [1.0]	0.12 (0.16) [1.0]	-0.13 (0.14) [0.99]
	工(製造)業	學生	-0.02 (0.15) [1.0]	-0.17 (0.19) [0.99]	-0.06 (0.16) [1.0]	-0.13 (0.18) [1.0]	-0.05 (0.18) [1.0]	-0.24 (0.17) [0.83]
	工(製造)業	其他	0.22 (0.14) [0.73]	-0.03 (0.18) [1.0]	0.11 (0.16) [1.0]	0.06 (0.15) [1.0]	0.07 (0.17) [1.0]	0.11 (0.15) [1.0]
	商或服務業	學生	0.09 (0.14) [1.0]	-0.02 (0.17) [1.0]	0.10 (0.13) [1.0]	-0.12 (0.17) [1.0]	-0.17 (0.17) [0.97]	-0.11 (0.15) [1.0]
	商或服務業	其他	0.34 (0.13) [0.08]	0.12 (0.15) [1.0]	0.27 (0.13) [0.29]	0.07 (0.14) [1.0]	-0.05 (0.16) [1.0]	0.23 (0.13) [0.55]
	學生	其他	0.24 (0.15) [0.69]	0.14 (0.17) [1.0]	0.17 (0.15) [0.95]	0.19 (0.17) [0.96]	0.12 (0.17) [1.0]	0.34 (0.16) [0.28]

註：表中的數字代表平均差異；()內的值代表標準差；[]內的值代表 p-value。

### (3).媽祖活動的參與意願

就參與活動的類型此構面而言，不同職業組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同職業的遊客，其對媽祖活動的參與意願比例沒有明顯差異。

## 7.不同居住地的遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願沒有顯著差異

為了瞭解遊客居住地區的不同對於媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願是否存有顯著的差異影響，本文以單因子變異數分析來進行檢測，顯著水準為 0.05，其結果如表 4-4-7。

### (1).媽祖文化認知

就媽祖事蹟此構面而言，除了朴子與其他(指嘉義縣市和台南市以外的地區)這一組居住地區組合的檢定結果顯著之外，其餘各種居住地區組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同居住地區組合的遊客，其對媽祖事蹟的認知沒有明顯差異。而朴子與其他(指嘉義縣是和台南市以外的地區)這一組居住地區組合的平均數差異為 0.33 大於零，代表朴子當地的居民對於媽祖事蹟的認知高於其他(指嘉義縣市和台南市以外的地區)地區的居民。

就配天宮的認知此構面而言，除了朴子與嘉義縣市、朴子與台南縣市、朴子與其他(指嘉義縣市和台南縣市以外的地區)此三種居住地區組合的檢定結果顯著之外，其餘各種居住地區組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同居住地區組合的遊客，其對配天宮的認知沒有明顯差異。而朴子與嘉義縣市、朴子與台南縣市、朴子與其他(指嘉義縣市和台南縣市以外的地區)此三種居住地區組合的平均數差異分別為 0.52、0.74、0.68 皆大於零，代表朴子當地的遊客，其對配天宮的認知程度高於嘉義縣市、台南縣市及其他地區的遊客。

由此可知，這些地區的居民對於配天宮有一定程度的認知，但認知的深淺應該是跟距離配天宮的遠近有關係。嘉義縣市的地理位置離配天宮較近，參拜機會與次數也較外縣市多，所以對配天宮的認知自然較其他縣市地區深；而其他地區的媽祖信徒，雖然對媽祖事蹟有認識，但是對配天宮的認知就不如朴子地區的在地居民。

表 4-4-7 不同居住地對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之變異數分析

			媽祖文化認知		到配天宮的動機			媽祖活動的參與意願
			媽祖個人事蹟	對配天宮的認知	景仰媽祖	廟方有活動吸引	遊玩順道	參與活動的類型
不同居住地	朴子	嘉義縣市 其他鄉鎮	0.09 (0.10) [0.86]	0.52 (0.12) [0.0]*	0.21 (0.10) [0.21]	0.34 (0.11) [0.01]*	0.03 (0.12) [1.0]	0.32 (0.10) [0.01]*
	朴子	台南縣市	0.05 (0.13) [0.99]	0.74 (0.16) [0.0]*	0.08 (0.12) [0.99]	0.18 (0.14) [0.74]	0.04 (0.14) [1.0]	0.27 (0.13) [0.19]
	朴子	其他	0.33 (0.10) [0.01]*	0.68 (0.11) [0.0]*	0.14 (0.09) [0.57]	0.42 (0.11) [0.001]	-0.09 (0.12) [0.98]	0.37 (0.10) [0.002]*
	嘉義縣市其他鄉鎮	台南市	-0.04 (0.13) [0.99]	0.21 (0.16) [0.71]	-0.13 (0.13) [0.91]	-0.16 (0.14) [0.84]	0.01 (0.14) [1.0]	-0.05 (0.13) [1.0]
	嘉義縣市其他鄉鎮	其他	0.24 (0.10) [0.11]	0.15 (0.12) [0.77]	-0.07 (0.10) [0.98]	0.08 (0.11) [0.98]	-0.12 (0.12) [0.89]	0.05 (0.10) [1.0]
	台南市	其他	0.28 (0.13) [0.19]	-0.06 (0.15) [1.0]	0.06 (0.13) [1.0]	0.24 (0.14) [0.48]	-0.12 (0.14) [0.95]	0.10 (0.13) [0.96]

註：1.表中的數字代表平均差異；()內的值代表標準差；[]內的值代表 p-value.

2.\* 代表在 5%的顯著水準下拒絕虛無假設：該居住地區組合對該構面的影響沒有差異。

## (2).到配天宮的動機

就景仰媽祖此構面而言，不同居住地區組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示遊客居住地區的不同對媽祖的景仰程度沒有明顯的差異。

就廟方有活動吸引此構面而言，除了朴子與嘉義縣市此一居住地區組合的檢定結果顯著之外，其餘各種居住地區組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同縣市的遊客，其受配天宮廟方活動吸引的程度沒有明顯差異。而朴子與嘉義縣市此居住地區組合的平均數差異為 0.34，表示朴子地區的居民其受配天宮活動吸引的程度相對高於嘉義縣市的居民。

就遊玩順道此構面而言，不同居住地區組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同縣市的遊客，其因出外遊玩而願意順道到配天宮的比例沒有明顯差異。

### (3).媽祖活動的參與意願

就參與活動的類型此構面而言，除了朴子與嘉義縣市、朴子與其他(指嘉義縣市和台南縣市以外的地區)此二種居住地區組合的檢定結果顯著之外，其餘各種居住地區組合的檢定結果，其 p 值皆大於顯著水準 0.05，表示不同居住地區組合的遊客，其對媽祖活動的參與意願沒有明顯差異。而朴子與嘉義縣市、朴子與其他(指嘉義縣市和台南縣市以外的地區)此二種居住地區組合的平均數差異分別為 0.32、0.37 皆大於零，代表朴子當地的居民，其對媽祖活動的參與意願高於嘉義縣市等其他地區的遊客。



## 五、結論與建議

本文以到配天宮的遊客為對象實施問卷調查，蒐集所需資訊，運用次數分配及百分比來了解樣本資料的結構性，以平均數及標準差來分析遊客對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願之現況。再藉由獨立樣本 t 檢定與變異數檢定以分析遊客的基本資料是否對媽祖文化認知、到配天宮的動機與媽祖活動的參與意願有顯著差異。期望研究成果能提供配天宮或是相關執行單位參考。

### 5-1 結論

就受訪遊客的基本資料而言，由回收的問卷發現：

- (1). 男性填答問卷的人數較多，且以 31-40 歲這個年齡層的人為多數，其中大多為已婚人士與大學畢業者。
- (2). 到配天宮的遊客中，各所得階層的人都有，且分布得很平均，只是所得在 2 萬元以下者仍稍微多一些，遊客中以軍公教人士為多數，而嘉義縣市與朴子在地人士約佔 54%，其他外縣市遊客所佔比重亦高達 46%。
- (3). 就「媽祖文化認知」此構面而言，遊客對於媽祖個人事蹟的了解程度比對配天宮的認知程度來的集中。
- (4). 就「到配天宮的動機」此構面而言，對景仰媽祖的因素高於廟方有活動吸引及遊玩順道。
- (5). 就「媽祖活動的參與意願」此構面而言，發現遊客願意參與配天宮每年媽祖聖誕舉辦的祝壽慶典，最不願意參與的是有獎徵答親子活動。

就遊客的基本資料對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」、「媽祖活動的參與意願」的差異性分析而言：

- (1). 不同性別的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」，沒有明顯差異。
- (2). 不同婚姻狀況的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」，沒有明顯差異。

- (3).不同年齡層的遊客，其對「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」沒有明顯差異。但是，在「媽祖文化認知」這部份，針對配天宮的認知此構面而言，31~40歲與51歲以上此二年齡層組合的遊客對配天宮的認識有明顯差異，且51歲以上此年齡層遊客對配天宮的認知高於31~40歲此年齡的遊客。
- (4).不同教育程度的遊客，其對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」沒有明顯差異；但對「媽祖活動的參與意願」而言，教育程度為碩士以上的遊客，其對媽祖活動的參與意願是最低的。
- (5).不同月收入的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」沒有明顯差異。
- (6).不同職業的遊客，對「媽祖文化認知」、「到配天宮的動機」及「媽祖活動的參與意願」，沒有明顯差異。
- (7).不同居住地的遊客，在「媽祖文化認知」這部份，朴子當地的居民對媽祖個人事蹟的認知高於其他地區的居民(指嘉義縣市和台南市以外的地區)；就配天宮的認知而言，朴子當地及嘉義縣市的遊客，對配天宮的認知程度較高。在「到配天宮的動機」這部份，對廟方有活動吸引而言，朴子與嘉義縣市的遊客較易受到吸引，而朴子地區的居民其受配天宮活動吸引的程度相對高於嘉義縣市的居民；在「媽祖活動的參與意願」這部份，朴子當地的居民，參與意願高於嘉義縣市及其他地區的遊客。

## 5-2 建議

本文問卷於民國一〇三年二月正式發放，並於民國一〇三年三月發放完畢。根據本文研究發現，雖然本文發放問卷的時間不是農曆三月的瘋媽祖旺季，但是配天宮仍具有一定的遊客量，而且到配天宮的遊客約有一半是嘉義縣市以外的民眾，因此配天宮雖不若大甲鎮瀾宮、北港朝天宮、新港奉天宮與白沙屯媽祖有名氣，但是仍具有一定的知名度。只是，這些遊客對媽祖事跡與文化的認知比對配天宮的認知還要高，而且教育程度高的遊客，對媽祖活動的參與意願明顯低落。此結果值得配天宮相關單位重視。

本文認為配天宮可與全國各大專院校的文創、設計、行銷等學系師生進行產學合作，來開發具有配天宮文物特色的周邊商品與擬訂行銷策略，以促進民眾或遊客對配天宮的認知、吸引潛在客群與增加能見度；並且和學校合作進行系列的媽祖節慶活動設計與學術研究，以提升高等知識份子對相關媽祖活動的參與意願。



## 六、參考文獻

### 中文文獻

- 丁玲瓏(2009)。民俗活動與文化觀光吸引力的創造—以雲嘉南王爺信仰活動為例，國立嘉義大學管理學院碩士班在職專班碩士論文。
- 中國技術學院(2005)。嘉義縣定古蹟朴子配天宮調查研究，財團法人朴子配天宮。
- 王秀華(2008)。媽祖文化與海峽兩岸民間信仰，經濟與社會發展，11期，135-138頁。
- 王若憶(2013)。博物館迓媽祖—北港媽祖文化大樓展示的詮釋與規劃，台北藝術大學博物館研究所碩士論文。
- 王麗梅(2010)。媽祖文化的核心價值與現代社會功用，重慶文理學院學報(社會科學版)，01期，7-10頁。
- 內政部統計處統計報告(2012)，網址：[www.moi.gov.tw/](http://www.moi.gov.tw/)。
- 石萬壽(2000)。台灣的媽祖信仰，臺原出版社。
- 交通部觀光局(2012)，網址：[www.admin.taiwan.net.tw/](http://www.admin.taiwan.net.tw/)。
- 朴子配天宮宮誌編輯委員會(1994)。朴子配天宮宮誌，財團法人朴子配天宮董監事會。
- 邱奕松(1998)。朴子市志，嘉義縣朴子市公所。
- 朴子配天宮全球資訊網，網址：[www.peitiangung.org.tw/](http://www.peitiangung.org.tw/)。
- 汪玉頻(2004)。民俗節慶活動運用整合銷傳播之研究：以大甲媽祖文化節為例，世新大學傳播研究所碩士論文。
- 李欣樺(2008)。台灣媽祖文化之吉祥物創作研究，國立師範大學美術學系碩士論文。
- 卓素絹(2006)。探討節慶活動促進地方行銷之資源整合模式—以「大甲媽祖國際觀光文化節」為例，靜宜大學企業管理研究所碩士論文。
- 吳金棗(1992)。江海女神·媽祖，新潮社文化事業有限公司。
- 林文金(1987)。應該重視媽祖文化研究，第三次媽祖學術討論會(福建省莆田市)。
- 林美容(2006)。媽祖信仰與台灣社會，台北：博揚。
- 林瑤棋(1998)。兩岸學者論媽祖，臺灣省各姓淵源研究學會。
- 財團法人朴子配天宮(2012)。慶城安坐一百年古蹟修復工程專輯，財團法人朴子配天宮。

- 陳春安(2000)。遊客對媽祖文化認知及參與態度關係之研究—以新港奉天宮為例，逢甲大學景觀與遊憩碩士學位學程碩士論文。
- 陳柏份(2006)。導入文化觀光於節慶活動評估之研究—以大甲媽祖文化節為例，逢甲大學土地管理學系碩士在職專班碩士論文。
- 許旻書(2008)。行銷台灣媽祖文化—海上遶境計畫，東海大學建築學系碩士論文。
- 許佳玲(2013)。宗教觀光遊客之體驗、滿意度與重遊意願之研究—以北港朝天宮為例，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 郭淑玲(2012)。宗教觀光旅遊目的地意象、動機及行為意圖關係之研究，國立嘉義大學管理學院碩士在職專班碩士論文。
- 黃敦厚(2004)。台灣媽祖文化語彙全記錄，國立中興大學中國文學系碩士論文。
- 黃顯斌(2013)。采風問俗—白沙屯媽祖北港進香，玄奘大學宗教學系碩士論文。
- 楊雅淑(2011)。媽祖故事與媽祖文化研究，中國文化大學中國文學系碩士論文。
- 蔡相輝(2005)。台北文獻直字第 152 期。
- 賴靜屏(2011)。民俗節慶活動融入國小低年級藝術教學之研究，國立新竹教育大學美勞教學研究所碩士論文。
- 簡慧貞(2001)。觀光型廟宇公關策略之研究—以台北市保安宮節慶活動為例，屏東師院學報，14 期，537—561 頁。
- 聯合國教科文組織(2009)，網址：<http://www.unesco.org/>。
- 蕭世國(2004)。台南縣玉井鄉媽祖信仰之研究，國立台南師範學院台灣文化研究所碩士論文。

#### 英文文獻

- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

## 附錄一 配天宮的歷史沿革

配天宮媽祖的由來，按邱奕松(1998)所著朴子市志記載，相傳與今布袋鎮貴舍里半月庄先民林馬篤信媽祖有關。清康熙二十六年(西元 1687 年)間，先民林馬欲從湄洲請奉聖母金身一尊返回台灣奉祀。媽祖並在夢中指示他，眾金身中鼻頭有一顆痣者欲隨其東去。林馬夢中驚醒，欣喜若狂，便於黎明時至殿中尋找，見眾金身中，恰有一尊金身鼻頭停著一隻蒼蠅，林馬即刻將此金身請奉返回故里。其回鄉途中，行至牛稠溪南畔樸樹下茶亭暫憩，擬再啟程時，頓覺媽祖金身有如千斤重，無法移動，眾人皆感訝異，於是擲筊請求媽祖示意，乃蒙聖示，意駐斯地，永佑黎庶安寧，已顯化濟世。林馬心中雖不免有失落感，卻不敢有悖神旨，眾人即揪工在樸仔樹下建廟，謂之「樸樹宮」<sup>19</sup>。動工之際，媽祖再敕諭善信，可將廟宇中心點的樸仔樹(樸仔媽當初即坐於此樹下休息)彫刻成金身，以供信徒崇祀膜拜。於是，信徒乃將巨大樸仔樹上半段剪斷，留得下半段，經削去枝幹和樹皮，彫刻成今之「鎮殿媽」。目前樹根仍盤結於地下，成為媽祖廟的一大奇觀，堪稱世界罕見的「活媽祖」<sup>20</sup>，配天宮的鎮殿媽更被譽為請不動的媽祖。到了清同治四年，廟宇歷半世紀風霜歲月，故進行二度重修工程，主其事者王得襄、施藏興、李烏番、林著觀等十二人，於整修落成時，取「配享千秋馨香，功參天地造化」之意，將廟名更名為「配天宮」。

又按朴子配天宮宮誌(1994)記載，日本大正八年(民國八年)，配天宮信徒屢次申請出境前往湄洲祖廟進香，但被當時的台灣總督府所拒，後經當時台南州知事日人枝德二向台灣總督陳情，終於獲頒「路照」而成行。在日據時代，日本限制台灣人的信仰，為何日人枝德二會為此事奔波陳情？其中有一段膾炙人口的傳說：當時大正八年，枝德二在出巡朴子街時，心血來潮，即召東石郡守森永信光及朴子街長黃媽典等人，同往東石港垂釣，不料風起，三人被捲入海中。危急中，三人被身有香味的婦人救回岸上，枝德二頗覺訝異，黃媽典告知有可能是配天宮媽祖庇佑拯救。三人即至廟裡，枝德二聞廟裡香味與救起他們的婦女身上香味無異，相信不疑，膜拜而回，爾後，

<sup>19</sup> 樸樹宮之開基聖母亦稱樸仔媽。

<sup>20</sup> 此乃因樸樹已有千年以上樹齡，經受日月之精靈、風雨之滋潤，且得聖母之顯化，故具靈氣。

枝德二便興起陳情總督特准出境進香之舉。其在民國九年的農曆正月初一，自配天宮啟程由基隆港出發前往湄洲祖廟進香，一個月後農曆二月一日返回配天宮，從此定農曆二月一日為湄洲祖廟進香的紀念日。



## 附錄二 配天宮古文物—風華重現

配天宮是座三百多年的古廟，所以保存了不少古文物，茲介紹如下<sup>21</sup>：

### 1. 康熙皇帝御賜金筊

民國九年配天宮進香團前往湄洲祖廟進香，隨行人員有事要請示媽祖，恰巧發現屋頂懸掛著一副大型粉飾金黃色的神筊，遂取下問事並擲出了三聖筊。祖廟人員看到便說：康熙皇帝口諭，何人拿此筊並擲出三聖筊，即獲此物。由此可證實樸子媽的神威，因此也留給配宮一項極富歷史傳承價值的紀念信物—康熙皇帝御賜金筊。

### 2. 銅鐘

這口銅鐘依鐘上所鑄文字可以清楚判定為嘉慶二十三年所鑄，是由王得祿將軍的如夫人所獻。

### 3. 大耳香爐與大燭臺

日治大正十一年，日人在今六腳鄉創設明治製糖會社蒜頭製糖工場，相傳當時工場事故頻傳，請來配天宮媽祖分靈一尊鎮守糖場，終得平安，並由當時任職該廠的黃水盛先生發起，製作一座大耳香爐與一對大燭臺敬獻媽祖。

### 4. 神桌

相傳朴子街公醫館內科醫師松浦保一的母親生病，且命在旦夕，因工役陳氏的建議，奉請三媽金身到宅鎮守，不久其母即康復，松浦醫師遂於昭和九年(1934年)敬獻神桌。

5. 案桌 為乾隆乙巳年(1785年)的文物。

6. 神桌 為嘉慶己卯年(1819年)順福偕眾弟子叩謝之物。

7. 香爐 為己未年(1919年)住持僧林振沛叩謝之物。

### 8. 古老的神轎

### 9. 靈樹四季蘭

按朴子配天宮全球資訊網之記載，此四季蘭乃 1920 年(民國九年)配天宮赴福建湄洲進香所攜回之蘭花，種植在配天宮的後殿中庭，迄今已有九十餘年的歷史。這棵

<sup>21</sup> 此單元的內容摘自朴子配天宮全球資訊網。

四季蘭，與由樸仔樹彫刻而成的「鎮殿媽」，僅一層磚壁之隔，神與樹相互依偎，本就是生命共同體，靈氣相貫通。四季蘭雖植在室內，但樹幹卻長得強壯，枝繁葉茂，在香煙繚繞中，襯托出媽祖廟一點綠意盎然。據傳，凡是身體病痛，只要誠心來此磨樹或以身抱樹，即可沾神氣求得平安，病痛也可以減輕，因此常見信徒大排長龍為一親神樹，其葉子亦可以泡茶。樹不在老，「有神則靈」，四季蘭喻為「靈樹」，乃不脛而走，因而得以與諸神齊享香火與盛名。

## 10. 匾額

配天宮媽祖在清朝與日據時代，分獲不同皇帝欽賜匾額，其所獲匾額包括：聖慈母德匾(康熙二十六年)、山海安寧匾(乾隆辛卯年)、后德配天匾(乾隆壬子年)、莫不尊親匾(嘉慶亥年)、錫茲清晏匾(嘉慶癸酉年)、萬流仰鏡匾(道光十六年)、厚德載物匾(道光庚寅年)、聖神光化匾(道光十九年)、忠信涉波濤匾(同治乙丑年)、水德揚休匾(同治丁卯年)、慈航普渡匾(光緒三年)、母德汪洋匾(大正十年)、化育黎民匾(大正十年)、護國安民匾(大正十年)。

### 附錄三 配天宮的全台唯一

有百年歷史的配天宮，其有六項古文物與活動是全台唯一，茲分述如下<sup>22</sup>：

#### 1. 御賜燈花

嘉慶十八年，王得祿將軍為報答將他一手拉拔長大的兄嫂許氏的養育之恩，乃呈奏皇帝，皇帝敕封許氏為一品夫人，每年元宵節時皇帝都會邀請許氏到京城觀賞燈花。後來許氏年事漸高，而燈花只有在京城才看得到，皇帝不忍許氏長途奔波，所以同意王得祿將軍在家中(提督府)燦結與皇宮類似的燈花。許氏怕御賜燈花無法代代相傳，所以王得祿奏請皇帝是否可將燈花放在黎民百姓群居旺盛的場所供人觀賞？皇帝遂聖喻將燈花燦結配天宮，從此代代相傳，這就是配天宮御賜燈花的由來。

#### 2. 龍虎擔

相傳先人來臺經過黑水溝(臺灣海峽)時，經常會發生船難，這是因為黑水溝裡的蛟龍<sup>23</sup>在作亂。此外，先人來臺往山區(中央山脈)開墾時，也常遭到疑似老虎的猛獸<sup>24</sup>攻擊。於是媽祖為保護先人來台的安全，以及不讓猛獸在深山裡繼續耀武揚威，就徒手將蛟龍猛獸斬掉，並收在座下修行，交由千里眼與順風耳兩位將軍管理。

配天宮媽祖出巡繞境時，劍童2都會背著牡丹雙劍與龍虎擔一起出巡遶境，具有道路淨空的用意。因為在遶境的路線中，可能會有一些動物死掉後變成的精怪出來搗亂，此時就由龍跟虎去處理。如果遇到較難處理的精怪則由劍童來處理，若劍童也無法處理就由千里眼與順風耳兩位將軍處理。遶境途中會各別在龍頭與虎頭內添入貢末，使龍頭與虎頭的口中吐出煙霧，加入貢末之原因除了讓龍虎擔看起來更加有威嚴外，也代表祂們在修行<sup>25</sup>。

在每次遶境的活動中，皆可看到大人帶著小孩一起來鑽龍虎擔，此乃因為小孩若

<sup>22</sup> 此單元的內容摘自朴子配天宮全球資訊網。

<sup>23</sup> 關於此處所說的蛟龍，現今文獻可查到的可能是地震魚。地震魚的中文名字為勒氏(緋王)皇帶魚，體型可超過三、四公尺以上，有水中蛟龍、海龍王之稱。

<sup>24</sup> 台灣並沒有原生的老虎，而台灣所擁有的兩種原生野生貓科動物是雲豹和石虎，然而石虎並非老虎，其體型與家貓相仿，體重約3-6公斤，所以此處說的猛獸有可能是指雲豹。因當時先人來臺可能未看過豹，因此將雲豹誤認為老虎。)(朴子配天宮全球資訊網)

<sup>25</sup> 加上貢末表示雖然肉身死掉了但是靈體還在。

比較難帶(即是貴氣)或是被嚇到，都可以藉由躡龍虎擔來保平安。從龍虎擔的故事可以看出媽祖在警惕世人勿作惡，否則終將自食惡果。然而從中也可以看出媽祖的慈心，因為媽祖雖除掉蛟龍惡虎但並沒有讓牠們永世不得翻身，而是繼續讓牠們在媽祖的座下修行，薰習正法。因此媽祖除了勸人為善勿作惡外，也都給眾生許多悔改機會。

### 3.虎爺公穿龍袍

清嘉慶年間嘉慶太子遊台灣時突然遭到強盜打劫，此時突然出現一隻老虎救駕，使得嘉慶太子安然脫險。當嘉慶太子遊歷到朴子配天宮時，突然發現配天宮神龕下的虎爺與當天救駕的老虎一模一樣，便恍然大悟，原來是配天宮的虎爺蒞臨救駕。因此，便勒封配天宮的虎爺，使得配天宮的虎爺成為台灣唯一身穿龍袍的虎爺，且從此之後被供奉於神桌上。

### 4.牡丹花求子

農曆正月到三月媽祖誕辰御賜燈花展覽期間，可看到配天宮三川殿(正殿)內有兩株牡丹花樹，右邊之樹開白色花朵，左邊之樹開桃紅色花朵。夫妻欲求子嗣者可於媽祖神房前，虔誠恭敬燒香向媽祖稟告自己的各項資料—農曆的生辰八字、生肖、住址、歲數、現今已有幾個孩子(含幾男?幾女?)及欲求白花還是紅花，求白花即求生兒，求紅花即求生女。

白紅花求子的故事，其典故如下：在早期，配天宮媽祖常以手(輦)轎幫人辦事，某年春節御賜燈花展覽期間，有位信徒向媽祖祈求能夠有子嗣，媽祖細查此人與他的祖先，發現他們並沒有做失德的事且行善布施、樂善助人，因此手轎就指向旁邊的白色牡丹花樹，當時的辦事人員就對此信徒說媽祖聖諭「要賜你白花(男丁)」，若真的如願，要讓此子做媽祖的誼子。此信徒當下便折一朵白牡丹花回家，放置在夫妻床頭，不久後其妻真的懷孕且生下白白胖胖的壯丁。後來樸仔腳子民也都因媽祖神助，如願求得子嗣，久而久之，樸仔媽有賜子嗣之神力的消息便傳開來，遠播國際享有美名，這就是早期樸仔媽賜子(白花)的由來。

因為當初的神職人員現已作古，故廟方人員便請示媽祖聖諭，若有善男信女欲求子嗣該如何協助，媽祖聖諭「神房前虔誠恭敬連續擲三個聖筊」，因此才演變成現今擲筊方式求花，但是媽祖聖諭:祂賜花還是會看祖先與個人這輩子所作所為，再決定是否要賜子嗣。所謂「積善之家必有餘慶，造惡之人必遭禍延」。奉勸世人要諸惡莫作、眾善奉行、孝順父母(公婆)、尊師重道、忠孝節義、倫理道德、寬宏大量。

## 5. 千里眼與順風耳將軍的穿著樣貌由嘉慶皇帝頒旨訂定

配天宮千里眼將軍與順風耳將軍的相貌與穿著和其他的媽祖廟不同。根據當地耆老與配天宮轎班會會長林登福老先生口述，配天宮的千里眼與順風耳將軍特殊的地方，主要是因為配天宮的千里眼將軍與順風耳將軍曾在嘉慶皇帝期間救駕有功，故皇帝頒旨，希望配天宮的千里眼將軍順風耳將軍要有特別的地方。其特別之處包括：

- (1). 千里眼將軍與順風耳將軍戴官帽與穿官袍。
- (2). 千里眼將軍與順風耳將軍的衣袍互換，所以紅色臉的千里眼將軍穿綠色衣袍，藍色臉的順風耳將軍穿紅色衣袍。
- (3). 千里眼將軍與順風耳將軍的兵器互換，所以千里眼將軍手執斧，順風耳將軍手執方天劃戟。
- (4). 千里眼將軍穿著鞋子露出一隻大拇趾，代表當朝一品(一步登天)。順風耳將軍穿著鞋子露出五隻腳趾，代表五子登科，保佑來拜拜的信徒功成名就。

另外根據將軍會劉龍江會長的口述，開基樸仔媽的千里眼與順風耳將軍因救駕嘉慶君有功，故聖諭封其為『天將軍』，其頭髮加掛的篙錢是彩色的，代表兩位將軍是可以上天庭的天將軍，有別於其他宮廟只有單一種黃色，只能下地府。

千里眼將軍是閉口相貌，因千里眼將軍是專心用眼睛觀看眾生之事，不須開口，標榜目明。順風耳將軍是開口相貌，開口露齒代表在講話，講話就有聲音，標榜專心用耳朵聽聲音，聽眾生音，詮釋耳聰。這是媽祖用祂的殿前將軍相貌告知世人，做任何事情要專心用眼睛看，用耳朵聽，必須耳聰目明，學習別人的經驗，方能成就一切事。

以上是配天宮千里眼將軍與順風耳將軍與眾不同之處，最容易的識別方法是千里眼將軍頭上有雙角，順風耳將軍頭上是單角。

## 附錄四 配天宮樸樹媽祖的傳奇故事

此處的故事係改寫自朴子配天宮全球資訊網。

### 1. 遷移牛稠溪

朴子溪的上游稱為牛稠溪，下游出口處昔稱猿江，早年曾發生一則奇妙有趣的故事，現在依稀還留有痕跡。

長約七十一公里的牛稠溪，發源於竹崎鄉後湖，流經嘉義市、民雄鄉、太保市、六腳鄉，至朴子後注入東石港口。當時，流經朴子街內的水路，乃原朴子屠宰場（現配天宮第二香客大樓處）經配天宮媽祖廟後面，繞過頂灰礮巡天宮王爺廟背面，再橫貫應菜埔。此段即今之黎明路，為當時之溪床。當時，配天宮即在朴子溪南岸，而北岸則有內厝莊民所建的龍樹亭觀音媽廟。每年夏季，洪水為患，沖毀朴子溪堤岸，兩岸居民深以為苦。或許老天是公平的，洪水氾濫時，一年沖毀南岸，翌年必輪為北岸。南岸崩塌時，北岸就浮出新生沙洲，反之，南岸就高浮而起。如此，夏季來臨，則良田成溪床，而溪底反成沃田，輪替不斷，久而久之，居民也都不足為奇。

有一年夏季，豪雨不斷，一片澤國，這一年應該是輪由溪之北岸崩陷的，南岸居民也就不把它放在心上，安之若素，奇怪的是，崩塌的是南岸而非北岸，而且，接連四年，依然都是南岸毀塌，整個樸仔腳街就要被吞噬無餘了。樸仔腳街民惶恐不安，有如世界末日來到，陷入一片驚慌中，民眾爭相禱告媽祖，祈求平安。到了第五年，南岸的田野，已全部變成溪床，原是潺潺細流的朴子溪，卻像伸出魔爪一般，要將純樸的樸仔腳街粉碎無遺。此時，街談巷議，人心惶惶，認為天將帶來災害，無可挽救，有些居民紛紛做遷居的打算。眾人商議的結果，決定先將媽祖神像安置在北岸龍樹亭觀音媽廟內。信徒聚集，正是鑼鼓喧天，要將媽祖神像扶移神轎之際，媽祖顯靈，示意「不需遷移，鎮守護此地」，但信眾眼見水深危急，仍是猶疑不決。春去夏來，又是接連十來日豪雨，令人談雨色變，街上白浪滔天，續有三日不見退潮，居民紛往安全地帶避難。但第四天的黎明，水勢逐漸轉弱而退下，街民並未受到損害，且在內厝莊北端出現一道新生水路，於是，朴子溪河道變遷了，內厝莊被夾在其中，分成兩

條溪流，這是朴子地理上的一大變遷。

從此以後，配天宮媽祖廟北面朴子溪所經的溪床，因上游被砂石、樹枝、雜物等堵塞主流，便逐漸改道流向新生水路，成為今之朴子溪流，舊溪的溪道因積水不通，衍變為池塘。後來，居民就在池塘上填土蓋屋，現尚有痕跡可尋。如今的內厝里，即因昔時牛稠溪在此分支，將部落圍繞其間，幾與外界隔絕，而被稱為「內厝」，由於舊溪經過填塞，內厝莊終於解圍，而與朴子街銜接起來。老一輩的居民說，若沒有朴子溪的改道，可能配天宮也建不成了，朴子溪改道的地理變遷，也真是神奇了。

## 2.收妖除魔

民國初年，在六腳鄉日闕創設的蒜頭製糖工廠內，傳有妖魔作怪，致工廠機械時生故障，或工人常受傷害，並禍及附近民家，眾多居民病者病，傷者傷，鬧得雞犬不寧，已到人心惶惶的地步。主事者紛至朴子配天宮懇祈媽祖治妖除魔，最後請得三媽聖像親臨工廠，媽祖大顯神威，將黑狗精（骨頭）取出放進油鍋，無形中病傷根除，工廠終平安無事。工廠附近的當地居民為感念媽祖顯化佑民，乃於民國十年在村內興建一座寺廟，名為「副配天宮」，廟名至為奇特，代表民間信仰的誠篤。

蒜頭糖廠本島籍員工黃水盛倡議，於日據大正壬戌（民國十一）年，鑄造大耳香爐一座及大燭台一對，呈獻神殿前，感謝媽祖之庇佑。後來大耳香爐名聞遐邇，而有「樸仔腳（朴子）香爐，北港廟壁」的諺語，即指朴子配天宮的香爐，與北港朝天宮的廟壁，同享盛名，相互媲美。

台灣光復不久，媽祖廟對面有一間房屋，經常鬧鬼，無人敢居住，獨有福州人氏陳彥濱不信邪，購下此屋改建成繡鋪。一家人住下後即開始鬧鬼，迄無寧日，不得已乃請對面配天宮三媽指點迷津，果在其住屋正廳挖出一具骷髏，從此平安無事。陳彥濱始發信仰媽祖之決心，配天宮成立管理委員會後，陳氏並出任主任委員，潛心發展宮務，配天宮之鐘鼓樓即在其任內興建完成。

## 3.救病患

日據時代，嘉義市勝田醫院院長日人勝田一夫之妻，染有重病，雖由自家醫院治療，亦難見起色，正束手無策之際，經傭人馬高建議，赴配天宮祈求媽祖慈悲，賜子爐丹服用，果然見效救他一命。為感謝神恩，勝田院長特向日本內地訂製直徑六尺大

燈籠，呈獻神前，惜此燈籠已不復存焉。但從臺灣日日新報 1941 年 08 月 31 日的「日本で二番目の大提燈 臺南朴子街の媽祖さんに」一文仍可略知壯觀。

朴子郵便局長川瀨吉藏（日人）因重病垂危，不省人事，經郵差詹萬能建議其家屬，到配天宮懇求媽祖賜給靈丹，一服見效。川瀨局長復健後，特訂製藝術彫刻神案一座，敬獻神前感謝庇佑，今神案尚存廟內。

朴子街公醫館內科醫師松浦保（日人）之母病危，命在旦夕，幸得工役陳毛宗建議，奉請三媽金身到宅鎮駐，日夜叩求保佑。未幾，其母康復，感動松浦公醫，為答謝救母之恩，乃製作藝術彫刻神案一座呈獻，時為昭和九年（公元一九三四）十二月，神案現擺設廟內拜殿。

#### 4.保鄉里護百姓

傳聞二次大戰末期，盟軍飛機（美國軍機）曾轟炸朴子水塔，而水塔是朴子地區的自來水源，影響民生至鉅。在盟機投下火燒彈時，有人曾目睹一位婦人騎著白馬，手拉開裙襬接下炸彈，然後拋到朴子溪邊，而炸彈並未爆炸。此一騎白馬者，即是媽祖顯靈所為，雖屬傳聞，頗富神話色彩，卻是言之鑿鑿，在人們的心目中，媽祖神威顯赫，無時無刻都在保鄉里護百姓。

## 附錄五 本文之問卷

正式問卷

問卷編號：\_\_\_\_\_

### 遊客對媽祖文化認知與媽祖活動的參與之研究

#### ----以朴子配天宮為例

親愛的同學您好：

感謝您熱心協助，這是一份學術研究問卷，主要想瞭解目前目前遊客對媽祖文化認知與媽祖活動的參與，希望能藉此做為日後相關研究之參考。

本問卷僅供學術研究之用，內容資料絕對保密，請您安心填答。同時，您所填寫的資料並沒有好壞之分，更沒有標準答案，請您依自己實際情況逐題填答(請勿留空或漏答)，您的意見將是本研究最重要的依據，感謝您撥冗填寫問卷。

敬祝 健康 快樂

南華大學休閒產業經濟碩士班

指導教授：陳寶媛 博士

研究生：歐秀慧 敬啟

日期：102 年 11 月

#### 【第一部份】：遊客基本資料（請在各選項中選一個打√）

1. 性別： (1) 男性  (2) 女性
2. 年齡： (1) 20 歲以下  (2) 21~30 歲  (3) 31~40 歲  (4) 41~50 歲  (5) 51 歲以上
3. 婚姻： (1) 已婚  (2) 未婚
4. 教育程度： (1) 國中(含)以下  (2) 高中職  (3) 專科  (4) 大學  (5) 碩士以上
5. 平均月收入： (1) 20000 元以下  (2) 20001~30000 元  (3) 30001~40000 元  
 (4) 40001~50000 元  (5) 50001 元以上。
6. 職業： (1) 軍公教  (2) 工(製造)業  (3) 商或服務業  (4) 學生  (5) 其他
7. 居住地： (1) 朴子市  (2) 嘉義縣市其他鄉鎮  (3) 台南縣市  (4) 其他

## 【第二部份】媽祖文化認知

### 填答說明：

這一部份主要是想要了解您對於媽祖文化認知的程度，請在「1」至「5」的號碼中圈選適當的數字來表示您的情況，如圈「1」，表示您「非常不同意」這個題目所陳述的內容或題目所問與自己實際參與時所遭遇的情況不同；如圈「5」，表示您「非常同意」這個題目所陳述的內容或題目所問與實際參與時所遭遇的情況相同。請開始回答下列問題：

		非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
媽祖個人事蹟	1.您知道媽祖的生平	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	2.您對於媽祖的傳說故事有所知悉	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	3.您知道媽祖精神的主要表現是仁慈、博愛、助人、救難、懲惡、揚善	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
對配天宮的認知	4.您知道朴子配天宮的歷史沿革	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	5.您知道(曾聽說)朴子配天宮媽祖顯靈扶危佑民事蹟	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	6. 朴子配天宮還有 6 項全台唯一：					
	6-1.您知道朴子配天宮的御賜燈花	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	6-2.您知道朴子配天宮的龍虎擔	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	6-3.您知道朴子配天宮的虎爺公穿龍袍	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	6-4.您知道朴子配天宮的牡丹花求子	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	6-5.您知道朴子配天宮的康熙皇帝御用金笏杯	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6-6.您知道朴子配天宮的千里眼順風耳將軍的樣貌與穿著是嘉慶皇帝頒旨訂定	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
配天宮媽祖	7.您知道朴子配天宮樸樹媽祖的由來	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	8.您知道朴子配天宮樸樹媽祖的由來與其他媽祖不同	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

### 【第三部份】到配天宮的動機

『填答說明』：

請在「1」至「5」的號碼中圈選適當的數字來表示您的情況，如圈「1」，表示您「非常不同意」這個題目所陳述的內容或題目所問與自己實際參與時所遭遇的情況不同；如圈「5」，表示您「非常同意」這個題目所陳述的內容或題目所問與實際參與時所遭遇的情況相同。請開始回答下列問題：

		非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
景仰媽祖	1.我覺得媽祖能幫我消災解厄	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	2.聽聞許多配天宮媽祖神蹟而來看看	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	3.景仰媽祖德行，當志工學習奉獻精神	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
廟方有活動吸引	4.參加朴子配天宮御賜燈花的活動	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	5.參加朴子配天宮牡丹花求子的活動	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	6.參加配天宮舉辦的祝壽慶典	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	7.參加配天宮舉辦的遠境活動	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
遊玩順道	8.參加配天宮舉辦的講座活動	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	9.因為親友要到配天宮而跟隨	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	10.因為參加別家廟宇的進香活動而跟隨	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	11.因為到附近的景點遊玩經過，才順便到配天宮	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

### 【第四部份】媽祖活動的參與意願

		非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
參與活動的類型	1.配天宮舉辦兩岸或國際宗教觀光交流活動，您一定會親臨現場並踴躍參與	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	2.配天宮舉辦民俗技藝陣頭活動，您一定踴躍參加	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	3.配天宮舉辦認識媽祖有獎徵答親子活動，您會踴躍參加	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	4.您會參與配天宮每年媽祖聖誕舉辦的祝壽慶典	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	5.您會參與配天宮舉辦的遠境活動	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

~本問卷到此結束，煩請再檢查一次以免遺漏，感謝您撥冗填寫~