

僑光科技大學企業管理系（所）

碩士論文

迷信對臺灣民眾在鬼月進行水上活動意願之影響

Influence of Superstitions on the Willingness of Taiwanese

Tourists to Engage in Water-Related Activities in the Ghost

Month

指導教授：莊淑婷

研究生：鄒 嘉

中華民國一〇七年一月

僑光科技大學企業管理系(所)碩士班  
106學年度第1學期畢業生畢業論文

題目：迷信對臺灣民眾在鬼月進行水上活動意願  
之影響

姓名：鄒嘉 學號：10419109

主席：董正政  
委員：董正政  
李淑芳  
莊淑婷

指導教授：莊淑婷

共同指導教授：

主任：李淑芳

學位論文考試及格日期：

中華民國 106 年 12 月 19 日



僑光科技大學企業管理系(所)碩士班  
106學年度第1學期學位論文考試修改意見表

題目：迷信對臺灣民眾在鬼月進行水上活動意願之影響

姓名：鄒嘉 學號：10419109

口試委員綜合意見：

☐無異議通過

☒修正通過，授權指導教授審查

☐修正通過，授權\_\_\_\_\_委員審查

☐不及格

☐論文已修正莊永傳(簽章)

學位論文考試委員：

李淑芳

董正政

莊永傳

中華民國

106年

12月

19

日



# 僑光科技大學

## 博碩士紙本論文著作權授權書

(提供授權人裝訂於紙本論文學位考試合格證明書之次頁)

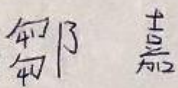
本授權書所授權之論文為授權人於僑光科技大學\_企業管理碩士班研究所\_106\_學年度第\_\_1\_\_學期取得 ☐博士 ☒碩士 學位之論文。

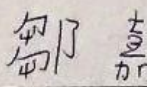
論文題目：迷信對臺灣民眾在鬼月進行水上活動意願之影響

指導教授：

本人茲將本著作，以非專屬、無償授權僑光科技大學，基於推動讀者間「資源共享、互惠合作」之理念，回饋社會與學術研究之目的，僑光科技大學圖書館得以紙本與數位格式收錄、重製與利用；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行閱覽或列印。

本論文為本人向經濟部智慧局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請文號為：\_\_\_\_\_，請將論文延至 109 年 1 月 21 日再公開。

授權人：

親筆簽名：

中華民國 107 年 2 月 27 日



編號：

# 國家圖書館博碩士學位論文送存本【延後公開】申請書

申請日期：民國 107 年 2 月 27 日

申請人姓名	鄒嘉	學位類別	<input checked="" type="checkbox"/> 碩士 <input type="checkbox"/> 博士	畢業年月	民國 107 年 2 月
學校名稱	僑光科技大學		系所名稱	企業管理碩士班	
論文題目	迷信對臺灣民眾在鬼月進行水上活動意願之影響				
延後公開原因	<input type="checkbox"/> 已向經濟部智慧財產局申請專利，專利申請案號：_____ <input type="checkbox"/> 準備以上列論文申請專利 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（請敘明原因）：論文需再持續研究_____				
博碩士論文知識加值系統處理方式	<input type="checkbox"/> 隱藏中、英文摘要 <input checked="" type="checkbox"/> 隱藏電子全文 <input type="checkbox"/> 其他：_____				
公開日期	民國 109 年 1 月 22 日 依教育部 100 年 7 月 1 日臺高(二)字第 1000108377 號函文，若延後公開需訂定合理期限（不超過 5 年），凡未填具論文公開閱覽時間者，於申請日起 5 年後解除摘要隱藏並恢復論文上架，提供公開閱覽。				

申請人簽名：

鄒嘉

指導教授簽名：

李淑芳

研究所所長簽名：

李淑芳

研究所章戳：



學校圖書館章戳：



## 【說明】

1. 論文未送達國家圖書館者，請於提送論文時，檢附申請書（裝訂於論文內頁）。
2. 論文已送達國家圖書館後，擬申請延後公開時，請填具申請書一式兩份掛號郵寄至國家圖書館館藏發展及書目管理組（請於信封備註論文延後公開申請書），以茲憑辦。

承辦單位：

館藏發展及書目管理組：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_ 處理狀況：\_\_\_\_\_

會辦單位：

(1) 知識服務組 書庫：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_ 處理狀況：\_\_\_\_\_

(2) 知識服務組 論文系統：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_ 處理狀況：\_\_\_\_\_



## 誌謝

兩年多的研究所時光，就在學校老師、同學以及家人甚至朋友的幫忙下順利得過了。

感恩的是一路上熱心指導的莊淑婷老師，無論是在論文的方向、架構與方法，總能於我們十分困惑時，在與您對上話後，明明問需要的答案，卻得到了解決問題的信心，而對於生活以至於人生上，您也總是熱心地為我們著想希望能給我們點什麼，縱使學生如朽木般不才，老師依然願意等候，縱使恨鐵，卻仍然細心鼓風，如同母親望子成龍般的對我們充滿信心，深信會有一日成鋼之機，學生有所辜負，再造之恩無以為報，以覺今是而昨非之心，更加上進學習；對於您熱心奉獻在教育上的精神，在此獻上難以忘懷的感恩。

還要感謝兩位系主任提供良好的資源與循循善誘的耐心教誨，同時在最需要鼓勵時，您真心的一句加油是我們最大的資糧，感謝高貌班導的肯定與給予機會，感謝各位老師們的真心對我們的需要給於教導，對於非本科系畢業的研究生問的基礎問題，都能不厭其煩地詳細解說，也感謝同學們對於這樣的問題也都能給予熱烈的討論與解答，同時亦非常感謝幾乎每天加班的 Wendy 給予學校行政事務處理的幫忙，為她目前工作上的佳境而感到喜悅，感謝一路上重要的研究搭擋晏榕以及同學們，晏榕不只以其對科技方面的專業給予協助，並著時有著溫暖他人的熱心，因為有你們這群同學的分擔，讓許多困難與壓力得以減半。

感謝引領我進入每一個專屬於其論文天地的研究生、教授、學者、大師，在自己繁忙得需要快速將每篇論文讀過間，總是忘了自己要搜尋可參考的內容，因為每位作者用心過後所留下的痕跡，總讓人想好好把他讀完，謝謝你們的用心，豐富了我這條研究學習之旅，而且十分感謝在這條研究學習的路上曾經幫助過我的人。

最後從我到外地讀書開始爸媽就一直沒間斷的給予滿滿的愛心，

並且無條件的支持，以及臺中的叔叔嬸嬸供我家人一般溫暖，及女友蕙澤不斷在我論文寫到疲憊懈怠時給我正面的鼓勵打氣，有你們當我的後盾，讓我可以無後顧之憂的努力完成我想要做的事情，對於你們的大恩何以謝得。

鄒 嘉 謹致 2018 年 01 月



## 摘要

我國海洋資源豐富，然而，根據研究顯示，臺灣民眾在農曆七月(鬼月) 進行水上活動的比率遠低於其他月份，臺灣民眾為何抗拒在鬼月進行水上活動就非常值得探討。迷信與禁忌是臺灣長久以來便存在的民俗信仰，甚有些習俗可追溯到千年的中國歷史；故本研究提出迷信與禁忌會顯著影響臺灣民眾在鬼月進行水上活動意願的想法。為了瞭解影響臺灣民眾抗拒在鬼月進行水上活動之因素，本研究援引以「理性行為理論」，利用迷信、禁忌、知覺風險、態度、主觀規範等構面，探討臺灣民眾對於在鬼月進行水上活動的意願。

本研究蒐集了 312 份有效問卷，並運用結構方程模式進行分析。資料分析發現，禁忌與迷信顯著正向影響臺灣民眾從事水上活動之知覺風險；知覺風險顯著負向影響臺灣民眾從事水上活動之態度；主觀規範顯著正向影響臺灣民眾從事水上活動之態度；臺灣民眾從事水上活動之態度正向影響其行為意圖。最後，根據研究結果，讓政府了解臺灣民眾的行為，進而進行有效的水上活動推廣。

關鍵字：迷信、禁忌、知覺風險、水上活動、理性行為理論。



## ABSTRACT

The marine resources in our country is abundant, but during ghost month the percentage of water activities drops by a significant amount compares to other months. It is worthwhile to discuss why Taiwanese people are resisting water activities during the ghost month. Superstitions and taboos of the ghost months has long existed in Taiwan. These Beliefs and traditions can be traced back to the Millennium Chinese history.

According to the Fishbein and Ajzen's theory, people engaged in water activities would have a greater risks that might threat their lives. These theories are the reasons why water activities are greatly reduced. In order to understand the factors that causes the reduction, this research uses quotes from Theory of Reasoned Action, superstitions, taboos, perception of risks, attitude, and subjective norm to discuss the people's opinions about water activities during the ghost month in Taiwan.

This research uses Structural Equation Modeling to analyze the data collected from 312 questionnaires. The analysis showed that superstitions have a profound effects on Taiwanese people's perception of risks of water activities during ghost month. On the other hand, the perception of risks negatively affect the attitude of people's opinion on engaging the water activities; thus, It reduces the chance of people engaging in water activities. Subjective Norm is significantly affecting the Taiwanese people's attitude to water activities in a positive way; the attitude, then, is positively affecting the intention of engaging water activities. In conclusion, based on the research data, the government should understand the intention of people's behavior in order to effectively promote water activities to the Taiwanese People.

Keywords: Superstitious 、 Taboos 、 Perceived Risk 、 Water Activities 、 TRA

## 目錄

第一章 前言 .....	1
第一節 研究背景 .....	1
第二節 研究動機 .....	2
第三節 研究目的 .....	4
第二章 文獻探討 .....	6
第一節 水上活動 .....	6
第二節 知覺禁忌 .....	7
第三節 知覺迷信 .....	11
第四節 知覺風險 .....	21
第五節 主觀規範 .....	32
第六節 態度 .....	33
第七節 行為意圖 .....	34
第八節 理性行為理論 (TRA) .....	35
第三章 研究方法 .....	39
第一節 研究架構 .....	39
第二節 研究假設 .....	40
第三節 研究設計 .....	40
第四章 資料分析 .....	44
第一節 樣本基本資料分析 .....	44
第二節 信、效度因素模式分析 .....	45
第五章 結論與建議 .....	51
第一節 研究限制 .....	51
第二節 研究建議 .....	52
文獻 .....	55
附錄 .....	67



## 表目錄

表 1 交通部觀光局國人旅遊狀況調查 2005 年至 2015 年.....	2
表 2 國內主要觀光遊憩據點海水浴場遊客人數月別統計.....	3
表 3 臺灣政府水上活動發展重要事項 .....	6
表 4 表迷信定義文獻彙整表 .....	13
表 5 迷信分類文獻表 .....	16
表 6 各類型知覺風險文獻表 .....	26
表 7 知覺風險計算表 .....	28
表 8 研究變項之操作型定義 .....	41
表 9 樣本基本資料 .....	44
表 10 Cronbach's $\alpha$ 係數可信程度 .....	46
表 11 驗證性因素分析之結果 .....	48
表 12 構念信效度與平均變數抽取量 .....	48
表 13 模式配適度 .....	49

## 圖目錄

圖 1 TRA 理論 .....	38
圖 2 本研究的架構圖 .....	39
圖 3 結構方程模型實證結果 .....	50





# 第一章 前言

## 第一節 研究背景

水之於人類猶如樹根與樹葉，是密不可分的，水主要可以喝以外，對人的身體可產生阻力、浮力、有氧健身、敏感度、心理的恢復劑、放鬆與歡樂甚至心曠神怡等作用（Katz，1996；Rippee & Sanders，1994）而水會降低人體運動傷害的機會，不一樣健康條件狀況的人，通常也都能在水上運動裡得到益處（Berry，1990），而我們生活在一個被水環環包圍的島國，有著如此得天獨厚的天然資源，是眾所皆知的事，這些資源同時也可以使現代人生活更豐富，是應當善加利用的；並且我們所擁有的海洋生態環境是如此絢麗，這同時也是臺灣的優勢之一，是有著深遠意義的（蔡瓊姿，2011），其一在於臺灣亦擁有著發展豐富多樣的水上休閒活動條件，而且具有推動水上休閒活動之潛力（許旻棋、許富淑，2007）。

休閒活動與運動休閒在廣義的定義下所從事的是許多類同之事，休閒與觀光亦然，在觀光產業中，運動觀光被認為是具有很大的潛力的（World Tourism Organization，1985），這從近幾年盛行的路跑活動可以看出，同時在另一個觀點—國際環保議題下，有著二十一世紀無煙囪工業之稱的觀光業，其發展的程度，將是決定一個國家是否國際化與現代化的指標之一（黃惠芝、張家銘，2008），綜合以上乍看之下有著如此豐富海洋資源，可發展水上運動暨休閒觀光的臺灣，應當有著豐富多樣的水上活動，以及民眾參與水上活動的頻率，但回顧交通部觀光局國人旅遊狀況調查中，2005年至2015年國人從事水上相關每一個遊憩活動比率都不到6%如表1（中華民國交通部觀光局，觀光局國人旅遊狀況調查，2005-2015），因此有待探討。

表 1 交通部觀光局國人旅遊狀況調查 2005 年至 2015 年

國人旅遊時主要從事的遊憩活動	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
觀賞海岸地質景觀、濕地生態、田園風光、溪流瀑布等	14.4% (第 2)	20.7 (1)	22.9 (1)	22.6 (2)	23.6 (2)	31.8 (1)	38.8 (2)	40.0 (1)	46.1 (1)	45.4 (1)	49.9 (1)
美食活動	12.8 (第 3)	15.9 (3)	21.8 (2)	24.1 (1)							
品嚐當地特產、特色美食					24.8 (1)	32.3 (1)	41.6 (1)	36.7 (2)	40.8 (2)	37.9 (2)	40.2 (2)
逛街、購物			16.4 (3)	18.8 (3)	17.2 (3)	27.8 (3)	32.9 (3)	34.1 (3)	35.6 (3)	35.6 (3)	39.2 (2)
露營、登山、森林步道健行	15.2 (第 1)										
觀賞動、植物 (如賞花、鳥、鯨、螢火蟲等)		16.1 (2)	16.4 (3)								
游泳、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車	3.3	2.8	2.1	1.8	5.3	2	1.9	1.8	1.9	2.1	2.3
泛舟、划船	0.5	0.4	0.2	0.3	1.5	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
乘坐遊艇、渡輪	1.9	1.9	2								
釣魚	0.7	0.5	0.3	0.4	0.3	0.4	0.6	0.5	0.3	0.3	0.4
水上遊樂活動				0.5	0.7	1	1	0.7	0.7	0.5	0.6

資料來源:交通部觀光局

## 第二節 研究動機

有著如此優質的水上活動資源，但臺灣民眾從事水上活動的頻



率不高，甚至同樣是在炎熱的夏日，農曆 7 月之前與農曆 7 月之後，民眾參與水上活動的頻率截然不同，農曆 7 月之後海邊相關遊憩據點的遊客人數更是驟降，近幾年這個現象越加明顯見於表 2（中華民國交通部觀光局，國內主要觀光遊憩據點遊客人數月別統計，2005-2015）。

表 2 國內主要觀光遊憩據點海水浴場遊客人數月別統計

海水浴場	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
2005	7,6	21,5	4,9	6,7	8,4	8,7	13,8	29,6	8,5	10,2	8,4	8,6
2006	13,5	19,3	4,9	2,8	3,3	5,3	46,3	17,3	9,1	13,2	7,6	6,5
2007	8,2	12	6,7	9,3	7,6	9,9	56,3	11,1	11,6	9,6	6,6	6,5
2008	7,6	20,2	14,7	10,4	8,3	10,1	65,1	11,7	8,8	10,4	6,9	6,4
2009	26,6	15,6	7,9	4	15,9	16,2	71,6	17,1	15,7	14,5	13,7	13,2
2010	25,1	39	11,6	14,2	14	21,9	76,5	25,9	25,7	23,3	27,1	25
2011	22,7	38,5	24,1	30,8	43	50,7	129,2	58,9	51,1	30,4	31,1	35,2
2012	3,2	3,1	4	4,7	18,7	15	97,4	7,3	5,7	5,2	4,4	13,8
2013	3,3	5	5	4,7	20,7	37,7	61,4	7,8	5,1	4,5	5	5
2014	3,7	4	4,6	4,7	18,4	34,1	97,4	9	5,5	3,9	4	4
2015	3,7	4,2	4	4,8	15	19,6	13,6	6,4	7,3	4,7	4	4 (千)

資料來源:交通部觀光局

以上現象讓臺灣人的直接的反應便是民俗信仰中，農曆 7 月是鬼月，有著鬼門開好兄弟來到人間，要舉辦普渡儀式，同時又有著令人畏懼的抓交替，從清代渡海來臺時期開始，民俗信仰是主要支撐移民守護田產，渡海拓墾以及建庄的力量（羅景賢，2015），這些信仰隨著臺灣的成立便存在，這些信仰產生了臺灣民眾會於良辰吉時結婚、剖腹生產……等各種行為（陳馥萱、林美華，2012），這股莫名的敬天敬地之心的原意是本善的，但是演變而來的種種結果，卻不易見得原本的心傳承下來，留下的是種種是我們所看見的習俗，在 2015 年公民科技素養調查中平均有 37.3% 的年輕人相信風水、占

星與算命等擬科學，高過年長者對此的相信，弔詭的是現在的人們普遍比早期接受了更高等的教育，應該是最現代化的，但卻看到了種種前現代的行為（陳政宏，2002）現代人的所受的教育，與過去民俗信仰的傳統，在從事水上活動這一個行為上正面交鋒，過去研究多以「現代」怎麼間接影響「傳統」，或者「傳統」怎麼間接影響「現代」（羅景賢，2015），然而對於這麼沒有一個所以然的行為卻是不易闡明的，而基於過去許多研究，在預測一個人的特定行為時，他偏好的「意圖」，會受到他自己的「態度」及周遭人們是否支持所導致的「主觀規範」二者或其中一者的影響，而行為意圖又將進一步影響所表現的具體行為（Fishbein & Ajzen, 1975）使得以了解該行為的重要分析，再來進行探討。

### 第三節 研究目的

因此本研究決定以民眾中接受現代教育的學生，作為本研究之主要研究對象，原欲引用 Ajzen 1985 的計畫行為理論（TPB），因其增加了知覺行為控制變項即除了其個人意願與他人之主觀規範外尚有的外在因素，如資源、體力等是否充足，而導致對這件行為感到容易或困難的程度，但增加此構面將會使的整體的研究複雜化，無法聚焦於我們所欲探討是否因為民俗信仰的原因造成臺灣民眾對水上活動排斥這麼一個行為上，因此本研究以民眾在鬼月所感受到的禁忌、迷信等風險，來探討是否影響臺灣民眾從事水上活動的意願；而理性行為理論（TRA）為 TPB 之前身，其扣除知覺行為控制變項，搭配知覺禁忌、迷信，使的整篇論文聚焦於迷信對臺灣民眾在鬼月進行水上活動這個行為上，探討是否因為民俗信仰的原因造成臺灣民眾在鬼月對水上活動排斥，導致臺灣民眾在鬼月參與水上活動的頻率下降，進而影響臺灣水上活動的發展。而目前尚無涉略知覺迷信、禁忌，並以 TRA 為基礎之水上活動相關分析研究，故本研究欲探討為：

- 1 建構一個有效的模型來衡量臺灣民眾對於鬼月從事水上活動的意願。
- 2 探討臺灣民眾從事水上活動時的態度與知覺風險及迷信、禁忌意識間的關係。
- 3 實證結果能提供水上活動業者、推廣者實務上的建議及操作。





## 第二章 文獻探討

基於上述研究之目的，本研究將引用 Fishbein 與 Ajzen (1975) 所提出的理性行為理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 模式，並導入知覺禁忌、迷信、風險，以瞭解民眾對迷信行為的影響。

### 第一節 水上活動

將臺灣水域資源的應用於水上活動早在日治初期 1922 年便有了具體的實行，對於臺灣這塊水上資源，並非僅僅政策的宣布，政策施行完，還因考慮到各地水域環境與師資的不同而增設但書 (陳羿戎、林玫君，2015)，例如嘉義女高舉行水上競賽而內容並非游泳四式而是傳授日本古代泳法神傳流，除此還有各種泳式的游泳競賽、跳水，也表演水中揮毫，水中剝蘋果皮、潛水接力、撿文蛤、搶西瓜…等 (陳羿戎、林玫君，2015) 可見當時日本帝國之遠見還有實踐力，以及背後的格局是再再的顯示對臺灣這個島國之水上資源運用的重視，後來因為戰爭導致此政策的停擺，接著遇上民國初期 38 年的戒嚴，臺灣對於水上活動的發展之路的坎坷，直到近 20 年才因政策而有了萌芽之機 (表 3)，政府的努力著實不易。

表 3 臺灣政府水上活動發展重要事項

西元年	重要事項
1998	「國家海洋政策研討會」
2001	發布海洋白皮書
2003	宣揚海洋立國精神
2004	發布海洋政策綱領
2004	成立「行政院海洋事務推動委員會」

2005	臺灣海洋年
------	-------

資料來源：本研究整理

此外為了因應政府之政策，行政院教育部「推動學生游泳能力方案」、「水域運動發展計畫」與「提升學生游泳能力」三項計畫，而教育部體育署則有海洋運動發展計畫（行政院體育委員會，2005），以上計劃所延伸為近期耳熟能詳之救溺五步（叫、叫、伸、拋、滑）、防溺十招，而臺灣最早之水上活動管理辦法為1993年之《臺灣地區近岸海域遊憩活動管理辦法》所稱近岸海域遊憩活動，指在近岸水面或水中從事游泳、滑水、潛水、衝浪、岸釣、操作乘騎各類浮具或其他有益身心之遊憩活動，此辦法於2004年廢止後，同年依發展觀光條例發布《水域遊憩活動管理辦法》，將水域活動分為三大類：1.游泳、衝浪、潛水；2.操作騎乘風浪板、滑水、拖曳傘、獨木舟、水上摩托車等器具性活動；3.其他經主管機關公告之水域活動（交通部，2004），而簡單的將水上活動分類，為動力、非動力及雙重型態以上三種（王慶堂、葉時碩、陳玉珏、黃宗成，2009），除了以上的分類外，為了防止意外發生，《水域遊憩活動管理辦法》中，水域管理機關得視水域環境及資源條件之狀況，公告禁止水域遊憩活動區域（交通部，2004），這是一個以罰則嚇阻民眾於該水域進行活動，進而降低溺水死亡率，減少事件發生的方法，同時顯而易見的，限制了水上活動的發展；先進國家國民水域相關知識素養之高，而國民並非少有接觸海洋活動的機會，由於農曆七月為鬼月，限制了接近水域的機會（侯建章，2016），造成臺灣民眾水上活動相關能力薄弱，將大海視為禁忌，敬其而遠之的心理因素（侯建章，2016）。

## 第二節 知覺禁忌

禁忌讓人有點陌生，如果說避諱那可能就比较可以領會了，各地皆有其禁忌又可說是避諱，關於禁忌與避諱的界定歷史，在古代周廣業之

《經史避名彙考》便有將其記載，說明這二種詞的觀念早在古代便混而為一了（謝明勳，1998），而中國古代對於禁忌有過這麼幾段描述，《禮記》〈曲禮上〉：「入竟而問禁，入國而問俗，入門而問諱。」在《說文解字》中把「禁」字解釋為「吉凶之忌也」，而《淮南子》中〈汜論訓〉篇曰：「是故因鬼神機禪而為之立禁。」是以禁為戒也，《說文解字》釋「忌」字為「憎惡也」。禁忌兩字合成一詞，因此在中國古代對於禁忌的描述得到，是一種對於趨吉避凶的強烈信念，而普遍學者皆認定有人類得開始便是有禁忌的開始（林明峪，1983；李緒鑑，1989；羅問，2001；萬建中，2001；徐德明，2003），禁忌在大英百科全書上的解釋為，禁忌具有下列性質：（1）由瑪那（ma na，一種神秘的力量）依自然或直接的方式附在一個人或物身上因而產生的結果（2）由瑪那以間接的或以傳遞的方式而產生的結果（3）前兩種方式同時存在。（引自徐福全，1994）總之，禁忌的來源是由於附著在人或物身上的一種特殊的神秘力量（瑪那，原始民族假設宇宙有這種力量存在），它們能夠利用無生命的物質作媒介而加以傳遞。因此可以把被禁忌的人或物比喻成帶電體，它們是這種可經由接觸來傳遞可怕的力量，其所容納之物體，如果物體本身太脆弱而無法抵制它們時，則將產生破壞作用。例如，一位國王或僧侶附有瑪那，則其本身將因它所具有的神話性而成為禁忌。於是，當一位平民接觸到國王或僧侶的身體時，因瑪那的作用將使他受到禁忌的處罰，通常是死刑。在國際學術界把禁忌這種人類普遍具有的文化現象，統稱為 Tabu 或 Taboo，中文譯作塔布或塔怖，為禁忌、忌諱、戒律之意。“塔怖”是十八世紀英國航海家柯克船長（Captain James Cook 1728-1799）在玻里尼西亞（Polynesia）海島土著中所發現的湯加語（徐福全，1994），它的含義有禁戒，神聖、危險、不潔的以及不可接觸的意義（Freud，1913；2017），因此可以在原始禁忌的意涵中了解，神聖與不潔是沒有加以區別的，並且期待能避免所有不希望的結果。著名的宗教學者弗雷澤在他的經典名著《金枝》（The Golden Bough）中



更把禁忌視同消極的巫術，他說：積極的巫術或法術說：「這樣做就會發生什麼什麼事」；而消極的巫術或禁忌則說：「別這樣做，以免發生什麼什麼事」。(Frazer, 1990; 1991) 積極的巫術或法術的目的在於獲得一個希望得到的結果，而消極的巫術或禁忌的目的則在於要避免不希望得到的結果。

早期學者為了溯源人類古代的文明以及某些事物的起源，因此進入了許多原始部族進行了田野調查，近代對於禁忌定義係源自佛洛伊德對人類學及精神分析的著作《圖騰與禁忌》(Freud, 1913; 2017)，其對禁忌的研究定義：首先是崇高的，神聖的；另外一方面，則是神秘的，危險的，禁止的，不潔的，有趣的是佛洛伊德深刻地發現了一個關於禁忌的矛盾。禁忌之所以是禁忌，並非做這件事令人不快，相反地，是因為做這件事讓人愉悅，例如亂倫弑父的伊底帕斯情結，為避免此禍端才延伸出所謂禁忌。其在該著作中充分的表達，禁忌的誕生與強迫症狀具有相同的內在根源：1、兩者的來源都很神秘、令人困惑不解，而且找不到動機。2、遵守禁忌與表現強迫症狀的原因都不是害怕外在的懲罰，而是內在良知的威脅。3、它們都具有傳染性，禁忌之物或禁忌之人碰觸到的東西也會成為禁忌。強迫症也有同樣的現象。4、因為禁忌的存在，兩者都會發展出各種儀式行為和戒律來試著抵銷它。

後來諸多學者想為禁忌更進一步的定義。其中任聘為現代將禁忌這門人文科學，做專門化、系統化博古通今的學者之一，其將禁忌更深入定義為，禁忌就是神聖的、不潔的、危險的事物，以及由於人們對其所持態度而形成的某種禁制，因此禁忌的意涵中有著人們看待事物的態度而衍伸，徐德明在其《民間禁忌》中對於禁忌有這麼一個貼切的比喻，蜘蛛因為需要覓食所以將絲吐出做成網，但將網織成了之後，卻被自己的織成的網子束縛了行動的範圍，在這個近似作繭自縛比喻中，這張網就如同禁忌般，是一種將某些事物轉化中間得「過渡」，都是為了避開某種自然力量或者避免不吉利事項的出現，不論是巫、法術思維和

占卜原則基礎上的塔怖，還是傳統民間又或者是現代社會中的禁忌事宜，皆是希冀能從中獲得美好的願望，換句話說便是把自然界中各種“異己”的力量，轉化成順己、助己的力量，獲得自然力量的恩賜和避免懲罰，就這麼造就了最早的禁忌習俗（萬建中，2001），也就是通過「不做什麼來獲取什麼」（蔡登秋，2008），任騁亦在《中國民間禁忌》中，將這種轉化更進一步定義統一概括為求吉的心意趨向。

日常生活中大大小小之事，皆可聽到避諱亦是我們要談的禁忌，從傳統戲曲、房屋風水、結婚生子、女性月事、手術開刀乃至各種民俗信仰…皆有其禁忌，就如家喻戶曉的戲曲中有所謂的喜神，即嬰兒道具，在臺上可以拋丟擲甩，一下臺就必須按照繁雜人事原則放置，且對其之尊崇到了煩的地步（張勇風，2010）；禮記，其為將中國古代便有的禁忌事宜紀錄在其中的一部典籍（林素娟，2005），林素娟將禮記中厲鬼相關的禁忌的其中一篇《禮記》〈檀弓〉深入研究，並與他有關厲鬼的典籍皆援引出，欲探討關於厲鬼之喪葬、祭祀之禁忌，以及因應之道。對於神鬼等自然界的禁忌，一直至今在現代社會中各個宗教、種族、行業、國家等各個領域或多或少都有其禁忌的存在，在臺灣農曆七月俗稱「鬼月」，有諸事皆不宜的禁忌，例如少有婚禮舉行一事，但只要在神明的指示下，亦有少數特例於七月結婚，目前我國仍較忌諱於七月結婚。（黃素卿，2008）。不犯禁忌是個體避免禍事的一種文化，鬼月如若需手術，通常會盡量避開此期間以免因犯忌而使手術及治療過程不順利、造成生命和身體的威脅，（劉廷揚、洪雪琴、黃筑萱，2009），故針對農曆七月期間手術病患提供與信仰相關的資訊可提升其安全感及減輕焦慮。（陳馥萱、林美華，2012）。

近代人類學大師馬凌諾斯基說過：「雖然知識和科學能幫助人滿足他的需要，但它們總是有限度的。世界上有一片廣大的領域，不是科學可以解釋的。此領域不能消除疾病和朽腐，也不能抵抗死亡，亦不能將環境以及人有效地的加強和諧，更無法鞏固人際之間的良好關係。這個

領域會永久在科學支配之外，這個領域是屬於宗教的範圍。」（引自王院成，2008）反觀臺灣的宗教中，有佛教行為的卻不一定是佛教徒、道教信徒甚至有佛教行為，普羅大眾都已經將其演化為所謂的民俗信仰（瞿海源，1999）此為「無根化」的重要表現。由於臺灣的先民離家背景來到如此遙遠之地，不斷遷移到定居之後，時常威脅著他們的是獸害疾病、天災人禍，除了對祖先的思鄉懷念外，其他各種神祇只要是能帶來精神安慰的都把祂請進來，即使不相信也不去得罪祂，或是對他人信仰的神亦不去冒犯，只望大家能相安無事就好，又或是寧可信其有也絕不信其無的觀念，這種兼收並蓄的信仰方式最終導致了信仰的複雜性特徵（蔡登秋，2008）。臺灣這種特有民俗信仰貼切的詮釋了馬凌諾斯基所謂的那一片廣大的領域，而在民俗信仰中，對於抓交替，將農曆七月下水視為禁忌的文化，卻不會如同手術禁忌般因為提供與相關的資訊而提升安全感及減輕焦慮，民眾害怕觸犯鬼月從事水上活動的禁忌，將受到威脅，甚至是生命危險，因此為免招致災禍，臺灣民眾有祈求平安符、佛珠或粗鹽、糯米等物品來趨吉避凶預防水上活動之不測（每日頭條，2017）。

### 第三節 知覺迷信

一般社會大眾的認知以及大自然定律是不相符的（Berube，1985），迷信（Superstition）跟我們的日常生活習習相關，密不可分，其可追溯到數千年前，並且持續至今（Jahoda，1971； Vyse，1997），Malinowski 於 1954 提出的觀點認為很多迷信行為是為了減少因風險及不確定性所帶來的焦慮，缺乏科學或文化共識，不理性的信念或無稽之談（Vyse，1997）根據學者 Vyse（1997）的說法，迷信是透過一次到數次潛在的巧合或是心理的作用，再加上增強印象的情景事件而塑成，當人類遇到神秘現象發生，無法解釋時，有人信奉為膜拜的對象亦有人斥之為迷信（柯雲路，1994），在中研院「漢籍全文資料庫」中，迷信這個兩個字的搜尋結果發現，最早是在唐代《正統道藏》所使用（黃克武，2013），



文章內容是：「疏不善者謂習染增迷、信邪背道。聖人亦以善道而引汲之，德善者令化聖德而為善也」，同樣在唐代有另一篇墓誌，其中亦有對迷信得使用，學者沈潔認為此處所稱的「迷信」是指一種「非理性」的心理狀態（沈潔，2006），基於以上可以觀察出中國古代的迷信是指與所謂聖人之言相違背和非理性的狀態。

到了近代迷信得意涵因為中華儒家思想的淵博，且科學思想在東方尚未普及，這時迷信指的是，但凡與儒家思想相違背的僧道儀式、修練方法等，直到後來西方科學思想得導入，迷信的意涵才產生轉變（黃克武，2013），由此可知不同的時代，其發生現象的原因不可能完全一樣，迷信的意涵會因為當時的情況產生變化，想當然其迷信行為更不會相同，傳統對於迷信歸咎於當時的愚和窮（柯雲路，1994），過去文獻對於迷信的定義有部分學者是從另一個角度去探討，他們認為迷信是去相信那些在人類認知中無法解釋的事情。譬如：迷信是相信那些在認知處理上有所限制的事情（Shweder et al, 1977）。

1987 年出版之 The Random House Dictionary of the English Language 定義迷信是不僅於一個理由或是知識基礎的信仰或信念，或是在一件特別的事件中，環境，過程裡不祥的預兆，這樣的定義好像過於狹義，而牛津英語字典（Oxford Dictionary）2010 版中，對於迷信這個單字的定義是對於某些神秘、未知或虛構的事物有不理智、沒理由的敬畏或恐懼，特別是與宗教信仰有所關聯的情況。似乎字典對迷信的解釋都偏向為一些沒理由的根據，迷信產生被科學證實為虛偽的信念（Warren, 1934）。然而，很多迷信的行為可以很清楚分辨出來，不是恐懼所造成的，也不是所有不理性就是迷信，譬如說，不理性的謀殺，精神分裂。所以說，對於不理性應要有所界定，將其界定為當個體在心智健全下所面臨的遭遇，以及在守法的情況下所做出的行為，如此的定義就可以成立（Vyse, 1997）接著大英線上百科全書（Britannica Online Encyclopedia）在經過多位學者不斷的編輯下，其對於迷信的定義是個

人相信或實踐某些不合理的解釋內容，且個人是可以根據自己在科學、哲學上的知識或宗教意念，對這些相信的內容進行解釋、提供證據。但是這些的內容在客觀的情境下卻有可能無法被使用，在此我們可以得到一個較周全的定義。本研究改編田博仁，2000 的迷信定義文獻彙整表如表 4:

表 4 表迷信定義文獻彙整表

學者	年份	定義
The Random House Dictionary of the English Language	1987	不僅於一個理由或是知識基礎的信仰或信念，或是在一件特別的事件中，環境，過程裡不祥的兆。
牛津英文字典	2010	對於一些未知、神秘或虛構的事物有不理智、沒理由的敬畏或恐懼。與宗教信仰有所聯繫。
大英線上百科全書	2018	個人相信或實踐某些不合理的解釋內容，且個人是可以根據自己在科學、哲學上的知識或宗教意念，對這些相信的內容進行解釋、提供證據。
Shweder et al.	1977	迷信是去相信某些在認知處理上有所限制的事情。
Campbell	1996	迷信是相信那些難以闡明的事情。
Brugger & Graves	1997	迷信是相信那些以常規標準來解釋卻無效的事情。
Lindeman & Aarnio	2007	迷信的人會將物質上的、生物上的及心理上的現象視為相等的。

資料來源:修改自田博仁，2000

Lindeman 與 Aarnio (2007) 認為早期對迷信的定義是過於籠統、模糊的。因此其透過問卷實驗發現，迷信者會將物質上的、生物上的及心理上的現象視為相等的，而不會認為其現象在人類知識中是不正確、

非事實的。這些現象的例子如：當秋天到來、天氣轉涼時，樹葉便想掉下來，而不是樹葉便會掉下來；而老舊的家具知道過去所發生的歷史等。

Lindeman、Cederström、Simola、Simula、Ollikainen & Riekk 幾位學者於 2008 年透過認知神經科學實驗的結果，再一次的去驗證 Lindeman & Aarnio (2007) 的定義，最後定義超自然信念為：對於『物質』或『生物』或『心理』包含另外 2 種屬性的現象是相信的，與 Rudsk 的對於超自然信念分類中的植物有知覺相似，超自然信念、迷信的分類眾多而後面文章將對於分類進一步探究，Lindeman 等學者的這項研究為透過去觀察一些特定的腦電波之活動，因而發現了不同個體對於事物反應上的異同，特別是超自然信念強的人比懷疑論者及一般人更能接受超自然的現象。例如有些民眾對鬼月從事水上活動會遇到抓交替深信不疑，這項研究過程中研究者會請實驗的對象閱讀以下 3 種句子，分別是 1. 正常的句子：這房子有它自己的歷史，2. 違反人類知識 (Core Knowledge Violations) 的句子：這房子知道它自己的歷史，3. 異常的句子：這房子寫下它自己的歷史。在這些句子後面，並且以下都有附註「這條句子從字面上來說是對的嗎？」。結果超自然信念 (Paranormal Beliefs) 強的人，腦電波顯示，更能接受以上三種句子，因此。也就是賦予物質有心理屬性或者賦予心理生物屬性，舉例來說如岩石有想法、開心的肚子痛，電腦上放置綠色的乖乖，電腦即不會作怪 (田博仁，2000)。

有些學者試著將超自然信念加以分類：Grimmer 與 White 於 1992 年將非傳統信念分成，通俗科學 (popular science) (例如 UFOs)，傳統宗教 (例如，天使及創造論)，另類療法，算命 (例如占星術，命理學)，心靈感應 (例如透視力，心電感應及預知) 接著 Tobacyk, Nagot & Miller (1988) 更進一步的將超自然信念更開闊的分為 7 個種類，而 Johnston 等學者 1995 年透過問卷調查大學生的方式研究，以 784 位大



學生，針對 75 項超自然信念項目進行問卷調查，將信念分成四個構面：超自然，宗教，迷信及外來生物，Rudski 於 2003 年以 170 位大學生，進行 2 次調查，第一次調查是以第三人稱虛構之切入為角度來完成問卷填寫，研究調查較為可靠的便是在於問卷調查是以第三人稱去填寫，緊接著第二次調查就以填寫人本身角度進行。以第一次調查的資料進行主成份分析，分析出六個主要因素，分別為：(1) 鬼魂；(2) 傳統迷信；(3) 心靈感應；(4) 外來生物力量；(5) 宗教信仰；(6) 滿月會讓人無條理，經過第二次調查的研究，剖析出七個重要因素，其結果為：(1) 傳統迷信；(2) 心靈感應；(3) 占卜；(4) 避諱在宗教儀式上去說出一些不好的話及諾言，才能增加功效；(5) 宗教信仰；(6) 外來生物力量；(7) 植物有知覺 (consciousness in plants) 在 Tobacyk et al. (1988) 之後依然有學者對超自然信念加以分類但由於 Tobacyk et al. (1988) 的分類法是可以與其在 1983 年發展的 PBS 量表 (Paranormal Belief Scale; 超自然信念的程度量表) 互相配合 (Tobacyk & Milford, 1983)，因此 Tobacyk et al. (1988) 的分類法已漸漸為大家所接受，早期，只要是不同形式的迷信，往往被獨立出來分成一類，譬如占星術、手相、陰陽眼等。Jahoda (1969) 將迷信的種類範圍縮小，將迷信分成 4 種彼此間不獨立的領域：(1) 與世界支配有關，如宗教；(2) 民俗迷信，如打破鏡子是不吉利的；(3) 難以解釋的個人經驗：如第六感；(4) 與個人信念有關的迷信，如幸運顏色、幸運數字。但是，Wiseman & Watt (2004) 覺得，迷信應該再細分為正面迷信及負面迷信。不過 Tobacyk 與 Milford 1983 年所提出來的 PBS 量表，在迷信的問項，均偏向負面迷信。Wiseman 與 Watt 在 2004 年的研究認為，負面以及正面迷信應存在差異，迷信的問項中，應該分別量測個體於負面以及正面迷信的程度，所以其發展了出一個具有負面還有正面迷信問項的問卷，基於以上種種迷信的分類文獻由來繁多以下為的迷信分類文獻如表 5。

表 5 迷信分類文獻表

學者	分類	
Jahoda (1969)	迷信 (Superstition)	(1) 與世界支配有關
		(2) 民俗迷信
		(3) 難以解釋的個人經驗
		(4) 與個人信念有關的迷信
Tobacyk, Nagot & Miller (1988)	超自然信念 (Paranormal Beliefs)	(1) 傳統宗教信仰
		(2) 心靈感應
		(3) 巫術與魔法
		(4) 迷信
		(5) 唯靈論、招魂論
		(6) 外來生物類型
		(7) 預知
Johnston, De Groot & Spanos (1995)	超自然信念 (Paranormal Beliefs)	(1) 宗教
		(2) 迷信
		(3) 超自然
		(4) 外來生物
Rudski (2003)	超自然信念 (Paranormal Beliefs)	(1) 宗教信仰
		(2) 心靈感應
		(3) 傳統迷信
		(4) 避免在宗教儀式上去說出一些不好的話及諾言，才能增加功效
		(5) 占卜
		(6) 外來生物力量
		(7) 植物有知覺 (consciousness in plants)
Wiseman & Watt (2004)	迷信 (Superstition)	(1) 正面迷信
		(2) 負面迷信

資料來源：修改自田博仁，2000

劉麗君 (2006) 指出，迷信也會受到如從眾效應或者是對於權威的服從等社會影響，其舉出學者 Milgram (1974) 曾針對服從權威的心理，設計了於心理學領域非常知名的米爾格倫實驗，該實驗結果顯示如果

具有威權的人命令人們去做某件事時，即使這麼做，這些人們的會違背良心，會心理不舒服，但仍然會有 65% 的人照辦。因此劉麗君認為，被命令者會相信權威者而執行命令，在這裡即為一種迷信。此外，當多數人或父母長輩都相信時，迷信也會自然而然形成，例如為何 4 或 13 是不吉利的數字而不能用手指指著月亮等。

同時我們不能說只有在發生「不吉利」的事時，就謂之迷信。有些人會選生日當吉利數字去賭博，不是為了避開不吉利的事發生，他們只是想增加自己賭贏的機率，伴隨科學的快速發展，迷信反而以各種新的形態表現，越演越烈（李尚雲&陳文祥，2003），至今如東方人仍然討厭數字 4，而西方人則是認為 13 是非常不吉利的數字，且深信 13 號星期五是糟透了的日子，同樣在臺灣民俗信仰中農曆七月俗稱的鬼月會進行各種燒王船、祈巧、普渡等行為（應元宜，2017）在一些中國的現代建築物電梯沒有四樓的，而迷信也被運用來產生好運氣，在新幾內亞深海捕魚的漁夫會舉行不可思議的儀式，確保捕魚一次就能成功（Malinowski，1954）而當 Michael Jordan 在打完幾場比賽後他更改了球衣上的號碼，運氣也跟著改變了（Darke & Freedman，1997）Kramer 與 Block（2008）研究發現，迷信的思想普遍存在，更表明美國消費者在負面的迷信思想上出現更多的風險厭惡（risk-averse）迷信的選擇有時往往是特定的文化，例如：一般的中國人都會在家裡門口放一面鏡子避邪（Simmons & Schindler，2003）紅色跟數字 8 與繁榮和好運氣有關，因此，中國人的樓層數和街道數都是 88，因為中國人的建築設計和施工進度包含了象徵幸運的數字 8 之迷信元素在其中（University，Delft，2006）。Carlson、Mowen 還有 Fang（2009）認為迷信是被啟發的，而且會影響各式各樣的消費者行為。因此香港中銀大廈在 1988 年 8 月 8 日落成，因為認為那天是那個世紀最幸運的日子（Lip，1992）而在中國新年期間，老一輩的親戚會給小孩紅包。Kramer 與 Block 在 2008 年的研究提及，迷信的信念會影響消費者的購買決策與意圖，當



美國在十三號星期五時會有 80 億至 90 億的商業損失，因為人們認為這天是不幸運的，如做某些事情也許不會成功，因此對於投資或購買傾向於保守姿態基於以上種種的迷信文化，迷信隱隱成了人們心中決策的風險。

在臺灣這個海島國家亦有衍伸出諸多民間信仰習俗，例如在每年農曆七月，因為七月初一鬼門關打開，諸多好兄弟將來到人間覓食、享受供祭，七月最後一天，重關鬼門，回返陰間。（黃文博，2013）鬼月的習俗來源有二，其一出自佛教《盂蘭盆經》，盂蘭是西域之語，原意是以盆貯百味，供養諸佛，用此來拯救入地獄的苦難眾生，盂蘭意思為「倒懸」，「盆」是一種教器，「盂蘭盆」便是救倒懸之苦的器物（張婉茹，1986；劉閩，2011），經文內容為釋迦牟尼佛之弟子目健蓮欲渡化其亡母，結果在餓鬼道發現其母親受苦，形貌憔悴，皮骨相連，咽喉像針一般細小，見狀十分不捨，立刻取鉢盛了飯菜，以神通力奉養母親。其母親將食物往口裡放時，飯菜瞬化為了火焰！目健蓮見狀萬分悲傷、痛哭流涕，於是去請示佛祖該如何解救母親，佛告目連：「十方眾生，七月十五日，僧自恣時，當為七世父母及現在父母厄難中者，具飯、百味五果、汲灌盆器、香油錠燭、床敷臥具、盡世甘美以著盆中，供養十方大德眾僧…若七世父母生天，自在化生，入天華光。」，因此佛教對於農曆鬼節是一種欲報答父母之恩的大孝行。另一來源則是道教，農曆七月十五日為中元節，中元名稱來自道教，道教有三官大帝或稱三元大帝，上元為天官、中元為地官而下元則是水官，他們分別於農曆正月十五日、七月十五日 and 十月十五日，執行賜福、赦罪、解厄的任務，但是以上皆只有提到農曆七月十五日，並未說明鬼門開以及鬼門關的源由，以及在佛道教之前的中國便有農曆七月鬼節，因此上海圖書館歷史文獻中心高洪興為此進行歷史的溯源探究，結論出中國鬼節源自陰陽五行哲學的思想概念，五行之水氣也就是陰氣在農曆七月開始萌生，故有鬼門開之說（高洪興，2005）。

如欲探究臺灣這個海島特有的鬼月習俗，可以從中老年的討海人的口中耳聞，臺灣文學作家—廖鴻基，便是以描寫魚和人之間的互動關係的角度，用細膩敏銳的觀察還有豐富的海洋經驗，發展出屬於他和海洋之間文學，其筆下的海洋民俗不勝枚舉，如討海人與船隻、鬼神、水族、海域之間的習俗（黃志盛，2014），除此之外臺灣還有士農工商甚至服務業得各種迷信行為，擁有如此繁雜禁忌以及習俗的現代人，可從對於傳統習俗的一知半解，把實質意義、紀念性做庸俗解釋，沒有用理性進行全面分析進而停留於一般化、概念化導致所謂的迷信（劉冬泉，1990）由以上可知，迷信時常伴隨神祕的自然力量或是宗教力量，而對於自然力量的解釋佛洛伊德以泛靈論、宗教、科學三個時期、三個階段加以比喻，（Freud，1913；2017）泛靈論時期和自戀時期得內涵以及次序上雷同；宗教時期就像小孩子對於他們父母親的崇敬一樣，類似於目標選擇階段；而科學時期，它正是如同一個人類，達到了成熟的階段，放棄了純粹的享樂主義而能在事實上對自己作適當的調整，並且將他的目標還有慾望從科學的角度移轉到外界。

嘉義大林慈濟醫院曾對於鬼月的手術得存活率進行研究，其結果顯示，鬼月進行手術者非但沒有降低存活率，更是比非鬼月進行手術者的存活率來的高且風險更低，因為，不必等待或延期開刀（簡守信、陳金城、簡瑞騰、黃介琦、何旭爵、李丞永，2013），該研究結論對於迷信援引《漢書》（藝文志）班固對陰陽家的評論：「陰陽家者流，蓋出於羲和之官，敬順昊天，歷象日月星辰，敬授民時，此其所長也。及拘者為之，則牽於禁忌，泥於小數，舍人事而任鬼神」，因此過份對於鬼月禁忌的行為迷信，有捨本逐末之嫌，美國哈佛大學生物學家佛斯特與芬蘭赫爾辛基大學生物學家寇可 2008 年於《英國皇家學會會報 B》發表演文〈迷信與類迷信行為的演化〉研究結果證明如果代價  $c$  比獲益  $b$  的或然率  $p$  小，成立了  $pb > c$  這個公式，換句話說人們認為某行為代價小於獲益的或然率，信仰也就得以維持（薛莫，2009）如臺灣人相信鬼

月抓交替的文化（黃益源，2016），此民俗信仰深植於臺灣，鬼月相關的迷信也口耳相傳甚廣，相信鬼月在水中溺斃是有鬼魂在水中抓交替造成的因此為了預防而不在鬼月從事水上活動，所付出的代價並不高，但是不相信鬼月與抓交替的存在卻可能因此而喪命，因此抓交替的信仰得以維持。接著因為人或者動物無法把周遭發生的所有事情都給予因果的關係，因而被迫將身邊發生的所有事情，不論有無因果，都給歸入可能具有因果關係的範疇。這麼一來，迷信的演化架構也就一清二楚了，生物為了成立對生存與繁衍不可或缺的因果關連，順勢也成立了許多非正確的因果關係；這樣的謀略是天擇所偏好的（Foster & Kokko，2009）非正確的因果關係與人類歷史同進，並伴隨近百年來科學的突飛猛進，同時各種怪力亂神的說法卻也歷久常新，甚至更見其蓬勃，為此現象王震武、林文瑛、張郁雯等學者進行研究後於 2011 年發表科學「知識」教育下的局部思考，研究指出科學知識無法訓練科學之統整思考能力，也就是當前的教育體系下，所教授的科學僅在知識上的吸收，無法使學生在受教育的過程中，接受的科學思考的訓練。而且擁有最多科學思考訓練的人們如大學教授、醫院醫師，其更為在意是否在鬼月進行手術，這便萬分令人不解，縱使各醫院統計分析，農曆 7 月的手術失敗率並沒有比其他月份高，但教授與醫生依然如此（中國時報，2016），同樣在民俗信仰中得風水習俗，黃幹忠、劉薇玲、古雅芳三位學者 2012 年將學者韓可宗、洪瑞婷 2008 年整理的 11 篇屬風水的量化研究加上補充部分晚近之研究得出相當高比例之高知識份子甚至是西方執業建築師所認為的理想居所無論其周圍環境還是室內擺設都符合巒頭派理想風水的描述，更甚者相信風水對生活或前途會產生某種程度之影響。

故迷信行為是否迷信，有科學尚無法解釋之地帶，從宗教角度，又無法使所有人都信服，輕易得判定是否為迷信，有失科學的精神，但是對一切得尊敬的心適得其所，因此，理論上人類對於萬事萬物都可能存在著「迷信」的觀念，即使是從事科學工作者也不例外，應是對於浩瀚



宇宙的尊敬（自由時報，2014）科學以及宗教不一定矛盾，同時科學與迷信之間有一人類不斷探索的不可知的領域，具有突破、創新之潛力，故不應將所有與現代科學觀念相矛盾者或無法解釋者均界定為迷信（黃克武，2013）。

#### 第四節 知覺風險

關於風險知覺的定義知覺是如何產生，首先風險的觀念在中世紀時並未出現，風險（Risk），英文的用法與西班牙文或葡萄牙文相似，意涵指駛入未指示清楚的水域，本來所指的是空間，後來被轉用在指時間，直到16和17世紀西方探險者進行遠洋的海陸貿易才出現（Giddens，1999；2001），心理學上，「風險」被概念化為「損失或傷害的威脅」（Fox & See，2003；Lopes，1987；Yates & Stone，1992；Webster's New Twentieth Century Dictionary，1983）在傳統的用法上，風險可以理解為自然災害所造成的客觀危險，風險的核心概念就是或然率和不確定性而學者劉純2001年從心理學解釋「知覺」的意義，感覺是知覺的基礎「知覺」有知道與察覺的意思，是由感官接受外界訊息，接著傳到大腦，如果此一訊息的意義沒有經過辨識，便稱為「感覺」（蔡昭玉 & 陳得發，2009），由此可見，知覺是在感覺的基礎上產生的，而知覺是較為複雜的另一個層次，它不僅察覺到刺激的存在及其重要屬性，而且知道該刺激代表的意義，因此個體對於感覺器官所獲得的外來刺激都要加以主觀的解釋和組才能形成知覺（林書吉，2008）也就是如有進一步分析、解釋感覺而獲得了解，即稱為「知覺」，是消費者對所處周遭環境、人事物等事實賦予意義的一種資訊處理過程。也有學者認為風險是「不確定性」的描述，牽涉了損失、災難與其他不被想要的結果發生之機率。換句話說，無關乎損失的不確定性，對於個人而言，並不能稱為風險（蔡昭玉 & 陳得發，2009），心理學的「風險」與效用理論中重要的差異在於沒有暴露於損失之情況下，較大的風險仍可能發生。（郭思瑋，2012）但是心理學的「風險」則是特別指伴隨一個期望的威脅性損失，卻不一定會

受到遞增的結果變異或遞減之邊際效用的影響 (Venkatraman, Aloysius & Davis, 2006) 且與未來為導向的社會密不可分，與前述禁忌文獻中的瑪那不謀而合 (徐福全, 1994)。

在傳統之所以沒有風險的概念，是因為一切發生的事情，皆可用運氣和神祇精靈意思來解釋 (Giddens, 1999; 2001)。而直到今日，魔法和命運等的迷信觀念仍廣泛存在東西方的社會，不乏深信不疑的追隨者 (鄭渝儒, 2011)。例如由於民眾無法預測在鬼月從事水上活動時會遇到怎樣的特殊狀況，因此可以推測民眾於鬼月時在水域對其所從事的活動是充滿不確定性的，故每位民眾對於水上活動的迷信、禁忌認知也不盡相同。故 Dholakia 於 2001 年將知覺風險定義為消費者從事某消費行為能面臨的預期損失，過去研究已證實，消費者對產品的風險知覺與其消費行為有關 (Mitchell, 1992) 普遍知覺風險用於研究行銷學 (鄭如伶, 蔡銘修 & 鄭如珍, 2012)，知覺風險亦可用在計算投資的可能結果，現在一般都用在一些不確定的狀況以及一件未來的事情，假如其結果已經是百分之百肯定，就不需要用風險的概念來進行預測算風險概念的興起 (鄭渝儒, 2011)，所以「知覺風險」的概念性定義是消費者「主觀」相信透過某零售商購買產品或服務時，發生不愉快結果的不確定性與後果，無論實際上風險到底存不存在 (蔡昭玉 & 陳得發, 2009)。

知覺風險 (Perceived Risk) 概念在行銷上多所運用，知覺風險可視為是在購買之前或是購買時的不確定結果的可能性 (Kushwaha & Shankar, 2013; Wu, Liao, Hung & Ho, 2013) 當消費者進行購買時，體認到他們的購買無法達到目標期望水準時，會有知覺風險的產生，也就是說為當某人知覺到無法預測的不確定感，造成無法滿足的結果之風險。而 Kaplan 於 1972 年指出消費者的知覺風險為一多構面的結構，且消費者的行為是目標導向的係指消費者購買產品時，感受到由於無法對價取得，產生交易不公平或不利結果的可能性故可藉由知覺風險的觀念來探索臺灣民眾的行為現象。Engel, Blackwell 與 Miniard (1995)

將其定義為與產品或服務攸關的風險所帶來的不利。當消費者體認到他的消費目標無法被滿足的時候，即會產生，因此消費行為可視為一種風險負擔（an instance of risk taking）。

Kaplan, Szybillo & Jacoby (1974) 的研究中，則證明了財務風險（financial risk）、功能風險（performance risk）、身體風險（physical risk）、心理風險（psychological risk）、社會風險（social risk）等五個構面的風險可以解釋知覺風險變異佔總變異的解釋能力達 74%

1. 身體風險（Physical Risk）：即購買品有不理想、瑕疵或設計不良時，消費者在使用時可能會對身體造成傷害之風險，或者是購物的過程中可能會對身體產生了傷害性。
2. 心理風險（Psychological Risk）：即購買品無法和消費者的自我形象搭配而傷害面子或是喪失自我形象（Kushwaha & Shankar, 2013; Murray & Schlacter, 1990）消費者的風險，例如預期在鬼月從事水上活動可能會有不好的事情發生，心理風險容易在高心理利弊的購買時發生，而一般民眾是愛惜生命的。
3. 財務風險（Financial Risk）：對於消費者之淨損失，因為可能存在隱含成本或維持成本，或是沒有保證也就是說購買到的產品的評價無法達到購買成本時所產生的風險。消費者認為廉品高價時，即會感到此風險。
4. 社會風險（Social Risk）：即購買品無法被他人或社會價值所認同，可能在家人或是朋友面前造成尷尬或是失去自尊（Kushwaha & Shankar, 2013; Murray & Schlacter, 1990）
5. 功能風險（Performance Risk）：即購買品的產品功能未能達到消費者所預期效果之風險。Kushwaha 與 Shankar, 2013 所提出的研究中，知覺風險構面包含社會風險，心理風險，財務風險以及績效風險，其中三項社會風險、心理風險、財務風險已於前面文章有所論述此處便不再加以描述，而其所提起之績效風險就是功能風險，則是當服務沒有達到預期時的損失（Kushwaha & Shankar, 2013），換言之即服務與消費者報價



所欲得到結果不符合，沒有達到服務該有之績效。

而學者 Mitra & Reiss (1999) 利用上述五個風險購面來探討消費者對其不同服務產品所產生的知覺風險。

早在 1960 年，Bauer 即在美國行銷學會 (American Marketing Association) 提出「風險」(risk) 的概念，例如說，當消費者感受到該產品的表現可能不如預期 (結果風險)，或是買了該產品後還有可能需要花錢維修 (財務風險)，便比較不會購買。而 Brooker (1983) 的研究則另有一番見解，其針對各種風險衡量的因素分析結果發現有兩個構面，第一個與財務，身體與時間風險有關，另一個則與社會風險等有關：前者被稱為個人風險，而後者被稱為社會風險故了解消費者對於某項產品的風險知覺，據以擬定降低其風險知覺的策略，成為了產品行銷與品質改進的重要方向，這不禁令人想知道如瞭解民眾於鬼月從事水上活動之風險知覺，可否進一步有效推廣水域活動。

後來 Murray 和 Schlacter 在 1990 年指出在財務、功能、生理以及社會風險上，購買服務的知覺風險會大於有形商品的知覺風險。而水上活動屬於觀光休閒產業，不是有形體的商品，其中 Murray 與 Schlacter 的觀點的原因是消費者在購買服務時，因為服務之特殊性質而有更多的不確定性，因而提高知覺風險 (Mitchell & Greatedorex, 1993) 例如民眾於鬼月時在該水域，對其所從事的活動是充滿不確定性的，該研究比較有形的商品以及無形的服務兩者的知覺風險，發現商品項目之知覺風險確實低於服務項目之知覺風險，且服務項目之知覺風險主要來自於購買服務時，額外的不確定性。在消費者購買服務中，服務的無形性會讓消費者在購買之前難以評估，因而使顧客在購買時知覺到更多風險，例如無形的鬼與禁忌習俗，難免使人害怕不已。同時因為服務的不可分割性，因此在購買服務產品時，消費者必須投入其中而且必須在現場，因而造成了心理上以及社交上的損失，這會比起有形產品更加明顯 (Laroche, McDougall, Bergeron, & Yang, 2004) 譬如說水上活動場域所必需的救生

員，需要其嚴加戒備遊客的安全，民眾才稍微放心，但實際遇上鬼月因其之風險，民眾卻步則為大多數，過去亦有研究發現企業聲譽較高時，消費者會降低其知覺風險 (Goldsmith, Lafferty & Newell, 2000; Wu, Liao, Hung & Ho, 2013) 而鬼月從事水上活動的心理風險卻不會因為該地區的知名程度而降低。此外，服務的異質性也會造成顧客不確定性，因此亦提高知覺風險。

Stone 與 Grønhaug (1993) 以 Jacoby 與 Kaplan (1972) 舉出的五風險構面再加上 Roselius (1971) 提出的時間構面一起研究，其解釋能力達 88.8% (Stone & Grønhaug, 1993)，因此以其完整性，蓋括了絕大部分的知覺風險構面，最後證明此六項是比較完整的風險構面，知覺風險最早是 1960 年由 Bauer 提出的概念，他認為消費者所採取的購買行為，無法預期的情形是難免會發生得，而這些可能會造成不愉快的後果，對於消費行為而言本身就是一種風險上的負擔 (an instance of risk taking) 爾後便以財務、績效、身體、心理、社會以及時間等六種知覺風險型態來表示消費者的知覺風險，數十年後，「風險知覺」已從概念轉化為較成熟的理論架構 (Mitchell, 1999) 學者 Bettman (1973) 對知覺風險亦有另一種看法。他認為在處理知覺風險時，應該分成兩個概念 (constructs)：

(1) 固有風險 (inherent risk)：產品種類對其消費者之潛在風險—產品種類所產生衝突的先天程度。

(2) 處理過的風險 (handled risk)：當消費者在其通常的購買情境中，由產品種類中選出某一品牌時，所產生出的衝突量。處理過的風險顯示了消費者面對固有風險所作的資訊搜尋活動和風險減低程序的結果。

風險的概念自 1920 年代在經濟學領域受到重視以後，便被成功地應用於其他的學門，學者 Derbaix 在 1983 年研究中利用心理風險 (psychological risk)、身體風險 (physical risk)、時間風險 (time risk)、財務風險 (financial risk) 等四個風險構面來衡量消費者對其不同產品的知覺風險。Mitchell and Greatedorex 在 1993、1994 年的研究中利用財務風險

(financial risk)、身體風險 (physical risk)、心理風險 (psychological risk)、時間風險 (time risk) 來衡量出消費者對其不同產品與服務所會產生的知覺風險。Havlena and Desarbo (1991); Tan (1999) 利用身體風險 (physical risk)、功能風險 (performance risk)、財務風險 (financial risk)、心理風險 (psychological risk)、時間風險 (time risk)、社會風險 (social risk) 等六個知覺風險購面來衡量出消費者的知覺風險。Bansal & Voyer (2000) 的研究中也利用了身體風險 (physical risk)、功能風險 (performance risk)、財務風險 (financial risk)、心理風險 (psychological risk)、社會風險 (social risk)、便利風險 (convenience risk) 等風險購面來衡量出消費者在購買服務的過程中所會產生的知覺風險。除此之外，還有其他的各研究類型的知覺風險，彙整如表 6

表 6 各類型知覺風險文獻表

		風險類型								
作者與年代	財務	社會	功能	心理	身體	便利	時間	績效	安全	
Bansal & Voyer（2000）	V	V		V	V	V		V		
Brooke（1984）	V	V		V			V	V	V	
Derbaix（1983）	V			V	V		V			
Dunn，Murphy & Skelly （1986）	V	V					V			
Garner & Jane（1986）	V	V		V	V		V	V		
Havlena & DeSarbo（1991）	V	V		V	V		V	V		



Jacoby & Kaplan ( 1972 )	V	V		V	V			V	
Kaplan , Szybillo & Jacoby ( 1974 )	V	V		V	V	V		V	
Locander & Hernann ( 1979 )		V						V	
Mirray & Schlacter ( 1990 )	V	V		V	V	V		V	
Mitchell & Greatedorex ( 1989 )	V	V	V		V				
Mitchell & Greatedorex ( 1993 、 1994 )	V			V	V		V		
Mitra , Reiss & Capella ( 1999 )	V	V		V	V			V	
Peter & Tarpey ( 1975 )	V	V	V	V	V		V		
Robertson , Zielinski & Ward ( 1984 )	V	V	V	V	V	V		V	
Srinivasan & Ratchford ( 1991 )	V				V	V		V	
Stone & Gronhaug ( 1993 )	V	V		V	V		V	V	
Sweeney , Soutar & Johnson ( 1999 )	V								

資料來源：陳銘祥，2000

而早在 1975 年 Peter 與 Tarpey 的知覺風險計算方式便將所有風險納入。

表 7 知覺風險統計表

$$\begin{aligned} \text{總體知覺風險} = & \text{財務風險的 (損失嚴重性)} * (\text{損失機率}) + \\ & \text{績效風險的 (損失嚴重性)} * (\text{損失機率}) + \\ & \text{身體風險的 (損失嚴重性)} * (\text{損失機率}) + \\ & \text{社會風險的 (損失嚴重性)} * (\text{損失機率}) + \\ & \text{時間風險的 (損失嚴重性)} * (\text{損失機率}) + \\ & \text{心理風險的 (損失嚴重性)} * (\text{損失機率}) \end{aligned}$$

資料來源: Peter & Tarpey, 1975

之後 Cox (1967) 延續 Bauer 的觀點，並且進一步將知覺風險觀念明確化。Cox 指出消費者從事每一項消費皆有其消費之目標。當消費者主觀上的認知，無法確定何種購買最能符合他可接受的購買目標；或者在購買後不能達到預期目標，所產生的不良後果，便會產生了所謂的知覺風險。Cox 定義知覺風險含蓋了二個主要的結構構面如下列：(1) 錯誤決策之後果也就是消費者於購買前知覺到購買後產生不利後果的可能所產生之「嚴重性 (consequence)」(例如：如果有一個蘋果是壞的，是否有家人會吃到而得病)。(2) 決策結果的「不確定性 (uncertainty)」也就是當購買結果為不利時，消費者個人主觀上所知覺受到的損失的大小 (例如：我買了這打蘋果，我如何確定其中沒有腐壞的?)，二種因素函數。

而 Cunningham 將 1967 則將同年 Cox 所定義的知覺風險二因素加以延伸，Cunningham 改善了對不確定性 (uncertainty) 與後果 (consequence) 的定義，並進而對特定產品的知覺風險予以衡量。認為消費者之知覺風險可以視為此兩者之乘積，而消費者的知覺風險主要來自於害怕做出錯誤決策 (Engel & Blackwel, 1982) 其大部分知覺風險的研究皆依循 Cox & Cunningham 對知覺風險基本構成因素的界定分

為不確定性與結果兩種構面。

當消費者本身的不確定性和結果的程度較高時，則消費者的知覺風險也就會跟著提高。所以消費者的知覺風險之衡量可以定義為兩者之乘積：知覺風險 = 不確定性 \* 延重性；消費者可能不清楚其購買目標、知覺風險但是其行為會受到知覺風險的影響。

學者 Roselius 在 1971 的研究並不採用「結果」(consequence) 一詞，而是稱之為「損失」(loss)，Roselius 認為消費者在購買商品時可能會有下列四種損失發生：

1. 時間損失 (time loss)：如果購買到的產品不滿意，那又要再花時間再去選購或修理或交換商品。
2. 危險損失 (hazard loss)：購買到的商品可能會對我們的健康及安全會有所傷害。
3. 自我損失 (ego loss)：當購買到的商品卻有缺陷時，我們會覺得自己很笨，或其他人讓我們覺得很笨。
4. 金錢損失 (money loss)：當購買到的商品令人不滿意或是商品本身有問題時，我們還要損失金錢去修理或需要去花更多錢來買到滿意的產品。

所以知覺風險可以定義為：消費者在購買產品或服務時所知覺到不確定和不利結果的可能性 (Dowling & Staelin, 1994) 是一種主觀的預期損失 (Sweeney, Soutar & Johnson, 1999)。如果產品風險過高時，消費者就會考慮是否要或不要購買這項產品 (Crompton, 1992; Sönmez & Graefe, 1998)。因此當潛在消費者知覺到購買此產品會造成心理上的損失，例如：緊張、不安和焦慮等，消費者可能就會避免購買產品，大多數的學者在探討知覺風險時，並未將所有的風險類型均納入考慮，只基於研究的需要納入相關的風險類型。而本研究針對水上活動的鬼月原屬於心理風險但是禁忌迷信因素所產生的屬於心理風險 (鬼月禁忌) 但會延伸出讓民眾感受到有諸事不宜的各種風險，甚至影響臺灣整



個社會。在美國十三號星期五被認為是個不幸運的一天，研究顯示，在這天會有許多商業活動遭到停擺，因為人們覺得這天是不幸運的，因此感到害怕而趨避風險。Kramer 與 Block 於 2008 年發現，迷信的思想普遍存在，更表明美國消費者在負面的迷信思想上出現更多的風險厭惡（risk-averse）的選擇。

但是最先提出社會風險之學者 Ulrich Beck 認為，不明的以及無法預料之後果是社會和歷史的主宰力量（王小鋼，2007）十九世紀末，尼采主張：上帝已死（God is dead）。廿一世紀初，在美國汽車車身（原貼於保險桿上）貼紙的文句中，則公告：親愛的尼采先生：你已死了。上帝謹上（Berger，2003）瑞典哲學史學者曾提出：「雖然新的信息（特別是科學所提供之信息）有時消除了原有之不確定性，但是它們也以表面上看更快的速度創造出新的不確定性。有關不確定性的知識還有其伴隨而來的關於風險的知識，則是我們這個時代特有的知識範疇」（劉北成譯，2003）。

因此 Beck 提出反省式現代化是以自我對質之副作用的觀點，此觀點說明了第二現代全球化社會發展所產生的副作用給人類帶來的風險，而所謂第一現代性指的是整合機制瀕臨崩解（薛曉源、劉國良，2005）其風險指的是「非知識」的後果問題比知識更值得作為現代性之探討。在此 Beck 所說的非知識便是我們沒有辦法知道及獲取的知識。人類的知識是藉由理性邏輯的不斷演繹和科學實驗的操作累積，得知的知識並不是線性的增加，當人類獲得的知識愈多，反而知道屬於非知識的事物會愈多。可是，這些非知識卻是被忽略，或是被當作是統計數據下可以容忍的範圍，結果是引發非意圖的後果，造成不確定的風險並威脅到人類的生存（Beck，1999；2004），Beck 對「非知識」進一步分析為一種潛在可能的知（識）」及未知的形式。它可解釋為幾個類型：（1）知識的不確定性本質（2）對風險知識選擇性的接受或傳遞（3）無能去知道或受到壓力（4）對事物之知識誤解判斷（5）無意欲去知（6）

真正無(未)不知情之未知(unknown unawareness (Beck, 1999; 2004))。由於對安全，穩定的追求構成人類理需求的一個重要層次傳統社會不少機制便應運而生，即幫人們處理生活中確定性如巫術風水，占卜和宗教儀式等，皆是以人為標的，而努力來降低風險發生機率的動機與期望。

因此，實證指出消費者為了降低購買不確定性的資訊種類，會隨著知覺風險的水準而變化，以及當知覺風險增加時，個人的資訊來源會比外部資訊來源更為消費者所偏好 (Locander & Hermann 1979; Lutz & Reilly 1974)。由於一般的消費者購買產品時不但要求價值最大 (Monroe, 1990; Zeithaml, 1988)，也追求風險最小 (Bauer, 1960)，Lutz & Reilly (1974) 認為，當消費者面對知覺風險水準的增加，與消費者對各種資訊來源的相對偏好顯著變動 (根據知覺風險的因素) 時，會使用更多的資訊來源。Lutz & Reilly 亦指出直接觀察與產品經驗會比其他任何的產品資訊的次級來源更被消費者所偏好。為達此目的，消費者便常利用產品的外部線索 (如保證、價格、商店名稱、製造商信譽、品牌和廣告等) 也時常會使用訊息或者外在之索引來推論產品品質以確認其選擇 (Teas & Agarwal, 2000) 但是然而在民眾從事水上活動的外部線索中很大的一部分主因來自信仰與禁忌，寧可信其有的心態，卻又讓一般人不敢輕易違背禁忌，而有從眾的現象產生。(熊文君, 2006)，民眾也就是消費者用此來評估產品的風險和價值。雖然知覺價值為知覺品質和知覺犧牲兩者權衡的觀念早已確立，且經多人驗證 (Dodds, William & Grewal, 1991; Teas & Agarwal, 2000 等)，Malinowski 認為迷信可以減輕因為風險及不確定性帶來的焦慮、迷信可以減輕責任感。同時利用外部線索來降低知覺風險也有許多論証 (Shimp & Bearden, 1982; Witt & Rao, 1992; Cordell, 1993) 也就是人們尋求外部線索降低風險而迷信這項線索是可以治標的降低心理風險所延伸種種可怕的其他風險。

因為臺灣民眾可能會因鬼月之迷信對於水上活動知覺到風險而避免於該期間從事水上活動。而這些風險後果可能會造成不愉快的後果，所以消費行為就是一種風險上的負擔。民眾當知覺到會造成心理上所延伸的損失，而產生緊張、不安和焦慮等，可能就會避免從事水上活動，因此根據以上推論，本研究提出以下假設：

H1：知覺「禁忌」會正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「知覺風險」。

H2：知覺「迷信」會正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「知覺風險」。

## 第五節 主觀規範

影響行為意圖的另一個主要原因是「主觀規範」，指個人在將進行某行為時所受到社會壓力的情形。更明確的說就是個人在是否進行某項行為時，具有影響力的個人或團體，如宗教、父母、老師。

Fishbein (1975) 認為主觀規範意指：『個人知覺到參考群體期望他如何執行行為的整體性認知。』主觀規範是個人對其重要的他人或團體 (Salient individuals or groups) 認為他應不應採行某一特定行為的壓力，亦即某人從事特定行為時所感受到的社會壓力 (Ajzen & Fishbein, 1980)。

而將影響主觀規範形成的參考群體分為「主群體」(primary group) 與「次群體」(secondary group)，分述兩個影響主觀規範形成的前置因素：

1. 主群體：根據文獻指出，主群體代表的是可能對個人產生「行為規範」影響的參考對象。
2. 次群體：次群體代表可能對個人行為產生「主觀規範」影響的其他參考對象 (葉國樑, 1996)，次群體可視為一種資訊來源，藉由間接參考群體提供給個體的資訊，使個體在產生行為時有一參考準則。



## 第六節 態度

係指一個人對標的物（objects）的整體評價。Fishbein 與 Ajzen（1975）認為態度是一種學習傾向，基於此一學習傾向，人們對於某一觀察體會產生一致性喜歡或不喜歡的狀態。（Kotler，1991）將態度定義為「一個人對某些事物或觀念存有一種持久性的喜歡或不喜歡的認知評價、情緒的感覺及行為意向」。Engel，Fujiyoshi & Agre（2000）認為態度是人們對於人、事、物的一種一致性評估，其範圍可能從極正向的接受，到極負向的排斥。認為態度是人們對於周遭環境各項事物的思考、感受或是行動的方式。但在此，態度非指個人對於一般事物的廣泛態度，而是指個人從事特定行為的感受正負評價，例如好壞、高興、不高興、有利、有害、有趣、無聊、健康、不健康、快樂、痛苦。

態度評價則是由三種訊息所形成：認知訊息（對態度對象的了解、知識和看法）、情感訊息（對態度對象的情緒與正負評價）以及有關過去行為或行為意向的訊息（對態度對象所採取的行為反應），即對態度對象的整體評價是由認知、情感與行為三方面訊息所形成（榮泰生，2005；洪順慶，2005；Schiffman & Kanuk，2004），即為心理學家為了釐清態度的形成所嘗試建構的態度模式——三成份態度模式（tricomponent attitude model），此模式認為態度是由三個因素所組成，包括認知成份（cognitive component）、情感成份（affective component），以及行為意向成份（conative component）（Pratkanis & Greenwald，1989）。經由心理學家建構的態度模式，歸納出影響態度形成的主要影響因素，認為態度是由三因素所組成，包括認知（cognitive）、情感（affective）以及行為（behavior）三種要素（component），符合將信念予以分解（decomposition）成多構面的型態（multidimensional）能夠增強模式的解釋能力與了解信念與行為意向之間的特定關係的論點

依據 Ajzen 建議探討態度時，將『行為』因素加入討論的觀點，對於態度的探討加上『行為的（behavioral）』此一因素。態度會影響行為

一直是許多行為研究學者一貫的立場(李美枝, 1986; Courneya, Bobick & Schinke, 1999; Cunningham & Kwon, 2003; Hoyt, Rhodes, Hausenblas, & Giacobbi, Jr., 2009; Plotnikoff, Lubans, Trinh & Craig, 2012)。根據以上推論, 本研究提出以下假設:

根據以上推論, 本研究提出以下假設:

H3:「知覺風險」會負向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「態度」。

H4:「主觀規範」會正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「態度」。

## 第七節 行為意圖

行為意圖的定義為從事某特定行為的自發性計畫之強度, 亦可稱為個人欲計畫某特定行為的主觀機率 (Fishbein & Ajzen, 1975; Conner & Armitage, 1998; Perugini & Bagozzi, 2004)。個人從事該特定行為的意圖越強, 則越有可能去從事該行為在理論架構方面。

態度與主觀規範與行為意圖及行為呈現正相關, 行為會受到行為意圖之影響, 行為意圖則受到態度與主觀規範之直接影響, 認知態度與認知規範可分別透過情感態度與主觀規範來影響行為意圖, 故認知態度與認知規範會直接或間接影響行為意圖。在影響程度方面, 態度與主觀規範對行為意圖之影響強度不一。

H5: 鬼月進行水上活動的「態度」正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「行為意圖」。

本研究主要援引 Fishbein 與 Ajzen (1975) 所提出的理性行動理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 模式, 並導入知覺迷信與知覺禁忌。根據文獻整理後發展成適合本研究的模式, 再利用圖解式結構方程模式 (Analysis of Moment Structures, AMOS) 分析研究變數之間的因果關係, 與進行參數估計與假設檢定, 以瞭解研究中所建構之因果模式對實際資料之解釋的適合程度。

## 第八節 理性行為理論 (TRA)

此理論歷經近 40 年的考驗，有其可靠度，Fishbein and Ajzen 兩位學者肇自 1950 年代晚期即開始一連串研究人類「態度」的理論及測量經過長達十五年左右的相关研究。並於 1975 年提出的 TRA 理論沿用在近年休閒行為相關研究領域皆有良好的預測能力（郭明煌、廖鴻圖、蕭麗齡、王亭雅，2014；粟四維&莊友豪，2010；楊書成，2009；陳建文、李有仁、嚴秀茹、鄭江宇，2008；張新立&沈依潔，2005；高明瑞、洪振超、黃啓誠，2003），最早發表版本為行為關係模式（Behavioral Intention Model），此模式是基於理性的個人行為，以及系統性的思考（Igbaria & Baroudi，1995）也就是說一個人的行為是根據其所接受的資訊透過系統以及理性的思考後所產生的行為。而根據行為關係模式中，一個人某些特定行為是由其意圖（intention）所決定，而意圖又由個人態度和主觀規範所決定，但亦有諸多研究針對不同情境的特殊性，進而調整 TRA 獲得了更好預測力（宋永坤、連建章，2015；王存國、戴基峰、王凱，2004；陳建文、李有仁、嚴秀茹、鄭江宇，2008）

其中「態度」是指個人在特定行為表現時所擁有的正面或負面的感覺，故當個體對特定行為抱持正面感覺越強，其態度就越正面，對採取該行為的意願越高，反之則越低，「主觀規範」會受到個人規範信念（personal normative beliefs）與社會規範信念（social normative beliefs）影響，然後個人與社會規範又受到依從動機（motivation to comply）的影響。所謂的規範信念是指他人或團體對於個人採取特定行為的意見，個人規範信念是指當個體採取某行為，其本身認為這個行為是否與自己所認知相斥，且是否具動機認為應該執行，而社會規範信念則是指個體對採取某行為時，個體感受到其所認為重要的個人或組織成員給予的壓力，即個人在採取進行或不進行一項行為時感受到得社會壓力也就是重要他人或自身認知的影響，依從動機則是指個人對上述個人以及社會規範信念的依從程度，由於個人態度與主觀規範的形成，來自個

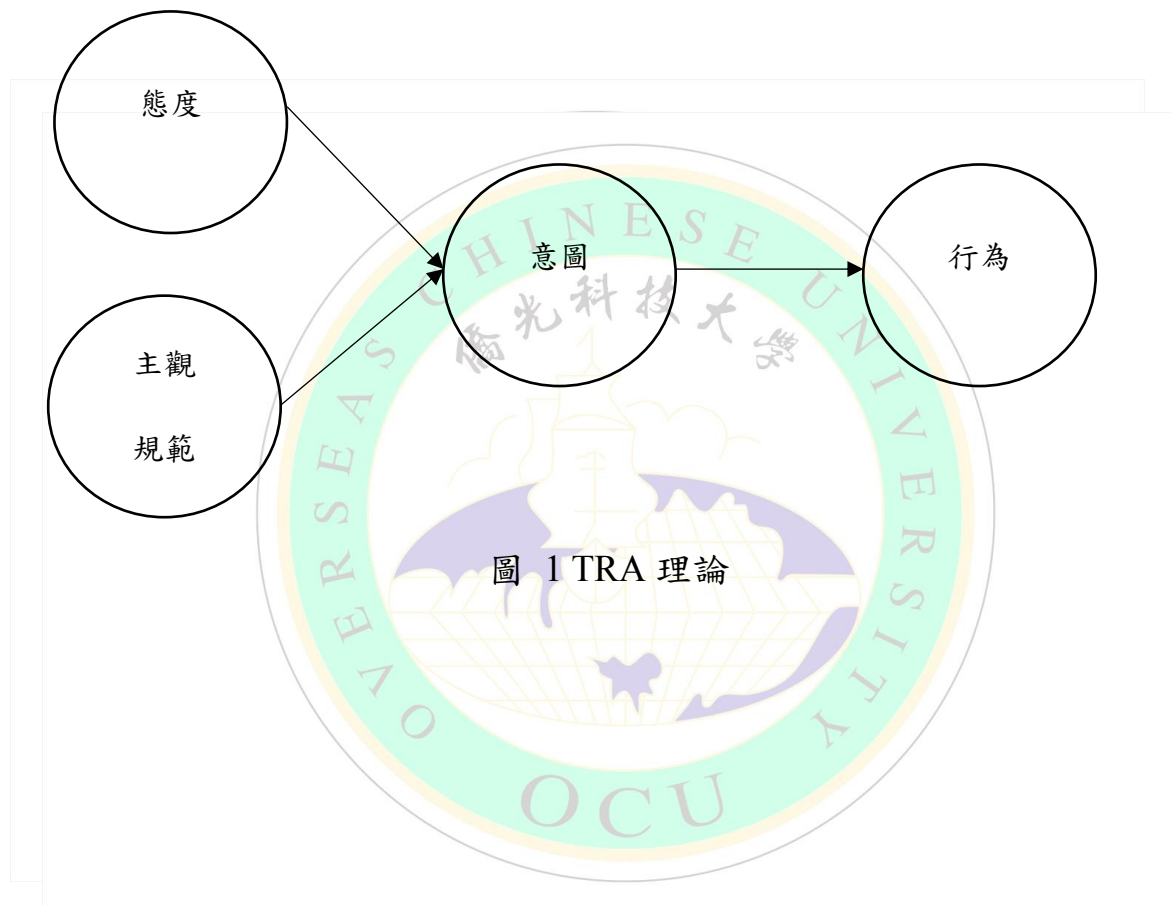


人對於採取該行動所產生結果的信念、動機與社會規範影響的信念與評估;因此在相當程度上，態度與主觀規範可視為由個人與社會層次解釋特定行動發生的因素（Ajzen & Fishbein，1980）儘管理性行為理論被廣泛地用來解釋個人行動發生的因素（Bagozzi，1981；Sheppard，Hartwick & Warshaw，1988；Netemeyer & Bearden，1992）。然而該理論卻受限於基本假設而無法解釋許多特殊情境下的行動結果，根據 TRA 理論的基本假設，個人行動的結果係決定於其意志，因此個人是否採取行動完全受到其行為意圖所支配（Ajzen，1988），然而在許多情況下，個人是否能夠採取行動還需視當下的機會以及行動者是否擁有足夠的資源與能力而定。例如：金錢，時間，技術，合作等因素均可能影響行為的發生與否，並構成了控制個人是否能夠採取該行為的因素，因此，Ajzen（1985）進一步提出計畫行為理論（Theory of Planned Behavior，TPB）其中加入知覺行為控制（perceived behavioral control）構面作為態度與主觀規範之外的第三項解釋因素，將其納入原有的 TRA 理論的模型中，以彌補態度與主觀規範無法有效解釋的因素，因為個人缺陷（personal deficiency）或外部障礙（external obstacles）而無法執行其自願性行為的現象，綜合而言，TRA 理論與 TPB 理論模型主要包含以下的相關理論，首先個人對於行為的態度，受到個人對於「行為信念」（behavioral belief）與「行為結果的評價」（outcome evaluation）所影響。當個人對該行動的結果具有一定的信念，同時對於信念的重視程度很高時，其對於該行動的態度就越正向。例如民眾認為在鬼月進行水上活動的行為是不好、不值得的，則其將在鬼月進行水上活動的意願就越低其次，主觀規範表示個人在採取特定行為時感受到的社會壓力與受限的自身認知，當主觀規範越高，表示個人所受到的社會壓力以及自身認知的受限越高，依從該規範的意願就越高。例如民眾的親朋好友不贊成該民眾於鬼月期間進行水上活動，則其依從於親朋好友的程度越高，則在鬼月從事水上活動的意願就越低。最後知覺行為控制表示個人在

採取特定行為時。對於所需要的資源與機會的控制程度，受到「知覺的促成條件」(perceived facilitation) 與「控制信念」(control belief) 的影響，知覺的促成條件指個人認為所需的機會與資源對於所採取行為的重要程度。控制信念則是指個人對於上述促成條件的控制程度當個人對於採取某行動的促成條件具有一定的認知，同時對於該促成條件具有相當程度的控制能力時。則其感受到的行為控制程度越高，進而形成較正向的行為意圖與行為結果，在 TPB 理論中態度以及主觀規範二者與 TRA 理論一致，但針對受限於基本假設而無法解釋許多特殊情境下的行動結果，例如民眾於鬼月從事水上活動，受到本身對於鬼月的禁忌與迷信的信念，進而評估此行為所擁有的風險程度，然後分析影響對此行為的態度是正面或負面，最後其態度影響其意願，而鬼月期間民眾於水上活動的特殊情境，與知覺行為控制因素並無直接關連性，也就是鬼月在從事水上活動時的禁忌與迷信因素，與所需之資源以及能力，沒有直接的關聯性，而且同樣是在鬼月期間的休閒行為的選項中，選擇各項休閒行為所受到的行為限制不盡相同，故如將知覺行為控制構面加入研究架構中，不但無法客觀的預測，更會使得本研究無法聚焦於所欲探討之鬼月從事水上活動的特殊性，故本研究選擇 TRA 理論進行分析。

TRA 理論有兩個基本前提：第一，標的行為是個人意志能完全控制的 (Fishbein & Ajzen, 1975)；第二，其他外部影響因素均透過態度與主觀規範來影響意圖與行為 (Ajzen & Fishbein, 1980)，亦主張「人類會先考慮所採取行動的影響，進而決定是否進行該項行動」，但此理論歷經近 40 年考驗，就如同前述所言，針對不同的情境的特殊性調整 TRA 理論可以得到更好的預測力，在鬼月從事水上活動這項行為與其他行為不同的特殊性亦在此，民眾覺得鬼月從事水上活動好不好，部分原因是來自於其對於此行為所感受到的風險，而風險的來源是民俗信仰以及文化的禁忌與迷信，還有家人朋友甚至整個社會給予該民眾壓力，因此禁忌、迷信、知覺風險以及主觀規範，影響民眾認為在鬼月從

事水上活動是好或不好的一件事，也就是對此行為的態度，所以本研究將變更原 TRA 理論，將主觀規範調整為影響態度，然後加入禁忌、迷信以及知覺風險三個外生變數，探討臺灣民眾在鬼月從事水上活動的意願，TRA 理論如圖 1 所示。





### 第三章 研究方法

本章節將推論出研究架構、研究假說、研究設計等，共分為三節，第一節主要說明本研究提出之研究架構；第二節則依據相關文獻的探討與整理，進行研究假說的推論；第三節為研究設計包括研究對象、問卷設計、樣本數量、研究對象以及研究工具的資料分析方法。

#### 第一節 研究架構

本研究主要援引 Fishbein 與 Ajzen (1975) 所提出的理性行動理論 (Theory of Reasoned Action, TRA) 模式，並導入禁忌與迷信。根據文獻整理後發展成適合本研究的模式，再利用圖解式結構方程模式 (Analysis of Moment Structures, AMOS) 分析研究變數之間的因果關係，與進行參數估計與假設檢定，以瞭解研究中所建構之因果模式對實際資料之解釋的適合程度，以下圖 2 為本研究的架構圖：

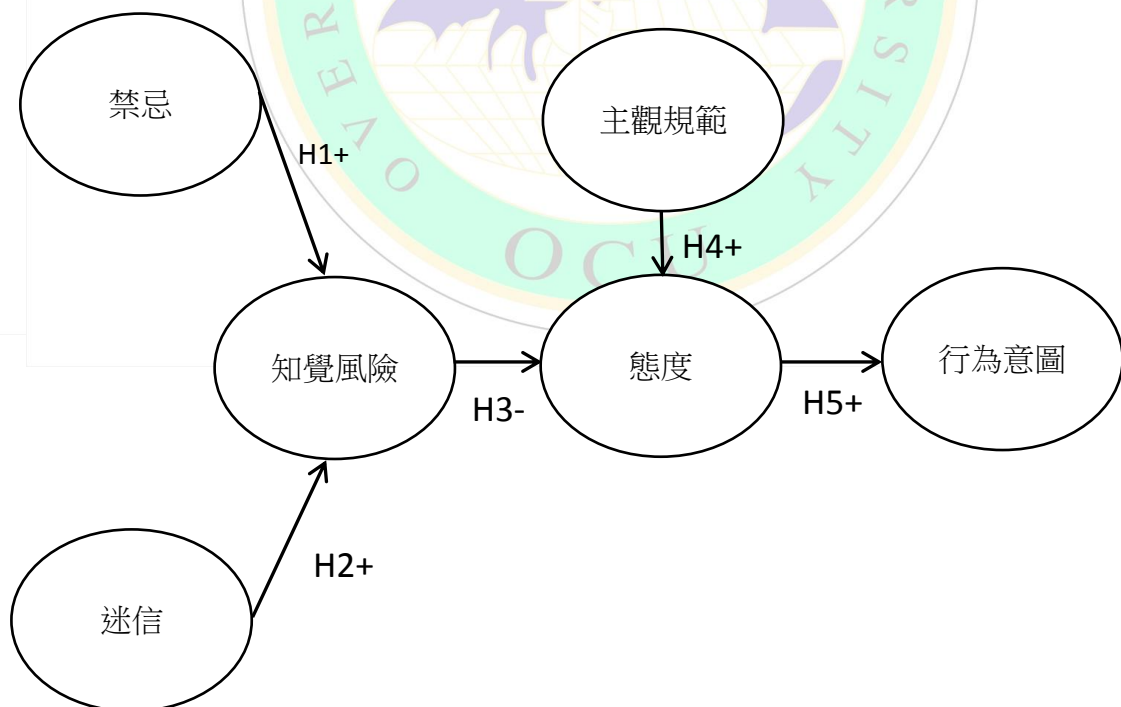


圖 2 本研究的架構圖

## 第二節 研究假設

本節是依相關文獻探討與整理後，推論其假設如下：

H1：知覺「禁忌」會正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「知覺風險」

H2：知覺「迷信」會正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「知覺風險」

H3：「知覺風險」會負向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「態度」

H4：「主觀規範」會正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「態度」

H5：鬼月進行水上活動的「態度」正向影響臺灣民眾鬼月進行水上活動的「行為意圖」

## 第三節 研究設計

### 1. 研究對象

本研究主要目的在於瞭解臺灣民眾在迷信、禁忌因素下對鬼月進行水上活動意願影響之研究，因此以接受現代教育的民眾——僑光科大之大學生為研究對象。

### 2. 問卷設計

本研究所測量的各個變項的構面因素，將會引用先前研究過此內容之學者文獻來作為問卷設計的理论基礎架構。本研究問卷分成二個部分，第一個部份分六個構面分別為「迷信」、「禁忌」、「知覺風險」、「主觀規範」、「態度」、「行為意圖」根據過去文獻共得出 24 個題項，第二個部份為個人基本資料包含了填答者的性別、年齡、教育程度、宗教信仰、職業狀況、平均月收入。

各研究變項的問卷量表皆採用 Likert 五點尺度衡量，並以「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」及「非常不同意」五個尺度，分別給予等距分數（5，4，3，2，1）。

表 8 問卷出處

◎知覺禁忌	莊淑婷 (2010)
1. 鬼月時，我會盡量避免到海邊或河邊戲水。	
2. 我不會在鬼月結婚、訂婚。	
3. 鬼月時，諸如搬家、入厝、或買房子的活動最好都暫停，直到鬼門關上為止。	
◎知覺迷信	Tobacyk , (2004)
1. 我有一個幸運數字。	
2. 4 是不吉利的數字。	
3. 算命師可以預測未來。	
4. 算命師卜的卦，有可能會實現。	
5. 我會為獲得好運而去特別做一些事。	
6. 我會為了規避壞運而去特別做一些事。	
7. 我有一些迷信沒有被列在上述說明中。	
◎知覺風險	曹勝雄、王 麗娟 (2001)
1. 鬼月進行水上活動的想法會造成心理上的不安（毛毛的）。	
2. 鬼月進行水上活動的想法會造成不必要的焦慮。	
3. 鬼月進行水上活動的想法會造成不必要的緊張。	
4. 鬼月進行水上活動的想法會造成心理上的忌諱。	
5. 鬼月進行水上活動可能會不順利，造成心神不寧。	
◎主觀規範	蔡長清、高 淑娟 (2011)
1. 我的親朋好友認為我不應該在鬼月進行水上活動。	
2. 我的親朋好友不贊成我在鬼月進行水上活動。	
3. 我的家人贊成我在鬼月進行水上活動。（-）	
◎態度	



1. 我認為在鬼月進行水上活動的行為是不值得。	莊淑婷 (2010)
2. 我認為在鬼月進行水上活動的行為是不好的。	
3. 我認為在鬼月進行水上活動的行為是不明智的。	
◎行為意圖	Han, Hsu & Sheu, (2010)
1. 我不會考慮在鬼月進行水上活動。	
2. 我會避免在鬼月進行水上活動。	
3. 我不願意在鬼月進行水上活動。	

資料來源：本研究整理

### 3. 樣本數量

本研究採取便利抽樣方法，以僑光科技大學之學生為調查對象。正式問卷於民國 105 年 3 月 1 日至 105 年 6 月 31 日，共為期四個月，發放問卷的方式是以實體問卷來收集樣本資料，共發放 320 份，扣除無效問卷 8 份，獲得有效問卷共 312 份，有效問卷率達 97.5%。

### 4. 資料分析方法

本研究問卷回收後，先經由人工檢查，將資料予以編碼登錄。其採用統計套裝軟體 SPSS 22.0 來進行問卷資料的基本分析，再以 AMOS 對研究模式中各構面關係進行實證分析。

### 5. 結構方程模式分析(Structural Equation Modeling, SEM)

本研究結構利用 AMOS 結構方程模式之分析軟體進行結構方程模式分析(SEM)，AMOS 是一套可以將「測量」與「分析」整合為一，用以處理複雜的多變量研究數據之計量研究技術，提供研究者由探索性(理論基礎薄弱)分析轉成驗證(理論支持)分析的可能途徑，因此其係建立在一定的理論基礎上，有其理論的先驗性，SEM 的主要任務是研究假設模型與樣本資料之間的適配程度為何，良好的適配代表變數間的假設關係成立，因此被視為是一種驗證性而非探索性統計方法，可以同時處理一系列或多組自變項與依變項之間的因果關係，又整合了因素分析(Factor Analysis)和路徑分析(Path Analysis)，並納入誤差項不須受限於路

徑分析的假設與條件限制, AMOS20.0 版(Analysis of Moment Structure), 是一以共變數為主的 SEM 電腦統計分析軟體其亦可處理平均數估計, 可不需撰寫程式而透過圖形操作介面執行 SEM 分析。



## 第四章 資料分析

本章主要針對資料分析結果做說明，第一節是樣本基本資料的敘述，敘述回收樣本的人口特徵，包括性別、年齡、學歷、職業、月收入等。第二節是進行測量之工具，即問卷的信、效度檢測。

### 第一節 樣本基本資料分析

樣本基本資料分析主要採以 SPSS22.0.0 分析工具來進行相關分析。刪除無效問卷後，有效問卷為 312 份。樣本基本資料分析結果如表 9 所示。

表 9 樣本基本資料

樣本特性	人數 (人)	百分比 (%)	
性別	男	153	49
	女	159	51
年齡	19-25	306	98.1
	26-30	4	1.3
	31-35	1	0.3
	36-40	0	0
	41-45	1	0.3
學歷	高中職	10	3.2
	專科/大學	298	95.5
	碩士	4	1.3
	博士	0	0
宗教信仰	佛教	67	21.5
	道教	63	20.2
	民俗信仰	68	21.8
	基督教	11	3.5



	天主教	4	1.3
	其他宗教	99	31.7
產業別	全職學生	135	43.3
	軍	2	0.6
	公	0	0
	教	0	0
	製造業	0	0
	服務業	175	56.1
	自由業	0	0
	農畜漁牧	0	0
平均月收入	10,000 元以下	181	58
	10,001-25,000 元	100	32.1
	25,001-40,000 元	16	5.1
	40,001-60,000 元	5	1.6
	60,001-80,000 元	3	1
	80,001-100,000 元	1	0.3
	100,000 以上	6	1.9

在有效的樣本中，於性別方面男性受測者所占的比例 49.0%，女性受測者所占的比例 51.0%；在年齡方面，以 19-25 歲的人為最多數，比例為 98.1%；在學歷方面，以專科/大學占最多數，比例為 95.5%；在宗教信仰方面，以其他宗教占多數，比例為 31.7%；在職業方面，以服務業占多數，比例為 56.1%；在平均月收入方面，以 10 元以下占多數，比例為 58.0%。

## 第二節 信、效度因素模式分析

為確保問卷的可靠性，故對本研究的各構面進行信度分析。以 Cronbach' s  $\alpha$  係數來檢定問卷之信度。本研究引用學者 Devellis 於 1991 年所提出的  $\alpha$  係數值檢定來檢定本研究之問卷， $\alpha$  係數值介於

0.70~0.80 之信度是相當良好， $\alpha$  係數值介於 0.80~0.90 之間為非常好；倘若  $\alpha$  係數值介於 0.60~0.65 之間則最好重新制定量表。對於內部一致性的衡量，本研究各構面  $\alpha$  係數值都 0.5 以上，表示其信賴程度是很可信的。

表 10 Cronbach' s  $\alpha$  係數可信程度

Cronbach' s $\alpha$ 係數 $\leq 0.3$	不可信
$0.3 < \text{Cronbach' s } \alpha \text{ 係數} \leq 0.4$	勉強可信
$0.4 < \text{Cronbach' s } \alpha \text{ 係數} \leq 0.5$	可信
$0.5 < \text{Cronbach' s } \alpha \text{ 係數} \leq 0.7$	很可信（最常見）
$0.7 < \text{Cronbach' s } \alpha \text{ 係數} \leq 0.9$	很可信（次常見）
$0.9 < \text{Cronbach' s } \alpha \text{ 係數}$	十分可信

資料來源:Devellis，1991

根據學者 Kaiser（1974）指出，若 KMO 值大於 0.5 時，則表示變項間的共同因素，適合做因素分析。此外 KMO 值越大即表示越適合進行因素分析。本研究因素分析之對應問項如表 7 所示

本研究以 AMOS 20.0 軟體進行資料分析進行驗證工作，而評價模式擬合度有 GFI、RMSEA、 $\chi^2$  等絕對擬合指數，也有 CFI 等相對擬合指數。已有的研究發現， $\chi^2$  和 GFI 常受樣本大小的影響，而 RMSEA 和 CFI 受 N 的影響相對較小，是受推薦的驗證指標（侯傑泰、溫忠麟、成子娟，2004）。以下分述各具指標性的配適標準值加以說明：

#### 1. 卡方值（Chi-Square）與 NCI（Normed Chi-Square Index）：

卡方值是用來檢定研究者所提的結構模式與觀察模式之資料的適合度，卡方值越小代表模式的共變異數矩陣與樣本的共變異數矩陣越接近。但是卡方值對樣本數極為敏感，容易隨著樣本數的大小而波動，

所以卡方值並不適宜作為配適度指標。因此有學著建議以 NCI(即卡方值除以自由度,  $\chi^2/df$ ) 作為配適度的判斷指標, 而 NCI 比值應愈小愈好, 學者 Schumacker 和 Lomax, (2004) 建議以不大於 5 為標準, 才表示模式配度是可以接受的。

2. 近似誤差均方根 (Root Mean Square Error of Approximation ; RMSEA) :

計算觀察與估算間之差異, 學者 Schumacker and Lomax (2004) 提出, RESEA 小於 0.6 表示模式配適度情形是可以接受的。

3. 基準配適度指標 (Formed Fit Index ; NFI) :

NFI 是以虛無模式作為基準所推導出的指標, 學者 Segars 以及 Grover 於 1993 年認為其適配值須大於 0.8 方可接受。

4. 比較配適度指標 (Comparative Fit Index ; CFI) :

CFI 將 NFI 加以修改, 具備了更穩定的特性, 其配適值須大於 0.8 (Segars & Grover, 1993)。

5. 調整後適合度指數 (Adjusted Goodness-of- Fit Index ; AGFI) :

將 GFI(結構模式資料與觀察模式資料共變矩陣間的變異與共變量之值)指標以模式自由度及其相對的變項個數比值加以調整, 其值越接近 1, 表示此模式的解釋能力越高, 配適度越佳。

收斂效度是評估測量變項對該潛在變項的因素負荷量 (factor loading), 以及每個因素負荷量是否具有統計顯著性。除了以因素負荷量說明收斂效度外, 另外也從平均變異抽取量 (average variance extracted, AVE) 來進行收斂效度的檢驗, 若潛在變項之平均變異抽取量越高, 則表示潛在變項有愈高的收斂效度及區別效度, Fornell 與 Larcker (1981) 建議其標準值須大於 0.5。由表 11 顯示, 在所有構念的平均變異抽取量之平方根少部分未大於相關係數的絕對值 0.5, 因此本研究除部分變項外皆具有足夠的區別效度。



表 11 驗證性因素分析之結果

構面	對應模型變項	標準化因素負荷量
禁忌	鬼月時，我會盡量避免到海邊或河邊戲水。	0.68
	我不會在鬼月結婚、訂婚。	0.925
	鬼月時，諸如搬家、入厝、或買房子的活動最好都暫停，直到鬼門關上為止。	0.86
迷信	我有一個幸運數字。	0.252
	是不吉利的數字。	0.411
	算命師可以預測未來。	0.634
	我會為獲得好運而去特別做一些事。	0.667
	算命師卜的卦，有可能會實現。	0.75
	我會為了規避壞運而去特別做一些事。	0.774
	我有一些迷信沒有被列在上述說明中。	0.554
知覺風險	鬼月進行水上活動的想法會造成心理上的不安（毛毛的）。	0.821
	鬼月進行水上活動的想法會造成不必要的焦慮。	0.921
	鬼月進行水上活動的想法會造成不必要的緊張。	0.893
	鬼月進行水上活動的想法會造成心理上的忌諱。	0.86
	鬼月進行水上活動可能會不順利，造成心神不寧。	0.763
主觀規範	我的親朋好友認為我不應該在鬼月進行水上活動。	0.837
	我的親朋好友不贊成我在鬼月進行水上活動。	0.839
	我的家人贊成我在鬼月進行水上活動。	0.857
態度	我認為在鬼月進行水上活動的行為是不值得。	0.759
	我認為在鬼月進行水上活動的行為是不好的。	0.92
	我認為在鬼月進行水上活動的行為是不明智的。	0.872
行為意圖	我不會考慮在鬼月進行水上活動。	0.837
	我會避免在鬼月進行水上活動。	0.839
	我不願意在鬼月進行水上活動。	0.857

表 12 構念信效度與平均變數抽取量

構面	平均數	標準差	Cronbach' s $\alpha$	AVE	CR
禁忌	3.545	0.97	0.856	0.686	0.866

迷信	3.266	0.923	0.774	0.364	0.786
風險	3.057	0.696	0.933	0.728	0.93
主觀規範	3.417	0.924	0.618	0.545	0.647
態度	2.73	1.001	0.901	0.728	0.888
行為意圖	3.865	0.933	0.981	0.713	0.882

CR：組成信度 =  $(\sum \text{標準化因素負荷量})^2 / ((\sum \text{標準化因素負荷量})^2 + (\sum \text{各測量變項的測量誤差}))$

AVE：平均變異抽取量 =  $\sum (\text{因素負荷量})^2 / (\sum \text{因素負荷量}^2 + \sum \text{var}(\text{各測量變項的測量誤差}))$

表 13 模式配適度

指標	本測量模型值	建議值	建議來源
CFI	0.870	>0.8	Segars & Grover (1993)
GFI	0.809	>0.8	Jöreskog & Sörbom (1993)
NFI	0.829	>0.8	Segars & Grover (1993)
RMSEA	0.092	<0.6	Schumacker & Lomax (2004)
標準卡方檢定 ( $\chi^2/df$ )	3.611	<5	Schumacker & Lomax (2004)

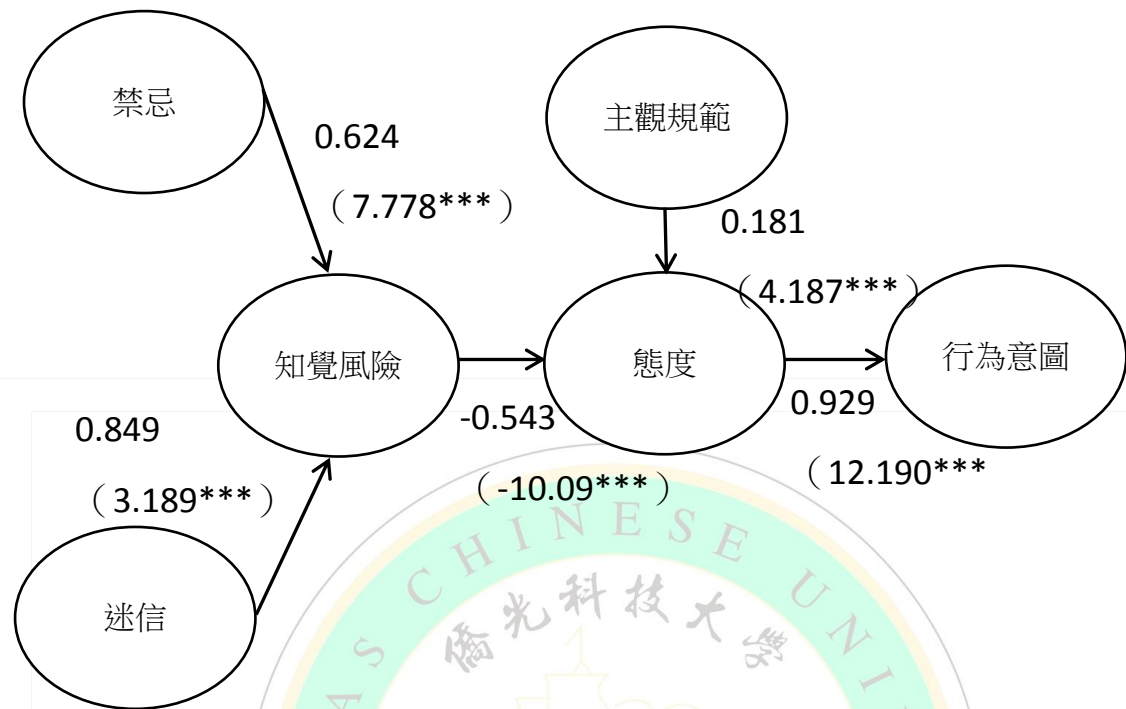


圖 3 結構方程模型實證結果

註：\*表示 p 值<0.05、\*\*表示 p 值<0.01、\*\*\*表示 p 值<0.001



## 第五章 結論與建議

本研究主旨在探討迷信、禁忌因素與知覺風險對鬼月從事水上活動意願的影響，利用 SEM 理論架構分析理論架構，其因素包括：禁忌、迷信、知覺風險、主觀規範四個外生變數對態度、行為意圖二者之間的影響關係，研究結果，知覺風險對態度為負向影響，意指民眾知道鬼月期間從事水上活動心理上的壓力，所以不願意在鬼月從事水上活動。主觀規範對態度為正向影響，也就是指當社會壓力或參考群體不支持鬼月從事水上活動，則民眾就不會在鬼月從事水上活動。知覺迷信、禁忌對知覺風險為正向影響，則表示水上活動者因對迷信、禁忌認知高，則民眾認為鬼月從事水上活動有風險。態度對行為意圖為正向影響，表示民眾抱持較正面的態度，則鬼月從事水上活動意願不高。

另在本文之前的文獻回顧中談到在相關文獻中甚少有人做過此主題，故本文可提供後續研究者研究時之參考，由於本文有區域性的限制，無法作為全國性的討論，乃缺憾之處。另在本文主要目的在於釐清一般民眾在鬼月從事水上活動的看法、觀念與見解，並真實的反映現階段中部地區民眾的認知，在水上活動產業方面可讓業者參酌本研究之結果，以供其在相關活動上能特別注意。

樣本經由結構模式的配適度檢定，顯示本研究整體理論模式皆符合配適度檢定水準，表示本研究的理論模型可獲得支持，故本研究結論認為，這五個構念間確實存在著顯著影響關係。

### 第一節 研究限制

在本研究時間、學識上的限制，雖然力求研究周延，但是仍有研究限制，因此在本研究不足之處，礙於時間受測者的問題無法對所有水上活動民眾意願進行調查，若將再深入研究，民眾在水上從事水上活動之動機及意願將使本研究更完整。在加上本研究只限於中部地區，故無法直接推論全國的現狀。

## 第二節 研究建議

### 1. 「知覺風險」

我國海洋資源之豐富，應當以安全宣導及救生之嚴格配套系統來實際改善，而非誇大從事水上活動之危險，以增加恐嚇民眾之效果，這會降低民眾從事水上活動之意願，想當然爾最後會減少事故發生，但這對海洋資源利用進而發展國際賽事與觀光等海洋立國之願景僅達治標之效，錯誤謬導之處我們應當一同沈思，建議教育部體育署與水上活動業者在一開始推廣水上活動時，須考慮以安全認知為優先外亦可引入國外成功之相關配套措施，其先決條件為國民水上活動素養的水準關於此後續將會提到，而可實施之方向首先如在水域場所及網路平臺設置完善的資訊可供參考，資訊內容包括一切可料想會遇到的情形如天候，在不少的研究中指出，安全氣候是已被證實可以有效預測每個人的安全行為，有效的避免意外事件發生（Clarke & Ward, 2006; Glendon & Litherland, 2001; Larsson, Pousette & Törner, 2008; Neal & Griffin, 2006），同時我國雖然已經有推動水上活動相關政策，從行政院從 2001 年發布「海洋白皮書」、2004 年「國家海洋政策綱領」、2007 年教育部公布「海洋教育政策白皮書」，於 2008 年訂定「教育部補助推動學校游泳及水域運動實施要點」至 2009 年教育部「游泳 121」，2010 年推動泳起來專案計畫甚至從從教育部的游泳水域安全策略轉變，加強水域安全宣導，提倡救溺五步、防溺十招的宣傳策略中可以看出一系列的由大方向轉向實際具體，因此因此水上活動課程與宣導之內容中除教導學生各項水上活動需具備的水上安全知識外，也應加強海、溪、河、湖等開放水域的安全基本常識（莊淑婷、吳明翰，2016）相較於封閉的水域如游泳池，海、溪、河、湖等開放水域因為水流以及地形的多變，危險提高了很多，溪、河、湖的部分擁有吸力的暗流和漩渦，海洋的部分則需要非常注意由海岸帶到海中的離岸流（Ishikawa, Komine, Aoki & Okabe, 2014; Paxton & Collins, 2014）除了以上尚有遇到動物攻擊的常

識與處理、評估浪況…許多潛在因素，以上的具備能民的民眾了解風險所在，所謂找到問題的關鍵，事情就解決了一半，如有一套盡可能完善的水上常識線上教材搭配天候狀況，給民眾使用也不失為一個良好的辦法。

根據 Dowling 與 Staelin 1994 在其知覺風險模型中提到，影響消費者整體知覺風險的決定因素，包括消費者特性，產品本質，購買情境，文化等影響。知覺風險水準之高低主要受到購買情境所支配（Dowling & Staelin, 1994）故良好的關懷性服務品質對購買情境的改善有所幫助，理由是親切與和善，氣氛有助於降低防衛心理，增強彼此互動的意圖。另外，因此根據以上如改變水上活動中的情境為可行之方向，目的在於化解知覺禁忌、知覺迷信所生之心理風險，而非身體、社會等、財務等心理風險之延伸（有上方安全相關事項之完備為前提），具體可行的方法有增加救生員之人數，將救生員分為指導服務與實際救生兩系統，這一來可以使救生員的工作內容在兩系統間輪流不再是職業倦怠的巡邏、站班、監視，二來由於有指導服務的產生增加了民眾與水上活動的親近，救生員則是這中間最重要的橋樑，扮演著擁有良好關懷性的指導遊客水域的安全以及水上活動的豐富內容，但擴編救生員體制需要的是經費，關於經費的來源則需有格局視野之編列。

## 2. 「主觀規範」

因為主觀規範會受參考群體影響，所以建議教育部體育署應能多多舉辦水上活動，邀請參考群體人員參與，與民眾建立良好的互動關係，並於活動中邀請水上專家介紹豐富的水上活動與安全認知，進而提升民眾的從事水上活動意願，當此群體之活動宣傳開來，將淡化原有之迷信，創造預期的群體規範效果。

目前體育署 I 運動資訊平臺粉絲團有不錯之內容，但平日觀看人數僅 10 來位，真正將海洋立國為導向應當將水上活動之重要內容如上述針對知覺風險所說，水上活動需具備的安全知識外，天候、各定位點



潮汐、洋流、離岸流、甚至游泳與水上活動教學，放置網路，使民眾用手機便隨手可得水上活動資訊，並投資廣告，快速擴展不失為一個良策。

有一種恐懼叫做不知道，因為不瞭解自己的能力所能從事活動的程度加上不知道水域的風險所在，就往往容易發生意外，這時如果周遭親朋好友有所謂的迷信、禁忌，那麼少碰為妙之信念就容易擴散開來，這讓東北季風前（臺灣東北季風不適水上運動進行），鬼月這段最適合進行水上活動的時光棄如敝屣。

綜合以上，因此由以上方法漸入式提高民眾知覺水域活動之重要性與興趣水準便可以提高其涉入程度（Engel & Blackwell，1993），同時另一個觀點所謂找出問題，這問題便解決了一半，因此當民眾因為長期涉入水域活動，知道水域真正的危險所在，亦即因為高涉入程度導致對風險的知覺提高（Venkatraman，1989；Dholakia，2000），瞭解風險真正的來源才能有效的預防此風險，不易受危言聳聽。

## 文獻

- 中華民國交通部觀光局（2005-2015） 觀光局國人旅遊狀況調查 臺北市：中華民國交通部觀光局
- 中華民國交通部觀光局（2005-2016） 國內主要觀光遊憩據點遊客人數月別統計 臺北市：中華民國交通部觀光局
- 王小鋼（2007） 貝克的風險社會理論及其啟示-評《風險社會》和《世界風險社會》 河北法學，頁 25（1），6-10
- 王存國，戴基峰、王凱（2004） 影響消費者接受線上購物傾向之探討-結合慎思行動理論以及交易成本理論 資訊管理學報，頁 11（1），117-121
- 王院成（2008） 贛閩粵客家傳統社會風水信仰民俗的心理理解讀 歷史月刊，頁 244，65
- 王慶堂、葉時碩、陳玉珏、黃宗成（2009年12月） 不同水域活動類型參與者之遊憩衝突、調適行為及忠誠度之關係研究 運動與遊憩研究，頁 1-19
- 王震武、林文瑛、張郁雯（2011） 科學教育有助於消除迷信嗎？—從思考統整層面所做的觀察 教育心理學報，頁 42（3），482-486
- 田博仁（2000） 資訊相關從業人員之核心自我評估對迷信之影響 國立中央大學資訊管理研究所碩士論文
- 交通部（2004年2月11日） 水域遊憩活動管理辦法 臺灣
- 任聘（2004） 中國民間禁忌 中國社會科學出版社
- 行政院（2004） 國家海洋政策綱領 臺北：行政院
- 吳英姿、孫淑敏譯（2004） 世界風險社會（原作者：Beck，U） 南京市：南京大學（原著出版於年：1999）
- 宋永坤、連建章（2015） 選擇傳統或廉價航空乘客其影響因素之研究．以「臺北一大阪」航線為例 運輸學刊，頁 27（3），315-320
- 李至宜&謝靜怡（譯）（2013） 圖騰與禁忌（原作者：S，Freud） 好讀出版有限公司（原著出版年：1913年）
- 李尚雲&陳文祥（2003） 現代迷信的哲學探源 玉溪師範學院學報，頁 19（4），48-49
- 李美枝（1986） 社會心理學：理論研究與應用 臺北：大洋出版社
- 李緒鑑（1989） 民間禁忌與情性心理 科學出版社
- 每日頭條（2017年2月7日） 七月為什麼被稱為「鬼月」 擷取自 每日頭條：  
<https://kknews.cc/zh-tw/culture/kz52jlp.html>
- 汪浩譯（2004） 風險社會--通往另一個現代的路上（原作者：Beck U） 巨流圖書（原著出版於年：1986）
- 汪培基譯（1991） 金枝（上/下）（原作者：Frazer，J G） 桂冠（原著出版

- 年:1990)
- 沈潔 (2006) 反迷信 話語及其現代起源 史林
- 林明峪 (1983) 臺灣民間禁忌 聯亞出版社
- 林書吉 (2008) 國外自助旅行者持續參與和知覺風險之研究 未出版碩士論文  
雲林縣: 國立雲林科技大學
- 林素娟 (2005) 先秦至漢代禮俗中有關厲鬼的觀念及其因應之道 成大中文學  
報, 頁 13, 59-94
- 侯建章 (2016 年 7 月 1 日) 海洋通識教育課程: 澎湖海洋運動概論 通識學刊:  
理念與實務, 頁 93-120
- 侯傑泰、溫忠麟、成子娟 (2004) 結構方程模式及其應用 北京: 教育科學出版  
社
- 柯雲路 (1994) 人類神秘現象破譯 (上) 臺北市: 時報文化
- 洪順慶 (2005) 行銷管理 臺北: 新陸書局股份有限公司
- 徐福全 (1994) 論臺灣民間喪葬禮俗中之禁忌及日常生活中因喪葬禮俗所引起  
之禁忌 民間信仰與中國文化國際研討會論文集 臺北
- 徐德明 (2003) 民間禁忌 廣東教育出版社
- 海洋白皮書 (2001) 臺北市: 行政院研究發展考核委員會
- 高明瑞、洪振超、黃啓誠 (2003) 生態旅遊行為模式研究 戶外遊憩研究, 頁  
16 (2), 26-29
- 高洪興 (2005) 中國鬼節與陰陽五行: 從清明節到中元節說起 復旦學報 (社會  
科學版), 頁 4, 139-140
- 張勇風 (2010) 戲曲藝人戲神崇祀及禁忌文化析微 戲劇研究, 頁 6, 27-50
- 張婉茹 (1986) 鬼影幢幢話七月 師友月刊, 頁 230, 38-40
- 張新立&沈依潔 (2005) 民眾步行行為意向之研究—以臺北市市民為例 運輸學  
刊, 頁 17 (3), 236-239
- 教育部 (2007) 海洋教育政策白皮書 臺北市: 教育部
- 教育部 (2008) 教育部補助推動學校游泳及水域運動實施要點 臺北市: 教育部
- 教育部 (2010) 教育部推動 [泳起來專案計畫] 政策說帖 臺北市: 教育部
- 曹勝雄、王麗娟 (2001) 旅遊產品知覺風險與降低風險策略之研究 旅遊管理研  
究, 頁 1, 12~15
- 莊淑婷 (2010) 民俗信仰對臺灣病患在鬼月進行選擇性手術意願的影響政府學  
術研究計畫 (編號: NSC 98-2410-H-240-001) 國科會專題研究計畫
- 莊淑婷、吳明翰 (2016) 現況與未來建議 教育部學生水域運動發展策略 學  
校體育, 頁 6-12
- 許旻棋、許富淑 (2007) 推動學生游泳能力對水域活動安全影響之研析 大專體  
育, 頁 89, 112-118
- 郭明煌、廖鴻圖、蕭麗齡、王亭雅 (2014) 資訊隱私顧慮對社群 網站使用者使



- 用意圖影響之研究—以 Facebook 為例 中華民國資訊管理學報，頁 21 (4)，345-347
- 郭思瑋 (2012) 知覺風險與醫療體驗對口碑意圖之影響 臺北科技大學經營管理系碩士班學位論文，頁 1-56
- 陳其邁譯 失控的世界：全球化與知識經濟時代的省思 (原作者：Anthony Giddens) 2001 臺北市：時報 (原著出版年：1999)
- 陳建文、李有仁、嚴秀茹、鄭江宇 (2008) 消費者使用購物網站之行為模式 資訊管理學報，頁 15 (3)，6-12
- 陳政宏 (2002) 從「科普」及翻譯看臺灣高等教育與現代化的一些困境 擷取自 <http://mywebnckuedutw/~chenjh/articles/poptranspdf>
- 陳羿戎、林玫君 (2015) 「光榮犧牲」的省思：1939 年嘉義高女水難事件之議論 體育學報，頁 48 (3)，323-328
- 陳瑄喻 (2016 年 07 月 26 日) 鬼月怕動刀 本月手術暴增 4 成 臺北報導：中國時報-中央社
- 陳馥萱、林美華 (2012) 一位椎間盤突出合併脊椎狹窄患者的術後照顧經驗 弘光學報，頁 48-61
- 善存 (2014 年 09 月 26 日) 12 星座迷信指數 擷取自 自由時報：  
<http://newslncomtw/news/supplement/paper/816436>
- 粟四維 & 莊友豪 (2010) 虛擬社群成員知識分享意圖探討 資訊管理學報，頁 17 (3)，186-187
- 黃文博 (2013) 南鯤鯓代天府的普渡及儀式 傳藝雙月刊，頁 106，70-79
- 黃克武 (2013) 中國近代思想中的「迷信」 東アジアにおける知的交流——キイ・コンセプトの再検討——，頁 44，185-200
- 黃志盛 (2014) 廖鴻基筆下的海洋民俗 高雄海洋科大學報，頁 28，149-153
- 黃益源 (2016 年 8 月 4 日) 7 月抓交替真相曝光?! 網友：鬼難當 擷取自 中華電視公司：  
<http://newsctscomtw/cts/life/201608/201608041782224html#WRTi6euGPIU>
- 黃素卿 (2008) 屏東縣琉球鄉婚姻與生育禮俗之探究 頁 84-86
- 黃惠芝、張家銘 (2008) 日月潭嘉年華水上活動吸引力與運動觀光客參與動機、滿意度及忠誠度之研究 休閒暨觀光產業研究，頁 3 (1)，37-39
- 黃幹忠、劉薇玲、古雅芳 (2012) 購屋者對負面風水之認知程度及其對購屋意願的影響—以臺南市為例 建築與規劃學報，頁 13 (1)，30-31
- 黃臺珠 (2015) 科技素養計畫 2015 年：公民科技素養調查研究執行報告 中山大學公民素養推動研究中心
- 楊書成、陳冠霖、趙仲宇 (2009) 從體驗行銷觀點探討部落格瀏覽行為之研究—以超級星光大道為例 管理評論，頁 28 (1)，77-80
- 楊書銘 (2001) 強制垃圾分類政策對民眾資源回收行為之影響評估

- 萬建中（2005） 中國民間禁忌風俗
- 葉國樑（1996） 臺北市國中學生垃圾分類行為意圖研究 中華民國衛生教育學會
- 榮泰生（2005） 行銷學 臺北：五南圖書出版股份有限公司
- 熊文君（2006） 迷信消費利益與成本之探討 輔仁大學企業管理學系
- 臺灣地區近岸海域遊憩活動管理辦法（2004年4月09日） 擷取自 全國法規資料庫：<http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=K0110011>
- 劉冬泉（1990） 黃道吉日析 北京：中國工人出版社
- 劉北成譯（2003） 知識社會中的不確定性（原作者：Sven Ove Hansson） 國際社會科學雜誌（International Social Science Journal）中文版，37-45
- 劉廷揚、洪雪琴、黃筑萱（2009） 信眾對信仰社會功能的看法與信奉行為關係之研究－以東港東隆宮溫王爺信仰為例 人文社會科學研究，頁 51-78
- 劉純（2001） 旅遊心理學 揚智文化
- 劉閩（2011） 鬼門大開孟蘭節 九鼎，頁 46，62-64
- 劉麗君（2006） 華人迷信信念之初探-以臺灣地區為例 輔仁大學管理學研究所碩士論文
- 蔡長清、高淑娟（2011） 觀光工廠遊客之涉入程度、態度、主觀規範、知覺行為控制與旅遊意願之相關研究－以高雄橋頭糖廠為例 商業現代化學刊，頁 265-268
- 蔡昭玉 & 陳得發（2009） 直銷產品消費者知覺風險與降低知覺風險策略之研究－以網路族群為例 直銷管理評論，頁 1（2），27-54
- 蔡登秋（2008） 心靈鏡像－客家的巫信仰與民間禁忌 歷史月刊，頁 75-76
- 蔡瓊姿（2011年5月） 臺灣的海洋，海洋的臺灣？重型帆船運動趨勢探究 臺灣水域運動學報，頁 148-156
- 鄭如伶、蔡銘修 & 鄭如珍（2012） 大學生網購知覺風險與購買意願之關係 萬能商學學報，頁（17），27-40
- 鄭渝儒（2011） 屏東縣原住民的西醫及傳統醫療態度之探討：以風險社會理論為觀點 南華大學自然醫學系碩士論文
- 薛莫（2009） 迷信是演化來的 科學人雜誌，83（1），112
- 薛曉源、劉國良（2005） 全球風險世界：現在與未來－德國著名社會學家，風險社會理論創始人烏爾里希·貝克教授訪談錄 馬克思主義與現實，頁（1），44-55
- 謝明勳（1998） 避諱與禁忌-評周廣業《經史避名彙考》「物類避忌」 書目季刊，頁 32（2），46-50
- 韓可宗 & 洪瑞婷（2008） 風水專家意見一致性之實證研究 地理學報，頁（53），27-47
- 瞿海源（1999） 術數流行與社會變遷 臺灣社會學刊，頁 22，15-18
- 簡守信、陳金城、簡瑞騰、黃介琦、何旭爵、李丞永（2013） 在農曆七月開刀

- 的預後存活較差嗎? 臺灣醫界, 頁 56 (8), 23-24
- 羅問 (2001) 臺灣民間禁忌 禾馬文化事業有限公司
- 羅景賢 (2015) 徵收神明: 民間信仰與土地徵收的互動關係 客家委員會 105 年度 客家研究優良博碩士論文獎助, 頁 1~8
- 行政院體育委員會 (2005) 臺灣地區海洋運動發展策略 之研究: 以澎湖縣及連江縣為例 臺北市: 行政院體育委員會
- Ajzen, I., Julius, K., & Jurgen, B. (1985). "From Intention to Action: A Theory of Planned Behavior," in Action Control: From Cognition to Behavior. Heidelberg: Springer-Verlag.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. NJ: Prentice-Hall Englewood Cliffs.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. Organization Behavior and Human, 50, 179-211.
- Bagozzi, R. P. (1981). Attitudes, intentions, and behavior: A test of some key hypotheses. Journal of personality and social psychology, 41 (4), 607.
- Bansal, H. S., & Voyer, P. A. (2000). Word-of-mouth processes within a services purchase decision context. Journal of service research, 3 (2), 166-177.
- Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. In Proceedings of the 43rd National Conference of the American Marketing Association. Chicago, Illinois: American Marketing Association.
- Berg Flexner, S., & Hanck, L. (1987). The Random House dictionary of the English language. New York: Random House.
- Berger, J. (2003). Religious nongovernmental organizations: An exploratory analysis. International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 14 (1), 15-39.
- Berry, W. D. (1990). Contemporary trends in aquatics. Journal of Physical Education, Recreation & Dance, 61 (5), 35-35.
- Berube, M. (Ed.) (1985). The American Heritage Dictionary: Second College Edition. Houghton Mifflin.
- Bettman, J. R. (1973). Perceived risk and its components: A model and empirical test. Journal of marketing research, 184-190.
- Brooker, G. (1984). An assessment of an expanded measure of perceived risk. ACR North American Advances.
- Brugger, P., & Graves, R. E. (1997). Testing vs. believing hypotheses: Magical ideation in the judgement of contingencies. Cognitive Neuropsychiatry, 2 (4), 251-272.
- Campbell, C. (1996). Half-belief and the paradox of ritual instrumental activism: A theory of modern superstition. British Journal of sociology, 151-166.



- Carlson, B. D., Mowen, J. C., & Fang, X. (2009) . Trait superstition and consumer behavior: Re-conceptualization, measurement, and initial investigations. *Psychology & Marketing*, 26 ( 8 ) , 689-713.
- Clarke, S., & Ward, K. (2006) . The role of leader influence tactics and safety climate in engaging employees' safety participation. . *Risk Analysis*, 26 ( 5 ) , 1175-1185.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998) . Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28 ( 15 ) , 1429-1464.
- Cordell, V. V. (1993) . Interaction effects of country of origin with branding, price, and perceived performance risk. *Journal of International Consumer Marketing*, 5 ( 2 ) , 5-20.
- Courneya, K. S., Bobick, T. M., & Schinke, R. J. (1999) . Does the theory of planned behavior mediate the relation between personality and exercise behavior? *Basic and Applied Social Psychology*, 21 ( 4 ) , 317-324.
- Cox, D. F. (1967) . Risk taking and information handling in consumer behavior.
- Crompton, J. (1992) . Structure of vacation destination choice sets. *Annals of tourism research*, 19 ( 3 ) , 420-434.
- Cunningham, G. B., & Kwon, H. (2003) . The theory of planned behaviour and intentions to attend a sport event. *Sport Management Review*, 6, 127-145.
- Cunningham, S. M. (1967) . Perceived risk and brand loyalty. Risk taking and information handling in consumer behavior, 507-523.
- Darke, P. R., & Freedman. (1997) . Lucky events and beliefs in luck: Paradoxical effects on confidence and risk-taking. . *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23 ( 4 ) , 378-388.
- Derbaix, C. (1983) . Perceived risk and risk relievers: An empirical investigation. *Journal of economic psychology*, 3 ( 1 ) , 19-38.
- Devellis, R. F. (1991) . Scale development: Theory and applications. CA: Sage. Newbury Park.
- Dholakia, U. M. (2001) . A motivational process model of product involvement and consumer risk perception. *European Journal of marketing*, 35 ( 11/12 ) , 1340-1362.
- Dictionary, O. E. (2010) . Pocket Oxford Dictionary.
- Dodds, William B. and Dhruv Grewal (1991) . Effect of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluation. *Journal of Marketing Research*, 28 ( August ) , 307-319.
- Dowling, G. R. & Staelin, R. (1994) . A model of perceived risk and intended risk-

- handling activity. *Journal of consumer research*, 21 ( 1 ) , 119-134.
- Dunn, M. G., Murphy, P. E., & Skelly, G. U. ( 1986 ) . Research note: The influence of perceived risk on brand preference for supermarket products. *Journal of retailing*.
- Engel, A., Fujiyoshi, Y. & Agre, P. ( 2000 ) . The importance of aquaporin water channel protein structures. *The EMBO journal*, 19 ( 5 ) , 800-806.
- Engel, J. F., & Roger, D. (1982). Blackwell (1982). *Consumer behavior*, 4.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. ( 1995 ) . *Consumer behavior*, 8th. New York: Dryder.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. ( 1975 ) . *Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research*. Commonwealth of Massachusetts: Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. ( 1981 ) . Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 ( 3 ) , 39-50.
- Foster, K. R., & Kokko, H. ( 2009 ) . The evolution of superstitious and superstition-like behaviour. *Proceedings of the Royal Society of London B: Biological Sciences*, 276 ( 1654 ) , 31-37.
- Fox, C. R., & See, K. E. ( 2003 ) . Belief and preference in decision under uncertainty. *Thinking: Psychological perspectives on reasoning, judgment and decision making*, 273-314.
- Garner, S. J. ( 1986 ) . Perceived risk and information sources in services purchasing. *The mid-Atlantic journal of business*, 24 ( 2 ) , 49-58.
- Glendon, A. I., & Litherland, D. K. . ( 2001 ) . Safety climate factors, group differences and safety behaviour in road construction. . *Safety Science*, 39 ( 3 ) , 157-188.
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. J. ( 2000 ) . The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands. *Journal of advertising*, 29 ( 3 ) , 43-54.
- Greator, M., & Mitchell, V. W. ( 1994 ) . Modelling consumer risk reduction preferences from perceived loss data. *Journal of Economic Psychology*, 15 ( 4 ) , 669-685.
- Grimmer, M. R., & White, K. D. ( 1992 ) . Nonconventional beliefs among Australian science and nonscience students. *The Journal of psychology*, 126 ( 5 ) , 521-528.
- Han, H., Hsu, L. T. J., & Sheu, C. ( 2010 ) . Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Application of the theory of planned behavior to green hotel choice:*

- Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism management*, 31 ( 3 ) , 325-334.
- Havlena, W. J., & DeSarbo, W. S. . ( 1991 ) . On the measurement of perceived consumer risk. *Decision Sciences*, 22 ( 4 ) , 927-939.
- Hoyt, A. L., Rhodes, R. E., Hausenblas, H. A., & Giacobbi, P. R., Jr. ( 2009 ) . Integrating five-factor model facet-level traits with the theory.
- Huang, J. J. ( 2009 ) . Revised behavioural models for riskless consumer choice. *Journal of the Operational Research Society*, 60 ( 9 ) , 1237-1243.
- Igbaria, M., & Baroudi, J. J. ( 1995 ) . The impact of job performance evaluations on career advancement prospects: An examination of gender differences in the IS workplace. *MIS quarterly*, 107-123.
- Ishikawa, T., Komine, T., Aoki, S. I., & Okabe, T. . ( 2014 ) . Characteristics of rip current drowning on the shores of Japan. *Journal Of Coastal Research*, 72 , 44-49.
- Jacoby & Kaplan, L. B.J., . ( 1972 ) . The Components of Perceived Risk. in SV - Proceedings of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research, eds. M. Venkatesan. Chicago: Association for Consumer Research.
- Jahoda, G. ( 1969 ) . *The Psychology of Superstition*. Harmondsworth. England: Penguin.
- Jahoda, G. ( 1970 ) . *The psychology of superstition*.
- Jahoda, G. ( 1971 ) . *The Psychology of Superstition*. UK: Penguin Books.
- Johnston, J. C., De Groot, H. P., & Spanos, N. P. . ( 1994 ) . The structure of paranormal belief: A factor-analytic investigation. *Imagination, Cognition and Personality*, 14 ( 2 ) , 165-174.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. . ISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language. Scientific Software International.
- Kaplan, L. B., Szybillo, G. J., & Jacoby, J. . ( 1974 ) . Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation. *Journal of applied Psychology*, 59 ( 3 ) , 287.
- Katz, J. ( 1996 ) . *The All-American Aquatic Handbook: Your Passport to Lifetime Fitness*. Allyn & Bacon.
- Kotler, Philip J. ( 1991 ) . *Marketing Management ( Seventh Edition )* . NJ: Prentice-Hall Englewood Cliffs.
- Kramer, T., & Block, L. ( 2007 ) . Conscious and nonconscious components of superstitious beliefs in judgment and decision making. *Journal of Consumer Research*, 34 ( 6 ) , 783-793.
- Kushwaha, T., & Shankar, V. ( 2013 ) . Are multichannel customers really more



- valuable? The moderating role of product category characteristics. *Journal of Marketing*, 77 (4) , 67-85.
- Laroche, M., McDougall, G. H., Bergeron, J., & Yang, Z. (2004) . Exploring how intangibility affects perceived risk. *Journal of Service Research*, 6 (4) , 373-389.
- Larsson, S., Pousette, A., & Törner, M. (2008) . Psychological climate and safety in the construction industry-mediated influence on safety behaviour. *Safety Science*, 46 (3) , 405-412.
- Lindeman, M., & Aarnio, K. (2007) . Superstitious, magical, and paranormal beliefs: An integrative model. *Journal of research in Personality*, 41 (4) , 731-744.
- Lindeman, M., Cederström, S., Simola, P., Simula, A., Ollikainen, S., & Riekkari, T. (2008) . Sentences with core knowledge violations increase the size of N400 among paranormal believers. *Cortex*, 44 (10) , 1307-1315.
- Lip, E. (1992) . Chinese numbers: significance, symbolism, and traditions. Times Books International.
- Locander, W. B., & Hermann, P. W. (1979) . The effect of self-confidence and anxiety on information seeking in consumer risk reduction. *Journal of Marketing Research*, 268-274.
- Lopes, L. L. (1987) . Between hope and fear: The psychology of risk. In *Advances in experimental social psychology* ( Vol. 20, pp. 255-295 ) . Academic Press.
- Lutz, R. J., & Reilly, P. J. (1974) . An exploration of the effects of perceived social and performance risk on consumer information acquisition. *ACR North American Advances*.
- Malinowski, B. (1954) . *Magic, science and religion*. New York.
- McKechnie, J. L. (1983) . Webster' s New Twentieth Century Dictionary of the English Language Unabridged.
- Milgram, S., & van Gasteren, L. (1974) . *Das Milgram-Experiment*. Rowohlt.
- Mitchell, V. W., & Greathouse, M. (1993) . Risk perception and reduction in the purchase of consumer services. *Service Industries Journal*, 13 (4) , 179-200.
- Mitchell, V. W., & Greathouse, M. (1989) . Risk reducing strategies used in the purchase of wine in the UK. *European Journal of Marketing*, 23 (9) , 31-46.
- Mitchell, V. W. (1992) . Understanding consumers' behaviour: can perceived risk theory help? *Management Decision*, 30 (3) .
- Mitchell, V. W. (1999) . Consumer perceived risk: conceptualisations and models. *European Journal of marketing*, 33 (1/2) , 163-195.
- Mitra, K., Reiss, M. C., & Capella, L. M. (1999) . An examination of perceived risk, information search and behavioral intentions in search, experience and credence

- services. *Journal of Services Marketing*, 13 ( 3 ) , 208-228.
- Monroe, Kent B. ( 1990 ) . *Pricing: Making Profitable Decisions*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Murray, K. B., & Schlacter, J. L. ( 1990 ) . The impact of services versus goods on consumers' assessment of perceived risk and variability. *Journal of the Academy of Marketing science*, 18 ( 1 ) , 51-65.
- Murray, K. B., & Schlacter, J. L. ( 1990 ) . The impact of services versus goods on consumers' assessment of perceived risk and variability. *Journal of the Academy of Marketing science*, 18 ( 1 ) , 51-65.
- Neal, A., & Griffin, M. — A study of the lagged relationships among safety climate, safety motivation, safety behavior, and accidents at the individual and group levels. *Journal of Applied Psychology*, 91 ( 4 ) , 946-953.
- Netemeyer, R. G., & Bearden, W. O. ( 1992 ) . A comparative analysis of two models of behavioral intention. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20 ( 1 ) , 49-59.
- Organization, World Tourism ( 1985 ) . *Guidelines for the collection and presentation of domestic and international tourism statistics*. Madrid, Spain: Author.
- Paxton, C. H., & Collins, J. M. . ( 2014 ) . Weather, ocean, and social aspects associated with rip current deaths in the United States. *Journal Of Coastal Research*, 72, 50-55.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. . ( 2001 ) . The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. . *British Journal of Social Psychology*, 40 ( 1 ) , 79-98.
- Peter, J. P., & Tarpey Sr, L. X. . ( 1975 ) . A comparative analysis of three consumer decision strategies. *Journal of consumer research*, 2 ( 1 ) , 29-37.
- Plotnikoff, R. C., Lubans, D. R., Trinh, L., & Craig, C. L. ( 2012 ) . A 15-year longitudinal test of the theory of planned behavior to predict physical activity in a randomized national sample of Canadian adults. *Psychology of Sport and Exercise*, 13 ( 5 ) , 521-527.
- Pratkanis, A. R., & Greenwald, A. G. ( 1989 ) . A sociocognitive model of attitude structure and function. 22, . In *Advances in experimental social psychology* ( Vol. 22, pp. 245-285 ) Academic Press.
- Rippee, N., & Sanders, M. E. ( 1994 ) . Water fitness research. *IDEA*, 49-60.
- Robertson, T. S., Zielinsky, J., & Ward, S. ( 1984 ) . . . *Consumer Behavior*, Glenview ( Ill. ) . 1984. Google Scholar.
- Roselius, T. ( 1971 ) . Consumer rankings of risk reduction methods. *The journal of marketing*, 56-61.

- Rudski, J. (2003) . What does a “superstitious” person believe? Impressions of participants . *The Journal of general psychology*, 130 (4) , 431-445.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. . (2004) . *Consumer behaviour* 8 th ed. Upper Saddle.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004) . *A beginner's guide to structural equation modeling*. Psychology Press.
- Segars, A. H., & Grover, V. (1993) . Re-examining perceived ease of use and usefulness: A confirmatory factor analysis. *MIS quarterly*, 517-525.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. . (1988) . The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of consumer research*, 15 (3) , 325-343.
- Shimp, T. A., & Bearden, W. O. (1982) . Warranty and other extrinsic cue effects on consumers' risk perceptions. *Journal of Consumer research*, 9 (1) , 38-46.
- Shweder, R. A., Casagrande, J. B., Fiske, D. W., Greenstone, J. D., Heelas, P., Laboratory of Comparative Human Cognition & Lancy, D. F. . (1977) . Likeness and likelihood in everyday thought: magical thinking in judgments about personality [and comments and reply]. *Current anthropology*, 18 (4) , 637-658.
- Simmons, L. C., & Schindler, R. M. . (2003) . Cultural superstitions and the price endings used in Chinese advertising. *Journal of International Marketing*, 11 (2) , 101-111.
- Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998) . Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of travel research*, 37 (2) , 171-177.
- Srinivasan, N., & Ratchford, B. T. (1991) . An empirical test of a model of external search for automobiles. *Journal of Consumer research*, 18 (2) , 233-242.
- Stone, R. N., & Grønhaug, K. (1993) . Perceived risk: Further considerations for the marketing discipline. *European Journal of marketing*, 27 (3) , 39-50.
- Superstition. . 2018 年 2 月 12 日 擷取自 The Editors of Encyclopædia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/superstition>
- Sweeney, J. C., Soutar, G. N., & Johnson, L. W. . (1999) . The role of perceived risk in the quality-value relationship: a study in a retail environment. *Journal of retailing*, 75 (1) , 77-105.
- TeasK., & Agarwal, S.R. (2000) . The effects of extrinsic product cues on consumers’ perceptions of quality, sacrifice, and value. *Journal of the Academy of marketing Science*, 28 (2) , 278-290.
- Tobacyk, J. J., Nagot, E., & Miller, M. (1988) . Paranormal beliefs and locus of



- control: A multidimensional examination. *Journal of personality assessment*, 52 ( 2 ) , 241-246.
- Tobacyk, J., & Milford, G. . ( 1983 ) . Belief in paranormal phenomena: Assessment instrument development and implications for personality functioning. *Journal of personality and social psychology*, 44 ( 5 ) , 1029.
- Tobacyk, J. J. ( 2004 ) . A Revised Paranormal Belief Scale. *The International Journal of Transpersonal Studies*.
- University, Delft ( 2006 ) . *Architecture Annual 2004-2005 Delft University of Technology*. Uitgeverij.
- Venkatraman, M. P. (1989). Involvement and risk. *Psychology & Marketing*, 6(3), 229-247.
- Venkatraman, S., Aloysius, J. A., & Davis, F. D. ( 2006 ) . Multiple prospect framing and decision behavior: the mediational roles of perceived riskiness and perceived ambiguity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 101 ( 1 ) , 59-73 .
- Vyse, S. A. ( 1997 ) . *Believing in Magic: The Psychology of Superstition*. New York: Oxford University Press.
- Vyse, S. A. ( 2013 ) . *Believing in magic: The psychology of superstition-updated edition*. Oxford University Press.
- Warren, H. C. ( 1935 ) . *Dictionary of psychology*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Wiseman, R., & Watt, C. . ( 2004 ) . Measuring superstitious belief: Why lucky charms matter. *Personality and individual differences*. *Personality and individual differences*, 37 ( 8 ) , 1533-1541.
- Witt, J., & Rao, C. P. ( 1993 ) . The impact of global sourcing on consumers: country-of-origin effects on perceived risk. *Journal of Global Marketing*, 6 ( 3 ) , 105-128.
- Wu, C. H. J., Liao, H. C., Hung, K. P., & Ho, Y. H. ( 2013 ) . Service guarantees in the hotel industry: Their effects on consumer risk and service quality perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 31 ( 3 ) , 757-763.
- Yates, J. ( 1992 ) . *Risk-taking behavior*. John Wiley & Sons.
- Zeithaml, Valerie A. (1988) . Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52 ( July ) , 2-22.

## 附錄

親愛的先生、女士您好：

這是一份學術性研究的問卷，目的在於了解「迷信對臺灣民眾在鬼月進行水上活動意願之影響」，請您依據個人的真實想法，詳細填寫這份問卷的每一個問題。本問卷結果僅供學術研究之用，資料內容絕不對外洩漏，敬請安心作答。您的熱心參與將有助於本研究的順利完成，懇請您務必回覆，在此向您獻上衷心的感謝。

敬請鈞安

僑光科技大學企業管理系

指導教授：莊淑婷博士

學生：鄒嘉

### ◎知覺禁忌

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
	1	2	3	4	5
1. 鬼月時，我會盡量避免到海邊或河邊戲水。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我不會在鬼月結婚、訂婚。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 鬼月時，諸如搬家、入厝、或買房子的活動最好都暫停，直到鬼門關上為止。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ◎知覺迷信

1. 我有一個幸運數字。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 4 是不吉利的數字。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 算命師可以預測未來。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 算命師卜的卦，有可能會實現。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我會為獲得好運而去特別做一些事。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我會為了規避壞運而去特別做一些事。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
7. 我有一些迷信沒有被列在上述說明中。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ◎知覺風險

1. 鬼月進行水上活動的想法會造成心理上的不安(毛毛的)。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 鬼月進行水上活動的想法會造成不必要的焦慮。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 鬼月進行水上活動的想法會造成不必要的緊張。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 鬼月進行水上活動的想法會造成心理上的忌諱。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 鬼月進行水上活動可能會不順利，造成心神不寧。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ◎主觀規範

1. 我的親朋好友認為我不應該在鬼月進行水上活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我的親朋好友不贊成我在鬼月進行水上活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我的家人贊成我在鬼月進行水上活動。(-)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ◎態度

1. 我認為在鬼月進行水上活動的行為是不值得。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我認為在鬼月進行水上活動的行為是不好的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我認為在鬼月進行水上活動的行為是不明智的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ◎行為意圖

1. 我不會考慮在鬼月進行水上活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我會避免在鬼月進行水上活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我不願意在鬼月進行水上活動。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ◎個人基本資料

請教您一些個人基本資料，這些只是作為統計分析用，絕不對外公開，請放心填答。

1. 您的性別： 1 ☐男 2 ☐女

2. 您的年齡： 1 ☐19-25歲 2 ☐26-30歲 3 ☐31-35歲 4 ☐36-40歲 5 ☐41-45歲

3. 學歷： 1 ☐高中職 2 ☐專科／大學 3 ☐碩士 4 ☐博士

4. 宗教信仰： 1 ☐佛教 2 ☐道教 3 ☐民俗信仰 4 ☐基督教 5 ☐天主教 6 ☐其他宗教



5.產業別： 1☐全職學生 2☐軍 3☐公 4☐教 5☐製造業 6☐服務業 7☐自由業  
8☐農畜漁牧 9☐其他

6.平均月收入： 1☐10元以下 2☐10-25元 3☐25-40元  
4☐40-60元 5☐60-80元 6☐80-100元  
7☐100以上

【問卷到此全部結束，感謝您熱心的協助，謝謝！】

