

行政院客家委員會獎助客家研究優良博碩士論文精要

一、**論文名稱**：客家節慶活動的網絡治理途徑分析
-以南投縣國姓鄉「搶成功系列活動」發展歷程為例

二、**作者**：王秀雲

三、**獎助年度**：99 年

四、**獎助金額**：5 萬

五、**研究過程** (含研究方法、訪談內容規畫)

(一) **研究方法**：本研究選定以質性研究作為研究之方法。

1.文獻探討

首先蒐集網絡治理與社會資本運用所推動之節慶活動與客家文化傳承的相關文獻及資料，加以分析歸納各項文獻資料並探討各種相關問題，進一步與其他研究資料相互比較，以作為研究理念架構之建立，為實際參與研究所參酌。

2.參與觀察

研究者於1989年嫁入國姓鄉，服務於鄉內小學，經歷921大地震，從2001「搶成功」迄今『拼成功~鹿神祭』活動，年年都帶領學童參與盛會（踩街遶境、節目表演、競賽活動）。因此決定採用「部分參與觀察」與「深度訪談」配合進行。藉實地參與網絡治理的活動與會議，利用研究者親自了解的情境來發掘更多的實際資料，以彌補「部分參與者」之不足。

3.個案研究

運用實地參與觀察的經驗，配合文獻搜集、深入訪談等研究方法，針對客家節慶活動中南投縣國姓鄉『搶成功系列活動』個案進行研究，俾充分了解客家文化保存在網絡治理的運作下如何選擇行為者的參與、形成穩定的網絡、樂於投入豐富資源、有效率的互動、積極營造共同意向的凝聚；從個案中經過整體的歸納、分析探討，而提出研究之成果與建議。

4.深度訪談

採第二種焦點訪談法，於2010年2月~4月，透過深度訪談法來搭配昔前部分參與觀察之進行，並針對實際參與此項工作之政府組織、營利組織及非營利組織 決策或執行者等相關執事人員，先以電話或親自拜訪邀約探詢各類代表人物的參與意願，邀請其成為本研究的參與者。

(二) 訪談內容規畫

1.訪談內容設計

本研究所分析共計四大面向，主要包括：(1) 探討「搶成功系列活動」的由來；(2) 探討「搶成功系列活動」網絡治理的運作模式；(3) 探討「搶成功系列活動」策畫執行推動小組成員間的互動狀況；(4) 探討「搶成功系列活動」網絡治理與社會資本運用之分析。

2.訪問問題的設計

本研究主要在探討客家節慶活動的網絡治理途徑分析，故訪談之重點是想了解個案南投縣國姓鄉「搶成功系列活動」的發展歷程中，公私部門形成網絡運作的實際情形；因此訪談的問題設計，主要分為公部門、營利組織、非營利組織三個部份。

3.、訪談人物規劃

冀望從直接訪談的情境當中能得到第一手的資料；另一方面，找尋漏網之魚，由訪談中了解其未加入此活動網絡運作的真正原因，搜集重要的訊息與資料，以作為後續總結的依據。

故本研究從國姓鄉公部門、營利組織及非營利組織中協尋十五位相關性代表人物進行深度訪談；透過半結構性訪談方式，了解其在網絡治理中，互動合作過程之感受與收穫，或了解其曾遭遇到哪些阻撓或困難，以便作成效評估及提出有效的建言。

六、主要研究發現

(一) 節慶活動的脈絡與歷程需搭配在地文化

節慶需搭配在地文化才能增進活動內涵，而文化離不開歷史的演進；節慶活動應以當地之特有文化歷史為背景設計主軸、加上當地獨有之地方特色、自然景觀或農特產品為行銷利器；並由當地居民自發性的創舉與認同，且能仿效如古川町相關祭典的發展，有效整合地方政府、營利組織與非營利組織之資源，

蓄積可觀能量，才能達到持續的動力及永續發展的目標。

（二）網絡治理的運作需重視資源整合

公部門、營利組織與非營利組織之間需建立友善的夥伴關係。公部門與鄉民代表會關係互動良好在活動的推展上會較順利；而公部門與營利組織在舉辦活動的目的及定位上較難切合，需要倚重非營利組織採中立角色居中溝通、協調，才容易達到資源整合的目標。

（三）提高網絡成員間的互動頻率

「安全」是節慶活動中網絡成員間最重視的需求，增加「直接或間接的互動」是網絡成員間情感緊密的接著劑；活動主辦單位首長平時若能勤走基層較能協尋到協辦的夥伴，而活動的承辦者與協辦單位負責人平日常有往來、培養好情誼，較能改善之前的缺失並獲得建設性的創意題材。

（四）積極累積社會資本

鄉內非營利組織成員重複的比例若高，彼此互動的機會增多則默契較佳，對活動的配合度也較好，此一現象與古川町的經驗如出一轍。公部門、營利組織與非營利組織中，不管由哪一組織主辦全鄉大型活動都不能忽略其他組織的專長，平日常互動形成合作的信任網絡，在彼此共識下依據網絡規範與制度有系統地累積社會資本，才能朝共同信念前進。

七、 研究建議

(一) 對政策面的建言

1.舉辦論壇

邀專家、學者蒞臨國姓鄉舉辦專業論壇、設立「搶成功系列活動」意見交流版主之網站回應；透過攝影捕捉活動精采畫面，加入活動說明，藉由網路立即傳送吸引眾人之目光並引發迴響，達到行銷國姓之目標。

2.爭取活動經費：除現有的政府機關補助款外，應積極開發其他經費補助來源。

3.加強行銷

加強鄉內幼稚園、國中小學生認識當地歷史文化背景，做好文化扎根的基礎；推動異業結盟、爭取社會資源加入網絡組織；重視媒體網路行銷。

4.階段性角色轉換

等水到渠成時，留意階段性角色轉換；順應時勢由公部門轉換到非營利組織來主辦，如此牽絆程度會較小、創意活動應該會更有吸引力。

5.注重營造獨有之附加價值：營造整年都存在的地方特色專屬意象區。

6.招募活動志工

招募並培訓「搶成功系列活動」之各工作項目之志工，依工作內容培訓各方面之志工投入活動推展行列。

(二) 對網絡組織的建言

1.公部門方面

固定活動場地，在居民較集中的區域設法找尋購買或長期租用一塊固定安全的公有地，平時可辦理鄉內各項藝文活動，充當鄉民休閒娛樂的活動空間，且每年在此固定場景中舉辦「搶成功系列活動」，營造其形成獨有的文化廣場。

爲了廣納鄉內各單位的創意，讓其能真正了解活動的主要意義，以求達成彼此互動的共識，主辦單位需衡量錯開各行各業忙碌的時間，可以改變傳統，選在晚上或假日召開籌備會。

活動的設計要重視歷史的意涵，不要太宗教化要努力提升文化藝術的美，做到「聽故事遊國姓的宣導」。

活動主題定位要明確並加強宣導；營造出「南投客家文化在國姓」的口號，形塑傳承的口碑，藉此提升產業行銷，改善鄉民生活。

2.營利組織方面

推動產業升級協助農民由一級產業提升爲二級或三級產業、並推選出一年四季都有的地方特色伴手禮。

多配合活動協助各種行銷方式，提高國姓的知名度吸引觀光人潮；善用鄉內優美的自然山水，塑造活動的主題意識情境，營造優質的居住、生活環境，發展有特色的休閒觀光產業，吸引觀光客入住。

舉辦「鄉村博覽會」，吸引外縣市的休閒觀光參賽人潮，提高知名度行銷

國姓，帶動鄉內營利單位的業績成長。

3.非營利組織方面

鼓勵鄉民不分男女老少都能樂於加入各志工的行列，大家分工發揮所長，為自己的家鄉打拼。

各非營利組織應各發揮所長，藉由平時直接或間接互動培養信任機制，提升網絡成員間的凝聚力，協助「搶成功系列活動」的主辦單位達成共同的目標。

建議未來「搶成功系列活動」的主辦權能由非營利組織挑大樑，其可以與營利組織相結合提升業績，請公部門協助動員以增加熱絡度，在合作網絡中尋找專才，規畫執行活動。

總結語：共同期許國姓鄉民們在網絡治理的共識下累積無限的社會資本，學習古川町居民般愛護自己的家園，營造優美的居住環境；藉由活動的魅力提升國姓的知名度，帶動國姓觀光文化產業行銷，吸引本地年輕人返鄉定居，及外地人隨時來作客的觀光目標。

(三) 後續研究建議

本研究因為人力及時間上的限制，調查範圍及對象有限。建議未來有興趣之研究者，可往客家節慶活動的網絡治理途徑分析之比較及客家節慶活動的社會資本途徑分析-以南投縣國姓鄉「搶成功系列活動」為例，持續探究。