

國立台東大學健康促進與休閒管理研究所休閒事業管理組

碩士論文

指導教授：陳美芬 博士

攝影愛好者對台東攝影旅遊意象之研究



研究生：侯方達 撰

中華民國九十七年六月

國立台東大學

學位論文考試委員審定書

系所別：健康促進暨休閒管理(休閒事業組)碩士專班

本班 侯方達 君

所提之論文攝影愛好者對台東攝影旅遊意象之研究

業經本委員會通過合於 碩士學位論文 條件
 博士學位論文

論文學位考試委員會：

李青松

(學位考試委員會主席)

郭連賢

陳美芬

(指導教授)

論文學位考試日期：97年6月15日

國立台東大學

博碩士論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立臺東大學 健康促進與休閒管理系(所)
休閒事業組 97學年度第 2學期取得 _____ 士學位之論文。
論文名稱：攝影愛好者對台東攝影旅遊意象之研究

本人具有著作財產權之論文全文資料，授權予下列單位：

| 同意 | 不同意 | 單位 |
|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | 國家圖書館 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 本人畢業學校圖書館 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 與本人畢業學校圖書館簽訂合作協議之資料庫業者 |

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

同意 不同意 本人畢業學校圖書館基於學術傳播之目的，在上述範圍內得再授權第三人進行資料重製。

本論文為本人向經濟部智慧財產局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請文號為：_____，請將全文資料延後半年再公開。

公開時程

| 立即公開 | 一年後公開 | 二年後公開 | 三年後公開 |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，本人同意視同授權。

指導教授姓名：陳美芬 (親筆簽名)

研究生簽名：侯方達 (親筆正楷)

學號：3795004 (務必填寫)

日期：中華民國 97 年 7 月 28 日

1.本授權書(得自 <http://www.lib.nttu.edu.tw/theses/> 下載)請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。

2.依據 91 學年度第一學期一次教務會議決議:研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化，並至遲於三年後上載網路供各界使用及校內瀏覽。」

謝 誌

記得剛上課的時候，老師的話語言猶在耳：鼓勵同學要成為知識的創造者。這句話現在想來，真讓人覺得汗顏。當我寫完論文，才知道論文的長相是甚麼，審視自己的東西，關於知識的創造，其實還是有段差距。

儘管如此，此刻的心情是充滿喜悅的。畢竟，我的工作不是學者，製造知識也不是我的專長。在這兩年的學習，讓我有機會一窺學術殿堂的面貌，見識到做學問嚴謹的態度和方法，這些過程是讓我收穫最多的地方。對於這篇論文，我就像小孩子一樣完成一件美勞作品，雖然仍有許多成長和改善的空間，但我仍為自己做完一件事情感到高興。

論文可以完成，首要感謝指導教授耳提面命的督促與指正，再者許多關心的朋友、同學們相互的鼓勵與打氣，讓我幾度想要用慢活的態度來面對的時候，最終能咬緊牙撐過去。最後，感謝所有被我引用文章的前輩們。許多的感謝無法一一表述，唯有在此誠摯的跟各位說聲感謝。

侯方達 謹誌

2008.07.28

攝影愛好者對台東攝影旅遊意象之研究

中文摘要

民眾對旅遊的自主性越來越高，傳統大眾旅遊的方式已經無法滿足不同民眾的不同需求，因此大眾旅遊逐漸式微，取而代之的是以滿足各種不同需求為目標的小眾旅遊。為了因應時代潮流趨勢，台東推展觀光的策略應該重視小眾旅遊市場的推廣，其中攝影旅遊就是值得思考的方向之一。

本研究以文獻探討法、深度訪談法和問卷調查法等作為研究工具，主要目的是要探討台東適合發展攝影旅遊的元素以及瞭解遊客如何看台東的攝影旅遊意象。

研究結果得知，台東最吸引遊客前來的攝影題材，屬於自然景觀的部分佔了 72.6%，此外遊客對自然資源意象指標認同的平均值最高，由此得知，大部分民眾對於台東的攝影旅遊意象是建立在自然景觀上面。至於有關各種攝影題材的資訊介紹、活動資訊的取得、交通及住宿的便利性等方面則受到評價不高，顯見台東對於攝影旅遊的親和度和所提供的便利性上都有改善的空間。

根據研究結果，本研究對相關單位提出下列建議：

- (一) 塑造台東攝影旅遊的專業地位
- (二) 加強相關活動對外的宣傳
- (三) 結合節慶及活動舉辦攝影比賽
- (四) 主動推廣攝影旅遊遊程

關鍵字：攝影旅遊、旅遊意象

The Study on A Lover of Photography to the Image of Photograph Travel about Taitung

Abstract

Group travel arranged by your travel agency will not satisfy people's desire in travel any more. We are becoming more and more self-determined when we are on the road. We wish to choose where to go, how to go and when to go, either by oneself or some people you just met yesterday. In other words we want to have more control on our interest, time, and of course on our budget on travel. Especially in Taitung, a place undeveloped without too much artificial scenery, abundant in natural resource, our strategy in developing travel should focus on tailor made for some specific interest group, instead of group travel designed for all. Among tailor-made travel for specific interest, a combination of photography and travel is one direction we can think about because unlimited natural resource we have here in Taitung will be attractive to people like photography and suitable for self-determined.

In this research, research methods we had used document Analysis 、 semi-structured interview and questionnaire survey to look into what elements Taitung equipped with to be an attraction for people like photography and what kind of images travelers have in mind about "Taitung" 。

According to previous researches, 72.6% of travelers were attracted by Taitung natural scenery. Image of Taitung natural scenery has the highest average than other elements such as shopping, building, or historic site. From these previous researches, we learned that the image people have about Taitung was established natural scenery in Taitung. On the other hands, people have less information or resources as to different kinds of photograph subject, collection of photograph activities, transportation, and accommodation 。

It means we should tone up, strengthen and improve the image of photograph travel about approachability and convenience we have in Taitung 。

Research of photographer's image about Taitung photography Travel

According the finding from this research, hereby we suggest the following to related government authority and civil organizations.

- 1.Create and establish professionalism of Taitung photography travel.
- 2.Reinforce marketing and promotion activities about Taitung Photograph Travel.
- 3.To integrate and link up photograph contest with traditional festivals and events in Taitung.
- 4.Popularize and spread actively photograph travel in Taitung

Keywords: Photographing Travel, Travel Imagery



目 錄

第一章 緒論

| | | |
|-----|---------|---|
| 第一節 | 研究背景 | 1 |
| 第二節 | 研究動機與目的 | 2 |
| 第三節 | 名詞釋義 | 3 |
| 第四節 | 研究流程 | 4 |

第二章 文獻探討

| | | |
|-----|-----------|----|
| 第一節 | 旅遊的概念與轉變 | 7 |
| 一、 | 旅遊的意涵 | 7 |
| 二、 | 旅遊型態的轉變 | 10 |
| 第二節 | 攝影旅遊 | 14 |
| 一、 | 攝影的緣起 | 14 |
| 二、 | 攝影的內涵 | 14 |
| 第三節 | 攝影旅遊的發展 | 18 |
| 一、 | 台灣的攝影發展 | 18 |
| 二、 | 攝影旅遊的現況 | 20 |
| 第四節 | 旅遊意象 | |
| 一、 | 旅遊意象的內涵 | 24 |
| 二、 | 旅遊意象的形成 | 27 |
| 三、 | 旅遊意象的衡量 | 30 |
| 四、 | 攝影旅遊意象的建構 | 33 |

第三章 研究方法

| | | |
|-----|---------|----|
| 第一節 | 研究架構與假設 | 41 |
| 第二節 | 研究方法 | 42 |
| 第三節 | 研究工具與實施 | 44 |

| | |
|------------------------|----|
| 第四節 資料處理及分析----- | 49 |
| 第四章 研究結果與分析 | |
| 第一節 台東攝影旅遊的元素----- | 51 |
| 第二節 基本資料分析----- | 55 |
| 第三節 攝影題材認知分析----- | 58 |
| 第四節 攝影旅遊意象分析----- | 64 |
| 第五節 攝影題材與攝影旅遊意象分析----- | 77 |
| 第五章 結論與建議 | |
| 第一節 結論----- | 81 |
| 第二節 建議----- | 84 |
| 參考文獻----- | 88 |
| 附件：----- | 94 |



圖目錄

| | |
|----------------------------|----|
| 圖 1-1-1 研究流程圖----- | 6 |
| 圖 2-4-1 意象的意涵示意圖----- | 25 |
| 圖 2-4-2 遊客意象階層觀念模式之發展----- | 29 |
| 圖 2-4-3 旅遊意象構成圖----- | 30 |
| 圖2-4-4 意象之度量法----- | 33 |
| 圖2-4-5 攝影旅遊意象構面圖----- | 38 |
| 圖2-4-6 攝影旅遊意象構成圖----- | 39 |
| 圖3-1-1研究邏輯與方法----- | 41 |
| 圖 3-1-2 研究架構圖----- | 42 |
| 圖2-4-1問卷設計流程----- | 45 |

表目錄

| | |
|----------------------------|----|
| 表 2-1-1 馬斯洛的需求階層及其內涵表 | 9 |
| 表 2-1-2 後福特主義的旅遊消費特色 | 12 |
| 表 2-1-3 主題旅遊研究彙整表 | 13 |
| 表 2-3-1 台灣婚紗店發展的三個階段 | 20 |
| 表 2-3-2 傳統攝影與數位攝影之比較 | 21 |
| 表 2-4-1 旅遊意象的定義 | 26 |
| 表 2-4-2 旅遊意象項目屬性量表 | 31 |
| 表 2-4-3 旅遊意象對應攝影元素分析表 | 34 |
| 表 2-4-4 攝影題材意象指標分析 | 35 |
| 表 2-4-5 攝影活動意象指標分析 | 36 |
| 表 3-3-1 台東攝影題材 | 44 |
| 表 3-3-2 訪談對象表 | 45 |
| 表 3-3-3 旅遊意象之衡量問項 | 46 |
| 表 4-2-1 人口特質分析表 | 57 |
| 表 4-3-1 攝影題材之次數分配 | 58 |
| 表 4-3-2 台東最吸引人攝影題材之次數分配 | 59 |
| 表 4-3-3 人口變項與拍攝題材選擇之交叉分析表 | 61 |
| 表 4-3-4 人口特質對台東具吸引力題材之交叉分析 | 63 |
| 表 4-4-1 整體攝影旅遊意象認同 | 64 |
| 表 4-4-2 攝影旅遊意象個別分析 | 66 |
| 表 4-4-3 人口特質與自然資源意象之差異分析 | 68 |
| 表 4-4-4 人口特質與地方特色意象之差異分析 | 69 |
| 表 4-4-5 人口特質與地方活動意象之差異分析 | 71 |
| 表 4-4-6 人口特質與攝影便利性意象之差異分析 | 73 |

表 4-4-7 人口特質與攝影親和度意象之差異分析-----75
表 4-5-1 拍攝題材與攝影旅遊意象分析表-----78



攝影愛好者對台東攝影旅遊意象之研究

第一章 緒論

第一節 研究背景

由於社會經濟進步，整體生活水準的提昇，旅遊活動已經成為民眾生活中的一部分。以往大眾對旅遊的參與，就是參加旅行社的遊程，依照旅行社所安排的流程逐點遊玩。旅行社在經濟性、安全性和便利性等種種因素考量下所規劃的景點幾乎大同小異，於是造就出一些熱門景點，讓民眾如朝聖般前仆後繼湧入的旅遊現象，這種大眾旅遊的型態，曾經風靡了整個旅遊市場。不過近年來，民眾對旅遊的自主性越來越高，傳統大眾旅遊的方式已經無法滿足不同民眾的不同需求，因此大眾旅遊模式逐漸式微，取而代之的是以各種不同主題為訴求，滿足不同族群的主題旅遊。主題旅遊是一種小眾市場，小眾市場的特質是反應社會極度分工化所產生的現象，是服務社會上各種組合的不同族群所衍生。從小眾化的角度來看旅遊，代表旅遊的方式從走馬看花得到最大交集滿以足最大多數人的型態，轉變成只針對少數人服務的精緻化趨勢。旅遊精緻化所展現的內涵是往深度發展而不是廣度的擴張，所以旅遊的模式會就單純的目標進行，諸如到文化古城走一趟文化旅遊、喜歡山岳的朋友會組成山岳旅遊、到醫療先進的地區從事美容或醫療的醫療旅遊以及包括近年來備受矚目的生態旅遊等，這些旅遊都有個明確又簡單的目標，也正是小眾旅遊市場興起的寫照。

針對攝影愛好者所包裝的攝影旅遊也是在這樣的環境下應運而生，攝影旅遊的形成有其背景條件，其背後突顯出兩個重要的意涵，第一個就是攝影工業的進步，其二是社會對攝影藝術的認同。攝影器材從傳統底片相機發展到現在的數位相機，使得大眾對於影像取得更容易也更便宜。高階數位相機的價格從原本高不可攀的價位，變成普羅大眾都可以接受的程度，而一般消

費型相機甚至人手一機的情境，這是攝影旅遊得以發展最重要的關鍵因素。攝影技術發明至今不到兩百年的時間，有很長的一段時期攝影只被認定是一項技藝，無法登上藝術的雅堂。而今攝影藝術廣被社會大眾認同和接受，相對的吸引更多人參與攝影的活動，這也是攝影旅遊發展的一項利多。此外，近年來網路的興盛，改變攝影作品發表的生態。以往作品要發表得花一筆沖印費，再來還得有適當的空間才能展示。現在有了數位藝廊後便利多了，作品若要發表，不用再花印製費用就可以放在網路上供更多的人瀏覽，大大提昇發表攝影作品的機會和空間，這也是促進攝影活動蓬勃發展的助力之一。

上述因素的影響，促成發展攝影旅遊的可能性。目前坊間上有許多攝影旅遊的組織，也有許多旅行社辦理國外攝影旅遊的遊程，網路上也不乏討論攝影旅遊的網站跟部落格。這些資訊顯示攝影旅遊在當今的社會中是有特定的族群在支持，有其固定市場。

第二節 研究動機與目的

台東擁有中央山脈和台東山脈為主體的山林風光、有壯闊的東海岸景色，除了這些山光水色的天然資源之外，還有七族的原住民文化、有特色的民俗節慶和豐富的生態面貌等，這些都是吸引外地遊客前來旅遊的因素。在擁有這麼多豐富觀光資源及休閒產業抬頭的大環境下，台東縣政府努力塑造台東的經濟型態，從「以農立縣」變成「觀光立縣」。除積極輔導縣內農漁業轉型為「休閒農漁業」之外，各級鄉鎮公所也大力支持，紛紛舉辦各項觀光活動，吸引外地遊客前來台東旅遊。例如台東縣政府每年舉辦的「南島文化節」、台東市公所舉辦的「馬卡巴嗨」和「元宵節炮轟寒單爺」，以及各鄉鎮公所舉辦的「旗魚祭」、「釋迦節」、「洛神花祭」等不勝枚舉，這些活動都是以增進觀光產業吸引遊客來台東為號召。

為了因應時代潮流趨勢，台東推展觀光的策略應該重視小眾旅遊市場的推廣，其中攝影旅遊就是值得思考的方向之一。因為如同前述台東有許多的元素都是攝影的好題材，這些資源如果可以經過規劃及推廣，當能吸引攝影愛好者的青睞。但是面對這麼多的攝影題材，哪些會是值得端出去的牛肉呢？從外地攝影愛好者的角度來看，哪些才是真正吸引他們會讓他們有動機前去拍攝的題材呢？在外地攝影愛好者的認知裡，台東攝影旅遊的意象是如何？不同的人口特質對這意象的解讀和看法是否會有差別呢？這裡引發本研究的動機。因此，針對這些疑問本研究的目的有下列幾點：

- 一、探討適合台東發展的攝影旅遊元素。
- 二、探討攝影愛好者心目中對於台東的攝影旅遊意象。
- 三、探討不同人口特質對於攝影旅遊意象的認知是否有差異。
- 四、提出研究結果，提供相關單位做為日後推展攝影旅遊活動時參考依據。

第三節 名詞釋義

一、攝影旅遊

本研究「攝影旅遊」的意涵是以攝影結合旅遊活動為而產生的旅遊遊程。攝影活動包含了去拍照和被拍照，無論是拍照或是被拍，其動機是建立在對攝影作品產出的明確構思和企圖，而不是用攝影器材的專業度去衡量。本研究所闡述的攝影旅遊有別於一般遊客到各景點後隨手拿起相機拍照留念，其最大的差異在於攝影旅遊遊程規劃必須要有一個動機是為了攝影而構成。例如為了拍攝金針山的金針花海而到金針山上去的旅遊是攝影旅遊，這不同於因為到了金針山遊玩看到花海很漂亮而拿起相機拍照。此外另一種型態的攝影旅遊如特地到某一景點拍攝婚紗照，雖然是被拍照，但是其出發點都是對應於攝影作品的產出，所以也算是攝影旅遊的一環。

二、攝影旅遊意象

本研究所定義的「攝影旅遊意象」是針對攝影愛好者在旅遊地從事攝影活動的整體意象，這裡面除了反應一般遊客對旅遊地的意象描述之外，比較特殊的是包含攝影活動的反應和觀感。

三、攝影愛好者

在現代生活裡攝影活動已經是很普遍的行為，許多人喜歡用相機去記錄日常生活的點點滴滴，其拍照的頻率非常的高，但是不見得會在意拍出來的照片品質。因此，本研究對於攝影愛好者的定義，並不是指時常拍照的人，而是對於攝影有興趣，且會主動去學習攝影相關技巧和觀念，改進照片內容和品質的人。

四、心象攝影

心象攝影是作者藉由自己主觀的觀察和構思，創造出有別於一般具象的觀看，透過光影、構圖、氣氛等，表達心裡的情緒和感受。心象攝影的樣貌通常不是以唯美的標準去呈現，而是著重在其凝聚的張力和影像的內容跟觀者之間的互動。好的心像攝影作品，可以提供深邃的觀看跟觀者對話，甚至讓人感到震撼。

第四節 研究流程

根據前面的研究背景和研究動機，整個研究的流程如圖 1-1，共分為下列六個階段：

一、構想形成

確定研究的背景和研究動機。

二、文獻回顧

針對本研究所需的議題蒐集文獻，本研究文獻分成三個部分，第一部份是有關旅遊的探討，第二部是有關攝影的發展與攝影的題材等相關探討，第三部分是關於意象的產生和衡量等相關理論。

三、研究設計與研究架構

設計研究方式及研究架構，本研究以人口特質及所拍攝的題材為檢視攝影旅遊意象的變數，探討人口特質和其喜好的攝影風格，對攝影旅遊意象的差異。

四、研究方法

本研究以深度訪談法，對於台東攝影的前輩和專家以及目前在擔任專業領隊的工作者作深度訪談，歸納出台東適合發展攝影旅遊的元素。此外以量化研究的問卷方式，探討攝影愛好者對於台東攝影旅遊意象的看法。

五、資料整合分析

透過統計工具分析問卷，探討各變項間相關及差異，並解釋其意涵。

六、結論與建議

整合資料分析和結果，歸納台東攝影旅遊意象，同時也提出本研究所遇到的限制，和經由本研究而延伸，可以繼續進行的方向和建議。

本研究流程如下：

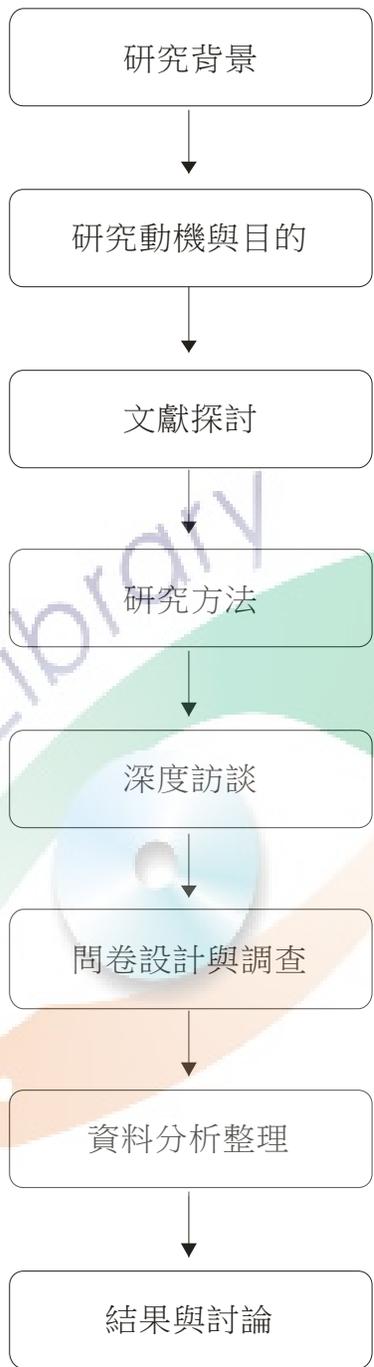


圖 1-1-1 研究流程圖

第二章 文獻探討

現今民眾對於旅遊的概念，已經逐漸從以前走馬看花的形式，轉變成小眾且具有主題的深度旅遊模式。旅遊所產生的意義，也從探索新奇變成含有更豐富的內涵。主題旅遊的形式有許多種，如森林旅遊、山岳旅遊、郵輪旅遊、生態旅遊、文化旅遊等皆有不同的背景與概念。本章節將分別從旅遊、攝影及意象三個方向做文獻探討，藉此建構出攝影旅遊意象。

第一節 旅遊的概念與轉變

一、旅遊的意涵

從旅遊發展史的觀察知道，雖然人類很早以前就有旅遊的活動，但直到二十世紀以前，旅遊仍是少數社會菁英份子才可以享有的特殊活動。然而在現今民主與經濟富裕的社會下，旅遊已經不是少數人專有的特權。探究旅遊的行為，不能只是從個人的角度去分析，因為旅遊已經是一種社會現象，不再只是單獨個案或個人行為，如同豪洛（Arthur Haulot）所言，觀光乃是「我們這時代社會生活的種種形式之一」（黃發曲，1993）。

日常生活中，談及觀光和旅遊，這兩者間似乎很難分辨其差異。現有的觀光書籍中，「旅行」和「觀光」兩個詞常常是可以互換的，它們通常是指「有關人類及其商業活動的一個研究領域，人們由於商務、休閒娛樂或者個人原因等目的暫時離開日生居住及工作環境活動的研究」（尹駿、章澤儀，2004）。國際觀光組織針對觀光旅遊的定義是「與生活節奏和環境之變遷有關，而且也與親身所經歷的環境參觀、自然環境、文化及社會有關的臨時而又自願的旅行現象之總體」。陳思倫(1995)等人則認為：旅遊是在一定經濟條件下產生的，是為了滿足物質和精神上的需要，以遊覽、娛樂為主要目的，離開自己

的定居地到異國、他鄉，至少逗留 24 小時以上的旅行活動。(引自趙宏禧，2001)。羅伯特·麥金拖什 (Robert W. McIntosh) 在『旅遊的原理、體制和科學』一書中對旅遊的定義是：「在吸引和接待旅客及其他訪問者的過程中，由於旅客、旅遊業、政府及地區居民的相互作用而產生的一切現象和關係的總和。」(劉純，2001) 而休烈恩則認為「旅遊為一種概念，含有經濟性的意味，舉凡外來旅客的進入、停留、離開某一特定地區或國家的現象，以及與此有直接關係的事項 (唐學斌，1997)。分析以上學者對於旅遊的定義可以發現旅遊幾個基本特質，就是跟時間、地域和經濟有密切的關係，因此本研究認為旅遊是在經濟條件支持下，用時間去替換空間的活動。

隨著經濟消費能力的提昇，旅遊變成普羅大眾的行為之後，造成許多社會和文化現象，吸引人類學者的重視，開始探討旅遊內在的意涵。旅遊從原本屬於政治性質或是宗教性質變成屬於大眾生活形態，這個本質的轉變，有其脈絡可循。因為構成旅遊的基本因素，是必須同時擁有閒暇的時間和充足的金錢，從這層面來看，旅遊是代表位居金字塔頂端的象徵。無論是在中西方，早期的觀光旅遊活動皆是貴族色彩濃厚，而工業化後，支薪假期使得工人階級亦成為旅遊活動的成員 (劉怡伶，2003)。有足夠的時間和金錢，是構成旅遊最基本的條件，但這只是建構旅遊形成的外在要素。因為有充足的外在要素時，並不代表旅遊行為一定會發生。因此在探索旅遊行為的趨力時，還要瞭解來自內在需求的機制，才能解釋人是如何去面對旅遊的行為。觀光研究人員們一直在尋求某些基本問題答案之一是：觀光客為什麼去旅行？這個看似簡單的問題卻始終是困擾觀光研究人員的難題之 (尹駿、章澤儀，2004)。

人類學家馬康納 (Dean MacCannell) 從社會學的角度提出現代社會所造成的疏離感，而要擺脫這種疏離感，旅遊正是提供現代人找尋那個失落的精神家園的途徑。馬康納認為，前現代社會並沒有消失，而是變成了為數眾多

的旅遊吸引地。我們、探索者、朝聖人或者是旅遊者，都千方百計的試圖去接近現代文明的源頭，去尋找我們自己的起源，去尋找或探訪被包裹起來的歷史譯本（楊慧，2005）。旅遊者對於這塊塵封在內心深處的異地，充滿憧憬與期盼。譚小龍（2007）認為，人們對大自然美景的不懈追求，不是表面上的一種遊玩，而是一種對大自然的追求，對異域他鄉文化的探索，尋找一種能夠淨化身心的神秘力量，那便是一種從世俗上升到神聖的過程。對大自然的追求，是為了揭開那層神秘的面紗，脫去了長久彼在身上的那件與人世間的世俗與紛爭的外套。讓旅遊者的心慢慢的進入到大自然的神韻中去，把自己融入神秘而嚮往的大自然當中去。

從馬斯洛（Abraham H. Maslow）的需求理論，來看旅遊的發生，可以為探討旅遊本質對於人的內在意義提供方向。馬斯洛將人的需求分成五個階層，需求的產生是有順序及漸進性，也就是說要些滿足第一層的需求，才會引發第二層的需求，而這五個不同階段的需求也分別有其意涵，如表 2-1-1。

表 2-1-1 馬斯洛的需求階層及其內涵表

| | 需求 | 意涵 |
|------|-------------|--------------------|
| 第五階層 | 自我實現 | 超越團體的價值，回歸到自我認同的實踐 |
| 第四階層 | 尊重、威信、成就 | 在團體的地位與價值 |
| 第三階層 | 社交、歸屬感、愛、友情 | 團體的從屬性，自我認同的歸屬 |
| 第二階層 | 安全感、保護 | 維持跟爭取生存的機會 |
| 第一階層 | 生理需求 | 生存的基本需求 |

資料來源：本研究整理

旅遊是一個人離開平常生活和工作的地方所進行的活動。人必需先有基本生活的溫飽、人身和資產安全、群體從屬性、社會承認個人價值與成就後，衡量收入狀況才會有旅遊行為的出現（沈佩儀，2002）。由此可以知道，旅遊

行為的產生是在人們滿足馬斯洛需求階層表底下四個階層的需求後，進而尋求更上階層的滿足時才會發生。

儘管現代交通科技非常進步，讓生活環境和旅遊地的距離越來越近，但無論多麼接近，這兩者間永遠是保持平行的狀態而不會有交集的時候。唯有透過旅遊，才可跨越這二者之間的藩籬，而藉著這種對於旅遊地的探索、觀察及體驗等，旅遊者得以用獨特的方式找到旅遊對自己的意涵。馬康納認為旅遊活動具有一種神聖的性質，它像一種宗教儀式一樣，接受精神洗禮，具有一種“神聖”的意味。因為禮儀的基本功能就是把凡俗，平凡的東西上升到一種神聖的，它具有神聖性和莊嚴性（引自譚小龍，2007）。旅遊的意涵反應在精神層次的需求，與人們在宗教朝聖的目的極為相似。在旅遊過程中，遊客不僅僅是去異地單純的欣賞風景，而是藉由這種空間轉換的儀式，去尋求自己內心精神的滿足、藉慰或是解脫。因此，旅遊所代表的意涵是一種尋求內化的生活經驗，這樣的經驗是在朝著人類更高層次的生命體驗發展，對應在馬斯洛的需求理論，這並不是為了社會化而發展出來的儀式，反而是透過這種儀式去進行自我實踐。

二、旅遊型態的轉變

在 1970 年代以前，台灣的旅遊空間有很大的一部分是隸屬於第三世界的觀光景點，如越戰美軍的休假基地或是日本國民旅遊的廉價消費地（夏鑄九，1989）。在當時政治及經濟等背景下，旅遊不是一般大眾可行的事情。隨著民生經濟發展產業結構轉型，民眾逐漸有參與旅行的機會。李翠瑩（1991）觀察台灣的旅遊型態如下，在 1960、70 年代以團體承包大型遊覽車四處征戰的國民旅遊方式大行其道，旅客往往是到了風景區即開始拍照、購買名產，再集合至下一個風景區，重複同樣的循環，最後拎著大包小包回家。這種旅遊的品味，是剛開始學習作為遊客的台灣人最初的經驗（轉引自劉怡伶 2003）。多點觀光以及吃喝購物的態度是台灣旅遊大眾化後的特殊現象（沈振

奇，1995)。台灣的旅遊市場，曾經是這種「大碗公式」走馬看花的旅遊型態，不過近幾年來，旅遊市場已經持續在轉型成精緻、小眾、自主性高的主題旅遊型態。對於旅遊型態的轉變，Urry（1990）指出六點看法：

- 1.大眾消費轉變到以個人為主的消費型態：舊式觀光的特点是包辦與標準化，而新形態的旅遊取向則是標榜彈性與針對遊客的需求訂做，而且更加細部地切割旅遊市，以開發更多商機。
- 2.觀光資源的「稀有性」不再是唯一的賣點，當代觀光工業更注重的行銷策略就是如何將相同的凝視對象（object），以不同的策略吸引遊客一再來參觀相同的景觀或文物。
- 3.想像的購買被無限延伸，視覺消費（visual consumption）結合了美學鑑賞、歷史傳說與文學聯想，融入觀光旅遊活動中而成為消費主流，增加了精神、情感的愉悅與知識等無形的附加價值。
- 4.任何的“凝視”（gaze），都是一個被建構出來的環境，無論是「台前的真實」（staged authenticity）或是不真實，都經經過包裝再製與再詮釋，因此，遊客在一個觀光客專屬的空間裡（tourist space），消費到的是一個經過好幾層陳述的商品。有人將這個場域稱為「公開展示的社會」（society of the spectacle）或是「在過度真實中旅遊」（travels in hyper-reality），透過視覺聽覺的模擬，這些情境甚至比原來的更真實（hyper-real）。
- 5.帶有學習與教育性質的旅遊活動，也在現代的觀光體系下逐漸掘起，休閒娛樂的效果不再是旅遊的唯一目的，觀光客越來越重視他們是否能在旅遊中得到知識或學習些新的事務，因此，博物館、藝術中心等人文資源，也逐漸成為旅遊消費的重要場域。
- 6.階層化現象在現代旅遊中並沒有消失。當代旅遊標榜的「文化去差異性」並不同於「階層去差異性」，選擇不同旅遊目的地象徵著不一樣的社會地位，因此，某觀光目的地的價值不在於它本質的優越，而是在於對它的消費

能轉換成品味與更優越的社會地位。

Urry 同時認為，對於近代觀光的重要突破中，專業型態的旅行業以及專家的出現，減少旅遊的風險與不安，而且增加對於不同遊客需求量身打造個性化的旅遊模式，這與後福特的消費風格有關。專業旅行社與專家的出現代表社會分工更細緻化，社會分工細緻的同時產生更多不同族群小眾消費者，這個現象符合後福特主義所闡述的要義。有關後福特主義旅遊消費特色如下表：

表 2-1-2 後福特主義的旅遊消費特色

| | |
|-----------------------|-----------------------------------|
| 後福特主義消費 | 旅客型態 |
| 消費者主導性增強，產品提供者加強消費者取向 | 拒絕大眾觀光的形態(如假日露營或是便宜的套裝旅行)以及增加各種喜好 |
| 消費者偏好容易改變 | 減少重複觀光，替代性景點增多 |
| 市場區隔增加 | 依照生活風格的研究而產生的多種類的旅遊 |
| 消費者運動的成長 | 透過媒體提供更多的景點 |
| 產品壽命縮短 | 因為流行快速地改變，使得景點也快速輪替 |
| 對於非大眾型消費偏好的增加 | 綠色觀光的成長，為個人量身打造的旅行 |
| 消費者美感經驗的增加，而減少功能性 | 旅遊與休閒、文化、教育、運動等活動的界線模糊 |

資料來源：引自劉怡伶（2003）

後福特主義的旅遊消費特色，宛如宣告旅遊市場已經不再是大眾旅遊獨大的局面，取而代之的是為了服務不同屬性的小眾而興起的主題旅遊型態。面對各種新型態的主題旅遊，有許多學者由各種面向進行研究。Morrison (1989)提出產品相關區隔變數(product-related variables)來區隔市場，其意義是根據產品的特性對消費者進行分類，這一點非常符合主題旅遊的特性，不同旅遊主題的背後代表著有不同族群的消費者。市場區隔理論已廣泛地運用於旅遊產業，一般而言，進行市場區隔的變數通常包括地理、人口統計、心理

與行為等四類變數（徐美婷，2002）。有關台灣旅遊市場走向小眾化後，學者曾做過的研究彙整如表2-2。

表 2-1-3 主題旅遊研究彙整表

| 研究者 | 研究內容 | 旅遊主題 |
|-------------------|--|-------|
| 楊建夫，林大裕 (2006) | 山岳旅遊的起源與內涵之探討 | 山岳 |
| 鄭正煜 (2006) | 健康觀光參與者之行為意向探討—以參團赴日施打胎盤素者為例 | 健康、美容 |
| 趙宏禧 (2001) | 中國大陸「文化旅遊」發展過程中的地方政府、企業與規劃者—以江南古鎮周莊為例 | 文化、古蹟 |
| 駱亭伶 (2001) | 主題旅遊-海外高爾夫市場 | 高爾夫球 |
| 王信惠 (2007) | 宗教光觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行為意圖關係之研究-以北港為例 | 國內宗教 |
| 歐陽忻憶 (2005) | 馬祖賞鷗生態旅遊經營管之研究 | 生態、賞鳥 |
| 莊立育 (2003) | 我國旅行業宗教觀光遊程設計之研究—以以色列朝聖團為例 | 國外宗教 |
| 呂江泉，王大明 (2004) | 遊輪旅遊行銷初步研究—以英商公主號遊輪船隊為例 | 郵輪 |
| 傅靜芳 (2008) | 鐵道旅遊吸引力、遊客滿意度與行為意向之研究 | 鐵道 |

資料來源：本研究整理

由上表可以知道主題旅遊的特性是有一個明確的主題做為號召，針對某些特定族群所設計的遊程，旅遊的方式不再是包山包海甚麼都去什麼都看，反而會就單一的主題，做更深入的體驗和探索。Sorensen (1993)提到特殊興趣旅遊的特質包括：(1)精心挑選較具專業的導遊，(2)團體較小，(3)遊程訂製，(4)目的地較為遙遠、較難進入。Sorensen 的描述，充分顯示出主題旅遊的特性。主題旅遊的興起代表旅遊市場已經充分反應後福特主義的現象，旅遊的型態不再是制式的遊程。小眾旅遊最大的意義在於遊內容的主導權由旅行業者歸還給遊客本身，遊客將擁有更高的自主權滿足自己的需求。

第二節 攝影旅遊

自從達蓋爾（Louis J M Daguerre）在1839年發明銀版攝影術後，攝影在現今的社會，已經應用在各個層面上，也完全融入在每個人的生活之中。尤其在數位影像技術日漸成熟的今日，從手機上的攝影功能到高階數位相機普及，處處提供人們方便從事攝影活動。攝影跟旅遊的普遍，有其相同背景與沿革，都是從社會金字塔頂端向下逐漸擴散，這除了象徵社會經濟成長民眾消費能力的提昇。就某些角度的觀察而言，攝影跟旅遊在精神層次的領域上也有雷同的部分。當攝影跟旅遊結合在一起時，這是在人類文明社會中一種前所未見新型態的行為模式，而這樣的模式是得滿足相關要素下才能發生的產物。

一、攝影的緣起

1826年尼普斯（Nicephore Niepce）使用一種對光敏感的塗層，利用這種塗層被光線照射後會變硬的特性，成功將影像固在玻璃上，他稱為「日光繪畫」（章光和，2004），從此奠定日後攝影技術發展的重要基礎。攝影技術從最原始的源頭就是一種捕捉光線「用光線作畫」的活動，這種天生的特質所帶來的是影像「自動化」的產生過程。攝影術發明之後，有史以來第一次人類的手不再參與圖像複製的主要藝術性任務，從此這項任務是保留給盯在鏡頭前的眼睛來完成（許綺玲譯，1999）。因此儘管攝影技術在發明之初很快就受到歡迎，但卻飽受社會質疑其藝術價值，只被認定是一種工藝。到了約莫1930年時，攝影已然發展成為一門獨立的技術，也因而使攝影自此開始找到自己獨特的藝術語言（林士民，2003）。

二、攝影的內涵

攝影從發明至今在一百多年的歷程中，發展出許多的形式。從最初銀版

照相到膠捲底片、從黑白照片進步到彩色的領域、從蛇腹相機到 135 相機乃至於演變到現在的數位攝影，無論是用何種技術、何種器材做為紀錄光線的媒材，攝影始終保持其獨特的本質。羅蘭·巴特從觀者的角度提出「此曾在」的看法，認為相片中有個東西曾在那兒，而且包含兩個相連結的立場，真實與過去，這便是攝影的本質（許綺玲譯，1999）。攝影可以將人們視覺經驗精密的複製下來，因此被賦於紀錄的特質。然而所記錄的影像除了證明在時間的流動中，曾經發生過一個存在之外，影像跟被攝體其實是屬於兩個獨立的個體，攝影所創造出來的影像其實本身就是另外一個真實的存在，而不是被攝體的延伸。

一張照片並不只是一位攝影者和一個事件之間遭遇的結果，拍照本身即是一個事件（黃翰荻譯，1997）。攝影具有最真實的複製能力，但是攝影所複製的外在世界其實是另一個現實，而不是現實自身，所以現實並非再生真實，而是將真實轉形（章光和，2004）。安瑟亞當斯（1990）說：「攝影機拍攝出來的照片是脫離現實的，它所表現的型態與比例都常常跟我們眼睛所看到的不同」。因此，攝影內在的思維並不只是利用機具從事複製的工作，對拍照者而言，這是一種如同朝聖般的參與過程。被譽為當代攝影之父昂利·卡提-布列松對於攝影的參與如此表示：「你必須忘掉你自己；你必須是你自己，然後再忘掉自己，映像—你想要的和你看見的一才會更強有力地顯現出來—只要你完全融入你在進行的工作裡面。而且不要想，意念是很危險的，平常你必須時時刻刻都在想，可是拍照的時候，你卻不必強銷你的觀點或證明什麼。你什麼都不證明，它自然而然就會來的」。

攝影者在時光交會的剎那決定按下快門，與其說攝影者攫取了某些觀看，其實也是世界介由攝影者呈現出「此存在」的訊息。藉由布希雅的說法，攝影不只是物體之自我呈現，同時也是主體消亡之處。整個過程就像是你在遊戲之中，但不是你在玩遊戲，而是透過遊戲這個過程當中，你發現是遊戲

本身的狂喜感動了你(引自林士民,2003)。對於攝影活動,巴贊(Andre Bazin)也曾經指出:攝影的實質不存在於得到的結果中,而存在於達到這個結果的過程裡(崔君衍譯,1995)。這裡更加明確將攝影活動的意涵從產出物-照片中抽離出來。藉由建構影像的過程驗證曾經跟存在,彷彿是在時間的流動中完成一趟心靈的旅遊。相機使異地的、奇特的事物近了、親切了,而使熟悉的事物小了、抽象了、顯得生疏了、更遠了。在一個輕鬆的、生成習慣的活動裡,他在我們自己的生活以及其他人的生活中同時提供了參與以及疏離——容許我們參與,同時又確認疏離(黃翰荻譯,1997)。

攝影記錄性的本質,注定讓照片賦於一種天生的傷逝的情緒,對於這股淡淡的哀愁,巴特認為,透視法畫作、攝影和透視畫幕(Diorama)三者均源自暗箱,而攝影更接近戲劇,因為兩者間有一獨特的中繼者:死亡。攝影就像原始劇場裡活人扮演的靜態畫(Tableau Vivant),在那啞角粉飾僵止的表面之下,我們看到的是死者(許綺玲譯,1997)。對此,蘇珊·宋塔也有其論述,所有照片都是「死亡」的提醒物(memento mori),拍攝一張照片等於是參與另一人(或另一件事)的無常、脆弱以及不可避免的死亡(黃翰荻譯,1997)。在這裡,攝影無疑是對時間的流逝提出最直接的對抗,儘管這股力量只是如螳臂擋車般薄弱,不過這就足以襯托出攝影與其他創作不一樣的特質。李奇法克在一九七〇年寫下這麼一段文字:「在今天這個時代,我們聚精會神的觀看自己的相片,或是親朋好友、心愛的人的相片,反之卻沒有任藝術作品能獲得等同的青睞。」(許綺玲譯,1999)攝影讓人們有機會去檢視感情與生命的本質,誠如巴特所言:「任何照片,甚至是最貼近活潑生命世界的相片,我都能從中看到有一天我將死去的迫切信號。」(許綺玲譯,1997)照片裡心愛的人的影像證實「此曾在」的存在,然而當照片逐漸泛黃、斑駁終究損毀之時,這曾經投注在「此曾在」的感情跟「此曾在」的存在是否就因此消失無形呢?或者又應該用甚麼樣的型態延續下去?

攝影雖然是在空間中刻化的活動，但只因為在產生的過程中擷取了一點點的時間因子，因而跟時間扯上不解之緣，攝影所延伸的思考絕不止於藝術性的探討，還有更深層社會、文化、感情和生命等的關照。

在本質上，攝影和旅遊有一種共同的時間特質，從事攝影活動是將被攝物提供曾經「此存在」在的訊息，而完成一趟旅遊後所留下來的其實也只是將旅遊過程內化為「曾經在」那個遠離現實情境的存在，這一點攝影和旅遊非常類似，都是在時間的流動中建立一個存在。羅藍巴特跟蘇珊宋塔對此的描述都是一種貼近死亡的經驗，這或許可以解釋許多遊客到景點之後會理所當然似的拿起相機拍照留念，因為這似乎是旅遊者抗拒時間流逝和拒絕面對死亡唯一可以做的事情。從社會的角度來觀察，攝影旅遊是一種傳遞社會文化非常快速的模式。透過攝影旅遊，旅遊地的風景、文化、習俗、生態等都會透過影像快速的散播出去，這無形間擴大了旅遊地向外界接觸的頻率，也加深外界對該地的瞭解。對此，John Urry 從社會學的角度提出三個觀點（引自劉丹萍，2004）：

1. 旅遊地因旅遊者的到訪而被消費，其結果就是該地方在空間上和時間上被重新建構，而旅遊者目光搜尋（或消費）的是旅遊地的歷史、文化、物質環境等各類視覺符號，並通過照片、明信片、電影等表達自己對這些符號的理解。
2. 攝影是一種觀察和記錄的社會化的建造方式，旅遊者在這過程中既是觀察者也是被觀察者（both see-er and seen）。
3. 旅遊者旅遊的過程，實質上是文化自身的遊歷過程，這過程即是文化變遷。

攝影無疑是最可以將旅遊間所遇到的經驗用最接近其樣貌的方式保存下來的途徑。當攝影結合旅遊，攝影者跟旅遊者的角色結合，其旅遊的目的之一就是要拍攝照片，因此對於旅遊地會更加有系統、有策略的「獵取」鏡頭，這個過程如果操作不當，就很容易產生蠻橫的掠奪行為。蘇珊·宋塔描述 1869

年美國西部開放之後，打著「渴望拍到一張好的印地安人照片」口號的攝影大軍，粗暴的進入印地安人的領域恣意掠奪，甚至必要時花錢請印地安人擺姿勢、改變儀式以便得到好的攝影材料。因此宋塔認為攝影專橫的一面落在攝影與觀光結盟的核心（黃翰荻譯，1997）。類似印地安人的遭遇不只是在美國西部發生，隨著旅遊腳步散佈到各旅遊地的攝影侵略無時無刻在發生。攝影者到旅遊地對該地的攝影活動，是否會造成對該地任何形式的文化侵略，這是在規劃攝影旅遊時得正視的議題。然而，如 Urry 所言，攝影者所到之處，是在觀察和記錄當地的社會，但攝影者在觀察時同時也是被觀察的對象，這是一種雙向的互動。攝影活動會造成旅遊地再文化、社會結構等某種程度的破壞，但卻不盡然都是不好的一面。透過攝影也可能帶來對旅遊地助益或是進步改革的空間。當攝影者也是旅遊者時，對於旅遊地觀察和凝視，會轉換成攝影作品的產出，這樣的結合是人類未曾有過的全新體驗，因此，對於攝影旅遊的觀察，應該用一種新的思考模式，而不能只是單純將旅遊加上攝影去看待。攝影旅遊對個人內在的意涵或是對社會文化的影響都還有待學者持續觀察研究，但是就其進行的方式是有規範的必要，以免造成攝影暴力下的影像掠奪。

第三節 攝影旅遊的發展

一、台灣攝影發展

台灣攝影的發展大概可以分為沙龍時期、報導攝影時期、婚紗攝影時期和影像創作期。自台灣光復後1950到1960年代，是沙龍攝影全盛的時期，這也是影響台灣攝影發展最重要的階段。在當時攝影不是一般老百姓玩的起的活動，因為那時沒有如現在所謂消費型相機，所以攝影器材的費用甚鉅，攝影的人口非常有限。當時以郎靜山為首的「台北攝影沙龍」主宰了台灣攝影發展的風格跟取向，台北攝影沙龍的一切活動與攝影藝術的價值判斷，基本

上是以郎靜山的意見與英國皇家攝影學會的模式與價值體系為標準運作的。（吳嘉寶，1998）沙龍攝影之所以可以獨行其道，剛當時的政治背景有關係，由於攝影揭露社會真相的能力極強，戒嚴時期政府畏懼寫實性的題材與政治力結合，故將所有民間攝影之資源讓與郎氏獨攬，全台各縣市因此成立了無數以比賽奪牌為目的之攝影學會（蔣載榮，2008）。沙龍時期所拍攝的內容大多為風景和人像等以唯美表現方式為主的照片，這樣的攝影手法風格，到目前為止在許多攝影團體仍可看到其脈絡。

沙龍攝影盛極一時，不過到了1970年代，反沙龍的聲音逐漸浮現，新一代的攝影者，利用高反差、超廣角和粗粒子等誇張的攝影語言，建立新的攝影規範。為了跟沙龍攝影有所區別，“V-10”（視覺藝術群）的攝影團體於焉誕生，其中代表的人物有柯錫杰、張照堂和莊靈等人。「以“V-10”成員所處的時代來說，其實他們當時可以說正站在扭轉台灣文化走向的歷史契機上。」（吳嘉寶，1994）。

經過V-10對沙龍的批判和挑戰，帶領台灣攝影的視野走向更貼近生活，一股對社會關懷和人文議題的熱潮，在當時傳播媒體的鼓吹下，創造出報導攝影的風潮。1980年代的人間雜誌和中國時報是這一系列報導攝影最受矚目的區塊，帶領無數青年學子追隨其腳步。這一時期較著名的代表人物如阮義中和關曉榮等。在此同時，台灣的社會背景已享受到經濟成長的果實。擁有單眼相機已不若先前是高不可攀的夢想，各大專院校也在此時陸續開辦攝影相關課程，青年學生是加入攝影領域的新力軍，這也是報導攝影崛起的一大因素。緊接著，政府在1975年7月15日宣布解嚴，隨著政治環境開放，在創作上的思維不再受到禁錮，各種新的嘗試和創意逐漸展現，攝影表現的手法和呈現的題材開始多元化，以往「一黨獨大」的攝影風格不再復見。

台灣攝影發展過程中有一個獨有的特色，那就是婚紗攝影的崛起。台灣的婚紗攝影在1970年代開始轉型，婚紗業者不再只是單純拍攝照片，而是不

斷增加服務的項目和改進拍攝婚紗照片的模式以及製作相本的技術，直到1990年演變成現在的樣貌，其過程如表2-3-1。

表 2-3-1 台灣婚紗店發展的三個階段

| 分期階段 | 主要發展特色 |
|------------|--|
| 啟始期1970s | 結婚拍照與新娘禮服結合 |
| 轉型期1980s | 提供結婚照、新娘禮服、美髮、新娘化妝服務但分別計價，簡易套裝結婚照產品，室外拍照與攝影棚內拍皆有，拍照日期與婚期分開，婚紗店開始初俱雛形 |
| 包套服務期1990s | 包套產品，拍照前的溝通，一對一以及一整個工作天拍照服務，風景區外拍，婚紗街成型 |

資料來源：參考自李玉瑛（2004）

台灣經歷數十年來的婚紗攝影業發展，在亞洲的日本、韓國、大陸、香港、新加坡、馬來西亞等地已經成為一種典範，在國際的攝影商業與學術間成為注目的現象，這已是不爭的事實（邱文科，2004）。由此可知，婚紗攝影在台灣攝影發展史上重要的地位。

時序進入 21 世紀，沿襲一百多年的傳統攝影面臨史無前的衝擊，那就是數位影像的誕生。隨著高階數位單眼相機逐漸成熟與普及，透過數位影像的應用，影像的合成跟創造為攝影帶來更多的可能性和更多元的呈現方式。台灣的攝影發展在這波數位影像的浪潮之下，自然無法置身事外。越來越多的學校投入數位影像的教學，年輕學子發揮天馬行空的創意，改變傳統攝影給人觀看的方式，創造出另一種別於傳統攝影的空間。這股數位化創作的風潮影響的層面絕不僅止於作品的發表，而是正在改變人們對影像的看法，這也正是台灣目前攝影的環境寫照。

二、攝影旅遊的現況

以攝影為目的而形成的旅遊活動得以發展，社會上必須滿足兩個必要條件，一是攝影的普及，二是主題旅遊的興起。

（一）攝影的普及

攝影的普及除了社會大眾對攝影藝術的接受和認同之外，更重要的是攝影器材的普遍。據CIPA(日本相機影像設備工業會)統計，2007年全球數位相機一共銷售一億零四十萬台，其中單眼數位相機成長率高達四二%，是成長最快的機種（引自全球華文行銷知識庫）。由此可見，數位相機已被廣大消費者接受。其中，高階單眼數位相機銷售的成長，更代表攝影主流從拍攝傳統膠捲的型態逐漸轉變到數位影像模式。攝影由傳膠捲轉變到數位影像，其意涵代表消費大眾有更經濟便利的影像取得方式，同時對於影像的保存和應用也有更彈性更多元的方式，這兩者比較如下表：

表2-3-2傳統攝影與數位攝影之比較

| 比較項目 | 傳統攝影 | 數位攝影 | 說明 |
|---------|-------|--------------------|------------------------------------|
| 感光方式 | 感光乳劑 | 電子感光元件 ccd或cmos | 感光乳劑以類比的型態記錄光線，電子感光元件則是用數位方式記錄光線。 |
| 儲存影像方式 | 底片 | 記憶卡 | 底片不可重複使用，記憶卡可重複使用 |
| 影像取得方式 | 經由暗房 | 輸入電腦即可 | 底片需專人沖洗，記憶卡不須經過專人處理就可取得影像 |
| 影像編輯與應用 | 難度高 | 難度低 | 傳統影像要應用在印刷或其他地方手續繁雜，數位影像透過電腦處理簡單方便 |
| 影像保存 | 相紙及底片 | 容易保存 | 傳統影像底片及相紙皆有受潮及毀損的顧慮，數位影像保存較不佔空間 |
| 影像複製 | 不易 | 容易 | 傳統影像複製需經過暗房，不若數位影像可以輕易的複製 |

資料來源：本研究整理

數位影像帶來的便利對於攝影普及有一個實質的助益，就是透過網路的連結，攝影者可以輕易將作品呈現給大眾欣賞，同時也可以藉由網路的互動彼此交換心得跟分享經驗。在沒有網路的年代，照片能夠讓大眾欣賞的管道不多，除了辦展覽之外就是印製書籍，這兩種方式都所費不貲，因此攝影作品的交流無法像現在這麼活絡。目前國內有許多專業攝影網站如DCview 數位視野、數位影像坊等提供數位藝廊讓大眾上傳攝影作品。除此之外也有為

數眾多的部落格玩家經營自己的影像空間，使得攝影作品可以迅速方便的任人瀏覽。

（二）以攝影為目的的主題旅遊

在有許多的攝影網站裡，也有以攝影旅遊為主題的網站，例如休閒攝影旅遊網、攝影旅遊專區、台灣省旅遊攝影學會等，顯見對於攝影旅遊的愛好已有不少的支持者。攝影旅遊的網站不全然以營利性質為導向，有的純粹是規劃旅遊遊程，集結同好共同參與攝影旅遊的活動。這類性質的團體除了網站之外，其實分佈在各地地方民間組成的攝影團體（例如台東攝影協會、東海岸攝影協會等）也都有規劃攝影旅遊遊程跟實際舉辦旅遊活動的功能。通常這類型攝影旅遊的過程，都會有團體中攝影技巧跟經驗較豐富的前輩帶領初學的人一起參加，因為除了旅遊的交誼之外，這也是初學者學習攝影技巧跟經驗很重要的管道。

另一種攝影旅遊模式是由旅行社安排遊程招攬遊客報名成行，這便是標準主題旅遊的商業模式。目前坊間已有許多旅行社專門規劃攝影的景點和活動以此做為招攬旅遊的賣點，市場上常看見的例如桂林龍脊的梯田風光、九寨溝的山水風光、寮國的吳哥窟、北越的少數民族攝影之旅等，這些都是攝影旅遊很熱門的遊程。另外對於不同遊客的需求，像巴布亞伊利亞島-絕跡的食人族、挪威北極圈、南極破冰船-帝王企鵝等的攝影旅遊遊程，都有旅行社在經營。由此可見攝影旅遊可以經營的範圍非常廣，攝影的題材從景觀、生態到人文都可以納入遊程的規劃。

除了上述兩種攝影旅遊的型態，目前市場上還有一種新興的攝影旅遊就是將旅遊和傳統婚紗照結合在一起，變成婚紗攝影旅遊。跟前面所述攝影旅遊不一樣的地方是在這裡主角是被拍照而不是去拍照，不過其旅遊的目的都是為了攝影產出物-照片。婚紗攝影是台灣製造出來奇蹟之一，將婚紗攝影跟旅遊結合在一起，更是新的突破跟嘗試。關於婚紗攝影旅遊的推動，台北縣

政府在2007年配合婚紗業者推動來台婚紗蜜月之旅，舉辦「帶著婚紗去旅行」活動，吸引東南亞民眾前往消費。北海岸及觀音山國家風景區管理處，也舉辦「2007北海岸婚紗留倩影」活動，提供準新人們拍照和旅遊的優惠方案。除此之外，鄰近國日本沖繩縣政府，也以其藍天白雲和潔淨的沙灘做為號召，大力推廣婚紗攝影旅遊，吸引消費者前去旅行兼拍婚紗照。至於大陸地區，有更多的業者推出婚紗攝影旅遊的遊程，將婚紗跟旅遊包裝在一起販賣。婚紗攝影旅遊的產品銷售正好說明主題旅遊客制化的機制及攝影旅遊可以呈現的多樣包裝。

（三）攝影旅遊的題材

本研究蒐集目前市場上經營攝影旅遊的18個網站（表2-2-3），分析這些網站所規劃的攝影旅遊遊程，發現其旅遊地幾乎遍佈世界各地，從本土台灣，到鄰近的中國大陸、日本、馬來西亞、印度，中亞的尼泊爾、土耳其、埃及，歐美地區、紐澳地區甚至非洲的沙漠、熱帶地區的叢林、以致於極地，都有遊程可到，而其號召的攝影題材大至歸納成下列幾種類別：

1.自然景觀：

以自然景觀為題材，呈現其地景地貌的自然風光的攝影，例如如新疆雅丹魔鬼城的惡地形地貌、昆明東川的紅土地夕照、四川九寨溝、內蒙古五彩灣自然孕育成色彩繽紛的岩層地貌、灤江山水日出、阿爾卑斯山冰原少女峰、澳洲藍山國家公園三姊妹峰等。這類的攝影擁有廣闊的愛好者。目前旅行社所舉辦的攝影旅遊遊程也以此題材為號召的比例最多。

2.生態景觀

如非洲肯亞那庫魯湖國家公園Lake Nakuru National Park上成千上萬紅鶴齊聚共舞的壯麗景致、印尼婆羅洲加里曼丹最深入的原始森林、澳洲奧特維國家公園百年古樹原始雨林等。

3.人文風俗

在人文風俗上面如維吾爾風情及其葡萄園、土族少數民族、青海湖面拍攝獨特的鹽田景觀與採鹽作業、長頸族少數民族等。

4.地方景色

異地景色是攝影旅遊規劃的重點之一，如雲南元陽梯田、龍脊梯田、杭州西湖桃花，貴州油菜花，內蒙古響沙灣整隊出發的駱駝隊伍、大阪奈良櫻花祭。

5.古蹟遺址

古蹟遺址也是常被規劃為攝影旅遊的題材之一，如中國唯一僅存的巴里坤土質古城、寮國吳哥窟、建于南宋紹熙年間的世界遺產宏村。

6.人像攝影

業者以海南島三亞市的陽光、海水及沙灘的熱帶風光為背景，請台灣及當地模特兒供攝影者拍照。

除了少數比較特殊的遊程外，大部分攝影旅遊的遊程中包含的攝影題材都不只一種，通常會將當地的自然景觀、地方特色及人文風俗等都會融進遊程當中。

第四節 旅遊意象

對遊客旅遊目的地之旅遊意象探討，可以更精準的掌握遊客對於旅遊目的地的決策和購買行為。Birgit (2001) 提到旅遊意象會協助遊客考量、選擇與決定旅遊之目的地，對消費者選擇出遊地點的決策有相當影響。旅遊者會因本身的旅遊經驗或是旅遊資訊的搜尋，而對旅遊目的地有所謂意象的認知，且一國或一個旅遊區域的旅遊意象或目的地意象會影響旅遊者前往旅遊或重遊意願(Fakeye and Crompton,1991)。因此本研究欲找出台東攝影旅遊的意象，以便做為發展攝影旅遊規劃的參考。

一、旅遊意象的內涵

「意象」的觀念最早是在1950年代由Boulding所提出，對其在人類經濟活動與其他領域所扮演的角色加以探討。他指出人的行為除了是由知識和資訊所引導外，更是個人所知覺到之意象的產物；意象是一種主觀的知識，而不是一件事實的真實內容，其乃是個人基於其所得到的不全面或不正常的訊息所綜合而成的觀點。（引自吳金源，2004）此外，Dichter(1985)認為意象是一種整體的或是全面的概念，是一個實體在個人心中的整體印象，而非僅由單一特性所形成，而是由各種不同的構面所形成的。Dowing(1988)則認為意象是人們藉由描述、記憶或其他能與該事物引起關連的方式，而對某一事物產生的特定看法。國內學者吳佩芬(1997)則認為，意象為個體對於一事物停留在腦海中的圖像，隨著個體經驗的累積。綜合以上對於意象的論述，本研究延伸(Dobni and Zinkhan, 1990)的說法，意象是由認知(cognitive)與情感(affective)兩個組成份所構成，而且意象是屬於一個內在的、主觀的個人經驗，這經驗會隨時間、感受等不同而改變，同時這經驗也是個人對應外在事物認知的憑藉。有關意象的示意圖如下：

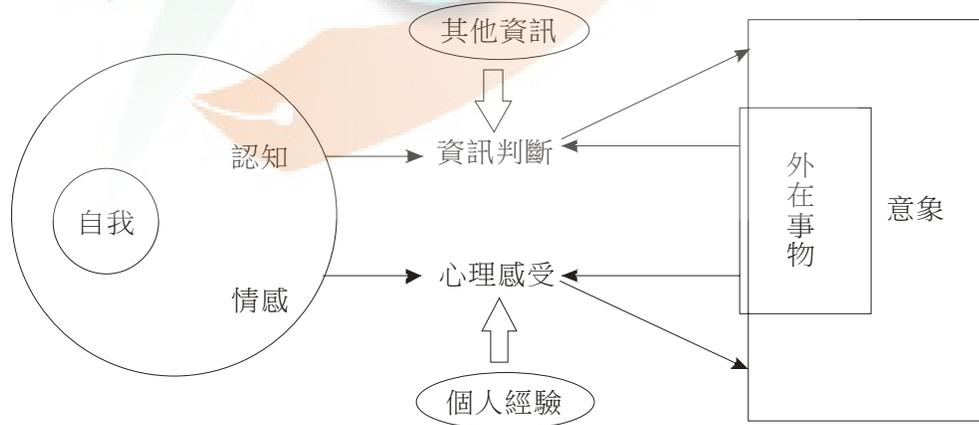


圖2-4-1：意象的意涵示意圖

資料來源：本研究整理

意象套用在觀光旅遊領域上行之有年，許多學者認為旅遊意象可以預測

遊客的行為，因為旅遊意象是指潛在遊客對一地區的知覺，乃是表達遊客心中對當地觀光發展之態度以及對旅遊地感覺的最重要指標Hunt（1975）。有關旅遊意象關於旅遊意象的定義，彙整國內外學者的研究如表2-4-1。

表 2-4-1 旅遊意象的定義

| 學者 | 旅遊意象定義 |
|--------------------------|---|
| Gunn (1972) | 目的地意象源自本身的資源、外觀、文化特徵、人文等當地本身所具有的本質，進而產生第一印象為原始意象（organic image），意指未真正到過該地方，此意象源自於長時間非旅遊的資訊。 |
| Hunt（1975） | 旅遊意象是指潛在遊客對一地區的知覺，乃是表達遊客心中對當地觀光發展之態度以及對旅遊地感覺的最重要指標。 |
| Lawson、Bond-Bovy (1977) | 強調意象涵蓋對於一個地方或旅遊目的地的經驗/知識 (knowledge)、印象 (impressions)、偏見 (prejudice) 和感情 (emotion)。 |
| Crompton（1979） | 遊客對旅遊目的地的整體信念 (beliefs)、想法 (ideas) 和印象 (impressions) |
| Fakeye and Crompton,1991 | 旅遊目的地意象是潛在旅客基於其在總印象洪流中所擇取的少數印象，而構成的心理概念。 |
| Milman and Pizam(1995) | 目的地意象稱為一般大眾對一個地方、一個產品或一經驗的視覺或心理印象。 |
| Choi, Chan and Wu(1999) | 把目的地意象定義為個人目的地的屬性與印象的認知，它包含機能特質(目的地較有形面向)、心理特質(目的地無形面向)。 |
| 廖健宏(1998) | 旅遊意象係指對於一旅遊目的地的信念、想法、與印象的總合，且旅遊經驗並不是形成旅遊意象的必要條件。 |
| 楊文燦、曾宇良、李艾琳 (1999) | 遊客對各種觀點的印象深刻的程度。 |
| 劉柏瑩、黃章展(2001) | 個人對於一觀光目的地停留在腦海中的印象。 |

表 2-4-1 旅遊意象的定義（續）

| 學者 | 旅遊意象定義 |
|-----------|---|
| 陳惠美(2001) | 就當地居民觀點而言，人們對於當地環境與其週遭事物之認知與態度判斷後所產生的心理圖像，稱之為景觀意象；就遊客的層面而言，對於一觀光遊憩點的觀點與認知判斷後，稱之觀光意象。 |
| 邱博賢，2003 | 旅遊意象是一種針對人類知覺環境之印象，為遊客和環境交互作用下所產生綜合片段所組成的整體印象；其所意識到的旅遊意象是生動的、有組織的元素。 |
| 陳運欽（2004） | 旅遊意象是人們對於某一觀光地區所持有的信念、印象、感覺等等加總，就是消費者對該地在觀光地屬性表現上的一種整體性概念。 |
| 黃耀昆（2006） | 旅遊意象可視為遊客對旅遊地的行前期望、瞭解與旅遊體驗的印象、感知，並留存於遊客腦海的整體知覺。 |
| 陳宏尉（2006） | 對於某一慶典活動透過外、內在因素的影響，對該慶典活動產生一種整體性連結並形成的整體感受，而旅遊經驗只是形成旅遊意象的其中要素之一。其中外在因素包含人、事、物及商業行為；內在因素則是對慶典活動的信念、想法、與印象的總合。 |

資料來源：本研究整理

綜合國內外學者對旅遊意象的定義，本研究認為，旅遊意象是遊客對旅遊地整體印象的主觀認知，這認知是開放、隨時可以調整而非封閉的。因為意象的形成會受外在刺激跟資訊影響，而一個已形成的意象無法獨立於這些刺激之外，仍會不斷的受到這些刺激而改變意象的認知。

二、旅遊意象的形成

對於旅遊意象的形成，Gunn(1972)指出旅遊意象由三個要素所組成：

(一)原始的意象(organic image)：

原始的意象是指對於某旅遊目的地所累積的資訊，這資訊並非是刻意去蒐集，而是因為長時間暴露在資訊的環境中所形成的對該地的意象。所以儘管未曾到過該地，也一樣會有一個初始的意象存在。

(二)誘發的意象(induced image)：

誘發的意象是指接收到旅遊目的地刻意製造的資訊如遊客資訊中心所發的彩色小冊子、旅行社所提供的旅遊資訊、雜誌中的旅遊文章、電視廣告與其它觀光組織在促進該觀光地所做的任何活動等所建構的意象。

(三)複雜意象(Complex Image)：

複雜的意象是真正的到過該地後自身的體驗對照原始意象和誘發意象所產生的結果，因為是直接的體驗觀光地，意象就顯得更複雜而有差異。

Gunn 在此之後又歸納影響觀光意象形成的各種不同資訊，用來解釋觀光意象的形成過程，其分為七大階段：

1. 階段一：累積旅遊體驗的心理意象
2. 階段二：藉由更多的資訊來修正心理意象
3. 階段三：決定目的地
4. 階段四：到旅遊目的地
5. 階段五：實際體驗旅遊目的地
6. 階段六：回家
7. 階段七：依據旅遊體驗修改原先的旅遊意象

而後Fakeye 與 Crompton(1991)依據 Gunn 所提出的原始形象與誘導意象概念，發展遊客意象三個層級的流程(圖 2-1)。

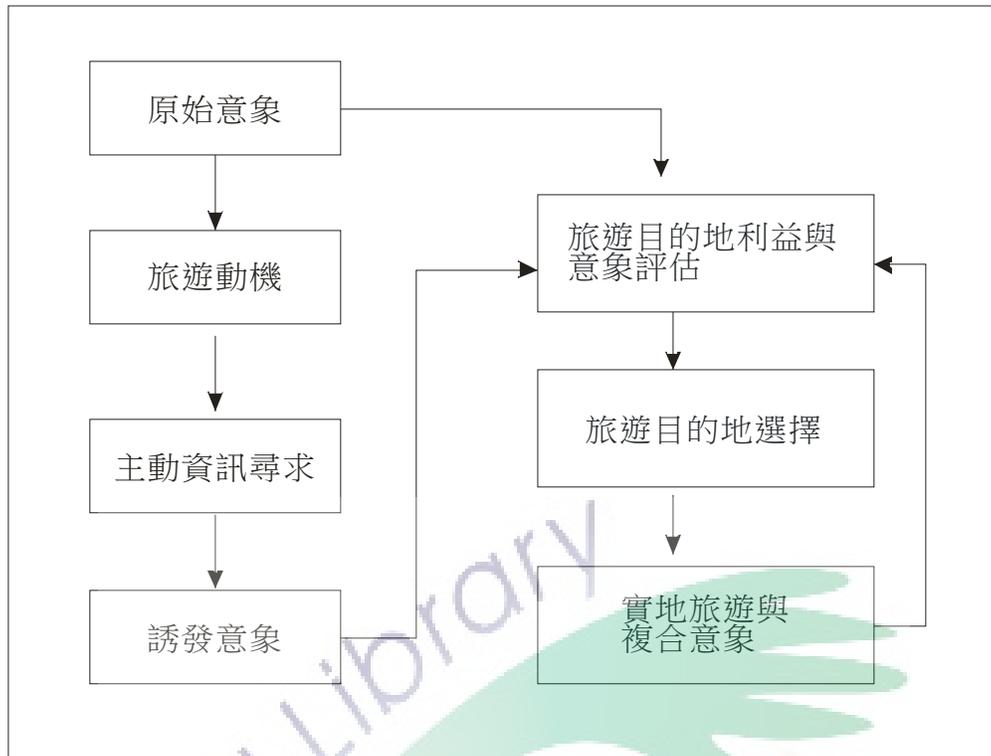


圖 2-4-2 遊客意象階層觀念模式之發展
資料來源：Fakeye and Crompton (1991).

Echtner and Ritchie (1993) 在其「旅遊目的地意象衡量之實證評估」，提出一般旅遊目的地意象由三個構面組成（圖 2-2），分述如下：

（一）特徵性（attribute）和整體性（holistic）

對任何事物的認知都是由個體屬性與整體印象所構成。

（二）功能性（functional）和心理性（psychological）

功能性是可以觀察測量的特徵如實際的景觀或是人員服務態度，而心理性的特徵是抽象並且難以量度如氣氛和感受等。

（三）一般性（common）和獨特性（unique）

一般共同性的特徵是延伸功能性的普遍認知，心理性的感受則容易變成獨特的事件或氣氛。

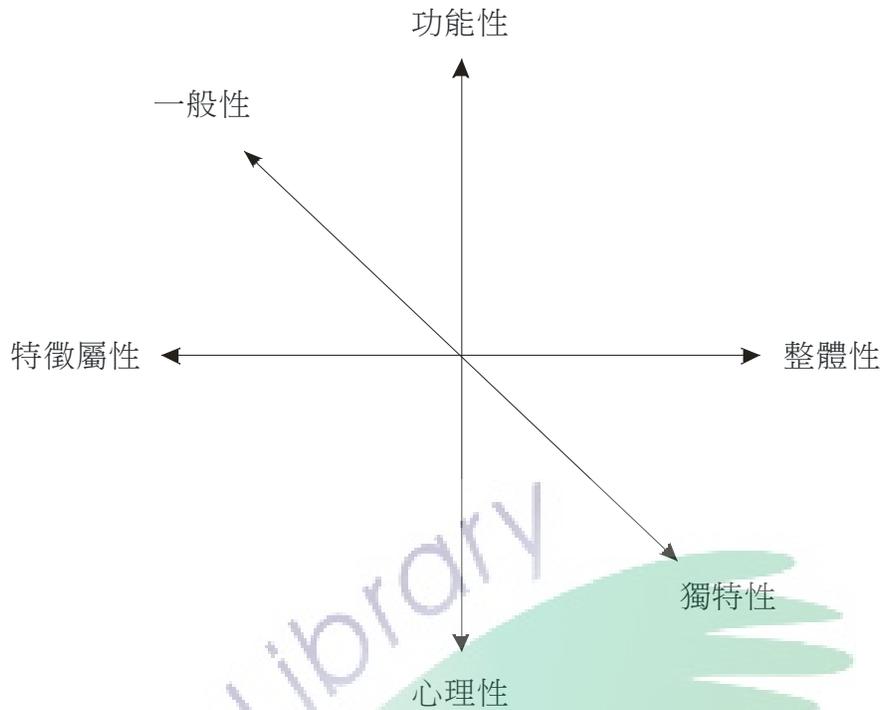


圖 2-4-3 旅遊意象構成圖

資料來源：Echtner and Ritchie (1991)

三、旅遊意象的衡量

學者對旅遊意象的特性、組成架構和測量方法皆有分別的研究。Mayo(1981)調查目的地意象的基本要素，指出在觀光客心中有三個基本、重要的面向與屬性，包含景色(scenery)、擁擠(congestion)與氣候(climate)。而Milman and Pizam(1995)則指出旅遊意象包含三個要素：

- (一) 旅遊產品-指旅遊景點之品質
- (二) 目的地之當地人的行為與態度
- (三) 目的地的環境-指當地氣候、景緻與設施等

歸納以上兩位學者提出的觀點，「景色」和「景點之品質」指的是旅遊地點所提供的內容，例如景觀的特殊性、環境的舒適性等，這是屬於偏向外在可以訂出標準去衡量比較的面向。其二「擁擠」與「當地人的行為態度」，這點是偏向屬於個人內心感受的知覺層面，不容易用量尺去評量出每個人的

感覺。其三「氣候」與「目的地環境」是介於個人主觀的知覺判斷和環境因素的影響之中。這裡顯示，旅遊意象的涵蓋的範圍是從個人內心主觀的認知到外在環境的變化。

從另一個的角度來看，兩位學者都強調景色和氣候的重要性。這代表遊客對一個旅遊地的意象，「視覺」是很重要的一環，旅遊地在視覺經驗讓遊客感覺舒服的程度或是被接受的程度，影響意象的認知。此外氣候則代表遊客對旅遊地環境的整體感受，適當的氣候相對代表在該旅遊地會是舒適的狀態。另外對於「擁擠」和「當地人的行為態度」內在的意涵，本研究認為這是遊客對旅遊地有關人的接觸方面的整體感受。由此推論，影響旅遊地意象的三個重要因素分別是遊客對當地的視覺觀感、對環境的整體感覺和對當地人接觸的整體反應。

Echtner & Ritchie (1993) 歸納出35項旅遊意象從功能性到心理性連續一線排列，並將這35項劃分為舒適/安全、趣味性/冒險性、保留自然程度、旅遊設施、環境氣氛/氣候、文化差異、物美價廉、無語言障礙等八項構面。

表2-4-2旅遊意象項目屬性量表

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---|-----------------------------|---|----------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|------------------|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------|------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--|
| 心理性 (抽象的) | 聲望 名氣 家庭 服務 增進 激發 氣動 放 悠閒 接受 友善 親切 食物 不同 文 風俗 傳播 容 易 全 定 度 | 親善 切 烹 調 風 格 | 可 政 治 安 全 穩 定 程 度 | 商 業 發 展 程 度 | 富 裕 發 展 程 度 | 都 市 化 程 度 | 乾 淨 的 水 準 | 擁 擠 的 水 準 | 物 價 水 準 | 成 本 水 準 | 建 築 物 式 樣 | 餐 廳 水 準 | 住 宿 水 準 | 城 市 水 準 | 地 方 水 準 | 服 務 水 準 | 購 物 水 準 | 夜 生 活 水 準 | 自 然 水 準 | 風 景 水 準 | 博 覽 會 水 準 | 博 物 館 水 準 | 歷 史 水 準 | 野 外 水 準 | 國 家 水 準 | 活 動 水 準 | 旅 遊 水 準 | 功 能 性 (實 際 的 、 可 測 量) |
|--------------|---|-----------------------------|---|----------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|------------------|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------|------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--|

資料來源：Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1993).

旅遊意象的屬性量表可以幫助具體化旅遊意象的測量，(侯錦雄、林宗賢, 1996)認為旅遊意象的測量(measurement)方法可分為結構法(structured)與非結構法(unstructured)，結構法為選出一系列不同的意象特徵，運用標準化及一定格式測量工具(問卷)，經過蒐集受訪者的答案，得到旅遊地點的意象資料，結論易於統計處理與分析比較等優點，但無法全面反映旅遊地點的

意象。而非結構法是讓受訪者自由對旅遊意象予以描述，雖然有利於全面了解旅遊意象，但不利於統計分析等處理（黃震方、李想，2002）。目的地意象之量測主要方式，即是以各「目的地意象之特性」做為問項之基礎，並使用李克特量表做為做為評分之方式（王信惠，2007）。吳佩芬（1997）將意象之度量方法整理歸納，如圖 2-2-4 所示，說明如下：

1. Kelly 項目網格法主要用來測驗一個人知覺系統的簡單、複雜程度。
2. 認知圖的繪製主要目的是用來確定都市空間架構、都市景觀資源之分布，其優點為簡單、操作容易，而缺點為較難獲得定量的資料。
3. 語意分析法目的在於探討都市意象所內含之意義，優點是實施的程序簡單，缺點為若同時針對多個對象進行評析時，其量尺的選擇就不易兼顧。
4. 李克特式量表法研究者根據不同的強弱程度給予評點，最後以總分數代表一個人的態度，但在解釋上無法進一步敘述態度差異的情形。
5. 辨識法以研究者針對內容拍攝幻燈片，由受訪者指出其有印象之地點，以了解其對景觀意象構成要素之認知情形，缺點是會受到個人描繪能力、接觸地圖的經驗以及其他試驗程序的熟悉度所影響。
6. 迴歸分析法以建立某一依變項與影響此一變項間之（線性）函數關係，據此可用以說明變量對目的變量之重要性或影響力。
7. 多元尺度分析法目的在於將元素有複雜的資料加以簡化，作為意象、知覺的比較與分類。
8. 深入訪談被訪問的人數比較少，不必將資料量化，卻又必須向有關人士問差不多的問題，優點可以避免研究者過於主觀，缺點是會得到龐雜的資訊。
9. 專家實地勘查一般傳統景觀意象最常用的方法，也是較有效率的研究方法，但易被批評過於主觀，與一般大眾認知有差距。

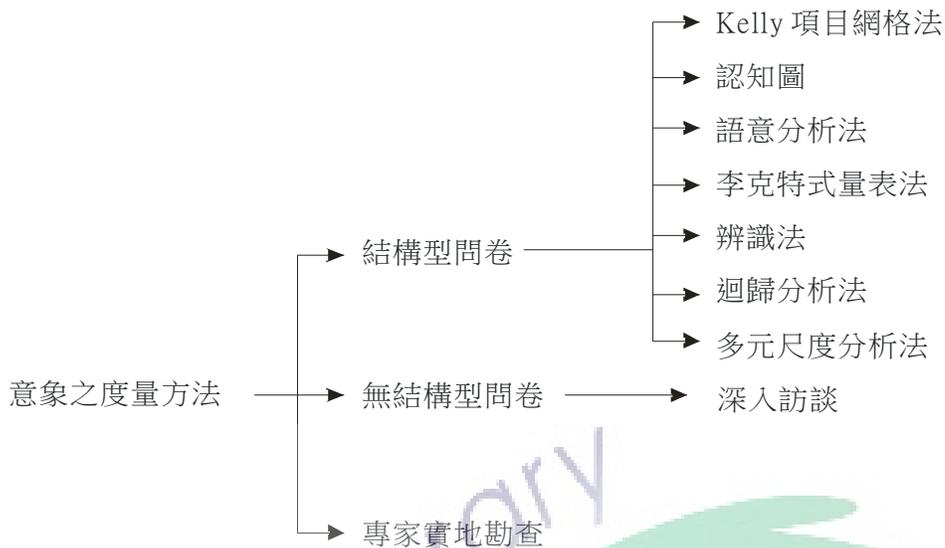


圖2-4-4 意象之度量法
資料來源：吳佩芬（1997）

四、攝影旅遊意象的建構

對於一個攝影旅遊遊程而言，旅遊意象除了呈現一般對於旅遊的認知之外，其對應的描述應該要包含有關旅遊地攝影題材及攝影相關活動的內容，方能完整呈現整個攝影旅遊的意象。而對於攝影內容的描述，首重就是攝影題材。遊客對攝影題材的期待和想像以及綜合自身對於該攝影內容的經驗，勾勒出對這旅遊地的攝影意象，攝影題材的內容不但會影響遊程的選擇，也對整個攝影旅遊意象的認知佔有絕對性的影響力。攝影題材確定之後就是實際的攝影活動，攝影活動的過程包含攝影者對題材的感受、攝影者對環境的感覺及攝影者對所接觸人、事的回應等。將一般的旅遊意象加上攝影者對攝影題材的意象跟攝影者對攝影活動的意象，便構成完整的攝影旅遊的意象。因此本研究從攝影題材和攝影活動這兩個構面為出發點，對應於Echtner and Ritchie所提出的旅遊意象項目屬性，用主觀分析法來分析這些意象項目，藉

以歸納出攝影旅遊意象的指標。

(一) 旅遊意象對應攝影元素分析

首先將與攝影無關的意象項目刪除，然後將意象項目根據攝影題材及攝影活動兩大構面去做區分。如表2-4-3。

表2-4-3 旅遊意象對應攝影元素分析表

| 意象屬性 | 攝影構面 | 意象項目 |
|--------------|--------|---|
| 功能性(實際的、可測量) | 攝影題材構面 | 旅遊場所 活動 國家公園 野外活動 歷史場所 博物館 海灘 博覽會、展示會、節慶 風景區 自然吸引人 夜生活和娛樂場所 城市 住宿 餐廳 建築式樣 建築物 購物設施 服務與旅遊設施 地方建設 交通運輸 風俗 文化 |
| 心理性(抽象的) | 攝影活動構面 | 成本 物價水準 氣候 擁擠的 乾淨 富裕 政治穩定 可及性 人身安全 傳播容易 不同烹調風格 食物、飲料 親切 友善 接受度 悠閒 放鬆 氣氛(親密對異國風情) 家庭或成人專用 服務品質 |

資料來源：改編自Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1993).

(二) 攝影題材構面

從攝影的角度來看攝影題材構面，可將旅遊意象項目區分為三個面向，本研究以地方景觀、地方特色及地方活動做為區分，如表2-4-4所示。

表2-4-4 攝影題材意象指標分析

| 構面 | 意象項目 | 攝影題材意象指標 |
|------|---|----------|
| 攝影題材 | 旅遊場所 國家公園 歷史場所 海灘 風景區 自然吸引人 建築式樣 建築物 博物館 | 地方景觀 |
| | 夜生活和娛樂場所 購物設施 服務與旅遊設施 地方建設 交通運輸 城市 住宿 餐廳 風俗 文化 | 地方特色 |
| | 活動 野外活動 博覽會、展示會、節慶 | 地方活動 |

資料來源：本研究整理

攝影題材本身的意義代表是被觀察、搜索的目標，也是攝影者要捕捉的對象。通常攝影者在觀看這些題材的角度跟一般旅遊者觀看的方式不一樣，攝影者是透過鏡頭的構思去呈現心中的凝視和觀看，而不是只停留在眼睛所及的畫面。雖然攝影者對題材的觀察是內在的行為，但是攝影題材對攝影者

的關係卻是外顯的、容易被觀察的。攝影題材對應在旅遊意象構成中所呈現的是功能性、一般性和特殊性的描述，是攝影旅遊意象中相對容易被觀察和測量的部分。攝影者通常清楚自己想要拍攝的題材，在這同時攝影者已經開始對題材投入期待，而攝影主題所反應的精彩程度則對攝影者的期待給予回饋，這回饋是否跟期待可以對等，是超過還是不及，往往很容易被攝影者主觀評斷。例如攝風景的動人程度、地理景觀的特殊性或是人像模特兒的表現等，這些對於題材的描述，很容易被攝影者用自己的標準去評比。攝影者會對於不同的攝影題材有不同的喜好和感動，這因人而異的感受就是屬於攝影者對該攝影題材個人化的認知，藉由這樣的認知對應到旅遊地上，可以建構出一個從攝影角度出發去看該旅遊地的旅遊意象。

(三) 攝影活動構面

攝影活動的過程是產生攝影旅遊意象很重要的一環，本研究歸納出四個跟攝影活動有關的面向，分別是安全、方便、舒適和友善等，如表 2-2-4。

表 2-4-5 攝影活動意象指標分析

| 構面 | 攝影活動意象構面 | 攝影活動意象指標 |
|--------|---|----------|
| 攝影活動構面 | 人身安全 政治穩定 | 安全 |
| | 接受度 成本 可及性 傳播容易 | 方便 |
| | 服務品質 氣候 悠閒 放鬆 氣氛（親密對異國風情） 乾淨 | 舒適 |
| | 親切、友善 | 友善 |

資料來源：本研究整理

在旅遊攝影意象的建構中，攝影活動構面是偏向屬心理性，因為這是攝影者對現場環境的互動以及攝影者內心對情境上個人的感受，因此被歸類的四個意象指標都是屬於個人的、情感的和不容易檢測的部分。本研究從攝影的角度分析，將此四個意象指標簡化成攝影便利性和攝影親和度這兩項意象指標加以探討。

1.攝影便利性

攝影便利性是指攝影活動前資訊的蒐集以及去從事攝影活動過程的簡易程度，所以這裡面包含攝影資訊取得容易與否、交通條件與相關基礎設施等。攝影資訊的取得是構成旅遊最先決的條件，對於外地的攝影者而言，許多有關攝影的資訊例如景點的位置、拍攝的時間、攝影應注意的事項等，都會影響到攝影旅遊的進行進而影響到對意象的認知。至於交通、飲食、居住等需求是構成活動最基本的要素，這些要素的便利性會直接影響到攝影者對意象的認知。此外對於攝影活動，氣候的適宜也是攝影者會評量的重要因素之一，因為除了少數利用人造光源拍攝的題材之外，大部分攝影活動的光源都來自太陽的光線，因此對於光線的考量，是從事攝影旅遊比一般旅遊更得關注的因素。

2.攝影的親和度

攝影旅遊是到陌生的領域去從事攝影活動，該旅遊地的種種條件是否利於攝影活動順利進行會是攝影者關切的問題。通常這些條件包含了最基本的環境安全、當地的環境衛生、消費物價等。針對攝影者而言，旅遊地居民對攝影活動的反應是否友善親切以及該地是否容易拍攝到想拍攝的主題會是一個重要的議題，尤其是拍攝有關人文素材時，有些地方的社會文化對於攝影活動的接受度並不高，例如蘭嶼地區的民俗風情對於被遊客拍攝照片態度就持比較保留的態度，因此需要是先充分溝通。又如台東每到七月份開始，就有一系列原住民豐年祭的祭典，每個部落對於外地遊客從事攝影活動的反應

也不盡相同，這種拍照的親和性可能都會影響攝影愛好者對於攝影旅遊意象的建構。

(四) 攝影旅遊意象的形成

透過攝影的角度對Echtner and Ritchie旅遊意象屬性表的分析，攝影旅遊意象的輪廓已經浮現，本研究將攝影旅遊意象分成兩攝影題材和攝影活動大構面，攝影題材構面中又分出三個意象指標：地方景觀、地方特色及地方活動三個意象指標。攝影活動構面下則分出兩個意象指標分別是攝影便利性和攝影的親和度。整個攝影旅遊意象的結構如圖2-2-5。



圖2-4-5攝影旅遊意象構面圖

由此概念延伸，本研究對於攝影旅遊意象的建構，在旅遊意象的基礎上加入攝影活動的要素，以攝影題材和攝影活動兩個方向來做為攝影旅遊意象衡量的構面（圖2-2-6）。有關攝影題材的認知是偏向外顯性的、比較容易被觀察的部分。而攝影情境的認知則是屬於攝影者內心的回應比較多，這是比較不容易被觀察跟被紀錄的。

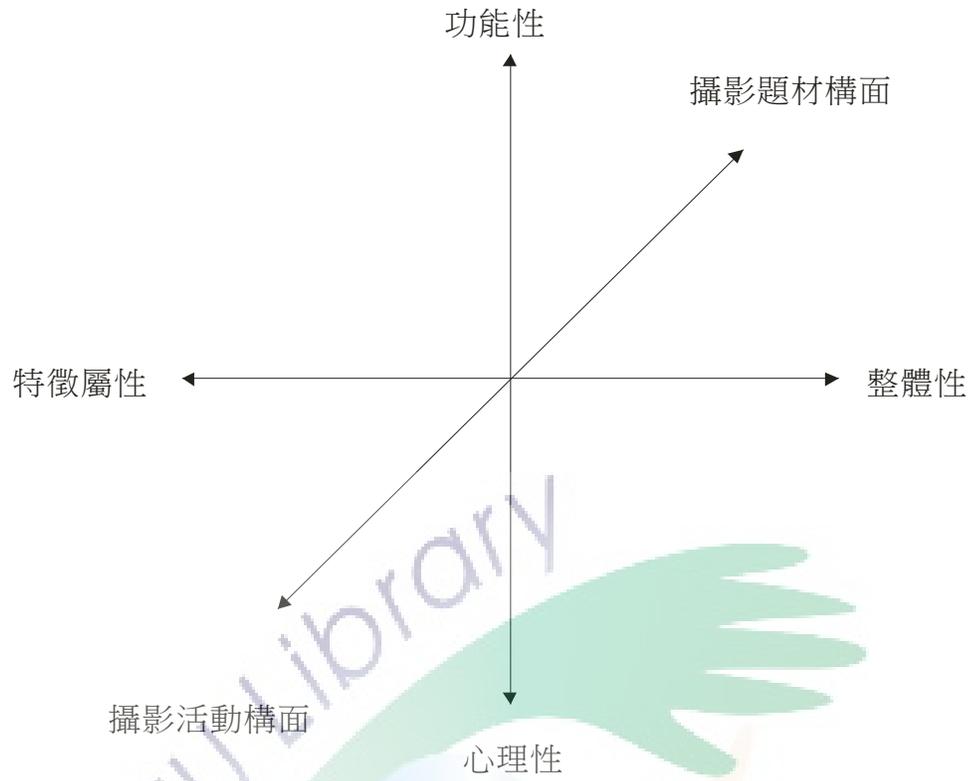


圖2-4-6：攝影旅遊意象構成圖

資料來源：改編自 Echtner and Ritchie (1991)



第三章 研究方法

第一節 研究架構與假設

一、研究構想

就當地居民觀點而言，人們對於當地環境與其週遭事物之認知與態度判斷後所產生的心理圖像，稱之為景觀意象；就遊客的層面而言，對於一觀光遊憩點的觀點與認知判斷後，稱之觀光意象（陳惠美，2001）。因此在研究的邏輯上是先瞭解本地的景觀意象之後，再去研究外地人對台東攝影旅遊的意象。研究方法上以質性和量性兩種方法配合，以取得更完整的研究資料。首先透過文獻探討法蒐集相關理論及資料，做為本研究邏輯推展的依據和建設架構的根基。在質性研究方面通常樣本較少，但是可以呈現比較深入觀點看法。所以本研究透過質性研究的訪談法得到地方上攝影跟旅遊的專家意見，彌補本研究文獻蒐集與主觀分析的不足，同時也由此瞭解台東在地人對台東攝影旅遊意象的看法。而量性研究而著重在問題的規則性，可在較短的時間內取得較大的樣本數並反應問題的癥結。因此本研究透過問卷調查法對外地攝影愛好者作調查，以便本研究對於台東適合攝影旅遊的元素和旅遊意象做相關的分析 and 研究。整個研究的流程及方法如圖 3-1-1。

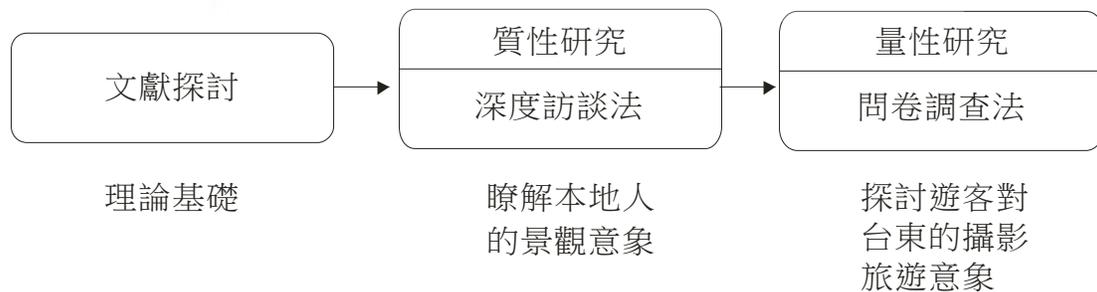


圖3-1-1 研究邏輯與方法

資料來源：本研究整理

二、研究架構與假設

本研究的研究架構如下圖：

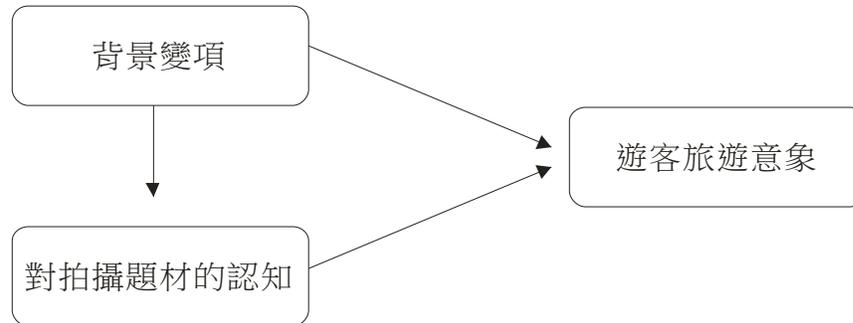


圖3-1-2 研究架構圖

本研究根據以上的架構提出三項研究假設：

- 一、不同的人口特質對於拍攝題材認知具有顯著差異。
- 二、不同的人口特質對攝影旅遊意象有顯著差異。
- 三、拍攝題材與攝影旅遊意象有顯著相關。

第二節 研究方法

一、文獻探討法

文獻探討主要的功能是在確定本主題或是相關主題已經完成的既有研究有哪些？已經有定論的事甚麼？它們是如何研究的？是否有借鏡之處？何處仍有疑問，可做為研究之起點？（林生傳，2006）文獻探討不但是對於以前的研究做資料的蒐集和分析，同時也是對於研究主題做不斷的思辯，藉以形成研究的觀點。本研究透過文獻探討的方式，分別蒐集攝影、旅遊跟意象的相關理論，並逐一將這三個議題串連，藉此出建構攝影旅遊意象，做為後續衡量遊客對台東攝影旅遊意象的依據。

二、深度訪談法

深度訪談法是質性研究很常用到的方法，唯受訪者的觀念、經驗、態度、立場和語言表達能力等各種因素都有可能影響到研究的結果，因此在選擇訪談對象時，必須考慮到受訪者是否有能力提供研究所需的資訊和看法，同時也儘可能避免理念、態度極端的受訪者。

（一）訪談目的

訪談的主要目的是要藉由多元的角度來瞭解台東本地人的景觀意象，避免研究者狹隘的主觀論述。此外透過訪談內容的分析，探討台東適合發展攝影旅遊的元素。訪談的結果，是做為問卷設計的基礎。

（二）訪談對象

為得到更廣泛和客觀的資訊，受訪對象的背景分別來自攝影專業和專業導遊兩種領域，也就是組合成攝影旅遊初始的兩個獨立領域。這兩個領域來自不一樣的工作場域和特質，對於攝影旅遊這個議題，可以提供不同面向的見解和詮釋，補足彼此不熟悉的空隙，例如攝影的人士，並不一定跑過台東大部分的景點，也不見得熟悉各民俗節慶或是其他可供攝影旅遊元素的題材，這時若能參考專業導遊的意見或許可以開發出更多適合攝影旅遊的題材。反之，專業導遊因為工作的關係，可能到過台東各個景點，參觀過各種型態的慶典及民俗活動，但不見得有充分的攝影專業知識，無法將各元素跟攝影做有效的銜接。因此綜合兩者的意見，可以更客觀瞭解台東攝影旅遊的議題。

三、問卷調查法

本研究透過問卷調查法探討遊客從攝影的角度看台東的攝影旅遊意象。問卷調查的架構是從遊客的人口特質及攝影題材認知這兩個面向去檢視對於攝影旅遊意象的看法，除此之外也將探討人口特質與攝影題材的認知是否有相關及顯著差異。

第三節 研究工具與實施

一、訪談大綱

訪談的重點有兩個部分，一是瞭解攝影和旅遊兩個面向的專家對台東景觀意象及對台東發展攝影旅遊的看法。二是對於本研究擬定有關台東的攝影題材內容做檢視並且得到補充資訊。為求達到以上兩個目標，訪談綱要的設計採半結構的方式。結構式的部分是根據本研究在文獻探討中所歸納出台東適合攝影旅遊的要素所建立的訪談重點，對台東當地專業受訪對象做深度訪談。至於訪談非結構部分，是讓受訪者自由闡述對於攝影題材、景觀意象等議題，期待能透過不同立場和不同屬性的專業角度觀察，蒐集更多元的資訊。深度訪談的訪談大綱如下：

1. 您對台東發展攝影旅遊的看法如何？有無任何構想？
2. 您認為台東地區適合當作開發攝影旅遊的元素是那些？
3. 您認為台東地區適合當作攝影旅遊題材或景點有那些？
4. 除了表中所列有關台東攝影的題材，您認為還有哪些可以補充？

表 3-3-1 台東攝影題材

| | 時間性 | 主題性 |
|-----|----------|-------|
| 一月 | 金針山櫻花 | 東海岸風景 |
| | 卑南族大獵祭 | 蘭嶼 |
| 二月 | 砲轟寒單爺 | 綠島 |
| 三月 | | 利嘉林道 |
| 四月 | 蘭嶼飛魚祭 | 山岳 |
| 五月 | | 農田景觀 |
| 六月 | 布農族打耳祭 | 河川 |
| 七月 | 達魯瑪克豐年祭 | 公園 |
| | 阿美族聯合豐年祭 | 水底攝影 |
| | 新園排灣族豐年祭 | 人像 |
| 八月 | 南島文化節 | 農作物收成 |
| | 金針山金針花 | |
| 九月 | | |
| 十月 | | |
| 十一月 | | |
| 十二月 | 卑南族猴祭 | |

資料來源：本研究整理

二、訪談對象

本研究選取四位分別與地方旅攝影跟旅遊關密切人士進行訪談，其背景資料如下表所列：

表 3-3-2 訪談對象表

| 編號 | 背景資歷 | 備註 |
|----|---------|------|
| A | 東海岸攝影協會 | 前理事長 |
| B | 台東攝影協會 | 前理事長 |
| C | 專業導遊 | |
| D | 旅行社負責人 | |

資料來源：本研究整理

三、訪談實施

訪談的時間是在 2008 年 2 月 17 日至 2 月 27 日，在訪談之前，先告知受訪者有關本研究的動機及目的，並且詳述此次訪談的主要目的及進行方式，另外先徵詢受訪者的同意，用錄音筆作訪談記錄。

四、問卷設計

本研究的研究對象是以攝影愛好者為主，問卷調查目的是要瞭解攝影愛好者對於台東之攝影旅遊意象為何。攝影旅遊意象構面及問項的設計是以文獻探討中相關理論為基礎，加上訪談之後所得資料彙整而成。

本研究問卷設計流程，先根據訪談法訪問在地的專業攝影人士及專業旅遊界的人士，從中建構出台東適合攝影旅遊的元素，再以此為基礎研擬問卷，對攝影愛好者測量攝影旅遊意象。(如圖3-3-1)。

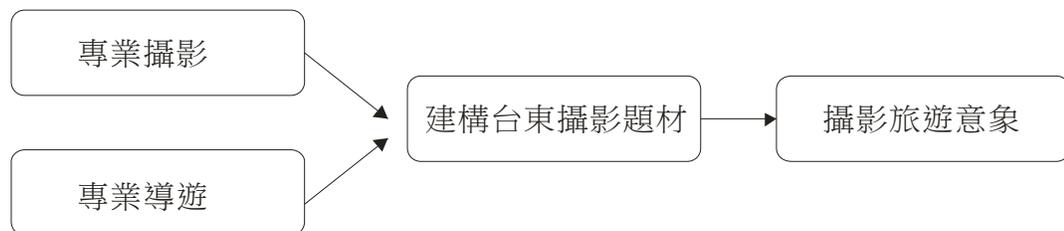


圖3-3-1問卷設計流程

問卷的架構分為三大部分，分別敘述如下：

第一部份是有關攝影題材的選擇及認知。此部分共有兩題，一是詢問受訪者平常最常拍攝的題材為何，二是詢問台東的哪個攝影題材最吸引受訪者前來攝影。

第二部份是有關意象的檢測，問卷的內容，是依據本研究對於攝影旅遊意象的兩大構面為基礎，在這兩個構面下歸納出五個意象指標，分別為地方景觀意象、地方特色意象、地方活動意象、攝影便利性意象及攝影親和度意象。由這五個意象指標為導引，設計相關問項，如表3-3-1。

表 3-3-3 旅遊意象之衡量問項

| 構面 | 意象指標 | 問卷問項 |
|------|----------|-----------------------|
| 攝影題材 | 1.地方景觀意象 | 台東的山岳景觀值得前去攝影旅遊 |
| | | 東海岸景觀值得前去攝影旅遊 |
| | | 台東的田園風光值得前去攝影旅遊 |
| | | 東海岸的水底攝影值得前去攝影旅遊 |
| | | 台東的生態題材值得前去攝影旅遊 |
| | 2.地方特色意象 | 台東的農村人文景觀值得前去攝影旅遊 |
| | | 台東的原住民慶典值得前去攝影旅遊 |
| | | 台東的原住民部落值得前去攝影旅遊 |
| | | 台東金針花開是是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | | 台東百合花開是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | | 台東是油菜花景觀是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | 3.地方活動意象 | 台東「寒單爺活動」是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | | 台東「南島文化節」是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | | 台東「馬卡吧嗨」是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | | 台東「旗魚祭」是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | | 台東「釋迦節」是值得前去攝影旅遊的題材 |
| | | 台東「想飛的季節」是值得前去攝影旅遊的題材 |

表 3-3-3 旅遊意象之衡量問項（續）

| 構面 | 意象指標 | 問卷問項 |
|------|-----------|------------------------|
| 攝影活動 | 4.攝影便利性意象 | 以攝影旅遊的方式去台東拍攝人像是不錯的方式 |
| | | 台東有充足的資訊介紹各種節慶活動以便攝影旅遊 |
| | | 台東有充足的資訊介紹適合攝影旅遊的風景景點 |
| | | 前往台東攝影旅遊交通便利 |
| | | 前往台東攝影旅遊住宿飲食便利 |
| | | 前往台東攝影旅遊氣候舒適宜人 |
| | 5.攝影親和度意象 | 台東居民對攝影旅遊的遊客是友善親切的 |
| | | 前往台東攝影旅遊環境整潔乾淨 |
| | | 台東是安全的攝影旅遊環境 |
| | | 前往台東攝影旅遊消費物價合理 |
| | | 前往台東攝影旅遊步調悠閒且不擁擠 |

問卷第三部份是有關受訪者的基本資料，分別為性別、年齡、婚姻、教育程度、職業、居住地等。此外有兩個問題分別為是否參加攝影社團及是否曾到過台東。

本研究對問卷記分方式採用李克特四等量表分析，分成四個選項加以評定勾選，每題選項均個別計分，依其同意程度為「非常不同意」評估值為1、「不同意」評估值2、「同意」評估值3、「非常同意」評估值4，以及最後一項「無意見」其評估值是0。受訪者對該項問題的感受自行圈選一個答案，以瞭解遊客對台東攝影旅遊意象之評價。採用四等量表主要是期望對每個問項都能清楚分辨受訪者認知上差異，避免受訪者勾選五點量表中的「普通」模糊帶過。四點量表選等於是受訪者對每個問項都得做出判斷，儘管認知上只有些微的差異，仍可以透過四點量表表現出來。本研究認為受訪者對問項填寫「普通」跟「無意見」代表不同的意義，填寫「普通」是代表受訪者瞭解題意，但是對該問項的內容無太大的區別而不去做判斷，其統計上的評估值通常會標記在兩個極端的中間，而「無意見」則是代表對問題的內容不做評論

或判斷，在統計上是沒有評估值，這是兩者最大的差異。

問卷採用專家效度方式，分別請台東資深攝影的前輩、旅行社的負責人及相關學者為問卷設計及評量方式提出意見。經彙整專家意見之後，將問卷原本 49 個問項修正為 30 個問項。對於部分語意不清的詞句稍做調整，同時也將五等量表修訂為四等量表，修正後的問卷如附件一。

對於信度的分析， α 係數值介於 0.65 至 0.70 間表示尚可； α 係數值介於 0.70 至 0.80 間具有信度； α 係數值大於 0.80 則更佳。本研究經 30 份前測問卷的信度分析，Cronbach's α 值為 .844，所以符合信度分析的評量。

五、抽樣方法與問卷施測

本研究的研究對象是針對攝影愛好者，礙於經費及人力物力的限制，以及為了蒐集到各全國地區的樣本，因此採便利抽樣方式，直接針對攝影愛好者的族群施做問卷，而問卷的施測則是透過網際網路和紙本兩種方式。

網路問卷的施測方面，本研究事先做好電子版的問卷，然後將網路問卷的網址連結寄到各地攝影社團網站的信箱，請求協助填答問卷。除了透過電子郵件聯繫各攝影社團外，也主動在各攝影網站和論壇中登錄留下問卷連結的網址及請求填寫問卷的訊息。受測者所填答的問卷會直接收錄在專屬的網路空間，最後統一彙整後加以統計分析。網路問卷施測時間是 2008 年 4 月 4 日至 4 月 26 日，從網站上蒐集的電子問卷一共 328 份，扣除無效的問卷 45 份，有效的問卷為 283 份。

紙本問卷施測是將問卷印製 300 份分別置放在台北專業的攝影藝廊及數位攝影教學中心供前去觀展或上課的人士填寫。攝影藝廊為國內攝影同好共同熟悉的專業攝影藝廊，常年舉辦各項攝影展覽，為攝影人士時常觀摩交流的場所。數位影像教學中心是目前國內唯一得到日本 EPSON 公司授權認證的數位影像教學點，是目前許多攝影人士研究數位影像課程的場所之一。本研究將紙本問卷放置在這兩處，就是希望藉此可以接觸到傳統攝影及數位攝影

的攝影愛好者。

紙本問卷施測時間為 2008 年 4 月 5 日至 4 月 26 日，問卷回收 126 份，扣除填答不完整之無效問卷 7 份之後實際有效問卷為 119 份。綜合網路上的電子問卷及紙本問卷，本研究的樣本一共有 402 份。

第四節 資料處理及分析

一、訪談資料處理

訪談後根據錄音資料，撰寫訪談逐字稿。撰寫完成之訪談稿，經送受訪者檢閱，確認內容的正確性。同時透過與受訪者的核閱，對於語意的表達及資料的完整性做再一次的修正，以增加訪談稿內在的信度。

所有訪談對象的個人資料一律隱匿，在研究中僅以代號表示及說明。文字稿編碼的方式是以訪談者和題號為標的，四位受訪者分別以 A、B、C、D 為代碼，針對訪談大綱的第一個問項則用阿拉伯數字區分，最後再對回答內容分段做上標記。

二、問卷資料分析

對於問卷部分，本研究以 SPSS 12.0 (statistical package for the social science) 軟體進行各項變項的基本分析。其分述如下：

1. 描敘述性統計

描述性統計是利用次數分配、百分比及平均數等工具加以分析，了解問卷第一部份「攝影題材認知」及第三部分人口特質(性別、年齡、教育程度、職業)的部分不同變項對於攝影旅遊意象之反應狀況以呈現原始資料分佈之特性。

2. 獨立樣本 t 檢定

獨立樣本 t 檢定主要在比較兩組不同樣本測量值的平均數。本研究利用

獨立樣本 t 檢定，分析人口特質中性別、是否參與攝影社團及是否參與過攝影旅遊等變項等對於旅遊意象之不同構面間是否有顯著差異。人口特性中性別與購買行為構面之差異，如果 t 值愈大，表示二組間平均數愈大，愈會達顯著水準。

獨立樣本 t 檢定主要用於檢測

3. 單因子變異數分析

單因子變異數分析主要是針對人口特質中不同年齡、教育程度、職業、居住地等對於不同攝影旅遊意象構面之間是否有顯著差異。若單因子變異數分析有顯著差異 (P 值 ≤ 0.05)，再接著利用雪菲爾 (Scheffe) 法作事後檢定，分析其變異來源為何，檢定各群組之間的差異情形。

4. 相關性分析

相關分析是檢測各變項彼此間是否有線性的顯著相關性，以及相關程度為何。如檢測不同的性別、年紀及職業等對於攝影題材的認知是否有顯著關連性等。

5. 交叉分析

透過交叉分析瞭解各變項和依變項間的每個細部分佈，如人口特質中的每個變項對應拍攝題材的分佈，由此可以觀察不同人口特質與題材選擇之間的關係。

第四章 研究結果與分析

本章主要是針對深度訪談的結果，對問卷研究進行樣本資料分析，以描述性統計分析、信度分析、單因子變異數分析、相關分析、交叉分析及卡方檢定等統計方法，進行各變項分析。

第一節 台東攝影旅遊的元素

根據訪談結果顯示，受訪者對於台東發展攝影旅遊的看法，都一致抱持肯定的態度。在這問題上，A 跟 B 著眼的地方在於攝影的景點，談論的立足點是站在一個攝影者而不是旅遊者的角色。而 C 跟 D 則明顯感覺到是從旅遊的角度切入，在此攝影變得不是主角，而只是旅遊的一種搭配。

A 跟 B 都是台東攝影資深的前輩，對於台東一些著名的拍照景點非常熟悉，關於攝影旅遊的看法，B 的直接反應便說到：「很好呀，台東有這麼多可以拍照的地方，很適合。」(B-1-1)，而 A 則表示：「這想法不錯，事實上本來就有很多外地人會來拍照呀，我認識一些外地的朋友，他們每隔一段時間也都會過來走走順便拍拍照。」(A-1-1) 攝影旅遊談的是外地的攝影愛好者到台東拍照的議題，而不是針對台東本地的攝影社團，因此談到外地人到台東拍照的時候，A 便舉例說明：「像去年八月我就帶他們到金針山去拍金針花，而且還是去兩次，第一次去沒有太陽，只先找一下花開比較多的地方，後來又去一次才拍到。」(A-1-3) B 對這方面也說到：「你看每年達魯瑪克豐年祭的時候，有多少外地人來拍，我們台東自己的社團哪有那麼多人。」(B-1-3)

C 跟 D 都是在台東從事旅遊業，C 的性質比較偏向是導覽解說和帶活動的工作室模式，而 D 則是比較偏向是旅行社模式的經營方式，兩者對於攝影旅遊的看法都是站在旅遊市場的角度來思考。

「其實我覺得攝影旅遊蠻不錯的，就像你講的，台灣有這麼多的攝影人口，而且這些人都會想要出來拍照，而我們台東剛好又有這麼多拍照的元素，台東的確很可以發展攝影旅遊。」(D-1-1)

「台東本來就該走類似這種小規模，像深度旅遊的東西，再走旅行團不行了，沒有特色，很難做。」(D-1-2)

對於台東發展攝影旅遊的構想，A 跟 B 沒有提出具體的意見，而 C 跟 D 則認為要從行銷的角度去思考，D 認為可以用大型看板將台東的影像放上去，而 C 則提出具體的建議。

「我覺得可以跟腳踏車結合，腳踏車很適合在台東推行，腳踏車速度很慢，可以讓遊客有時間仔細欣賞台東的風景，一邊騎腳踏車一邊可以拍照，這在台灣應該是沒有人做。」(C-1-3)

「我覺得大型看板不錯，像 T 霸你知道嗎，像縣長不是也有很多那樣的東西，我覺得像這樣如果把一些好的照片放上去，應該會有宣傳的效果。」(D-1-3)

至於台東適合開發攝影旅遊的元素，跟前面的問題一樣，受訪者因不同的立場而有不同的看法。A 跟 B 思考的重點是拍攝題材，而 C 跟 D 則是偏向如何構成一個好的旅遊為出發點。

「台東的海岸線那麼藍，這是在都市很難看到的」(A-2-1)

「還有原住民也算是台東的特色吧！」(A-2-1)

「也有很多人在拍鳥，像賞鳥協會他們很像也常辦活動，每次都會有一些人專門在拍鳥。」(A-2-2)

「很多呀，像剛結束的寒單爺，你今年有去拍嗎？像快要到的飛魚祭、像三仙台，這些都是外地沒有的東西。」(B-2-1)

「我想原住民應該算是台東的特色之一吧，原住民有很多的祭典，像最近又要開始的雅美族飛魚祭，這不僅是台東僅有，更應該是全世界僅有的東

西。」(D-2-1)

「除了剛剛講的那些之外，我覺得還有一個很重要的元素，就是感動，這是一個很抽象的東西，台東有很多東西可以讓人感動。」(D-2-2)

「回憶跟體驗是很重要的東西，來台東玩一趟，至少要讓遊客留下一點東西。怎樣去創造這些東西，故事性很重要。故事有很多，我讓遊客躺在小葉欖仁下望著天空，對他們而言就是很難忘的東西。台東有許多元素可發掘，像隧道，這種綠色的隧道就是其中之一。」(C-2-1)

對於台東適合當作攝影旅遊的題材，歸納受訪者的看法可以發現，由攝影的立場所講出的攝影題材，偏向是一般媒體、雜誌或是明信片上常看到的影像，也就是攝影人士所謂的「大景」。A 就提到：「攝影題材很多啊，要拍的話，光東海岸就拍不完，像三仙台啊，石雨傘啊、小野柳啊。」(A-3-1)

「像七八月太麻里海邊那邊清晨捕魚苗，也常常有很多人去拍。」(A-3-2)

B 也陸續說出台東可以拍照的題材：「三仙台的日出很有名啊，不過要注意那邊適合拍照的時間大概在 6 月到 9 月之間。」(B-3-1)

「利吉惡地和小黃山也不錯，那邊也大概是 6、7 月的時候去拍比較恰當。還有像金針花、油菜花也都是很多人在拍的題材。」(B-3-2)

相較之下，旅遊業者所提出的意見就顯得更多元，雖然出發點不全然是站在攝影的立場，但仍是提供許多值得思考的方向。

「拍攝的題材，我覺得可以從山景，像南橫霧鹿的峽谷、都蘭山、利吉惡地，海景的話像金樽的路連島、香蘭附近海水交接的地方、卑南溪的出水口，溪流的話，像東河橋、新武呂溪高身錮魚保護區、地質的話像池上的斷層、高台的河階地，人文的話就像你剛才說的有很多原著民的慶典、還有像寒單爺都是。」(D-3-2)

「蘭嶼跟綠島的潛水很多人去，其實也可以開發水底攝影的東西，現在不是有很多相機都有防水功能。」(C-3-2)

「其實台東有一個很棒的題材不過似乎很少看到有人拍，就是台東的夜景。台東其實有許多地方可看夜景，看了很容易感動，但是很像沒有看到人在拍照」(C-3-3)

根據訪談的結果，本研歸納台東可以發展攝影旅遊的題材跟景點大至如下：

(一) 風景類

在風景題材上，東海岸沿線都許多知名的景點，最具盛名的莫過於三仙台的跨海大橋、金樽的陸連島，此外小野柳的奇岩怪石、太麻里的曙光、太麻里段的海岸線、蘭嶼環島的各處奇岩、綠島環島的風景。

若是往山上走，大小鬼湖南仁山之行應該是喜歡山岳攝影者不可抵抗的誘惑，此外台 197 線的楓紅、金針山的金針花海、金針山的櫻花、利嘉林道、四格山、巒山、卑南族的聖山都蘭山、知本森林、向陽山、利吉惡地等地都可以拍到許多風景優美的照片。

在縱谷線上高台算是最有名氣的地方、初鹿牧場、池上的大波池及每年一月的油菜花、牧野牧場、池上環鎮自行車道、關山親水公園、關山濕地、賓朗牧場等。

在台東市區部分，森林公園、琵琶湖、活水湖、鷺鷥湖及海濱公園等也都有許多很棒的構圖可以拍攝。

拍攝風景照片時，陽光位置是首要考慮的條件，台東位於台灣東邊，東臨太平洋，因此是拍日出很好的地方。由於西邊是山脈阻隔，所以陽光會比西部早一點消失。夏天日照時間較長，下午到六點左右都還有不錯的光線可以拍，但冬天到四點左右可能就得準備收工。

(二) 生態類

台東地理區塊呈狹長型，從海岸線到山上原始林區不到一個小時的車程就可以到達，其跨越的生物種類繁多可想而知。喜歡水底攝影的朋友，台東是很好潛水的地方，蘭嶼及綠島被公認有世界級的水準，而尚未被破壞的生

態環境提供海底生物的多樣性，是拍攝水中生物最佳的場域。此外檳榔牧場及樂山的賞鳥，每年冬天卑南溪沿岸的候鳥棲息等都是拍攝鳥類攝影的好地方。大武山區的蝴蝶谷和龍田社區復育的蝴蝶，是拍攝蝴蝶不錯的選擇。每種生物都有其棲息的環境，在台東由於腹地廣闊，開發不若西部嚴重，因此仍保留許多生物棲息的場所，這些都是可以接近生物從事生態攝影最大的誘因。

（三）人文活動類

台東有許多自然的景觀，可做為人像攝影的天然背景，尤其當作婚紗攝影的場景更有一番迷人風采。除此之外台東有阿美族、卑南族、布農族、魯凱族、排灣族、達悟族、葛馬蘭族等七個原住民族，各擁有不同造型的傳統服飾，這也是許多喜愛記錄人像攝影喜歡拍照的題材。上述不同的原住民族都有其傳統祭儀，例如每年年底卑南族的大獵祭和猴祭、四月份達悟族的飛魚祭、六月份布農族打耳祭、七月達魯瑪克魯凱族的聯合豐年祭、七、八月阿美族的豐年祭、排灣族的五年祭等，這些祭典展現原住民部落的傳統歌舞和習俗，是許多愛好紀實攝影者紀錄的最佳題材。除了原住民的傳統祭儀，每年元宵台東砲轟寒單爺更是別具特色的文化節慶，此外行之有年的南島文化節及各式的慶典等，都是在紀實攝影上可以發揮的題材。

第二節 基本資料分析

此部份主要針對受訪者特性背景，採取描述統計方法，就「性別」、「年齡」、「婚姻」、「教育程度」、「職業」、「居住地」、「是否參加攝影社團」及「是否到過台東」等 8 項變項之次數分佈情況加以分析，如表 4-2-1 所示。

從有效樣本呈現的男性與女性比例，男性共有 366 位，佔全部樣本的 91%，女性共有 36 位，佔全部樣本的 9.0%。由此顯示對於攝影活動的參與，男性明顯多於女性。本研究認為有可能是兩個因素造成，一是傳統社會對男

女性別參與社會角色的束縛導致至，其二是攝影器材原本是非常笨重的裝備，即便是現在已經有了輕便的單眼相機，但如果同時帶上幾顆鏡頭和其他相關設備要四處移動攝影，對攝影者仍是一個體力的考驗，因此體能的限制無形間阻卻了女性參與攝影的活動。

為年齡方面，原本問卷設計年齡結構有一個「20歲以下」的選項，但實際施測中並沒有出現20歲以下的受訪者，因此在統計上將此選項併入「30歲(含)以下」的組距。年齡的分佈狀況此一組距有95位，佔全部的23.6%；「31-40歲」間有130位佔全部32.3%；「41-50歲」間有102位佔全部25.4%；「51-60歲」間有59位佔全部14.7%；「61歲以上」共計有16位佔4.0%。調查結果顯示，受訪的的年齡層以「31-40歲」間為最多數。在婚姻方面已婚者有301位佔全部74.9%，未婚者有74位佔18.4%，勾選其他的共有27位佔6.7%。

有關教育程度方面，所有樣本中比例最高的是大學程度者146位佔36.3%，其次是專科程度者128位佔31.8%，高中職程度者有101位佔25.1%，研究所以以上者27位佔6.7%。職業分佈狀況自營事業者共有36人佔9.0%，受顧者（或受薪者）296人佔全部73.6%，職業學生有34人佔8.5%，退休有31人佔7.7%，選擇其他的有5人佔1.2%。

至於居住地區，北部地區共有246人佔全部61.2%，中部地區有83人佔20.6%，南部地區58人佔14.4%，東部地區15人佔3.7%。在是否加入攝影社團的問項中，有加入攝影社團的人數共174人佔全部43.3%，沒有參加攝影社團的有228人佔56.7%。最後一個是曾經到過台東旅遊的統計，曾到過台東旅遊的人共181人佔45%，不曾到台東旅遊的人有221人佔55%。

表 4-2-1 人口特質分析表

(N=402)

| 人口變項 | | 人數 | 百分比% |
|----------|----------|-----|------|
| 性別 | 男 | 366 | 91 |
| | 女 | 36 | 9 |
| 年齡 | 30 歲以下 | 95 | 23.6 |
| | 31-40 歲 | 130 | 32.3 |
| | 41-50 歲 | 102 | 25.4 |
| | 51-60 歲 | 59 | 14.7 |
| | 61 歲以上 | 16 | 4.0 |
| 婚姻 | 已婚 | 301 | 74.9 |
| | 未婚 | 74 | 18.4 |
| | 其他 | 27 | 6.7 |
| 教育程度 | 高中職 | 101 | 25.1 |
| | 專科 | 128 | 31.8 |
| | 大學 | 146 | 36.3 |
| | 研究所以上 | 27 | 6.7 |
| 職業 | 自營事業者 | 36 | 9.0 |
| | 受顧者(受薪者) | 296 | 73.6 |
| | 專職學生 | 39 | 9.7 |
| | 退休 | 31 | 7.7 |
| 居住地 | 北部地區 | 246 | 61.2 |
| | 中部地區 | 83 | 20.6 |
| | 南部地區 | 58 | 14.4 |
| | 東部地區 | 15 | 3.7 |
| 是否參與攝影社團 | 是 | 174 | 43.3 |
| | 否 | 228 | 56.7 |
| 曾到過台東旅遊 | 是 | 181 | 45 |
| | 否 | 221 | 55 |

第三節 攝影題材認知分析

一、攝影題材之分析

攝影題材分為個人最常拍攝的題材跟台東最吸引人的題材兩部分，研究結果如表 4-3-1 所示。

(一) 最常拍攝的題材

「最常拍攝風景」的人數高達 166 人，佔全部樣本的 41.3%，勾選「最常拍攝人像」的有 104 人佔 25.8%，「最常拍攝人文紀實」為 49 人佔 12.2%，「最常拍攝生態」的有 73 人佔 18.2%，「最常拍攝心象」則有 11 人勾選佔 2.5%，詳細資料如表 4-2-1。由統計資料顯示，拍攝風景跟人像的比例加起來佔了 67.1%，攝影的題材跟種類很多，但為何多數人獨鍾於風景類別跟人像的題材。本研究認為這可能是台灣攝影發展上沙龍攝影風氣的影響所致。台灣的攝影教育起步很晚，許多人接觸攝影的管道都是從社會中的攝影團體開始，而目前大部分的攝影社團多是承襲沙龍攝影的脈絡，因此很自然的就朝著拍攝唯美風格的走向發展。

表 4-3-1 攝影題材之次數分配

| 最常拍攝的題材 | 人數 | 百分比% |
|---------|-----|------|
| 風景 | 166 | 41.3 |
| 人像 | 104 | 25.8 |
| 人文紀實 | 49 | 12.2 |
| 生態 | 73 | 18.2 |
| 心象 | 11 | 2.5 |

(二) 台東具吸引力題材分析

台東最吸引人的題材統計，「東海岸風光」175 人佔全部樣本 43.5%，「台東的山岳風光」84 人佔 20.8%，「台東的田園景色」32 人佔 8.0%，「台東的原住民慶典」20 人佔 5.0%，「台東的原住民部落」19 人佔 4.7%，「台東的民俗慶典」

18 人佔 4.5%，「台東的豐富生態」54 人佔 13.5%，詳細資料如表 4-2-2。

台東最吸引遊客前來拍攝的題材是風景類別的「東海岸風光」、「台東的山岳風光」、「台東的田園景色」三項，加總起來共佔 72.3%。屬於人文方面的題材「台東原住民慶典」、「台東原住民部落」和「台東民俗慶典」三項加總共有 14.2%，生態類則有 13.9%。

由這項統計看來，台東最吸引人的題材偏向風景類別，此與前述風景題材是最多人拍照的類別應有關。此外，有關人文部分的原住民慶典、原住民部落及民俗慶典這三項加總是佔 14.2%，與人文紀實類別的關連性也很高。

表 4-3-2 台東最吸引人攝影題材之次數分配

| 台東最吸引人題材 | 人數 | 百分比% |
|----------|-----|------|
| 海岸風光 | 175 | 43.5 |
| 山岳風光 | 84 | 20.8 |
| 田園景色 | 32 | 8.0 |
| 原住民慶典 | 20 | 5.0 |
| 原住民部落 | 19 | 4.7 |
| 民俗慶典 | 18 | 4.5 |
| 豐富生態 | 54 | 13.5 |

二、人口特質與題材選擇之分析

對於人口特質和最常拍攝的題材作交叉分析，結果如表 4-3-3 所示。研究結果得知，性別跟居住地這兩個變項跟攝影題材選擇並無顯著關係，其餘各項分述如下：

在年齡方面，攝影者年齡跟攝影題材選擇有顯著關係，可以看到攝影者年齡在 50 歲以上的人拍攝的題材幾乎都分佈在風景跟人像類別。本研究認為，從台灣攝影的發展過程來看，這年齡層接觸攝影的管道應該都是透過攝影社團，而許多攝影社團仍保有沙龍攝影的風格，所以拍照的題材比較偏向拍攝風景及人像。41-50 歲這階段的年齡層是在國內第一批有機會透過學校教

育學習攝影的人口，因此對於攝影的題材類別開始多元。31-40 的族群，在其求學階段剛好碰到報導攝影的風行，因此明顯看出有比較多人投入人文紀實的領域。30 歲下的族群，接觸攝影的管道更多，攝影教育也更普及，因此對於攝影題材的選擇顯得最多元。

在婚姻方面，已婚跟未婚在人像題材上的分佈上，已婚者拍攝人像的比例比未婚高，本研究認為，未婚者若平常喜歡拍人像應該不會因為變成已婚的身份而改變拍攝題材，但是原本不拍人像或是原本根本不拍照的人，有可能因為已婚有了小孩之後，為了記錄家中小孩的成長而開始拍攝人像，因此連帶使得已婚者拍攝人像的比例比未婚者高。

在教育程度方面，可以看出分佈的族群是偏向在教育程度較高的一邊，本研究認為，有可能是因為台灣的攝影教育多半是在大專以後才開始，因此教育程度高的人接觸過攝影教育的機會比較大，且高學歷的族群相對吸收資訊的能力跟管道也會相對提昇，因此對攝影題材的反應也相對顯得多元。

在職業方面，退休族群在攝影題材選擇上有明顯的差異，沒有人拍攝人文方面的題材，卻有將近 5 成是在拍攝生態。本研究認為可能是拍攝人文的題材需要比較大又快速的移動，是比較耗費體力的方式。相較之下拍攝生態題材是一種比較靜態的活動，可能比較需要的是耐性而不是體力，因此吸引比較多退休人口拍攝。此外拍攝生態攝影的設備所費不貲，例如拍攝鳥類的鏡頭比起拍攝人像、人文紀實用的鏡頭又高一截，因此退休人員比較有此經濟能力去接觸。

表 4-3-3 人口變項與拍攝題材選擇之交叉分析表

| | | 風景 | 人像 | 人文 紀實 | 生態 | 心象 | 總和 | X ² | P 值 |
|------|-----------|-----|----|----------|----|----|-----|----------------|---------|
| 性別 | 男 | 153 | 97 | 40 | 67 | 9 | 366 | 7.182(a) | .091 |
| | 女 | 13 | 6 | 9 | 6 | 2 | 36 | | |
| 年齡 | 30 歲以下 | 37 | 24 | 8 | 20 | 6 | 95 | 137.247(a) | .000*** |
| | 31-40 歲 | 55 | 18 | 38 | 14 | 5 | 130 | | |
| | 41-50 歲 | 49 | 23 | 3 | 27 | 0 | 102 | | |
| | 51-60 歲 | 20 | 30 | 0 | 9 | 0 | 59 | | |
| | 61 歲以上 | 5 | 8 | 0 | 3 | 0 | 16 | | |
| 婚姻 | 已婚 | 123 | 85 | 32 | 53 | 8 | 301 | 57.481(a) | .013* |
| | 未婚 | 34 | 13 | 15 | 9 | 3 | 74 | | |
| | 其他 | 9 | 5 | 2 | 11 | 0 | 27 | | |
| 教育 | 高中職以下 | 49 | 24 | 14 | 13 | 1 | 101 | 42.239(a) | .001** |
| | 專科 | 43 | 38 | 18 | 28 | 1 | 128 | | |
| | 大學 | 70 | 36 | 10 | 23 | 7 | 146 | | |
| | 研究所以上 | 4 | 5 | 7 | 9 | 2 | 27 | | |
| 職業 | 自營事業者 | 21 | 4 | 5 | 3 | 3 | 36 | 47.196(a) | .000*** |
| | 受雇者〈或受薪者〉 | 121 | 79 | 39 | 53 | 4 | 296 | | |
| | 職業學生 | 14 | 12 | 4 | 1 | 3 | 34 | | |
| | 退休 | 7 | 8 | 0 | 16 | 0 | 34 | | |
| 居住地 | 北部地區 | 108 | 56 | 34 | 43 | 5 | 246 | 24.950(a) | .186 |
| | 中部地區 | 38 | 21 | 9 | 11 | 4 | 83 | | |
| | 南部地區 | 15 | 20 | 5 | 16 | 2 | 58 | | |
| | 東部地區 | 5 | 6 | 1 | 3 | 0 | 15 | | |
| 參加社團 | 是 | 83 | 37 | 20 | 32 | 2 | 174 | 2.370(a) | .082 |
| | 否 | 83 | 66 | 29 | 41 | 9 | 228 | | |
| 曾到台東 | 是 | 88 | 37 | 8 | 44 | 4 | 181 | 47.630(a) | .000*** |
| | 否 | 78 | 66 | 41 | 29 | 7 | 221 | | |

*P ≤ .05 **P ≤ .01 ***P ≤ .001

三、人口特質與台東具吸引力題材之分析

此部分是觀察人口特質在「台東最吸引人題材」變項中的分佈情形與顯著關係，詳如表 4-3-4 所示。資料顯示，人口特質中「教育程度」、「居住地」跟「參加社團」與「台東具吸引力之題材」無顯著關係。

攝影者年齡對「台東具吸引力題材」這方面的關係可以發現，越年輕的族群對台東感興趣的題材也越多元，這點可能跟他們自身對拍攝題材認同原本就比較多元有關。在年齡的分析中還可以發現，年齡層越大的攝影者，對台東的地方景觀越有興趣，而台東在人文方面的題材則顯得對年齡層高者沒有吸引力。

至於「職業」對「台東具吸引力題材」的分析，「學生」跟「退休」這兩個族群有明顯的差異。表中顯示「學生」幾乎只對於台東的「海岸風光」跟「山岳風光」有興趣，對於原住民及民俗等題材則顯得興趣缺缺。本研究認為，台東的地方景觀有其獨特性，是別的地方無法取代的，所以對於喜好拍攝風景的攝影愛好者而言會有一定的吸引力。而台東雖然有豐富的原住民資源，但是若要拍攝原住民題材，不一定得到台東才有機會拍到。此外拍攝人文方面的題材比較有記錄性質，通常也需要比較長的時間觀察跟記錄，所以這些題材對於有經濟跟時間考量跟的學生而言就顯得不具吸引力。至於退休族群雖然比較有錢有閒，不過因為自身對拍攝題材的選擇，所以只對台東的山水景色及生態方面的題材感到興趣。

「是否來過台東」對「台東具吸引力題材」的分析中可以看到各項差異不大，唯對「豐富的生態」這項攝影題材的肯定，「來過台東」的比例高於「未來過台東」，顯示台東的豐富生態的確有吸引人之處。

表 4-3-4 人口特質對台東具吸引題材之交叉分析

| | | 海岸 風光 | 山岳 風光 | 田園 景色 | 原住 民慶 典 | 原住 民部 落 | 民俗 慶典 | 豐富 生態 | P 值 |
|----------|--------|----------|----------|----------|---------------|---------------|----------|----------|---------|
| 性別 | 男 | 165 | 75 | 23 | 18 | 17 | 17 | 50 | .015* |
| | 女 | 10 | 8 | 9 | 2 | 2 | 1 | 4 | |
| 年齡 | 21-30歲 | 41 | 23 | 3 | 5 | 4 | 4 | 15 | .000*** |
| | 31-40歲 | 47 | 29 | 16 | 6 | 14 | 9 | 9 | |
| | 41-50歲 | 39 | 25 | 6 | 7 | 0 | 3 | 22 | |
| | 51-60歲 | 40 | 5 | 6 | 0 | 1 | 1 | 6 | |
| | 61歲以上 | 8 | 1 | 1 | 2 | 0 | 1 | 2 | |
| 婚姻 | 已婚 | 134 | 56 | 24 | 18 | 14 | 13 | 41 | .032* |
| | 未婚 | 31 | 24 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | |
| | 其他 | 10 | 3 | 5 | 0 | 0 | 1 | 8 | |
| 教育 程度 | 高中職以下 | 51 | 24 | 7 | 4 | 2 | 4 | 9 | .232 |
| | 專科 | 52 | 24 | 9 | 5 | 9 | 6 | 22 | |
| | 大學 | 64 | 31 | 14 | 6 | 7 | 7 | 17 | |
| | 研究所以上 | 8 | 4 | 2 | 5 | 1 | 1 | 6 | |
| 職業 | 自營事業者 | 16 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 2 | .000*** |
| | 受雇者 | 123 | 67 | 22 | 14 | 17 | 14 | 38 | |
| | 職業學生 | 24 | 8 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | |
| | 退休 | 9 | 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 14 | |
| 居住 地 | 北部地區 | 107 | 53 | 19 | 14 | 13 | 11 | 28 | .587 |
| | 中部地區 | 37 | 16 | 11 | 4 | 1 | 4 | 10 | |
| | 南部地區 | 23 | 13 | 2 | 1 | 4 | 3 | 12 | |
| | 東部地區 | 8 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 4 | |
| 參加 社團 | 是 | 77 | 27 | 16 | 12 | 6 | 11 | 24 | .117 |
| | 否 | 98 | 56 | 16 | 8 | 13 | 7 | 30 | |
| 曾到 台東 | 是 | 81 | 29 | 14 | 11 | 4 | 5 | 36 | .000*** |
| | 否 | 94 | 54 | 18 | 9 | 15 | 13 | 18 | |

*P ≤ .05 、 **P ≤ .01 、 ***P ≤ .001

第四節 攝影旅遊意象分析

攝影旅遊意象分析主要是在分析人口特質跟旅遊意象間的關係，所利用的統計方法分別是用敘述性統計，觀察旅遊意象的認同度。此外透過t檢定及單因子變異數分析了解不同人口特質對攝影旅遊意象是否有顯著性差異。如果單因子變異數分析的結果有達到顯著的水準時（即P 值 ≤ 0.05 ）則再進一步運用Scheffe多重比較法來做事後分析，考驗每一個平均數線性組合，分析其變異來源為何，以檢定各群組之間的差異情形。

一、攝影旅遊意象認同

對攝影旅遊意象的整體評價，經由統計結果如表 4-4-1 顯示，遊客對台東攝影旅遊各意象指標的平均數。結果顯示「地方景觀意象」平均值為 3.54 為最高，其他依次是「地方特色意象」平均值為 3.35，「攝影親和度意象」平均值 3.08，「地方活動意象」平均值 3.75，「攝影便利性意象」平均值 2.72。詳細資料如表 4-4-1。

表 4-4-1 整體攝影旅遊意象認同

| | 最小值 | 最大值 | 平均數 | 標準差 |
|--------------|------|------|-------|------|
| 自然資源意象 | 2.40 | 4.00 | 3.544 | .364 |
| 地方特色意象 | .50 | 4.00 | 3.359 | .411 |
| 地方活動意象 | .00 | 4.00 | 2.757 | .776 |
| 攝影便利性意象 | 1.00 | 4.00 | 2.728 | .537 |
| 攝影親和度意象 | 1.67 | 4.00 | 3.085 | .459 |
| 有效的 N (完全排除) | | | | |

針對每個問項去做分析，如表 4-4-2 所示。由表中得知，所有問項總平均值為 3.06，其中共有 17 個問項的平均數高於總平均數，顯示遊客對本研究所列出的 30 項攝影旅遊意象問項多半感到認同，其中遊客最認同的項目的三項分別是「東海岸景觀值得前去攝影旅遊」平均值為 3.64，其次是「台東的山

「岳景觀值得前去攝影旅遊」平均值為 3.61，第三名是台東的生態題材值得前去攝影旅遊平均值是 3.60。值得注意的是這三者都是屬於攝影題材構面中，地方景觀意象的類別。由此可知攝影愛好者對台東攝影旅遊意象中，對地方景觀的認同是最高的。

至於屬於攝影活動構面的部分則是「前往台東攝影旅遊步調悠閒且不擁擠」平均值 3.54，在全部選項中排名第五，其餘「氣候舒適宜人」平均值 3.37、「容易拍到想拍的」平均值 3.31、「居民有善親切」平均值 3.27、「安全的旅遊環境」平均值 3.25 等這幾項的平均值也都超過總平均值 3.06 的標準。

攝影愛好者對台東攝影旅遊意象認同度較低的意象指標，是對台東的交通便利性最不認同，其平均值僅有 2.21。「台東的公共設施完備」平均值 2.48 是倒數第二的項目。由此可見在硬體設施方面，台東仍有改善的空間。至於「台東物價消費合理」被評為倒數第三，這問題有可能是反應出台灣旅遊業常見的通病，就是遊客通常都是在假日湧現，導致供需失衡，讓業者會有機會抬高價錢；或者也有可能代表台東的服務業在同樣的收費標準下，無法給遊客等值的服務，造成遊客顧客價值的不滿，所以反應在消費物價不合理。

從表中也可以發現，「台東有充足的資訊介紹各種節慶活動」以及「台東有充足的資訊介紹攝影景點」這兩個問項，其認同度在整體的表現中未達到平均值，分別只有 2.64 和 2.72，顯示相關單位在舉辦活動時對於宣傳造勢的方面似乎不足，仍有加強宣傳的必要。至於許多地方性活動方面，資料顯示，只有「寒單爺活動」一項的平均值為 3.18 高於整體平均值。其餘活動表現都未達平均值，表示被認同度都是偏低。本研究認為，「寒單爺」這議題在這幾年內經過媒體的報導和宣傳，使得台東元宵節「炮炸寒單爺」活動已經逐漸變成是具全國性知名度的活動。而其他台東所辦的「南島文化節」、「馬卡吧嗨」、「釋迦節」等，因沒有足夠的知名度，比較像是台東縣內自己的活動，外界沒有足夠的資訊也沒有參與，導致認同度不夠。由此可知，台東在辦理

地方活動上對於行銷跟宣傳還有許多著力的空間。

表 4-4-2 攝影旅遊意象個別分析

| 題號 | 旅遊意象的認知 | 平均值 | 標準差 | 排序 |
|----|------------------------|------|-------|----|
| 2 | 東海岸景觀值得前去攝影旅遊 | 3.64 | 0.535 | 1 |
| 1 | 台東的山岳景觀值得前去攝影旅遊 | 3.61 | 0.551 | 2 |
| 7 | 台東的生態題材值得前去攝影旅遊 | 3.60 | 0.641 | 3 |
| 3 | 台東的田園風光值得前去攝影旅遊 | 3.58 | 0.551 | 4 |
| 28 | 前往台東攝影旅遊步調悠閒且不擁擠 | 3.54 | 0.519 | 5 |
| 5 | 台東的原住民慶典值得前去攝影旅遊 | 3.51 | 0.575 | 6 |
| 4 | 台東的農村人文景觀值得前去攝影旅遊 | 3.45 | 0.585 | 7 |
| 11 | 台東是油菜花景觀是是值得前去攝影旅遊的題材 | 3.43 | 0.900 | 8 |
| 9 | 台東金針花開是是值得前去攝影旅遊的題材 | 3.42 | 0.727 | 9 |
| 6 | 台東的原住民部落值得前去攝影旅遊 | 3.37 | 0.612 | 10 |
| 26 | 前往台東攝影旅遊氣候舒適宜人 | 3.37 | 0.717 | 11 |
| 22 | 前往台東攝影旅遊可以容易拍到想要拍攝的題材 | 3.31 | 0.694 | 12 |
| 8 | 東海岸的水底攝影值得前去攝影旅遊 | 3.30 | 0.873 | 13 |
| 21 | 台東居民對攝影旅遊的遊客是友善親切 | 3.27 | 0.824 | 14 |
| 27 | 台東是安全的攝影旅遊環境 | 3.25 | 0.649 | 15 |
| 12 | 台東「寒單爺活動」是值得前去攝影旅遊的題材 | 3.18 | 0.916 | 16 |
| 18 | 以攝影旅遊的方式去台東拍攝人像是不錯的方式 | 3.11 | 0.896 | 17 |
| 10 | 台東百合花開是值得前去攝影旅遊的題材 | 2.98 | 0.860 | 18 |
| 17 | 台東「想飛的季節」是值得前去攝影旅遊的題材 | 2.86 | 0.998 | 19 |
| 20 | 台東有充足的資訊介紹適合攝影旅遊的風景景點 | 2.72 | 0.949 | 20 |
| 13 | 台東「南島文化節」是值得前去攝影旅遊的題材 | 2.69 | 1.128 | 21 |
| 15 | 台東「旗魚祭」是值得前去攝影旅遊的題材 | 2.65 | 1.032 | 22 |
| 19 | 台東有充足的資訊介紹各種節慶活動以便攝影旅遊 | 2.64 | 0.899 | 23 |
| 25 | 前往台東攝影旅遊環境整潔乾淨 | 2.62 | 0.913 | 24 |
| 16 | 台東「釋迦節」是值得前去攝影旅遊的題材 | 2.59 | 1.153 | 25 |
| 29 | 前往台東攝影旅遊住宿飲食便利 | 2.57 | 1.062 | 26 |
| 14 | 台東「馬卡吧嗨」是值得前去攝影旅遊的題材 | 2.56 | 1.111 | 27 |
| 30 | 前往台東攝影旅遊消費物價合理 | 2.54 | 0.899 | 28 |
| 24 | 前往台東攝影旅遊公共設施完備 | 2.48 | 0.880 | 29 |
| 28 | 前往台東攝影旅遊交通便利 | 2.21 | 0.958 | 30 |

二、旅遊意象之差異分析

(一) 人口特質與地方景觀意象之差異分析

在人口特質與「地方景觀意象」之差異分析如表 4-4-3 所示。結果得知不同的「性別」、「參加社團」、「婚姻」、「教育程度」、「居住地」與「地方景觀意象」皆無顯著差異，但「有無到過台東」、「年齡」、「職業」等與「地方景觀意象」有顯著差異。因此本研究針對「有無到過台東」、「年齡」、「職業」對「地方景觀意象」之差異情形做進一步的分析。

「有無來過台東」對「地方景觀意象」認知有顯著差異，「到過台東」其平均數為3.600，而「未到過台東」平均數3.499，顯示到過台東者對於台東地方景觀意象比未到過台東者更加肯定。本研究認為，未曾到過台東者對於地方景觀的認知，不外乎來自雜誌、明信片、媒體等圖片或影像的蒐集，而這些影像的呈現都是經過專業的處理，因此圖像格外吸引人。然而到過台東者對地方景觀是一種複合意象，比未到過台東者的原始意象和誘發意象表現更好，足見台東地方景觀的確有吸引人之處。

在「年齡」方面，不同的年齡與「地方景觀意象」是有顯著差異的，透過事後比較發現，「51-60歲」在「地方景觀意象」上高於「30歲以下」、「31-40歲」。由此可知，年紀越大者越認同台東地方景觀。在「職業」方面，從事不同的職業，其在「地方景觀意象」上是有顯著差異的，透過事後比較發現，「退休」及「受顧者」高於「自營業者」。本研究認為，有可能是自營業者經濟收入較豐，到國外考察或旅遊的機會比較多，因此可以接觸到更多各地的景觀。

表 4-4-3 人口特質與自然資源意象之差異分析表

| 人口特質 | | | 平均數 | t 值 | p 值 |
|--------|---|---|-------|--------|---------|
| 性別 | 1 | 男 | 3.538 | -1.049 | 0.295 |
| | 2 | 女 | 3.605 | | |
| 參加攝影社團 | 1 | 是 | 3.549 | 0.223 | 0.823 |
| | 2 | 否 | 3.541 | | |
| 到過台東 | 1 | 是 | 3.600 | 2.872 | 0.004** |
| | 2 | 否 | 3.499 | | |

*P ≤ .05 、 **P ≤ .01 、 ***P ≤ .001

(續上) 人口特質與自然資源意象之差異分析表

| 人口特性 | | 平均數 | F 值 | P 值 | 事後比較 |
|------|-----------|-------|-------|--------|------------|
| 年齡 | 1. 30歲以下 | 3.515 | 4.916 | .001** | 4>1 4>2 |
| | 2. 31-40歲 | 3.472 | | | |
| | 3. 41-50歲 | 3.578 | | | |
| | 4. 51-60歲 | 3.708 | | | |
| | 5. 61歲以上 | 3.487 | | | |
| 婚姻 | 1. 已婚 | 3.546 | .319 | .727 | |
| | 2. 未婚 | 3.521 | | | |
| | 3. 其他 | 3.585 | | | |
| 教育程度 | 1. 高中職以下 | 3.592 | 1.637 | .180 | |
| | 2. 專科 | 3.560 | | | |
| | 3. 大學 | 3.516 | | | |
| | 4. 研究所以上 | 3.444 | | | |
| 職業 | 1. 自營事業者 | 3.333 | 4.735 | 0.01** | 2>1 4>1 |
| | 2. 受雇者 | 3.566 | | | |
| | 3. 學生 | 3.464 | | | |
| | 4. 退休 | 3.664 | | | |
| 居住地 | 1. 北部 | 3.539 | 2.322 | .075 | |
| | 2. 中部 | 3.616 | | | |
| | 3. 南部 | 3.455 | | | |
| | 4. 東部 | 3.573 | | | |

*P ≤ .05 、 **P ≤ .01 、 ***P ≤ .001

(二) 人口特質與地方特色意象之差異分析

在人口特質與「地方景觀意象」之差異分析如表 4-4-4 所示。結果得知不同的「性別」、「參加社團」、「職業」與「地方特色意象」皆無顯著差異，但「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、「教育程度」、「居住地」等與「地方特色意象」有顯著差異。因此本研究針對「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、「教育程度」、「居住地」對「地方特色意象」之差異情形做進一步的分析。

「有無來過台東」對「地方特色意象」認知有顯著差異，「到過台東」其平均數為 3.463，而「未到過台東」平均數 3.273，顯示到過台東者對於台東地方特色意象比未到過台東者更加肯定。在年齡方面，不同的年齡與「地方特色意象」是有顯著差異的，透過事後比較發現，「51-60 歲」在「地方特色意象」上低於「30 歲以下」、「31-40 歲」、「41-50 歲」。由此可知，年紀小者，會比較認同台東地方特色，也就是對台東的人文題材會比較有興趣。在婚姻方面，婚姻與「地方特色意象」是有顯著差異的，透過事後比較發現，婚姻狀況「其他」平均值 3.543 大於「已婚」的 3.326。教育程度方面，「教育程度」與「地方特色意象」是有顯著差異的，透過事後比較發現，「高中職以下」平均值 3.442 大於「專科」的 3.287，本研究認為，有可能是教育程度低者平日比較親近鄉土民俗，因此對台東地方特色的認同度最高。在居住地方面，「居住地」與「地方特色意象」是有顯著差異的，透過事後比較發現，居住在東部者其平均值最高，可能是地緣上的接近，產生認同的感覺。

表 4-4-4 人口特質與地方特色意象之差異分析表

| 人口特性 | | | 平均數 | t 值 | p 值 |
|--------|---|---|-------|--------|---------|
| 性別 | 1 | 男 | 3.347 | -1.912 | 0.057 |
| | 2 | 女 | 3.485 | | |
| 參加攝影社團 | 1 | 是 | 3.383 | 1.024 | 0.306 |
| | 2 | 否 | 3.340 | | |
| 到過台東 | 1 | 是 | 3.463 | 4.714 | .000*** |
| | 2 | 否 | 3.273 | | |

*P ≤ .05 **P ≤ .01 ***P ≤ .001

(續) 人口特質與地方特色意象之差異分析表

| 人口特性 | | 平均數 | F 值 | P 值 | 事後比較 |
|------|----------|-------|--------|---------|-------------------|
| 年齡 | 1 30歲以下 | 3.429 | 9.798 | .000*** | 1>4 2>4 3>4 |
| | 2 31-40歲 | 3.338 | | | |
| | 3 41-50歲 | 3.472 | | | |
| | 4 51-60歲 | 3.090 | | | |
| | 5 61歲以上 | 3.375 | | | |
| 婚姻 | 1 已婚 | 3.326 | 4.721 | .009** | 3>1 |
| | 2 未婚 | 3.425 | | | |
| | 3 其他 | 3.543 | | | |
| 教育程度 | 1 高中職以下 | 3.442 | 2.991 | .031* | 1>2 |
| | 2 專科 | 3.287 | | | |
| | 3 大學 | 3.375 | | | |
| | 4 研究所以上 | 3.296 | | | |
| 職業 | 1 自營事業者 | 3.194 | 2.340 | .055 | |
| | 2 受雇者 | 3.358 | | | |
| | 3 學生 | 3.441 | | | |
| | 4 退休 | 3.440 | | | |
| 居住地 | 1 北部 | 3.329 | 10.557 | .000*** | 2>1 2>3 4>3 |
| | 2 中部 | 3.532 | | | |
| | 3 南部 | 3.186 | | | |
| | 4 東部 | 3.555 | | | |

* $P \leq .05$ 、** $P \leq .01$ 、*** $P \leq .001$

(三) 人口特質與地方活動意象之差異分析

在人口特質與「地方活動意象」之差異分析如表 4-4-5 所示。結果得知不

同的「性別」、「參加社團」、「教育程度」、「職業」、「居住地」與「地方特色意象」皆無顯著差異，但「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、等與「地方活動意象」有顯著差異。因此本研究針對「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、對「地方特色意象」之差異情形做進一步的分析。

「有無來過台東」對「地方活動意象」認知有顯著差異，「到過台東」其平均數為 2.934，而「未到過台東」平均數 2.613，顯示到過台東者對於台東地方活動意象比未到過台東者更加肯定。數據中看出來過台東者對未曾來過的人對地方活動的認同度略高。由此推論，有關攝影題材構面上，攝影愛好者對台東地方活動意象指標認同度低於不高的原因可能是因為宣傳度不夠的緣故。

在年齡方面，不同的年齡與「地方活動意象」是有顯著差異的，透過事後比較發現，「41-50 歲」在「地方活動意象」上高於「31-40 歲以」以及「51-60 歲」。有可能是因為這年齡層事業上較穩定且若有子女的話子女的年紀也都稍長，因此可以有比較多機會參與活動。在婚姻方面，婚姻狀態與「地方活動意象」是有顯著差異的，透過事後比較發現，「已婚」的平均值 2.801、「其他」平均值 2.969 皆大於「未婚」2.502，由此可知台東所舉辦的地方活動對於未婚的攝影愛好者而言是比較不具吸引力的。

表 4-4-5 人口特質與地方活動意象之差異分析

| 人口特性 | | 平均數 | t 值 | p 值 |
|--------|-----|-------|-------|---------|
| 性別 | 1 男 | 2.759 | 0.175 | 0.861 |
| | 2 女 | 2.736 | | |
| 參加攝影社團 | 1 是 | 2.786 | 0.648 | 0.517 |
| | 2 否 | 2.735 | | |
| 到過台東 | 1 是 | 2.934 | 4.335 | .000*** |
| | 2 否 | 2.613 | | |

*P ≤ .05 **P ≤ .01 ***P ≤ .001

(續前) 人口特質與地方活動意象之差異分析

| 人口特性 | | 平均數 | F 值 | P 值 | 事後比較 |
|------|----------|-------|-------|---------|------------|
| 年齡 | 1 30歲以下 | 2.886 | 6.333 | .000*** | 3>2 3>4 |
| | 2 31-40歲 | 2.571 | | | |
| | 3 41-50歲 | 3.005 | | | |
| | 4 51-60歲 | 2.590 | | | |
| | 5 61歲以上 | 2.562 | | | |
| 婚姻 | 1 已婚 | 2.801 | 5.616 | .004** | 1>2 3>2 |
| | 2 未婚 | 2.502 | | | |
| | 3 其他 | 2.969 | | | |
| 教育程度 | 1 高中職以下 | 2.632 | 1.622 | .184 | |
| | 2 專科 | 2.788 | | | |
| | 3 大學 | 2.836 | | | |
| | 4 研究所以上 | 2.654 | | | |
| 職業 | 1 自營事業者 | 2.453 | 1.824 | .123 | |
| | 2 受雇者 | 2.808 | | | |
| | 3 學生 | 2.676 | | | |
| | 4 退休 | 2.725 | | | |
| 居住地 | 1 北部 | 2.705 | 3.138 | .025* | |
| | 2 中部 | 2.859 | | | |
| | 3 南部 | 2.704 | | | |
| | 4 東部 | 3.266 | | | |

*P ≤ .05 、 **P ≤ .01 、 ***P ≤ .001

(四) 人口特質與攝影便利性意象之差異分析

在人口特質與「攝影便利性意象」之差異分析如表 4-4-6 所示。結果得知不同的「性別」、「參加社團」、「教育程度」、「職業」與「攝影便利性意象」皆無顯著差異，但「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、等與「地方活動意象」有顯著差異。因此本研究針對「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、「居住地」對「攝影便利性」之差異情形做進一步的分析。

「到過台東」對於交通、食宿等的便利性認知，跟「沒來過台東」的認知有顯著差異，其原因可能是交通方式的不同和地點及時節的不同所致，例如搭乘飛機往返台東跟透過火車或是自行開車，可能會造成很大的認知差異。數據顯示，到過台東的平均值為 2.787 雖高於「未到過台東」的 2.680，儘管如此，在五個意象指標的分析中，「攝影便利性」最表現低的一項，此一現象說明在台東在攝影便利性上仍有加強的空間。

在年齡方面，不同的年齡與「攝影便利性」是有顯著差異的，透過事後比較發現，「31-40 歲」在「攝影便利性意象」的平均值 2.439 是所有年齡層表現最低的。在「婚姻」方面，婚姻狀況「其他」的平均值為 3.074，遠高於「未婚」的 2.486 和「已婚」的 2.757。由此可知，婚姻狀態為「未婚」者，最不認同到台東攝影旅遊的攝影便利性。在「居住地」方面，居住在「東部」的平均值為 3.076，高於「北部」、「中部」及「南部」，由此得知，東部的攝影愛好者最認同到台東攝影旅遊的攝影便利性。這可能是因為地理環境接近，對於交通、時間及經濟上都相對節省有關。

表 4-4-6 人口特質與攝影便利性意象之差異分析

| 人口特性 | | | 平均數 | t 值 | p 值 |
|------|---|---|-------|--------|-------|
| 性別 | 1 | 男 | 2.724 | -0.571 | .568 |
| | 2 | 女 | 2.777 | | |
| 參與社團 | 1 | 是 | 2.744 | .514 | .607 |
| | 2 | 否 | 2.716 | | |
| 到過台東 | 1 | 是 | 2.787 | 1.992 | .047* |
| | 2 | 否 | 2.680 | | |

*P ≤ .05 、 **P ≤ .01 、 ***P ≤ .001

(續前) 人口特質與攝影便利性意象之差異分析

| 人口特性 | | 平均數 | F 值 | P 值 | 事後比較 |
|------|----------|-------|--------|---------|--------------------------|
| 年齡 | 1 30歲以下 | 2.748 | 19.954 | .000*** | 1>2 3>1 3>2 4>2 |
| | 2 31-40歲 | 2.439 | | | |
| | 3 41-50歲 | 3.002 | | | |
| | 4 51-60歲 | 2.845 | | | |
| | 5 61歲以上 | 2.785 | | | |
| 婚姻 | 1 已婚 | 2.757 | 14.402 | .000*** | 1>2 3>1 3>2 |
| | 2 未婚 | 2.486 | | | |
| | 3 其他 | 3.074 | | | |
| 教育程度 | 1 高中職以下 | 2.722 | .398 | .754 | |
| | 2 專科 | 2.770 | | | |
| | 3 大學 | 2.701 | | | |
| | 4 研究所以上 | 2.703 | | | |
| 職業 | 1 自營事業者 | 2.591 | 2.141 | .075 | |
| | 2 受雇者 | 2.736 | | | |
| | 3 學生 | 2.747 | | | |
| | 4 退休 | 2.871 | | | |
| 居住地 | 1 北部 | 2.738 | 2.900 | .035* | 4>2 |
| | 2 中部 | 2.640 | | | |
| | 3 南部 | 2.726 | | | |
| | 4 東部 | 3.076 | | | |

*P ≤ .05 、**P ≤ .01 、***P ≤ .001

(五) 人口特質與攝影親和度意象之差異分析

在人口特質與「攝影親和度意象」之差異分析如表 4-4-7 所示。結果得知「參加社團」、「教育程度」與「攝影便利性意象」皆無顯著差異，但「性別」、「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、「職業」等與「地方活動意象」有顯著差異。因此本研究針對「性別」、「有無到過台東」、「年齡」、「婚姻」、「居住地」對「攝影便利性」之差異情形做進一步的分析。

對於攝影親和度的認知，「男性」平均值 3.105 明顯高於「女性」的 2.884，由此得知，男性比較認同到台東攝影的攝影親和度。有可能是因為男女對於

環境衛生、安全、消費合理等，可能都有不同的標準，因此產生顯著差異。而「到過台東」的平均值 3.169 高於「沒到過台東」的 3.017，由此得知實際到過台東者比未到過台東者，更認同台東攝影的親和度，這個現象說明台東攝影的親和度是值得肯定的。

在「年齡」方面與「攝影親和度意象」的差異分析，經事後比較得知，「31-40 歲」的平均值 2.851 是所有年齡層裡最低的，由此得知這年齡層對台東攝影親和度是最不認同的。本研究認為可能是這年齡層的人正處經濟壓力最大的時期，對於現實有較大的敏感性，而這樣的壓力反映在旅遊時則對價錢、情境、價值會比較在意。在「婚姻」方面與「攝影親和度意象」的差異分析，經事後比較得知，「已婚」者的平均值 3.136 大於「未婚者」的 2.880，顯示已婚者對於台東的攝影親和度是較認同的。可能是已婚的人經歷婚姻的學習，比較能夠站在多元角度去思考事情，因此對外界的不同反應包容性比較大，所以顯示出對台東「攝影親和度意象」的認同度高於「未婚」。在「職業」與「居住地」方面雖與「攝影親和度意象」有顯著差異，但因運用 Scheffe 多重比較法來做事後分析較是比較嚴謹的方法，在此未顯示出事後比較的差異。

表 4-4-7 人口特質與攝影親和度意象之差異分析

| 人口特性 | | 平均數 | t 值 | p 值 |
|--------|-----|-------|-------|---------|
| 性別 | 1 男 | 3.105 | 2.778 | .006** |
| | 2 女 | 2.884 | | |
| 參加攝影社團 | 1 是 | 3.110 | .934 | .351 |
| | 2 否 | 3.066 | | |
| 到過台東 | 1 是 | 3.169 | 3.335 | .001*** |
| | 2 否 | 3.017 | | |

*P ≤ .05 **P ≤ .01 ***P ≤ .001

(續前) 人口特質與攝影親和度意象之差異分析

| 人口特性 | | 平均數 | F 值 | P 值 | 事後比較 |
|------|----------|-------|--------|---------|-------------------|
| 年齡 | 1 30歲以下 | 3.140 | 15.427 | .000*** | 1>2 3>2 4>2 |
| | 2 31-40歲 | 2.851 | | | |
| | 3 41-50歲 | 3.221 | | | |
| | 4 51-60歲 | 3.276 | | | |
| | 5 61歲以上 | 3.083 | | | |
| 婚姻 | 1 已婚 | 3.136 | 9.610 | .000*** | 1>2 |
| | 2 未婚 | 2.880 | | | |
| | 3 其他 | 3.080 | | | |
| 教育程度 | 1 高中職以下 | 3.110 | .463 | .708 | |
| | 2 專科 | 3.049 | | | |
| | 3 大學 | 3.104 | | | |
| | 4 研究所以上 | 3.061 | | | |
| 職業 | 1 自營事業者 | 2.995 | 5.053 | .001** | |
| | 2 受雇者 | 3.103 | | | |
| | 3 學生 | 3.289 | | | |
| | 4 退休 | 2.817 | | | |
| 居住地 | 1 北部 | 3.071 | 2.791 | .040* | |
| | 2 中部 | 3.014 | | | |
| | 3 南部 | 3.201 | | | |
| | 4 東部 | 3.266 | | | |

* $P \leq .05$ 、** $P \leq .01$ 、*** $P \leq .001$

第五節 攝影題材與攝影旅遊意象之分析

本節是從題材的角度來跟攝影旅遊意象做差異分析，由此探討對攝影題材喜好的不同跟攝影旅遊意象之間的關係。

「最常拍攝的題材」與攝影旅遊意象之間差異分析由表 4-5-1 所示，結果得知，「最常拍攝的題材」對「地方特色意象」無顯著差異，但「最常拍攝的題材」與「地方景觀意象」、「地方活動意象」、「攝影便利性意象」及「攝影親和度意象」皆有顯著差異。因此本研究針對「地方景觀意象」、「地方活動意象」、「攝影便利性意象」及「攝影親和度意象」之差異情形作進一步的分析。

經過事後比較發現，在「地方景觀意象」方面，「常拍攝人像」者平均值 3.600 及「常拍攝人文」平均值 3.681 分別大於「最常拍攝風景」的 3.449。由表中所知，「最常拍攝風」者對台東的自然景觀的認同是最低的。本研究認為，要拍出一張成功的風景照除了攝影者的技術跟內涵之外，很多時候是得加上條件配合。而這些自然環境的拍攝條件是可遇不可求，並無法用人為的力量去控制或改變。拍攝風景的人，對拍攝條件的期望高，相對的就比較容易對現場遇到的情況跟期盼產生落差。而拍攝其他題材的人，不像專拍風景的人那麼嚴格要求拍攝條件，因此對台東的自然景觀留下好的印象。

「地方活動意象」方面，經過事後分析得知，「常拍風景」、「常拍人像」跟「常拍生態」對此的認同度皆比「常拍人文」高，由此可知拍攝常拍人文題材者對台東地方活動意象的認同是最低的。本研究認為，「常拍人文」者平日對社會文化的觀察比較深入，因此對於舉辦的活動會持較高的審視標準，所以對於「地方活動意象」的認同較低。

「攝影便利性意象」方面，經過事後分析得知，「常拍人像」、「常拍人文」、及「常拍生態」對此的認同都比「常拍風景」要高。本研究認為，有可能是拍攝風景需要移動範圍大，以台東現有的大眾交通工具，幾乎不可能符合其

需求。若自行開車，又缺乏詳細的地圖跟資訊指引，因此對於喜歡拍攝風景的人而言，便利性是不足的。

「攝影親和度意象」方面，經過事後比較發現，「拍攝風景」跟「拍攝人像」會比「拍攝人文」跟「拍攝生態」持較高的肯定。本研究認為，拍攝風景跟人像比較不須要跟當地的人或環境互動，但拍攝人文跟生態則相反。拍攝人文需要對當地的人跟物有充分的接觸，而拍攝生態則是對當地的環境需要深度的瞭解。接觸越多就越容易會有立場的矛盾、適應等問題，反之若攝影者沒有持尊重的心態，則容易陷入如蘇珊·宋塔所言的專橫。因此對於拍攝人文跟生態而言，是比較容易遭到在地的反彈跟阻礙，這正好解釋拍攝人文跟生態者對當地的親和性的認同是比較低的。

表 4-5-1 拍攝題材與攝影旅遊意象分析表

| | | 平均數 | F 值 | P 值 | 事後比較 |
|------------|-------|-------|--------|---------|-------------------|
| 自然資源 意象 | 1. 風景 | 3.449 | 5.572 | .000*** | 2>1 3>1 |
| | 2. 人像 | 3.600 | | | |
| | 3. 人文 | 3.681 | | | |
| | 4. 生態 | 3.578 | | | |
| | 5. 心象 | 3.636 | | | |
| 地方特色 意象 | 1. 風景 | 3.356 | 1.066 | .373 | |
| | 2. 人像 | 3.323 | | | |
| | 3. 人文 | 3.336 | | | |
| | 4. 生態 | 3.399 | | | |
| | 5. 心象 | 3.560 | | | |
| 地方活動 意象 | 1. 風景 | 2.777 | 17.525 | .000*** | 1>3 2>3 4>3 |
| | 2. 人像 | 2.982 | | | |
| | 3. 人文 | 1.983 | | | |
| | 4. 生態 | 2.984 | | | |
| | 5. 心象 | 2.803 | | | |
| | 2. 人像 | 3.252 | | | |
| | 3. 人文 | 2.602 | | | |
| | 4. 生態 | 2.978 | | | |
| | 5. 心象 | 3.045 | | | |

表 4-5-1 拍攝題材與攝影旅遊意象分析表（續）

| | | | | | |
|---------|-------|-------|--------|---------|-----|
| 攝影便利性意象 | 1. 風景 | 2.668 | | | 2>1 |
| | 2. 人像 | 2.905 | | | 3>1 |
| | 3. 人文 | 2.314 | 14.043 | .000*** | 4>1 |
| | 4. 生態 | 2.900 | | | 4>3 |
| | 5. 心象 | 2.688 | | | |
| 攝影親和度意象 | 1. 風景 | 3.172 | | | 1>3 |
| | 2. 人像 | 3.252 | | | 1>4 |
| | 3. 人文 | 2.602 | 23.917 | .000*** | 2>3 |
| | 4. 生態 | 2.978 | | | 2>4 |
| | 5. 心象 | 3.045 | | | |

*P ≤ .05 **P ≤ .01 ***P ≤ .00





第五章 結論與建議

本章是將前面的研究結果加以彙整，對台東攝影旅遊意象進行綜合結論並提出後續研究建議。期能具體描述台東發展攝影旅遊的元素，也指出攝影愛好者如何看待台東攝影旅遊之意象。

第一節 結論

本研究的研究目的是探討攝影愛好者對台東攝影旅遊意象，其研究結果整理說明如下：

一、台東適合發展攝影旅遊的元素

根據研究的結果，本研究歸納台東適合發展攝影旅遊的元素可分為下列幾點。

(一) 潔淨的自然

台東有多種樣貌的自然景觀，有高山也有大海，更有許多獨特的景致如利吉惡地和矗立在卑南溪畔的小黃山等，這些都是很好拍照的題材。但是，好山好水真正吸引人的地方是在於因為低度開發而保有自然純淨的風貌。清澈的溪流、湛藍的天空、靄靄的白雲、綠色的山巒等，台東擁有的是大自然最樸素的色彩，而這些簡單的顏色，卻是許多都會地區最奢侈的夢想。因此，自然景觀是台東發展攝影旅遊最難能可貴的資產之一。

(二) 多樣性的生態資源

台東因為地形狹長，往山上走不需要一個小時的車程就可以到達非常原始的山林裡面，因此要觀察和拍攝各種生物有其便利性。若往海裡走，除了近來復育成功的杉原海灣引人注目之外，台東的綠島和蘭嶼更是公認潛水者的天堂，若要接觸水底世界的愛好者，台東顯然有其優勢，所以水底攝影具

有相當的條件規劃為攝影旅遊的一環。除此之外台東有許多重要的蝴蝶棲息和候鳥停留的地區，這些都是可以吸引愛好生態攝影者前來拍攝的重要題材，也都是台東發展攝影旅遊的元素之一。

（三）異地的人文風貌

台東共有七族原住民，人口總數約佔全縣人口三分之一，擁有豐富多元的原住民文化。台東每年舉辦「馬卡吧嗨」及「南島文化節」也都是以原住民文化為主軸的大型活動，其目的都是要吸引外地觀光客。因此原住民文化不但是可以做為攝影旅遊的元素，更是理所當然的要被列入重點規劃。原住民文化最能與攝影旅遊結合的部分就是其慶典活動，每個原住民族都有其特有的慶典，活動時間也分佈在全年，是台東發展觀光重要的資源之一。此外台東的民俗風情較著名的莫過於每年元宵節的炮炸寒單爺。炮轟寒單爺的活動在台東行之有年，原本不過是地方上的民俗活動，不過近年來經過國內外媒體的報導，日益受到大眾的注意，2008年更被內政部觀光局納入重大民俗慶典活動。

（四）純樸熱情的民風

台東擁有純樸且熱情的民風，是發展攝影旅遊珍貴的元素之一。攝影旅遊是走主題式小眾化的旅遊，會有更多的機會接觸在地的民眾，台東純樸且熱情的民風能跟遊客產生好的互動，能製造許多情感的交流而產生更多的體驗和感動。

二、遊客對台東的攝影旅遊意象

由於本研究抽樣的限制，因此結論無法擴充解釋到所有的層面，但就研究範圍內所產生的現象歸納整理做出結論，對於台東攝影旅遊意象的認識仍具有參考的價值。綜合前面對於各項統計的研究分析，本研究提出攝影愛好者對台東的攝影旅遊意象如下：

（一）攝影題材構面

在攝影題材構面上，對於台東的攝影旅遊意象，攝影愛好者最認同的是台東自然景觀方面，普遍認為台東的自然景觀是具有吸引力且適合做為攝影旅遊的攝影題材。而且根據本研究結果得知，旅遊地吸引遊客前去攝影，跟遊客原本喜歡拍照的題材之間有顯著的相關。在本研究的樣本取得中，喜歡拍攝風景類題材的比例原本就最高，因此台東的地方景觀是可以吸引最多攝影愛好者前去攝影旅遊的最佳指標。

關於原住民和地方民俗等題材，是每位在地受訪者都會提到適合做為台東攝影旅遊的題材，但根據研究結果顯示，雖然數據上，攝影愛好者對於台東的原住民、民俗等題材都持肯定的態度，但是受限於喜歡拍攝人文類題材的人數本來就不多，僅佔受訪比例的 12.2%。因此若拿這些題材來當作推展台東的攝影旅遊，能吸引的遊客可能有限。

關於生態方面的題材，研究結果顯示比起人文方面的題材還受到攝影愛好者肯定，尤其在這方面的複合意象表現比初始意象和誘發意象為高，根據 Gunn (1988)對目的地意象的說法，顯示台東的生態資源確有吸引人之處。

攝影愛好者對台東地方上舉辦的活動的認同度在所有意象指標中是偏低的，若以研究的結果來推論用台東舉辦的活動來號召攝影旅遊的遊程可能效果也是有限。本研究結果同時發現，地方活動之所以不具吸引力可能的原因是在於宣傳跟行銷不夠。

（二）攝影活動構面

到台東來攝影旅遊，整體上是讓攝影愛好者覺得不夠便利，這裡面包括來台東前的資訊獲得、往返台東的交通條件、到台東後的交通運輸及食宿等需求。台東位處台灣的邊陲，在交通上限制是危機但也可以是轉機，這端看如何去規劃活動內容。但是對於遊客資訊取得的不夠便利，這一點則的確是需要改進的地方。

至於遊客來台東從事攝影旅遊，居民的友善及環境的安全是受肯定的，

這代表台東若要發展攝影旅遊已經具備基本的要求。不過在研究數據顯示，遊客對台東收費合理性的評價很低，顯示台東的業者在技術性上有調整的空間，應該避免因小失大而影響遊客的整體意象。畢竟遊客願意來台東消費才是發展的長久之計，若只圖眼前短利痛宰遊客的荷包造成遊客負面的意象，導致遊客沒有重遊意願甚至做出負面宣傳，最終受害的還是台東業者本身。

三、不同人口特質對攝影旅遊意象認知的差異

經研究結果得知，不同的人口特質對台東攝影旅遊意象的認知會有程度不等的差異。而根據本研究對旅遊意象所下的定義，旅遊意象是遊客對旅遊地整體印象的主觀認知，因此在不同人口特質有不同的背景、認知和態度上的差異下，延伸而成的主觀認知自然會有不同。因此，這個結果是符合文獻上的推論。

第二節 建議

綜合以上結論，本研究提出下列建議：

一、對相關單位建議

(一) 塑造台東攝影旅遊的專業地位

根據研究的結果，台東有許多適合發展攝影旅遊的元素，根據這些元素來發展攝影旅遊，將是其他地方不易取代的。小眾化的主題旅遊是未來發展的趨勢，台東既然擁有優異的條件發展攝影旅遊，應該適時開發這塊市場。以便在是市場上捷足先登。因此本研究建議首先應該塑造台東攝影旅遊的專業形象，其具體作法可以建構一專業攝影旅遊網站開始，以此做為資訊集中和較換的平台，平台內包含的三個主要內容：

1. 匯集台東所有攝影題材

將台東所有攝影題蒐集後分門別類，並結合各題材的相關資訊，如適合前去攝影的時間、需要攜帶的配備、該注意的事項等。

2. 攝影旅遊的後勤補給

建置遊客前來台東攝影旅遊有關食、衣、住、行等基本需求的相關資訊，這裡有別於一般旅遊網站的地方是在於資訊的整合，特別是關於攝影方面專業的資訊提供，而不僅是提供時刻表之類的服務。其最大的用意在於讓遊客可以一次建構出整個攝影旅遊遊程所需的輪廓，方便遊客可以自行規劃攝影旅遊遊程。

3. 攝影旅遊作品發表

提供空間讓所有來台東攝影旅遊的作品可在此發表並交流，目前網路上有許多攝影論壇及藝廊，偶有發現一些攝影愛好者來台東攝影後上傳的作品，此台東攝影旅遊網站的建立，便是一個專門討論台東攝影旅遊的園區。

透過網路平台其宣傳的對象不只限於國內，而是向全世界推銷。網站內容若夠豐富且運作得當，這平台就可以發揮力量讓台東的攝影旅遊變成議題，吸引相關的族群參與。

（二）加強對外的宣傳

目前台東對吸引外地遊客前來攝影旅遊的題材多是屬於自然景觀的部分，其實遊客對於台東持有的意象不只是自然景觀，有關原住民文化、原住民慶典及寒單爺等人文方面的題材都持肯定的態度，只不過沒有足夠的資訊導致參與的意願不高。因此本研究建議相關單位在舉辦地方活動及推廣地方特色時，應該加強對外的包裝及宣傳，提供充足便利的資訊給遊客。此外對於交通飲食、住宿等的便利措施，也都有需要改善的空間。台東除了有好的攝影題材外，提供遊客便利又具親和性的攝影環境，方能吸引遊客前去攝影旅遊。

（三）結合節慶及活動舉辦攝影比賽

台東所舉辦的地方活動除「炮炸寒單爺」具有全國知名度之外，其他的活動知名度都不高。對於這些活動的行銷跟宣傳除了主動對外宣傳之外，更

有效的方式是製造議題讓媒體來報導，造成焦點。對此本研究建議相關單位可以將這些活動跟攝影比賽串連。以台東每年最大型的南島文化節為例，若能結合南島文化節舉辦全國性的台東攝影旅遊攝影比賽，從活動經費中撥出預算大幅提高比賽獎金，若創造全國獎金額度最高的攝影比賽，如此自然就會形成媒體報導的議題，不但能將南島文化節向外曝光吸引遊客前來，同時也會吸引全國各地攝影愛好者前來台東從事攝影旅遊。

(四) 主動推廣攝影旅遊遊程

根據長尾理論的概念，結合眾多的小眾市場，就可以集結成一個大市場，因此台東要發展觀光絕不可忽略主題旅遊這種小眾市場。台東的生態題材是倍受肯定的，台東的許多資源都是得天獨厚，但是目前少有相關單位和業者針對這樣的資源規劃攝影主題旅遊。又如水底攝影也是值得開發的市場，由2008年5月在世貿舉辦國內第一次的潛水展就可證明潛水活動日益普及的趨勢。台東蘭嶼綠島正是潛水的絕佳場域，享有競爭優勢。因此本研究建議應該可以整合這些資源，妥善規劃攝影旅遊遊程，開闢台東新的商機，落實觀光產業發展。

二、後續研究建議

(一) 攝影活動是一個過程，攝影作品才是攝影者跟自己的對話。當攝影者在旅遊結束之後端視攝影作品，從這對話中產生的情感是否跟旅遊當時的情緒夠產生聯繫，而這種相關或不相關的聯繫是否會影響到攝影者對該地旅遊意象的建構或是重新審視，這或許是後續值得探討的問題。

(二) 婚紗攝影旅遊的是一種新的概念產品，也是攝影旅遊的一種型態，但本研究受限於時間及人力、物力，缺少對此議題做深入研究，這點值得後續研究探索。

(三) 本研究受限於文獻取得不易，直接探討攝影跟旅遊結合的相關研究文獻不多，因此僅能嘗試從攝影和旅遊等方面的文獻做相關討論，並為兩者之間做串連而創造攝影旅遊意象的構面，其中或許在理論基礎上缺乏直接的證實，對此可做為後續研究的方向，對相關理論做更嚴謹的探討。



參考文獻

- 尹駿、章澤儀譯（2004）。現代觀光。Stephen J page，台北：湯姆生出版。
- 王志明（1989）。憂鬱的熱帶。Claudelevis Strauss，台北：聯經出版。
- 王信惠（2007）。「宗教觀光地旅遊意象、知覺價值、旅遊品質、滿意度與遊後行為意圖關係之研究以北港為例」，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 吳佩芬(1997)。「主題園遊客對主題意象認知之研究~以六福村主題遊樂園為例」，逢甲大學地地管理研究所碩士論文。
- 吳金源（2004）。「花蓮旅遊目的地意象與旅遊意願關係之研究—以奇摩網站的旅遊社群使用者為例」，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。
- 呂江泉，王大明（2004）。「遊輪旅遊行銷初步研究—以英商公主號遊輪船隊為例」，中國海事商業專科學校學報，25-46。
- 李玉瑛（2004）。「裝扮新娘-當代台灣婚紗業的興起與發展歷史」，逢甲人文社會學報，8期，183-217。
- 沈佩儀（2002）。「當代觀光凝視的建構—以鹿港古蹟旅遊為例」，東海大學社會學系碩士論文。
- 沈振奇（1995）。「由社會及文化觀點探討臺灣地區國民旅遊行為」，國立台灣大學森林研究所碩士論文。
- 林士民（2003）。「攝影行為現象之研究—邁向攝影現象學研究的美學思考，文」
- 林承賢（2005）。「網路問卷調查回收率影響因素之初探分析 -以 1999~2003年台灣博碩士論文為例」，中正大學電訊傳播研究所碩士論文
- 邱文科（2004）。「台北市婚紗業者經營策略之研究」，元智大學管理研究所碩士論文。

- 邱博賢 (2002)。「觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究-以宜蘭地區四大休閒農場為例」，世新大學觀光學研究所碩士論文。
- 侯錦雄、林宗賢(1997)。「日月潭風景區視覺景觀元素與旅遊意象關係探討」。
戶外遊憩研究 10 (1): 1-15。
- 唐學斌 (2002)。觀光事業概論，台南：復文。
- 夏鑄九 (1989)。「一個休閒空間的理論架構」。戶外遊憩研究 2(1): 24-40。
- 徐美婷 (2002)。「主題旅遊者心理描述與選擇模式之研究」，文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 崔君衍譯 (1995)。電影是甚麼，Andre bazin，台北：遠流。
- 張一帆 (1997)。「全球資訊網與傳播調查研究」，國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 張宜慶 (1998)。「電腦網路德菲研究系統之建構及其可行性研究」，國立交通大學傳播所碩士論文
- 莊立育 (2003)。「我國旅行業宗教觀光遊程設計之研究—以以色列朝聖團為例」，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 許綺玲譯 (1997)。明室-攝影札記。Roland • Barthe, La chambre Claire。台北：台灣攝影。
- 許綺玲譯 (1999)。迎向靈光消逝的年代，Walter Benjamin，台北：台灣攝影工作室。
- 陳弘尉 (2006)。「旅遊意象對滿意度與重遊意願之影響研究-以 2006 台灣燈會為例」，南台科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 陳惠美(2001)。「九二一地震對於觀光市鎮景觀意象衝擊之研究」，中華民國戶外遊憩學會編，2001 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會，II：145-160。
- 陳運欽 (2004)。「光地意象認知與旅遊選擇意願之研究」銘傳大學觀光研究所碩士論文。

- 章光和 (2004), 複製真實-後現代攝影創作構思系統論述與實踐, 台北: 田園城市。
- 傅靜芳 (2008), 「鐵道旅遊吸引力、遊客滿意度與行為意向之研究」, 大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 黃俊英, (2000), 「多變量分析」, 中國經濟企業研究所。51-52。
- 黃發典譯 (1993)。觀光旅遊社會學。Robert Lanquar, 1992。 Sociologie du tourisme et des voyages, 台北: 遠流。
- 黃震方、李想 (2002), 「旅遊目的地形象的認知與推廣模式」, 旅遊學刊 17 (3): 65-70。
- 黃翰荻譯 (1997)。論攝影, Susan Sontag, On Photography, 台北: 唐山。
- 黃耀昆 (2006)。「旅遊動機、旅遊意象與滿意度關係之研究-以田尾公路花園為例」, 國立嘉義大學森林暨自然資源研究所碩士論文。
- 楊文燦、曾宇良、李艾琳 (1999)。「旅遊意象與遊憩偏好之關係-以南投縣集集鎮為例」, 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會, 景觀遊憩資源部分, 中華民國戶外遊憩學會, 台北。
- 楊建夫, 林大裕 (2006)。「山岳旅遊的起源與內涵之探討」, 立德學報, 3 (2): 55-66。
- 楊慧 (2005)。「馬康納 (Nean Mac Cannell) 及其現代旅遊論」, 思想戰線, 1 期, 31。
- 葉智魁 (2006), 休閒研究-休閒觀與休閒專論, 台北: 品度出版。
- 廖健宏 (1998)。「亞太地區旅遊目的國形象與旅遊意願關係之研究」, 中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 趙宏禧 (2001)。「中國大陸「文化旅遊」發展過程中的地方政府、企業與規劃者-以江南古鎮周莊為例」, 國立台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

- 劉丹萍 (2004)。「旅遊者、攝影節與目的地營銷」, 旅遊學刊, 4 期, 57-62。
- 劉怡伶 (2003)。「台灣旅遊活動的階層區分現象」, 國立政治大學社會學系碩士論文。
- 劉柏瑩、黃章展(2001)。「日月潭國家風景區觀光意象之評估」, 中華民國戶外遊憩學會、靜宜大學觀光事業學系主編, 2001 休閒、遊憩、觀光研究成果研討會論文集(I)76-88。
- 劉純 (2001)。旅遊心理學, 台北: 揚智文化。
- 歐陽忻憶 (2005)。「馬祖賞鷗生態旅遊經營管理之研究」, 世新大學觀光學研究所碩士論文。
- 歐聖榮 (1995)。「遊憩區服務品質模式驗證之研究」, 觀光研究學報, 1 (3) 1-27。
- 鄭正煜 (2006)。「健康觀光參與者之行為意向探討—以參團赴日施打胎盤素者為例」, 國立台北護理學院旅遊健康研究所碩士論文
- 駱亭伶 (2001)。「主題旅遊-海外高爾夫市場」, 旅報, 277-20。
- 譚小龍 (2007)。「對旅遊是神聖的旅程的認識」, 貴州民族學報, 6 期。
- Birgit, L. (2001), Image segmentation: “The case of a tourism destination, *Journal of Services Marketing*” . 15(1): 49-66.
- Choi, W. M., Chan, A., & Wu, J. (1999), “A qualitative and quantitative assessment of Hong Kong’s image as a tourist destination” . *Tourism Management*,20,361 – 365.
- Crompton, J. L. (1979) , “ An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image” . *Journal of Travel Research* . 18 (4) : 18-23.
- Ditcher, E. (1985), “ What’s in an Image, *Journal of consumer marketing*” ,37(4), and 75-81.

- Dobni, D. & G. M. Zinkhan (1990), In search of brand image: “ A foundationanalysis” . Advances in Consumer Research. 17 : 110-119.
- Downing, F. (1992), Image Banks: Dialogues Between the Past and the Future.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (1993), “The Measurment of Destination Image: An Empirical Assessment” , Journal of Travel Research, Vol.31(4), 3-13.
- Fakeye, P.C. & J.L. Crompton(1991), “Image Differences between Prospective,First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio GrandeValley” , Journal of Travel Research, 30(2), pp.10-16.
- Gunn, C. A. (1988) , Vacationscape : “Designing tourist regions,Austin” : A University of Texas.
- Hunt, J.D. (1975), “Image as a Factor in Tourism Development. Journal of Travel Research” , 13,1-7.
- Lawson. F. & Baud-Bovy. M. (1977), Tourism and recreation development, London: SAGE.
- Maslow, Abraham H. (1954) ,Motivation and personality. New York : Harper.
- Mayo, E. J. & Jarvis, L. P. (1981), “The Psychology of Leisure ravel.Boston : CBI Publishing.”
- Milman, A. & Pizam, A. (1995), “The role of awareness and familiarity with a destination” , The central Florida case. Journal of Travel Research, 33(3),. 21-27.
- Morrison, M. A. (1989),Hospitality and travel marketing. New York: Delmar Publishers,1989.
- Smith, M., & Leigh, B. “Virtual subjects: Using the internet as an alternative source of subjects and research environment” . Behavior Research Methods,Instruments & Computers, 29(4), 496-505.
- Sorensen, L. “The special-interest travel market.” ,The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 25, 1993, 24-30.

Urry,J. (1990) , The Tourist Gaze. London: Sage Publication

全球華文行銷知識庫

http://marketing.chinatimes.com/ItemDetailPage/MainContent/05MediaContent.aspx?MMContentNoID=48410&MMMediaType=tech_info 。2007 年 12 月 17 日。

吳嘉寶，視丘攝影文選十之六：報導攝影在台灣，

<http://old.photosharp.com.tw/discussion/Wu/wu-6.htm> 。2007 年 12 月 20 日

蔣戴榮，蔣戴榮攝影天地

<http://gc.shu.edu.tw/~tchiang/indite/> 。2008 年 4 月 25 日



附件一
台東攝影題材

| 時間性 | | 主題性 |
|-----|----------|-------|
| 一月 | 金針山櫻花 | 東海岸風景 |
| | 卑南族大獵祭 | 蘭嶼 |
| 二月 | 砲轟寒單爺 | 綠島 |
| 三月 | | 利嘉林道 |
| 四月 | 蘭嶼飛魚祭 | 山岳 |
| 五月 | | 農田景觀 |
| 六月 | 布農族打耳祭 | 野生動物 |
| 七月 | 達魯瑪克豐年祭 | 河川 |
| | 阿美族聯合豐年祭 | 公園 |
| | 新園排灣族豐年祭 | 水底攝影 |
| 八月 | 南島文化節 | 人像 |
| | 金針山金針花 | 農作物 |
| 九月 | | |
| 十月 | | |
| 十一月 | | |
| 十二月 | 卑南族猴祭 | |
| | | |
| | | |

附件二

台東攝影旅遊意象調查問卷

親愛的攝影同好您好：

首先，感謝您參與本問卷之填答。此為一份學術性問卷，本研究主要目的是想了解您對台東攝影旅遊意象的看法。問卷所有資料僅供學術研究使用，絕不會公開個人資料，請您放心填答，您的寶貴意見將有助於本研究的順利進行，再次感謝您的支持與協助。

敬祝 身體健康

國立台東大學健康促進與休閒管理碩士班
指導老師：陳美芬 博士
研究生：侯方達 敬啟

第一部份、有關「攝影題材的認知」的問卷

(一) 請問您最常拍攝的作品類型是

1.風景 2.人像 3.人文紀實 4.生態 5.心象

6.其他(請說明)：_____

(二) 請問那些題材最能吸引您到台東拍照

1. 東海岸的海岸風光

2. 台東的山岳風光

3. 台東的田園景色

4. 台東的原住民慶典

5. 台東的原住民部落

6. 台東的民俗慶典

7. 台東的豐富生態

8. 其他(請說明)：_____

第二部份、有關「意象」的問卷

您對於台東地區攝影旅遊意象如何？（依照您對台東地區攝影旅遊意象的認知，請在打）

- | | 非
同
意 | 不
同
意 | 同
意 | 非
同
意 | 無
意
見 |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 台東的山岳景觀值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 2. 東海岸景觀值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 台東的田園風光值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 4. 台東的農村人文景觀值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 5. 台東的原住民慶典值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 6. 台東的原住民部落值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 7. 台東的生態題材值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 8. 東海岸的水底攝影值得前去攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 9. 台東金針花開是是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 10. 台東百合花開是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 11. 台東是油菜花景觀是是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 12. 台東「寒單爺活動」是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 13. 台東「南島文化節」是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 14. 台東「馬卡吧嗨」是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 15. 台東「旗魚祭」是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 16. 台東「釋迦節」是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 17. 台東「想飛的季節」是值得前去攝影旅遊的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 18. 以攝影旅遊的方式去台東拍攝人像是不錯的方式 | <input type="checkbox"/> |
| 19. 台東有充足的資訊介紹各種節慶活動以便攝影旅遊 | <input type="checkbox"/> |
| 20. 台東有充足的資訊介紹適合攝影旅遊的風景景點 | <input type="checkbox"/> |
| 21. 台東居民對攝影旅遊的遊客是友善親切的 | <input type="checkbox"/> |
| 22. 前往台東攝影旅遊可以容易拍到想要拍攝的題材 | <input type="checkbox"/> |
| 23. 前往台東攝影旅遊步調悠閒且不擁擠 | <input type="checkbox"/> |
| 24. 前往台東攝影旅遊公共設施完備 | <input type="checkbox"/> |

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | 非 | 非 | 非 | 非 | 非 |
| | 常 | 常 | 常 | 常 | 常 |
| | 不 | 不 | 不 | 不 | 不 |
| | 同 | 同 | 同 | 同 | 同 |
| | 意 | 意 | 意 | 意 | 意 |
| | 無 | 無 | 無 | 無 | 無 |
| | 同 | 同 | 同 | 同 | 同 |
| | 意 | 意 | 意 | 意 | 意 |
| | 見 | 見 | 見 | 見 | 見 |
25. 前往台東攝影旅遊環境整潔乾淨
26. 前往台東攝影旅遊氣候舒適宜人
27. 台東是安全的攝影旅遊環境
28. 前往台東攝影旅遊交通便利
29. 前往台東攝影旅遊住宿飲食便利
30. 前往台東攝影旅遊消費物價合理

第三部份、個人基本資料。

- 1.性別：①男 ②女
- 2.年齡：①20歲以下 ②21-30歲 ③31-40歲 ④ 41-50歲 ⑤
51-60 歲 ⑥61歲以上
- 3.婚姻：①已婚 ②未婚 ③其他_____
- 4.教育程度：①國小以下 ②國中 ③高中職 ④專科 ⑤
大學 ⑥研究所及以上
- 5.職業：①自營事業者 ②受雇者(或受薪者) ③專職學生 ④
退休 ⑤其他（請說明）_____
- 6.請問您目前主要居住地是：①北部地區 ②中部地區 ③南部地
區 ④東部地區 ⑤其他
- 7.請問您是否有參加攝影相關社團 ①是 ②否
- 8.請問您是否曾到過台東旅遊 ①是 ②否

◎ 本問卷到此結束，謝謝您的合作！◎

附件三

攝影旅遊網站一覽表

| 編號 | 網站名稱及網址 |
|----|--|
| 1 | 歐洲攝影旅行 http://blog.liontravel.com/terrychen |
| 2 | 劉泰雄《青海湖油菜花季攝影旅遊/內蒙古攝影旅遊/桂林.陽朔.龍脊.金坑—風景.人文.人體攝影旅遊/金秋遼東半島金三角紅葉攝影旅遊》 http://www.photosharp.com.tw/photosharp/Content.aspx?News_No=3118&Lang=0 |
| 3 | 休閒攝影旅遊 http://travel.csnp.org.tw/ 奇萊南峰-南華山 紅毛杜鵑花季攝影 |
| 4 | 台灣旅遊攝影協會 http://www.tourphoto.com.tw/ |
| 5 | KenPhoto旅遊攝影網 - 新增攝影作品 http://www.kenphoto.net/gallery/new_add/index.htm |
| 6 | 自然生態攝影旅遊專業證書（香港） http://www.ettc.hk/courseCR_0000031_b5.html |
| 7 | 攝影旅遊專區 http://able3.myweb.hinet.net/photo/tours.htm |
| 8 | 發現攝影 http://www.act168.com.tw/photoTour.asp?mainkind_id=5&mainkind_name=%B5o%B2%7B%C4%E1%BCv |
| 9 | Justin老師的攝影旅遊講座—夢迴吳哥 http://www.wacom.com.tw/what/news/20070308_2.html |
| 10 | 走進西部攝影創作中心 http://www.cphoto.net/photo/changtai/06.htm |
| 11 | 澳洲旅遊資訊網 http://www.aubest.com/qb/qb-1-4-4.htm |
| 12 | 悠哉旅遊網 http://www.uzai.com/tripkit/newsView.asp?id=3145 |
| 13 | 游來游去 http://www.youabc.com/lvyou/200804100019/ |
| 14 | 世界旅遊攝影會 http://taiwan-photoschool.com/new_page_44.htm |
| 15 | 藝術視界攝影網 http://www.artview.com.tw/ |
| 16 | 水平線 E 攝影家 |

| | |
|----|---|
| | http://www.hil.com.tw/ |
| 17 | 台北攝影學會 http://www.photo.org.tw/ |
| 18 | 旗景數位影像 http://www.wonderview.com.tw/about.html |

